

第1 事業報告

第51年度

令和3年4月1日から
令和4年3月31日まで

事業報告

1. 連合会の事業活動の概況に関する事項

(1) 事業の概況

令和3年度、新型コロナウイルス感染症の拡大にともなうサプライチェーンの混乱により、世界経済は大きな影響を受けました。特に国内では、新たな変異株の発生で社会活動が著しく制約され、感染の収束が見通せない状況が続いています。

農業生産の現場においては、労働力不足や海外原料価格の高騰による生産コストの増嵩により、国内農業を取り巻く環境は一層厳しくなりました。また、「SDGs」や「みどりの食料システム戦略」など、持続可能な社会・農業の実現に向けた社会的要請はますます強くなっています。

消費の現場においては、外食向け需要が低迷する一方で、内食・中食向け需要が拡大、即食・簡便食ニーズに沿った商品開発がすすみ、eコマース市場が堅調に拡大しました。また、輸入依存度の高い農産物価格の高騰にともない、国内における食品価格の値上げが続いており、安全保障の観点からも食料自給率の重要性が改めて見直されつつあります。

本会は、こうした事業環境の変化に対応するため、「すべては組合員のために、そして消費者、国民のために」を基本姿勢とし、これまでの自己改革の取り組みを強化するとともに、①生産基盤の確立、②食のトップブランドとしての地位の確立、③元気な地域社会づくりへの支援、④海外戦略の構築、⑤JAへの支援強化の最重点事業施策について、本会グループ役職員が総力を挙げ、全力結集で取り組みました。

「生産基盤の確立」では、労働力確保に向けて、労働力支援協議会を全国6ブロックに設置し、支援の輪を全国に広げるとともに、実証農場における効率的な生産技術の研修などにより、次世代を担う農業者を育成しました。また、事業効率化に向け、JA域を越えた広域集出荷施設の設置、牛舎施設賃貸事業による家族経営の支援により、生産現場での課題解決をはかりました。さらに、肥料の銘柄集約・集中購買の定着、共同購入トラクター（中型）の普及による生産コスト低減などをはかりました。

「食のトップブランドとしての地位の確立」では、青果物卸売会社や青果物流通会社との資本・業務提携、包装・加工・冷蔵機能等を具備する直販施設の設置などをすすめる、流通・販売体制を強化するとともに、米・青果物の契約栽培や直接販売の推進に向けて実需者との関係強化に取り組みました。また、国産米の需要確保・拡大に向けた無菌包装米飯や全国の産地を応援する本会ブランドなどの商品開発を積極的にすすめる、国産農畜産物の新たな価値を提案しました。

「元気な地域社会づくりへの支援」では、地産地消の核となる農産物直売所の集客力向上の支援、組合員への電力供給や再生可能エネルギーの自家消費モデル普及・拡大などにより、地域社会の活性化に取り組みました。

「海外戦略の構築」では、マーケットインによる輸出向け産地づくりに取り組むとともに、現地パートナー企業の販売チャネルを活用した輸出拡大をすすめました。また、海外原料の調達では、肥料原料の国際情勢をふまえた輸入国の見直し、飼料原料における主要穀物生産国に広がるグループ会社のサプライチェーン強化を通じ、安定供給をはかりました。

「JAへの支援強化」では、JA経済事業の収支改善と業務効率化に資する「経済事業強化メニュー」を全県で提案するとともに、経営・業務の分析などを通じ、課題解決にむけた提案をおこないました。

これらの最重点事業施策に加えて、本会グループにおける情報セキュリティ対策やコンプライアンス・リスク管理強化などによる健全な事業運営をおこないました。また、SNS等を活用した国産農畜産物の消費拡大や、環境調和型農業の実現に向けた本会対応策の情報発信をおこなうとともに、フードバンクを通じた食料支援などにも積極的に取り組み、国産農畜産物の消費拡大や環境対策といった社会的要請への対応を強化しました。

こうした情勢のなか、経営概況は肥料の原料価格高騰にともなう収益減などがあつたものの、飼料・燃料の棚卸益の発生や、コロナ禍における業務費を中心とした事業管理費の削減、固定資産売却益等の特別利益の計上により、当期剰余金は99億円となりました。なお、高騰する海外原料価格への対応として、目的積立金の取り崩しをおこないました。

《 最重点事業施策の取り組み内容 》

1. 生産基盤の確立

労働力不足などにより生産基盤の弱体化が懸念されるなか、パートナー企業と連携した農作業受委託など多様な労働力支援や担い手の育成への取り組みを強化しました。また、農作業の省力化・高度化に資する革新的な技術や資材等の実証・普及をすすめるとともに、消費者のニーズにもとづく産地づくりに取り組みました。さらに、広域集出荷施設などのインフラ整備や物流合理化、生産コスト低減に向けた購買品目のさらなる競争力強化をはかりました。

(1) 農業現場における労働力支援や担い手の育成

- ア. パートナー企業との連携等を通じた農作業受委託や、農福連携の導入などによる労働力支援の実践（新規 12 県、累計 30 県）
- イ. 県域 J A ・ 連合会 ・ 関連企業と連携し、県域を越えた労働力支援協議会の設立（累計 6 ブロック、全国の設置完了）
- ウ. 新規就農者研修事業の継続実施や、実践型研修農場の運営による新規就農者の育成（5 県実施、新規就農 12 名、累計 110 名）

(2) 革新的な技術・資材の導入・普及等による生産性向上

- ア. 包括連携協定を締結した行政研究機関との共同研究等による品種開発、栽培・加工・輸送技術の開発
- イ. 営農管理システム「Z-GIS」の普及推進（ID発行数累計 1,625）および栽培管理支援システム「ザルビオ フィールドマネージャー」などと連携した機能強化
- ウ. 「ゆめファーム全農」における大規模施設園芸技術の実証（栃木、高知、佐賀）とパッケージ化した設備・資材・技術の普及・促進
- エ. 環境に配慮した生分解性マルチの取り扱い拡大（7 万本、前年比 114%）
- オ. 地域内で堆肥や飼料作物を循環させる耕畜連携の実践
- カ. 労務軽減と生産性向上に資する「シンクロ E T」（4,147 個、前年比 125%）や、「モバイル牛温恵」（新規 193 戸、累計 2,646 戸）、「ファームノートカラー」（新規 129 戸、累計 653 戸）など ICT 機器の普及
- キ. ゲノム選抜による次世代種雄豚の開発や高衛生レベル肉豚生産方式の普及
- ク. 労務軽減に資する養豚生産管理ソフトの普及拡大（新規 7 戸、累計 370 戸）

ケ. 農場診断にもとづく鶏舎環境の改善提案等による生産性向上（新規 11 農場、累計 21 農場）

（3）産地づくりや家族経営支援の取り組み強化

ア. 実需者のニーズにもとづく業務提携先と連携したかぼちゃの生産提案と産地開発の実施（新規 6 県、累計 14 県）

イ. 牛舎施設賃貸事業の取り組み県域拡大に向けた検討（累計 3 県域実施、2 県域検討）および、搾乳ロボットを活用した超省力化モデルの実証を通じた家族経営支援

ウ. GAP の実践・認証取得に向けた県域・JA 職員等の人材育成（累計 194 名）

（4）生産者・JA を支えるインフラ整備と物流合理化

ア. 米の集荷拡大や安定供給に資する広域集出荷施設の設置（1 か所）

イ. 米の物流合理化に向けた統一フレキシブルコンテナの普及（33 県、123 千枚）、紙袋のパレチゼーションの推進（21 県、47 千ト）

ウ. 青果物の選果・選別・調整作業の軽減に資する広域集出荷施設の設置（3 か所稼働）

エ. 青果物輸送課題の解決に向けた本会グループ会社と連携した関東ストックポイントの運用開始（令和 4 年 2 月開始）

オ. JA 域を越えた肥料・農薬の県域物流の拡大（新規 4 県域 4 JA、累計 32 県域 127 JA）

カ. 肥料・農薬における JA の業務効率化および生産者への提案力強化に資する受発注センターシステムの普及（JA・全農間：累計 7 県域 20 JA）

キ. 産地インフラの整備・再編支援に向けた農業施設総合コンサルの拡大（新規 2 JA、累計 35 JA）

（5）農家手取り最大化に資する購買品目の競争力強化

ア. 肥料の銘柄集約と集中購買の推進（112,718 ト、前年比 102%）、農薬の担い手直送規格の取り扱い拡大（255,734ha、前年比 126%）

イ. 化成県における BB 肥料（粒状配合肥料）の取り扱い拡大（15,940 ト、前年比 122%）

ウ. 大型に続く共同購入トラクター（中型）の供給拡大（新規 1,713 台）

エ. パレットサイズを基準とした全国標準規格段ボール箱への集約（規格数 30% 削減）

オ. 輸入フレキシブルコンテナの購入先拡大による仕入れ機能強化

カ. 配合飼料の取扱数量の拡大 (6,963 千トﾝ、前年比 100%)、製造コスト削減に向けた小ロット銘柄の集約 (293 銘柄)

【主な取り組み結果】

実行具体策	3年度目標	3年度実績
1. パートナー企業等との連携や農福連携を通じた労働力支援	累計 27 県	累計 30 県
2. 県域を越えた広域の労働力支援協議会の設置	累計4ブロック	累計6ブロック
3. 営農管理システム「Z-GIS」の普及推進	ID発行数 累計 2,000	ID発行数 累計 1,625
4. 生分解性マルチの取り扱い拡大	4.5 万本	7万本
5. シンクロET(採卵時に乳牛等へ同日移植)の普及拡大	3,000 個	4,147 個
6. 牛舎施設賃貸事業の取り組み県域拡大	累計3県域	累計3県域
7. 米の物流合理化に向けた統一フレキシブルコンテナの普及	60 千枚	123 千枚
8. 青果物の広域集出荷施設の整備	3か所	3か所
9. 農薬担い手直送規格の取り扱い拡大	200,000ha	255,734ha
10. 共同購入トラクター(中型)の供給拡大	1,400 台	1,713 台
11. 全国標準規格段ボール箱への規格集約(ニンジン・馬鈴しょ)	規格数 30%削減	規格数 30%削減
12. 配合飼料の取扱数量の維持・拡大	700 万トﾝ	696 万トﾝ

2. 食のトップブランドとしての地位の確立

即食・簡便食ニーズの高まりなど消費者ニーズは大きく変化しています。これらに対応するため、グループ会社・他企業等との一体的な商品開発など国産農畜産物の販売拡大に取り組みました。また、産地への実需者ニーズにもとづく生産提案をおこない、マーケットインによる販売戦略を実行するとともに、販売を支える直販インフラの整備をすすめました。

(1) 商品開発力・ブランド力強化と需給調整機能発揮による国産農畜産物の販売拡大

- ア. グループ会社と連携した実需者への共同営業による新たな販路拡大
- イ. 国産農畜産物を原料とした「ニッポンエール」商品など、グループ会社・他企業等との一体的な商品開発（新規 138 品目、前年比 200%）
- ウ. 実需者を明確にした米直接販売の拡大（3年産最終見込み：連合会取扱数量の 70%、前年差+5 ポイント）
- エ. 飼料用米を中心とした水田活用米穀への作付転換の推進強化（3年産連合会取扱数量 65 万トﾝ、前年差+15 万トﾝ）
- オ. 青果物における実需者直接販売の強化（4,044 億円、前年比 99%）、パートナー市場との連携強化による実需者への予約相対取引の継続実施（1,512 億円、前年比 99%）
- カ. 飲料メーカーへの推進強化による業務用牛乳の取扱拡大（178 千トﾝ、前年比 110%）、販売エリア拡大による出資先乳業での農協牛乳の取扱拡大（20 億円、前年比 107%）
- キ. 生乳における指定団体等と連携した需要拡大の促進、出資先乳業会社での生乳処理の最大化など需給調整機能発揮による処理不可能乳発生の回避
- ク. 東京オリンピック・パラリンピック向け食材供給業者や大手コンビニエンスストア等への GAP 認証品の結びつけ（新規 6 件）
- ケ. 他企業との業務提携による国産大豆を原料としたプラントベースフード（4 年度に販売予定）の開発により、国産農畜産物の新たな需要を創出
- コ. 全農東北プロジェクトによる米、花など東北産品の商品開発と J A タウン、クラウドファンディング、マルシェを通じた販売促進

(2) 実需者ニーズにもとづく生産提案や契約栽培等の拡大

- ア. 実需者ニーズに応じた多収米等の契約栽培の拡大(10万トﾝ、前年比128%)、および種子確保に向けた種子生産法人への出資
- イ. 国産大豆の契約栽培の拡大(3年産10.3万トﾝ、前年比102%)および行政研究機関と連携した多収品種の栽培試験・加工適性試験の実施(4産地)
- ウ. 大手製粉会社および行政研究機関と連携し、広域生産が可能な汎用性の高い小麦新品種の開発・現地栽培試験の実施(2産地)

(3) コロナ禍により顕在化した消費者ニーズへの対応と直販インフラの整備

- ア. 消費者ニーズに応じた無菌米飯「農協ごはん」の取り扱い開始
- イ. 青果物の包装・加工・冷蔵機能などを具備した直販施設の設置(3か所)
- ウ. 国内最大の青果物卸売会社や大手青果物流通会社等への出資・業務提携による、青果物の販路確保・安定流通に向けた取り組み強化
- エ. 産地直送通販サイト「JAタウン」における品揃えの強化やSNS等メディアを活用した情報発信の強化による集客拡大(年間流通額2,600百万円、前年比94%)
- オ. ふるさと納税事業の推進(年間寄付額6,401百万円、前年比145%)、大手通販会社と連携した通販サイト「純農」における商品開発の拡大(252品目、累計537品目)
- カ. 本会グループ直営飲食店舗「みのりみのる」等の新規出店(7店舗)や事業委託等運営方式の転換(5店舗)、国産農畜産物フェア企画の拡充など飲食事業の再編・強化

【主な取り組み結果】

実行具体策	3年度目標	3年度実績
1. 実需者等と連携した新たな商品開発	60商品	138商品
2. 米における直接販売の拡大(3年産)	70%	最終見込み70%
3. 青果物における直接販売の拡大	4,300億円	4,044億円
4. 青果物の予約相対取引の拡大	1,500億円	1,512億円
5. 実需者とGAP推進産地の結びつけ	5件	6件
6. 多収米等の作付提案・契約栽培の拡大	10万トﾝ	10万トﾝ
7. 青果物の包装・加工・冷蔵機能等を具備した直販施設の設置	2か所	3か所
8. JAタウンを軸としたeコマースによる販売拡大	85億円	90億円

※2. 連合会取扱数量(本会の数量に加えて、県連・県域JAの取扱数量を含む)に対する比率

※8. JAタウン流通額とふるさと納税寄付額の合算

3. 元気な地域社会づくりへの支援

地産地消の拡大をはかるため、農産物直売所の支援およびファーマーズ型Aコープ店舗の出店拡大とあわせて、事業基盤強化に向けたAコープ会社の再編による競争力強化をはかりました。また、地域の活性化に向けて、JA店舗の業態転換、移動購買車の導入に取り組みました。

エネルギー事業では、JA-SSマスタープランにもとづくネットワークセルフSSの運営力の強化や、組合員家庭向け電力の供給等ホームエネルギー事業の利用拡大、再生可能エネルギーの自家消費モデルの検証をすすめました。

(1) 地産地消の取り組み強化とAコープ会社の事業基盤強化

- ア. 農産物直売所を併設したファーマーズ型Aコープ店舗の出店拡大および改装支援（新規1店舗、改装7店舗、出店累計36店舗）
- イ. 地産地消の拡大に向けた農産物直売所の集客力向上と売り場活性化に向けた人材育成など支援策の提案（新規44店舗、累計289店舗）
- ウ. 事業競争力および事業基盤の強化に向けて、広域Aコープ会社3社を1社に再編

(2) ライフライン事業の取り組み強化による地域の活性化

- ア. コンビニエンスストア等との業務提携によるJA生活店舗の業態転換（新規1店舗、累計132店舗）など生活店舗の対応力強化
- イ. 地域・JAの実態に応じた移動購買車の導入促進（新規18台、累計123台）などを通じたくらし支援強化

(3) 燃料供給体制の維持・強化

- ア. エリア全体での収支確立に向けたJA-SSマスタープラン進展による揮発油シェアの維持・拡大（6.2%、前年比102%）、およびセルフSSの拡大（10か所、累計967か所）
- イ. セルフSSにおける洗車機などの機器リニューアル促進による競争力強化
- ウ. LPガス事業における保安業務指導の計画的実施（229販売所）、および安全化システムの普及拡大による保安体制の強化（ガスキャッチ設置戸数67,114戸、累計928,810戸）

エ. 安定供給および物流コストの削減に向けたLPガス充填配送アライアンスの拡大（2件）

（4）電力事業を核とするホームエネルギー事業の展開

ア. JAでんきの新規取扱JA拡大による、組合員向け営農・家庭向け電力事業の供給拡大（累計34,742件）

イ. 再生可能エネルギーの普及・拡大に向けた、「太陽光+蓄電池」などの新技術機器の導入（新規21台、前年比263%）

ウ. コスト削減への取り組みに向けたエネルギー総合診断の実施

エ. ホームエネルギー事業拡大に向けたエリア別体制の整備、および卸・小売り一体化に向けた再編協議（5JA）

【主な取り組み結果】

実行具体策	3年度目標	3年度実績
1. 農産物直売所を併設したファーマーズ型Aコープ店舗の出店拡大	累計35店舗	累計36店舗
2. 買物インフラ維持に向けたJA店舗などへの運営支援強化	累計310件	累計419件
3. LPガス安全化システム(ガスキャッチ)	累計864,000戸	累計928,810戸
4. 組合員家庭向け電力供給の拡大	400百万kWh	140百万kWh
5. 再生可能エネルギーを活用した自家消費モデルの導入	90台	21台

4. 海外戦略の構築

日本産農畜産物の輸出拡大をはかるため、輸出品目の拡充や現地パートナー企業などとの関係強化による販売チャネルの拡大をすすめるとともに、マーケットインによる輸出向け産地づくりに取り組みました。

購買事業では、肥料原料の海外山元からの安定調達、飼料原料の商系メーカーなどと連携した原料調達力強化、グループ会社の一環サプライチェーンの強化による安定供給につとめました。

(1) 成長する海外市場へ向けた輸出事業の拡大

- ア. 牛肉・米・青果物などの日本産農畜産物の輸出拡大 (82 億円、前年比 140%)
- イ. 本会ブランド冷凍野菜やニッポンエール商品の輸出開始
- ウ. 取引先と連携した品目の拡充や需要増に対応した物流体制確保による台湾向けクリーム等の輸出拡大 (4.6 億円、前年比 140%)
- エ. 全農インターナショナル香港 (株) マカオ支店新設 (3年4月) による販売チャネル拡大
- オ. 海外需要に対応したマーケットインによる、果実、甘しょ、トウモロコシなど新たな輸出向け産地づくりや産地リレーの実施
- カ. 国内の畜産物輸出コンソーシアム組成による牛肉などの産地集荷力および日系外食企業や量販店に対する直接販売の強化
- キ. JAグループの輸出戦略の共有と利用結集に向けた輸出事業委員会の開催 (3年4月、4年3月の2回開催)

(2) 資材・原料の安定調達

- ア. 海外山元との関係強化や輸入国の変更などの緊急調達による肥料原料の確保 (リン安：255 千トン・前年比 170%、尿素：191 千トン・前年比 111%)
- イ. 商系メーカー等と連携した飼料原料の共同購買・共同物流の拡大 (大豆粕等：計 400 千トン・前年比 127%)
- ウ. グループ会社の強固な集荷・輸送・販売の一環サプライチェーンの強化による飼料原料の安定調達 (米国：ZGC1, 809 万トン・前年比 87%、ブラジル：ALZ311 万トン・前年比 115%、カナダ：GCC98 万トン・前年比 68%)

【主な取り組み結果】

実行具体策	3年度目標	3年度実績
1. 日本産農畜産物の輸出拡大	80 億円	82 億円
2. グループ会社のサプライチェーン強化による飼料原料の安定確保	2,294 万トﾝ	2,218 万トﾝ

※1. JA全農インターナショナル（株）の目標値および実績

5. JAへの支援強化

多様化する担い手ニーズへの対応やJAの事業基盤強化が急務であるなか、「経済事業強化メニュー」、「JA総合分析・事業活性化プログラム」および「営農経済事業の成長・効率化プログラム」の提案と実践により、JAの経済事業収支改善に向けた支援に取り組みました。

また、「農家手取り最大化実践メニュー」やTACシステムの改善、研修体系の構築などによる担い手対応力強化に取り組みました。

(1) JA経済事業改革への支援

- ア. 全県域でJA経済事業の改善・業務効率化に資する「経済事業強化メニュー」の提案・実践
- イ. JAの経営・業務分析等にもとづく「JA総合分析・事業活性化プログラム（全農JA支援プログラム）」の提案・実践（14県）
- ウ. 「営農経済事業の成長・効率化プログラム（見える化プログラム）」の導入支援（累計16県27JA）

(2) 多様な農業者・JAニーズへの対応強化

- ア. 生産者所得の向上に向けた「農家手取り最大化実践メニュー」の実施（累計159JA）
- イ. TACシステムの改善や研修体系の構築による、TAC活動のレベルアップと担い手対応力の強化（自己評価方式の導入：39県278JA）
- ウ. 作物や経営規模などに対応した講習・研修会の実施による人材育成（TACアグリビジネススクール9回開催）

【主な取り組み結果】

実行具体策	3年度目標	3年度実績
1. 「JA総合分析・事業活性化プログラム（全農JA支援プログラム）」の提案・実践	5県実施	14県実施
2. 「営農経済事業の成長・効率化プログラム（見える化プログラム）」の導入支援	累計20県実施	累計16県実施
3. 「農家手取り最大化実践メニュー」の実施	累計155JA	累計159JA

《 事業運営・経営管理の取り組み内容 》

本会グループの総合力発揮に向けて、人材育成・確保、事業体制の効率化、コンプライアンス体制の強化による本会グループの競争力強化をすすめるとともに、役職員の働きやすい職場環境づくりに向けて時差出勤や在宅勤務などの制度を整備・推進しました。

また、次世代の担い手候補に対する農業の理解向上やSNS等の積極的な活用による国産農畜産物の消費喚起、本会グループに対する理解促進に取り組みました。

(1) 本会グループの総合力発揮と経営資源の有効活用

- ア. J A支援の水平展開、海外対応などに向けた人材の育成・確保、獣医師や建築士などの有資格者・専門家の拡充による事業基盤強化
- イ. 生活関連事業などにおける本会グループ会社の事業競争力強化に向けた合併・再編
- ウ. 障がい者雇用の促進に向けた農福連携企業との提携
- エ. 役職員の働きやすい職場環境づくりに向けた、会内サテライトオフィスや時差出勤・在宅勤務の整備

(2) コンプライアンス・リスク管理の強化

- ア. グループ会社へのITインフラ基盤の共用化による情報セキュリティ対策強化（インターネット環境4社、グループ共用基盤サーバ6社16システム）
- イ. 一斉事業点検を起点にしたPDCAサイクルによる業務改善
- ウ. 子会社への研修会や合同会議、進捗管理等を通じた内部統制の強化

(3) 本会事業や国産農畜産物のPR強化

- ア. 情報誌エプロンの充実やSNS（Twitter等）の活用による国産農畜産物を使用したレシピ提案など全農グループの情報発信力の強化
- イ. 農業における環境保全機能の理解促進に向けた、田んぼの生きもの調査や小学校食農教育などの継続実施
- ウ. 役職員への本会事業の理解醸成に向けた「全農創立50年記念誌」の発行

《 災害・感染症などの危機管理への対応》

近年増加している自然災害や気候変動に備えた態勢整備をすすめるとともに、本会畜産総合情報サイトを通じた重要家畜疾病対策への取り組み強化を実施しました。

また、新型コロナウイルス感染症の蔓延により減少した国産農畜産物の消費需要喚起に取り組むとともに、食料を必要とする家庭や子供に向けてフードバンク等と連携した食料提供をおこないました。

(1) 気候変動等への対応と災害に備えた態勢整備

- ア. 豪雨・台風等により被災した農業用施設・農業機械等の要領にもとづく支援
- イ. 高温耐性・耐病性品種等の普及や品種開発に向けた研究機関等との連携、および畜舎内の散水・換気等の暑熱対策など、気候変動や災害への対応策の促進
- ウ. 自然災害発生時の施設補修資材の広域供給体制の整備、自然災害対策マニュアルの更新

(2) 重要家畜疾病対策への取り組み強化

- ア. 飼養衛生管理基準の改訂に対応したガイドブックの更新、および本会畜産総合情報サイト「JACCネット」を通じた防疫対策の啓発

(3) 新型コロナウイルス感染症に対する取り組み

- ア. 国産農畜産物の需要喚起に向けた米・和牛などのPR企画を実施
- イ. 低迷する生乳需要に対応した、牛乳を50%以上使用した「ミルクティー」などの商品開発・販売による消費拡大対策の実施
- ウ. フードバンク団体等と連携したコロナ禍で食料を必要とする家庭や子供への食材提供支援
- エ. 産地直送通販サイト「JAタウン」やクラウドファンディングサイト「AGRISIVE! (アグリシップ)」を活用したコロナ禍により需要が減少した農畜産物の販売促進