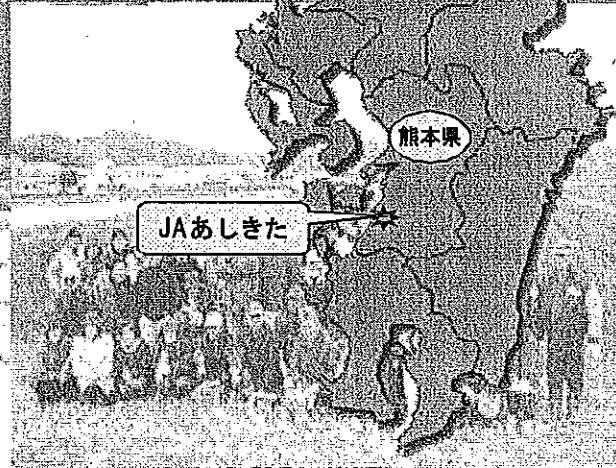


# JAあしきた(熊本県)

## 6次産業化(農商工連携)に向けた取り組みについて

“未来を見つめる” JAあしきた  
キーワード『小さなJAの大きな挑戦』

あしきた農業協同組合  
〒869-5441 熊本県葦北郡芦北町佐敷  
424  
電話 0966-82-2515 FAX 0966-82-2748  
E-mail : kikaku@ask.kasias.or.jp



### 1. JAあしきたの概要

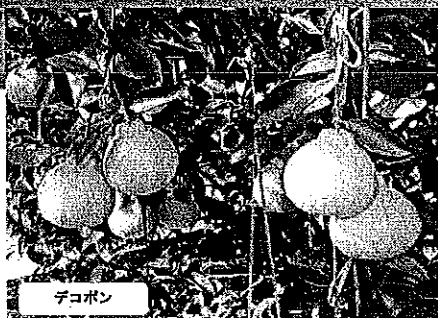
JAあしきたは、熊本県の南に位置し、西側は八代海、東には九州山脈を水源として流れる球磨川を背に山間地から海岸へと狭小な耕地ではあるが、温暖多雨な気候と海山の織り成す自然の豊かな地形の恵みを生かし、日本1の『甘夏みかん、デコボン』辛味の少ない『サラたまちゃん』(商標登録)や肉質上位等級生産県NO.1を誇る『あしきた牛』などが主な産物です。又、農産加工品生産では昭和25年～平成19年まで、JAマーク商品の種類を製造販売(熊本・鹿児島・宮崎=全県・佐賀・福岡・大分=1部)。これが6次産業化、農商工連携の原型です。現在ではデコボンゼリーをはじめ多くの商品を開発し、毎年モンドセレクション(食のオリンピック)に出品し、金・銀等に入賞するなど名実共に認められた商品開発を行っております。又、今後は更に農家所得の向上は勿論、JA事業の大きな柱になるよう6次産業化・農商工連携の振興を『JAあしきた農産物直販ネットワーク会員』の協力を戴きながら、地元産をはじめ県内の農産物を使用した商品開発を進めて参ります。

H22.3月末現在

- (1)組合員数――正組合員(4,691名)准組合員(4,689名)＝(9,380名)
- (2)職員数――正職員(159名)嘱託・パート(129名)＝(288名)
- (3)出資金――(16億2,560万円)
- (4)貯金残高――(405億円)貸出金(112億円)
- (5)農産物販売額――(36億円)
- (6)直販販売額――(6億円)
- (7)ファーマーズ販売高――(8億円)



白い貴婦人『うたせ船』



デコボン



サラたまちゃん



あしきた牛

## 2. 農業の現状と課題

### (1) 猫の目農政の転換

- ①担い手等に対する集約農業（法人化）
- ②多様な農業者の育成（個人）

### (2) 生き残れる農業政策の実現（他産業よりも所得が少ない）

- ①専業農家ほど経営が悪化（20haの稲作経営でも生活が出来ない？）
- ②内的要因（作型、選果選別、包装販売機能の不具合）
- ③外的要因（輸入農産物の増加、量販店の仕入れ販売システムの変化）

### (3) 自給率の向上が出来ない

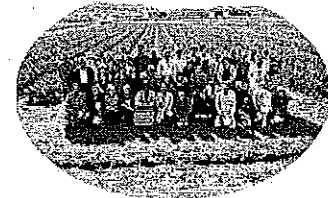
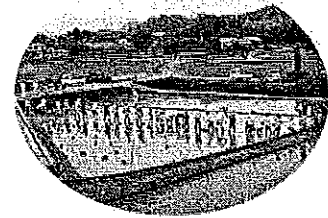
- ①他産業よりも所得が低く、担い手不足
- ②WTO.EPA農業交渉の不透明（高関税率は必要か）
- ③農産物輸入は加工品が主体（国産農産物に変えることに取組み）

### (4) 画一的な農業助成金の使い方を是正（1部提案型に）

- ①地産地消の拡大など
- ②旬の農産物生産など
- ③国内農産物加工、販売など
- ④販売拠点の充実（ファーマーズマーケット等）

### (5) 農業がもたらす多面的機能の国民的認知度向上対策

- ①自然環境保全（循環型農業）
- ②地下水涵養、災害防止等
- ③環境保全税の創設



## 3. 今なぜ『6次産業化(農商工連携)』がクローズアップなのか？

『6次産業化、農商工連携化』は今始まったわけではなく、すでに個々においては行われていたものの、ここに来て一段とグローバル化が進む中で、下記のような要因が重なり、一気にクローズアップされてきた。

【要因】

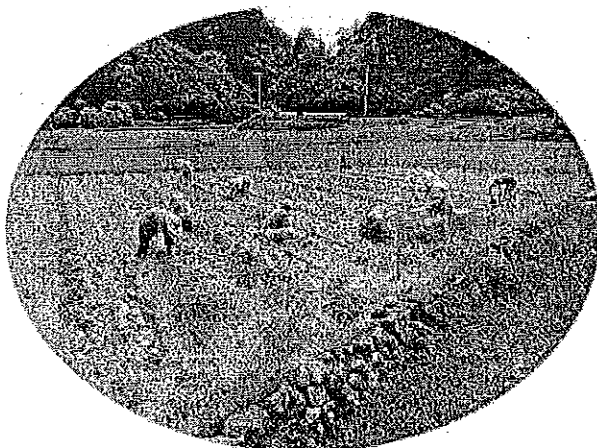
- (1) 食料安保の堅持～①国際分業論のほころび（輸出国が輸入国に転）  
②世界食料の限界（人口増加、気候変動による不安定）
- (2) 食への安全、安心への高まり～中国ギョーザ、食品偽装表示、事故米等
- (3) 輸入に依存した結果、自給率の低下～自給率の見直し（加工食品の増産）
- (4) 農産物直売所の活躍～①旬の農産物や加工品が人気上昇  
②農家の収入源とした農家所得の増大
- (5) 6次産業化、農商工連携による地域活性化の報道番組の放映が盛ん

増える！！  
食品の偽装表示

食品偽装表示の多発



「品質」「安全性」にこだわる  
消費者が増えている！



## 4. 6次産業化（農工商連携）を基礎に地域振興を図る“JAあしきた”の取組

### 【基本的な考え方】

戦後よりこれまで我々農業者は、食料不足の時代を背景に安全安心で高品質な農産物の増産に心がけ、市場流通を基本に生産供給して参りました。しかし、米の生産過剰を期に減反政策、農産物の輸入自由化が始まり、また卸売市場のセリ形態や流通システム（置販店主導＝市場原理主義）の変化により、農産物価格の低迷が続き、1次製品（青果物）のみの生産販売だけではなかなか採算性が合わなくなり農業経営が極めて困難な状況になって参りました。この様な事態を解決する為には、今農業者やJA組織関係者と更に行政の強力な連携強化を図り、農業の再生に合わせて地域振興に取組む時であり、それを踏まえJAあしきたでは次のような取組みを行う。

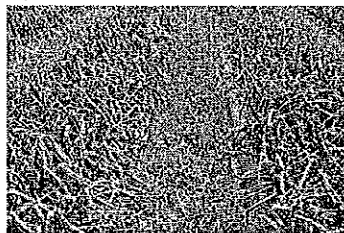
### (1) 農産物の栽培体系や販売規格内容の見直し

- ①生産物の販売規格の見直し（規格の集約、加工品への提供等）
- ②促成栽培だけでなく、普通栽培の生産強化
- ③旬の農産物生産への取組み（農産加工原料の提供）

（サラたまちゃん栽培風景）



植え付け（マルチの効用）



生育状況（除草剤不使用）



収穫状況

### (2) 生産体系の新たな取組み

- ①【株】それいゆアグリ設立（生産事業拡大）
- ②農業モデル事業（食物工場等）への取組み



（株）それいゆアグリ設立報告会風景

### (3) 加工原材料の生産拡大（旬の農産物生産拡大）

- ①ストップご輸入農産物（加工品の原料は輸入品）
- ②農業の多面的機能の回復（自然環境保持、地下水涵養等—環境保全税の成立）

### (4) 加工事業の拡大

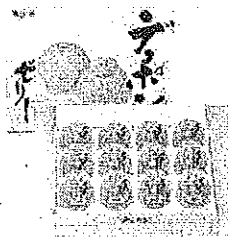
- ①JAあしきた農産物直販ネットワーク協議会（会員名—順不同）

1	JAあしきた	21	熊本県 中小企業団体中央会	41	オーティーティーロジステ イクス(株)	61	熊本県学校給食会	81	サンコーコミュニケーションズ(株)
2	九州農政局	22	らくのうマザーズ	42	(有)はなまる社	62	常楽酒造	82	企画会社 J-slender
3	熊本県農林水産部	23	熊本製粉(株)	43	(株)ベネフーズ	63	道の駅「竜北」	83	松永社デザイナー
4	熊本県産業技術センター	24	(株)マルミツサンヨー	44	(株)パストラル	64	(株)県民百貨店	84	(株)テレビ熊本
5	九州沖縄研究センター	25	(株)熊本薬房	45	(有)熊本ユタカ	65	お茶の清香園	85	(株)熊本県民テレビ
6	熊本学園大学	26	(株)ほがや	46	(有)福田屋	66	くまライス	86	(株)熊本放送
7	芦北地域振興局	27	(株)フジバンビ	47	(株)丸美屋	67	(株)はねや	87	(有)優美堂
8	芦北町役場	28	(株)津田コーポレーション	48	阿蘇物産	68	(有)吉原食品	88	(株)海研アソシエイツ
9	津奈木町役場	29	(株)京まるん	49	(有)ソルトファーム	69	熊青西九州青果(株)	89	(株)マインドシェア
10	水俣市役所	30	浜田水産(株)	50	イソップ製菓	70	富山県JA氷見	90	企画会社 ワークスタジオ花
11	JA熊本中央会	31	生活協同組合 水光社	51	(株)イング	71	JA熊本市	91	(有)芦北総合印刷
12	JA熊本果実産	32	亀井通産(株)	52	(株)長寿の里	72	千葉県JA千葉みらい	92	旭印刷(株)
13	JA熊本経済連	33	(株)キューネット	53	野田酒店	73	山形県JA東根市	93	(株)丸信
14	JA阿蘇	34	(株)イズミ	54	(株)木村	74	JA糸島伊都菜彩	94	(株)大塚包装
15	JA球磨	35	織月酒造(株)	55	ロイヤルホールディングス(株)	75	JAにじ耳納の里	95	コバシ(株)
16	JA八代	36	高橋酒造(株)	56	熊本空港ビルディング(株)	76	芦北高校	96	児島ダンボール(株)
17	JA宇城	37	協同組合 くまもと名産会	57	熊本エポータルサービス(株)	77	熊本日日新聞	97	歌手 阪田まみ
18	JA上荘城	38	フンドーダイ(株)	58	JR九州リテール(株)	78	日本農業新聞	98	(有)北部農園
19	JA菊池	39	(株)千興ファーム	59	北部農園(有)	79	(社)家の光協会	99	タイガーフーズ(株)
20	(株)エーユブ熊本	40	凸版印刷	60	(株)阿蘇ファームランド	80	(株)談	100	亀萬酒造

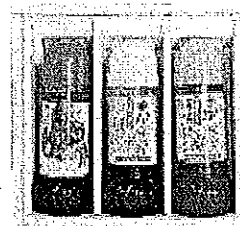
②地元農産物の活用（デコボン、サラたまちゃん等 一部の商品）



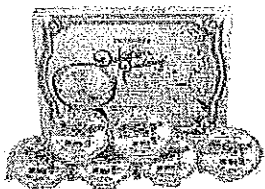
甘夏キッス



デコボンゼリー



サラたまちゃんドレッシング



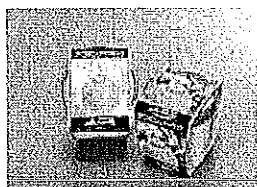
デコボンプリン



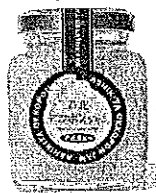
デコボンカスタードケーキ



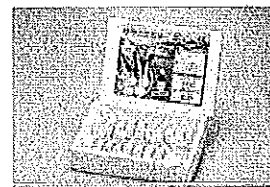
飲むサラたまちゃん



デコボンアイス

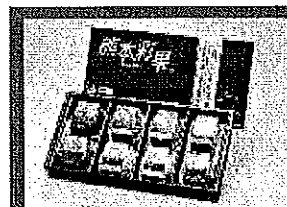
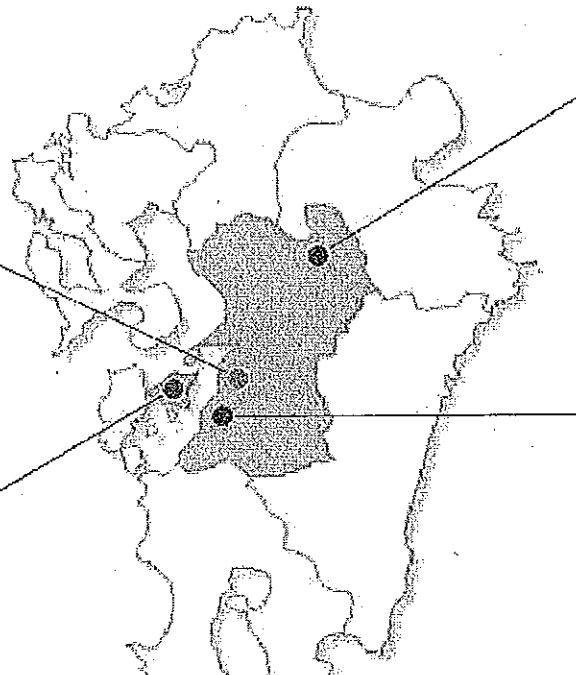


デコボンジャム



サラたまちゃんギョーザ

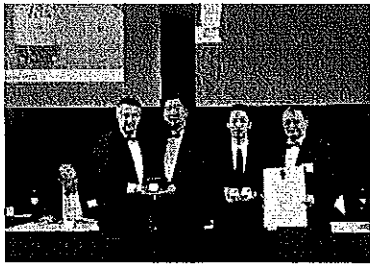
③県下 JA 農産物の活用（現在一阿蘇、八代、天草等と連携）



熊本彩果8個入

※平成20年度熊本県農産物加工食品コンクール「金賞」受賞。  
 ※平成20年度優良ふるさと食品中央コンクール「農林水産大臣賞」受賞。  
 （内、デコボンゼリーピュア）

④モンドセレクション出品の商品



デコポンならではの風味と独特の果実感を楽しめるプリン

デコポン プリンDX

2008年モンドセレクション金賞受賞



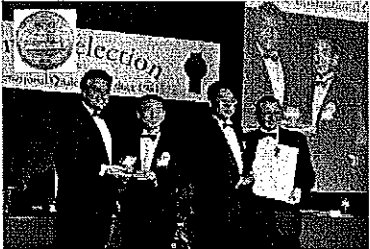
デコポン果汁を18%使用し、香りと甘み豊かな味わい深いぼん酢

デコポン ぼん酢

2008年モンドセレクション銀賞受賞



2008 オーストリア ウィーンでの授賞式



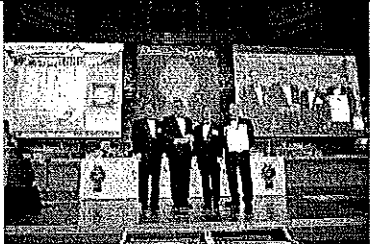
サラたまちゃんを25%以上配合し、サラダ以外にも焼肉のたれとしても人気

サラたまちゃんドレッシング

2008年モンドセレクション銀賞受賞



2009 イタリア ウェネチアでの授賞式



ゼリーの中にすりつぶしたデコポンとコラーゲンを使用した口溶けの良い食感

デコポン ジュレ

2010年モンドセレクション銀賞受賞



でこぼんの爽やかな香りと甘味が楽しめるリキュールです。

でこぼん リキュール

2010年モンドセレクション金賞受賞



2010 ドイツ フランクフルトでの授賞式

(5) 6次産業化（農商工連携）の強化対策と有利性は？  
【生産、販売、加工、販売流通システムの一元化】

①地域の主な生産物は何か？

- ※ 定番の生産物
- ※ 特長のある生産物、その他＝（県下JFAの特産物）

②その販売先はどこか？

- ※ 市場販売
- ※ 直販、DM、インターネット
- ※ 農産物直売所

③農産物を使った加工品の生産施設？

- ※ 自前の施設で生産
- ※ 企業等に委託生産（農商工連携）

④加工品の販売流通システム、マーケティングは？

- ※ 販売流通システムは自前か、委託か？
- ※ マーケティング（販路の開拓立案、実施）

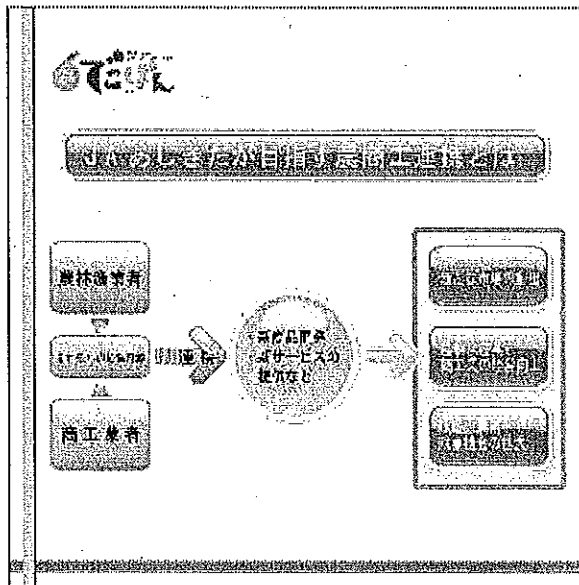
⑤加工生産の農商工連携強化と課題

- ※ JFA（女生部等）の加工品は原価が高い（原価計算が難しい）
- ※ 加工ノウハウが低い（それぞれの分野に棲んだ企業が集まっている）
- ※ 設備投資資金の捻出が必要（加工機で対応）
- ※ 販売先が直売所や組合員への推進（ネットワークも有）

⑥農商工連携強化の課題



⑥農商工連携強化の課題



## (6) 販売先の多選化とマーケティング

### ①青果市場内にアンテナショップの展開

(市場内での宣伝販売)



### ②JAあしきた丸ごと販売システムの構築

- ※市場を通じた量販店、生協等への販売
- ※JAファーマーズマーケットとの取引販売(JA千葉みらい)
- ※空港、高速道SA、量販店等へのテナント販売(熊本空港)



(組長相互による取り引き協議)



(熊本空港常設の幅3mの看板)



(熊本空港内での販売)

### ③インターネット、DM、TVショッピング

- ※FMのポイント会員=DM会員



(DM会員へのパンフ)



あしきた直送便



(QRコードからショップへ)

## 5. ファーマーズマーケットの果たす役割とは

### (1) JAあしきたファーマーズマーケットの構想

(何故、ファーマーズマーケットを作ろうと思ったか?)

- ①他店に無い商品の品揃え
  - ※地元の農、林、水産物及び加工品
  - ※県内のJA農畜産物、加工品
  - ※九州クラスター会員の商品
- ②新商品のプレゼンテーションの場づくり
  - ※商品開発しても、売る場所が無い
  - ※試食宣伝会は出来ても、商品を置いてくれない、売ってくれない
  - ※商品の発掘やナショナルブランドへの発展が無い
- ③地域の情報発信基地の役割
  - ※歴史、文化、史跡めぐり
  - ※グルメ案内、観光案内
  - ※イベント情報
- ④遠くの方々への直販機能の拡充
  - ※FMでこぼんの会員はDM会員として登録(年6回以上情報発信)
  - ※青果、精肉、加工品等の宅配充実



(ファーマーズマーケットでこぼん店内風景)

# 【JAあしきたファーマーズマーケット「でこぼん」コンセプト】

中核都市・近隣都市圏住民



## (2) JAあしきたファーマーズマーケット「でこぼん」の実践

「食」「観光」「伝統文化」の統合的な情報発信拠点

①量販店・スーパーマーケットとの競合しない新販売システムの構築

②農商工連携の発表の場（新商品披露）

③お客様の拡大対策（各種会員制の充実）

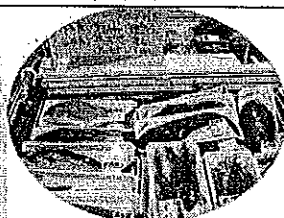
④地元活性化に寄与するJA事業の存在価値の発揮

(ポイントカード・DM・インターネット広報紙「でこぼん」等)

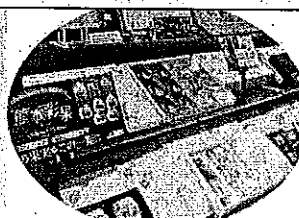
### 主な部門の売上げ



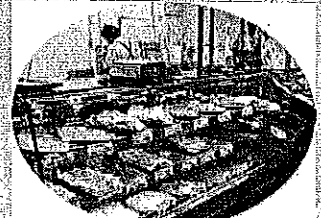
農産品売上  
221百万円



鮮魚売上  
102百万円



JA加工品売上  
171百万円



精肉売上  
134百万円

### ～1年間の実績～

売上げ 833百万円 (計画798百万円：計画対比104%)

1日売上金額 2,532千円

1日客単価 1,744円

来場者(レジ通過者) 約48万人 (計画38万人：計画対比126%)

# 来客100万人超す

## 直売所「でこぼん」好調 あしきた



【熊本・あしきた】JAあしきたファミリーマーケット「でこぼん」が19日、1周年を迎える。県内外から多くの来場客が訪れ、オープンから3月末までの来客数は100万人超、総売り上げは約9億円となった。17日から23日まで1週間は一周年記念感謝祭、17、18日はイベントを行う。

県内最大の大規模直売所で、農産物だけでなく、特選の「あしきた牛」や地元産の漬物類など安心・安全な食料を数多く取りそろえている。農産物と連携、直売所後の産地直設として、地域ぐるみで自給自足を推進。地元産の食料のほか、全国のJAとも連携し、今や生活の場として地域に欠かせない重要な直売所として多くの人に愛されている。

現在、約500人が農産物のほか、惣菜や加工品、手芸品などを取り扱う。ポイントカードの導入やビデオ（直売所）が導入、店内では蒸し籠などの特産品を販売している。

多くの来場客でにぎわう「でこぼん」店内

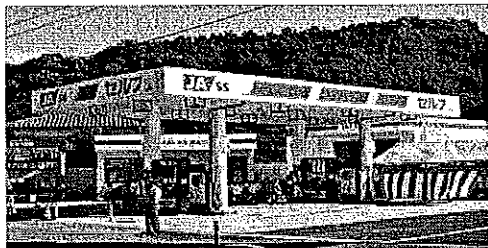
同様に、熊本の直売所「あしきた」も好調な様子だ。

### 6、その他JAの取り組み

#### ①セルフSSの管内完全化

○利用者目線での展開

(低価格への関心・員外利用者拡大の構築・女性や若年層のJA事業への取り込み等)

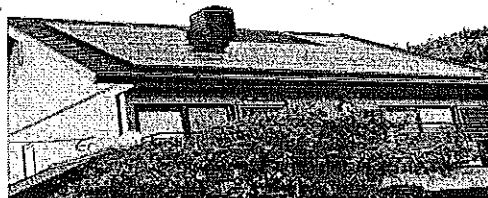


- 1.取扱量県下No.1のSS事業
- 2.准組合員の増加中
- 3.未収金(売掛金)ゼロ事業へ転換  
(ブライต์カード5千万円事前購入)

#### ②太陽光発電事業への取り組み

○環境に配慮したJA事業の展開

(地球温暖化対策～エコ対策～)



- 1.現在、12ヶ所設置
- 2.エコローン開設による資金運用拡大
- 3.JA総合事業の発揮



### ③農機具専門員修理体制実施

○組合員に喜ばれる体制構築～“店舗で待つ”から“農家に出向く”  
(農機専門員の構築と修理員歩合給による組合員サービスの強化)



1. 事前点検の強化により組合員から信頼
2. 農機専門員の意識改革向上
3. お客様からノークレームの実現

### ④安心を届ける「らいふサポーター」制度の導入

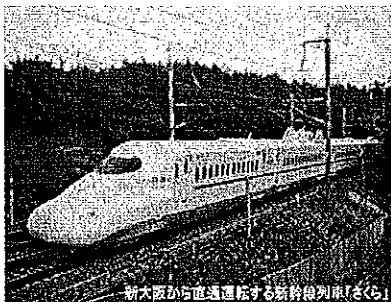
○地域密着の専門員訪問活動による高齢者等へ快適なくらしのサポート実践  
(組合員への声かけ戸別訪問によるJAへの信頼度アップ)



1. 生活購買事業の売上額の大幅増加  
(サポーター1名当たり販売額140万円/月額)
2. 着実にJAの存在価値や信頼度向上
3. JA事業全体の横の連携拡大

### ⑤新幹線全線開通に伴うJAあしきた新熊本駅店来年3月オープン

○来訪客への県内及び芦北の農産物・加工品を全国へPR販売  
(販路拡大と農産物の特産品ファンづくりによる農業の発展)



1. 芦北ブランドのPR
2. 県外への販売チャンネル拡大
3. 直販事業の拡大

### ⑥JAコンビニ店舗建設事業(計画中)

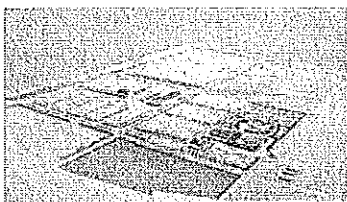
○JA事業と連携させた新たなコンビニ店舗展開



1. 事業規模の拡大と地域JAとして役割実践
2. コンビニを拠点とした外販サービス事業の展開  
(らいふサポーターによる展開)
3. JAのATM設置と金融店舗の隣接に伴う事業拡大

⑦JA食物工場建設(計画中)

○環境と融合した生産から販売への一環体系と付加価値加工品開発



- 1.行政と三位一体の地域農業振興
- 2.地域活性化を図る雇用の創出
- 3.「水俣だからこそ」環境の町づくり

JAあしきたのキーワードは

**小さなJAの大きな挑戦**

End