

JA新潟市

JA新潟市の自己改革の取り組みの中から、都市近郊型JAとして市場の特徴を活かした「インショップ型産地直売所」の展開と、JA・農家・行政が連携して行っている「学校教育田」の取り組みについて紹介します。

1. 「インショップ型産地直売所」の展開による農家の所得向上

最近「インショップ」という言葉をあちこちで見かけるようになりました。インショップとは、“shop in shop (ショップインショップ)”の略で、デパートやショッピングセンターなどの商業施設の中にある独立した小型店舗のことです。

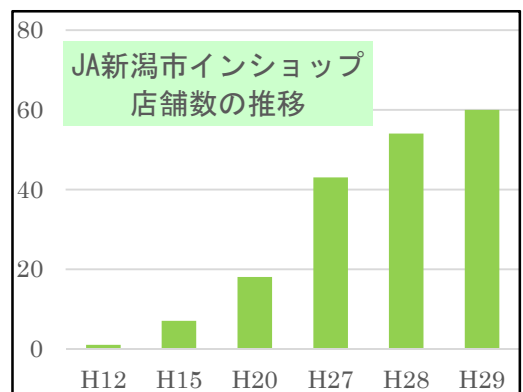
新潟市は新潟県の中でも最も人口が多く、消費活動を担うスーパーやデパートがひしめいています。JA新潟市では、「農地（生産地）と都市部（消費地）」が近いというメリットを活かし、管内のスーパーと連携して青果物売り場付近に地場産野菜コーナーを設け、「インショップ型産地直売」を展開しています。



最初は平成12年に1店舗から始まりましたが、その後、担当者の地道な努力により右肩上がりに店舗数・実績を伸ばし、平成30年3月時点では、60店舗・販売金額9.6億円にまで規模が拡大しました。出荷登録者数も平成30年4月時点で216名（延べ人数）まで増加しました。継続的な取り組みが実を結び、農業者の所得確保につながっています。

「インショップ型産地直売所」が大きく成長した要因としては、生産者の顔が見え、地元の新鮮で美味しい野菜が食べ

たいという「一般消費者のニーズ」と、小中規模の農家が増加した結果、①大量には出荷できないけど多品目を出荷して収入を得たい、②市場相場に左右されずに価格・規格・数量を自分で決めたいという「生産者のニーズ」がマッチしたことが言えます。さらには、これらのニーズを的確に捉えた「各スーパーの販売戦略」にも合致したことが大きかったと考えられます。



今の日本は物流や保冷技術が発達し、全国どこにでも数日以内あらゆる物を届けることができる時代です。しかし、このような地域に根ざした消費循環の仕組みを作り、農家・消費者・商業者・地域がともに発展できる環境を整えていくこと、そして、インショップや直売所の利用が地域農業の応援に繋がっているということを消費者に伝えていく活動も、JA新潟市の重要な使命であると考えます。

2. 新潟人のアイデンティティを育む「学校教育田」

「学校教育田」はJ A新潟市における食農教育活動の重点事項として位置付けており、行政や地域の農家と連携しながら毎年、新潟市内の多くの小・中・特別支援学校で実施しています。

取り組みも既に四半世紀以上の歴史があり、平成29年度は新潟市内の30校で実施。2,298名の子供たちが田植え、稲刈りなどの稲作作業を行いました。また、作業終了後にはこれらの稲作体験を基にした「農業体験作文コンクール」を実施し、1,000点以上の応募を受け、厳正な審査により優秀者に表彰を行っています。

学校教育田の目的は、農業体験を通じて子供たちから農業の役割や地域とのつながりの重要性について理解を深めてもらうとともに、普段、何気なく食べている一杯のごはんへ感謝の心を抱いて、「食」の有りがたさと大切さを感じてほしいと考えています。

また、学校教育田以外の食農教育活動として、年間40回の「出前授業」を行っています。出前授業は、その名のとおりJ A職員が実際に各学校に出向いて、食料自給率や地域農業、バケツ稲、日本型食生活の普及などについての授業を行うもので、学校や家庭からたいへん喜ばれています。

新潟市管内は稲作や園芸など農業が盛んに行われていますが、一方で都市化の進展により農地が減少していることも事実です。しかし、風景が変わり、農業との接点が少なくなりつつある今だからこそ、地元の子供たちに農業体験をしてもらい、新潟人としての豊かなアイデンティティを育ててもらう必要があると考えます。



3. J A新潟市独自の園芸振興の取り組み

- ・「米プラス1園芸拡大運動」を推進し、米作以外の園芸品目の作付促進によって生産拡大と所得向上に向けた取り組みを進めています。
- ・行政等と連携し、北区のサツマイモ「しるきーも」のブランド普及、東区の特産品であるジャガイモのPR活動など、地域独自の新たな園芸振興の取り組みを進めています。
- ・いくとびあ食花キラキラマーケット直売所のリニューアルを行って出荷者の増加と所得増大を進めるとともに、農業祭の実施や地域タレントの起用により積極的なPRを図っています。



