

日本有機農業協同組合

-  地域農業の持続的な発展を支援
-  新規就農者への技術指導と資金サポート
-  安全・安心な農産物の安定供給
-  環境にやさしい農法・スマート農業の推進
-  地域貢献活動（食育・イベント参加など）



■設立の背景と目的

近年、高まる健康・環境志向を背景に有機農産物の需要が増加する一方、生産者は技術習得、資材確保、販路開拓に課題を抱え、消費者は安定的な入手と適正価格に課題を抱えています。

当組合は、この課題を解決するため、教育支援、就農支援、販売支援の3段階の支援を通じて有機農産物の安定供給体制を構築し、産地形成と有機農業の拡大を図ります。具体的には、組合員の技術・資材情報の共有化と共同調達によるコスト削減、一括販売による安定販路の確保と適正価格での販売を目指します。

当組合の設立により、生産者は生産活動に専念できる環境が整備され経営が安定化するとともに、消費者は安全・安心な有機農産物を安定的に入手できるようになります。

さらに、地球環境改善を推進するため、環境負荷の少ない農業の発展と拡大を目指し、将来的にはアメリカのサンキストのような生産者団体となることを理想とします。生産から販売までを一貫して行うことで、持続可能な農業の発展と豊かな食生活の実現に貢献します。

■日本の農業の課題

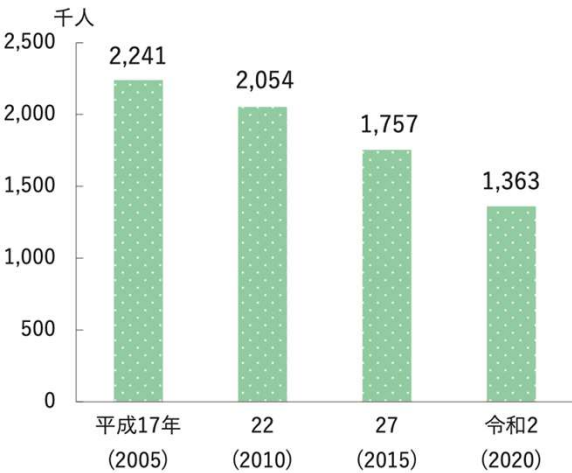
日本農業の現状は？

10年後 農業人口の80%が、、、。

年 齢 層	15-20 歳	20-30 歳	30-40 歳	40-50 歳	50-60 歳	60歳 以上
人口割合	1%	3%	3%	6%	14%	74%

農水省HP参考

図表 特-1 基幹的農業従事者数



資料：農林水産省「農林業センサス」、「2010年世界農林業センサス」(組替集計)

急激な農業人口の減少が起こっています。農家の子息が後継者となっていないことが原因となっていますが、なぜ後継者とならないのでしょうか。全国の産地を訪問して分かることは、北海道や和歌山など農業で魅力ある収益を上げている農家には必ずと言っていいほど後継者がいます。後継者がいないという農家は兼業農家で別の仕事で稼いだお金を農業に注ぎ込んでいるなど、儲かっていないどころかむしろマイナスとなっていると言います。

新型コロナウイルス感染症の影響や世界情勢の不安定など食料自給率向上や食料安全保障の強化が望まれるようになってはいますが、農業構造の変化は急速には叶わず手遅れ感もあります。今一度、消費者とともに見直す必要があります。

後継者のいない農家には血縁関係者への事業承継だけでなく、農業を生業とすることを希望する者も事業承継の対象として受け入れる必要もあります。

■日本有機農協が目指すもの

当組合は、日本全国における農業生産の振興を旨として、組合員の相互扶助の精神に基づき、協同して組合員の事業及び生活のために必要な事業を行い、もってその経済状態を改善し、かつ社会的地位の向上を図ることと、持続可能な社会の実現のために環境負荷の少ない農業の発展と拡大を目的とします。

今日、有機農業を取り巻く環境は、生産者と消費者の双方にとって、いくつかの課題が存在します。

生産者においては、下記のような課題があります。

- 高度な栽培技術の習得に時間と労力を要する
- 化学肥料や農薬に頼らない栽培のための良質な資材の入手が困難である
- 販路が限られ、生産物の安定的な販売が難しい
- 販売価格が市場価格に左右されやすく、経営が不安定になりやすい

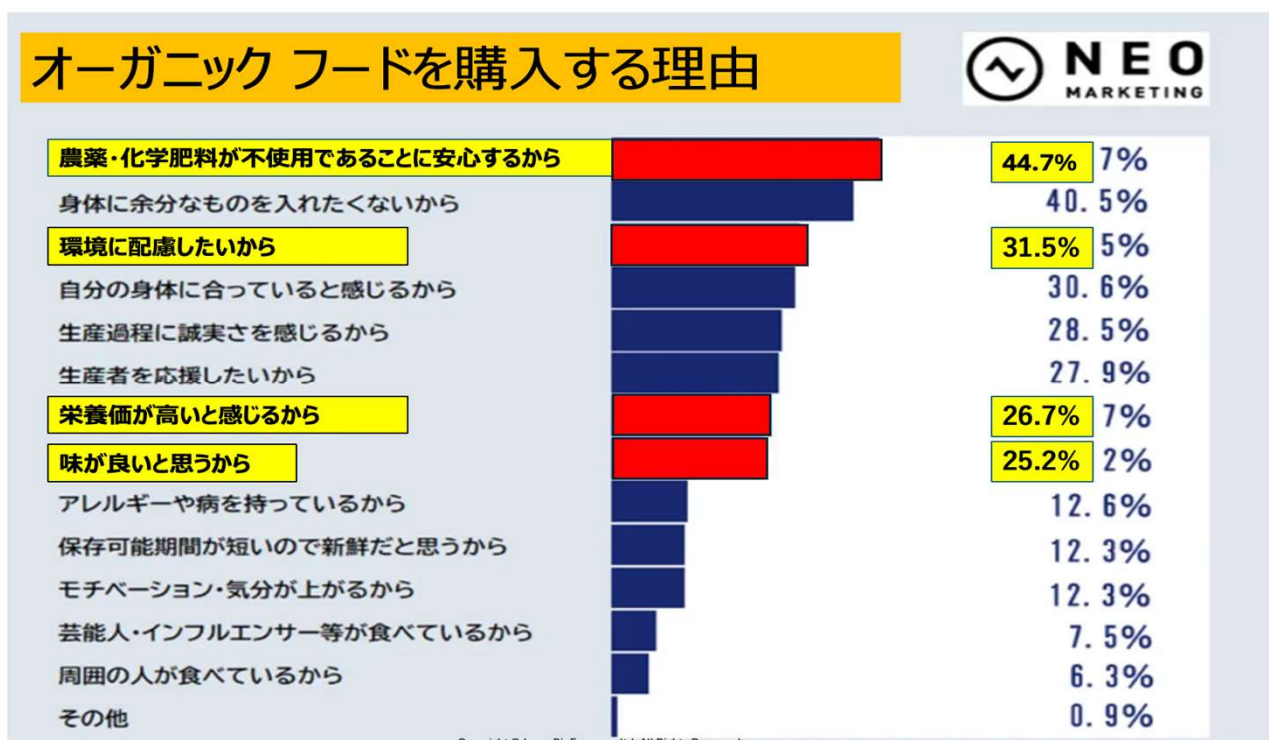
一方、消費者においては、下記のような課題があります。

- 有機農産物の入手場所が限られている
- 価格が一般の農産物よりも高価である
- 品質や安全性に関する情報が不足している

といった課題があります。

これらの課題を解決するためには、生産者と消費者が直接つながり、互いに協力し支え合う仕組みが必要です。当組合は、組合を通して生産者が栽培技術や資材に関する情報を共有し、共同で資材を調達することでコスト削減を図ります。また、組合が一括して生産物を販売することで、安定的な販路と適正価格での販売を可能にします。消費者は、組合を通して「生産者の顔が見える」安全・安心な有機農産物を安定的に入手でき、生産者との交流を通じて有機農業への理解を深めることができます。

当組合は、これらの課題を解決し、生産者と消費者の双方にメリットをもたらすことを目指します。



ごあいさつ



日本有機農業協同組合は、最先端の知見や技術で有機農業を生産現場に実装し、自然とのバランスを取りもどす活動をします。日本有機農業協同組合は、永続的な生命活動を続けられるよう有機農業の意義を広く一般に広め、生消伴走した活動をします。

代表理事組合長 小祝 政明

この度、私を含む全国の仲間たち20数名が中心となり日本有機農業協同組合を設立しました。この組織は名前の通り有機農産物の普及と生産を目指しています。全国を網羅する農協を設立し今後、**BLOF**理論という有機栽培理論を中心に全国の生産者や加工業者、消費者を組合員として活動を拡大していく計画です。

農協の目的は経済活動ですが、我々有機栽培を目指す有志は大は地球環境、小は食べ物の質の改善に努力しております。この農協はそうした背景にある動機を農協活動を通して具現化することを目指しております。後ほどこの組織の詳細をご報告いたします。是非、ご興味ある方はお声がけください。



農協の概要

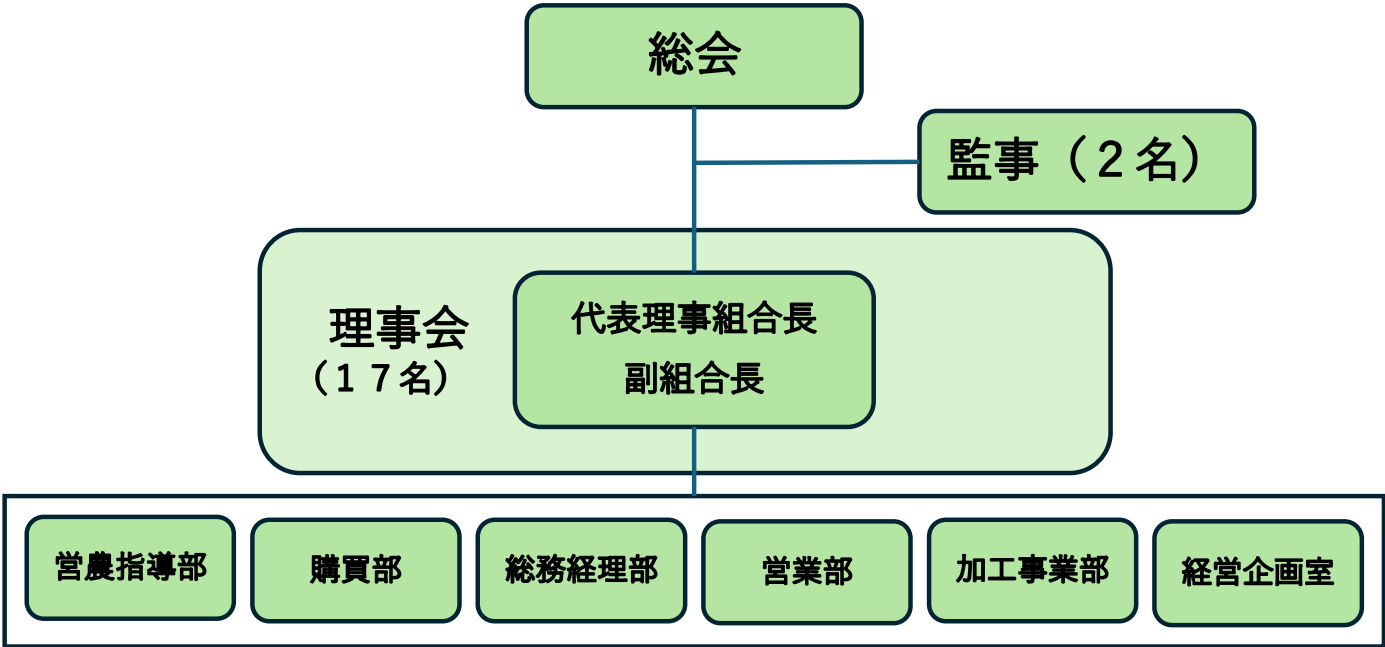
■ 組合情報

日本有機農業協同組合
創立：2025年10月6日
<https://www.joac.or.jp>

本部
〒396-0111 長野県伊那市美篤1112
TEL：0265-98-7862
FAX：0265-98-7863

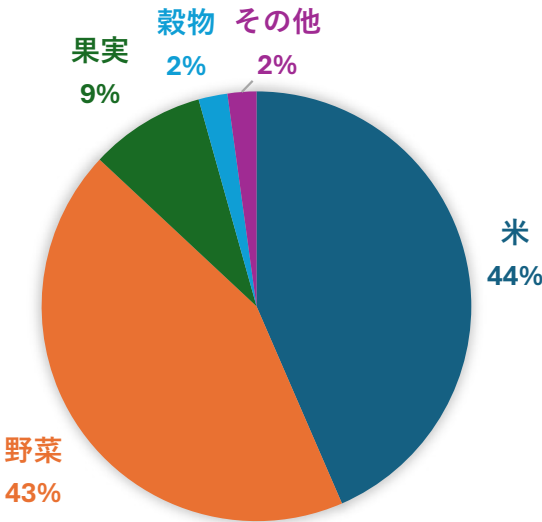
島根支部
〒 696-0102 島根県邑智郡邑南町中野527
TEL：0855-95-3852
FAX：0855-95-3853

■ 組織図

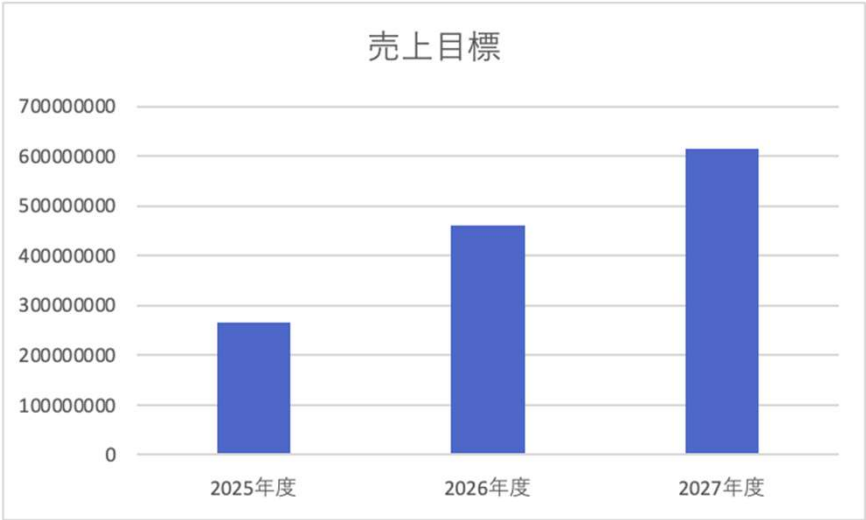


■ 事業

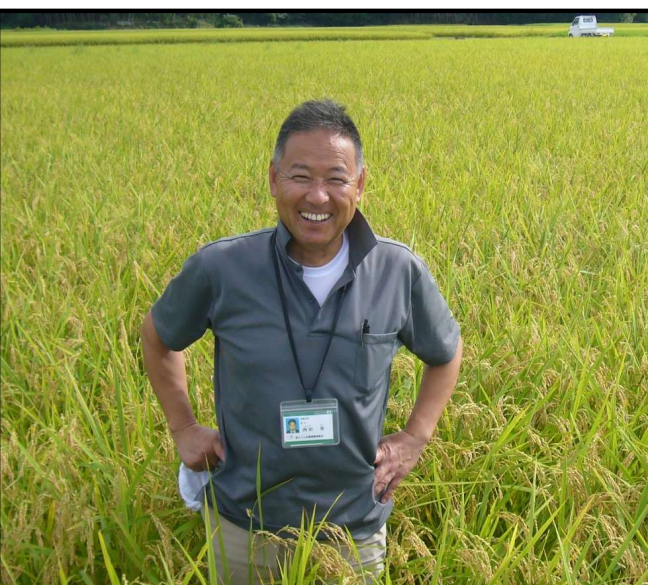
品目別構成比
2026年度計画



売上目標



副組合長メッセージ



一般社団法人日本有機農業普及協会
公認BLOFインストラクター

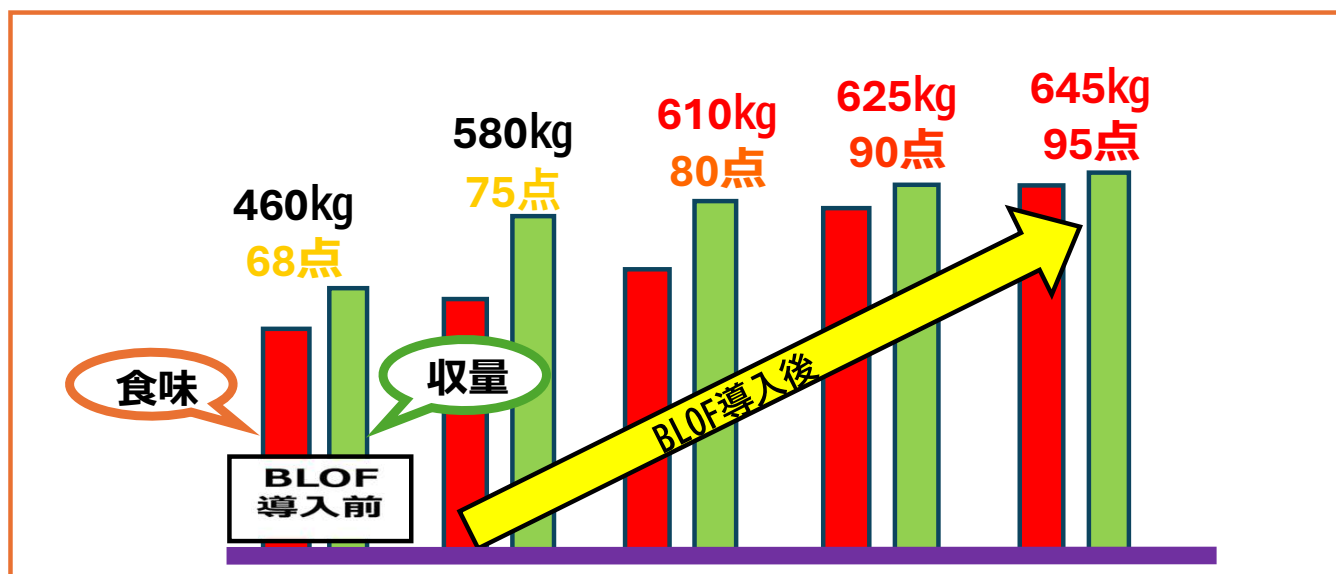
水稻のことならお任せください。
自然のメカニズムの中で作物本来の美味しさや
栄養を引き出す栽培理論を学んで実践。次世代
の有機農業技術者を育てています。

副組合長 西田 聖

米の価格が低迷と高齢化で離農する農家が後を絶たないので、米の商品価値を上げて、低コストで高収量を実現できないかと頭を悩ませていました。トラクターなどの農業機械は数百万円もするので、機械が壊れるともう続けられないという農家も出てきます。無農薬栽培で米に付加価値がつけば離農する人を止められるんじゃないかと、その一心でがむしゃらに勉強しました。その結果、地域の平均反収よりも約4割多い1反645kgの米が獲れて、米の食味値も100点満点中95点という高得点を得たことで、この理論に基づいて栽培すれば、農薬を使わないで高収量・高品質なお米がつかれると確信を持ちました。

BLOF理論との出会い

「BLOF」とは「Biological Farming（生態系調和型農業）」の略語です。BLOF理論の米づくりは、まず土づくりから始まります。稲の持つ力を最大限に発揮できる健康な土づくりで育てると、根がしっかりと張り、勢いよく栄養成分を吸収します。植物の根の育ちは地上部の育ちと関連しているので、茎の数も、稲の穂の長さもグッと増し、収量アップにつながります。また、表面の植物繊維も丈夫に育つので、稲の害虫であるウンカやカメムシが稲を食べたくても、強い繊維で守られていると歯が立ちません。そして、植物の表面を覆うクチクラ層（ロウ質の層）も厚くなり、病原菌が入るのを防いだり、害虫が好きな匂いを閉じ込めるワックスのような働きもします。付加価値のある米づくりをしていると、周囲の農家が集まりいつの間にか大きな集団となっていました。生態系調和型農業は地域再生、地域活性に大きく寄与するものと考えます。



副組合長メッセージ



©medicomm

私は徳島県の最南端の海陽町で、水稻と野菜を作っているシングルマザーで2児の母です。子供達が幸せに生きる為にはどうしたら良いのか？を考えた時、全ての子ども達が幸せになれる社会になれば、自ずとうちの子ども達も幸せになれる！そう思いました。そんな時BLOF理論に出会い『これだ！』と直感してBLOF理論を勉強してきました。美味しいものを食べたら人は幸せになれる！をモットーに農産物を生産しています。

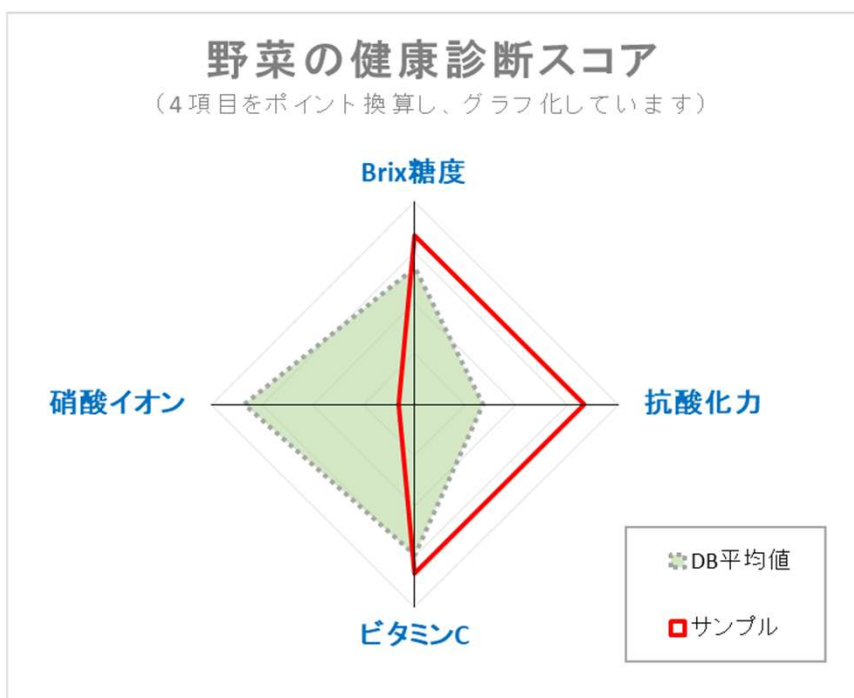
副組合長兼広報担当 有近 幸恵

私は自身の人参を売り込む時に、栄養価分析は必須です。なぜならば全国の人参と自身の人参はどう違うのか？を見える化するために「農産物コンテスト」に参加する事は大いにプラスになりました。受賞した賞状があると、商談に優位にすすめることができます。それは一目で違いを理解してもらえますからです。

有機野菜は安心・安全が売り文句ですが、消費者はそれだけではサステナブルな関係は構築できないと思います。私自身、2児の母ですから家族のために農産物を購入する際に有機や特別栽培であれば安心・安全で身体に良いと思っていました。農業を始めてBLOF理論に出逢った時に、身体に良いものとは何かを改めて考え直しました。ミネラルたっぷりの栄養価の高い農産物を食べることが、身体に良いものを食すということだと思います。

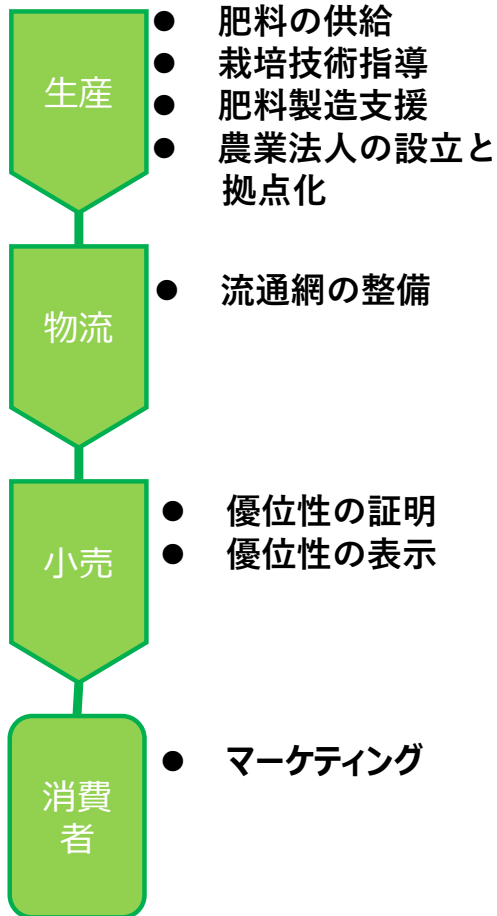
さらに、栄養価だけでなく、美味しさを兼ね備えた野菜やお米が全国にあります。その農産物を色々な人に知ってもらいたいと思っています。これからの世の中、見た目だけでなく、中身がある農産物を消費者に届けたいと思っています。

その為にも「農産物コンテスト」の開催や、農産物の分析は必要だと思います。



事業概要

価値増創造の流れ



農業人口を増やすには

農業に従事する人を支援する仕組みが必要となる。
農業人口が減少する理由

- ① 農業が相対的に儲からない
- ② 新規参入には資金以外にも制約が多い
- ③ 農業も職人と同じで技術を習得しなければならない

このような理由で増えない。

農業が儲かっている生産者には必ず後継者がいる。

しかし、儲かっていない生産者には後継者がいることはほぼなく、当人が農業ができなくなると、管理を依頼するか農地を手放す。地域的な現象であれば耕作放棄地が増える。

新規参入には数千万円の資金が必要とも言われる。その他にも農村特有の地域との関わりが求められるが、農家の常識がなく調和が難しい。

農産物生産は職人のように技術を身につける必要がある。どのような職人も独立して生活ができるようになるまでには相当の努力を要する。ちょっとやそっとかじったくらいでは、やがて廃れることとなる。

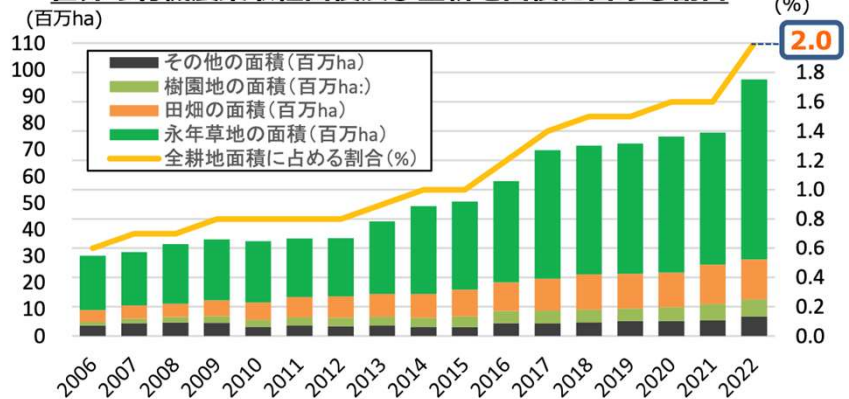
農業人口を増やすには、

- ① 儲かる農業の実現
- ② 資金面の解決と地域との調和をとる存在を作る
- ③ 技術習得の機会を作る

産地育成

現状でも消費者の要望に応えるだけの生産が出来ていない。将来を見ても市場は成長する見込みである。消費に足る生産力を持つためには、生産の強化が求められる。ソフト面は既に準備が整っている。あとはハード面として生産する場所の整備をすることである。単に農地を増やすということではなく、安定的に生産できることが求められる。新規就農者が農業で成功する確率は非常に低い。理由は技術不足と資金不足である。農協が資金不足を補うことで産地育成が促される。

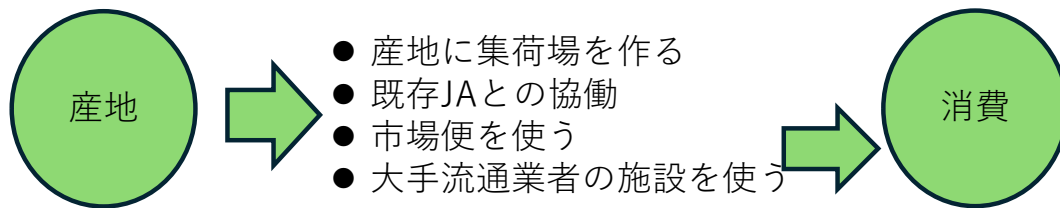
世界の有機農業取組面積及び全耕地面積に占める割合



※FIBL & IFOAM The World of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2024を基に、農業環境対策課作成

流通網の整備

流通のハブをつくる



バブ to ハブシステムの構築をする。産地側では一時的なバブとして生産法人などが中心となり、集荷拠点となる。その拠点をつなぐ地域の物流網を整備して、産地側の物流拠点を物流業社のセンターや大手小売店、あるいはJAの施設が拠点となり、消費地につながる基幹物流にのせる。一方、消費地での拠点は中央市場の施設や、物流業者のセンター、小売店の集配センターを通じて、店舗への納品をする。

農業人口を増やすには

農業に従事する人を支援する仕組みが必要となる。

農業人口が減少する理由

- ① 農業が相対的に儲からない
- ② 新規参入には資金以外にも制約が多い
- ③ 農業も職人と同じで技術を習得しなければならない

このような理由で増えない。

農業が儲かっている生産者には必ず後継者がいる。

しかし、儲かっていない生産者には後継者がいることはほぼなく、当人が農業ができなくなると、管理を依頼するか農地を手放す。地域的な現象であれば工作放棄地が増える。

新規参入には数千万円の資金が必要とも言われる。その他にも農村特有の地域との関わりが求められるが、農家の常識がなく調和が難しい。

農産物生産は職人のように技術を身につける必要がある。どのような職人も独立して生活ができるようになるまでには相当の努力を要する。ちょっとやそっとかじったくらいでは、やがて廃れることとなる。

農業人口を増やすには、

- ① 儲かる農業の実現
- ② 資金面の解決と地域との調和をとる存在を作る
- ③ 技術修築の機会を作る

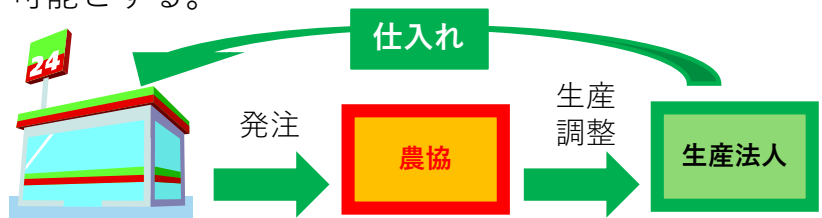
3つの課題を解決する仕組み

農業が儲かるためには、価格を高くする、経費を少なくする、規模を大きくする。いずれかの方法、もしくはは組み合わせることで実現できる。価格を高くすることは、経済状況から実現困難である。経費を少なくするためには、生産効率を高める。つまり多収穫の実現。規模を大きくして製造効率を高める方法がある。生産効率（多収穫）は技術をJOFAによって学ぶ機会を提供している。規模を拡大するには設備投資。機械投資ということになるが、個人レベルでは時間がかかる。そこで農協が中心となって資金調達を行い生産現場への投資や法人設立を行う。



流通業、小売業者が農協に期待できること

ビジネスで成功するには、コストリーダーシップ、差別化、集中戦略などと言われている。業界1位以外は差別化、若しくは集中戦略となる。KSFは良い商品を仕入れることとなるが、需給バランスを見ると、消費が先行しているため、良い商品を仕入れるには競争が激しいと言える。その競争に勝つためには、産地までの垂直統合となるが、製造業とは異なり実現することが困難なのが現実。そこで流通業、小売業に代わって農協が担うことで、競争優位の実現を可能とする。



営農指導部統括メッセージ



作物はきれいにそろっていれば良かった時代は過ぎ、有機栽培の時代に入ろうとしています。今後、環境問題やコスト削減という視点からも土壌分析の必要性は高くなると思いますが、本当に大切なことは生産者自身が土や資材の勉強をし、土壌分析や施肥設計をする。またこれを1回で終わらせるのではなく、毎作毎年積み上げ、設計の微調整を繰り返しながら自らの施肥体系を確立することだと考えます。

営農指導部統括 小祝 政明

■ 自然界に存在したメカニズムに着目

幼い頃から実家の農業を手伝った経験を持ち、26歳で本格的に農業をスタートした。大学で外国語と農業を学んだ後にプロのバイクレースとして活躍したが、レースで大怪我をしてリハビリ生活を余儀なくされた際に、食や環境の大切さを改めて実感したことが、農業に関わるきっかけになりました。

就農後は、オーストラリアの有機農業研究所で牧場の土壌改良を研究し、有機野菜宅配サービスの農家側に向けた栽培コンサルタントなどを行うとともに、自ら打ち立てた理論で農業を実践してきました。約20年近い歳月をかけて完成させたBLOF理論が日本の農家から大きな注目を集め、2019年には国連総会SDGsカンファレンス（技術学術検討会議）に参加し、SDGsをテーマにした国連職員向けの会議において、ザンビアの干ばつ地でBLOF理論を用いて農作物をつくるという取り組みを発表。世界の叢智が集った13の発表のうち、見事第一席に選ばれました。

細胞をつくるアミノ酸、生命維持に不可欠なミネラル、生育・施肥を支える土壌という3つの分野に分けて農業を考察し、科学的・論理的に営農していくのがBLOF理論です。ポイントを簡単に説明すると、大きくて丈夫な根をつくること。自然界にもある酵母などの力を借りてふかふかの土壌をつくり、発酵のメカニズムを利用して特別な技術で製造した液肥をたっぷりと根から吸わせることで、同じ米や野菜でも収量は大きく増え、栄養価も高いものが収穫できる。さらには、米や野菜自体が丈夫になるため病害虫に強く、有機栽培でもすくすくと育ってくれるのです。

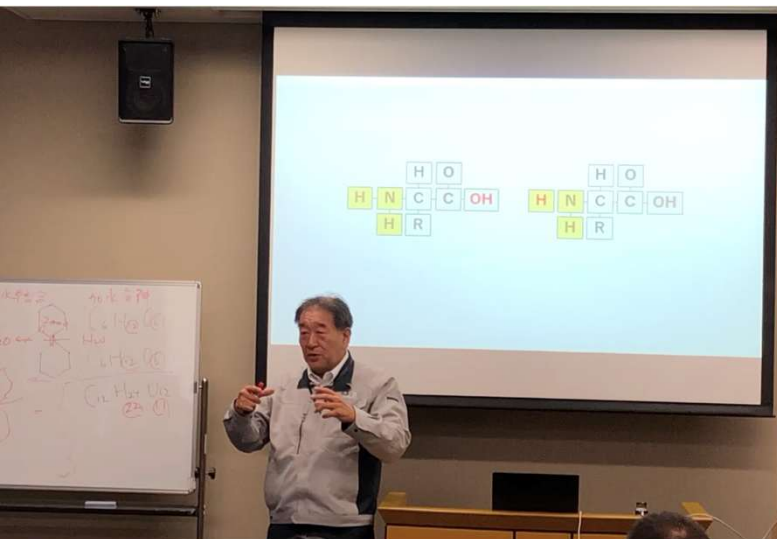
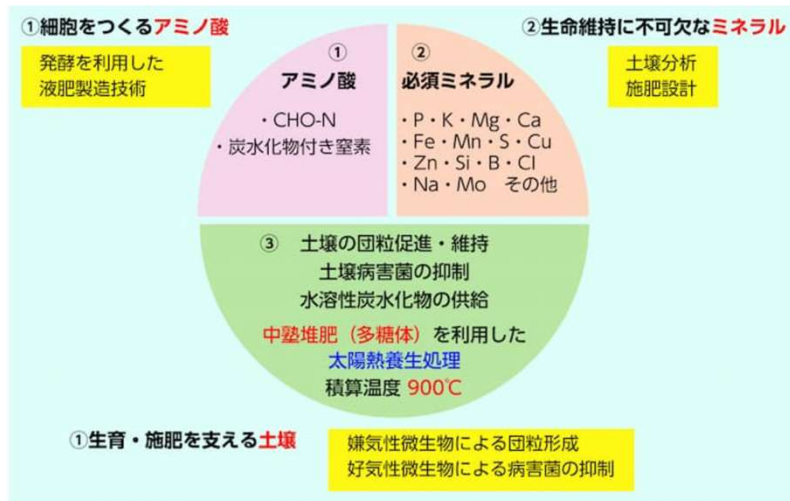
理論の根幹を成すのは、古くから自然界に存在した植物の生育メカニズムです。たとえば2017年に、日本の理化学研究所が植物に酢酸を与えると乾燥に強くなるメカニズムを発見しましたが、我々は実践などを通してそうしたメカニズムにいち早く気づき、すでに10年以上も前から実践していました。すべて自然界で植物が当たり前のように行ってきたこと。私はそれに気づいただけです。そこから検証を重ねて理論を構築し、多くの農家の人たちが実践できるように、ノウハウと仕組みをつくりあげていったのです。

2016年からは東京大学や理化学研究所、小祝氏が代表を務める日本有機農業普及協会の共同でBLOF理論の実証実験を開始し数々の画期的な検証結果を得て、2020年には大手ソフトウェア会社の協力のもと、クラウドやAIなどのテクノロジーを使った「BLOF営農支援サービス」もリリースしました。

営農指導部

■ 役割

営農指導部は高品質・多収穫の実現のために、生産者に寄り添い支援をします。高品質・多収穫には植物が生育するメカニズムを知り、適切な処置を施せる技術が必要です。また、その技術は科学的根拠に基づき、原因究明と再現性がなければ技術として普及しません。それに最も適したものとしてBLOF理論に基づく営農技術支援を行います。BLOF理論は各地で実績を上げており、驚異の収益を上げる生産者が増加しております。



■ 指導方法

指導は座学による、BLOF理論の基礎をしっかり習得いただきます。植物生理、堆肥についてなどしっかりと理解をしなければなりません。また、実際に栽培を行う実証実験や個々の生産者の圃場を訪問して課題を共有しながら改善を図り収益向上を目指します。地域ごとに環境が異なりますので、現地で栽培実証実験することは、生産者の受け入れをしやすくします。個別訪問は技術をさらに高めることに貢献します。

■ 各地の実績

土壌改善はしっかりと行うことが重要です。この時点で失敗すると大きな損失となりますので要注意です。BLOF理論で栽培した野菜、米、果物は結果を出しています。果樹は実をつけすぎると味が乗らないと言われますが、沢山つけても一般平均よりも高い糖度を実現しました。野菜では大玉トマトがミニトマトのようになっていますが、この段だけが特別ではなく10段以上続けることが可能となります。



営業部統括メッセージ



EMBA、MSc（税法学）

事業戦略、販売戦略、マーケティングを担当。

生協にて、食品工場の立ち上げやオーガニック食品の開発、産地開発を担当。

生産者と消費者の架け橋となり日本の農業を守り消費者の生活を守る組織となるように努めます。

副組合長兼営業部統括 福井 健一

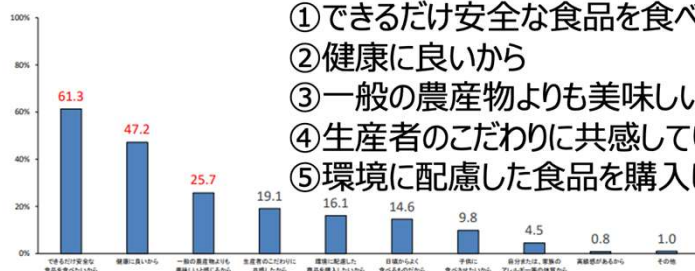
■ 消費者が求めるもの

消費者が食品を購入する動機は健康に配慮したものが大きな要因となっている。本来食の安全性は担保されているはずが、何故このような動機が上位に来ているのかを考えなければなりません。結論は情報が欲しいのです。食品、農産物の情報が安心をもたらし、安心が安全であるという認識になるのです。

品揃え

VI. 有機・特別栽培の農産物を購入する理由
（「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した方/複数回答3つまで）

・有機・特別栽培の農産物を購入する理由は、「できるだけ安全な食品を食べたいから」(61.3%)が最も多く、次いで「健康に良いから」(47.2%)、「一般の農産物よりもおいしいと感じるから」(25.7%)の順となった。



①できるだけ安全な食品を食べたい

②健康に良いから

③一般の農産物よりも美味しいと感じるから

④生産者のこだわりや共感しているから

⑤環境に配慮した食品を購入したいから

食卓を有機食品で満たしたい

一部が有機食品では満足しない

Copyright © 2023 by Kenichi Fukui

日本政策金融公庫「消費者動向調査」(令和3年7月) https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_211011a.pdf (2023.7.11)

■ 生産者に求めるもの

生産者が苦労して作った農産物が認めてもらえない。その理由は消費者が優位性を感じていないからです。静岡のマスクメロンは特に高い価格で取引されています。何故でしょうか？それは、価格に見合う価値があるからです。味、食感、香りなど五感に訴えかけます。ただ有機であるというだけでなく、消費者が認める価値をつけないければなりません。

価格

X. 有機・特別栽培の農産物を購入する際の価格許容度（1つ回答）

・有機・特別栽培の農産物を購入する際の価格許容度は、「一般の農産物と同等の価格」(58.4%)が最も多く、「3割高でも購入する」(5割高まで)(2.9%)、「3割高まで」(14.9%)を合わせた割合は2割を下回った。
・「日常的に購入している」または「時々購入している」と回答した方に限定すると、「3割高でも購入する」とする回答は、3割を超えた。一方で、「あまり購入したことはないが、購入に関心がある」または「あまり購入したことはないが、今後も購入する気持ちはない」と回答した方に限定すると、「3割高でも購入する」とする回答が2割を下回った。



一般の食品と同等の価格

有機農産物は付加価値？

有機農産物でも高いと売れない

有機食品も高いと売れない

Copyright © 2023 by Kenichi Fukui

日本政策金融公庫「消費者動向調査」(令和3年7月) https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_211011a.pdf (2023.7.11)

営業部

■ 役割

営業部は全てのステークホルダーが事業計画の確実性を高めることが重要な役割です。有機農産物や特別栽培の農産物は売り先の確保、仕入れ先の確保が難しく、売り難く、仕入れ難く不確実性が高いですが、その不確実性を遁減し売上予測を立てやすくし、仕入れの安定化を図ります。

■ 売れる商品のヒント！

有機農産物はコスパが悪い、なぜなら、値段は高いが美味しくないという意見を聞くことがあります。当組合で扱う農産物は美味しさにこだわっています。食べ物なので美味しくなければ、長続きしません。美味しくければリピートします。このように本能的潜在欲求にうったえかける農産物を供給します。

このような農産物が安定して生産できる理由は栽培技術にあります。BLOF理論に基づく生産で成果を上げています。

野菜の中身の違いを明確にし、 購入動機に繋げる



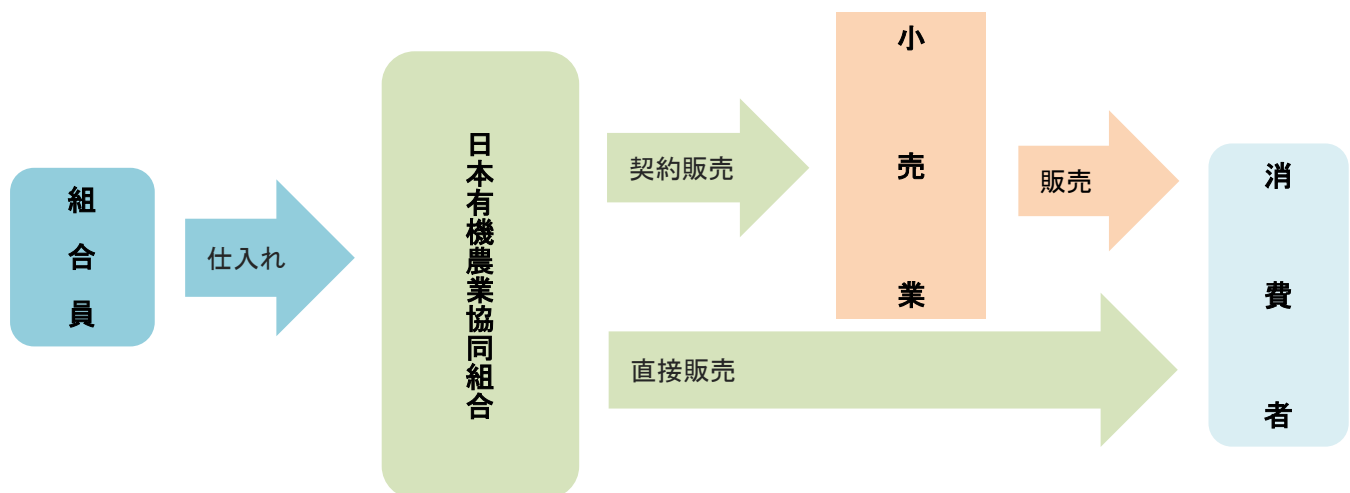
坂東農園トマト 54人 : 一般的なトマト 18人

©野菜で健康推進部会

22

■ 販売先

小売業者、食品加工メーカーと連携します。こだわり系の小売店や差別化を図りたい小売店を中心に農産物の供給と販売支援を行います。食品加工メーカーで有機加工食品など特徴ある製品を製造されるメーカーに原料を供給します。



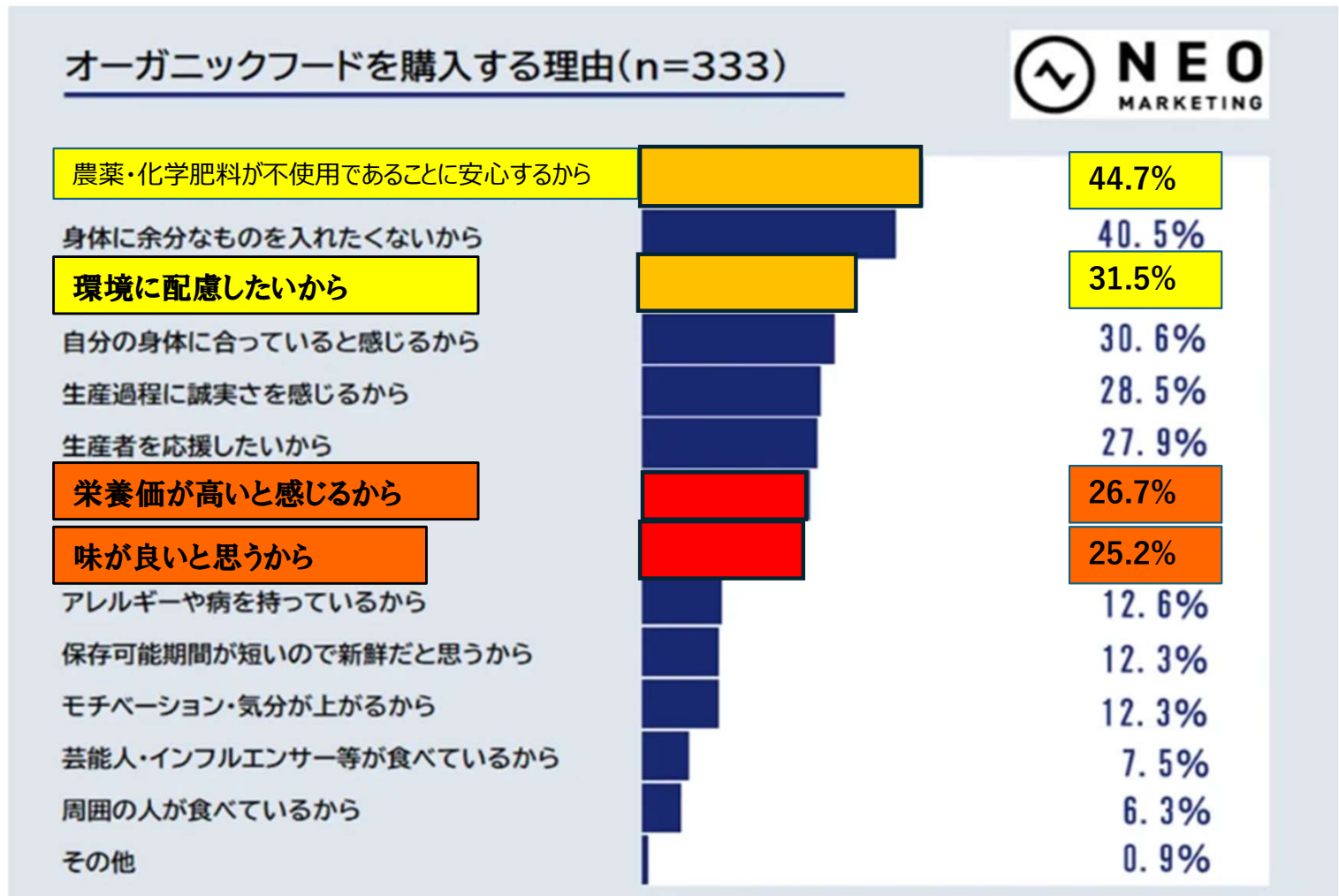
■ 安定供給のために

農産物生産は天候など様々な影響を受け、計画通りに生産できないものですが、農産物の加工工場と保管施設を整備してバッファー機能を強化します。加工原料として小麦、大豆等の保管と加工食品事業部との連携を図り加工品の製造をします。

生鮮野菜については、BtoCネットワークをつくり買い支えと供給義務の関係を構築します。

戦略的販売計画

■ 消費者の購買動機



消費者が有機農産物に期待するのは栄養価が高い、味が良いことです。販売されている有機農産物は栄養価が高く味が良いのでしょうか。実際に農産物を調べたところ、慣行の農産物と差異のない有機農産物があることがわかりました。世界でも同様にイギリス、アメリカでも優位性が認められなかったようです。

有機農産物が栄養価が高く、味が良ければ有機農産物の市場規模は大きく伸びていたはずですが。生産者の多くは消費者の期待に応えられなかったことが、大きな原因と考えます。消費者は有機農産物を買って支えてきた経緯はありますが限度があり、有機農産物の価値以上の価値は払うことに疲れているのではないのでしょうか。消費者は有機農産物の真の価値に気づくことができれば、市場は一気に拡大することでしょう。

今から75年前の農産物の栄養価は今とは比べものにならない水準でした。昔の野菜の栄養価を実現できるとすれば、それは素晴らしい事ではないですか。

科学技術庁 食品成分分析調査
1951年と2001年の比較

食品名	栄養素	1951年 (昭和26年)	2001年 (平成13年)	減少率
ほうれんそう	ビタミンA	8,000	700	-91%
	ビタミンC	150	35	-77%
	鉄分	13	2	-85%
にんじん	ビタミンA	13,500	1,700	-88%
	ビタミンC	10	4	-60%
	鉄分	2.0	0.2	-90%
みかん	ビタミンA	2,000	14	-99%
	カルシウム	29	16	-45%
	鉄分	2.0	0.1	-95%

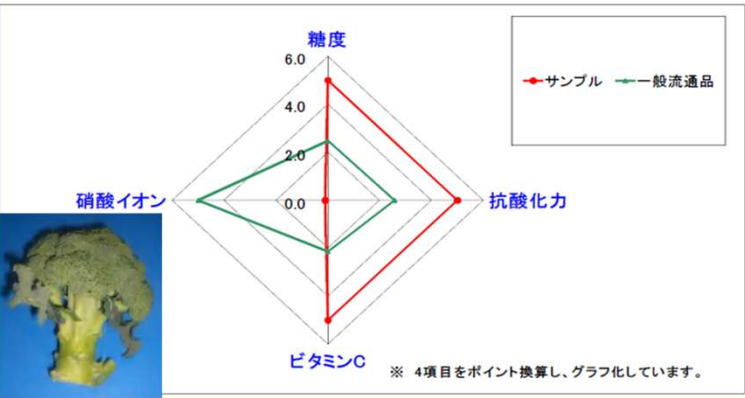
※食品100g中の成分 単位mg

■ 高栄養価の農産物を生産する農家の出現

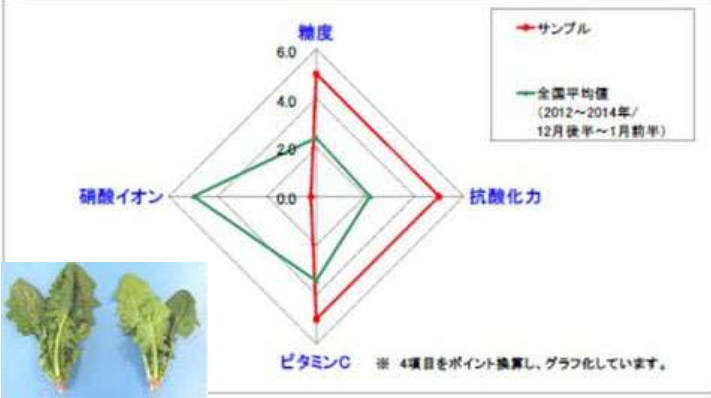
高栄養価の野菜を次々と作り出す生産者が現れました。糖度、抗酸化力、ビタミンCの数値は、流通している野菜のサンプルより高い値が得られ、硝酸態窒素は極端に低い値の野菜が生産できるようになりました。このような野菜は消費者からの評価も高く販売も順調に進んでいます。販売の現場では、消費者へのアピールがシンプルです。「これは栄養価が高い農産物ですよ」と下記の図を見ればすぐに理解されます。このような野菜ですから一度食べれば消費者はリピートして直ぐにファンになります。

サンプル名	糖度 (%)	抗酸化力 (TE mg/100g)	ビタミンC (mg/100g)	硝酸イオン (mg/L)	味 (1~5)	官能評価 (0を基準として-2~+2で評価)
サンプル	13.2	92.1	200.8	5>	5	甘味:1 旨味:1 苦味:0 酸味:0 食感:1
一般流通品	6.5	47.5	85.7	218.8	3	N=24
五訂値	-	-	120.0	0	-	-

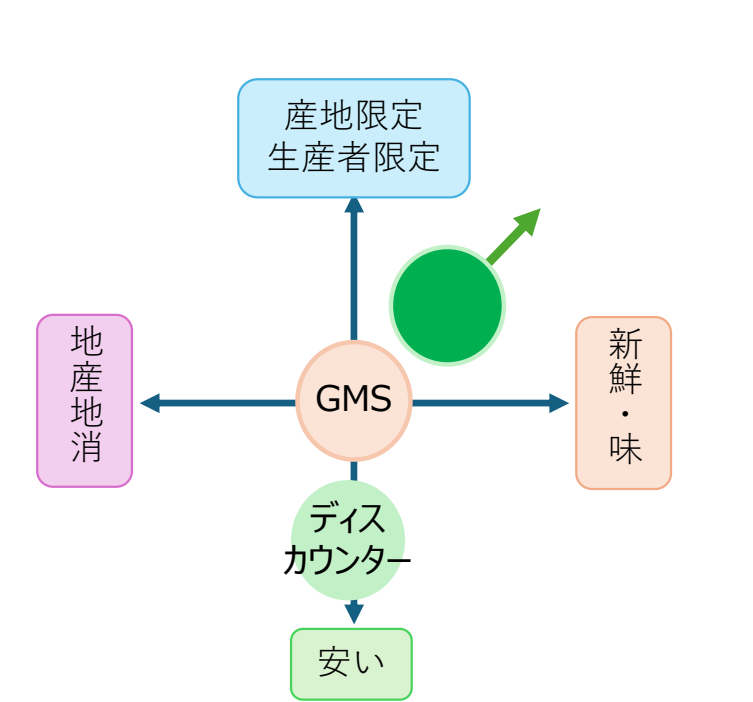
※官能評価:加熱して食味検



サンプル名	糖度 (%)	抗酸化力 (TE mg/100g)	ビタミンC (mg/100g)	硝酸イオン (mg/L)	味 (1~5)	官能評価 (0を基準として-2~+2の五段階評価)
サンプル	17.5	227.3	101.3	85	5	甘味:2 旨味:1 酸味:0 食感:1
全国平均値 (2012~2014年/ 12月後半~1月前半)	8.3	99.8	69.6	1,991	3	N=7
食品成分表 (国分県産、冬期産)	-	-	60.0	2,000	-	-



■ 違いを見せることができるのか



多くの小売店は競合等の違いを出して競争優位を実現しようとしします。より良いは一時的には競争優位になっても、直ぐに優位性を失うことになるからです。パソコンで例えるとスペックの向上をはかり競争が常に発生しますが、WindowsとMacの違いは続きます。多くの小売店は産直と称し産地と直接繋がり、産地を支援することを目的に拡大しています。しかしながら、この手法は短期的な優位性にとどまってしまふ。あるいは事業拡大や規模が大きいと行き詰まりを見せます。

次に新鮮さや味で優位性を出そうとししますが、これらを表現するのは非常に曖昧です。新鮮＝朝採りなどイメージに頼ることになったり、果物は糖度という客観的な指標によって優位性を示すことが出来ますが、野菜はどうでしょうか？果物で糖度が優位性の指標となるのであれば、栄養価はとても指標となるのではないのでしょうか。

■ 小売業の成功の鍵は 30 秒で決まる

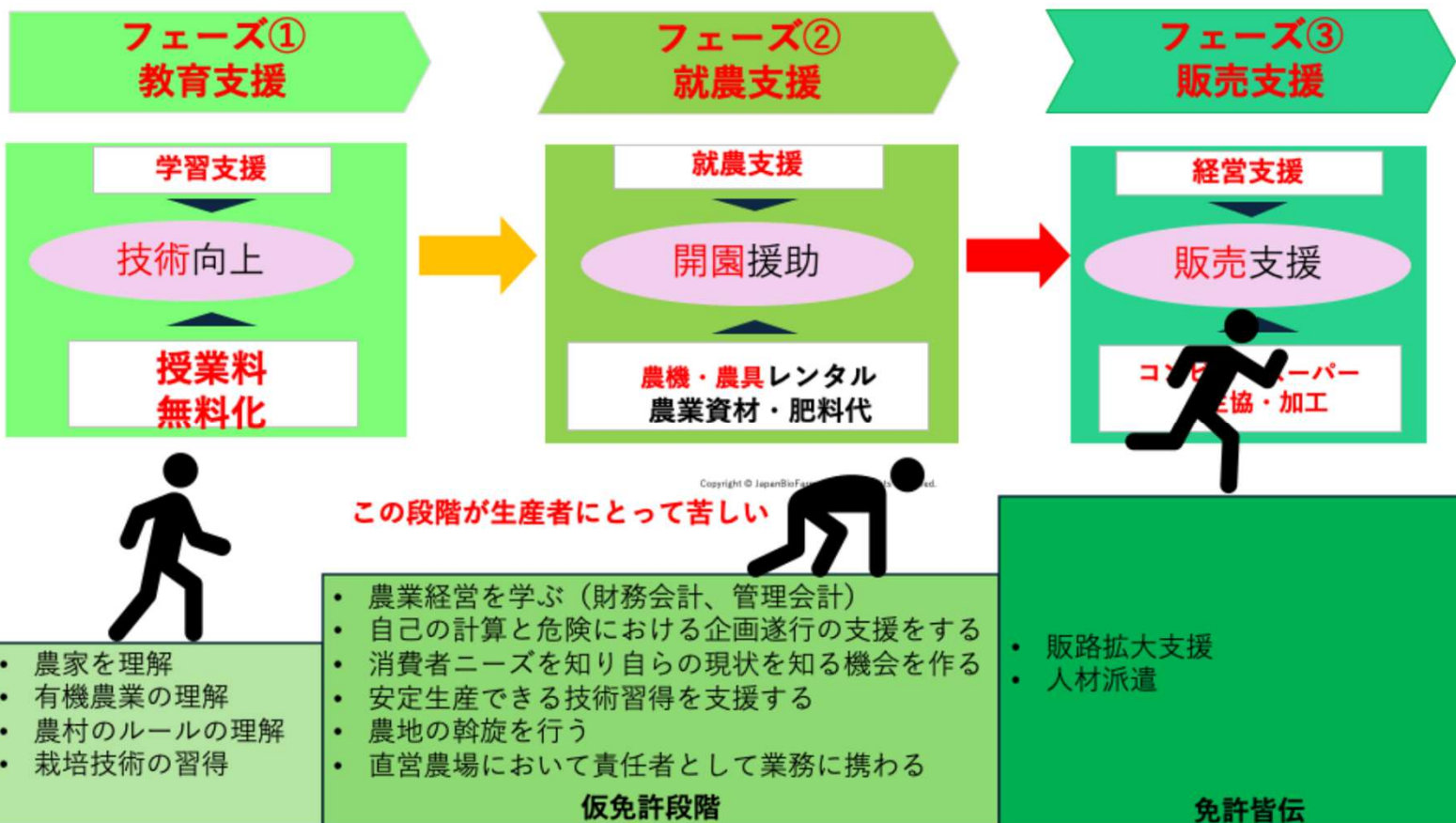
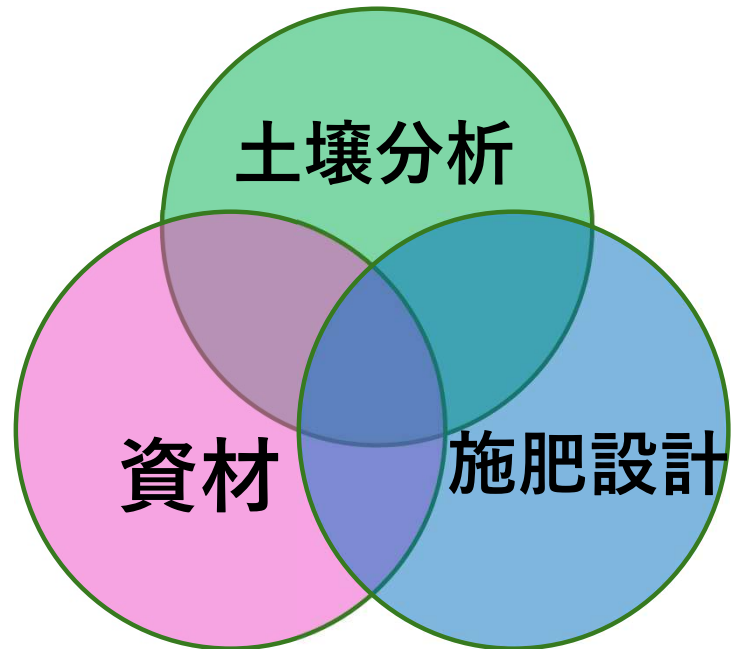
消費者が商品の購入を決定するまでの時間はとても短いです。長々と説明を受けると、疑問や不信感が芽生えて購入決定できなくなります。いかに短い言葉で興味を持ってもらえるかです。『土壌分析を行い、専用ソフトで施肥設計を行い、適切な資材を選び生産しています。だから、栄養価が高い農産物が作れます』と言い分析結果を見せれば誰もが納得することでしょう。一言で言えば、これがプロということでしょう。土壌分析、施肥設計、資材の3つの要素が重なれば、栄養価の高い農産物を作ることが出来ます。しかも、誰でも作ることができるようになれます。

この農協では、栄養価の高い農産物が作れる生産者を増やす取り組みをしており、仲間を増やしています。既存の生産者の皆さんとは情報交換を行いながら品質向上を目指し、生産量を増やしています。小売業の皆さんの協力が得られれば、生産拡大を加速させることが出来ます。

現時点でも有機農産物の確保が難しいと思われることでしょう。組合員は理解してくれる小売業者であれば、直ぐにで

■ 農業の新規参入者をも成功

農協では3つのステップで支援を行っています。農業未経験者でも短期間（3年程度）で、高栄養価の農産物を生産し、売上1000万円も夢ではないプログラムを実装しております。昨今の事情で農地の入手が以前と比べ容易になったこともあり、今後の生産の柱となり、大いに活躍することが期待されます。

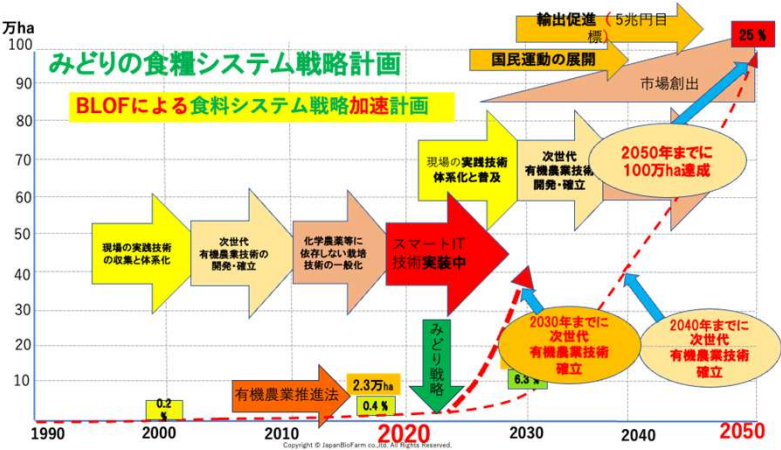
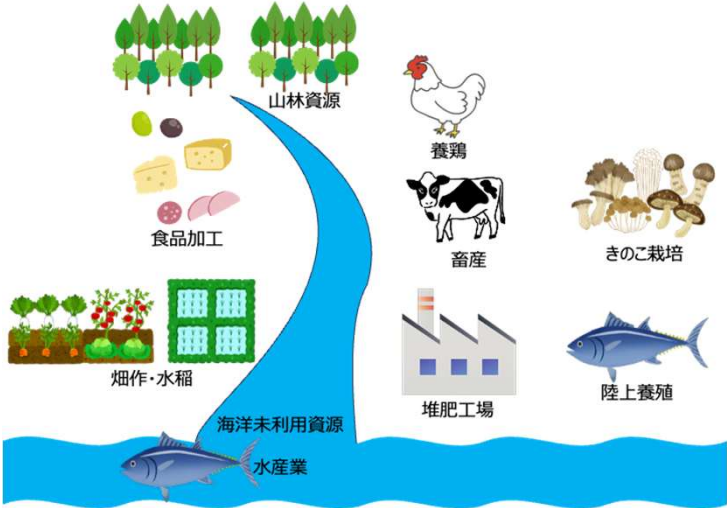


地域貢献

■ 未利用資源の活用と循環

未利用資源の活用と有機農地の活用が日本の農業の行く末を左右します。各地に有益な資源があるにもかかわらず、使われる事なく廃棄されています。これらの未利用資源の活用を促進します。

また、山と海は密接な関係になり、山が豊かになれば海も豊かになり、食料の循環も豊かになります。山に広葉樹林を増やし山の持つ力を最大限に発揮させることが望まれています。



■ 拠点づくり

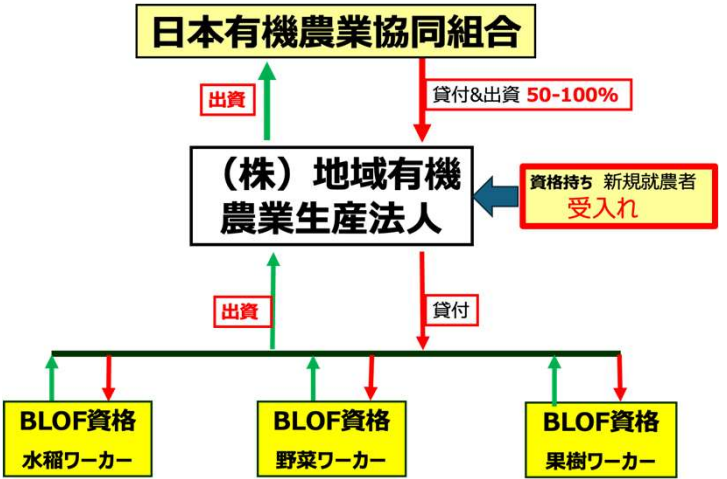
全国各地に農業生産法人をつくります。この法人は

- ①食糧生産促進
- ②地域保全
- ③地域活性化

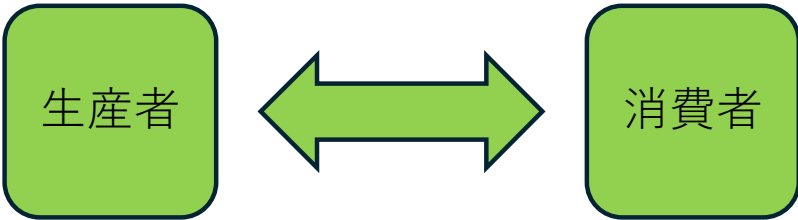
として機能を果たします。

■ 促進

地域の未利用資源の活用ができれば、国内循環による農業生産が可能となります。未利用資源が有効に使えるように支援とそれを使いこなす技術を併せ持たないと実現しません。農協はこの支援体制をすでに整えており、あとは全国的に水平展開する段階までできております。



産地との交流 相互理解



■ 産地交流

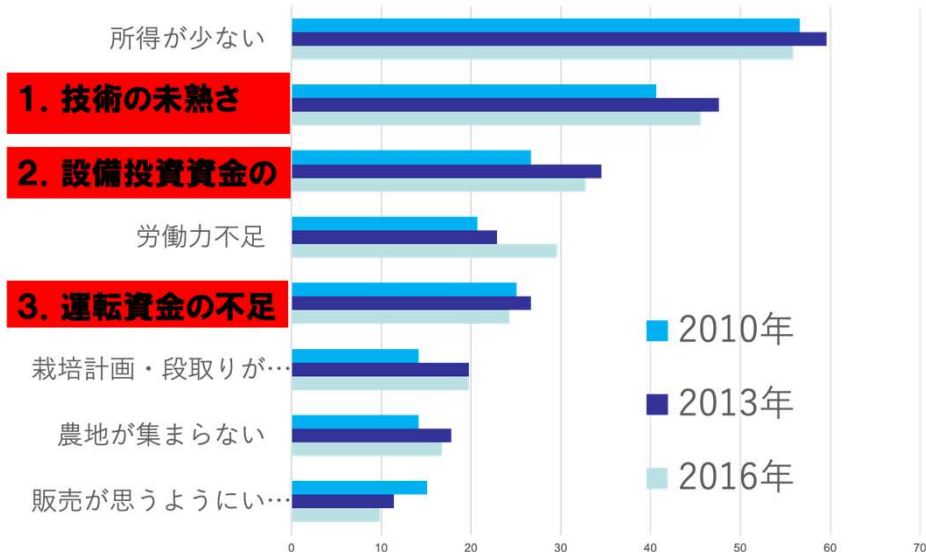
生産者と消費者の交流を積極的に行います。生産から消費までの距離を短くして相互理解を深めることでより良い社会の実現につながります。また、農業に娯楽性を持たせアグリテイメントとして心の健康も実現します。

生産者を増やすには何が課題なのか

■ 技術的課題

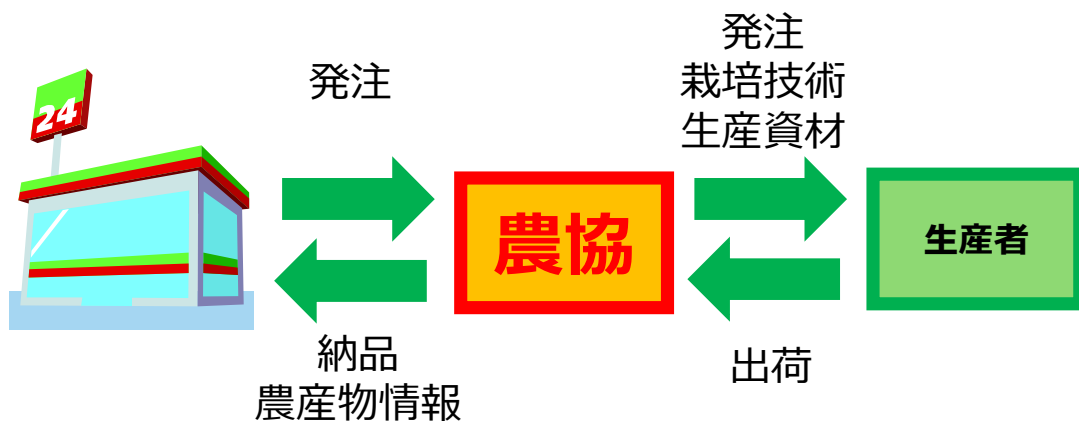
新規就農者が経営に苦しむのは、経営に関する知識ではないようです。一般的に会社経営は経営に関する知識であると云われていますが、農業においては生産技術の方が優先されます。グラフは所得が少ないが多数となっていますが、そもそも、売れる商品が作れなければ話になりません。収量はある程度あっても単価が低いということもあるかもしれませんが、低い理由に品質が悪いということもあります。品質が悪いことも、栽培技術に起因するものです。

新規就農者の経営面での問題・課題



■ 販売面の課題

新規で農産物を販売するには、サンプルを求められることがほとんどです。サンプルを送れば即取引となれば良いのですが、取引に至る可能性はどの程度なのでしょうか。また、取引に至るまでの行程は長く時間もかかります。有機農産物など特に時間がかかります。提出書類も多く、生産者の負担は大きなものとなります。新規就農者、雇用の余裕もなく労働力が自らにかかっており、生産と営業との両立は厳しいものがあります。そこで、農協の役割が問われます。生産者が生産に専念できるように支援すること、栽培技術指導、資材を供給することです。



■ 資金と人材

新規就農は何といっても資金不足になりがちです。農業はタネを撒いてから収穫まで長期間にわたり収入がない状態が続きます。製造業、小売業、飲食業のようにはいきません。栽培技術の未熟で農産物自体の収量が少なければ売上も少ないため、非常に厳しいものです。また、収穫の人手不足も収入を下げる要因となります。これらの課題を解決できれば新規就農の経営安定化を促進することができます。

新規就農者支援

農業で成功するには、栽培技術を習得しなければなりません。有機農業で成功するには有機で農作物を作る技術が必要です。経営を学ぶのは安定的に生産できる技術を習得した後のこととなります。農協は新規で有機農業を目指す方に、有機農業の技術習得の学びの場と実践的に学ぶ機会を提供します。

農業技術は論理的かつ再現性がなければ知の蓄積はできません。その技術の一つとしてBLOF理論のインストラクターによる技術指導を行います。

実践的な技術を得るには実際に栽培することが最も適しています。その機会として実際に生産者のもとで技術習得をしてもらいます。

オーガニック・ワーカー（有機農業技術者）養成科

植物生理を学び活かす！
次世代有機農業で食を豊かにし人の健康を支える！
食べられる方に笑顔と健康を！

● 学科 172時間

次世代有機農業基礎	39時間	次世代有機農業オリエンテーション、生態系調和型農業、農作物の品種と特徴、品種別野菜の栽培方法
次世代有機農業理論	45時間	有機栽培に必要な植物生理・ミネラル・アミノ酸・堆肥・微生物・栽培管理・土壌学
次世代有機農業技術	9時間	有機水稲栽培技術、栽培のポイント、水稲のための資材の特徴と効果・使い方
農業ICT基礎	9時間	先進農業ICT技術、農業におけるICT（情報通信技術）とGIS（地理情報システム）、生産作業管理
農業認証基礎	21時間	有機JAS認証制度、GAP（農業生産工程管理）の概要、特別栽培農産物・エコファーマの概要、農作物の栄養価と機能性
農業経営基礎	21時間	経営3S（戦略、生産管理と経理、マーケティングとブランディング）
農業ICT応用	138時間	ワークシットによるチームワーク育成と農業知識共有、農業ビジネススキルアップ、農業地のあり方、地域農業情報
安全衛生	33時間	体調管理、熱中症対策、事故防止、食品衛生、農機具の安全な使い方
就職支援	12時間	履歴書作成指導、面接指導、模範面接

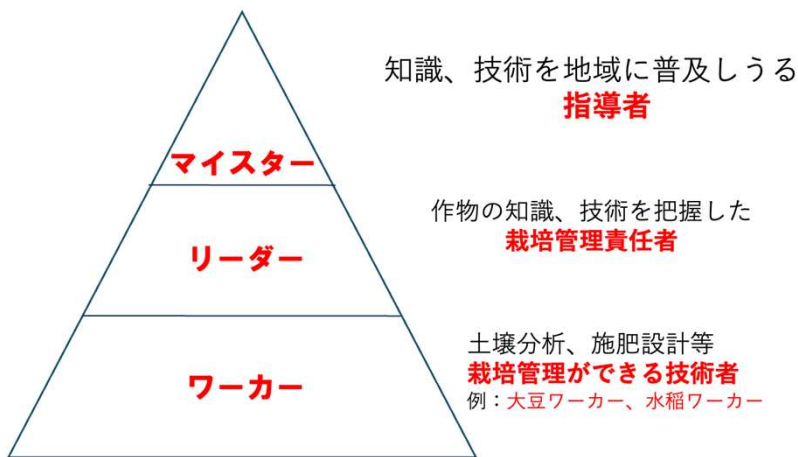
● 実技 339時間

次世代有機農業実技	63時間	土壌診断、施肥設計、有機農業の微生物培養、有機農業の堆肥作り
土壌改良実技	30時間	大粒炭素微生物（堆肥を使った土壌改良技術）、堆肥づくり基礎、炭素微生物利用
農作物生産基礎実習	57時間	先進農業等で作物を栽培するために必要な技術（播種・苗づくり・施肥・水管理・栽培管理）
農作物生産実習	60時間	農業技術の習得、作物の管理技術、野菜栽培技術、工程管理、選別と包装
収穫出荷実習	93時間	先進農業等で収穫作業・選別作業・包装・出荷方法・食品の処理技術（化学処理・品質管理・貯蔵管理）
農業機械実習	36時間	先進農業等でトラクター・管理機と農機具の使い方、自分でできる農機具のメンテナンスの仕方

● 企業実習など 99時間



オーガニックマイスター（有機栽培技術資格制度）



有機栽培技術の習得を効率的に行う仕組みを作ります。

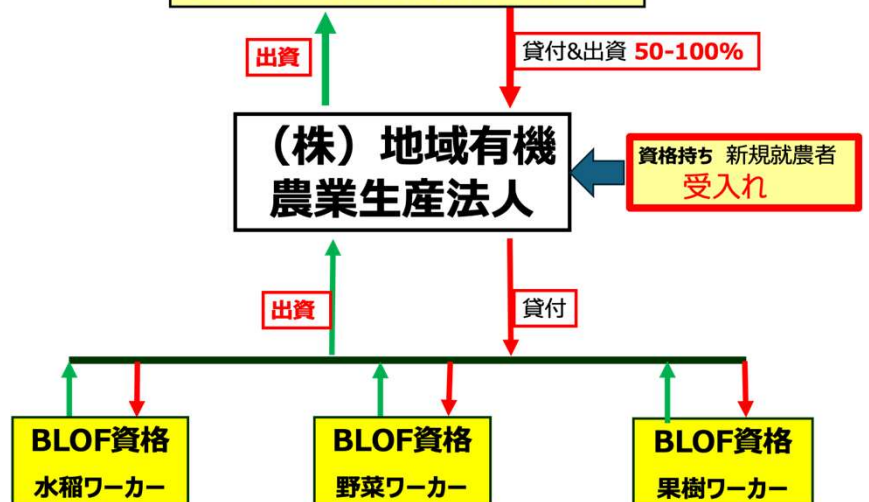
技術を習得するためには多くの時間を要します。初心者からベテランまで一緒に学ぶには不合理です。ベテランに合わせると初心者は理解が間に合わない、初心者に合わせると、ベテランは退屈します。同じレベルのグループにすることで効率が上がります。

また、この資格制度は自らの習得レベルを確認できることと関係する生産者での就農する際に技術レベルがわかることで、積極的な採用を促すことができます。

全国各地に農業法人を作ります。この農業法人で新規就農者を受け入れ農業技術を習得する機会になるとともに、各地で増えつつある遊休農地を受け入れ農地を守り地域の保全と活性化を行います。

加えて、地域で活躍する生産者に支援をして拠点化を進めていきます。リーダー的な生産者を中心に産地形成と地域保全ができるように応援いたします。

日本有機農業協同組合





お問い合わせ

日本有機農業協同組合

Japan Organic Agricultural Cooperative

通 称 JOAC（ジョアック）

組 合 長 小祝 政明

本 部 〒396-0111 長野県伊那市美簗1112
TEL：0265-98-7862 FAX：0265-98-7863

島根支部 〒696-0102 島根県邑智郡邑南町中野527
TEL：0855-95-3852 FAX：0855-95-3853