令和６年度　みらいキャンパス　意見交換会　回答用紙

Ｑ１
営農担当者を充実してほしい。 （回答：人事部） 職員については各部署の業務量や収益等を踏まえた要員計画に基づいて配置しておりますが、近年は職員の退職等に伴い減少している部門もございます。職員の定着を促すには一定の賃上げも必要な情勢でございますので、業務の効率化も重要な課題であります。収益計画の中で許容可能な人件費・人員については、現場のご意見を踏まえつつ対応して参りますのでご理解のほどよろしくお願いいたします。

Ｑ２
園芸の職員の人手が足りないと聞くことがあるのですが、職員一人あたりの負担が大きくなっているのではないかと感じます。 人件費を減らすのが目的なのでしょうか、単純に人手不足なのでしょうか。 （回答：人事部） 園芸や農産の事業については、収穫期に業務量が集中することもあり人員不足を招いておりご迷惑をお掛けしております。職員の配置については、農水省などの指導により各事業が持続可能な経営管理体制を構築できるよう収益管理を行うことが求められている情勢を踏まえて検討をしております。 令和７年度より農産・園芸事業については、繁忙期に部門外の職員が応援できるような体制を整備する検討を進めるなど、人員不足の解消に努めて参ります。

Ｑ３
暖房機の使用前点検や耕運機など農機のサポートをできる人を増やせないか。 使用する時期が重なるので、その時だけでも必要と感じる。 （回答：人事部） 農機の専門人材の育成には長期的な期間も必要であり当ＪＡの中で育成していくことの難しさも痛感しております。令和７年度より中途採用による実務経験者の獲得を重点的に進めることとしておりますので、相応しい人材の獲得に努めて参ります。

Ｑ４
慣れた頃に異動になる。人事異動のスパンが早いと感じます。 また、一つの事に特化したベテラン職員を常駐してほしい。 （回答：人事部） 総合事業を行うＪＡにおいては複数事業の経験を通じて幅広い視野を持った職員を育成していくことと、職員の不正防止を目的として人事異動を行うことが求められております。一方で人事異動のスパンが早いことでご迷惑をお掛けしているとのご意見も伺っております。 合併後の人事異動については基準を一部見直し、不正に関わる可能性の低い部門については５年以上の継続配置も可能とするように変更もしておりますのでご理解いただけますようよろしくお願いいたします。

Ｑ５
農協祭りをやらなくなったが、その理由が知りたい。 現青年部部員として、活動のアピールの場がなくなり少し寂しく感じる。 （回答：企画部） フェスタにつきましては、北部・南部それぞれ春・秋合わせて年４日間開催して参りました。 コロナを機に規模を縮小しましたが、今後も引き続き組合員・地域住民との接点の場として取組んでいく方針です。 しかし今後は、よりＪＡを身近に感じていただくために、フェスタを統括店ごとに開催する旨、協議を重ねて参ります。ＪＡとしましても各部会とも協力し、フェスタを少しでも盛り上げていたいと感じておえりますので、よろしくお願いします。

Ｑ６
消費者拡大に向け、管外の地域イベントへの参加や、生産者と消費者が交流できるイベントの開催、ＳＮＳを活用して生産者の紹介を行うなど消費者との距離が近い組合であることをアピールしてみてはどうか。 （回答：企画部） 管内に限らず、海部地域のＰＲとなるような機会には積極的に出店をしてまいりたいと考えております。例えば今年度ですと、１１月に金山駅で開催された「あいちの農林水産フェア」で特産のレンコンの販売をいたしました。また、生産者と消費者の交流イベントについては、交流を銘打ったイベントは行っておりませんが、生産者と消費者が接する機会すべてを交流イベントと捉え、地域の消費者である准組合員に向けた生産者の施設見学（大玉トマト農家）や管内農家への農作業ボランティア派遣を通じた地域農業への理解促進（５月にイチゴ、８月に花ハス）を今年度は実施してまいりました。加えて、一部の支店（大治・甚目寺・蟹江）では朝市を開催し、生産者が直接販売を行う中で、消費者から顔の見える安全・安心な海部地域の農産物を届けています。 　また、食農教育の推進として管内小学校への出前授業も行っており、ＪＡ職員や生産者が講師となって児童や保護者に向けて栽培体験の機会を提供することで、農業への関心を深めていただいております。 　組織活動としては、青年部の皆様には地域のイベントやマルシェ等に出店していただいているほか、女性部の方々にも様々な交流イベントを実施いただいております。 　これらの消費者に向けてＪＡが行うあらゆる活動をＳＮＳ（インスタグラム）で発信することで、ＪＡあいち海部への認知・共感を得られるよう努めております。 　ご提案をいただいているＳＮＳでの生産者紹介につきましては、広報誌で毎月生産者を紹介しておりますので、毎月発行する度にＬＩＮＥやインスタグラムで広報誌の発信をしております。また、ＹｏｕＴｕｂｅでは生産者に出演をいただいた動画（令和５年度に花卉生産者４名出演）も発信をしております。ＳＮＳではユーザーの共感が重要であるとの認識のもと、情報発信のあり方としてＪＡがアピールしたい情報だけでなく、消費者が知りたい情報を発信することも重視して活用をしてまいりたいと考えております。 　地域農業への消費者理解はまだまだ十分ではないと考えておりますので、消費者から選ばれる産地を目指し、引き続き取り組んでまいります。

Ｑ７
リスクを正しく伝えたうえで、ＮＩＳＡや個人型確定拠出年金への加入を促してはどうか。 （回答：金融部） 令和７年度から投信取扱店舗の全店舗拡大（一部店舗を除く）に向け体制整備をしています。組合員・利用者の『増やす』ニーズへの対応することでライフプランサポートに取組んでいきます。

Ｑ８
スマート農業が普及した中、ＪＡは収集したデータを一括管理し、成果がよかった作付けや環境を生産者にフィードバックすることにより、部会全体の生産量が増え、収益が安定し、出荷量の調整が可能になるのではないでしょうか。 （回答：農産部） 主要品目ごとに収量向上に向けた実証試験を行っております。米では生産者に対し、Z-GIS（営農管理システム）と AgriLook（生育予測システム）の連携を軸とした米生産コスト低減対策実証試験（生産コスト 9,600 円/俵以下）を進めており、現在検証中のため検証後、生産者へ結果報告をします。 また、れんこんにおいて、追肥作業は葉が圃場全体を覆った状態の中で肥料を背負ってぬかるんだ圃場内で作業を行うため、担い手にとって非常に重労働かつ非効率な作業となっています。その課題を解決するため、スマート農業技術であるドローンを活用した追肥作業の提案を行い、併せて、収量向上を目指した適正な散布肥料の選定も行いました。その結果、1,568kg/10a（+73.6%）の増収がみられ、作業時間も従来は平均 20 分/10a かかっていたものを、約 3 分 30 秒/10a（▲82.5%）へ短縮することができ、単収の向上および作業性改善につながりました。他品目でも収量向上につながる取組を進めていきたいと考えています

Ｑ９
ＪＡあいち海部は他の組合に比べてブランド力が低いと感じます。 食の安全性（減農薬、特定の農薬・除草剤・肥料を使用しない）をアピールし、地域のブランド化ができるよう全国に発信してはどうか。 （回答：園芸部） ご意見いただきましたブランド化に向けた食の安全性（減農薬、特定の農薬・除草剤・肥料を使用しない）については、特に生産者数が多いレンコンやトマト、イチゴなどの基幹品目は生産者の意識統一を図るのは非常に困難ではあります。先ずは農産物のブランディングにより商品そのものの魅力を顧客や消費者に対し訴求し、効果的なマーケティングに繋げることで競合産地との差別化を図り、価格競争に陥らないように優良顧客の獲得と関係性の強化に努めて参りたいと思います。 ただし、ご意見いただきました内容につきましては前向きに捉え、方法・方向性については該当組織との対話の中で生産者側の思いを汲み取り、確実な情報共有と理解を得ながら一つずつ着実に進めて参りたいと思いますのでご理解とご協力をよろしくお願いします。

Ｑ１０
食品ロスや生産物の価格安定の面で、出荷規格を見直してはどうか。 （回答：園芸部） 貴重なご意見ありがとうございます。ＪＡとして特に農作物が生産される現場での食品ロスの削減が重要課題と捉えています。食品ロスの主な要因としては①過剰生産、②需要の低下、③災害、④病虫害、⑤規格外野菜があります。全ての品目で対応出来ていませんが、例えば大玉トマトでは圃場廃棄していたものを加工用トマトとして加工業者と取引しています。レンコンでは地元加工業者へ市場出荷できない下位等階級品を出荷しています。安易に規格外野菜を安価で流通させると正規品の価格に悪影響を与えてしまう可能性が生じます。食品ロスの削減には繋がりますが、正規品に対する需要が減ってしまうこともあるため注意が必要と捉えています。 ご意見にありました出荷規格の見直しですが、出荷規格は「取引の簡素化」「流通の合理化」「出荷の簡素化」「商品性の向上」を図るうえで重要な役割を担っています。しかし、近年では高齢化、後継者不足により規格に拘ると生産手間が増えるため「規格の簡素化」は必要に感じています。但し、品目（特に１個売り〈ばら売り〉する品目）によっては一方的に産地都合で見直しをすると商談不利となってしまう場面もありますので市場や末端実需と相談をしながら慎重に進めていきたいと考えます。

Ｑ１１
病害虫被害を受けたものや出荷基準を満たさないものを加工・販売を推進するため、ＪＡが加工施設を所有し、ＪＡとして加工・販売する。または施設を貸し出すことにより生産者を支援してはどうか。 （回答：園芸部） 　ご意見をいただきました加工施設については現時点での整備計画はありません。現在は管内・管外の加工業者との連係を強化しており、レンコンやトマトだけでなく、キャベツ、白菜、みつば、ネギ、キュウリ等を取引しております。病害虫被害を受けた青果物は、被害痕による見栄えの悪さや保存性の低下、異物混入のリスクも高まることから商品として要求される条件を満たしにくくなりますので実際に加工業者からも敬遠されます。出荷基準を満たさないものについてもある程度までは許容されますが、基本的には市場流通品に準じた規格となっています。 　今後も引き続き加工業者の要望に沿って取引品目の拡大を図って参ります。

Ｑ１２
人数が少ない部会を統合し、他の作物を栽培する生産者と交流することで新たな視点が生まれ、組合全体の収益向上につながりませんか。また、「有機農産物部会」を新設してはどうですか。 （回答：園芸部） 販売面におけるスケールメリットを出すために同一品目生産組織の統合については段階的に進めておりますが、品目を超えた統合については実施しておりません。地域によっては栽培品目が違う生産組織を枝とした協議会や園芸組合方式をとっているところもあり、活動の中で様々な情報交換が行われています。 また、生産者が様々な品目を自由に栽培し出荷する組織としては「エコ部会」があります。この部会は２００１年に施行された食品リサイクル法を契機に当時のユニー株式会社、ＪＡあいち経済連（ＪＡあいち海部）、肥料製造業者が連携し「食品小売業から出た食品残渣を堆肥に再生し、その堆肥を利用して生産した野菜を付加価値販売する」という食品リサイクルループを構築しています。 「有機農産物部会」についてですが、有機食品を利用する消費者の割合も年々増加しており市場は成長しています。農林水産省も「２０５０年までにオーガニック市場を拡大しつつ、耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を２５％（１００万ｈａ）に拡大する」という目標を掲げています。 有機農産物に取り組むメリットとして①信頼感の高い作物を生産できる、②環境に配慮した農業ができる、③高い付加価値をつけることができるという一方、デメリットとしては①販売ルートが限られる、②病害虫・雑草対策が難しい、③収量を上げるのが難しいといった点が考えられます。但し、全国的に見ると第５２回日本農業賞 集団組織の部で大賞を受賞されました茨城県の「ＪＡやさと有機栽培部会」の優良事例もありますので、色々と参考にさせていただきながら関係機関とも連携し前向きに検討して参りたいと思います。

Ｑ１３
出荷票、出荷伝票などをペーパーレス化・電子化してほしい。 （回答：園芸部） ＪＡあいち海部では令和６年度より「県域標準園芸販売集出荷システム」を導入し、段階的に取り組み品目を増やして参ります。このシステムの導入により生産者は出荷票ではなくスマホなどの携帯端末でＪＡへの出荷報告が可能となります。また、ＪＡ職員側ではシステムを活用した配荷により経済連送り状の作成が簡易となり、また取引市場への迅速な出荷報告や出荷予約情報の提供が可能となります。