

みくらんど

JA全農えひめ情報

■特集

- ①28年産温州みかん出荷販売対策と消費宣伝計画
- ②JAグループ生産資材コスト引き下げの取り組み(1)

10

2016・October



愛媛の酒蔵めぐり

16

京ひな

創業当時の建物である本社屋の前で、代表の武知直之さんと奥様の美佳さん



- ▲(右)「京ひな 吹毛剣」看板商品。キレ味の良さを追求し、技を極めたやや辛口の大吟醸
- (中)「京ひな 一刀両断」独特のコクを楽しむ個性的な辛口の純米大吟醸
- (左)「京ひな 隠し剣」愛媛酵母EK-1のさり気なく上品な香りが繊細な和食に合う。京都・祇園でも愛される純米大吟醸

さ ころく 酒六酒造株式会社

代表銘柄
創 業
代 表 者
住 所
T E L

京ひな
1920年（大正9年）
代表取締役 武知 直之
喜多郡内子町内子3279-1
0893-44-3054



▲役割を終えた赤煉瓦の煙突には伝統ある蔵の風格が漂う

「小さな蔵ながら昭和50年頃に早くから吟醸酒を造り、今なお大吟醸クラスが最も好まれているのは義父のおかげ」と武知さん、「もうすぐ創業100年、さらに100年続く蔵であり続けたい」とも。地酒「京ひな」は伝統と文化の町・内子に愛されて全国へ、その先には海外を見据えた展開が続いていきます。

「酒造りは毎年が1年生」と50年来造りに向かう杜氏の東中さん、亡父・富士夫氏の口癖は「高品質に過剰なし」。代表酒「京ひな 吹毛剣」の名は、吹きかけた毛をも断ち切る鋭い切れ味に由来し、名剣も研磨を怠ると鈍るという戒めでもあります。三者三様に通じる思いが加味された「京ひな」は瀬戸の山海の幸に合う控えめな上品な香り、すっきり辛口の酒です。

大正9年に8人の酒造家が集まり喜多酒造の名で「京ひな」を醸造、昭和16年に引き継いだ酒井繁一郎氏が紡績業を拡張する父・酒井六十郎氏にあやかり「酒六酒造」として創立します。

3年前に代表となった武知直之さんは義父・酒井富士夫氏の急逝で、東京・大手電機メーカー勤務から内子の酒造業へ。工業製品の製造と異なり、人の手の及ばない自然発酵が酒を造る未知の世界です。そこには神の存在すら感じられ、自然への畏敬の念が生まれましたと言います。

あぐり〜ど

October 2016

CONTENTS

全農グループの経営理念

私たち全農グループは、
生産者と消費者を安心して結ぶ
懸け橋になります。

私たちは「安心」を3つの視点で考えます。

- 営農と生活を支援し、元気な産地づくりに取り組みます。
- 安全で新鮮な国産農畜産物を消費者にお届けします。
- 地球の環境保全に積極的に取り組みます。

今月の表紙



ドンヒャラ、ピーヒャラと心が勇み立つ音楽が流れてきています。村の集会所に神棚が設けられ、新米の米俵、秋の収穫の果物や野菜もお供えされています。おかあさんたちは新米で炊いたおにぎり、ちらし寿司づくりに忙しそう。法被を着た子どもたちはみこしのまわりで楽しそう。豊年満作の感謝の心で、今日は楽しい村のお祭りです。

●表紙：村祭り
はら ふみ(イラストレーター)

※「あぐり〜ど」は、「愛媛農業 (Agriculture)」を「リード (Lead) する」という意味と「心をつなげる (Agreed)」という意味を込めています。

農の風景Vol.190

愛媛の酒蔵めぐり ⑯～酒六酒造(株)

2

〈特集①〉28年産温州みかん出荷販売対策と消費宣伝計画

**高品質果実の計画出荷、
需給調整対策、効果的な
消費宣伝活動を展開します。**

6

〈特集②〉JAグループ生産資材コスト引き下げの取り組み(1)

**注目されている生産資材価格
問題について考える。**

10

THE・ねっとわーく

12

ふるさと ESSAY VOL.258

**たまねぎドレッシングから
世界が広がる**

田中 正志さん

14

TOPIC NEWS

15

統計BOX

16

READERS通信

NOW NOW COOKING

〈今月の素材〉牛モモ肉 (伊予牛「絹の味」)

JA全農えひめ

ホームページ

<http://www.eh.zennoh.or.jp>

■JA全農えひめ「えひめの食」企画

<http://www.eh.zennoh.or.jp/ehimenosyoku/>

※「えひめの食」では、旬の農産物情報を発信しています。

◆(株)えひめ飲料

<http://www.ehime-inryo.co.jp>

◆JAえひめアイパックス(株)

<http://www.iyokkora.jp/>

◆JAえひめ物流(株)

<http://www.jat-ehime.co.jp/>

◆JAえひめフレッシュフーズ(株)

<http://fresh-ranran.jp/>

◆(株)ひめライス

<http://www.himerice.jp/>

◆JAえひめエネルギー(株)

<http://www.ja-ehimeene.co.jp>

高品質果実の計画出荷、需給調整対策、効果的な消費宣伝活動を展開します。

平成28年産温州みかんの生産予想量は、全国（9月1日時点の日園連主産県調査）で約77万5千トン（前年比108%、26年比97%）、愛媛県（10月1日時点）は約12万9、230トン（前年比107%、26年比100%）が見込まれています。また、県内JAの露地みかんの出荷計画量（9月20日時点）は、5万8、885トン（前年比119%、26年比98%）となっています。

今回は、28年産温州みかんの出荷販売対策と消費宣伝対策を紹介します。

28年産温州みかんを めぐる情勢

平成28年産温州みかんの生産予想量は、日園連の9月1日時点の主産県調査によると77万5千トン程度（前年比108%、26年比97%）、愛媛県は10月1日時点で12万9、230トン（前年比107%、26年比

100%）が予想されており、適正生産量（全国89万トン、愛媛14万5、880トン）を既に下回っていますが、依然として園地によりバラツキもあり、今後さらに隔年結果の是正にむけた適正着果対策を徹底し、高品質果実生産対策に取り組むことが重要です。

本年の露地みかんは裏年廻りでありながら、全国的に着花量は多く、

生理落果においても一次落果が多めであったものの、二次落果は少なかったため、着果は多く昨年に比べて生産量は多くなる見込みです。

早生みかんの販売価格を左右する極早生みかんについては、早生みかん以降の販売を有利に展開するためにも、高品質果実の生産に力を注ぐとともに、全果協かんきつ部会で協議決定した27年から29年までの3か

品質基準

出荷時期	糖 度	酸 度
9月	9.0度以上	1.0%以下
10月	10.0度以上	1.0%以下
11月以降	11.0度以上	0.9%以下

※市場到着時目標とし、全国連の品質基準に準ずる

年間で、極早生みかんの結果樹面積10%削減目標の必達が重要です。

早生みかんは、生産量は前年より1割程度多い予想となっており、市場出荷量についても、異常気象等の影響があった昨年に比べ多くなることが予想されるため、消費動向を注視しながら、市場別の販売動向を把握した出荷に努めることともに気象災害等により数量が減少する場合は迅速な産地情報の発信が重要です。

また、11月下旬の恒常的な売り悩みとともに、12月中旬以降の供給過剰による荷動きの停滞・価格低迷を回避するためにも、28年産露地みかんの出荷販売にあたっては、高品質果実の出荷を基本に出荷時の品質基準の遵守や計画出荷に努めるとともに、市場価格の維持を目的とした果実需給調整対策事業および一般消費者を対象とした消費宣伝事業を有効活用し、次年度につながる販売対策を実施します。

販売具体策

【極早生みかん】

極早生みかんの販売は10月末終了を徹底します。ただし、やむを得ず11月に出荷するものについては、確

実に糖度11度以上の品質が確保できるものに限定し早期に出荷を切り上げます。低品位果実の市場出荷の自粛、県域の価格維持対策として下等級品の市場隔離を図るため加工誘導対策事業（11月10日までに1,000トンを対象）を実施・有効活用します。また、全国産地と協調連携しカナダ向けに輸出し国内の価格維持を図ります。

【早生みかん】

早生の販売開始にあたっては、市場残荷量等の販売状況や品質状況を勘案したなかで開始します。11月下旬の恒常的な売り悩みを回避するため、市場別の販売状況を勘案し販売先の需要に応じた出荷に努めるとともに、スムーズな品種の切り替えを図ります。また、日量出荷量の平準化を図り、祝祭日および休市明けと12月1日は平常時の20%増以内に抑えます。

県域の価格維持対策として下等級品の市場隔離を図るため加工誘導対策事業（1月31日までに4,000トンを対象）を実施・有効活用します。

【普通温州みかん】

12月中旬以降の需要の落ち込みに対応するため、自主調整を含めた機

動力のある出荷計画を実施します。販売店では年末年始無休営業など消費の標準化が進んでいることから需要に応じた出荷を実施するとともに、年内に無理な出荷を行わずに年明け販売も視野に入れた出荷計画を策定します。また、年明け販売分は、品質低下のないように貯蔵管理の徹底を図ります。

1月末まで果実需給調整対策事業を継続します。

【各品種共通対策】

精度の高い出荷計画の策定と産地状況の迅速な情報発信を行います。また、品質・階級基準を厳守するとともに、低品位果実は加工仕向け等の市場隔離を行います。

品種・系統の品質特性を踏まえた適期出荷を徹底します。早生の販売開始は、基本的に11月からとし、極早生から早生への切り替えを明確にします。

11月～12月10日における水曜日の販売分は出荷停止とします。

◆対象日…11月2日・9日（休市）・16日（休市）・23日・30日、12月7日（休市）の合計6回

全果協10地域市場出荷計画の旬別前年比を指標として出荷計画を樹立するとともに、選果場ごとの出荷状

◆特集①：28年産温州みかん出荷販売対策と消費宣伝計画



況を的確に把握し、市場出荷残量を踏まえた計画的な出荷を行います。また、生産指導部署との連携を密にし、選果・選別・出荷予措の徹底と10地域市場出荷計画を基準として、市場ごとに残荷量・未仕切等の販売状況を加味した出荷量を調整します。

需給調整に基づいた適正出荷量と特別出荷調整の対象期間（11月中旬）におけるJA別出荷量を遵守するとともに、長期取引契約数量を必達します。

緊急需給調整特別対策事業が発動

された場合は、事業実施方針に基づき価格下落の主因となる恐れのある果実を加工原料に仕向けます。

【階級基準】

出荷階級は2L～S級とします。

【緊急時の対策】

「緊急需給調整特別対策事業」が発動された場合は全果協および県果協の実施方針に基づき実施します。市場価格の急落が懸念され、かつ市場在庫が増

加傾向にある場合は、果実販売部会・販売情勢検討会等で協議し、緊急対策を実施します。

効果的な消費宣伝活動で
愛媛みかんPRと販売拡大を

今年度は、愛媛県産温州みかんの知名度向上および消費拡大を目的に、TV・FMラジオを活用した企画放送（愛媛県内限定）を行い、生産者とのふれあいやイベント等の告知により県内消費者を巻き込んだ効果的な消費宣伝を実施します。また、愛媛県産柑橘の販促・知識に精通したSP（セールスプロモーション）レディによる販促活動を販売力の高い協力店舗等を主体に行い、さらなる愛媛県産みかんファンの獲得に努めます。

指定市場及び関係取引先に向け生産・販売体制等の取り組み等、産地の的確な情報発信を行うため、セールスコンベンションを開催（10月6日・東京）します。

今年で14年目を迎える幼稚園児及び保護者を対象とした「はじめてのみかんむき企画」等の食育活動を継続し、子供たちが幼少期からみかんを食べる機会・環境を提供し、将来

の消費を担う子どもたちに愛媛みかんの魅力発信・消費拡大を目指します。

愛媛みかん大使による消費宣伝・みかんキャンペーンについては、事業の内容を十分精査した上で、効果的な活動を計画・実施し、愛媛みかんのPR・知名度向上を図ります。

◆消費宣伝事業内容

1. 全国果実生産出荷安定協議会

国産果実に対する消費者ニーズが高品質・少量多品目化するなか、「食生活指針」や「食事バランスガイド」に基づいた「日本型食生活」を推進し、果実摂取の重要性を訴求するため「毎日くだもの200グラム運動」の普及啓発活動の実践、安全・安心な国産果実全体のイメージアップや話題性の醸成・提供、果物の持つ栄養・効能・機能性の周知および全国の果樹産地と一体となった取り組みを行い、国産果実全体の需要拡大を図ります。また、全国段階・県段階・農協段階の役割分担を明確化し、全国の果樹産地が協調した事業展開を図り、より効率的・効果的な取り組み内容とします。

2. えひめ愛フード推進機構

消費者に4月14日の「オレンジデー」、「オレンジロード」の認知度向上を図るとともに、愛媛県産かんきつ全体のPR及び消費拡大を図るため、効果的なイベントを計画・実施します。

3. テレビ・FM宣伝放送企画

テレビ愛媛・FM愛媛との連携により、コーナータイトル「旬感！えひめ」を放送し、県内生産者への見える化と消費拡大を図ります（テレビ6回・ラジオ10回放送予定）。

また、テレビ愛媛の公式フェイスブック・ツイッター等を活用し、「旬感！えひめ」の番組告知を放送週に掲載し、視聴者のテレビ・ラジオ番組への誘導を図り、FM愛媛では番組内でイベント等の告知を行う他、エミフルMASAKI内のスタジオも活用し、愛媛県産柑橘の新たな魅力を発信します。

4. 温州みかんセールスコンベンション

指定市場関係者及び主要販売店舗担当者へ生産・販売・宣伝戦略等を理解していただき、川上・川下が一体となった体制づくりに取り組むことを目的に、10月6日に東京で開催しました。

5. 店頭試食宣伝(のべ約6000日)

愛媛みかんの売り場確保・販売数量・売り上げアップを図るため、店舗の状況にあつた販促を実施します。また、シーズンを通じて愛媛県産青果物の売り場を確保してくれる「愛媛協力店」を設定し、愛媛果物の情報発信と消費拡大を図ります。

6. 愛媛みかん大使による消費宣伝

今年で58代目となる愛媛みかん(いよかん)大使を任命し、県内外でのキャンペーン等を通じて、愛媛県産柑橘類の消費拡大に向けたPRを実施します。また、みかんキャンペーン(11月7日～11日)では、東京・大阪等の大都市に大使を派遣し、各種イベントへの参加、マスメディア等を巡回訪問し、愛媛みかんの季節到来・キャンペーンの実施を周知するとともに、イベントの記事掲載等を通じた消費宣伝の相乗効果を図ります。

7. 食育活動事業

幼稚園・保護者等からも好評の「はじめてのみかんむき」企画を、東京・大阪地区で継続実施します。幼稚園児にみかんを自分で剥く行為の啓蒙活動を行い、その保護者にもリーフレット等を配布することにより、健康情報の提供や幼稚園児の健やかな発育には果物が重要な役割を果たすことをアピールします。そして日常生活の中でかんきつ類を食べる習慣付けを行い、旬のおいしい「愛媛みかん」を印象付けて広範な消費拡大を図るとともに、愛媛柑橘全体のPRを実施します。

8. SPレディ組織強化事業

愛媛産柑橘のより効果的な店頭試食宣伝販売が行えるよう、SPレディの組織強化を行います。温州みかん研修会(100人研修会)では、本年産柑橘類の生育状況・作柄など産地の状況等も把握してもらい産地と一体感を持つて販売できる協力体制を強化します。

また、中晩柑・晩柑類の研修を東京・大阪地区で実施し、愛媛産柑橘の知識・試食宣伝等の効果的な販促を習得し、SPレディのセールス技術の向上及び人材育成を図ります。



▶ はじめてのみかんむき

今回のテーマは 「注目されている生産資材 価格問題について考える。」

T P P対策の一環として、政府・自民党で「生産資材価格の見える化」が議論・検討され、メディアでもこの問題が取り上げられています。

J A全農をはじめJ Aグループでは、自己改革の一環として生産資材事業におけるトータルコスト低減の取り組みなど、農家手取りの最大化＝農業者の所得増大、農業生産の拡大に向けた取り組みを進めています。

今回は、今注目されている生産資材価格の問題を取り上げます。

経過と情勢について

平成27年に大筋合意したT P P交渉を受けて、政府は「総合的なT P P関連政策大綱」の検討の継続項目として、「生産者の所得向上につながる生産資材（飼料・機械・肥料など）価格形成の仕組みの見直し」などを位置づけ、政府の規制改革会議や産業競争力会議では「生産資材価格の見える化」の検討が進められています。

こうした動きは、肥料や農薬などの生産資材はJ Aが大きなシェアを占めており、J Aはその多くをJ A全農から仕入れていることから、競争が起これば価格が高止まりしているという一部の声を受けて、価格形成の仕組みの見直しを図っているというものです。

また、自民党では農林水産業骨太方針策定プロジェクトチーム（委員長＝小泉進次郎農林部会長）において、生産資材価格の引き下げ促進、資材価格の見える化推進、農業者が制約を受けずに有利に仕入れることができる環境の実現をめざす方針が打ち出されています。

こうした動きは、多くのメディア

で取り上げられていますが、同じ発言や動きを報じていても、メディアによつてはその内容や捉え方に大きな差がある状況です。

こうした中、J Aグループでは自己改革の一環として、「農家手取りの最大化＝農業者の所得増大」「農業生産の拡大」の実現に向け、生産資材事業におけるトータルコスト低減などの取り組みを進めています。今回は生産資材価格の問題について、Q & A方式で見えていきます。

生産資材価格調査について

Q

全国J Aの資材価格調査はどのように行われたの？

A

経過については次の通りです。

① 平成28年3月下旬、自民党の小泉部会長が東北6県の21J Aが供給する農薬価格を独自に調査し、その結果を公表。マスコミが取り上げ、高いJ A・安いJ Aといった報道が行われました。

② この調査結果については、J Aグループが検証したところ、価格相違や消費税の未加算・二重加算、異なる物を同一剤として比較したり、奨励条件に触れていない

等の問題がありました。

- ③ 小泉部会長は、農林水産省に対して、全国の価格調査を指示、農水省は全農および商系資材団体に調査協力を依頼しました。

- ④ 28年5月27日、農林水産省が全国価格調査中間報告を行いました。JAグループは100%近い回答率でしたが、商系は肥料2%、農薬15%の回答にとどまり、公平性が確保できないとして現時点でもその内容は公表されていません。

Q 農林水産省の価格調査においてJAから出された意見は？

A 農林水産省の調査に対して、JAグループは、農家のためになるのであればということで回答に協力しましたが、JAからは次の意見が多く出されていました。

- ① 公表にあたっては、商系価格も公平に公表すること。
- ② 民間の価格競争に官が入ることは不満。各JAは独自の経営で判断して価格を設定しているのに、なぜ国が首を突っ込むのか。
- ③ JAはそれぞれ理事会で決められた範囲の手数料で事業を行っている。
- ④ JAは生産指導から販売まで

行っている。資材の単純比較で評価されるのは困惑する。

- ⑤ 価格に見えないところで、利用高配当・早期割引・大口割引などの奨励措置があり、これらも含めて公表すべきである。

- ⑥ JAの価格が高ければ他の店で買ってもらって構わない。自由競争であり、拘束することは法的にも許されない。

価格調査からわかったことは？

- A** JA全中が検証・分析した結果は次のとおりです。

① 肥料

肥料は、全国582JAの水稲予約注文書を報告しました。銘柄は2,374と多く、100JA以上で採用されている銘柄はわずか10銘柄しかありませんでした。これらは単肥などの補助的肥料で、元肥などの基幹的肥料は各JA独自の銘柄となっており、1,103銘柄と多い。

また、価格分布は、±10%以内が83%を占めているが、全てのJAで奨励条件を設定しているため、単純に比較はできません。

② 農薬

農薬は、全国567JAの水稲予約注文書を報告。品目・規格数は1,465、水稲除草剤は617と過剰でした。

- ③ 農機
- また、100JAが採用している50品目・規格のうち、価格分布は±10%以内が77%を占めていましたが、全てのJAで奨励条件を設定しており単純に比較はできません。

③ 農機

農機は、農林水産省から指定のあった主要3機種（トラクター・コンバイン・田植機）の75型式について公表された価格を調査しました。

- ④ 段ボール
- 調査した店頭表示価格はほとんどがメーカー希望小売価格であり、JA別価格に差がなく、生産者が比較検討する情報とはなりませんでした。

段ボールは、ダイコン・キャベツの調査が行われましたが、同じ作物向け段ボール箱でもほとんど同じ規格がなく、JA・生産部会ごとに、出荷規格に合わせて寸法・材質・紙の重さ・展開面積などが個別に設定されており、受注生産で製造されている状況でした。

◆特集②：JAグループ生産資材コスト引き下げの取り組み(1)

JAの資材価格は高いのか
～JA全農えひめ価格調査より～

Q

「ホームセンター」や「商系業者に比べて高い」「海外に比べて高い」「生産物の今の販売価格の状況ではコストとして高い」あるいは「JAは高いというイメージ」など、根拠もなく漠然と「JAの資材価格は高い」という声を耳にしますが、実際にはどうなのでしょう。

A

JAグループの調査結果ではそのようなことはありません。JA全農えひめでは、年2回県内のホームセンター価格を調査し、JA予約価格との比較を行い、その結果をJA全農えひめの運営委員会をはじめ、県内JAに報告し、対策について協議を行っています。

平成28年春に実施した調査では、県内の12JAとホームセンター17店舗の価格比較を行っており、その結果は次のとおりです。

肥料と農薬の同一品名について、12JAと17店舗の各々の平均価格を比較しました。ホームセンターは店頭の自己引取価格に対して、JAは配達価格であり引取り値引きや奨励

措置が含まれていないため単純比較にはなりません。

① 肥料では、調査した23品目中7品目(30%)でJAが安い価格でした。これは、JAの取扱いが独自肥料が中心で、ホームセンターの強みである汎用性の高い単肥での比較になったためです。

② 農薬では、調査した113品目中90品目(80%)でJAが安い価格でした。

これらは、全国の調査結果も同様の傾向となっており、肥料は品目・地域によって高い安いは様々で、農薬は約8割でJAの価格が安いという結果になっています。

なお、農林水産省による意向調査によると、肥料の購入先はJA 74%・商系販売店19%・ホームセンター4%、農薬の購入先はJA 74%・商系販売店21%・ホームセンター3%となっています。

日本と韓国の資材コスト
の違いは？

農林水産省は、日本と韓国の米生産におけるコストを公表データで単純に比較すると、肥料は約2倍、農薬は3倍、農業機械は5倍と、おお

いに改善の余地があると指摘しています。

日本は南北に長く約3,000kmに対し、韓国は約600km、主要品目は日本34、韓国20と作付けの多い品目も多数となっています。

肥料では、日本は生産業者が約3,000社あり、約20,000銘柄をそれぞれ少量ずつ生産する非効率な生産形態であるのに対し、韓国は国策として大規模工場を整備し、5,700銘柄を大量生産し生産効率が極めて高い状況です。

農薬では、登録品目数は日本4,326、韓国3,003、市場規模は日本4,000億円、韓国1,400億円と市場規模の割には銘柄数が少ないと分析しています。日本はメーカー数が多く、過剰供給構造による低生産性状態にあると言われています。特にジェネリック農薬の普及率は、日本の5%に対して、韓国は23%と高い状況です。

※割安なジェネリック農薬が日本で普及しない要因Ⅱ日本では規制が厳格で、登録前の安全性確認試験などに新薬開発と同程度の多額な費用がかかることがあげられます。このため、JAグループは、規制緩和を要望しています。

【日本と韓国の米の生産費（2013年、10aあたり）】

(単位：円)

区 分	日 本	韓 国
肥 料 費	9,500	4,424
農 業 薬 剤 費	7,555	2,498
農 機 具 費	27,530	5,102
労 働 費	35,884	17,324
生産費（10a 当り）	134,041	72,567
生産費（60kg 当り）	15,229	8,571

出典：農林業センサス、農水省統計部、韓国統計庁

【主要肥料メーカーの生産能力の比較】

会 社	生産能力 (万ト)	生産数量 (万ト)	銘柄数	1銘柄当り 生産量(ト)
韓国南海化学	136	90	52	17,308
日 本 A 社	32	23	458	511
日 本 B 社	29	19	219	868
日 本 C 社	27	15	571	263

出典：全農聞き取り調査による

【日韓の作業委託割合の比較】

	耕 起	田植え	収 穫
日 本	8%	8%	16%
韓 国	63%	66%	84%

出典：農林業センサス、農水省統計部、韓国統計庁

- B B 肥料の流通拡大
- 大胆な銘柄集約の実践
- (2) 農薬・担い手直送規格に普及拡大
- ジェネリック農薬による価格引き下げ
- 水稲除草剤の品目集約
- 海外価格・制度の情報収集と価格は正
- (3) 農機・機能の絞込みによる農機

- 価格の引き下げ
 - 「所有」から「共同利用」の転換促進
 - 中古農機の流通促進
 - 機械の維持コスト削減
 - (4) 段ボール・段ボール箱規格の集約による価格引き下げ
 - 青果用段ボール原紙の取扱い強化による価格引き下げ
 - 業務用加工野菜の輸送は、段ボール箱からコンテナへ切替え、輸送コストを低減
 - 2. 生産者に正確で有益な生産資材価格の情報を提供するため、注文書、ホームページ等を通じて、生産資材価格の「見える化」に取り組みます。
 - 3. 「農家手取り最大化」にむけ、全国モデル J A の大規模営農モデル経営体において、取り組みの実践・検証を行います。
 - 4. 肥料、農薬、農業機械、段ボールなど生産資材全般にわたり、現場の声を反映しながら、規制緩和と制度の見直しを国に要請していきます。
- 次回は、J A 全農・J A 全農えひめの生産資材価格引き下げの取り組み具体策などを中心に紹介します。

農業機械では、韓国では作業委託の割合が高いのが特徴です。また、日本の農機価格が韓国に比べ約1・2～1・6倍高いという理由について、韓国は輸入額が40%を占め海外メーカーとの競争にさらされているのに対して、日本は18%であり大手4社による寡占状態が競争性を欠如させているとの指摘があります。

段ボールは、価格では日本は韓国より約1・1倍高いと指摘されていますが、オーバースペックの見直し、統一した段ボール箱の利用でコスト

J A 全農の生産資材価格引き下げの取り組み方向

削減することの検証が指摘されています。

THE

ねとわーく

「JAグループ農畜産物消費拡大運動展開中！」

生活 資材課

JAグループ愛媛
農畜産物消費拡大推
進本部は、来年1月
末まで、「JAグルー
プ愛媛農畜産物消費拡大運動」に

取り組んでいます。

この運動は、愛媛県産農畜産物
加工品消費拡大運動方針に基づ
き、良質で安全な県内産「乳製品」
の愛用を進めるとともに、地域農

業の振興を図り、地産地消の実践
を目指すもので、JAグループを
あげて毎年取り組んでいます。

運動では、お口の健康を考える
乳酸菌「8020菌」を使用した
ヨーグルト2種類・19個の乳製品
をセットにした「8020セット」
(2,000円)、8020のむヨー
グルト24本入りの「8020のむ
ヨーグルトセット」(2,500円)、
9種・14個の乳製品をセットに
した「バラエティーセット」(2,
200円)、レアチーズケーキ3
種・15個をセットにした「レアチー
ズケーキセット」(2,200円)
の4アイテムです。

なお、上期に実施した『えひめみ
かん・いよかんジュース愛用運動』
では、目標の35万ケースを上回る
37万1,923ケース(8月末)の
実績をあげることができました。格
別のご協力をいただきありがとうございます。
ございました。

今回の運動も、JAグループ一
体となって取り組みます。ご支援・
ご協力をお願いいたします。

JA全農えひめでは
県内産を中心とした
「畜産加工品」愛用も推進中

JA全農えひめ生活資材課で
は、来年2月末まで、良質で安全
な愛媛県内産牛・豚肉の地産地消
を通じて地域農業の振興を図ろう
と、「食肉加工品」の取扱い・消
費拡大を推進中です。

取扱商品(セット)は、伊予牛「絹
の味」「ふれ愛・媛ボーク」の精
肉セット各3アイテム、レトルト
のカレーセット1アイテム、愛媛
県産豚肉を使用した「豚バラやわ
らか角煮」、「豚ロース豚丼」「ロー
スハムスライスパック」「ベーコン
スライスパック」、国産豚肉を使
用したウインナーなど合計13アイ
テムを用意し、1万2,990セッ
トを目標に利用を呼びかけていま
す。この機会にぜひご賞味・ご注
文ください。

愛用運動商品と食肉加工品のご
注文・お問い合わせは、最寄りの
JAまたはJA全農えひめ生活資
材課(TEL 089-905-2715)
までお願いいたします。

らくれん製品から厳選した
バラエティーセット



自然の美味しさをお届けします。

お口の健康を考える
8020シリーズをセット詰め



●バラエティーセット
組合員セット価格 2,200円(税込)

- 8020ヨーグルト 110g(2個)
- 8020のむヨーグルト 110ml(2本)
- N+のむヨーグルト 150g(1本)
- 濃後赤たまご糖上プリン 100g(2個)
- 濃後赤たまごプリン 100g(2個)
- MF生乳のむヨーグルト 150g(1本)
- リッチ&クリーミーヨーグルト 500g(1個)
- 愛ある生乳ヨーグルト 70g×3(2パック)
- 愛あるカスタードプリン 90g×2(1パック)

●8020セット
組合員セット価格 2,000円(税込)

- 8020ヨーグルト 80g(10個)
- 8020のむヨーグルト 110ml(9本)

牛乳屋さんが作った
おいしいレアチーズケーキを
セット詰め



8020のむヨーグルトのみを
セット詰め



●レアチーズケーキセット
組合員セット価格 2,200円(税込)

- 牛乳屋さんのレアチーズケーキ プレーン 55g(5個)
- 牛乳屋さんのレアチーズケーキ イチゴ 55g(5個)
- 牛乳屋さんのレアチーズケーキ みかん 55g(5個)

●8020のむヨーグルトセット
組合員セット価格 2,500円(税込)

- 8020のむヨーグルト 110ml(24本)

2016 JA愛媛農畜産物消費拡大運動 JAグループ愛媛

「もらってうれしい愛媛のいいもの プレゼント」キャンペーン実施中！

(株)えひめ飲料は、抽選で1,000人にオリジナル今治タオルセットとPOM商品詰め合わせが当たる「愛媛のいいものプレゼント」キャンペーンを実施しています。

オリジナルBOXでお届けする賞品は、オリジナル今治タオルのセット（ハンドタオルとフェイスタオル各1枚）、「愛媛みかんジュース」（190g缶）4本などPOMブランド商品5種計12本の詰め合わせ。

キャンペーン対象商品5品（「ボンジュースの1,000ml」他）のラベルにある応募マーク5枚を1口として応募できます。応募期間は12月31日まで。キャンペーンラベル商品がなくなり次第終了します。詳細は、(株)えひめ飲料のホームページ、またはPOMキャンペーン事務局

（☎089-923-1529、平日10時～17時）まで。



生活 資材課

県内JAとJA全農えひめ生活資材課は、JA石碑事業の普及拡大と墓石の円滑な建立を目的に、10月から12月末まで、「秋期石碑予約推進キャンペーン」を実施中です。

特に11月1日から13日までの3日間は、実際に触れて・見比べて・納得して選んでもらえるよう、(株)イフイ本社（松山市石手寺前）をはじめ、西条店・今治営業所・大洲店・宇和島店の県内5か所の特設展示場で、JA組合員限定の『JA石碑大展示予約会』を実施します。

各展示場では、良質で厳選された愛媛の銘石「大島石」など各種石碑を豊富に取り揃え、墓石の完成時の形がイメージできるよう納骨舞台を含めたセット墓から小物まで大量に展示販売します。

セール期間中は、JA組合員の特別価格で提供するほか、数量限定の現品特別大奉仕品もあります。また、専門スタッフがお墓や仏壇・仏具に関する質問・相談も受け付けます。

展示会ご来場の方にはもちろん粗品をプレゼントするほか、石碑・仏壇をご成約の方には電気ケトルをプレゼント。さらに100万円以上ご

11月1日から3日間 豊富な品揃えで
『JA石碑大展示ご予約会』開催！

成約の方には「衣類スチーマー」や「マッサージクッションS」が当たるプレゼント抽選会を用意し、多数のご来場をお待ちしています。チラシ配布及びテレビCM等を通じてご来場を呼び掛けています。展示会に関するお問い合わせ・来場申込みは、最寄りのJAにご連絡をお願いします。

〈会 場〉

株式会社イフイ

- 本 社 : 松山市石手3丁目6-34 (電話) 089-977-8000
〈対象JA〉JAえひめ中央・JA松山市
- 西 条 店 : 西条市周布727-1 (電話) 0898-65-6825
〈対象JA〉JAうま・JA新居浜市・JA西条・JA周桑
- 今治営業所 : 今治市阿方字山之間甲373-1 (電話) 0898-25-4617
〈対象JA〉JAおちいまばり
- 大 洲 店 : 大洲市新谷乙416-1 (電話) 0893-25-1185
〈対象JA〉JA愛媛たいき・JAにしうわ・JAひがしうわ
- 宇 和 島 店 : 宇和島市並松2丁目3-15 (電話) 0895-23-0518
〈対象JA〉JAえひめ南



たまねぎドレッシングから 世界が広がる

七折梅ドレッシングが完成し、砥部の中村剛志町長（当時）が「地元・砥部産のものです」と、松前の白石勝也町長（当時）に贈られました。白石町長がそのラベルを確認したところ、製造はわが地元・松前町！ それならば、わが町・松前産のもので何か作れないだろうかと思いをめぐらします。松前のいりこ、ねぎ、たまねぎ……と試し、無添加の美味しいたまねぎドレッシングを完成させました。白石町長にはいいものができた大変喜んでいただきましたが、問題は商業ベースにのせることです。スーパーマーケットではドレッシング類は数多く、しのぎを削っています。

JA周桑に周ちゃん広場という産直市ができているから販売してみたらと紹介されます。周ちゃん広場では一色昭徳店長（当時）が怪訝そうな表情で迎えてくれました。JA周桑は味噌、醤油、ひしおなどの醸造工場を持ち、いわばわがギノミそとはライバルの関係ですから無理ありません。差し出したたまねぎドレッシングを口にした瞬間、一色店長の表情が変わりました。「うまいっ!!」。「たまねぎなら県内随一の産地、周桑産でドレッシングを！」と、今度は周ちゃん広場オリジナルのたまねぎドレッシングを作ることになりました。200ml 430円、500ml、1ℓボトルも作りました。周ちゃん広場の近くのディスカウントショップでは同じようなドレッシングを100円で販売しています。

たまねぎドレッシングは8月に新発売。店頭で、エプロン姿で熱のこもる試食・実演販売を展開します。お客様はありがたいと言われますが、なかなか購入に結びつきません。周ちゃん広場では、夏場の商品だから秋には入れ替えるようにと言われます。一度退いたが最後、2度目はきつとないでしょう。

田中正志

TANAKA MASASHI

義農味噌代表取締役社長。伊予郡松前町出身。昭和32年2月21日生まれ。昭和54年3月山梨大学工学部発酵生産学科を卒業。筑波の農林水産省食品総合研究所研修士を経て、昭和55年4月義農味噌に入社。製造部主任、取締役部長、常務取締役を経て、平成15年から代表取締役社長。座右の銘は、「大きな努力で小さな成果」。趣味は温泉めぐり、囲碁2段、剣道3段、家庭では5人の子どもの良き父親でもある。

義農味噌は、「私たちは、えひめの麦みそ文化を伝承・発展させます。私たちは、食を通じて健康とおいしさで社会に貢献します。私たちは、幸福の共有を目指し、共に成長発展します。」を経営理念に掲げ、日々邁進している。



▲インスタントの概念を超えた・伊予のみそ汁と、たまねぎドレッシングを手に、田中正志社長

と。わが社は農産物のドレッシングのノウハウと実績を持っていますから、それなら一緒に作ってみましょうと話がまとまります。

商品を立ち上げることはとても難しく、強い思いと決断力、行動力が必要です。完成した商品は、認知され、さらに根づいていくまでがまた大変です。こうした一連の流れを、社長である私自らが道を切り拓いていかなければいけないと思っています。もしも、麦味噌が安泰だったなら、違っていたかもしれません。将来に不安を感じ、「なんとかせないかん」の一念で歩んできた道のりです。

そしてまた、全国各地の特産品を使ったご当地ドレッシングは、全国にマーケットがあり水平展開をすることができます。商品は売れ始めると知名度が上がり、さらにメディアなどのいろいろなところで紹介され、他の地域からも依頼されるというプラスの効果があります。ご当地の方々と一緒に納得のいく商品を作り続け、今では全国各地100種以上の特産品ドレッシングを展開しています。感謝される喜びとともに。

※人物と役職は平成17年当時のものです。

途方にくれた末に、或ることを思い

つきました。南海放送の番組・もぎたてテレビを呼ぼう！ もぎたてテレビの放送効果は絶大で、その日のうちに売り切れとなり、認知度も上がり、たまねぎドレッシングは周ちゃん広場の名物商品となりました。この放送は大きな転機となり、その後は周ちゃん広場オリジナルのブルーベリー、梅、ユズのドレッシング、肉味噌など多品

目を手がけています。

秋の行楽シーズン、周ちゃん広場では一大イベント・秋の収穫祭が行われます。日本全国の直売所・ファーマーズマーケットも集結して、イベントを盛り上げます。イベント後の懇親会は和気あいあいと、お酒もすすむ和やかな空気の中で情報交換がはじまります。全国各地の担当者の方々が、うちにはピーナッツが、柿が、人参がある、

●愛媛特産麦収量アップ研修会

実需者の要望に応えられる収量確保に向け対策徹底を！

愛媛県米麦振興協会とＪＡ愛媛米麦生産者組織協議会、ＪＡ愛媛食糧指導員会、ＪＡ全農えひめ食糧生産課は、９月５日、松山市の愛媛県農林水産研究所で、愛媛県産麦の収量アップ研修会を開き、麦類の多収阻害要因と対策、留意ポイントの紹介を行い、実需者の要望に応えられる収量確保に向けたさらなる対策を呼びかけました。県内７ＪＡの生産者・担当者、県関係者ら72人が出席。

愛媛県産麦の10aあたりの収量は、はだか麦が27年産で220kg、28年産で216kg（推定）と、18年産から26年産の平均313kgを大きく下回り、小麦も19年産と20年産で400kg以上あったものが27年産282kg、28年産265kg（推定）と低下。生産量、販売数量が実需者の要望に応えられない状況にあり、関係機関が一体となり収量アッ

プに取り組むことが急務となっています。

研修会では、農研機構・中央農業研究センター東海輪作体系グループ長の渡邊和洋さんが「麦類の多収阻害要因と対策技術」、愛媛県農林水産研究所の辻田泉主任研究員が「麦の収量アップに向けた対策」を発表しました。

渡邊さんは、「麦の多収阻害要因は、経営規模拡大に伴う播種遅れ、湿害、雑草、土壌物理性の低下など複数の要因が関係しており、総合的な対策を講じる必要がある」と強調。辻田さんは、多収阻害状況を症状別に分析し、要因とともに、時期別の排水対策、苦土・石灰質資材の施用、雑草対策、追肥の施用タイミングや播種時期に対する留意点等を具体的に示したうえで、自分のほ場の状況に応じた対策を呼びかけました。

●ＪＡえひめフレッシュフーズ(株)

バドミントンの若手選手育成に貢献～ジュニア県予選会に冠協賛

ＪＡえひめフレッシュフーズ(株)が今年から冠協賛した「第１回フレッシュ卵卵カップ 第35回全日本ジュニアバドミントン選手権大会愛媛県予選会」が、８月15日松山市の愛媛県総合運動公園体育館で開かれ、９月16日から愛媛県で開催される全国大会の出場をめざし熱戦を繰り広げました。

大会は、中学生を含む高校２年生以下のジュニアの部（シングルス・ダブルス）、中学２年生以下のジュニア新人の部（シングルス）に分かれて男女別で行われ、230人の選手が大粒の汗を流しながら声を出し合い、日頃の練習成果を競いました。

今年からジュニア選手を育成する同大会に特別協賛しているＪＡえひめフレッシュフーズ(株)は、参加賞のほか各クラス優勝者全員に「紅花卵卵」など卵30個と愛媛県産「にこまる」2kg、たまごかけごはん専用醤油が入った「卵かけごはんセット」を贈りました。また、会場内では(株)えひめ飲料が熱中症対策として出場選手に「POM塩と夏みかん」を提供しました。

同社の大津満代表取締役社長は、「バドミン



トンで使うシャトルは鳥の羽根でできており当社と関係性もあり、地域に貢献するＪＡグループの一員として、食とスポーツを通じて未来を担う青少年を応援することにしました。県内ジュニアバドミントン競技の発展を微力ながらサポートし、主力商品の認知度向上・PRと愛媛県産鶏卵の消費拡大につなげたい」と話していました。

統計BOX

卸売市場の主要果実の動き —「青果物卸売市場調査報告」から—

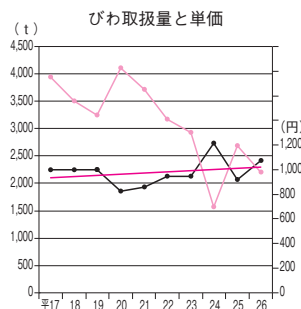
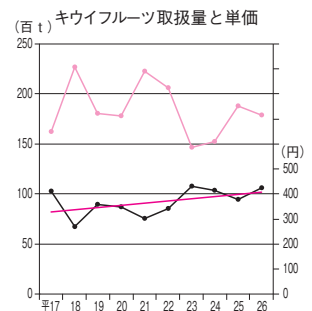
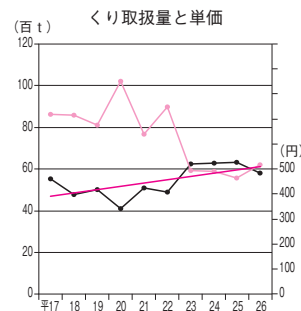
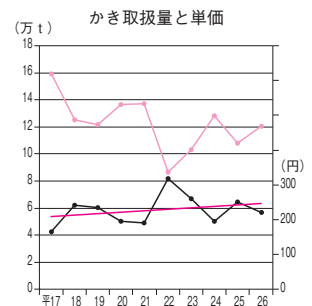
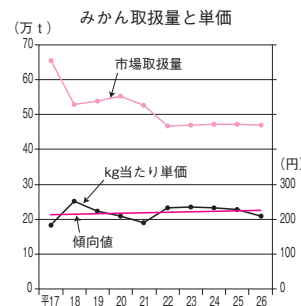
店

には秋のくだものが勢揃いしてきました。県内で生産される果物のうち、みかん、かき、くり、びわ、キウイフルーツなどは、全国でも上位の生産量を誇ります。今月は、青果物卸売市場調査結果から、それらについて最近10年の市場取扱量・価格のトレンドを見てみましょう。

みかん、かき、くりなど
1 kg当たり単価は安定
～上昇傾向

農林水産省統計部では、全国の都市で開設されている青果物卸売市場における青果物（果実は主要65品目・品種）の卸売数量・価額・価格の調査を行っています。各グラフは、このうち愛媛県産で全国シェアの高い果物5品目について、主要都市市場（注）でのこの10年間の取扱量と単価の推移を表したものです。

果実は、その年の作柄や結果樹面積等により収穫量変動し、市場での取扱量に影響を与えています。みかんなど5品目は、ここ10年の傾向を見ると減少基調にあります。一方、1 kg当たり単価も入荷量や需要により変動しますが、各年の平均単価をもとに回帰式（近似曲線）を当てはめた傾向値（トレンド）では、かき、くり、キウイフルーツ（国産）は、この10年間で1～2割の上昇傾向にあることが見てとれます。また、みかんは220円前後、びわは



980円前後で推移しており、わずかながら上昇する傾向を示しています。

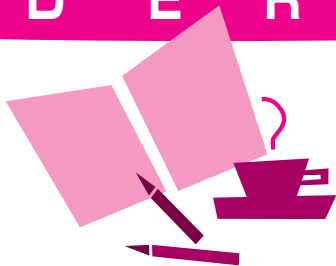
国内産の青果物の市場外流通が増えてきているとはいえ、卸売市場を経由する割合は、平成24年の推計でおよそ9割弱とされています。市場ニーズに変化があっても容易に他品目、他品種に更新できない果実を生産する皆さんにとっては、卸売市場で形成される価格は、長期的な経営計画を立てる上で重要な目安だと思います。

農林水産省青果物卸売市場調査報告

告のデータは主要品目となっていますが、各地の中央卸売市場ではホームページなどを通じて、ニッチな品目も含めてより詳しい市況データが公表されています。経営戦略の一環として、中・長期の生産量や市場取扱量、価格のトレンドに注目されてはいかがでしょうか。

（注）青果物卸売市場調査の主要都市とは、①中央卸売市場が開設されている都市、②県庁が所在する都市、③人口20万人以上で、かつ青果物の年間取扱数量がおおむね6万t以上の都市をいいます。

中国四国農政局愛媛支局 統計チーム



● 県内JAの新トップ紹介記事を読んで。昭和22年から32年生まれの方が就任されていました。農協改革が叫ばれ、農家の所得向上に向けてリーダーシップを発揮され、安心して農業経営ができる環境づくりにご尽力いただきありがとうございます。

人口が減少し、担い手不足が課題となっている中山間地における農地の集積や労働力の確保について、先進地の事例があれば紹介してほしいです。

(大洲市・大本 昭裕子さん)

● 私の住むJAにしろわでも新役員が就任いたしました。これからもJA事業をリードしていただきたいと思います。

これから温州ミカンの出荷・販売も本格化しますので、できる限り記事として取り上げていただきたいと思っています。

(西予市・三木江 正治さん)

● 塩崎剛さんのエッセーを読んで、はさみの一筆切りで切り絵の魅力を感じました。これからの活躍が楽しみです。

(八幡浜市・平家 世利子さん)

● 切り絵を通じて言葉が通じなくても楽しくわかり合え、言葉だけでなく、言語の役割を果たしてくれた切り絵！奥が深いですね。松山でも展示会があればぜひ見に行きたいです。

(松山市・松本 里香さん)

● 「椎茸生産者がビアガーデンで県産乾椎茸をPR」を読んで。家ではお寿司、冬が鍋、夏は冷やし中華・そうめん。トッピング等でも用途が多い椎茸ですが、ピザ、タタキ、まんじゅうとか聞いたことのないメニューに驚きました。いつか、レシピを載せてほしいです。

(西条市・武田 五月さん)

● ひめライス「あらうまい」のCMは、最初見た時にすごくインパクトがありました。今は無洗米って当たり前になったけど、出始めのころは大丈夫？って思ったけど、慣れてくると今は当たり前になってます。すごく今では便利ですね。

(今治市・越智 伸恭さん)

● 「POM愛媛はれひめサイダー」飲みました。おいしかったです。今年は暑くて、夏みかんや伯方の塩の飲料（POM塩と夏みかん）は、熱中症予防にたくさん購入しました。部活動をしている息子にとっても良かったです。

(今治市・藤田 亜紀子さん)

● 酒蔵めぐりで紹介された首藤酒造さんは、我が家からすぐ近くの所にあります。ふだん日本酒はあまり飲みませんが、フルーティーな日本酒が紹介されていたので、ぜひ飲んでみたいと思いました。

これからの季節、直売所おすすめ品などを紹介してほしいです。

(西条市・瀬川 憲子さん)

● 今まで元気で夏風邪などひいたことがなかったのに、今年の暑さに体調を崩しました。やはり年には勝てませんね。喉が渴きたいだいた「愛媛はれひめサイダー」美味しかったです。炭酸飲料に果汁が入った新ボンジュース。とても助かりました。よく売れたことでしょう。6月に東京に送りましたが、とても喜んでくれました。消費者は新鮮・安価な野菜が一番ですから、農家の皆さんには頑張ってください。

(松山市・武智 セツ子さん)

● 農作業中の死亡事故が交通事故死亡事故の3倍という記事にはびっくりしました。小さい頃は、よく祖母から「お米はお百姓さんが丹精込めて作ったもの。一粒さえも、のふぞにしてはいけない」と口やかましく言われたものでした。いつもさりげなく口にしていて、米・野菜・果物。本当に頭が下がる思いがしました。

伊予市中山では、9月から栗の収穫が最盛期を迎えます。いがの中から栗を出して、皮、渋皮をむいてお菓子屋さんや私たちの口に入るまでには、たくさんの手間がかかりますが、ほこほこ甘いきり、今年も楽しみです。

(今治市・阿部 徳子さん)

今月のクイズ

(例えひめ飲料は、「ボンジュース」を対象商品としてオリジナル今治タオルセットとPOM商品詰め合わせが当たるキャンペーンを実施中です。キャンペーン名称は？)

「愛媛の○○○○プレゼント」

プレゼント

クイズに正解した方の中から抽選で、図書カード1,000円分を10名様にさしあげます。

応募方法

折り込みハガキにクイズの答えと本誌に対するご意見・感想などをお書き添えの上、ご郵送ください。

締切り

平成28年11月21日(当日消印有効)

発表

「あぐり〜ど」12月号で発表します。

当選者発表

8月号の答えは「はれひめ」でした。たくさんのお便りありがとうございました。

厳正な抽選の結果、次の10人の方に図書カード1,000円分をお送りします。

山田 祥江さん(松山市)	今井シゲミさん(西条市)
乾 律子さん(今治市)	森本 大樹さん(内子町)
越智 修三さん(今治市)	山根 奈実さん(四国中央市)
吉田 徳好さん(内子町)	八木セツ子さん(今治市)
福岡ミサ子さん(松山市)	住田 恵子さん(松前町)

編集後記

★JA全農やJAグループは農家手取りの最大化に向けて、生産資材コストの引き下げの取り組みを進めており、今月から2回シリーズで、情勢や課題、JA全農えひめの取り組みなどを取り上げます。今回は、資材価格調査の結果を交えていきます。ご一読ください。これから温州みかんの収穫作業も本格化してきます。今年は着色遅れはあるものの、品質は上々。天候に恵まれ高単価でスムーズな販売につながりたいものです。(正直)

NOW NOW

COOKING

今月の素材

牛モモ肉(伊予牛「絹の味」)



脂肪が少なく、あっさりとして
赤身の旨味を存分に味わおう



指導／学校法人愛媛学園 (愛媛調理製菓専門学校) 大佐古 正子先生

牛肉とキノコのバター炒め

〈材料・4人分〉	※1人あたり約267kcal
牛モモ肉 (スライス)	200 g
エリンギ	1パック
カボチャ	1/8個(約250 g)
シシトウ	8本
ニンニク (スライス)	1カケ
サラダ油	大さじ1
塩・コショウ	少々
醤油	大さじ2
バター	20 g
糸唐辛子	適量

〈作り方〉

- ① 牛モモ肉は5cm幅に切る。
- ② エリンギは食べやすい大きさに切る。
- ③ カボチャは1cm幅に切り、電子レンジにかける。
- ④ シシトウは包丁で切り込みを入れる。
- ⑤ フライパンにサラダ油を熱し、ニンニクを炒めて香りを出し、①②を炒め、③④を入れ、塩・コショウをふり、仕上げに醤油とバターを加える。
- ⑥ 器に盛り付け、糸唐辛子を盛る。

肉巻きオイルおにぎり

〈材料・4人分〉	※1人あたり約419kcal
牛モモ肉(スライス)	320 g (12枚)
人参	1/5本
青ネギ	2本
白ゴマ	小さじ1
オリーブ油	小さじ1/2
白ご飯	2合分
片栗粉	適量
サラダ油	大さじ1
酒	大さじ1
① ミリン	大さじ2
② 砂糖	大さじ1
③ 醤油	大さじ1
グリーンリーフ	2枚

〈作り方〉

- ① 人参はみじん切りにして茹で、ザルにとり、粗熱をとる。
- ② 青ネギは小口切り、水にさらし、水気をよく切る。
- ③ ボウルに白ご飯、オリーブ油、白ゴマ、①②を加えて混ぜ合わせ、12個の俵型のおにぎりにする。
- ④ 牛モモ肉を広げて③を包み、片栗粉をまぶす。
- ⑤ フライパンにサラダ油を熱し、④の巻き終わりを下にして転がしながら焼き、合わせた①②③を加え、少し強火で煮詰めてからめる。
- ⑥ 器に盛り、グリーンリーフを添える。

フライパンでローストビーフ

〈材料・4人分〉	※1人あたり約275kcal
牛モモ肉 (ブロック)	300 g
塩	少々
黒コショウ (あらびき)	少々
オリーブ油	大さじ1
① 白味噌	大さじ4
② 砂糖	大さじ2
③ 酢	大さじ2
④ 和辛子	小さじ1/2～
白髪ネギ	適量
チャービル	適量

〈作り方〉

- ① ボウルに①の白味噌・砂糖・酢を混ぜ、和辛子は辛さを調整しながら混ぜ合わせる。
- ② 常温に戻した牛肉に塩と黒コショウをふり、フライパンにオリーブ油を熱し、中火で3分焼き、ひっくり返して3分焼く。火を止めて蓋をし10分置く。
- ③ 器に蒸した野菜を添え (写真は、サツマイモとシメジ)、②の牛肉をそぎ切りにして盛り、①の酢味噌をかける。

※牛モモ肉は火の通りがほどよい2cm程度の厚さのブロックがおすすめ。

1,000名様に当たる!!

オリジナル今治タオルセット&POM商品詰め合わせ

※応募マークが5枚集まれば応募できます!

対象商品

- ポンジュース 1Lペットボトル
- ポンジュース 500mlペットボトル
- アップルジュース 1Lペットボトル
- グレープジュース 1Lペットボトル
- フルーツミックスジュース 1Lペットボトル

株式会社 えひめ飲料

〒791-8603 松山市安城寺町478番地

TEL: 089-923-1527 FAX: 089-924-0304

ホームページアドレス

<http://www.ehime-inryo.co.jp>



石のふるさと大島から
心を込めて産地直送。

**こだわりの
墓石が大特価!!**

JA組合員の皆さまへ

JA石碑・お仏壇 大展示ご予約会

セール期間中、JA組合員様には**特別価格**でご提供します。

11/11(金)・12(土)・13(日)
3日間限りの特別ご招待会 【10:00～17:00】



墓石・仏壇が
同時に欲しい
という方は!

**墓石+仏壇が
セットでお得!!**

価格当日発表!

新作お仏壇も多数ご用意!!

「伝統型」から
「家具調タイプ」まで
新作お仏壇が
ずらり勢揃い!!

**期間限定
特別価格**

◆バースアイアール
上置 15号 仏壇専用
●高121×幅43×奥行43

◆鉄力木調
前置 18号 仏壇専用
●高122×幅43×奥行43

◆ウォールナット調
台付 15号 仏壇専用
●高121×幅43×奥行43

ご来場の方には粗品プレゼント!!

ご成約プレゼント

墓石・仏壇ご成約の方に
お客様には空くじ無しの
**電気ケトルを
プレゼント!!**

ご成約ダブルプレゼント

100万円以上ご成約の
お客様には空くじ無しの
プレゼント抽選会!!

- 衣類スチーマー
- マッサージクッション

※写真はすべてイメージです。

今回の会場はより身近になりました。お気軽にお越しください!!

〈会 場〉 **株式会社 イフイ**

■本 社：松山市石手3丁目6-34
(電話) 089-977-8000

■西 条 店：西条市周布727-1
(電話) 0898-65-6825

■今治営業所：今治市阿方字山之間甲373-1
(電話) 0898-25-4617

■大 洲 店：大洲市新谷乙416-1
(電話) 0893-25-1185

■宇和島店：宇和島市並松2丁目3-15
(電話) 0895-23-0518

JA/JA全農えひめ 協賛 JA全農えひめ指定店 **株式会社 イフイ**

この冊子は再生紙を使用しています。