

GREEN RADAR

重点事業方針 A-Policy

- ・生産基盤強化と販売力・商品提案力の強化
～中期事業ビジョン（平成28年～30年度）に生産販売部が行うこと～
- ・信州産畜産酪農品のブランド販売強化に向けて
- ・商系燃料事業者との差別化をはかれ！
『Dr. おうちのエネルギー診断』活動について

レポート A-Reports

- ・きのこお花で幸せ気分をアップ!! ～銀座NAGANOで講座を開催～
- ・8月旧盆に欠かせない「コギク」の産地化に向けて ～北信コギク立毛品評会を実施～
- ・御嶽海関の更なる活躍を願って ～JA長野県グループから化粧まわし贈呈～

Vol.441

FEBRUARY 2016

2



JA長野県グループから御嶽海関に化粧まわしを贈呈



光と風と水のハーモニー

JA全農長野

生産販売部

生産基盤強化と販売力・商品提案力の強化

「中期事業ビジョン」(平成28年～30年度)に生産販売部が行うこと

長野県の農業生産額は、毎年の気象災害に悩まされながらもほぼ「維持」の形となっています。しかしその生産実態は過去と比べると大きく変化しており、高齢化・後継者不足で中小農家数が減り、大規模農家への農地集積が進んでいます。また遊休荒廃地も大きな課題として残ったままとなっています。

一方、消費面では多様な消費形態、多彩な流通チャネルが生まれてくる中で、従来とは違った視点で農産物流通を考えなければならない時代となっています。

このような情勢の中、全農長野県本部生産販売部では今後3ヶ年の中期ビジョンを策定し、JA長野県営農センター、生産購買部と協調しながら、以下の方針に沿って行動していきます。

1. 生産基盤の維持・拡大

農産物の消費は、店頭販売や共同購入など「生」での販売を基本としていますが、生食販売を超える物量が業務加工用(外食、弁当・惣菜、カット、加工原料等)として使用されているのが実態です。

その業務筋からは当然のように「お手頃価格」で「安定的な供給」を要求されますが、それに応えるためには現状の栽培方法の中では限り

があります。今後は生産規模を拡大する担い手への農地集積をし、多収穫・省力型栽培の技術を駆使して効率的な農業生産を行う「専用栽培」により、確実に実現していきたいと考えます。

更に多種多様な販売先への対応を図る産地づくりのためには、現状の生産基盤の維持だけにとどまらず、遊休荒廃地の再興も視野に入れて進むべきと考えています。



効率的な生産の一助となるリンゴのわい化栽培

2. 集出荷対策の向上

(共販・施設対策)

業務加工用も含め、一農業者では供給能力に欠ける大規模取引については、関係JA生産部会への提案をし、状況によっては部会内にグループを作り複数共計の形で対応を図っていききたいと考えます。またこれから農地集積が更に加速する情勢



選果施設を再編整備した共選所

3. 販売力の強化

重点顧客への安定供給・契約履行は当然であり、相手先はその商品納品力をJA長野県グループに求めています。そのためには生産面からの一貫した体制作りと、相手先の求める商品形態を確実に作り上げる力が必要となります。

市場流通、直販流通の多様な販売チャネルを持つJA長野県グループでは、引き続き生産者手取の最大化

に向けて契約取引の見直しを随時行い、常に最適な流通チャネルを模索し、商品を提供していきます。

また、様々な形で消費者の需要動向を把握できる時代背景となり、インターネット販売を含めた多彩な流通手段が確立されている中で、それらの有効的な利用方法を探り、販売企画として取り上げていくことも重要と思われます。

4. 商品提案力の強化(ブランド強化)

長野県の耕作地は、標高300mから1,500mまで高低差があり、地形も平坦な盆地や丘陵地から山ありの地域まで多様な条件を有しています。温暖な南部から豪雪地帯の北部まで様々な条件の中で適地適作の農産物(米、野菜、果樹、花き、きのこ)がバランスよく構成されている長野県では、他県では真似のできない農産物総合供給基地としての提案力もあります。顧客は産地側からの積極的な販売提案を待っていることを強く感じる今、それに応えていきたいと思っています。

また、本年度は生産販売部として『総合宣伝』に本格的に取り組み、統一キャッチコピー「ながののゲンキみらいのミカタ」を策定しました(本誌2015年10月号既報)。今後ロゴマーク「信州三ツ山」、PRキャラクター「信州力」とともに各種情報発信の際には必ず添えて、長野県農産物のイメージを統一し、消費者への定着を図ります。



JA長野県農産物のロゴマーク「信州三ツ山マーク」とPRキャラクター「信州力」

平成27年10月にTPP大筋合意がされた後、我が国の農業の行く末を案じる声が様々な形で上がっています。また農協改革についてもその方法について議論されている最中です。このように情勢が混沌としている時代であるからこそ、我々JA長野県グループは全国の先陣に立ち、長野県5万軒余の販売農家の手取最大化を念頭に、常に問題意識を持ちながら行動していききたいと考えています。



商談会で新たな販売先を探る

畜産酪農部

信州産畜産酪農品の ブランド販売強化に向けて

〈ブランド販売強化の必要性〉

飼料価格の高止まりや素牛価格の高騰、TPP大筋合意など先行き不安による規模拡大の遅れや後継者不足による生産基盤の縮小など、畜産酪農経営は厳しい状況が続いています。

このような状況の中で長野県畜産酪農品を市場で優位販売するために必要なのがブランド販売の強化です。全農長野県本部畜産酪農部では、次期中期計画（平成28年度～30年度）において、「信州産農畜産物、牛乳・乳製品のブランド販売強化と飼料用米活用による飼料コスト低減により、農家所得の向上を図る」ことを柱のひとつに掲げています。

今回は、信州産酪農畜産物のブランドの紹介と今後の取り組みについてレポートします。

【肉牛】

「信州肉牛」の総称で、和牛（年間3,600頭）、交雑牛（年間3,000頭）の販売を行っています。中でも「信州和牛」は、肉のきめ細かさやうま味の点で、長野県内はもとより大阪・京都の各食肉市場を通じて、牛肉消費量全国トップクラスの関西の皆様にも高い評価を頂いている牛肉です。

平成21年より長野県独自の認定基準をクリアしたものを「信州プレミアム牛肉」として販売を始めました。香りの高さや口溶けの良さの指標となるオレイン酸含有率を基準に用いる認定方法は、全国に先駆けた新たな取り組みとして注目されました。平成24年12月からは大阪・京都の各食肉市場でも認定できるようになり、買参人からは「信ブレ」の愛称で呼



信州プレミアム牛肉ポスター

ばれるまでになりました。和牛と乳用牛を掛け合わせた交雑牛「信州アルプス牛」は、和牛の肉質と短期間で肥育できる乳用種の良いところを併せ持った価値感のある牛肉として、長年、県内のA・コップを中心に根強い人気があります。

全国枝肉コンクールで最高位である名誉賞を受賞するなど、県下の肉牛肥育技術レベルは非常に高いものの、全国的に素牛価格が高騰している現状ではなかなか生産基盤の拡大がすすんでいません。今後は、ブランド販売強化のための頭数確保に全力で取り組んでいきます。



第10回全日本枝肉コンクール名誉賞の枝肉

【豚肉】

「♪今夜のおかずは信州ポーク♪」のCMでお馴染みの「信州ポーク」は今年度、CMとキャラクター「リッキー」の着ぐるみをリニアルしました。リッキーは、松本山雅FCホームゲームのJA全農長野デーでのお披露目から各種イベントに参加し、親しみやすいキャラクターとしてすっかり定着しています。



松本山雅FCホームゲーム「JA全農長野デー」会場のリッキー

さて、その「信州ポーク」は、県内生産者からJA長野県グループに出荷された豚肉の総称であり、現在、県下で約68,000頭の年間出荷があります。飼料の中味にもこだわり、生産情報の記録などによる安全・安心にも取り組み、販売先や取扱量販店からもその品質の良さ、美味しさで高い評価を頂いています。代表的なものにA・コップで販売されている「信州Aポーク」や「北信州みゆきポーク」、ニシザワシヨッパーズで販売されている「駒ヶ岳山麓豚」、飯田地区のキラーで販売されている「純味豚」などがあります。また、「信州産」のイメージの良さもあり、関西地区の量販店での指定農場としての取り組みも進められています。しかし、生産者の高齢化などにより、年々出荷頭数が減少しています。今後は肥育専門農場が増えることが予想され、子豚の安定的な確保が大きな課題となっています。当県本部として子豚の安定供給を図りつつ、「信州産」の品質を評価していただける量販店の皆様の需要に応えるべく、生産頭数の確保に取り組んでいきます。



信州の酪農家は、約350戸が年間約10万トンの生乳を毎日生産・出荷しています。県本部では長野県農協直販(株)、信州ミルクランド(株)と連携し、乳製品ブランドを販売しています。

【農協牛乳】

オレンジ色のパッケージでお馴染みの「農協牛乳」です。パッケージに「信州がおいしい」と当県本部の統一キャッチフレーズ「光と風と水のハーモニー」が記載されている商品は信州産生乳を100%使用し、県内A・コップ、JA直営店、JA

まごころ宅配のみで販売している商品です。

「祝・善光寺御開帳キャンペーン」、「真田キャンペーン」、「祝・御柱祭キャンペーン」など、県内の大型イベントに合わせたキャンペーンで商品の認知度向上と消費拡大を図っています。

【松本山雅 official licensed MILK (通称：松本山雅牛乳)】

こちらはJリーグ公式商品となっており、信州産生乳を100%使用しています。現在のパッケージ(横縞)は2代目で、今年のJリーグ開幕に合わせて3代目を計画中です。

【信州の産地がみえる牛乳】

信州産生乳100%はもちろん、消費期限と製造番号を当県本部ホームページの牛乳・乳製品コーナーで入力すると、生乳生産地と製造工場が確認できます。



【酪農家のおもてなし】

上伊那の若手酪農家が自分たちの商品を作ろうと企画し、長野県生乳生産販売委員会伊那地区酪農協議会

がJA・酪農協の枠を超えて協力し、平成27年11月から販売が開始された牛乳です。



【信州発えのきヨーグルト】

信州大学と長野県農協直販(株)の共同開発商品です。「えのきたけ抽出エキス」と「信州産生乳」を使用し、信州産にこだわったヨーグルトで、クリーミーな食感が楽しめます。

信州大学

「ながのブランド郷土推奨品」に認定されています。



燃料・ホーム
エネルギー

商系燃料事業者との差別化をはかれ！

『Dr. おうちのエネルギー診断』活動について

【エネルギー業界の動向】

お客様のエネルギーニーズが多様化する中で、JAグループが取り扱う石油、LPGガスの需要も縮小傾向が続いており、商系事業者との顧客獲得競争は年々激しくなっています。加えて、電力小売の全面自由化が平成28年4月に迫り、名だたる企業が事業参入を意思表示している中で、一部の企業は「電気とプロパンガスのセット販売」の準備を進めており、「差別化＝顧客抱え込み」を模索しています。

このような状況の中、差別化策の一つとして「Aで取り組んでいる」「Dr.（ドクター）おうちのエネルギー診断」について今回ご紹介します。

【Dr. おうちのエネルギー診断とは？】

この診断システムはJAのガソリンスタンドでおなじみのENEOS（「JXエネルギー株式会社」が開発した仕組みで、環境省の「家庭工口診断事業」の民間試行事業にも採択されています。

診断作業はENEOSから認定された診断士だけが行うことができます。

診断費用は無料。診断を受けた9割のお客様が「役に立つ」としており、信頼性の高い診断制度との評価を得ています。

【エネルギー診断の内容は？】

「おうちのエネルギー診断」とは、お客様のエネルギー消費方法が適正かどうかを次の3つの視点で診断します。



①「おうちの断熱性能」

天井・床下・壁に断熱材が入っているか、ガラス窓がペアガラスや2重サッシになっているか、等が診断基準になります。

②「エネルギーを消費する器具の性能」

例えば、冷蔵庫は旧式（10年前）と最新式では消費電力が3倍も異なります。お使いの器具の種類や製造年が診断の基準になります。

③「エネルギーの使い方」

例えば、冷暖房の温度設定がエネルギー消費に大きく影響を与えます。設定状態や使用時間等が診断の基準になります。

【必要なお客様情報は？】

診断に必要な情報には「電気、ガスの月々の使用金額」、「灯油・ガソリンの使用量」、「自宅の建設時期」、「使用器具の製造年」、「お部屋の間取り」等になります。これらの情報をお客様からご提供いただきます。

【診断の結果は？】

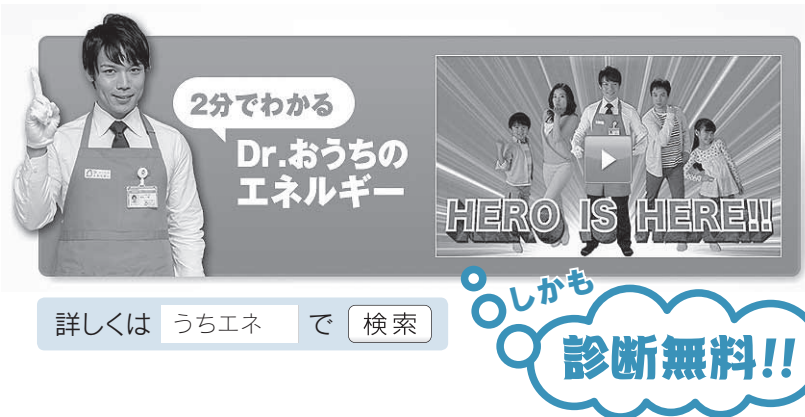
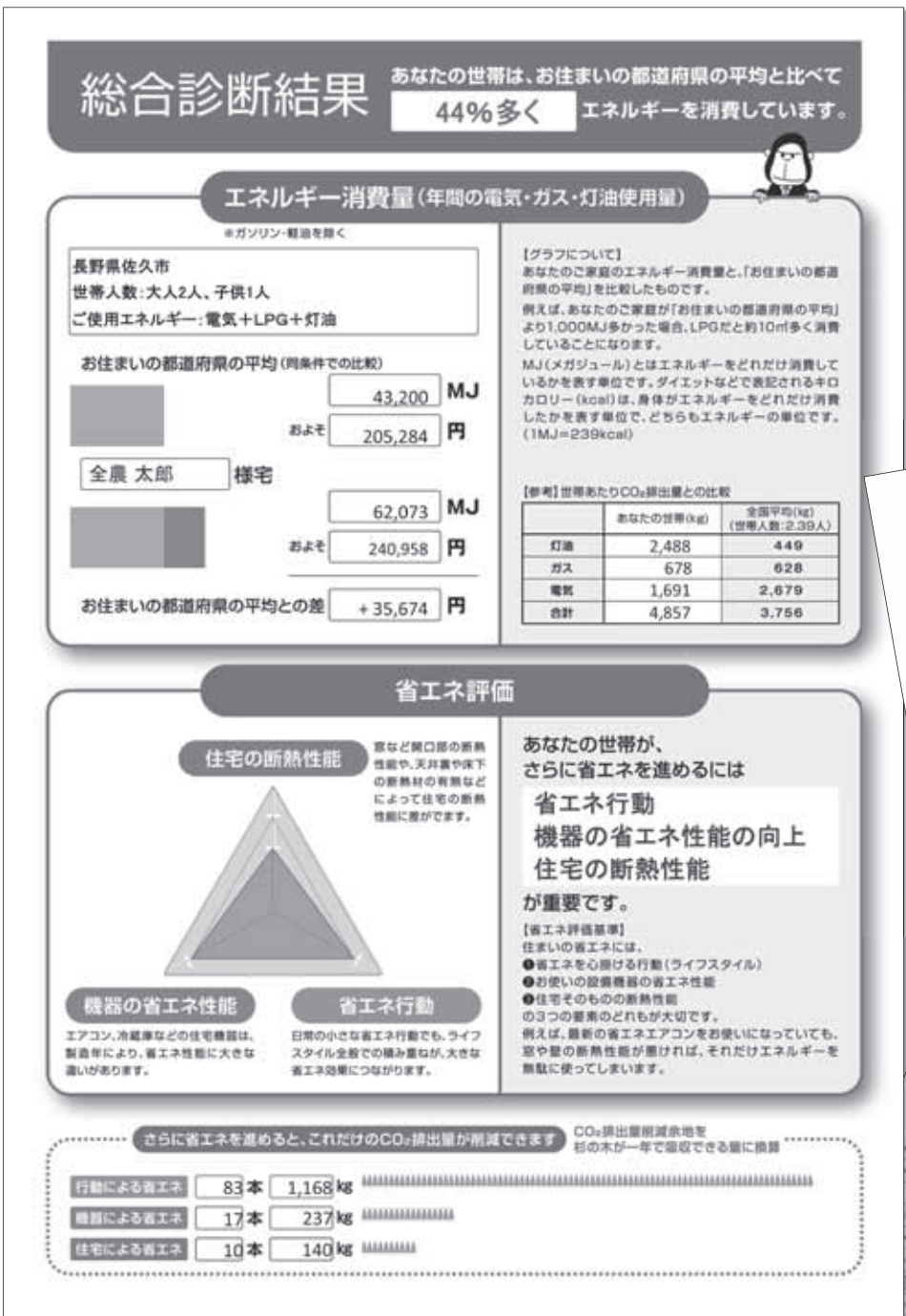
お客様からご提供いただいた情報を診断専用タブレットに入力し、診断システムを使って結果報告書を作成します。報告書に「①エネルギーをどの程度消費しているか」、「②同じような環境（世帯人数・住居地区）の平均値と比べてエネルギー消費量と金額にどの程度差があるか」、「③その原因は何か」、「④何をすれば節約につながるか」等をまとめ、ENEOS認定診断士からお客様へ報告・アドバイス・提案を行います。

【長野県JAグループの取り組み状況は？】

現在、ENEOS認定診断士は、JA佐久浅間に2名、JA上伊那に3名、JAみなみ信州に4名が配置されています。診断士は各種のENEOS研修カリキュラムに参加しスキルアップを図っています。

まだ一部のJA・地域の取り組みではありませんが、農家組合員へのサービス向上につながる活動となっています。また、県内では競合他社の取り組みが進んでいない状況でもあるため、先駆けて実施・展開し他社との差別化を進める意義は大きいと考えます。今後は県下JAに活動を

を広げていくべく、診断士の養成を継続的にを行い、実施地域の拡大を進めていきます。



きのことお花で幸せ気分をアップ!!

銀座NAGANOで講座を開催

全農長野県本部と長野県は1月11日(月・祝)、長野県の情報発信拠点「銀座NAGANO」(東京・銀座)で、きのこと花きのイベント『野菜ソムリエKARUのきのこde信州美人Cafe』信州きのこお花がアナタのキレイをつくりまします』を開きました。新たな年を迎えたこの時期、きのこ料理で冬の体調を整え、プチブーケづくりで幸せ気分をアップしてもらうことを目的とし、親子連れの小学生から70代のご夫婦まで幅広い年代層の43名が参加しました。

プチブーケ作りは、(株)比谷花壇のシニアデザイナ―石井千花さんを講師に迎え、季節の花材として県産アネモネをメインに使い、ブーケを作る際のバランスのとおり方やラッピングのコツなどを聞きながら30分ほどで出来上がりました。会場には冬場にも出荷があるアルストロメリアやダリアを展示し、新品種が登場し花色が豊富になつて様々なテイストで楽しめることや、長野県は冷涼な気候を活かして花の生産も盛んなことを紹介しました。



きのこと料理を食べながら「キレイになるきのこの食べ方」を聞く参加者



アネモネを使ったブーケ作りに挑戦

KARUさんの講座では、「たつぷりきのことそば」の豆乳生薑スープ」など、一皿に盛り付けられたきのこ料理を食べながら調理ポイントやきのこの特徴、栽培方法などを聞きました。KARUさんは「きのこは1つのメニューにいろいろな種類を取り入れると旨味が増す、冬に限らず1年中安定して購入できてキレイ(体調改善)に役立つ食材」と、毎日の食事にきのこを取り入れることを勧めました。

参加者は、「気分が華やきました」「きのこ料理がオシャレなメニューでおいしかったです」などと、都会風にアレンジされた信州の冬の農産物を楽しんでいました。

生産販売部

生産販売部

「信州三ツ山マーク」と「信州力」をラッピング!

「信州諏訪御柱祭」ラッピングバス運行中

全農長野県本部生産販売部は、諏訪大社の「御柱祭」(正式名称「式年造営御柱大祭」)開催に合わせ、バスの車体に「信州三ツ山マーク」と「信州力」をラッピングしました。

アルピコ交通の高速バス路線、諏訪〜新宿線(1日往復)を基本に、スケジュールによっては諏訪〜大阪線、諏訪〜飯田線で、御柱祭の最終行事である上社宝殿遷座祭の6月15日まで運行中です。

前回(平成22年)の御柱祭は全国から約192万人が訪れ、今回はこれを上回る来訪者が予想されています。御柱祭の写真とともに「信州三ツ山マーク」と「信州力」も注目され、県産農産物のイメージ向上が期待されます。



8月旧盆に欠かせない「コギク」の産地化に向けて

北信コギク立毛品評会を実施

北信園芸事業推進協議会(事務局/全農長野県本部北信事業所生産販売課)は、コギクの栽培技術や品質の向上、生産拡大などを目的に平成24年度より立毛品評会を実施しています。出荷直前の圃場に審査員が出向き、用途に適した商品性、管理技術、圃場全体の収益性の観点から、草姿、生育および管理状況、病害虫発生の有無などを評価することで、産地全体の品質・出荷量の向上につなげています。

今年度は、旧盆出荷直前の7月27日(月)に行った立毛品評会で13圃場の出品の中から上位入賞者を選び、12月16日(水)に表彰式を行いました。

コギクは8月旧盆に欠かせない商材で、墓参りの必需品として底堅い需要があります。その需要に合わせ、生花業者が花束加工をしやすく、生産者も従来栽培と比べて労力を軽減して栽培できるスーパーやホームセンターなどの量販店向け専用栽培が県下各地で進められています。

北信地区では、本格的に栽培に取り組み始めて4年が経過しました。今年度の販売実績は約245万本(前年比108%)と、4年間で生産量が2.5倍に拡大



全農長野県本部北信事業所の宇都宮正喜所長(左)と最優秀賞を受賞した小林章則氏(右)

○平成27年度 北信コギク立毛品評会 入賞者(敬称略)

賞	J A 名	入賞者氏名	品種名
最優秀賞	ながの須高	小林 章則	赤魚(秋)
優秀賞	宮崎	慶志	金元宝(秋)
優良賞	中野市	渡辺 孝一	赤魚(秋)

御嶽海関の更なる活躍を願って

「JA長野県グループから化粧まわし贈呈」

JA長野県グループは、大相撲幕内の御嶽海関(木曾郡上松町出身・出羽海部屋)の更なる活躍を願い、化粧まわしを贈りました。1月6日(水)に都内のホテルで開いた贈呈式には御嶽海関と出羽海親方が出席し、JA長野県グループを代表して大槻憲雄会長が御嶽海関に化粧まわしの目録を手渡しました。

化粧まわしは御嶽海関の出身地JA木曾特産の「御嶽はくさい」の出荷箱のデザインを基にして、赤紫色を基調に銀糸で「御嶽」の文字と御嶽山のイラストが描かれています。

大槻会長は「御嶽海関が活躍することは、長野県の組合員・地域住民に元気を与えます。今後も順調に白星を重ね、活躍されることを期待しています」と激励しました。県内から初めて化粧まわしを贈られた御嶽海関は「初場所は立派な化粧まわしに恥じない成績を残したい」と新入幕から2場所連続となる勝ち越しを誓いました。

JA長野県グループは、御嶽海関が角界入りして以来、県産農産物などを贈り応援してきました。化粧まわしの贈呈は、その一環として「幕内力士として今後ますます活躍されることと、地元の木曾地域をはじめ長野県を盛り上げて欲しい」という願いを込めて贈呈しました。これからもJA長野県グループは、県産農畜産物などを贈り支援していきます。



北信事業所生産販売課

JA長野県グループ

2月の動き▶

企 画 課	2月5日(金)	全農長野と青年部協議会との 意見交換会 JA長野県ビル
総務広報課	2月12日(金)・ 13日(土)	「長野灯明まつり」 灯明なべの振る舞い 長野市中央通り
きのこ課	実施中～ 2月29日(月)	北欧風レシピで おいしくきのこを食べよう キャンペーン 
畜産酪農部	実施中～ 2月29日(月)	信州の畜産酪農キャンペーン 2015
畜 産 課	2月4日(木)	2月期長野県中央家畜市場 長野県中央家畜市場
酪 農 課	2月1日(月)～ 2月29日(月)	農協牛乳「真田キャンペーン」

2月のテレビ・ラジオ番組表▶

放送日時	放送局	番組名	放送内容(予定)
2/2(火) 16:10	SBCラジオ	情報わんさかGO!GO!ワイドらじ☆カン内「ミルクマガジン」	牛乳の学校給食への取り組み
2/5(金) 10:30	SBCラジオ	坂ちゃんのずくだせえぶりでい内 「花のある純喫茶・坂橋克明」	信州産アネモネと 花にまつわるストーリー
2/9(火) 16:10	SBCラジオ	情報わんさかGO!GO!ワイドらじ☆カン内「ミルクマガジン」	「信州の畜産・酪農家との 交流会」の様子
2/16(火) 16:10	SBCラジオ	情報わんさかGO!GO!ワイドらじ☆カン内「ミルクマガジン」	乳和食レシピの紹介
2/23(火) 16:10	SBCラジオ	情報わんさかGO!GO!ワイドらじ☆カン内「ミルクマガジン」	牛乳クイズ

JA全農長野の事業現況▶

平成27年度12月末部門別実績表 (単位:百万円,%)

部門	区分	実 績	計画比	前年比
米	穀	12,435	101	88
果	実	34,331	109	106
野 菜	花 き	71,823	119	111
野菜種苗センター		164	105	104
きのこ		16,347	94	101
営 業		12,083	99	106
生産販売部計		147,182	110	106
包装資材		7,482	96	103
生産資材		9,634	106	108
農業機械		5,608	101	111
施設住宅		3,867	131	152
生産購買部計		26,591	105	112
畜 産		10,265	116	105
三 岳 牧 場		229	120	114
SPF繁殖センター		203	96	96
酪 農		14,032	102	104
八ヶ岳牧場		210	90	102
畜産酪農部計		24,940	107	104
燃料・ホームエネルギー		18,050	93	78
S S 協 同 経 営		8,013	99	87
生 活		10,077	96	95
生活部計		36,140	95	84
長野県本部計		234,852	106	92
参考(A・コープを除く)		234,852	106	102

(内部販売高含む)

果実課

信州の大地で育った巨峰のポッキー
ポッキー<信州巨峰>新発売
のお知らせ

江崎グリコ株式会社より、ポッキー<信州巨峰>が新発売されます。

信州で実った巨峰の果汁をたっぷり使った、香り高く、コク深い味わいの贅沢なポッキーです。信州のおみやげにぜひご利用ください。

- 【商品名】ポッキー<信州巨峰> (信州地区限定発売)
- 【内容量】15袋
- 【価 格】オープン価格

商品の発売に合わせて、「地元とつくる、地元ポッキー。」をキャッチフレーズに専用のホームページから情報発信がされます。右のURLまたはQRコードからご覧ください。



JAオートパル・JA自動車整備工場

2016県下一斉

「春のわくわくドキドキ モーターキャンペーン」

春の需要期に合わせ、JAオートパル・JA自動車整備工場では「春のわくわくドキドキ モーターキャンペーン」を開催中です。期間中に新車・中古車をお買い上げいただいたお客様に抽選で旅行券・商品券をプレゼントします！

また、「車検入庫促進キャンペーン」も同時に開催中、車検を実施していただいたお客様に抽選でJA特産物をプレゼントします！！

お車の乗換え・車検は、JAオートパルとJA自動車整備工場にご用命ください。

- キャンペーン期間 …… 1月1日(金)～3月31日(木)
- 実施店舗 …… 県下JAオートパル・JA自動車整備工場45店舗
- プレゼント品 …… ●お車をお買い上げのお客様の中から
ハガキ応募・抽選で
Nツアー旅行券 40本(20,000円分)
まごころ商品券 100本(3,000円分)
●車検実施のお客様の中から抽選で
JA特産物 100名様

皆様のご来店を心よりお待ちしております!!!



編集後記

NHK大河ドラマ、「真田丸」の放映が始まりました。信州にゆかりのある人気の高い歴史上の人物のドラマなので、最後までしっかりと見ようと決めています。真田丸が話題になって、真田幸村という名前が実名でないことを初めて知りました。実名は「信繁」で「幸村」という名は大坂夏の陣後に書かれた『難波戦記』がその始まりだそうで、「幸」は真田家の代々に用いられている字ですが、「村」の由来は明確ではないとか。どんな意味があるのか、興味をそそられます。田舎の規模の小さい武家が、周囲の大きな勢力に知力の限りを尽くして対抗し、生きる道を模索していく。もし仮に大坂夏の陣で徳川家康を真田信繁が討ち取っていたら、信州は今とは大きく違っていたかもしれませんね。長野県は存在しなかったりして・・・。

(Y)

信州の大地で育った 巨峰のポッキー。

2016年2月2日新発売。



**JA全農長野
原料供給**



「地元とつくる、地元ポッキー。」の
スローガンのもと、JA、そして信州巨峰の
生産者の皆様の声を特設サイトで発信して参ります。

地元とつくる、
地元ポッキー。
<http://gift.pocky.jp>



共同企画 しあわせ 信州



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 <http://www.nn.zennoh.or.jp>
インターネットで産地直送「JAタウン」 <http://www.ja-town.com>

