



# 金融共済しか知らない私が、 農業者の所得増大の方策を考えてみた

～ つながる意識が未来を変える ～



多野藤岡農業協同組合  
藤岡南支店 樋田 裕幸

## JAたのふじを取り巻く環境のクロスSWOT分析

### 4つの戦略をふまえ、マクロ的に方策を考える

内部環境		強み	弱み
		外部環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ J A の知名度</li> <li>・ 総合事業</li> <li>・ 地域密着</li> <li>・ J A グループ群馬の一員</li> </ul>
機会		強み×機会 (積極戦略)	弱み×機会 (改善戦略)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食 (食料) への関心</li> <li>・ 准組合員の存在</li> <li>・ S D G s の浸透</li> <li>・ インバウンドの増加</li> <li>・ 令和の米騒動</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ J A の活動に対する地域住民の理解・共感・関係強化 (県民理解の醸成)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 部門関係なく同じ取組み</li> <li>➢ S N S の活用</li> <li>➢ 県下 J A で同じ P R を行う</li> </ul>
脅威		強み×脅威 (差別化戦略)	弱み×脅威 (撤退回避戦略)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 農業者の減少</li> <li>・ 遊休農地の増加</li> <li>・ 物価高騰</li> <li>・ J A の存在感の希薄化</li> <li>・ 天候不順、自然災害の頻発</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 農業者の所得増大</li> <li>➢ 農業生産の拡大</li> <li>➢ 地域の活性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 市町村や賛同する企業、団体との連携</li> </ul>

課題は3つのつながり

- ✓ 協力連携
- ✓ 地域住民
- ✓ 情報発信

これらの改善がないと  
方策は機能しない

# 養蚕文化が方策の糸口となる

## 群馬県と親和性の高い「ある物」 (= 地域ブランド?)

順位	市区町村名	%
1	(1) 夕張市	42.2
2	(2) 札幌市	38.5
3	(3) 仙台市	34.2
4	(6) 喜多方市	32.7
5	(5) 函館市	32.4
6	(9) 浜松市	31.5
7	(4) 宇都宮市	31.2
8	(8) 松阪市	30.8
9	(20) 小樽市	28.7
10	(24) 明石市	28.4
1000 市区町村平均		4.5

食品想起率ランキング (令和6年度)

市区町村の**地域ブランド**がある  
地域経済・地域全体を活性化

**都道府県単位**の地域ブランド  
大阪のたこ焼き・お好み焼き  
宮城の牛タン 香川のうどん

**群馬県**の地域ブランドは？

対象	特徴	詳細
外見	特徴的な見た目	
	見栄えが良い、紅白で縁起が良い 飾り物に見える (知らない人は食べ物とは思わない)	
食べ物	様々な料理に使いそう	
	主食、前菜、主菜、副菜、デザート、どれなのか不明 工夫やアレンジが出来そう (中に何か入れる、練り込む)	
	美味しくない (改善の余地がある)	
歴史・背景	養蚕業の中心は群馬県だった	
	日本の近代化に群馬の生糸が貢献	
	今も作る習慣が受け継がれている	
	養蚕に縁のある地域の雰囲気にあう 郷土料理として紹介 (農林水産省) 当時の建築物が世界遺産に登録	



# 方策① インバウンド (訪日外国人) に向けて発信

## 県下すべてのJAでまゆ玉を飾って興味を引く

情報収集の主流は **SNS**

・いかにして**視覚**で興味を引くか



- ① **障壁の存在**
- ・期間 (正月) 限定
  - ・保存が効かない

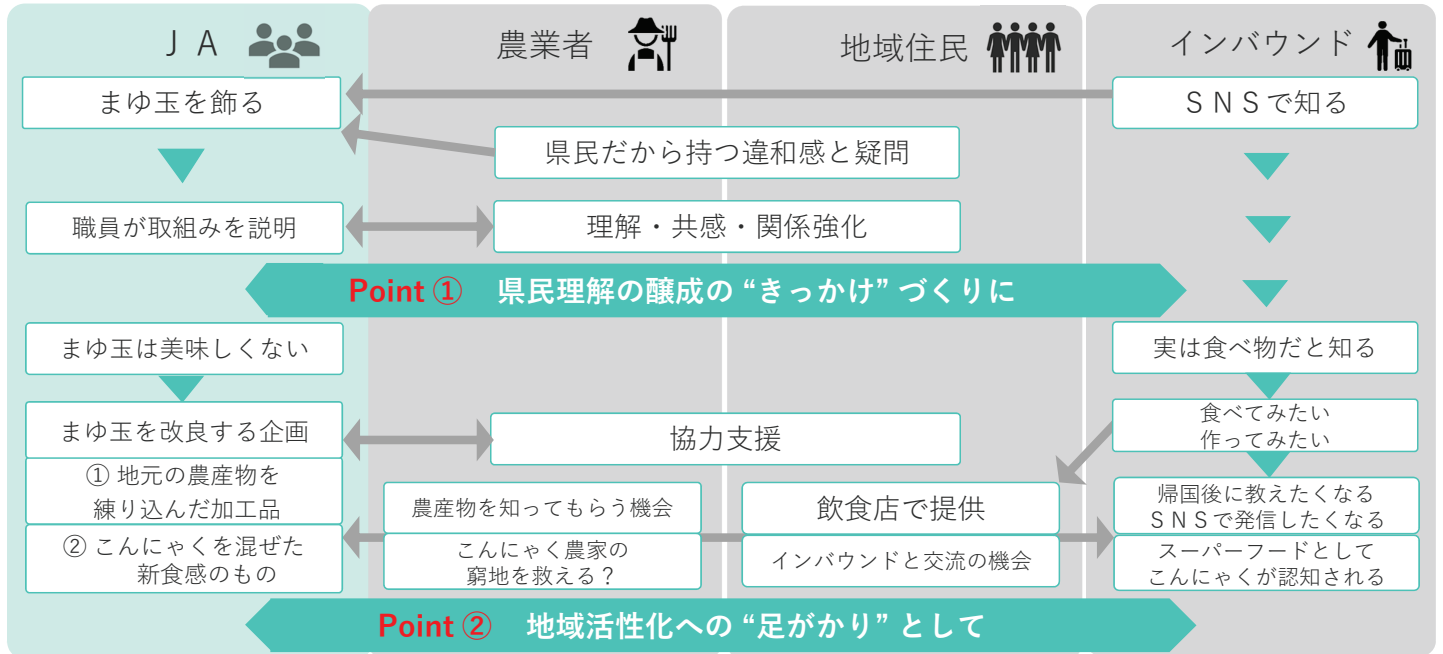


② **これで興味を引ける？**

JAとインバウンドの接点が果たしてあるのか？

# あるJAでまゆ玉を活用したプロセス（主力品目：こんにゃく）

## ▶ 表向きはインバウンド向けだが、実は地域のつながりを生み出す



## 方策② オールぐんまプロジェクト

### ▶ 農業者の所得増大につなげる

**「すき焼き応援県」宣言。**

群馬県は、豊かな大地の恵みにあふれた県です。たどたどしい、全国でも群馬の高い上質な牛肉があります。中でも上州和牛は、日本で初めて生への輸出を開始し、海外にもその販路を広げています。加えて日本一のこんにゃく、全国にその名を知られる下仁田ネギや、生しいたげ、白滝、春菊……。

群馬県は、「すべての食材を県産でまかなえるすき焼き」を、自給率100%の県なのです。

本年六月、東京野菜と群馬産産物群が世界遺産に登録されました。これを機に、県外のみならず海外から訪れるお客様を、心からおもてなす料理として、県の魅力が結晶したすき焼きこそがふさわしいと考えました。

これから、群馬は「すき焼きを推奨し、県民の自給率を向上して全国に向けて発信してまいります。」

群馬県のマスコット「ぐんまちゃん」も好き好き「すき焼き大使」に任命し、「すき焼き」大好きな輪をどんどん広げて行くことを、ここに宣言いたします。

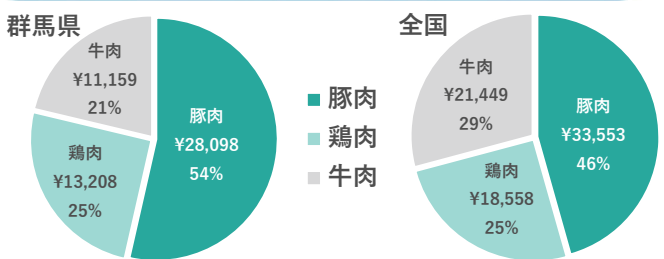
「群馬の」農産物の需要増加  
「群馬の」農業者の所得増大  
2つを実現する夢のような方策

すべての食材を県産で  
まかなえる料理

最適解は…  
**『鍋料理』**  
・多くの野菜  
・好みの肉で

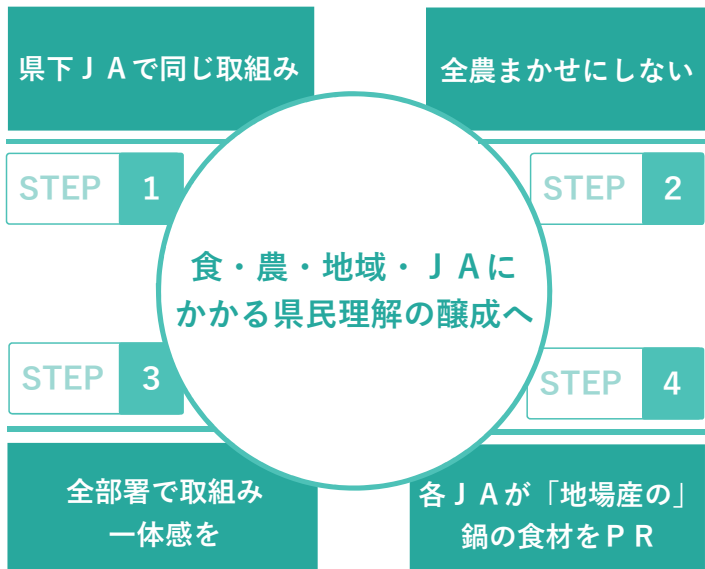
まゆ玉を加える  
(鍋の特徴をプラス)

**オールぐんまの鍋**



# おわりに

## ▶まゆ玉 + ぐんまの鍋 取組み方の提案 ～つなげる意識がポイント～



## たのふじ

JAとみんなをつなぐ情報誌



今月の表紙は高崎市新町の生産者、藤巻守さん。9年前に就農し、徐々に農地を拡大。小麦6畝、米4畝、大豆2畝などを栽培しています。

大学卒業後、海上自衛隊へ入隊し、飛行機を操っていた藤巻さんは、30歳の時に地元の高校教諭に転職。生徒に地理・歴史を教えながら週末は農家の父を手伝いました。57歳で早期退職し専業農家となると、地元の先輩農家から農業を学びました。

「主食は自分たちの手で作りたい」と話す藤巻さん。その理由を11ページで深掘りします！

### 深掘りノート

藤巻さんが米や麦など主食の栽培にこだわるのには理由があります。海上自衛官だった1980年代、東西冷戦の緊張が高まり、津軽海峡上空をパトロールする任務に就きました。このとき、アメリカの海運会社のばら積み貨物船がソ連に小麦を運んでいたのです。主食を敵国の輸入に頼る場面を目の当たりにし、危機感を肌で感じたのです。

「日本のカロリーベースでの食糧自給率は3年連続で38%。食料安全保障の確保に向け気運を高めなければならない」と話す藤巻さんの言葉には重みがあります。

今後は新たな担い手を呼び込むために稼げる農業を確立し、後進の育成に取り組むたいと話しました。