

事例

販売力強化に向けた農協の取組

(1) 米のブランドを野菜等に横展開し販売力を強化  
山梨県にらぎまし市りほくのJA梨北は、食味の良い米産地という地域の強みを活かし、全農に委託をした山梨県産米としての販売から、JA梨北独自の米としての販売に移行し、ブランドを確立しました。また、米のブランドで確立した知名度を野菜や果物等に横展開し、梨北産ブランドとして販売力を強化しました。



ブランド化の起点となったJA梨北の米

(2) 商品開発と販路拡大を実現

福岡県朝倉市あさくらしのJA筑前あさくらちくぜんは、新商品の開発や販路拡大を専門に行う部署を設立し、直販等の販売ルートを開出するなど多様な取組を行っています。また、同農協は青果物の規格外品を引き取り、柿チップやイチジクジャム等に加工し販売しています。農産物の加工において、パッケージデザインは地元のデザイン学校の生徒に依頼することにより開発コストを抑制するなど、地域のネットワークを最大限活用した商品作りに取り組んでいます。



農産物を使用した加工品

(2) 農業委員会

(農業委員会数や委員数は減少傾向)

農業委員会は、市町村の行政委員会であり、農地の売買・賃借の許可、農地の利用集積、遊休農地<sup>1</sup>の調査・指導等農地に関する業務を行っています。

農業委員会の委員会数等の推移をみると、市町村合併の進展に伴い減少傾向で推移しています(表2-7-2)。

農業委員会については、農地の権利移動に係る許可、農地転用に係る意見具申、遊休農地の調査等、農地の適正利用の監視・監督等の法律に基づく業務のほか、農地のあっせんや「人・農地プラン」の作成に向けた調整等を行っています。また、総会等の審議過程を詳細に記録した議事録を作成するなど、業務の透明化に取り組んでいます。

今後の農業委員会の在り方については、業務の重点の見直しや、委員の構成や選挙・選任方法、事務局体制の整備等についての見直しの検討が重要となっており、議論を深化させ、平成26(2014)年6月に向けて、具体的な結論を得ることとしています。

表2-7-2 農業委員会数等の推移

(単位：委員会、人)

	平成20年 (2008)	21 (2009)	22 (2010)	23 (2011)	24 (2012)
委員会数	1,793	1,776	1,732	1,713	1,710
委員数	37,456	36,906	36,330	36,034	35,729
職員数	7,809	7,815	7,875	7,758	7,755

資料：農林水産省調べ

注：各年10月1日現在の数値。

<sup>1</sup> [用語の解説]を参照。