

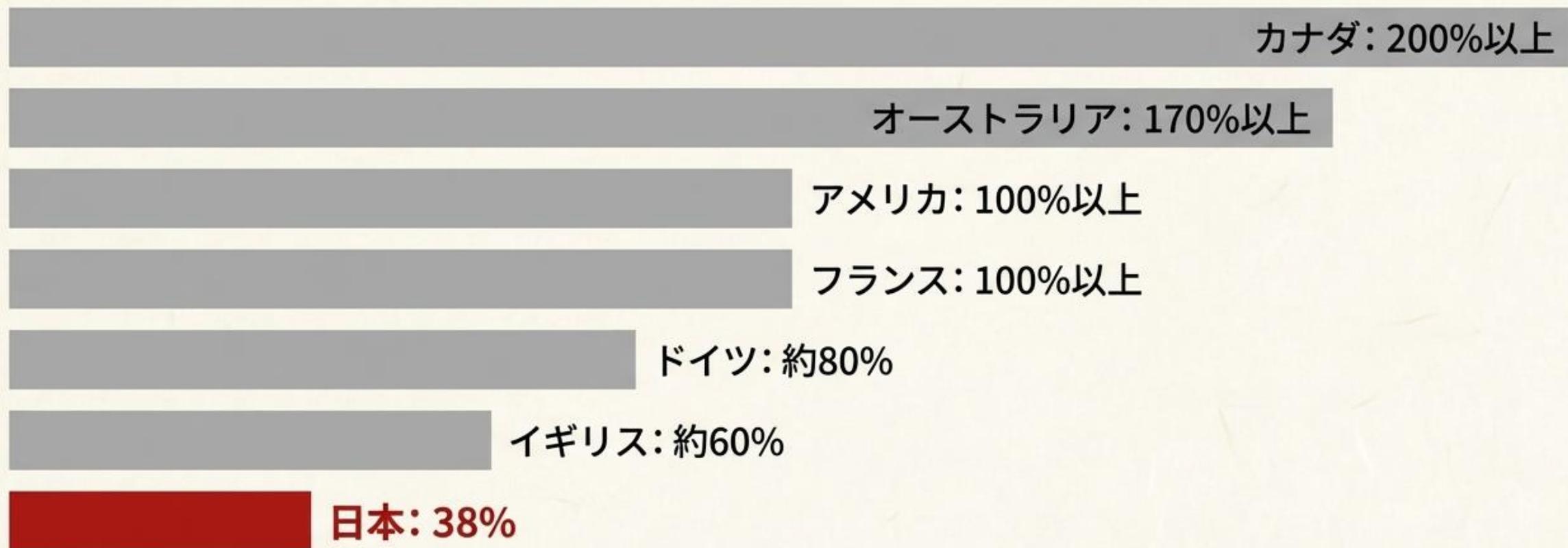


JA改革新時代。

それは、日本の「食と心」を守る戦いである。

AI全盛の未来においても輝き続ける、我々人間にしか成し得ない価値を守り抜く。
その先頭に立つのが、これからのJAの使命です。

先進国の中で、日本の「食の安全保障」は 圧倒的に最下位レベルにある。



欧米諸国は国策として「食料は国家の防衛ライン」と考え、手厚い保護で高い自給率を維持している。

食料自給率38%：これは農業問題ではない。国家存亡の危機である。

我が国の食料自給率（カロリーベース）は38%まで低下した。

これは単なる産業統計ではない。国民の生命を脅かす「国家安全保障上の重大な危機」である。

本提言は、精神論や補助金依存の延命策ではない。経済合理性に基づいた「勝てる農業モデル」への転換を論証するものである。

なぜ、意欲ある新規就農者の9割が離農するのか？



答えは、個人の努力不足ではありません。

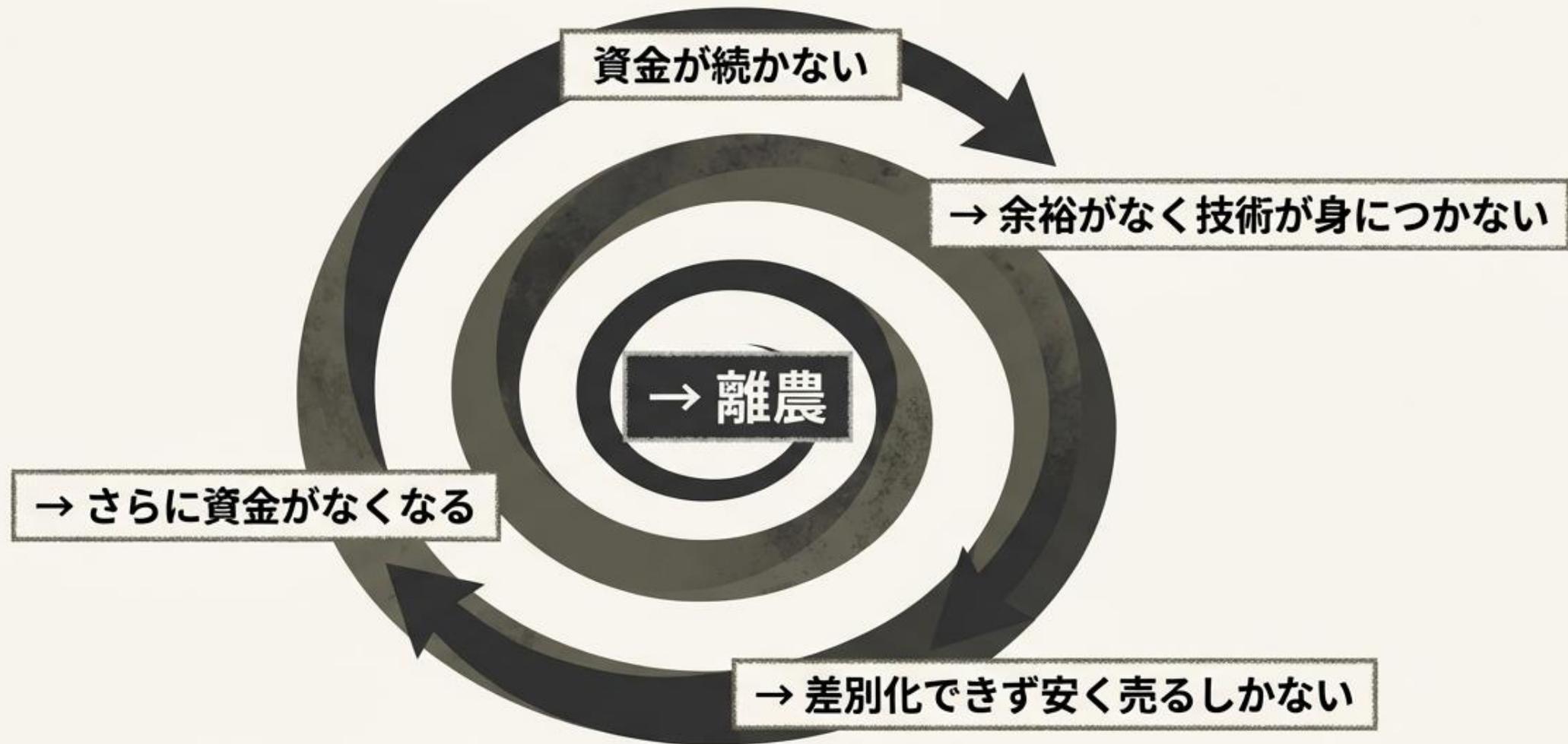
挑戦者をすり潰す、既存システムが抱える「構造的欠陥」にあります。

地域を蝕む「3つの構造的欠陥」



これらは個別の問題ではなく、相互に作用し、深刻な悪循環を生み出しています。

挑戦者を確実に破綻させる「負の連鎖」



この悪循環を断ち切らない限り、どんな支援も無意味に終わります。



負の連鎖を断ち切り、逆回転させる。

我々は、新規就農者が直面する「資金」「技術」「販路」の3つの壁を構造的に破壊する、新たなエコシステムを構築します。

「資金の壁」の破壊：B型事業所という生命維持装置

課題：収穫までの無収入期間を乗り切れない。

解決策：就労継続支援B型事業所の併設が、この問題を唯一解決します。

即時のキャッシュフロー

福祉事業の委託料により、農業の売上が立つ前から安定収入を確保。新人は「明日の生活費」の不安から解放される。

孤独の解消（チーム化）

利用者が貴重な「労働力」となり、一人での過重労働を解消。チームで農業に取り組める。



「技術の壁」の破壊：師匠が「暗黙知」を伝承する

課題：マニュアルだけでは、その土地特有の気候や土壌、異常気象に対応できない。

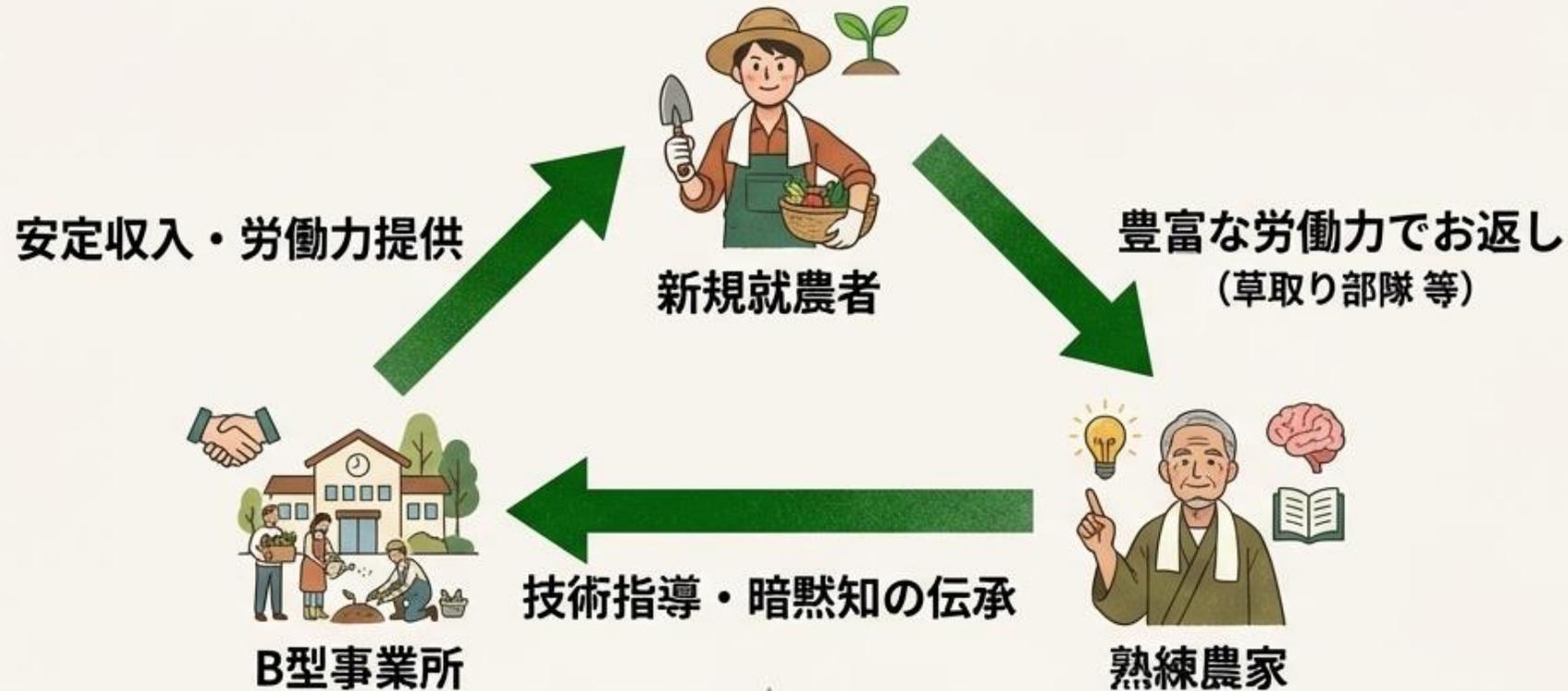
解決策：地域を知り尽くした熟練農家（師匠）による、ハイブリッド指導体制。



「この天気なら水を控えろ」といった、生きた知識を教え込む。

持続可能性の鍵：「労働力」と「技術」の交換サイクル

師匠による指導はボランティアではありません。



「新人は、技術を教えてくれる師匠に、労働力でお返しをする」

この3者間の互惠関係こそが、定着率を劇的に向上させるエンジンです。

新エコシステムの構成要素：3者が支え合う互恵的サイクル

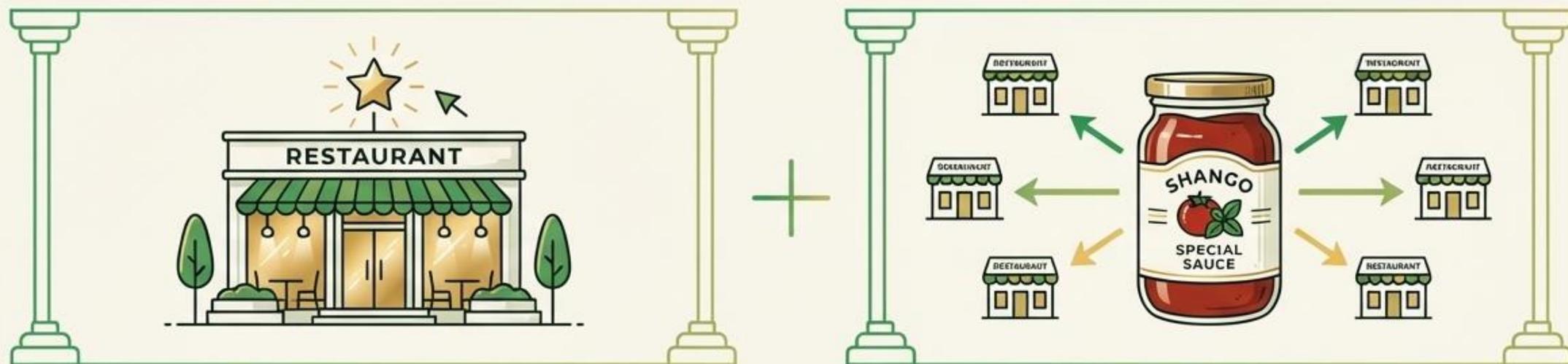


この3者の連携こそが、新人が「絶対に失敗しない」仕組みの核となります。

売上革命：規格外品を巨大な収益エンジンに変える

JAが仕掛ける「シャンゴモデル」とは？

畑で価値ゼロだった規格外品を、外食・観光産業を巻き込む
「価値創造プラットフォーム」へと昇華させる。



戦略① 地方飲食店の「聖地化」

地方の隠れた名店を、規格外品を活用した
特別メニューで観光目的地へと変貌させる。

戦略② 「スターメニュー」のBtoB横展開

「聖地」で生まれた大ヒットメニューを
商品化し、全国の飲食店へBtoB供給する。

Key Partner: 群馬県のお店イタリアン「シャンゴ」が監修。

戦略①：一地方飲食店を「全国区の観光名所」へ



1. 規格外トマト: 農家からJAが買い取り



2. 「本場のパスタソース」製品化: シャンゴ監修のもと、高品質なレトルト商品を製造



3. JAの全国網でプロモーション: アンテナショップ、提携道の駅、メディアを駆使し、ブランドを全国へ展開



4. 強烈的な渴望の創出: 「レトルトでこの美味さなら、本店で食べたい」という消費者の欲求を喚起



5. 聖地化（デスティネーション化）: 群馬のシャンゴ本店に、全国からファンが押し寄せる観光名所が誕生

JAの役割は製造代行ではない。ローカルブランドを全国区に押し上げる「総合プロモーター」である。

収益シミュレーション：0円を400万円に変える錬金術

【Before】
原料



規格外トマト 1トン
= 市場価値 0円
(むしろ廃棄コストが発生)

【Process】
加工



1パック200g使用 → 5,000食分のパスタソースを製造。有名店監修ブランドとして販売単価を800円に設定。

【After】
販売収益



5,000食 × 800円
= 売上 **400万円**

この莫大な原資があるからこそ、JAは農家から規格外品を「定価で」買い支えることが可能になる。

耕畜連携による「地域内・完全循環型」肥料の内製化



高騰する「輸入化学肥料」への依存から脱却し、安価で持続可能な肥料サイクルを地域内で確立する。

経費削減シミュレーション：10aあたり2万円の利益改善

【現状】
輸入化学肥料



約 25,000円

海外市況に左右され、価格は上昇傾向。

【本案】
地域循環堆肥



約 5,000円

配送費等の実費のみ。安定供給が可能。

見込める効果

10aあたり 20,000円のコストダウン

削減額は、そのまま農家の利益に直結する。

私たちが目指す、変革の姿

これまで

金融・農業団体



変革を駆動する、二つのエンジン



「メディア帝国」の構築

短期的な収益とエンゲージメントを創出する商業エンジン。市場を創造し、JAの経済的基盤を強化する。



「魂の継承」への投資

長期的なファンと文化を育む未来への投資。次世代の「地域の理解者」を育て、JAの持続性を確保する。

JAは「放送局」へ： 広報からエンターテインメント事業への転換



多角的なコンテンツと「スターシステム」による収益化

全方位型コンテンツ配信

-   「花と園芸」チャンネル: ガーデニング動画からECでの花卉・資材販売へ直結。
-   「道の駅・グルメ」チャンネル: 食のエンタメとしてファンを獲得し、地域への誘客を促進。

リポーターの「スター化」とライセンス収益

1. JA職員や生産者をタレント化し、キャラクターとしてプロデュース。
2. グッズ販売、LINEスタンプ等で新たな収益源を確保。
3. タレント事務所のように機能し、農業以外のライセンス収益を目指す。

メディア事業収益ポテンシャル（年間試算）

目標達成時、これだけの新たなキャッシュフローが生まれます。



① 広告収入（AdSense等）

月間収益 約700万円 × 12ヶ月 =

年額 8,400万円



② ライブコマース・グッズ収益

投げ銭、グッズ販売、企業案件等。保守的な試算でも

年額 2,000万円は十分に射程圏内です。

【メディア事業計】

年間 1億円超

旅行会社と連携する 「JA林間学校」全国ツアー

夏休みの子供向け体験を、
一大事業へとスケールアップさせる。

- **大手旅行会社と提携:**
大規模なパッケージツアーとして全国に展開。
- **「普段行けない場所」での体験:**
北海道の広大な農地や沖縄の亜熱帯農業
など、特別な選択肢を提供。
- **一生残る思い出の提供:**
感動的な原体験を通じて、未来の
JAファンを育てる。



1農家あたりのJA粗利益貢献モデル（年額）

（前提：トマト10a、売上1,200万円規模の農家の場合）

| | |
|---------------|-------|
| ① 販売手数料（A品） | 120万円 |
| ② 加工事業収益（規格外） | 80万円 |
| ③ 購買・金融・共済収益 | 50万円 |

約250万円



【農業事業計】

年間 約250万円 / 1農家

結論：年間1.3億円の利益創出。これが我々の手にする未来です。

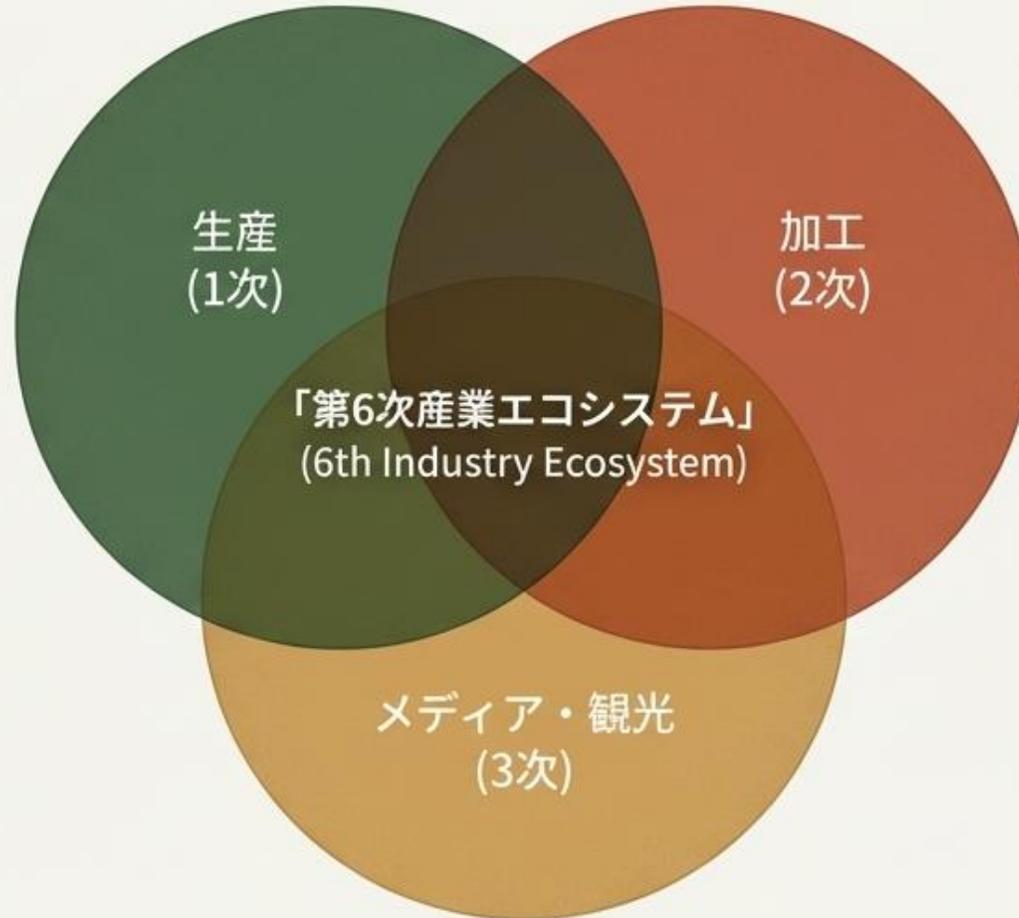
仮に10人の新規就農者を育て、メディア事業を軌道に乗せた場合のJAの収益シミュレーションです。

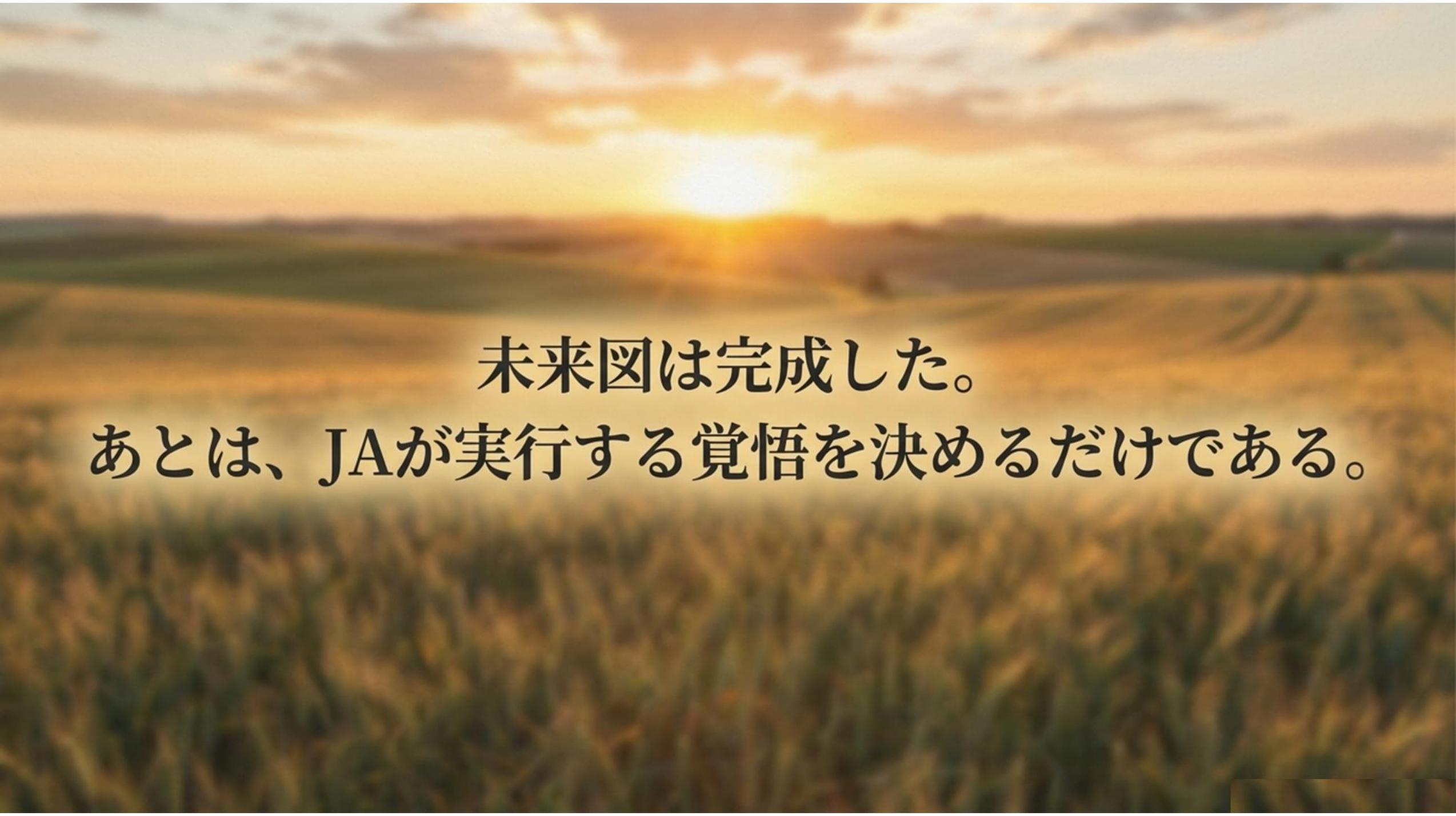


初期投資が多少かかろうとも、このリターンを見れば躊躇する理由は存在しません。

我々が構築するのは、真の「第6次産業モデル」である

これは単なる農業の多角化ではありません。生産・加工・発信を一体化させ、
新たな価値を創造する未来の農業モデルです。



A sunset over a vast field of golden wheat. The sun is low on the horizon, casting a warm, golden glow across the sky and the field. The clouds are soft and wispy, and the overall atmosphere is peaceful and serene.

未来図は完成した。

あとは、JAが実行する覚悟を決めるだけである。