

# GREEN

全農長野県本部情報 グリーンレーダー

# Rader

2026

2

Vol.561



## 重点事業方針

A-Policy

## 生産購買部 肥料農薬課の取り組み

## A-Reports

- ・SNSフルーツフォトコンテスト「パシャフル!2025」結果発表..... 2
- ・令和7年度 野菜販売促進の取り組みについて(名古屋販売事務所) ..... 3
- ・令和7年度 営業課のきのこ販売促進について ..... 5
- ・年末年始に牛乳を飲んで ～長野駅前と松本駅前で牛乳PR～ ..... 6
- ・令和7年度 花き消費宣伝事業について(東京販売事務所) ..... 7
- ・地酒を訪日客にPR ..... 8
- ・令和7年度 野菜販売促進の取り組みについて(長野販売事務所) ..... 9

- ・今月のおすすめレシピ ..... 10
- ・2月のラジオ番組表 ..... 10
- ・編集後記 ..... 10



光と風と水のハーモニー

JA全農長野

## 肥料農薬課

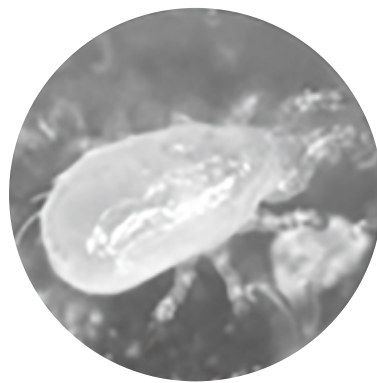
# 生産購買部 肥料農薬課の取り組み

## 総合的害虫管理の基幹防除剤として期待「天敵資材「バンカーシート」」

現在、食の安全と環境保護への強い関心が高まる一方、生産現場では化学農薬防除による薬剤抵抗性問題や農薬取締法改正による農薬再評価導入を受け、総合的害虫管理（IPM）が注目されています。このことから、中期事業3カ年計画で天敵保護装置「バンカーシート」を用いたIPMの普及に取り組んでいます。

### ■天敵保護装置「バンカーシート」の種類

バンカーシートには、ハダニ類を捕食するミヤコカブリダニパック製剤を用いた「ミヤコバンカー」と



ミヤコカブリダニ

コナジラミ類、アザミウマ類を捕食するスワルスキーカブリダニ製剤を用いた「スワルバンカー® ロング」があり、抵抗性を発達させやすい害虫への高い効果と化学農薬使用回数低減が期待できます。

### ■天敵を利用した防除の実態と効果

天敵利用は、天敵の使用タイミングが難しいことや併用可能な化学農薬に限られることが課題です。バンカーシートは、天敵パック製剤を耐水紙で包んだものであり、気温・湿度の環境変化を和らげ、農薬や散水で天敵パックが濡れることを防ぎ、天敵が生存しやすい環境を提供することができま

す。また、天敵パック製剤とともに使用される天敵の産卵基質および保湿資材により、長期間にわたり天敵カブリダニが放出されるため、圃場に害虫が発生する前から設置することが可能となります。

### ■バンカーシートの普及拡大への取り組み

肥料農薬課ではJA・県行政の協力のもと、県下約10カ所で夏秋イチゴや加温ぶどう等を中心とした試験を実施しています。結果、夏秋イチゴでは設置タイミングの課題が残るものの、加温ぶどうではカブリダニの定着も見られ、防除使用回数の減少や農作物へのハダニ被害の低下により、一定の効果が得られました。

なお、普及面積はR7年度890a（R6年度832a）で伸長しており、



夏秋イチゴの試験設置状況



現地研修会の風景



加温ぶどうの試験設置状況

本年は全国域を対象としたIPM研修会が長野県で開催される予定です。今後は試験結果の検証と調査、定期的なフォロー巡回の実施を継続して行い、更なる普及拡大を進めてまいります。

## 果実花き課

## SNSフルーツフォトコンテスト「パシャフル!2025」 結果発表

JA全農長野果実花き課は、Instagramを活用したフルーツフォトコンテスト「パシャフル!2025」の結果を発表しました。「パシャフル!」は長野県産果実の認知度向上と消費拡大を目的に『旬の長野県産フルーツ』をテーマにした写真や動画を募集するキャンペーンで、2025年で7回目の開催です。

募集期間を2回に分け、7月1日～8月31日の第1弾では77件、9月1日～11月30日の第2弾では134件、合計211件の応募がありました。

期間中は、作品の募集と同時に旬の時期に合わせた出回り情報をお届けする「旬の出回り発信」、おいしく食べていただくため、インフルエンサー考案のレシピ投稿、9月23日の「長野県ぶどうの日」と11月22日の「長野県りんごの日」の記念日投稿、県内外で実施した全農直営店でのフェア開催告知なども計18回投稿し、フォロワーに向けてフルーツの旬の情報を発信しました。

第1弾では、アンズやプルーンなどの特産果実やスイカ・モモなどの投稿・応募を多くいただきました。コメントには



旬の果実出回り情報



インフルエンサー考案のレシピを投稿

「長野がプルーンで有名なことを最近まで知らず、興味を持ち調べてみると、全国の中でも生産量が多いことがわかり、プルーンを食べるようになった」

「アンズをおいしく食べ、フルーツの恵みを堪能しています」などフォロワーの皆さんに長野県の果実のおいしさを知っていただく機会を創出することができました。第2弾ではブドウとリンゴの投稿が多く「秋映の葉摘に、玉回し、朝晩の冷え込みのおかげで色づきました」という生産者からの投稿や、「クイーンルージュ®を初めて食べたのですが、こんなに甘いブドウがあることを知りませんでした」といううれしい投稿もあり、この企画により長野県産果実の興味・関心を高め、消費拡大につなげることができました。

今年度の「パシャフル!」は終了しましたが、同様に花きで開催しているキャンペーン「パシャフラワー!2025」は作品を募集中です。

果実花き課は今後も宣伝活動をととして長野県産果実の旬の情報を発信し消費拡大に努めてまいります。

※第1弾グランプリ賞＝表紙左下

第2弾グランプリ賞＝表紙右下

皆さんからの応募作品  
はこちら



(名古屋販売事務所)

## 令和7年度 野菜販売促進の取り組みについて

令和7年度の野菜の生産・出荷を振り返ると、昨年に引き続き夏場の高温・干ばつ、局所的な大雨、肥料・農薬・農業資材価格の高騰など、生産現場にとって厳しい環境でした。このような中で、生産者・JA関係者・流通関係すべての皆様の尽力と協力により、多くの商品を中京地区に出荷することができました。

一方、新型コロナウイルスが5類に引き下げられて2年が経過し、多くの業界でコロナ前のような活発な経済活動が行われています。青果物の販売に大きく関係するスーパーマーケットでは、試食宣伝の回数が増え、消費者に向けて青果物のおいしさや産地の魅力を訴求できる環境が戻ってきています。

こうした状況の中、名古屋販売事務所は「旬を感じられる売り場づくりと、継続した購入につながる試食宣伝」「メディア・SNSを通じてのPR活動」に力を入れて取り組んでまいりました。本年度の野菜の販売促進について報告します。

### ■旬を感じられる売り場づくりと、継続した購入につながる試食宣伝

本県産野菜の出荷が充実してくる4月以降、5月はアスパラガス、6月以降はレタス類をはじめセルリー、ズッキーニ、キュウリ、ピーマンといった夏野菜など、品目ごとの出荷最盛期に合わせて量販店での販促活動を実施しました。量販店ではポスターやPOPなどの宣伝資材を活用した売り場づくりによる長野県産野菜のPRや、試食販売員を入れた試食宣伝により、旬の野菜を多くの方に味わっていただけるよう取り組んでまいりました。実際に食べていただくことの効果は大きく、販売数の増加はもちろん「長野県産の野菜は新鮮でおいしい」「初めて食べる調理法でおいしかった。家でも作って食べます」という声を多くいただき、PRと消費拡大につなげることができました。

10月以降はハクサイ・白ネギなどの単品はもちろん、きのこや果実と合わせた長野県産品の売り場づくりを行い、品質の高さやおいしさを訴求しました。



出荷最盛期に合わせた売り場づくり



試食宣伝では、調味料メーカーとのタイアップメニューの提供にも取り組みました。味の素(株)のオイスターソースを使った「瞬間消滅レタス」を筆頭に、モランボン(株)のチョコレートのたれを使用したサラダや、キムチの素を使用した豚キムチなどを提案・提供しました。

調味料と同時に購入することにより販売点数が伸びる傾向にあり、消費拡大の大きな後押しとなっています。



ハクサイ×モランボン「キムチの素」豚キムチ



J Aから産地応援をいただいた試食宣伝会も積極的に実施しました。

7月にJ Aながの、8月にJ A佐久浅間、9月にJ A松本ハイランドの皆様にお越しいただき、店頭で販売応援を行っていただきました。お客様に直接、産地や野菜のPRすることで産地を知っていただき親しみを持っていただく機会にもなり購入につながります。



J Aから産地応援をいただいた試食宣伝会（J Aながの、J A佐久浅間、J A松本ハイランド）

### ■メディア・SNSを通じたPR活動

昨年度に引き続き、産地PRとしてラジオ・SNSでの発信にも取り組みました。

6月27日に名古屋市の中日ビルで「7月2日 夏の長野県産レタスの日」のアピールと、出荷最盛期を迎える長野県産夏野菜の中部圏の消費者へのPRを目的に、「長野県夏の高原野菜フェア」を開催しました。開催前日に地元ラジオ局ZIP-FMの番組に出演し、フェアの案内と長野県産高原野菜の紹介、「夏の長野県産レタスの日」のPRを行いました。イベントには南佐久野菜協議会の皆さんにもお越しいただき、高橋石也副会長（J A川上そ菜販売組合長）より挨拶と産地PRをいただきました。南佐久野菜協議会の皆様とレタスをはじめとする長野県産農産物の販売・試食提供やレシピ・ノベルティを配布し、多くのお客様で賑わいました。

前日の7月1日にはセントライ青果(株)にご協力いただき、名古屋市中



中日ビルで開催した「長野県夏の高原野菜フェア」



北部市場での「夏の長野県レタスの日」PR

央卸売市場北部



ご協力いただいたセントライ青果のSNS

市場で、市場関係者にレタスの試食宣伝会を実施し、品質の高さとおいしさを訴求することができました。この様子をセントライ青果のSNSで発信していただき、より多くの方に「夏の長野県産レタスの日」をPRすることができました。

全農長野名古屋販売事務所は、引き続き市場関係者、実需者の皆様に向けて様々な方法で長野県産農産物をPRし、中部圏での認知度向上、消費拡大に取り組んでまいります。

## 営業課

## 令和7年度 営業課のきのこ販売促進について

ＪＡ全農長野営業課きのこチームは今年度、「産地と消費者をつなぐ」をテーマに各取引先との直接相商談を行ってまいりました。消費を取り巻く環境が日々変化していく中で、「長野県産青果物のファンになっていただく」「いままで興味のなかったお客様にいかに興味を持っていただけるか」を常に考え、販売促進活動に取り組んでまいりました。

## ■店頭での試食宣伝会

消費者に直接PRできる場として、主力取引先であるスーパー・量販店の店頭で試食宣伝会を実施しました。夏季は火を使わないレシピ、秋季以降は調味料メーカーとのタイアップレシピと、季節や消費動向に合わせた食べ方を提案し、消費拡大を図りました。また、宣伝会当日に生産者やＪＡの産地応援の協力をいただきながら、盛大に開催してまいりました。



コープこうべでの試食宣伝会

## ■店頭でのきのこ収穫体験



売場に栽培ビンを並べて収穫体験を実施したOdakyuOX

売場に栽培ビンのきのこを並べ、お子さんを対象にもぎ取り体験を実施しました。前年は栽培ビンからもぎ取っていただき「販売」としていましたが、今年度は無料で「体験」という形を取りました。栽培ビンに生えたきのこをそのまま陳列し、お客様に鮮度のアピールをしながら、お子さんには食育の観点から、まずはきのこに興味を持っていただくことを目指しました。お子さんは自分で選んだきのこを収穫し、「今日はきのこを食べる！」と言って買い物カゴに入れずに手で持ち歩くなど、産地や卸売会社の協力をいただきながらのもぎ取り体験は大盛況でした。後日、実施店舗に収穫体験をしたお子さんから手紙が届き「ポットに生えているエノキをみるのも、エノキを収穫するのも初めてでとても楽しかった。大きなエノキを収穫できてうれしかったし、食べたらとてもおいしかった」という感想をいただきました。こうした体験が「未来の一食」を増やすことにつながると再認識した取り組みとなりました。

## ■消費者をターゲットに“料理教室”を開催

長野県産青果物の更なるファン獲得を目的に、取引先店舗に併設されているフードスタジオで、料理教室を開催しました。著名な料理研究家を講師に迎え、午前と午後の２回に分けてのべ30名が参加されました。生産者の方も講師として、きのこの栽培方法や商品のこだわりポイントを紹介していただき、参加者の皆様にきのこの知識を深めていただく機会となりました。



静鉄ストアでの料理教室



イオンリテールで配布された百菜元気新聞

### ■店頭配布パンフレットにコラボレシピを掲載

店頭で配布されているパンフレットに、調味料メーカーとのタイアップレシピを掲載し、新たな需要の創出を図りました。他のきのこメーカーも同様に掲載し、きのこ業界全体で売場を盛り上げるべく、量販店のバイヤーが担当エリアおすすめの趣向を凝らしたレシピを提案する紙面となりました。パンフレットは秋口に向けきのこ需要を高めようと、8月31日の「野菜の日」に合わせて青果売り場で配布されました。

### ■総合品目でのトラックセール

主力取引先である量販店へ、野菜・果実・きのこを産地直送でお届けする「トラックセール」を実施しました。毎年恒例のトラックセールを楽しみにされているお客様も多く、事前にチラシへ告知を入れていただき、多くのお客様にご来店いただきました。本

会ならではの総合品目での売り場はとても迫力があり、大盛況のトラックセールとなりました。

営業課ではこれらの活動により、長野県産青果物が一人でも多くの消費者に手に取っていただけるようPRするとともに、それぞれの商品が持つ魅力や価値を商談や販促活動をとおして今後も発信してまいります。



長野県産青果物が一堂に会する大迫力のオークワでのトラックセール

### 畜産酪農課

## 年末年始に牛乳を飲んで ～長野駅前と松本駅前で牛乳PR～



松本駅前



長野駅前

J A全農長野畜産酪農課は12月22日(月)、年末年始に牛乳を飲んでほしいと長野駅と松本駅前牛乳を配布しました。

牛乳の約10%は学校給食向けに製造されており、冬休みとなる年末年始は消費量が落ち、生産過剰になります。しかし生産調整が難しいため、ご家庭で牛乳を飲んで

もらおうと牛乳600パックと消費を呼びかけるチラシが入ったティッシュを配り、消費拡大を呼びかけました。通勤途中の長野駅利用者は、冷たい風が吹く中で牛乳を受け取りティッシュに目を向けました。

畜産酪農課は、年末年始や春休み前などの学校が休みになる前にこのような消費拡大活動を行い、利用促進を呼びかけています。

(東京販売事務所)

# 令和7年度 花き消費宣伝事業について

花きの市場相場はコロナ禍以降、数量減少にともなう単価高で推移していましたが、現在、高値による購買力の低下が起きています。JA全農長野東京販売事務所ではこのような状況を考慮し、仲卸業者へのPRを継続させながら、消費者への需要喚起策として新たに生花専門店以外の場所でのPRおよび花育事業にも注力してまいりました。

## ■大型ホームセンターで「長野県産カーネーションフェア」を初開催

6月下旬に関東地方を中心に大型店舗を展開するホームセンターで、JA信州諏訪・JA佐久浅間・JA松本ハイランドの長野県産カーネーションフェアを初めて開催しました。カーネーションは輸入比率の高い品目ですが、長野県産の品質抜群な旬のカーネーションの良さを伝えるべく、単色3本束をフェア価格で販売しました。発色の良さなどが好評で、多くのお客で賑わいました。



単色3本束にして品質の良さをアピール

## ■果実専門店で花きPR

10月上旬、長野県アンテナショップ「銀座NAGANO」協力のもと、都内の果実専門店で、コラボ企画を実施しました。第1弾では、長野県産ブドウを使用したケーキを購入したお客様にスタンダードカーネーションを、第2弾では長野県産クイーンルージュ®を購入したお客様にトルコギキョウとダリアを、先着順でプレゼントしました。いずれの品種も長野県が生産量1位を誇る花きで、それぞれの花の特徴や魅力を伝えるレコメンドカードをあわせて配布し、果物だけでなく花きにも興味を持っていただき「お花がある暮らし」のきっかけを作ることができました。



果専店で該当商品を購入したお客様に花きをプレゼント

## ■都内の食品スーパーで「秋の信州花きフェア」を実施

10月と11月に、都市型スーパーで「秋の花きフェア」を実施しました。



主力品目に枝物を加えて季節感を演出

第1弾は㈱フラワーオークションジャパンの協力のもと、JA上伊那・JAみなみ信州の主力品目に加え、JAながのみゆきブロックの枝物を加えたことで季節感が出たフェアとなり、お客様からも好評でした。店舗によっては「3本でお得なおまとめ買い!」という販売方法や、枝物をリースに加工したりと工夫していただき、売り場が賑わいました。

第2弾では㈱世田谷花きの協力のもと、静岡県との合同フェアを初めて実施しました。長野県と静岡県をつなぐ川にちなみ「天竜川フェア」と称し、静岡県のバラやガーベラなどと合わせて売り場を作り、両県の商材のミックス束なども販売しながらPRしました。興味を持って足を止めるお客様

も多く見受けられたため、今後もお客様が思わず立ち止まって目をとめてしまう企画を立案・実施してまいります。

### ■アルストロメリアの産地ＪＡ合同フェア

11月上旬、関東近郊のフラワーショップで、本年度1回目のＪＡ上伊那・ＪＡ信州諏訪・ＪＡ松本ハイランド・ＪＡ佐久浅間の4ＪＡ合同アルストロメリアフェアを実施しました。今回は全体的に薄めの色に人



完売する品種もあった4ＪＡ合同フェア

気が集まり、天候に恵まれな中で完売する品種も多くありました。毎年フェアに来てくださるお客様だけでなく新規のお客様の購入も大変多く、「長野オリンピックのピクトリーブーケに使われ

たお花です」とPRすると、さらに興味を持っていただけました。このフェアは2026年4月までに合計5回の実施を予定しており、一人でも多くのお客様に興味を持っていただけるよう取り組んでまいります。



静岡県と合同で「天竜川フェア」

消費宣伝活動を通じて、高品質な長野県産花きの需要が大きいことを改めて実感しました。求められる品目と、期待される量の生産販売ができるように、今後も長野県一丸となって産地の皆様と共に取り組んでまいります。

### 総務広報課

## 地酒を訪日客にPR

ＪＡ全農長野は1月14日、県、県酒造組合、ＪＲ東日本長野支社などと日本酒のPRイベントを開きました。ＪＲ長野駅コンコースに酒樽を積み上げたモニュメントを飾り、地酒を振る舞いました。長野県は、全国で2番目に多い約80カ所の酒蔵を有する地酒の産地です。長野県を訪れる訪日客は急増しており長期滞在する訪日客に長野の食をアピールし、滞在中の消費拡大と将来の県産品の輸出拡大につなげることが目的です。

長野県の関昇一郎副知事は「ようこそ長野へお越しくださしました。皆さんを歓迎するためにこの『酒タワー』を作りました。今日の酒が皆さんの体を温め、長野の魅力を発見するきっかけになればうれしいです」と挨拶し、県酒造組合会長で宮坂醸造(株)の宮坂直孝社長の「よいしょ」の掛け声で鏡開きを行いました(=表紙)。振る舞い酒は「真澄」「夜明け前」「明鏡止水」「水尾」が6升分用意され、長野駅利用者が味わっていました。

取材は県内のほかオーストラリアのメディアを招聘し、現地での発信を意識してイベントはすべて英語で行われ、雅楽の演奏や巫女の舞いもあり、日本情緒あふれる催しとなりました。



関副知事のあいさつ



地酒の振る舞い

(長野販売事務所)

## 令和7年度 野菜販売促進の取り組みについて

J A全農長野 長野販売事務所は、県内ならび新潟県、山梨県を含めた甲信越3県を所管しています。県内外の実需者に向けて長野県産野菜の販売促進を目的に、試食宣伝会の立案と実施、売り場づくりの提案などを積極的にすすめ、消費拡大に努めてまいりました。今年度の試食宣伝会の取り組みについて報告します。

4月～5月は本県産野菜の出荷スタートを告げる主力品目であるアスパラガスを中心に試食宣伝を企画し、促成・露地作型のそれぞれの最盛期に合わせて県内と山梨県で実施しました。紫、白、緑の3色の品ぞろえは見栄えも良く、珍しさもあり売れ行きは非常に好調でした。



3色の品ぞろえが目を引くアスパラガス売場



5月の大型連休明けには、(株)R&Cながの青果グループ傘下の仲卸会社が長野駅ビルで運営している青果店（フルーツカンパニー）で、レタスの出荷開始に合わせてJ A佐久浅間北大井支所青年部の生産者代表にお越しいただき、店頭で販促活動を実施しました。生産者が購入者と直接コミュニケーションを取れる良い機会となることから、今後も他品目や他産地でも実施に向けて推進してまいります。



店頭でお客様とコミュニケーションを取るJ A佐久浅間北大井青年部の生産者

6月下旬から7月は「夏の長野県産レタスの日」に合わせ、県内外でレタスの販売促進を強化しました。県内ではフルーツカンパニーでの試食と合わせてラジオ・テレビ・新聞等の各メディア発信、A・コープでの特売と主要店舗では試食宣伝を行い、相乗



フルーツカンパニーの売場



効果を図りました。県外では北陸地区をはじめ、各地のスーパーマーケットにて販売拡大に努めました。

9月下旬からは旬を迎える果実やきのこと合わせた「信州フェア」を企画し、県産青果物の総合品目でのPRを図りました。



野菜と共に果実やきのこを合わせた「信州フェア」



消費活動はコロナ禍前に戻りましたが、試食宣伝に欠かれない店頭に立つ試食販売員の人手不足がみられます。長野販売事務所は産地からの販売応援をいただきながら販売機会を逃さず、卸売会社と実需者のニーズに沿った新たな取り組みを試行しながら県産農産物の販売促進に努めてまいります。

## JA全農長野の事業現況

令和7年度12月末総供給販売高実績表 (単位:百万円、%)

| 品目             | 区分 | 当年度実績          | 計画比        | 前年比        |
|----------------|----|----------------|------------|------------|
| 生産振興課          |    | 0              | —          | 2          |
| 野菜種苗センター       |    | 146            | 106        | 115        |
| <b>生産振興部計</b>  |    | <b>146</b>     | <b>106</b> | <b>112</b> |
| 米              | 穀  | 17,237         | 104        | 110        |
| 果実花き           |    | 48,195         | 95         | 94         |
| 野菜きのこ          |    | 65,688         | 95         | 95         |
| 営              | 業  | 12,749         | 91         | 97         |
| <b>生産販売部計</b>  |    | <b>143,870</b> | <b>96</b>  | <b>96</b>  |
| 農業資材           |    | 9,346          | 97         | 101        |
| 肥料農薬           |    | 5,895          | 112        | 104        |
| 農業機械           |    | 5,518          | 113        | 112        |
| 施設住宅           |    | 3,003          | 166        | 76         |
| <b>生産購買部計</b>  |    | <b>23,762</b>  | <b>110</b> | <b>100</b> |
| 畜産酪農           |    | 24,851         | 103        | 101        |
| 三岳牧場           |    | 201            | 80         | 90         |
| S P F繁殖センター    |    | 204            | 85         | 101        |
| 八ヶ岳牧場          |    | 224            | 95         | 94         |
| <b>畜産酪農部計</b>  |    | <b>25,481</b>  | <b>103</b> | <b>101</b> |
| 燃料・ホームエネルギー    |    | 18,919         | 106        | 97         |
| S S 協同経営       |    | 5,766          | 114        | 96         |
| くらし支援          |    | 5,545          | 98         | 94         |
| <b>くらし支援部計</b> |    | <b>30,230</b>  | <b>106</b> | <b>96</b>  |
| <b>長野県本部計</b>  |    | <b>223,488</b> | <b>99</b>  | <b>97</b>  |

(内部販売高含む)

## 2月のラジオ番組表

| 放送日時             | 放送局        | 番組名                        | 出演     |
|------------------|------------|----------------------------|--------|
| 2/25(水)<br>11:50 | SBC<br>ラジオ | 坂ちゃんのずくせふりてい内<br>「暮らしの応援団」 | 野菜きのこ課 |

### ■訂正とお詫び

本誌1月号におきまして誤りがありましたので、下記のとおり訂正いたします。

読者の皆様ならびに関係者の皆様にご迷惑をお掛けしましたこととお詫び申し上げます。

#### ・9ページ

JAみなみ信州産「市田柿」トップセールス 12行目  
誤) 熊井副部長 正) 熊谷副部長

## 今月のおすすめレシピ

第43回牛乳製品利用料理コンクール 優秀賞レシピ

### 素材の味をいかしたライスパーパーピザ

レシピ考案：山田 伶奈さん



#### 【材料(4人分)】

ライスパーパー…1枚  
チーズ……………75g  
ミニトマト(赤・黄)  
……………各5個

ブルーベリー……30g  
ミント……………18g  
ピザソース………72g  
サラダ油………大さじ1

#### 【作り方】

- ①ミニトマトを半分に切り、ミントは洗う。
- ②サラダ油をひいたフライパンの上にライスパーパーをのせ、ピザソースをぬり広げる。
- ③②の上に、①で切ったミニトマトとチーズをのせる。
- ④フライパンの火をつけ、フタをし、中火で4分焼く。
- ⑤焼き終わったら、ブルーベリーとミントを飾り付けて出来上がり。



それぞれの食材の味がしっかりしている。

グリーンレーダー  
X(旧ツイッター)はこちら



グリーンレーダー  
WEB版はこちら



## 編集後記

環境省などが公表した令和5年度の食品ロス発生量は、推計値で約464万トン(家庭系約233万トン、事業系約231万トン)となっています。我が国では、年間に大量の食品が廃棄されています。以前は事業系からの発生が多かったようですが、近年では一般家庭からの発生割合が増加しています。

食品ロスを国民一人当たり換算すると、毎日おにぎり1個分の食べ物が捨てられている計算になります。この10年前後で最も発生量が多かった年を調べると、平成27年度の推計値は646万トンでした。環境への負荷や資源の無駄遣いという観点からも、食品ロス削減への取り組みが強化された効果もあって、ここ数年は発生量が減少傾向にあります。

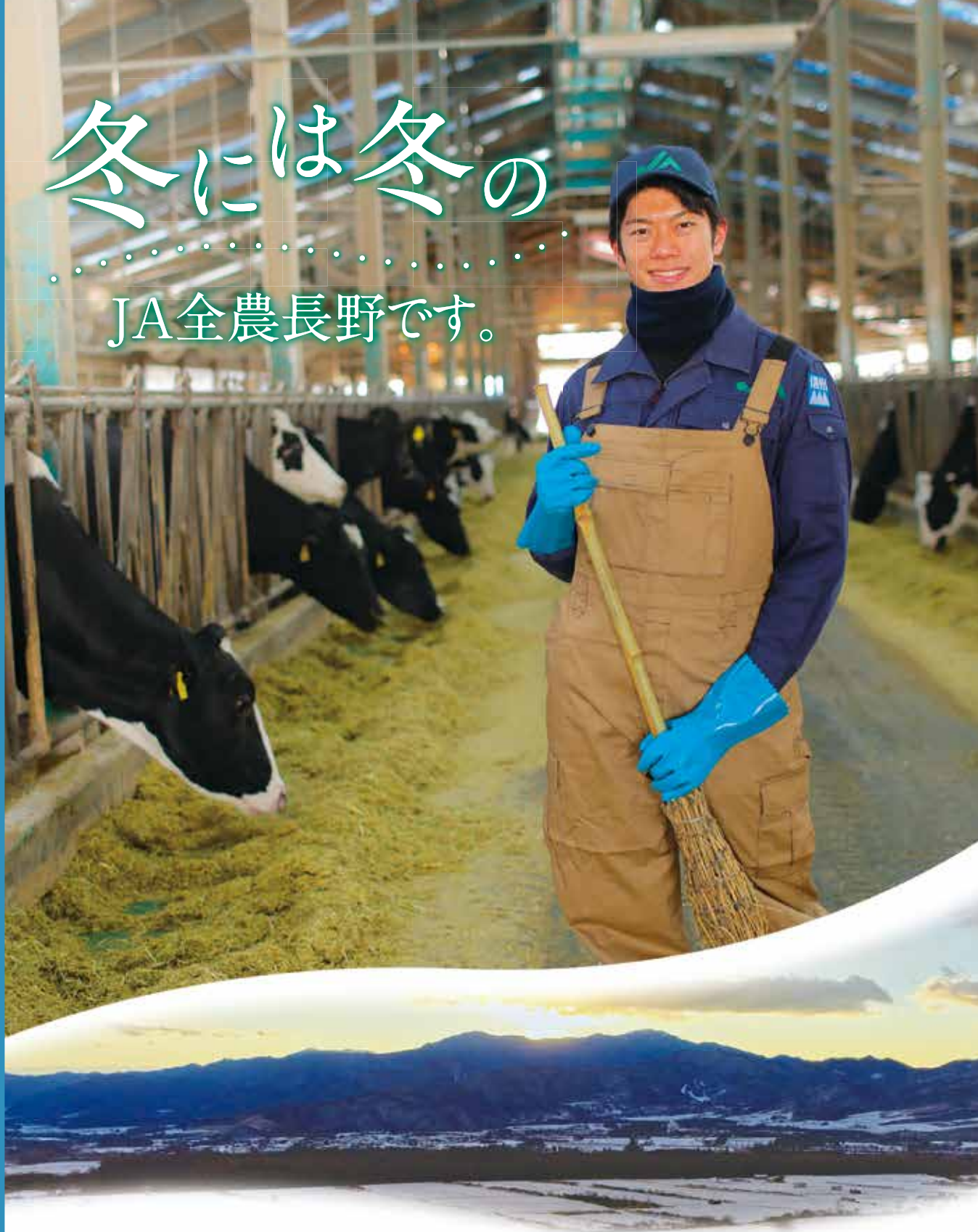
事業系での食品ロスが発生する要因としては、過剰な見込み発注による売れ残りや需要予測の精度不足が挙げられます。また、経験や勘に頼った発注、季節変動や天候の影響、地域のイベントなど外部要因も関係すると考えられます。

個人的にすぐに実践できる食品ロス削減策として、過去の反省を踏まえ、買い物時に買い過ぎないことや、外食・宴会時には食べきれない量だけ注文することを心掛けたいと思います。そのためには、日々の生活の中で意識を変え、栄養バランスや節度を重視し、持続可能な習慣を身につけていきたいと考えています。

(T)

# 冬には冬の

JA全農長野です。



光と風と水のハーモニー

JA全農長野



光と風と水のハーモニー

JA全農長野



JA 全農長野ホームページ..... <https://www.nn.zennoh.or.jp>  
インターネットで産地直送「JA タウン」..... <https://www.ja-town.com>

