

自己改革進捗状況

1. 営農指導事業

ビジョン	重要施策・行動計画	進捗状況			数 値 目 標	数 値 目 標 進 捗
		2016	2017	2018		
組合員の営農を守る「持続可能な農業」の実現	1. 「梨北農業づくり」の実践による農業生産の拡大					
	(1) 地域農業の基盤となる地域に根付いた「担い手」の育成 (多様な担い手：ベテラン農家・兼業農家・農地委託農家) (担い手経営体：大規模農家・法人・集落営農)					
	① 地域の担い手とのパートナーシップの強化	○	○	○	生産部会交流会 1・2・3回	1・1・2回
	② 女性の担い手の視点を地域農業に反映	○	○	○	女性担い手交流会 1・2・3回	1・1・2回
	③ 生産現場の世代交代による新たな担い手に対するサポート	○	○	◎	新たな担い手講習会 3・6・9回	3・4・4回
	④ 経営環境の変化に即した担い手への支援	○	○	○	担い手相談会 3・6・9回	3・3・4回
	⑤ 営農指導員のスキルアップによる担い手の育成	○	△	○	営農指導員研修参加 5・8・13人	5・5・13人
	⑥ 担い手のスキルに合わせた巡回型営農指導	△	○	○	巡回型営農指導 勤務総時間比30・40・50%	24・42.4・13.6%
	⑦ 営農指導員の広域的専門体制による対応	△	○	△	営農指導員資格 9人(各年3)取得・31人体制	6人(3・2・1人)取得・26人体制
	⑧ 営農指導員の育成による地域密着型営農指導の実践	○	○	△		
	(2) 地域農業を維持する「栽培技術」の伝承					
	① 新たな担い手に「土づくり」の基礎知識を指導	○	◎	○	土づくり講習会 2・3・4会場	7・11・6会場
	② 先進的栽培技術の指導および低コスト生産技術の普及	△	△	○	水稻疎植栽培面積 31haから各年10%増	152(490.3)・207(136.1)・201.4(97.2)ha(前年比%)
	③ 「2畝3畝農業」による多様な担い手の育成	○	△	△	野菜栽培面積 25haから各年50a増	20.1(80.4)・2.9(14.4)・1.3(44.8)ha(前年比%)
	④ 「見える営農指導・伝える営農指導」による栽培技術の指導	△	△	△	営農指導メモ普及 正組合員数比30・40・50%	20.1(2,274)・7.9(945)・8.0(935)% (枚)
	⑤ 持続可能な環境保全型農業の推奨	○	○	○	エコ取得(毎年更新) 5・6・7部会	5・7・7部会
	⑥ 「気象に打ち勝つ農業」への取り組み	○	△	○	耐暑性品種導入 6品種増(1・2・3増)	米「五百川」・早取り人参・ぶどう「甲斐ベリー3」
	⑦ 営農指導員日誌による地域に特化した栽培技術の可視化	△	△	△	地域特性栽培技術可視化 60品種(10・20・30品種)	17品種(6・7・4品種)
	⑧ JA梨北メール配信サービスによるリアルタイムな情報の発信	△	△	○	メール登録 正組合員数比15・20・30%	0.99(117)・1.1(128)・1.4(158)% (件)
	⑨ 最先端技術の導入による優良素牛の確保	○	○	○		
(3) 選ばれる産地を目指す「売れるものづくり」の推進						
① 農政改革の水田フル活用に対応した「売れる米づくり」	○	△	○	酒造好適米栽培面積 90・95・100ha	49.7(55.2)・54.8(57.6)・75.4(75.4)ha(目標比%)	
② 利用者目線を重視した「売れるものづくり」	○	◎	○	新品種栽培 3品種増(各年1)	ぶどう「甲斐のくろまる」・もも「なつおとめ」「夢みずき」 スイスチャード・サラダカブ・アイスプラント・ズッキーニ 早取り人参・マンゴー・中国菜・ルッコラ・ミニトマト	
③ 『りほく堆肥“土の里”』を使用した「こだわり農産物」の生産	○	○	○	土の里使用 100,000・105,000・110,000袋	119,447(119.4)・108,609(103.4)・114,197(103.8)袋(目標比%)	
④ 地域に根付いた担い手の栽培技術に基づく契約栽培	○	○	○	契約栽培 3品種増(各年1)	米「五百川」(榊吉屋穀店)・早取り人参(榊オギノ) ぶどう「デラウェア」(大阪大果)	
⑤ 『梨北さんち』シリーズによる「つくること」の楽しみの提案	△	△	○	梨北さんち栽培面積 150a増(各年50a)	46a増(6・29・11a) 目標比30.6%	
⑥ 「2畝3畝農業」による農産物直売所への出荷	○	○	△	直売所出荷精算金 7億1,200万・7億2,600万・7億4,000万円	6億8,269万(95.8)・6億8,793万(94.7)・6億9,362万(93.7)円(目標比%)	
2. 農地継承の円滑化による農地フル活用の実践						
(1) 農業の多面的機能を維持する「農地」の保全						
① 農地の重要性・必要性に関する情報発信	○	△	○	広報誌『りほく』記事掲載 1・2・3回	0・1・2回	
② 農作業受委託事業の円滑化による農地の保全	○	○	○	農作業受託面積 200・230・250ha	389.4(194.7)・329(143.0)・311(124.4)ha(目標比%)	
③ 農業経営事業による農政改革に対応した品種の模索	△	△	○	農業経営事業面積 9・10・11ha	10(111.1)・3.9(39.0)・13.2(120.0)ha(目標比%)	
④ 農地中間管理機構(農地利用集積円滑化団体)と連携した農地の保全	△	○	△	農地利用円滑化面積 4.8・6・8ha	0(-)・10(166.6)・0(-)ha(目標比%)	
⑤ 地域の担い手とのパートナーシップによる耕作放棄地の解消	△	△	○	耕作放棄地解消 3ha(各年1)	4.3ha(3.6「米・もも・ぶどう」・0・0.7「野菜」) 目標比143.3%	
⑥ 鳥獣害防止対策による栽培環境の保全	○	△	○	狩猟免許取得 3人(各年1)・6人体制	7人(3・0・4人)取得・8人体制	
(2) 地域コミュニティによる「メンバーシップ」の強化						
① 行政と連携した地域農業振興	○	○	○			
② 担い手経営体と連携した地域農業振興	○	○	○			
③ 生産部会と連携した基幹作物の生産振興	○	△	○	生産部会栽培面積 前年比100・102・102%	100.0(野菜5a増)・99.0・100.5(果実4ha増・野菜5.37ha減)%	
④ 多様な担い手による協同活動の展開	△	○	△			
⑤ 多様な担い手と担い手経営体をつなぐ役割の発揮	△	○	○			

ビジョン	重要施策・行動計画	進捗状況			数値目標	数値目標進捗
		2016	2017	2018		
社会に対する農業の逼迫状況の伝達	3. 生消連携による国産農畜産物の重要性の共有					
	(1) 日本農業の重要性の認識による「リスク」の回避					
	① TPPが及ぼす日本農業の危機的状況の認識	○	○	○		
	② 中山間地域の農業および家族農業に対する国策の要請	○	○	○		
	③ 日本の「食」を外国に委ねる危険性の提唱	○	○	○		
	④ 農政改革が及ぼす米産地への影響の認識	○	○	○		
	⑤ 自己改革の実践および進捗管理	○	○	○		
	(2) 「安全・安心」な「食」の提供					
	① 生産サイドと消費サイドの相互理解	◎	◎	○	軽トラ市マルシェ梨北 各年4回	各年4回
	② 農産物認証制度取得による「安全・安心」の可視化	○	◎	○	甲斐のこだわり認証 3品種増(各年1)	花豆いんげん・米(一部生産者)
	③ GAP(農業生産管理工程)による「安全・安心」の共有	△	○	○		
	④ 担い手の高齢化に対応した適正な飼養管理	×	○	○		
⑤ コンプライアンス・マニュアルおよび個人情報取扱規程に則した業務	◎	○	○			
⑥ コンプライアンスおよび利用者保護に関する教育研修	◎	○	○			

◎・・・計画どおり取り組んだ ○・・・概ね計画どおり取り組んだ △・・・取り組んだが、進捗が悪かった ×・・・取り組んでいない

2. 販売事業

ビジョン	重要施策・行動計画	進捗状況			数値目標	数値目標進捗
		2016	2017	2018		
生産者とのパートナーシップによる販売戦略	1. 「梨北ブランド」の展開による生産者所得の向上					
	(1) 生産物統一ブランド『メイドイン梨北』の全国的展開					
	① 「産地ブランド」と『メイドイン梨北』の相乗	○	◎	◎	販売品販売高 40億2,707万・40億3,000万・40億3,000万円	43億5,968万(108.2)・43億5,537万(108.0)・42億1,608万(104.6)円(目標比%)
	② 出荷資材による『メイドイン梨北』の全国的アピール	○	◎	◎	ロゴ入り出荷資材 7種類増(1・2・4増)	ぶどう1房用化粧箱・ぶどう化粧箱・マンゴー化粧箱・メイドイン梨北化粧箱
	③ 『メイドイン梨北』の産地イメージによる有利販売	○	○	○	市場販売高 36・36・37億円	42(116.6)・40.6(112.7)・41(110.8)億円(目標比%)
	④ 最上級品の称号『メイドイン梨北エクセレント』の付加価値販売	△	◎	○	エクセレント 3品種増(各年1)	ぶどう「甲斐のくろまる」「シャインマスカット」・もも「夢みずき」
	⑤ 生産者とのパートナーシップによる『メイドイン梨北』の展開	○	○	○	生産部会説明会 3回(各年1)	3回(各年1)
	(2) 『梨北米』ブランドの全国的アピール					
	① 「特A」評価による“おいしい米”『梨北米』のイメージの定着	○	○	○	梨北米販売高 各年15億6,000万円	17億3,200万(111.0)・17億3,707万(111.3)・16億5,619万(106.1)円(目標比%)
	② 山梨県を連想させる特別栽培米『梨北信玄米』の付加価値販売	△	△	○	(梨北信玄米含む)	
③ ネット空間による『梨北米』の全国的アピール	△	△	○	ネット販売高 250・300・350万円	52(20.8)・10(3.3)・326(93.1)万円(目標比%)	
④ 家庭用『梨北米』・酒造好適米『梨北米』・外中食用『梨北米』の相乗	○	△	○	多収穫米販売高 各年1,750万円	1,500(85.7)・836(47.7)・840(48.0)万円(目標比%)	
⑤ 『梨北米』の6次産業化商品による多彩な展開	○	○	○	商工連携商品開発 3品(各年1)	山梨のこしひかり濁酒・サブレ	
(3) 生産物の自然の姿を伝える『マルシェ梨北』						
① 「安全・安心・新鮮」のシンボル『マルシェ梨北』の浸透	○	△	○	農産物直売所売上 9億7,783万・10億300万・10億780万円	10億299万(102.5)・9億365万(90.0)・9億2,209万(91.4)円(目標比%)	
② ネット直売所『マルシェ梨北』による「見えない利用者」へのアピール	△	△	○	ネット販売高 250・300・350万円	52(20.8)・10(3.3)・326(93.1)万円(目標比%)	
③ 軽トラ市『マルシェ梨北』による生産者と消費者の交流	◎	△	○	軽トラ市来場者 1,436人から各年10%増	1,341(93.3)・1,053(78.5)・916(86.9)人(前年比%)	
④ 地産地消による「産地が見える安全・安心」の提供	○	△	○	女性部おすすめシール 各年5,000枚	10,700(214.0)・5,500(110.0)・2,200(44.0)枚(目標比%)	
⑤ 「廃棄ゼロ」を目指すコミュニティビジネスの展開	△	×	△	梨北さんちのおかず材料 6品提供(1・2・3品)	2017年12月生産終了 野菜の買取販売に変更(レタス・パプリカ)	
(4) 『梨北さんち(産地、○○さんのお宅)』シリーズによるイメージ戦略						
① 『梨北さんち』のカラフルシリーズによるインパクト	△	○	○	カラフルシリーズ 3品目増(各年1)	サラダカブ「もものすけ」・ミニトマト	
② 『梨北さんち』シリーズによる「見て・作って・楽しむ食」の提供	△	○	○	梨北さんちシリーズ 3品目増(各年1)	ジャガイモ「はるか」「デストロイヤー」	
③ 『梨北さんち』のアピールによるJA梨北のイメージアップ	△	△	○	農産物直売所売上 前年比110・115・115%	107.1・90.0・95.7%	
④ 『梨北さんちのおかず』による地産地消	△	×	×	梨北さんちのおかず購入 120人増(30・40・50人増)	2017年12月生産終了 野菜の買取販売に変更(レタス・パプリカ)	
⑤ 『梨北米』にこだわる食事処『梨北さんち』の店舗づくり	△	×	×	食事処売上 210・250・300万円	153万円(目標比72.8%)・2018年3月指定管理者終了(農産物直売所でのアピールに変更)	
プロダクトアウトからマーケットインへ移行	2. 「つくったものを売る」から「売れるものをつくる」への転換					
	(1) 米産地の生き残りをかけた『梨北米』の新たな需要開拓への挑戦					
	① 「おいしさ」にこだわる家庭用『梨北米』の新たな需要開拓	○	△	◎	米直接販売 6取引増(各年2)	スズラン酒造工業(有)・(株)ミツハシ・長谷川糧穀(株)・笹一酒造(株)
	② 『りほく堆肥“土の里”』を使用したこだわり米『梨北信玄米』の県外進出	△	□	○	梨北米卸取引 3社増(各年1)	(株)セブン-イレブンジャパン・(株)ミツハシ・(株)アグリ吉野家 I S
	③ 外中食用『梨北米』による新たな販売チャネルの確保	◎	○	◎	(梨北信玄米・外中食米含む)	
	④ 酒造業者と提携した「酒造好適米」の契約販売の拡大	○	○	◎	酒造好適米販売高 1億3,500万・1億4,250万・1億5,000万円	7,830万(58.0)・9,832万(68.9)・1億170万(67.8)円(目標比%)
	⑤ ニーズに合わせた「紫黒米」の安定供給	◎	○	◎	紫黒米販売高 各年3,700万円	4,330(117.0)・2,685(72.5)・1,560(42.1)万円(目標比%)
	⑥ 『梨北米』限定で加工した米粉商品の拡販	○	◎	○	米粉商品取引先 3社増(各年1)	(株)シャトレーゼ・(株)おぎはら
	(2) 付加価値の増大による「売れるものづくり」の追求					
	① 利用者目線を重視した「売れるものづくり」への挑戦	△	◎	○	販売先 3取引増(各年1)	イトーヨーカドー(野菜5種)・栃木宇都宮青果(ズッキーニ)・宮崎青果(もも)
② 未来の「安全」を守る国産農畜産物の付加価値販売	△	◎	○	認証農産物 3品種増(各年1)	ぶどう「甲斐のくろまる」「シャインマスカット」「甲斐ベリー3」	
③ 耕畜連携ストーリーをアピールした「こだわり農産物」の販売	○	◎	○	こだわり農産物 3品目増(各年1)	花豆いんげん・米(一部生産者)・南瓜・長ねぎ	
④ 女性の視点を活かしたパッケージおよび販売戦略	△	◎	○	新パッケージ開発 3種類(各年1)	米キューブ・カップシーラー・化粧箱「マンゴー」「ぶどう」「メイドイン梨北」	
⑤ 情報の入手による需要時期を先読みした有利販売	○	○	○	市場販売高 36・36・37億円	42(116.6)・40.6(112.7)・41(110.8)億円(目標比)	
⑥ 産地をアピールした契約販売による農業生産の拡大	○	○	○	契約販売 3品種増(各年1)	ぶどう(サントリーホールディングス(株)・大阪大果北部市場・大阪全農センター)	
⑦ 有利販売・販売コストの軽減を目的とする共選場所の集約	△	○	○	共選所集約 2か所	穴山共選所(若神子新町に移動)	
(3) マーケットインによる「選ばれる農産物直売所」の実現						
① MVF(私のお気に入り生産者)を介した生産者と消費者の意識の融合	△	△	△	MVF(最優秀生産者)投票率 745票から各年10%増	1,280(171.8)・936(73.1)票(前年比%) 2018年5月終了	
② 「今摺り米」による新鮮な『梨北米』の提供	◎	△	○	米販売高 1億1,598万・1億2,200万・1億2,800万円	1億1,095万(95.6)・1億167万(83.3)・9,697万(75.7)円(目標比%)	
③ 消費者の購買意欲を掻き立てる「旬」を感じる店舗づくり	○	△	○			
④ 農産物直売所の特性を発揮する生産物のアピール	○	△	○			
⑤ 生産者に対する「売れるものづくり」の啓蒙	○	△	○			
⑥ 地産地消を基軸としたコミュニティビジネスの発掘	○	□	△			
⑦ コンプライアンスを重視した品質管理および適正表示	◎	○	◎			

◎・・・計画どおり取り組んだ ○・・・概ね計画どおり取り組んだ △・・・取り組んだが、進捗が悪かった ×・・・取り組んでいない

3. その他営農関連事業

ビジョン	重要施策・行動計画	進捗状況			数値目標	数値目標進捗
		2016	2017	2018		
組合員の営農を支える施設の運営	1. 地域農業を支援する「省力化」の提供					
	(1) 地域農業の高齢化に対応する育苗センターの運営					
	① 利用事業施設運営委員会による生産現場の「声」の反映	○	△	○	水稻苗供給 216,400・220,700・225,100枚	216,125 (99.8) ・ 215,237 (97.5) ・ 207,517 (92.1) 枚 (目標比%)
	② 生産コストおよび環境負荷を軽減する温湯消毒の促進	○	○	○	温湯消毒 26,700・27,200・27,700kg	44,620 (167.1) ・ 48,289 (177.5) ・ 44,717 (161.4) kg (目標比%)
	③ 広域的品種別育苗センター構想による異品種混入防止対策	△	◎	△	育苗品種集約率 10・20・30%	3.6 (生産枚数集約) ・ 44.4 (8種/18種) ・ 43.7 (7種/16種) %
	④ 生産者の高齢化に伴う利用の増加に対応した安定供給	△	△	○	利用者数 2,789人から各年2%増	2,819 (101.0) ・ 2,727 (96.7) ・ 2,774 (101.7) 人 (前年比%)
	⑤ 育苗センターの利用による労働力の軽減	○	○	○		
	⑥ 水田フル活用に対応した設備投資	○	○	△		
	(2) 共乾施設の利用による『梨北米』の品質の平準化 (カントリーエレベーター・ライスセンター)					
	① 「売れる米づくり」に対応した広域的品種別共乾施設構想	○	□	◎	共乾施設利用 5,700・5,800・5,900 t	5,399 (94.7) ・ 5,653 (97.4) ・ 5,501 (93.2) t (目標比%)
	② 施設別取扱品種の集約による異品種混入リスクの回避	○	○	◎	施設集約 3品種 (各年1)	夢山水・ひとごち・ひとめぼれ
	③ 共乾施設の均一調製による品質の平準化	○	○	◎		
	④ 共乾施設の利用による労働力の軽減	○	◎	◎	利用者数 1,700・1,750・1,800人	1,771 (104.1) ・ 1,806 (103.2) ・ 1,830 (101.6) 人 (目標比%)
	⑤ 米産地を維持するための設備投資	○	○	◎		
	(3) 耕畜連携の原点となる『りほく堆肥“土の里”』の生産管理 (有機センター)					
	① 環境に配慮した製造工程の遵守	○	○	◎	土の里生産 100,000・105,000・110,000袋	96,750 (96.7) ・ 94,620 (90.1) ・ 111,714 (101.5) 袋 (目標比%)
	② 耕畜連携の基礎を支える設備投資	△	○	○		
	③ 『りほく堆肥“土の里”』による生産コストの低減	○	○	○		
	④ 「こだわり農産物」の原点となる製造量の確保	○	△	○		
	(4) 専用プラントによる異品種混入リスクの回避					
① 黒米プラントによる「紫黒米」の安定供給	◎	△	◎	紫黒米栽培面積 各年17ha	22 (129.4) ・ 12 (70.5) ・ 10.8 (63.5) ha (目標比%)	
② 種子プラントの全利用による優良種子の確保	○	◎	◎	種子圃栽培面積 各年20ha	20 (100.0) ・ 20 (100.0) ・ 17.9 (89.5) ha (目標比%)	
③ 国産大豆の需要に即した生産拡大に対応する大豆プラント	○	◎	◎	大豆栽培面積 30・33・36ha	34 (113.3) ・ 30 (90.9) ・ 33.2 (92.2) ha (目標比%)	
④ 国産小麦「ゆめかおり」の生産拡大に対応する小麦プラント	△	◎	◎	ゆめかおり栽培面積 26・28・30ha	23 (88.4) ・ 24 (85.7) ・ 22.7 (75.6) ha (目標比%)	

◎・・・計画どおり取り組んだ ○・・・概ね計画どおり取り組んだ △・・・取り組んだが、進捗が悪かった ×・・・取り組んでいない

4. 購買事業

ビジョン	重要施策・行動計画	進捗状況			数 値 目 標	数 値 目 標 進 捗
		2016	2017	2018		
「持続可能な農業」を支える生産資材事業	1. トータルコスト低減および利便性を追求する生産資材事業 (1) 利便性を求める多様な担い手（ベテラン農家・兼業農家・農地委託農家）の対応 ① J A 梨北メール配信サービスによる生産資材情報の提供 ② 仕入先の有利性判断による生産資材価格の引き下げ対策 ③ 営農指導と連携した低価格生産資材・省力生産資材の提供 ④ 多様な担い手のニーズに対応した価格体系および営業体制 ⑤ 新規就農者・認定農業者をターゲットとした事業クロスセル ⑥ 生産現場の世代交代および農業環境の変化に対応した相談サービス ⑦ 農業収支の記帳・帳簿等の保存義務に対応する帳票の提供 (2) 担い手経営体（大規模農家・法人・集落営農）のニーズに合わせた個別対応 ① 担い手経営体ごとの営農形態に即したサポート ② 取引条件に応じた弾力的な生産資材価格の設定 ③ 担い手経営体専任担当者によるアップセル ④ ファンド・リース・融資を活用した設備投資の提案 ⑤ 企業を含むニューパートナーに対する出向く体制 (3) 生産資材専門店『J A グリーンりほく』の優位性の発揮 ① 生産資材専門店の特長（高品質な品揃え等）をアピール ② ポイント還元による特典およびクレジットカード対応による利便性の提供 ③ 利用者ターゲットを明確にした売り出し・イベントによる集客 ④ 「営農情報ネットワーク」を活用した相談業務の充実 ⑤ 栽培ステージを先行した営農情報の発信	△	△	△	生産資材供給高 20億6,242万・20億9,500万・21億2,900万円 メール登録 正組員数比15・20・30% 低価格肥料取扱 9・11・13品目 低価格肥料供給 27,500・30,000・32,500袋 価格6体系（4・5・6体系） 農業従事者営業活動 農業従事者（賦課金より）数比50・60・70% おまかせ注文 62・75・88件 農業収支帳票提供 正組員数比20・40・50%	19億1,918万（93.0）・18億9,700万（90.5）・18億5,332万（87.0）円（目標比%） 0.99（117）・1.1（128）・1.4（158）%（件） 9・11・13品目 24,113（87.6）・20,883（69.6）・18,201（56.0）袋（目標比%） 3（4・4・3）体系（予約自己取・予約・当用） 支店ごとに対応・58.0（5,953/10,263）・71.6（7,340/10,249）%（件） 111（179.0）・170（226.6）・260（295.4）件（目標比%） 13.6（1,547）・19.4（2,189）・18.5（2,069）%（件）
	2. 地域の生活インフラ機能を支える生活関連事業 (1) J A トータル利用で“お得な”燃料事業 ① L P ガス安全化システム『ガスキャッチ』による商系業者との差別化 ② J A - L P ガス保安センターの24時間監視による「安心」の優位性 ③ 震災時でも確保しやすいL P ガスの利便性のアピール ④ 燃料事業の複数取引割引によるニューパートナーの獲得 ⑤ ホームエネルギー関連機器の拡販 (2) 「豊かで暮らしやすい地域社会」を実現するための支援 ① 生産者の「声」を反映した農作業用品の提供 ② 利用者の健康志向に対応する生活用品の提供 ③ 災害に備える生活用品の提供 ④ 「安全・安心」を備えた豊かな「食」の提供 ⑤ 暮らしやすさと省エネルギー対策を備えた住環境の提案 (3) 地域に遍く対応する高齢者への支援 ① 「安全・安心・暮らしやすさ」を提案する“小さなリフォーム” ② 高齢者の負担をサポートする生活用品の提供 ③ 高齢者の暮らしを守る食生活の支援 ④ 高齢者に対する気配りサービスの充実	○	◎	○	生活物資供給高 11億3,948万・11億5,600万・11億5,900万円 ガスキャッチ設置 3,200（累計1,750・2,500・3,200）件 複数取引割引 153・160・170万円	9億2,679万（81.3）・9億7,286万（84.1）・9億1,885万（79.2）円（目標比%） 3,676（2,506・3,226・3,676）件（目標比114.8%） 167（109.1）・176（110.0）・151（88.8）万円（目標比%）
地域コミュニティの拠点となるセンターの運営	3. センターによる利用者視点のサービスの提供 (1) 農機センターのアフターサービスを付加価値とする販売 ① 一支店複数担当制による充実したサービス体制 ② 専任スタッフ（農業機械整備士）による利用者満足度の向上 ③ 担い手経営体をターゲットとした大型農業機械の提案 ④ 営農形態に合わせた小型・中型農業機械の提案 ⑤ 展示会・J A まつり等による商品の展示販売 (2) 自動車センターによる利用者層の拡大 ① 各種メーカーの情報および商品の一元化対応 ② マスター登録システムによるアフターサービスの充実 ③ 専任スタッフの事業クロスセルによる総合サービスの提供 ④ 支店との情報共有による営業活動 ⑤ 展示会・J A まつり・キャンペーン等による商品の展示販売	△	△	○	農業機械整備士3人育成（各年1）・11人体制 担い手経営体専任1・2・3人 イベント集客率 各年5%アップ	7（3・1・3）人合格・10人体制 1・2・3人 スプリングフェア1,628（93.5）・1,797（110.3）・1,644（91.4）人（前年比%） J A 梨北農機・自動車大展示会346（77.4）・374（108.0）・303（81.0）人（前年比%） J A まつり3,237（86.1）・2,835（87.5）・3,992（140.8）人（前年比%）
		△	△	○	イベント集客率 各年5%アップ	スプリングフェア1,628（93.5）・1,797（110.3）・1,644（91.4）人（前年比%） J A 梨北農機・自動車大展示会346（77.4）・374（108.0）・303（81.0）人（前年比%） J A まつり3,237（86.1）・2,835（87.5）・3,992（140.8）人（前年比%）

ビジョン	重要施策・行動計画	進捗状況			数値目標	数値目標進捗
		2016	2017	2018		
	(3) 女性の「声」を反映させた食材センター ① “忙しいあなた”に食材選択品目コースメニューの提案 ② 食材『ふれあいチョイス』によるニューファミリーの獲得 ③ 「JA梨北オリジナル注文書」による食品の拡販 ④ 『梨北さんちのおかず』による豊かな「食」の提供 ⑤ 自宅お届けシステムを好む次代の女性層に対するアプローチ (4) 配送センターと支店の連携による利用者ニーズへの対応 ① 農繁期における支店の生産資材在庫の充実 ② 支店と連携した拠点化構想による農繁期の休日対応 ③ 備車（契約車両）の有効活用による流通コストの削減 ④ 利用者ニーズに合わせた配送サービス	△ △ △ △ △ ○ × ○ ○	△ △ △ × △ ○ □ ○ △	△ △ △ × △ ○ △ ◎ ○		
業務体制の整備による利用者保護	4. 業務体制の整備による「信頼」の確保 (1) 業務の効率化および健全性の確保による事業基盤の拡充 ① 購買事業システムのカスタマイズによる業務の効率化 ② 代金回収方法まで想定した提案型推進による商品の提供 ③ 購買未収金回収管理・固定化未収金保全対策による健全性の確保 ④ 法定点検の適正な実施 ⑤ 自己改革の実践および進捗管理 (2) 自己改革を実践するための「人づくり」 ① 職員のスキルアップによる適正な業務 ② 事業クロスセルを意識した営業力のアップ ③ 生産現場の世代交代および利用者の高齢化に伴う相談対応 ④ 購買事業の運営に必須となる資格の取得 (3) コンプライアンスを重視した業務の遂行 ① コンプライアンス・マニュアルに則した業務の遂行 ② 個人情報取扱規程を遵守した利用者の保護 ③ 独占禁止法に則した推進業務 ④ 毒物・劇物に関する適正な業務 ⑤ コンプライアンスおよび利用者保護に関する教育研修	○ △ △ ○ ○ △ △ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	◎ ○ ○ ○ ○ ◎ △ △ △ ◎ ◎ ◎ ◎ ◎	○ ◎ ◎ ◎ ◎ ○ ○ ○ ○ ◎ ◎ ◎ ◎ ◎ ◎	危険物取扱者資格 9人（各年3）取得・65人体制 毒物劇物取扱者資格 9人（各年3）取得・42人体制 高圧ガス販売主任者資格 3人（各年1）取得・8人体制	5人（0・2・3人）取得・49人体制 2人（1・1・0人）取得・25人体制 5人（4・0・1人）取得・5人体制

◎・・・計画どおり取り組んだ ○・・・概ね計画どおり取り組んだ △・・・取り組んだが、進捗が悪かった ×・・・取り組んでいない

自己改革工程表

各 部 門 委 員 会	協 議 事 項 (1)
理 事 会	第 1 号 議 案

1. 営農指導事業

ビジョン	重 要 施 策	行 動 計 画	2019年度	2020年度	2021年度	
組合員の営農を守る「梨北農業づくり」の進化	1. 地域密着型営農指導による「梨北農業づくり」 (1) 営農指導員の機動力向上による生産者に寄り添った営農指導 (2) 農業の進化を先導するスマート農業	① 地域農業を守る営農指導員の充足（営農指導力の平準化） ② 「農の匠」と連携した栽培指導および営農指導員の育成 ③ 営農指導員トレーナー（ブロック別）の同行による圃場巡回型営農指導 ④ 専門営農指導員（米穀・果樹・野菜・畜産）による先進技術の提案 ⑤ 専業農家から家族経営農家まで地域を遍く対応する営農指導 ⑥ 「見える営農指導」と「伝える営農指導」の実践 ⑦ 気象情報を裏付けとした栽培方針による「気象に打ち勝つ農業」の実践 ⑧ 栽培技術（短梢剪定・疎植など）による生産コストの低減 ⑨ 総合事業体の優位性を発揮した営農の支援 ⑩ 営農指導員日誌を活用した地域特性の可視化	営農指導員2人取得（28人） 農の匠4人認証（4人） 10時間／1トレーナー／週（4～10月） 栽培技術講習会12回 800時間／1指導員／年 営農指導メモ700枚／1指導員 栽培方針4品目 栽培技術講習会12回 次世代農業者相談会2回 地域特性栽培技術可視化26品種	営農指導員2人取得（30人） 農の匠4人認証（8人） 10時間／1トレーナー／週（4～10月） 栽培技術講習会12回 840時間／1指導員／年 営農指導メモ800枚／1指導員 栽培方針4品目 栽培技術講習会12回 次世代農業者相談会2回 地域特性栽培技術可視化31品種	営農指導員2人取得（32人） 農の匠5人認証（13人） 10時間／1トレーナー／週（4～10月） 栽培技術講習会12回 880時間／1指導員／年 営農指導メモ800枚／1指導員 栽培方針4品目 栽培技術講習会12回 次世代農業者相談会2回 地域特性栽培技術可視化36品種	
	2. 「儲かる農業」の礎となる「売れるものづくり」 (1) GAPによる持続可能な農業の実践 (2) “おいしさ”の追求による主要農畜産物の進化 (3) マーケットインによる「売れるものづくり」	① アクティブ・メンバー（生産部会等）のGAP取得の支援 ② 山梨のブランド『梨北米』の産地を守るGAP取得の促進 ③ 「儲かる農業」の裏付けとなるGAP取得の促進	GAP取得2部会（4部会） GAP講習会1支店1回 GAP普及広報誌記載1回	GAP取得2部会（6部会） GAP講習会1支店1回 GAP普及広報誌記載1回	GAP取得2部会（8部会） GAP講習会1支店1回 GAP普及広報誌記載1回	
	3. アクティブ・メンバーによる地域農業の継承 (1) アクティブ・メンバーと連携した多様な担い手の育成 （多様な担い手：ベテラン農家・兼業農家・農地委託農家） (2) アクティブ・メンバーによる担い手経営体部会の運営 （担い手経営体：大規模農家・法人・集落営農） (3) 次世代農業者（農業後継者）の育成	① 「梨北米が“特A”を獲得するための5つの要件」に基づく栽培指導 ② データ分析を加味した栽培指導および葉緑素計を活用した的確な肥培管理 ③ 優良堆肥・有機質肥料・微量要素肥料を活用した栽培指導 ④ 畜産の産地を守る総合的な飼養管理	① 「作ることのストーリー」にこだわった「売れるものづくり」 ② 「消費者の声」を反映した選定品目の推進 ③ 『メイドイン梨北エクセレント』を目指す栽培指導 ④ 「売れるものづくり」による「農業生産の拡大」	① 生産部会等との連携による離農者圃場の管理 ② アクティブ・メンバーと次世代農業者をつなぐ役割の発揮 ③ 次世代農業者に対する営農指導およびフォローアップ ④ 生産者の農業日誌のデータ化による次世代農業者への伝承 ⑤ J A梨北農作業従事者無料紹介所による求人者と求職者のマッチング支援	① 担い手経営体部会と連携した地域農業振興 ② 農作業受委託の円滑化による農地の保全 ③ 担い手経営体の「農業生産の拡大」による耕作放棄地の解消 ④ 契約販売を前提とした契約栽培による「農業者の所得増大」	① 若年層がビジネスとして農業を意識する働きかけ ② 女性農業者の活躍を推進（補助事業を活用した女性農業者の育成） ③ 農業経営に必要な生産・販売・経営に関する相談業務 ④ 栽培技術の可視化による農業の継承
	4. 地域農業資源のフル活用による「農業生産の拡大」 (1) 農地の保全および営農継続の支援 (2) 農業政策に対応した『梨北米』ブランド産地の保持	① 農用地利用調整事業・農業経営事業による農地の保全 ② 農地中間管理機構と連携した農地の保全 ③ 農業政策の情報伝達および補助金申請の支援 ④ 農福連携による労働力の確保（営農関連施設） ⑤ 産学連携による最新技術の導入 ⑥ 多様な営農形態に合わせたセーフティーネット（収入保険等）の提案	① 需要に合わせた二極化生産（家庭用米と酒造好適米・業務用米） ② 実需者の需要を反映した作付面積の確保 ③ 品種構成による刈り取り適期の分散 ④ 農業政策に即した農業者所得安定化の支援 ⑤ 山梨県水田畑作農業再生協議会と連携した需給調整 ⑥ 山梨県主要農作物生産改善協会による優良種子の生産管理	マッチング圃場2ha 生産部会員数100%維持 世代交代世帯100%訪問 研修会2回 マッチング率60%	マッチング圃場2ha 生産部会員数100%維持 世代交代世帯100%訪問 データ化1支店10戸 マッチング率70%	マッチング圃場2ha 生産部会員数100%維持 世代交代世帯100%訪問 データ化1支店20戸 マッチング率80%
			多収穫米8ha 農作業受委託面積2%増 耕作放棄地2ha解消 極早生品種「五百川」8ha	多収穫米9ha 農作業受委託面積2%増 耕作放棄地3ha解消 極早生品種「五百川」9ha	多収穫米10ha 農作業受委託面積2%増 耕作放棄地5ha解消 極早生品種「五百川」10ha	
			圃場の児童見学4回 女性対象講習会10回 農業相談会7回 剪定技術可視化1品目	圃場の児童見学5回 女性対象講習会10回 農業相談会7回 剪定技術可視化1品目（面積増）	圃場の児童見学5回 女性対象講習会10回 農業相談会7回 剪定技術可視化1品目（面積増）	
			受託11ha（うち農業経営8ha） 管理機構等委託3ha 講習会（補助金説明）1回	受託10ha（うち農業経営8ha） 管理機構等委託4ha 講習会（補助金説明）1回	受託9ha（うち農業経営8ha） 管理機構等委託5ha 講習会（補助金説明）1回	
			講習会（収入保険説明）1回	講習会（収入保険説明）1回	講習会（収入保険説明）1回	
			酒造好適米75ha	酒造好適米80ha	酒造好適米85ha	

自己改革工程表

1. 営農指導事業

ビジョン	重要施策	行動計画	2019年度	2020年度	2021年度
組合員の営農を守る「梨北農業づくり」の進化	1. 地域密着型営農指導による「梨北農業づくり」 (1) 営農指導員の機動力向上による生産者に寄り添った営農指導 (2) 農業の進化を先導するスマート農業	① 地域農業を守る営農指導員の充足（営農指導力の平準化） ② 「農の匠」と連携した栽培指導および営農指導員の育成 ③ 営農指導員トレーナー（ブロック別）の同行による圃場巡回型営農指導 ④ 専門営農指導員（米穀・果樹・野菜・畜産）による先進技術の提案 ⑤ 専業農家から家族経営農家まで地域を遍く対応する営農指導 ⑥ 「見える営農指導」と「伝える営農指導」の実践 ⑦ 気象情報を裏付けとした栽培方針による「気象に打ち勝つ農業」の実践 ⑧ 栽培技術（短梢剪定・疎植など）による生産コストの低減 ⑨ 総合事業体の優位性を発揮した営農の支援 ⑩ 営農指導員日誌を活用した地域特性の可視化	営農指導員2人取得（28人） 農の匠4人認証（4人） 10時間／1トレーナー／週（4～10月） 栽培技術講習会12回 800時間／1指導員／年 営農指導メモ700枚／1指導員 栽培方針4品目 栽培技術講習会12回 次世代農業者相談会2回 地域特性栽培技術可視化26品種	営農指導員2人取得（30人） 農の匠4人認証（8人） 10時間／1トレーナー／週（4～10月） 栽培技術講習会12回 840時間／1指導員／年 営農指導メモ800枚／1指導員 栽培方針4品目 栽培技術講習会12回 次世代農業者相談会2回 地域特性栽培技術可視化31品種	営農指導員2人取得（32人） 農の匠5人認証（13人） 10時間／1トレーナー／週（4～10月） 栽培技術講習会12回 880時間／1指導員／年 営農指導メモ800枚／1指導員 栽培方針4品目 栽培技術講習会12回 次世代農業者相談会2回 地域特性栽培技術可視化36品種
	2. 「儲かる農業」の礎となる「売れるものづくり」 (1) GAPによる持続可能な農業の実践 (2) “おいしさ”の追求による主要農畜産物の進化 (3) マーケットインによる「売れるものづくり」	① アクティブ・メンバー（生産部会等）のGAP取得の支援 ② 山梨のブランド『梨北米』の産地を守るGAP取得の促進 ③ 「儲かる農業」の裏付けとなるGAP取得の促進 ① 「梨北米が“特A”を獲得するための5つの要件」に基づく栽培指導 ② データ分析を加味した栽培指導および葉緑素計を活用した的確な肥培管理 ③ 優良堆肥・有機質肥料・微量元素肥料を活用した栽培指導 ④ 畜産の産地を守る総合的な飼養管理 ① “作ることのストーリー”にこだわった「売れるものづくり」 ② 「消費者の声」を反映した選定品目の推進 ③ 『メイドイン梨北エクセレント』を目指す栽培指導 ④ 「売れるものづくり」による「農業生産の拡大」	GAP取得2部会（4部会） GAP講習会1支店1回 GAP普及広報誌記載1回 水稲講習会1支店1回 水稲中間管理講習会1支店1回 土づくり講習会1支店1回 畜産農家50戸維持 栽培推奨1品種増 1支店1品種 講習会2～4回／1生産部会 栽培推奨品種50a増	GAP取得2部会（6部会） GAP講習会1支店1回 GAP普及広報誌記載1回 水稲講習会1支店1回 水稲中間管理講習会1支店1回 土づくり講習会1支店1回 畜産農家50戸維持 栽培推奨1品種増 1支店1品種 講習会2～4回／1生産部会 栽培推奨品種20a増	GAP取得2部会（8部会） GAP講習会1支店1回 GAP普及広報誌記載1回 水稲講習会1支店1回 水稲中間管理講習会1支店1回 土づくり講習会1支店1回 畜産農家50戸維持 栽培推奨1品種増 1支店1品種 講習会2～4回／1生産部会 栽培推奨品種20a増
	3. アクティブ・メンバーによる地域農業の継承 (1) アクティブ・メンバーと連携した多様な担い手の育成 （多様な担い手：ベテラン農家・兼業農家・農地委託農家） (2) アクティブ・メンバーによる担い手経営体部会の運営 （担い手経営体：大規模農家・法人・集落営農） (3) 次世代農業者（農業後継者）の育成	① 生産部会等との連携による離農者圃場の管理 ② アクティブ・メンバーと次世代農業者をつなぐ役割の発揮 ③ 次世代農業者に対する営農指導およびフォローアップ ④ 生産者の農業日誌のデータ化による次世代農業者への伝承 ⑤ JA梨北農作業従事者無料紹介所による求人者と求職者のマッチング支援 ① 担い手経営体部会と連携した地域農業振興 ② 農作業受委託の円滑化による農地の保全 ③ 担い手経営体の「農業生産の拡大」による耕作放棄地の解消 ④ 契約販売を前提とした契約栽培による「農業者の所得増大」 ① 若年層がビジネスとして農業を意識する働きかけ ② 女性農業者の活躍を推進（補助事業を活用した女性農業者の育成） ③ 農業経営に必要な生産・販売・経営に関する相談業務 ④ 栽培技術の可視化による農業の継承	マッチング圃場2ha 生産部会員数100%維持 世代交代世帯100%訪問 研修会2回 マッチング率60% 多収穫米8ha 農作業受委託面積2%増 耕作放棄地2ha解消 極早生品種「五百川」8ha 圃場の児童見学4回 女性対象講習会10回 農業相談会7回 剪定技術可視化1品目	マッチング圃場2ha 生産部会員数100%維持 世代交代世帯100%訪問 データ化1支店10戸 マッチング率70% 多収穫米9ha 農作業受委託面積2%増 耕作放棄地3ha解消 極早生品種「五百川」9ha 圃場の児童見学5回 女性対象講習会10回 農業相談会7回 剪定技術可視化1品目（面積増）	マッチング圃場2ha 生産部会員数100%維持 世代交代世帯100%訪問 データ化1支店20戸 マッチング率80% 多収穫米10ha 農作業受委託面積2%増 耕作放棄地5ha解消 極早生品種「五百川」10ha 圃場の児童見学5回 女性対象講習会10回 農業相談会7回 剪定技術可視化1品目（面積増）
	4. 地域農業資源のフル活用による「農業生産の拡大」 (1) 農地の保全および営農継続の支援 (2) 農業政策に対応した『梨北米』ブランド産地の保持	① 農用地利用調整事業・農業経営事業による農地の保全 ② 農地中間管理機構と連携した農地の保全 ③ 農業政策の情報伝達および補助金申請の支援 ④ 農福連携による労働力の確保（営農関連施設） ⑤ 産学連携による最新技術の導入 ⑥ 多様な営農形態に合わせたセーフティーネット（収入保険等）の提案 ① 需要に合わせた二極化生産（家庭用米と酒造好適米・業務用米） ② 実需者の需要を反映した作付面積の確保 ③ 品種構成による刈り取り適期の分散 ④ 農業政策に即した農業者所得安定化の支援 ⑤ 山梨県水田畑作農業再生協議会と連携した需給調整 ⑥ 山梨県主要農作物生産改善協会による優良種子の生産管理	受託11ha（うち農業経営8ha） 管理機構等委託3ha 講習会（補助金説明）1回 講習会（収入保険説明）1回 酒造好適米75ha	受託10ha（うち農業経営8ha） 管理機構等委託4ha 講習会（補助金説明）1回 講習会（収入保険説明）1回 酒造好適米80ha	受託9ha（うち農業経営8ha） 管理機構等委託5ha 講習会（補助金説明）1回 講習会（収入保険説明）1回 酒造好適米85ha

2. 販売事業

ビジョン	重 要 施 策	行 動 計 画	2019年度	2020年度	2021年度
「梨北ブランド」による「廃棄ゼロ」への挑戦	1. 「梨北ブランド」による「儲かる農業」の実現 (1) 『メイドイン梨北エクセレント』の価値観の向上 (2) 生産物統一ブランド『メイドイン梨北』の進化 (3) “おいしさ”を誇る山梨のブランド『梨北米』の拡販 (4) 『マルシェ梨北』によるアクティブ・メンバーの育成 (5) こだわり農産物「梨北さんち（産地・〇〇さんのお宅）シリーズ」の展開 (6) 「梨北ブランド」戦略を実践する体制づくり	① エクセレント付与による生産者のモチベーション向上 ② 高品質の称号エクセレント規格を市場にアピール ③ “ロゴ”が示すエクセレント物語による価値観の向上 ④ ネットワーク戦略によって「こだわりの逸品の希少価値」を拡販 ⑤ 限定品戦略による購買意欲の掻き立て ① 生産部会が支える「産地ブランド」との相乗による全国展開 ② 契約栽培による「農業生産の拡大」と契約販売による「農業者の所得増大」 ③ 地産地消を推奨する買取販売によって出荷コスト（資材・物流）の軽減 ④ “ロゴ”が示す「見える安全」によって選ばれる産地づくり ⑤ ネットワーク戦略によって「生産物統一ブランド」の物語をアピール ⑥ “ロゴ”入りパッケージによる個性の発揮 ① 『梨北米こしひかり』の需要に対応する集荷の確保 ② 『梨北米』の“おいしさ”と”楽しみかた”のアピール ③ 限定品戦略による『梨北信玄米』の価値の向上 ④ 酒造好適米の拡販による「農業者の所得増大」 ⑤ 早場米「五百川」・多収穫米「みつひかり」などによる多角的な販売 ① 「太陽と土と水と生産者」を表す“ロゴ”のストーリー性をアピール ② 「安全・安心・新鮮・自然」な農産物の地産地消 ③ 「食」と「農」を介した地域の協同活動 ④ 組合員組織と連携した地場産農畜産物のアピール ⑤ 軽トラ市『マルシェ梨北』によるアクティブ・メンバーの育成 ⑥ ネット直売所『マルシェ梨北』による全国展開 ① 「見て・作って・楽しむ食」の提供 ② ポップやレシピの提案による「売れるストーリー」のアピール ③ 6次産業化商品による「農業者の所得増大」 ④ 有機質施用の“こだわり”を価値につなげる販売 ⑤ こだわり農産物（新しい品種・珍しい野菜）の販売支援 ① 生産トータルコストの低減に寄与する共選場所の集約 ② 共選所担当者のスキルアップおよび販売力の強化 ③ 実需者のオーダーに対応できる機動力の強化 ④ 卸売市場法の改正を見据えた販売チャネルの確保 ⑤ 次期情報システム移行に備えた整備	エクセレント1品種増 取引市場1社限定 QRコード普及率90% プレミアム販売10箱 先着予約限定販売1品種 副資材ロゴ普及率70% 契約販売1品目増（4品目） 買取販売1品種増（2品種） 重点出荷市場督励1社 ホームページアクセス数105% 直接販売2社獲得 梨北米集荷220,000袋 米を食べるイベント1回 米卸業者4社限定 酒造好適米販売高1億1,000万円 多収穫米販売高950万円 直売所売上9億6,600万円 直売所精算金7億2,300万円 支店集荷モデル店舗270万円 直売出荷者1%増 出店軽トラ平均40台 ネット販売高100万円 新規作物1品種増 こだわり農産物2品種出荷 米粉販売高2%増 オーガニック2品種増 直売所特設コーナー3品種販売 共選場所集約説明会3回 販売単価5%増 買取販売先1社増（4社）	エクセレント1品種増 取引市場1社限定 QRコード普及率95% プレミアム販売15箱 先着予約限定販売2品種 副資材ロゴ普及率80% 契約販売1品目増（5品目） 買取販売1品種増（3品種） 重点出荷市場督励2社 ホームページアクセス数105% 直接販売2社獲得 梨北米集荷220,000袋 米を食べるイベント1回 米卸業者3社限定 酒造好適米販売高1億1,600万円 多収穫米販売高1,050万円 直売所売上9億8,000万円 直売所精算金7億3,800万円 支店集荷モデル店舗300万円 直売出荷者3%増 出店軽トラ平均45台 ネット販売高500万円 新規作物2品種増 こだわり農産物3品種出荷 米粉販売高2%増 オーガニック2品種増 直売所特設コーナー5品種販売 共選場所1ヶ所集約 販売単価5%増 買取販売先1社増（5社）	エクセレント1品種増 取引市場1社限定 QRコード普及率100% プレミアム販売20箱 先着予約限定販売2品種 副資材ロゴ普及率100% 契約販売1品目増（6品目） 買取販売1品種増（4品種） 重点出荷市場督励2社 ホームページアクセス数105% 直接販売2社獲得 梨北米集荷220,000袋 米を食べるイベント1回 米卸業者2社限定 酒造好適米販売高1億2,300万円 多収穫米販売高1,200万円 直売所売上10億円 直売所精算金7億5,200万円 支店集荷モデル店舗500万円 直売出荷者5%増 出店軽トラ平均50台 ネット販売高1,000万円 新規作物2品種増 こだわり農産物5品種出荷 米粉販売高2%増 オーガニック2品種増 直売所特設コーナー7品種販売 共選場所1ヶ所集約 販売単価5%増 買取販売先1社増（6社）
	2. アクティブ・メンバーが支える「選ばれる農産物直売所」 (1) 生産物の自然な姿で“旬”を伝える店舗づくり	① アクティブ・メンバー（地域生産者）の出荷による潤沢な品揃え ② 「安全・安心・新鮮・自然」な“旬”を伝える農産物の提供 ③ ポップやレシピ紹介による「来て・見て・楽しい」店舗づくり ④ こだわり農産物「梨北さんち」コーナーによる独自性の発揮 ⑤ “旬”の食材を使用した「女性部おすすめ」商品の販売 ⑥ プレミアム米（網目2mmを使用）の期間限定販売 ⑦ 消費者目線を反映させたマーケットイン戦略	出荷点数1%増 出荷5品目増 来客数2%増 コーナー2ヶ月設置 女性部おすすめシール5,000枚 プレミアム米100kg販売 消費者アンケート2回	出荷点数2%増 出荷10品目増 来客数3%増 コーナー3ヶ月設置 女性部おすすめシール5,000枚 プレミアム米200kg販売 消費者アンケート2回	出荷点数5%増 出荷10品目増 来客数5%増 コーナー6ヶ月設置 女性部おすすめシール5,000枚 プレミアム米300kg販売 消費者アンケート2回

3. その他営農関連事業

ビジョン	重点施策	行動計画	2019年度	2020年度	2021年度
持続可能な農業の支援	1. 組合員の営農を支える農業施設の運営 (1) 育苗センターによる山梨のブランド『梨北米』産地の維持 (2) 共同乾燥施設による山梨のブランド『梨北米』の品質維持 (カントリーエレベーター・ライスセンター)	① 水稲苗需要増加に伴う計画的かつ効率的な施設運営 ② 品種別センター集約による異品種混入リスクの回避 ③ 「農業者の所得増大」に寄与する生産トータルコストの低減 ④ 常態化する異常気象に対処可能な設備による生産管理 ⑤ 施設担当者のスキルアップおよび労働力の確保 ⑥ 次期情報システム移行に備えた整備 ① 広域的共同乾燥施設構想による異品種混入リスクの回避 ② 「農業者の所得増大」に寄与する効率的な施設運営 ③ 「農業生産の拡大」を支援する施設利用の促進 ④ 計画的な設備投資による高品質米の生産 ⑤ 施設担当者の育成および労働力の確保 ⑥ 次期情報システム移行に備えた整備	水稲苗供給211,800枚 1品種減少(15品種) 温湯消毒47,500kg ハウス設備投資500万円 1品種集約 共乾施設利用量5,700t 共乾施設利用者1,850人 設備投資8,465万円 講習会2人参加	水稲苗供給216,000枚 1品種減少(14品種) 温湯消毒48,500kg ハウス設備投資300万円 1品種集約 共乾施設利用量5,750t 共乾施設利用者1,870人 設備投資4,000万円 講習会2人参加	水稲苗供給220,000枚 1品種減少(13品種) 温湯消毒49,500kg ハウス設備投資300万円 1品種集約 共乾施設利用量5,800t 共乾施設利用者1,890人 設備投資4,000万円 講習会2人参加

4. 購買事業

ビジョン	重 要 施 策	行 動 計 画	2019年度	2020年度	2021年度
総合事業体の特性を發揮した生産トータルコストの低減	1. “JAだからこそできる”付加価値をアピールした生産資材の営業 (1) 地域密着型営農指導を付加価値とした多様な担い手に対する営業 (ベテラン農家・兼業農家・農地委託農家) (2) 担い手経営体の多様なニーズに対応する弾力的なTAC営業 (大規模農家・法人・集落営農) (Team for Agricultural Coordination 担い手に出向く担当者) (3) 生産資材専門店舗の特質性を發揮した『JAグリーンりほく』の店舗づくり (4) 農機センターのアフターケアによる営農支援	① 営農指導員が発信する栽培方針に基づく生産資材の営業 ② 高品質な農畜産物を生産するための生産資材の推奨 ③ 全農の集中生産・集中購買による生産資材価格引き下げ対策 ④ 予約供給と当用供給の価格差による予約注文の推奨 ⑤ 法律に基づいて毒劇物を管理する鍵付き農薬庫の普及 ⑥ 労働力軽減商品・労働時間削減商品の提案 ⑦ 生産現場の世代交代に寄り添う農業継承の支援 ⑧ アクティブ・メンバーシップの強化による供給高の伸長 ① TAC(営農購買担当課長)による出向く営業活動 ② TAC(営農購買担当課長)によるアクティブ・メンバーの育成 ③ 担い手経営体部会を介したニーズの把握 ④ 大口利用者に対する生産資材大型規格および特別価格の適用 ⑤ 総合事業体の優位性を發揮した設備投資の支援 ⑥ ニューパートナー(農業参入企業等)への積極的なアプローチ ① ポップによる地域特性を活かした営農情報の発信 ② 3つの見通し(店舗・気象・営農指導)のアピールによる集客 ③ “旬な”時に“旬な”商品の売り出しと特別価格商品による集客 ④ 利用者(専業農家から家族経営農家まで)目線を重視した店舗づくり ⑤ 「女性の声」を反映した商品構成と店舗空間 ⑥ 総合事業体の特性を發揮した店舗づくり(他事業相談コーナー) ① 稼動前点検・格納点検による農業機械の使用年数の延伸 ② 生産者の営農形態に即した幅広い農業機械の提案 ③ 農機センターのアフターケアを付加価値とした拡販 ④ 地域の需要に対応した中古農業機械の買い取りおよび販売 ⑤ 助成金・利子助成・保証料助成を活用した設備投資の提案 ⑥ 専任担当者のスキルアップによる利用者満足度の向上 ⑦ 農業機械のレンタルによる営農支援	営業率50% 推奨肥料30%普及 集中購買5品目 予約注文率80% 鍵付き農薬庫65台販売 労働力軽減商品6品目 おまかせ注文95件 生産資材供給高19億8,457万円 営業活動5時間/1TAC/週 新規取引先2件/1TAC 特別価格適用5商品 大型規格商品16品目 設備投資35件 企業営業3時間/1支店/週 供給高1億8,068万円 ポイント還元165万円 集客70,000人 モニター20人 女性部員2回視察 相談コーナー4回 稼動前1,800万円 格納1,200万円 農機供給高4億4,550万円 修理15件増/1担当 中古農機供給高2,700万円 農業機械整備士1人増(11人) 農業機械レンタル17万円	営業率70% 推奨肥料40%普及 集中購買7品目 予約注文率85% 鍵付き農薬庫100台販売 労働力軽減商品7品目 おまかせ注文105件 生産資材供給高20億450万円 営業活動10時間/1TAC/週 新規取引先3件/1TAC 特別価格適用6商品 大型規格商品18品目 設備投資40件 企業営業5時間/1支店/週 供給高1億8,150万円 ポイント還元167万円 集客70,500人 モニター30人 女性部員・女性職員各2回視察 相談コーナー4回 稼動前2,000万円 格納1,400万円 農機供給高4億4,995万円 修理15件増/1担当 中古農機供給高3,600万円 農業機械整備士1人増(12人) 農業機械レンタル20万円	営業率90% 推奨肥料50%普及 集中購買9品目 予約注文率90% 鍵付き農薬庫140台販売 労働力軽減商品8品目 おまかせ注文120件 生産資材供給高20億2,500万円 営業活動15時間/1TAC/週 新規取引先4件/1TAC 特別価格適用7商品 大型規格商品20品目 設備投資45件 企業営業7時間/1支店/週 供給高1億8,250万円 ポイント還元170万円 集客71,000人 モニター40人 女性部員・女性職員各2回視察 相談コーナー4回 稼動前2,200万円 格納1,600万円 農機供給高4億5,441万円 修理15件増/1担当 中古農機供給高4,500万円 農業機械整備士1人増(13人) 農業機械レンタル25万円
	2. “JAにしかできない”生活関連商品の営業 (1) 生活インフラ機能を担うエネルギーの供給 (2) 地域に遍く対応する高齢者の生活支援 (3) 自動車センターによる新規利用者層の拡大 3. 内部管理態勢による「信頼」の確保 (1) 適正な業務による健全性の確保 (2) 事業継続に必須となる体制づくり	① LPガス安全化システム『ガスキャッチ』による「安心」の提供 ② LPガスのスマートメーター(超音波式)による「安全」の確保 ③ 関連機器(ガスファンヒーター・給湯器)の拡販によるLPガスの使用増量 ④ 燃料の複数取引割引による新規利用世帯の獲得 ⑤ 利用者還元メリットによる農業用A重油の拡販 ⑥ ㈱りほく(子会社)と連携した燃料事業の拡販 ① 高齢者に安全と暮らしやすさを提案する“小さなリフォーム” ② 移動販売車・配置購買・通信販売による「買い物困難者」の支援 ③ 高齢者の日常生活をサポートする商品の提案 ④ 一声運動(必要なものではありませんか?)による見守り活動 ⑤ 他事業と連携した地域セーフティネット ① メーカーをまたいだ一元化提案の利便性をアピール ② 次世代・次々世代層の自動車ニーズに対応する積極的な営業活動 ③ 支店からの情報提供による効率的な営業活動 ④ 総合事業体の特性を活かした事業クロスセルによる利用者対応 ⑤ 専任担当者の営業活動による利用者満足度の向上 ① 適正な事務(業務フロー・チェックポイント)によるリスク回避 ② 棚卸資産等評価要領に基づく資産の適正な評価 ③ 適正な業務による会計監査人監査対応 ④ 次期情報システム移行に備えた整備 ① 必須資格および取得年限(内規)に準じた資格の取得 ② 毒物劇物取扱責任者による農薬(毒物・劇物)の取り扱い ③ 危険物取扱責任者の管理下による燃料供給 ④ 法定資格取得者によるLPガスの取り扱い ⑤ 法定資格取得者によるフォークリフトの取り扱い	ガスキャッチ3,650件設置 スマートメーター設置率90% LPガス使用量338,272m ³ LPガス新規26件(100%維持) 農業用A重油新規2件(20件) 燃料供給高1億9,953万円 リフォーム供給高4,200万円 移動販売車37拠点 通信販売供給高1,000万円 配置購買1支店1回 食品供給高7,509万円 自動車138台販売 15件/1担当/月 情報2件/1支店/月 自動車138台販売 15件/1担当/月 情報2件/1支店/月 毒劇物5人取得(32人) 危険物5人取得(55人) LPガス販売主任者1人取得(6人) フォークリフト10人取得(79人)	ガスキャッチ3,750件設置 スマートメーター設置率95% LPガス使用量346,523m ³ LPガス新規26件(100%維持) 農業用A重油新規2件(22件) 燃料供給高2億950万円 リフォーム供給高4,400万円 移動販売車38拠点 通信販売供給高1,200万円 配置購買1支店1回 食品供給高7,600万円 自動車138台販売 15件/1担当/月 情報2件/1支店/月 毒劇物5人取得(37人) 危険物5人取得(60人) LPガス販売主任者1人取得(7人) フォークリフト10人取得(89人)	ガスキャッチ3,850件設置 スマートメーター設置率100% LPガス使用量363,024m ³ LPガス新規26件(100%維持) 農業用A重油新規2件(24件) 燃料供給高2億1,948万円 リフォーム供給高4,620万円 移動販売車40拠点 通信販売供給高1,400万円 配置購買1支店1回 食品供給高7,700万円 自動車138台販売 15件/1担当/月 情報2件/1支店/月 毒劇物5人取得(42人) 危険物5人取得(65人) LPガス販売主任者1人取得(8人) フォークリフト10人取得(99人)

4. 購買事業

ビジョン	重 要 施 策	行 動 計 画	2019年度	2020年度	2021年度
	(3) 内部統制システムの運用による信頼性の維持	① 独占禁止法に則した業務の徹底 ② 毒物及び劇物取締法に則した業務の徹底 ③ 法定点検の適正な実施 (消防法・計量法・液化石油ガスの保安及び取引の適正化に関する法律) ④ 労働安全衛生法に則した業務の徹底 ⑤ コンプライアンス・マニュアルに則した業務の遂行 ⑥ 個人情報取扱規程を遵守した利用者の保護			

5. 経営管理【総務】

ビジョン	重 要 施 策	行 動 計 画	2019年度	2020年度	2021年度
組織理念の共有による「わがJA」意識の確立	<p>1. 協同の今日的意義による組織理念の共有</p> <p>(1) 協同組合原則に基づく「協同の価値」の発信</p> <p>(2) JA網領に基づく組織理念の共有</p> <p>2. アクティブ・メンバーシップによる“わがJA”意識の強化</p> <p>(1) 新規組合員の加入による組織基盤の拡充</p> <p>(2) アクティブ・メンバーによる組織基盤の強化</p>	<p>① 「誰でもなれる組合員」の浸透による開かれた運営</p> <p>② 組合員が積極的に参加する民主的な管理</p> <p>③ 公平な出資および民主的な管理による組合財政への参加</p> <p>④ 組合員による民主的な管理の確保および組合の自主性の保持</p> <p>⑤ 組合の発展に寄与する教育活動および協同の特質と利点の広報活動</p> <p>⑥ JAグループによる全国的協同組合運動</p> <p>⑦ 地域社会の持続可能な発展に対する貢献</p> <p>① 「農」の振興による「食」の保全</p> <p>② 安心して暮らせる豊かな地域社会の実現</p> <p>③ 組合員の積極的な参加と連帯による協同の成果</p> <p>④ 健全経営による「信頼」の確保</p> <p>⑤ 協同の理念に基づく“生きがい”の追求</p> <p>① 一世帯複数組合員制による次世代組合員の増員</p> <p>② 次世代組合員のアクティブ・メンバーシップの強化</p> <p>③ 農業従事者の組合員全加入による地域農業の継承</p> <p>④ 新規就農者と地域をつなぐ組合員加入促進</p> <p>⑤ 女性組合員の増員による「女性の声」の反映</p> <p>⑥ 「組合員メリット」の深化による組合員の増員</p> <p>⑦ 不特定多数参加型活動を契機としたJAとの関わり</p> <p>① 総代のアクティブ・メンバー化による「地域の声」の反映</p> <p>② 役員によって地域とJAのつながりを強化</p> <p>③ 組合員組織（アクティブ・メンバー）活動による地域の活性化</p> <p>④ 農業者のアクティブ・メンバー化による地域農業振興</p> <p>⑤ 特定少数参加型活動によるアクティブ・メンバーの育成</p> <p>⑥ 組合員表彰（アクティブ・メンバー）を契機とする協同活動の活性化</p> <p>⑦ 組合員参加型支店協同活動によるアクティブ・メンバーシップの強化</p> <p>⑧ アクティブ・メンバーシップの強化による出資金の保持</p> <p>⑨ 地域からの応援団「JA梨北OB会」による“わがJA”意識の伝達</p> <p>⑩ 「JAの自己改革に関する組合員調査」の結果を反映した運営</p>	<p>複数組合員世帯1支店50軒増 60歳未満組合員1支店50人増 認定農業者加入率85% 新規就農者加入率80% 女性正組合員割合25% 組合員数1%増</p> <p>総代会出席率80%</p> <p>組合員組織構成員8,767人 正組合員数100%維持 1活動増（12活動） 組合員表彰18人 1支店1活動 出資金100%維持 OB会活動1回 組合員調査回収率80%以上</p>	<p>複数組合員世帯1支店50軒増 60歳未満組合員1支店50人増 認定農業者加入率95% 新規就農者加入率80% 女性正組合員割合30% 組合員数1%増</p> <p>総代会出席率80%</p> <p>組合員組織構成員8,867人 正組合員数100%維持 1活動増（13活動） 組合員表彰18人 1支店1活動 出資金100%維持 OB会活動2回</p>	<p>複数組合員世帯1支店50軒増 60歳未満組合員1支店50人増 認定農業者加入率100% 新規就農者加入率80% 女性正組合員割合30% 組合員数1%増</p> <p>総代会出席率80% 女性理事・女性総代割合15% 組合員組織構成員8,967人 正組合員数100%維持 1活動増（14活動） 組合員表彰18人 1支店2活動 出資金100%維持 OB会活動2回</p>
	JAくらしの社会的活動による実現	<p>3. 協同活動による「地域の活性化」</p> <p>(1) 広報活動による「JAの見える化」</p> <p>(2) “人と人をつなぐ”協同活動</p>	<p>① 広報誌『りほく』によるアクティブ・メンバーシップの強化</p> <p>② ネットワーク広報による次世代・次々世代へのアピール</p> <p>③ 農業の多面的機能の重要性とJAの必要性を提唱</p> <p>④ パブリシティによる「JAの見える化」</p> <p>⑤ 広報活動を駆使した経営戦略</p> <p>① スポーツ活動および文化活動によるJAの保守的イメージの払拭</p> <p>② 「食」と「農」を基軸とした組合員参加型支店協同活動</p> <p>③ 超高齢社会に対応する見守り活動と相談業務の充実</p> <p>④ 次世代組合員につながるフェイストゥフェイスの外務活動</p> <p>⑤ 地域貢献活動によるJAのイメージアップ</p> <p>⑥ 地域コミュニティの拠点となる社会的役割の発揮</p>	<p>ホームページアクセス数105%</p> <p>1支店1コミュニティ活動</p>	<p>ホームページアクセス数105%</p> <p>1支店2コミュニティ活動</p>
財務基盤の健全化による経営の確立	<p>4. 組合資産および財務の健全化による経営基盤の強化</p> <p>(1) 組合資産の健全化による経営リスクの回避</p> <p>(2) 財務の健全化による経営の安定</p>	<p>① 事業のスリム化による経営資源の有効活用</p> <p>② 中長期組合資産計画に基づく組合資産の管理</p> <p>③ 固定資産減損会計による組合資産の健全化</p> <p>④ コンパスJA（管理系システム）による組合資産の個別管理</p> <p>① 利益剰余金の増額・出資金の維持による自己資本の増強</p> <p>② 費用対効果の意識醸成による利益貢献</p> <p>③ 会計実務のスキルアップによる会計監査人監査対応</p> <p>④ 農業協同組合法（施行規則）を遵守した財務諸表作成</p> <p>⑤ 中期財務計画に基づく経営の安定化</p> <p>⑥ 消費税率変更に伴う適正な対応</p>	<p>利益剰余金1億5,000万円取崩</p>	<p>利益剰余金5%増</p>	<p>利益剰余金5%増</p>

5. 経営管理【総務】

ビジョン	重 要 施 策	行 動 計 画	2019年度	2020年度	2021年度
<p>組織理念・経営理念・「人づくり」</p>	<p>5. “共に学び共に育つ” 職場づくり (1) “共育” の概念に基づく人材育成</p> <p>(2) 法令・諸規程に則した労務管理</p>	<p>① 組織理念・経営理念の共有による「組織の在り方」の追求 ② 指示的行動・支援的行動による「職場環境づくり」 ③ 教育指導体系による「人づくり」 ④ 教育研修および資格取得による自己啓発 ⑤ 自己管理能力からマネジメント能力へのスキルアップ ⑥ 職員の意識改革・行動改革による利用者満足度の向上 ⑦ コンプライアンスおよび利用者保護に関する教育研修の実施</p> <p>① 「働き方改革」に準じた労務管理 ② 個人情報取扱規程を遵守した職員情報管理 ③ 安全衛生管理活動による潜在的リスクの回避 ④ メンタルヘルス対策・健康保持増進対策の実施 ⑤ 勤怠管理システム（コンパスJAに連動）による労務管理</p>	<p>教育指導体系24%適用 1 資格取得 / 1 職員 / 年 50% 必要認証資格者割合60%</p>	<p>教育指導体系60%適用 1 資格取得 / 1 職員 / 年 50% 必要認証資格者割合70%</p>	<p>教育指導体系100%適用 1 資格取得 / 1 職員 / 年 50% 必要認証資格者割合80%</p>

組合員のみなさまへ



わたしたち J A 梨北は 自己改革に取り組んでいます。

自己改革の実践報告

J Aグループは、「食」と「農」を基軸に地域に根差した協同組合として、組合員と役員が一体となり、農業振興・地域の活性化につながる事業や活動に取り組んでいます。

しかしながら、近年、「J Aグループは信用・共済事業に力を入れ、農業振興や農業者の所得増大をおろそかにしている」といった事実に基づかない一方的な批判によって、政府や、その諮問機関である規制改革推進会議から、組織の改編にもつながりかねない改革を迫られています。

J Aは、組合員の皆様の“声”によって運営し、ご利用いただく組織であるはずです。自主・自立の協同組合として、組合員の皆様の願いや思いを実現するため、そして押し寄せる環境変化の波にも常に対応していくため、日々の事業や運営を点検しながら、自らが不断の改革に取り組む——。それが本来の姿であると確信しています。

このような状況下、わたしたちJ A梨北は今、「創造的自己改革への挑戦」を合言葉に「農業者の所得増大」「農業生産の拡大」を重点目標に掲げ、魅力ある農業を実現するために、協同の力で組合員の皆様と共に「自己改革」に取り組んでいます。

政府等が「農協改革集中推進期間（2019年5月まで）」の名のもとに期限を切って迫り来る中、短期間で改革を進めることは決して容易なことではありませんが、これまでも自ら実施してきた不断の改革をさらにパワーアップしながら、組合員の皆様のお役に立つよう全力を尽くしてまいります。

これまでも「自己改革」に向けた多くのご意見やご要望等をいただいております。わたしたちの自己改革を進めるうえで何より重要なのは、組合員の皆様の“声”です。これからも皆様の“声”を、どうぞ積極的にお寄せください。

自己改革の内容は
最終ページに
掲載しています。

皆様の“声”を「協同」の力に！



[2016年度～2018年度 ふりかえり]

創造的自己改革への挑戦

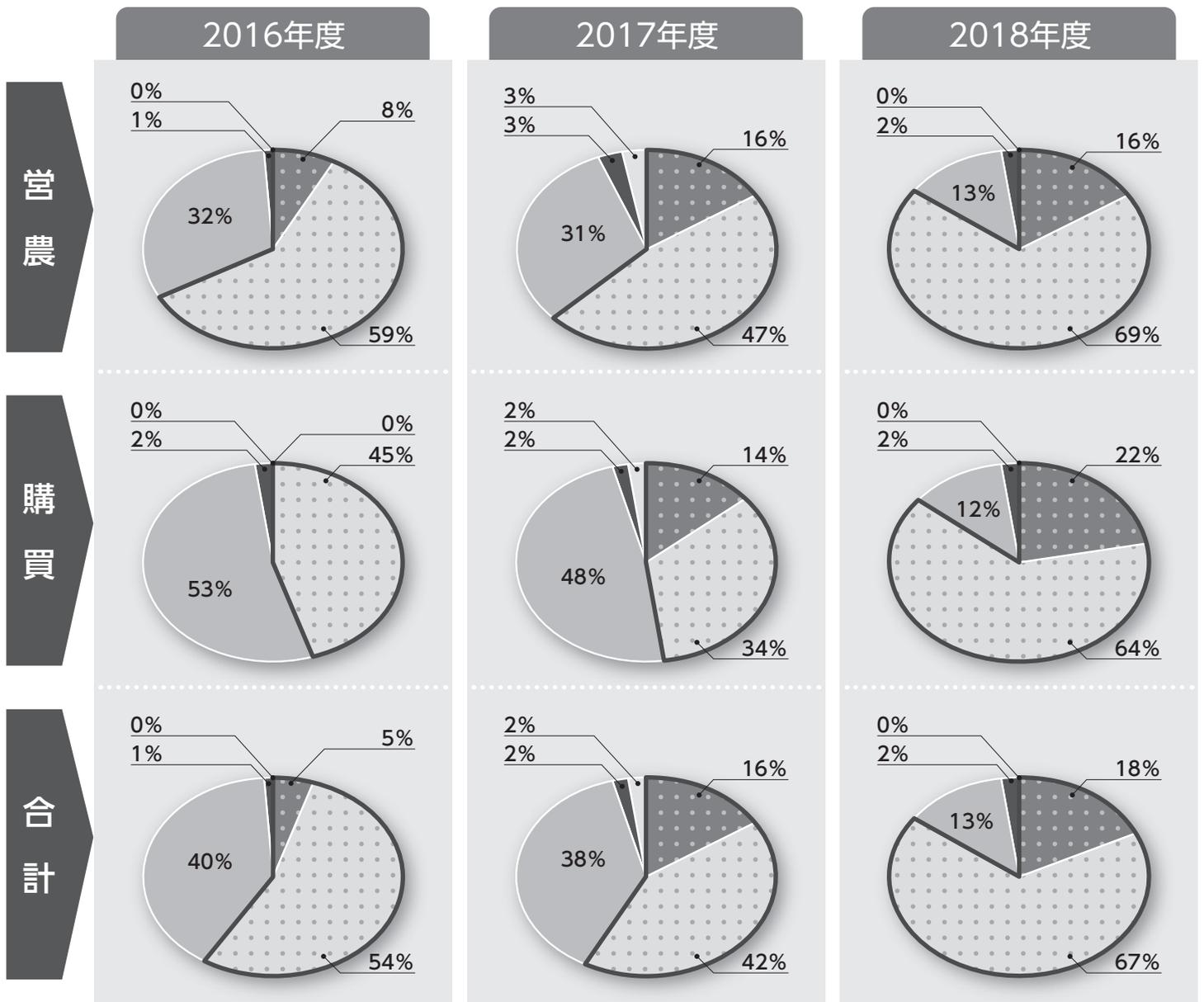
「農業者の所得増大」「農業生産の拡大」を目指した自己改革は、組合員をはじめとする地域の皆様の理解と協力により、総じて良い結果となりました。

〔営農指導事業・販売事業 ほか〕

1. 組合員の営農を守る「持続可能な農業」の実現
2. 社会に対する農業の逼迫状況の伝達
3. 生産者とのパートナーシップによる販売戦略
4. プロダクトアウトからマーケットインへの移行
5. 組合員の営農を支える施設の運営

〔購買事業〕

1. 「持続可能な農業」を支える生産資材事業
2. 「いのち・暮らし・地域」を守る生活関連事業
3. 地域コミュニティの拠点となるセンターの運営
4. 業務体制の整備による利用者保護



計画どおり取り組んだ
 概ね計画どおり取り組んだ
 取り組んだが、進捗が悪かった
 取り組んでいない
 次年度に取り組む予定

[2019年度～2021年度]

創造的自己改革の実践

農業者の所得増大・農業生産の拡大

組合員の営農を守る 「梨北農業づくり」の進化

地域密着型営農指導による
「梨北農業づくり」
「儲かる農業」の礎となる
「売れるものづくり」
アクティブ・メンバーによる
地域農業の継承
地域農業資源のフル活用による
「農業生産の拡大」

「梨北ブランド」による “廃棄ゼロ”への挑戦

「梨北ブランド」による
「儲かる農業」の実現
アクティブ・メンバーが支える
「選ばれる農産物直売所」

持続可能な農業の支援

組合員の営農を支える
農業施設の運営

総合事業体の特性を 発揮した生産 トータルコストの低減

“JAだからこそできる”
付加価値をアピールした
生産資材の営業

地域の生活インフラを 支える生活物資の供給

“JAにしかできない”
生活関連商品の営業
内部管理態勢による
「信頼」の確保

地域の活性化

組織理念の共有による “わがJA”意識の確立

協同の今日的意義による組織理念の共有
アクティブ・メンバーシップによる
“わがJA”意識の強化

JAくらしの活動による 社会的使命の実現

協同活動による「地域の活性化」

財務基盤の強化による 健全経営の確立

組合資産および財務の健全化による
経営基盤の強化

組織理念・経営理念・行動指針に 基づく「人づくり」

“共に学び共に育つ” 職場づくり



こんにちは。JA梨北です。

わたしたちJA梨北（梨北農業協同組合）は、「協同」の組織です。
「協同」とは、みんなの願いをかなえたり、問題を解決したりするために「力を合わせる」ことです。

「ひとりはおみんなのために、みんなはひとりのために。」

JA梨北では、農業生産者のみなさん一人ひとりが「力を合わせる」ことでお互いの経営、さらにはこの地域の農業、食・緑・水を守る取り組みをしています。



生産資材の購買事業
農畜産物の販売事業
営農指導事業
営農資金融資事業
など

その一方で、この取り組みを応援して下さる地域の方々（准組合員の方、一般のご利用者様）も含め、皆様の毎日の暮らしに役立てていただけるような様々な取り組みを続けています。

燃料や食料品などの供給
<生活購買事業>
生命や損害の保障
<共済事業>
など
お金のお預かりやご融資
<信用事業>
福祉サービスの提供
<福祉事業>



生産者のみなさんにとって大事な農業関連事業だけを見るとJAの収支状況は厳しいのですが、信用事業や共済事業などのご利用を通じて地域の皆様からも応援をいただきながら、総合的に事業を行うこと（「総合事業」と呼んでいます。）で、生産者や地域農業振興のために活動する営農指導員を配置したり、集出荷などに必要な農業関連施設を維持したり、耕作放棄地の解消に取り組むなど、食・緑・水を守る取り組みが可能となっています。





わが国では、農業生産者の世代交代、農業の構造変革期を迎えています。大規模な農業経営が増加し、新規就農者や法人経営による雇用就農も増えていきます。一方で、昭和ひと桁世代等のリタイヤにより農業産出額は減少傾向にあります。魅力ある農業として次世代への農業経営の引き継ぎがうまくいかなければ、国内で食料を生産する力が弱まり、安全で安心な国産農畜産物の安定供給に大きな課題を抱えることとなります。

こうした中、わたしたちJA梨北は「創造的自己改革への挑戦」を合言葉に、「農業者の所得増大」「農業生産の拡大」を重点目標にかかげ、魅力ある農業を実現するために、協同の力で生産者のみなさんとともに取り組んでいるところです。

そこには地域の皆様の応援が欠かせません。地域の皆様方を含めた多くの方々が、JAの総合事業を通じて「協同」の取り組みに参加いただけるからこそ、次代の農業を維持し、そして私たちが愛するこの地域に貢献できるものと確信しています。



しかし今、JAの総合事業を否定したり、准組合員の方の事業利用を規制したりしようとする政府などの動きがあります。改正された法律の附則では「准組合員の事業利用規制のあり方について平成33年3月までに結論を得る」と迫られ、総理の諮問機関である規制改革推進会議からは「信用事業を営む地域農協を半減させるべき」などといった強権的な意見も飛び出すなど、わたしたちの「協同」の取り組みに、そして応援して下さる地域の皆様方へのサービスのご提供に大きな影響が及ぶのではないかと懸念しています。



皆様の声を「協同」の力に！

これからも生産者の皆様のために、
そして地域の皆様への一層のお役立ちのために、
私たちJA梨北は、**自己改革** に取り組んでいます。

そんな私たちの取り組みに、ぜひ、皆様の声をお寄せください。

地域の農業をさらに盛り上げたい。
食と緑と水をずっと守り続けたい。



もっと、もっと、
いつまでも、いつまでも、
私たちJA梨北は、皆様のお隣でお役にたちたいと考えています。



〔2016年度～2018年度ふいかえり〕 創造的自己改革への挑戦

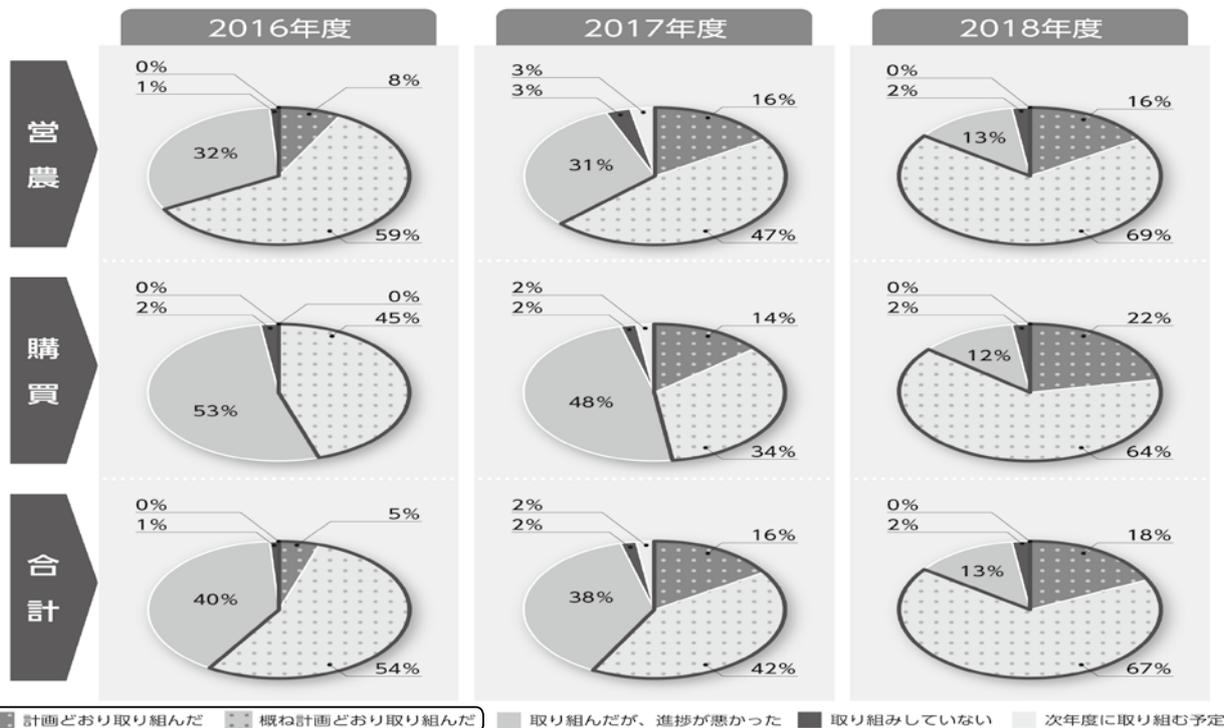
「農業者の所得増大」「農業生産の拡大」を目指した自己改革は、組合員をはじめとする地域の皆様の理解と協力により、総じて良い結果となりました。

【営農指導事業・販売事業ほか】

1. 組合員の営農を守る「持続可能な農業」の実現
2. 社会に対する農業の逼迫状況の伝達
3. 生産者とのパートナーシップによる販売戦略
4. プロダクトアウトからマーケットインへの移行
5. 組合員の営農を支える施設の運営

【購買事業】

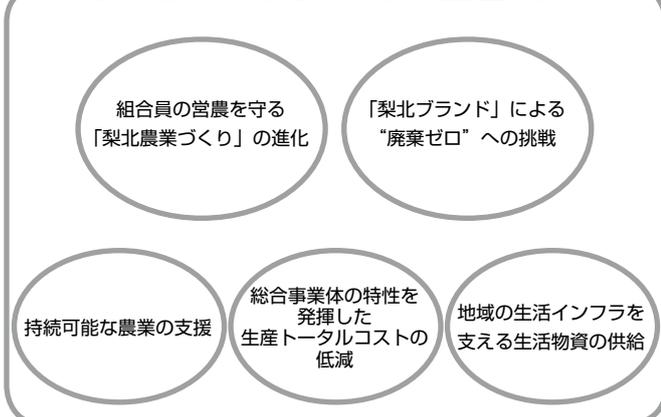
1. 「持続可能な農業」を支える生産資材事業
2. 「いのち・くらし・地域」を守る生活関連事業
3. 地域コミュニティの拠点となるセンターの運営
4. 業務体制の整備による利用者保護



創造的自己改革の実践 (2019年度～2021年度)

自己改革には、「はじめ」も「終わり」もありません。しかしながら、自己改革を継続することは決して容易ではありません。当JAでは、政府の農協改革が断行される10年以上前から、経営の将来的リスクに対応し、多くの改革を実践してまいりました。すべての組合員を対象とした「JAの自己改革に関する組合員調査」では、その評価が下されます。その評価を真摯に受け止め、これまで以上に組合員に寄り添い、そして組合員と手を携え、「農業者の所得増大」と「農業生産の拡大」によって地域農業を継承し、地域協同活動によって「地域の活性化」を実現してまいります。

農業者の所得増大・農業生産の拡大



地域の活性化

