

果汁ジュレがまるで果実!「湘南ゴールドグミ」発売 JAかながわ西湘×カネカ食品(株)

JA全農かながわ生活課はカネカ食品(株)と連携し、JAかながわ西湘管内産の湘南ゴールドを使った商品「湘南ゴールドグミ」を10月下旬に発売した。大手化学メーカー(株)カネカのグループ会社とJAグループがタッグを組むのは初の試み。素材の魅力を生かした加工品開発で、県産農産物の高付加価値化や認知度の向上を図る。

「湘南ゴールドグミ」は、同JA管内産の湘南ゴールド果汁をふんだんに使用した商品。グミの中にはトロリとした食感の果汁ジュレが閉じ込められており、かむと湘南ゴールドの芳醇な香りと甘酸っぱい風味が口



芳醇な香りと風味の「湘南ゴールドグミ」



いっぱい広がり、まるで果実そのものを食べているかのような味わいが楽しめる。さらに1袋あたり植物性乳酸菌「ラブレ菌」が24億個含まれており、おいしだけでなく健康維持の効果も期待できる優れたもの。

パッケージは、湘南の海を連想させるブルーのグラデーションをベースに「湘南ゴールド」の果実を大きく描いた爽やかなデザインで、商品名の下には「JAかながわ西湘×カネカ食品(株)」と記載し、今回のコラボレーションをPRしている。

販売価格は40g入り129円(税込み・参考売価)。JA農産物直売所を中心に販売している。

フォークリフト安全運転講習会 労働災害ゼロと安全意識向上のために

JA全農かながわと全農物流(株)は10月8日、フォークリフト安全運転講習会を全農かながわ田村事務所で開催、県内2JAや全農かながわのリフト従事者および関係者ら24人が参加した。フォークリフトによる労働災害の防止と安全操作への意識向上を目的としたもので、今年で2回目となる。

講習会ではトヨタL&F東京(株)広域営業部の岸健裕さんを講師に迎え、参加者はフォークリフト災害の発生状況や原因、安全対策を学んだ。

全国で見るとフォークリフトに起因する死亡事故は年間約30件も発生しており、岸さんは「誤った使い方をするすると重大災害を引き起こしかねない危険な道具として作業者は危機感受性を高める必要がある」と指摘。フォークリフトの構造や特性を理解した上で、基本操作や指差喚声の徹底、許容荷重の遵守、現場での4S(整理・整頓・清掃・清潔)が効果的であると紹介し、実機講習では走行操作や荷物の積付け・取降し



基本操作の確認、機械の危険性を再確認する参加者

手順などの安全性をチェックシートに沿って評価した。

事務局を務めた全農かながわコンプライアンス推進課は「慣れてくると効率優先の運転になりがちだが、フォークリフト運転に潜む危険性を認識し、安全意識を高める機会にしていきたい」と話した。

JAタウン送料無料キャンペーン 人気の足柄茶を飲んで、農家を応援しよう

産地直送通販「JAタウン(全農かながわ)」は、JAタウン企画の送料無料キャンペーン「農家応援プロジェクト」に参加し、足柄茶の人気商品を送料無料で販売している。

コロナ禍で茶の需要低迷が深刻化している中、かながわブランドに登録されている「足柄茶」の魅力を組合員のみならず、一般消費者へ広く周知し、認知と消費拡大につなげていこうと企画。今回試験的な取り組みとして、JA横浜の准組合員向け広報誌にチラシを折り込み、JAタウンの利用を呼び掛けた。

キャンペーン期間は12月20日まで。人気のリーフ茶3銘柄「花盛り」「やまゆり」「みやがせ」やティーバッグを展開し、初めて飲む方に購入しやすいお試しサイズも用意している。

全農かながわ生活課は、「自宅で食材を購入できるEC事業が新たな生活様式の一つとして注目されている中、JAタウンを活用した販売手法で足柄茶を含めたJA



准組合員へ配布したキャンペーンチラシ

生活品の販売拡大を目指していきたい」と話す。

国産農畜産物応援プロジェクト

(株)ジェイエーアメニティーハウスが消費拡大に働き掛け

株式会社ジェイエーアメニティーハウスは、新型コロナウイルスで影響を受けた生産者を応援しようと、「国産農畜産物応援プロジェクト」と題し、社員や管理物件入居者、オーナーを対象としたさまざまな企画に取り組んでいる。

社員には産地直送通販「JAタウン」のギフトカードや三浦半島産の太切大根を配布し、国産農畜産物の消費拡大を推進。さらに8月から10月末までの期間、「JAタウン」や農産物直売所で購入した食材や配布した太切大根を使った料理の写真・動画コンテストを同社公式インスタグラムで実施し、レシピ紹介とともにおうち時間の楽しみ方を提案した。

また、同社管理オーナー2,500人には足柄茶を、長期入居者約1,000人にはJAタウンギフトカードをプレゼントするなど、一般消費者を巻き込んだ企画も行った。

今井洋一社長は「コロナ禍で生産者が厳しい環境に置かれている中、JAグループの一員として何ができるかを考え企画した。社員や入居者が国産農畜産物の重



社内イベントのチラシ

要性や素晴らしさを再認識し、積極的な消費を意識するきっかけにしていきたい」と期待を込める。