

# J A 胎内市自己改革（29年度）実践報告

## 3年目（30年度）の成果目標

- ①担い手経営体の面積シェア(全水田面積) 60% ②正組員数の維持(3,000人) ③販売品取扱高(合計額) 4%アップ(50億円) ④園芸の販売品取扱高 10%アップ(6.5億円)  
 ⑤園芸重点品目作付面積 20%アップ(90 ha) ⑥総合ポイント制度会員の拡大 (5,800人) ⑦准組員数の拡大 (2,150人)

成果目標実現に向けた 重点施策と3年後の目指す姿		年次別工程(実施具体策・到達目標)			責任部署
		29年度目標	29年度成果	30年度目標	
地域農業の担い手の育成・支援	担い手経営体の育成・支援により、6割の生産をカバーする。	○Web農業簿記システムの利用者拡大 ○新規就農支援メニューの検討	評価◎ 新規就農者の増加と圃場整備の本換地により、担い手への農地集積が進んだ。次年度以降の法人化・組織化に向けて継続した提案及び誘導を進めた。	○新規就農支援開始	営農指導課
	評価指標：担い手経営体の面積シェア	目標：58% (2,030ha)	実績：63% (2,226ha)	目標：60% (2,100ha)	
	担い手経営体に対するJAの個別対応を強化し、経営を支援する。	○TACと経済渉外、融資専任渉外、LAの連携強化 ○生産コスト低減に向けた提案力の強化 ○各地域内の経営体絞り込みによる結びつき強化	評価○ 目標とする訪問回数には到達しなかったものの、提案力強化により、稲作経営体の園芸導入が増加した。次年度は対象者を絞り訪問回数を増やして経営支援する。	○TACと経済渉外、融資専任渉外、LAの連携強化 ○生産コスト低減に向けた提案力の強化 ○経営内容を支援できる体制の強化	
評価指標：毎月の担い手経営体への訪問回数	目標：140件/3回	実績：140件/2.1回	目標：120件/4回		
生涯現役・一生農業運動を展開し、多様な担い手を確保する。	○自給的農家、定年帰農者向け畑作講習会開講	評価○ ターゲットを絞った組員加入推進と総合ポイント制度加入と合わせ、直売所メール等により迅速な情報を発信した。	○作目別講習会の拡大	営農指導課	
	評価指標：正組員数	目標：3,100人以上	実績：3,115人		目標：3,000人以上

成果目標実現に向けた 重点施策と3年後の目指す姿		年次別工程(実施具体策・到達目標)			責任部署
		29年度目標	29年度成果	30年度目標	
園芸生産の拡大	園芸重点品目の生産を拡大し、生産面積90haを達成する。	○砂丘地での生産拡大 ○選果場の整備 ○中山間地品目の定着化	評価◎ 所得確保に向けた契約栽培推進により、目標とした面積は大幅にクリアした。今後はさらなる面積拡大と中山間地での園芸生産定着化が課題となる。	○品目の産地化及びブランド化推進	営農指導課
	評価指標：重点品目作付面積	目標：85ha	実績：103.5ha	目標：90ha	
	重点品目の需要喚起と契約栽培の導入・拡大を図り、販売取扱高を拡大する。 (生食人参・加工人参)	○契約栽培の拡大 ○産地化PR ○販路拡大	評価◎ 人参選果設備の更新により、面積・収量ともに増加し、産地PRができ、販路拡大に繋がった。	○契約栽培の拡大 ○産地化PR ○販路拡大	
評価指標：人参販売数量	目標：1,000トン	実績：1,390トン	目標：1,000トン		
農産物直売所を生生涯現役・一生農業運動の拠点と位置づけ、その売上げを25%アップする。	○新規登録生産者の拡大 ○イベント、キャンペーンの通年化	評価△ 生産者及び販売高は順調に伸びているものの目標には届かなかった。引続き生産者の拡大とイベント、キャンペーンの開催により集客と地域活性化に貢献する	○新規登録生産者の拡大 ○イベント、キャンペーンの通年化	購買課 営農指導課	
	評価指標：直売所販売高(生産者出荷分)	目標：9千5百万円	実績：8千9百万円		目標：1億円

成果目標実現に向けた 重点施策と3年後の目指す姿		年次別工程(実施具体策・到達目標)			責任部署
		29年度目標	29年度成果	30年度目標	
米の品質向上と多様な品揃え	土づくり、情報配信の徹底により1等米比率を高安定化させる。	○土づくり資材の普及拡大 ○生育調査データのフィードバック ○地域銘柄肥料の統一化	評価○ 農作業カレンダーを始めとする各種情報の提供と生育診断によるタイムリーな情報発信に努め、1等米比率90%以上は確保した。また、土壌マップを作成し、地域における最新の現状把握ができ、良質な土づくりに向け提案ができた。	○土づくり資材の普及拡大 ○生育調査データのフィードバック ○地域銘柄肥料の統一化	営農指導課 購買課
	評価指標：1等米比率	目標：95%以上	実績：90.3%	目標：95%以上	
	コシヒカリ以外銘柄への誘導を進め、多様な品揃えによる需要拡大を図る。	○新品種「新之助」への誘導	評価△ 新之助や多収性品種の作付拡大は図られたが、目標値には届かなかった。次年度以降も継続して需要に応じた米生産を推進する。	○新品種「新之助」への誘導	営農指導課
	評価指標：コシヒカリ作付率	目標：72%以下	実績：73%	目標：70%以下	
	差別化商品としての「こだわり米」の取扱を拡大する。	○新たな需要の掘り起し ○実需へのセールス活動	評価△ こだわり米区分数量は前年度より増加したが、目標値には届かなかった。販路拡大に向けた米卸訪問と販促活動を継続的に実施した。	○新たな需要の掘り起し ○実需へのセールス活動	利用販売課
	評価指標：こだわり米取扱量	目標：1,700ト	実績：1,420ト	目標：1,800ト	

成果目標実現に向けた 重点施策と3年後の目指す姿		年次別工程(実施具体策・到達目標)			責任部署
		29年度目標	29年度成果	30年度目標	
JA事業・イベントを通じて地域の活性化	小学生の農業体験支援の充実。	園芸作物の体験を追加(学年等学校と協議)	評価○ 市内5小学校の学校学校水田で田植え、稲刈り体験支援に加え、園芸の屋外学習支援を実施した。	学童への農業体験支援の充実	営農指導課
	地産地消の拠点である直売所を通じた農業と地域経済のパートナーづくり。	○総合ポイント制度を活かした組合員の加入促進 ○イベント・キャンペーンの拡充による来店者の拡大	評価◎ ポイント制度の有利性を訴求した加入促進により、ポイント会員は412名の増加となった。イベント・キャンペーン内容の見直し等により直売所年間来店者数は前年比4,728名の増加となる。	○総合ポイント制度を活かした組合員の加入促進 ○イベント・キャンペーンの拡充による来店者の拡大	
	評価指標：ポイント会員の拡大	目標：5,600名	実績：6,059名	目標：5,800名	
	総合事業を通じた生活インフラとしての機能を維持・発展させるためアクティブ・メンバーシップとしての准組合員の拡大。	○協同組合理念の積極的PR ○アクティブ・メンバーシップとしての准組合員募集	評価△ 協同組合の理念の理解と、事業・活動への積極参画を目指し加入促進を図る。HP・広報誌等への掲載とイベント来店時におけるPRを実施するも目標には届かなかった。	○協同組合理念の積極的PR ○アクティブ・メンバーシップとしての准組合員募集	企画管理課
	評価指標：准組合員数の拡大	目標：2,050名	実績：1,986名	目標：2,150名	
准組合員、地域住民にも参加いただける収穫感謝祭の開催。	○新たな企画と若年層へのPR ○広報活動の強化	評価◎ 新たな企画として、生産者、消費者、地域住民等を対象とした交流の場と地元農畜産物のPRを兼ねて地産地消大収穫祭を企画した。市内外より総勢176名の参加により開催した。	○新たな企画と若年層へのPR ○広報活動の強化	営農指導課 企画管理課	