

JA レーク滋賀

自己改革工程表

《令和 8 年度改訂版》

令和7年度～令和9年度
(2025 年度～2027 年度)



目 次

自己改革実践の基本方針.....	1
令和7年度結果と令和8年度・令和9年度目標見直し	
農家組合員の所得増大・農業生産の拡大.....	4
地域の活性化（くらしの支援）.....	8
JA 経営基盤の確立・強化.....	10
組合員の意思反映（アクティブ・メンバーシップ対策）.....	12

令和8年度 自己改革工程表

自己改革実践の基本方針

当JAは、令和3年の設立以来、組合員との徹底した対話に基づいて、「農家組合員の所得増大と農業生産の拡大」「総合事業による地域の活性化とくらしの支援」「自己改革を支えるJA経営基盤の確立」を基本目標とする創造的自己改革の実践に全力で取り組んできました。

令和4年度からは、自己改革実践サイクルの取組みとして、組合員の声をふまえ、数値目標を含んだ自己改革の実践の具体的な取組み等を毎年度の総代会で決定することで、着実に取り組んでいます。令和7年度に実施した「組合員アンケート」においては、これまでの自己改革の取組みに対し、多くの組合員の皆様から高い評価と信頼をいただくことができました。この結果は、対話を重視してきた当JAの取組みが確かな成果としてあらわれたものと受け止めております。いただいた信頼を力に変え、令和8年度は自己改革のさらなる深化に取り組めます。

今後とも、地域になくってはならないJAであり続けるため、組合員との徹底した対話を通じ、改革の取組みと成果について評価を把握し、次の改革につなげることで、PDCA サイクルを回し、総合事業を基本として「不断の自己改革」を着実に実践します。

農家組合員の所得増大・農業生産の拡大

農家組合員の所得増大（農家組合員の売上増加・コスト低減）につながる次の取組みについて、目標及び実践具体策を策定し、実践します。

- (1) 第2次地域農業振興計画に掲げる生産振興
- (2) スマート農業や営農DXへの取組み
- (3) 担い手を中心とした地域農業者との信頼関係の強化
- (4) 販売高向上と農家所得増大
- (5) 直売所運営力強化
- (6) 利用者ニーズを捉えた直売所運営
- (7) 米の集荷数量の維持・拡大におけた取組み
- (8) 米販売高の増加をめざす販売事業の収支改善
- (9) 多様な農産物等をインターネット販売等、新たな生活様式に対応した販売体制や販売チャンネルの構築
- (10) 生産コスト抑制と省力化への対応
- (11) 事業間連携・情報共有による担い手支援
- (12) 地域農業を支える農業メインバンクとして、資金ニーズ等を通じた農業者支援の取組み

地域の活性化（くらしの支援）

「地域の活性化」に向けては、次のことに取り組みます。

- (1) 組合員・高齢者の健康づくりへの貢献（JA 健康寿命 100 歳プロジェクトの実践）
- (2) 「農あるくらし」の取組み。『食』と『農』をテーマに食育や農業と親しむ
- (3) 組合員の仲間づくり

JA経営基盤の確立・強化

直近5年間の管内農業情勢をみると、農業者数、耕作面積ともに減少が続いています。生産基盤の縮小が進む一方で、当 JA では農地集約や高付加価値化の取組みを進め、販売品販売高は102億円前後を維持しています。

財務面では、将来の金利変動を含む市場リスクを早期に整理し、経営の健全性を確保するため、令和7年度決算において有価証券の減損損失53億円を計上いたしました。これは、強固な自己資本を背景とした財務健全化に向けた戦略的な判断であり、将来の経営に対する不確定要因をあらかじめ取り除くものです。

こうした情勢のなか、JA として5年後の収支シミュレーションを行ったところ、5年後においても一定水準の利益を確保できる見通しが得られました。自己改革および経営基盤強化を通じた事業改革の成果が着実に表れてきている一方で、5年後のその先を見据え、先手を打った事業改革を継続していく必要があります。

組合員の意思反映（アクティブ・メンバーシップ対策）

自己改革の実践にあたっては、担い手訪問や地区別総代懇談会、支店ふれあい委員会等でのご意見に加え、アンケート調査の結果を事業運営に反映し、地域に根ざしたJAを目指します。「正組合員とともに、地域農業や地域経済の発展を支える組合員」である准組合員の声も経営に反映させ、正組合員と准組合員が一体となったJA運営を実現します。

農業振興の応援団でもある准組合員の事業利用にあたっては、正・准組合員の各事業の利用状況を把握したうえで、「農家組合員の所得増大」につながる取組みを展開します。

令和 7 年度結果
および
令和 8 年度・令和 9 年度目標見直し



農家組合員の所得増大・農業生産の拡大

< 重点目標 >

< 成果指標・目標値 >

< 実績 >

重点施策	行動計画	令和7年度	令和7年度の実績
第2次地域農業振興計画に掲げる生産振興	水稻高温耐性品種の生産振興	みずかがみ面積 350ha きらみずき面積 80ha	みずかがみ面積 546ha きらみずき面積 92ha
	高収益作物（レーク滋賀戦略作物等）の生産振興	さつまいも面積 1.5ha ブロッコリー面積 2.7ha トレビス面積 (春作・秋冬作) 3.5ha	さつまいも面積 1.15ha ブロッコリー面積 2.61ha トレビス面積 (春作・秋冬作) 3.54ha
スマート農業や営農DXへの取り組み	スマート農業による農作業支援の拡大	空中散布面積 1,200ha	空中散布面積 1,415ha
担い手を中心とした地域農業者との信頼関係の強化	① ●担い手農家や集落営農組織などを対象とした個別の提案型活動、農業経営支援活動などを通じたJAとの関係強化 ●TACと関係部署、関係機関が連携して、担い手農家や地域農業の課題解決に向けての取り組み	年間定期訪問件数 1,000 件/TAC1人 チーム取組目標年間 2件	年間定期訪問件数 1,266.4 件/TAC1人 チーム取組 年間 2件 定期訪問合計件数 12,664 件
	②担い手農家との信頼関係強化を通じた当JAの購買資材や米集荷などのシェア率向上への推進	●シェア率 土づくり 2%向上 肥料 3%向上 農薬 3%向上 ●出荷 2%向上	●シェア率 土づくり 14%向上 肥料 9%向上 農薬 8%向上 ●出荷 3%向上
販売高向上と農家所得増大	利用者満足度向上から直売所リピーター増大による集客力、販売高の向上	販売高 21 億円 来客数 108 万人	販売高 22 億円 来客数 95 万人

< 結果・自己評価 >

< 成果指標・目標値 >

令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
農産普及課と生育状況の共有を行い、随時、生産者募集、栽培研修会を開催し、高温耐性品種への誘導を図った。	○	みずかがみ面積 360ha きらみずき面積 100ha	みずかがみ面積 370ha きらみずき面積 120ha	営農戦略課
農産普及課・全農と連携し、栽培研修会・巡回指導・チラシの配布（新規作付け者獲得）・各市町との産地交付金の調整等を行い、栽培しやすい環境づくりに努め栽培推進を行ったが、各営農経済センターでの栽培拡大に繋がらない部分があった。	△	さつまいも面積 2.0ha ブロッコリー面積 3.6ha トビス面積(春作・秋冬作) 4.0ha	さつまいも面積 2.5ha ブロッコリー面積 4.5ha トビス面積(春作・秋冬作) 4.5ha	営農戦略課
各地区での試験的作業支援を含め水稲麦大豆防除を・肥料散布など多方面に生産者要望が拡大し対応させていただいた。	○	空中散布面積 1,300ha	空中散布面積 1,400ha	営農戦略課
TAC全員が年間定期訪問目標件数の1,000件を達成した。 また、TACの地区別チームによる連携した取組みや金融部門と連携した活動などを実施した。	○	年間定期訪問件数 1,000件/TAC1人 チーム取組目標年間 2件	年間定期訪問件数 1,000件/TAC1人 チーム取組目標年間 2件	TAC推進課
●土づくりシェア率 令和8年産シェア率 31%(+14%) 令和8年産 22,287 袋の積上げ ●肥料・農薬シェア率 令和8年産肥料シェア率 65%(+9%) 令和8年産農薬シェア率 66%(+8%) ●米出荷シェア率 令和8年産シェア率 42%(+3%) 出荷申出袋数 249,647 袋 (前年 231,223 袋) 令和8年産業務用米作付面積 466.8ha 参考>令和7年産 207ha ※3/31 現在	○	●シェア率 土づくり 2%向上 肥料 3%向上 農薬 3%向上 ●出荷 2%向上	目標数値は前年度の実績を踏まえて設定。	TAC推進課
一部の店舗の営業日数の縮小が影響した。	△	販売高 22億円 変更 ↘ 20.8 億円 来客数 +09 万人 変更 ↘ 98 万人 出荷者の高齢化による減少ならびに異常気象における地場産青果物の減少。競合他社の新店舗の進出と物価高の影響による買い控え。	販売高 23億円 変更 ↘ 21 億円 来客数 +10 万人 変更 ↘ 99 万人	直売課

農家組合員の所得増大・農業生産の拡大

< 重点目標 >

< 成果指標・目標値 >

< 実績 >

重点施策	行動計画	令和7年度	令和7年度の実績
直売所運営力強化	「びわたんのおにぎり亭」の販売拡大、堅田店の集客増加、2号車の積極的な出店展開	販売高 堅田店 1,300万円 2号車 700万円	販売高 堅田店 308万円 2号車 345万円
利用者ニーズを捉えた直売所運営	集客に向けたマルシェへの積極的な参加と直売所の魅力発信（企業ならびに行政とのタイアップによる直売所PR）	マルシェ開催回数 30回	マルシェ開催回数 67回
米の集荷数量の維持・拡大に向けた取組み	新たな集荷対策の検討と実施	476,000袋 （管内生産目標の37%）	394,139袋
米販売高の増加をめざす販売事業の収支改善	農家組合員への所得増大の取組み ①米の需給ひっ迫環境を販売機会ととらえ、卸販売先への有利販売の実施 ②米の相対取引価格の変動と消費者価格の変化に対応できる、柔軟な直販比率割合の設定による対応	直販比率 40% （内訳）卸業者直売 25% 消費者直売 15%	直販比率 27.3% （内訳）卸業者直売 14.7% 消費者直売 12.6%
多様な農産物等をインターネット販売等、新たな生活様式に対応した販売体制や販売チャンネルの構築	ECサイト「JAタウン」、「Amazon」、「ふるさと納税」等の販路、掲載商品の拡充	ECサイト販売高 300万円	ECサイト販売高 859万円
生産コスト抑制と省力化への対応	①競合他社の小売価格の定期的な調査による価格競争力の強化	●市場調査 1回以上/月 ●他社競合品目について地域最安値を設定 80%以上	●市場調査 1回以上/月 ●他社競合品目について地域最安値を設定 60.6%以上
	②価格優位性や作業省力化、品質向上に資する資材提案	●特価キャンペーンの実施 年4回・250万円/回 ●2アイテム以上の提案	●特価キャンペーンの実施 年4回・708万円 ●平均3アイテム提案できた
	③農作業等の労力コスト削減による農業者支援施策の実施	●不要（廃）農薬や空容器的の回収処分の支援 ●土づくり資材請負散布の拡大 320ha	●収量合計 4,058kg （前年 6,349kg） ●土づくり資材請負散布の拡大 454ha

< 結果・自己評価 >

< 成果指標・目標値 >

令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
下期より堅田店の営業日数の縮小を図った。	△	販売高 堅田店 1,400万円 変更 ↘ 500万円 2号車 800万円 変更 ↘ 550万円	販売高 堅田店 1,500万円 変更 ↘ 550万円 2号車 900万円 変更 ↘ 650万円	直売課
		堅田店の営業不振による営業日数の縮小。(週6日から2日に変更) イベント出店条件等による営業日数の縮小。(手数料、拘束時間等による)		
行政ならびに関係団体との連携、またキッチンカーとのコラボなど積極的な取組みで開催回数の増加となった。	○	マルシェ開催回数 40回	マルシェ開催回数 50回	直売課
検査実績: 394,139袋+その他規格外米6,539袋 =400,678袋(その他規格外米含む) ※目標比率 82.8% (その他規格外米含む 84.1%)	△	480,000袋 (管内生産目標の37%)	480,000袋 (管内生産目標の37%)	農産販売課
	△	直販比率 40% (内訳)卸業者直売 23% 消費者直売 17%	直販比率 40% (内訳)卸業者直売 20% 消費者直売 20%	農産販売課
	○	ECサイト販売高 350万円 変更 ↘ 900万円	ECサイト販売高 400万円 変更 ↘ 900万円	特販課
		令和7年度の実績 859万円を踏まえ上方修正		
●月1回以上 HC 価格調査を実施した。また、他社競合品は、仕入業者と徹底した交渉の上、大半の品目で地域最安値を実現した。 ●他社競合品目の地域最安値設定品目数 60/99品目	△	●市場調査 1回以上/月 ●他社競合品目について地域最安値を設定 85%以上	●市場調査 1回以上/月 ●他社競合品目について地域最安値を設定 90%以上	購買課
●特価キャンペーンを年4回(6、9、10、3月)実施した。計画比 70.8% ●平均3アイテムを提案できた。	△	●特価キャンペーンの実施 年4回・250万円/回 ●3アイテム以上の提案	●特価キャンペーンの実施 年4回・250万円/回 ●4アイテム以上の提案	購買課
●不要(廃)農薬や空容器の回収処分の支援を実施した。 ●土づくり肥料普及拡大推進とあわせて請負散布の拡大に努めた。 2月末実績454ha 前年対比 146.9%	○	●不要(廃)農薬や空容器の回収処分の支援 ●土づくり資材請負散布の拡大 330ha	●不要(廃)農薬や空容器の回収処分の支援 ●土づくり資材請負散布の拡大 340ha	購買課

農家組合員の所得増大・農業生産の拡大

< 重点目標 >		< 成果指標・目標値 >	< 実績 >
重点施策	行動計画	令和7年度	令和7年度の実績
事業間連携・情報共有による担い手支援	金融部門（信用・共済）と連携した農業経営支援	●信用部門の3ステップ運動と連携した融資による支援 ●共済部門と連携した農業リスクの啓発および共済商品の充実	—
地域農業を支える農業メインバンクとして、資金ニーズ等を通じた農業者支援の取組み	「農業融資県内統一推進運動」を活用し、農業近代化資金やアグリマイティー資金による農業資金ニーズへ対応を図り、金融面から農業者の支援へ取り組む	農業融資実行件数 55 件	農業融資実行件数 89 件

地域の活性化（くらしの支援）

< 重点目標 >		< 成果指標・目標値 >	< 実績 >
重点施策	行動計画	令和7年度	令和7年度の実績
組合員・高齢者の健康づくりへの貢献 （JA健康寿命100歳プロジェクトの実践）	様々な食や健康に関する活動・運動・コンテンツを駆使した活動	●健康教室 ●スマホ教室 ●防災教室	●健康教室 5カ所74人 ●スマホ教室 5カ所41人 ●防災教室 5カ所45人
「農あるくらし」の取組み『食』と『農』をテーマに食育や農業と親しむ	簡単にできる食農講座を開催して、他事業との連携強化を図る	「レーク滋賀を知ろう」と題して、5地区にて親子を対象に体験 各地区15組	「レーク滋賀を知ろう」と題して、5地区にて親子を対象に体験 各地区12組
組合員の仲間づくり	① 組合員の加入促進。組合員メリットの評価・検討・実践に取り組む	●新規加入 1,700人 ●女性正組合員比率 24.5%以上 ●組合員メリットの評価・創出等の検討	●新規加入 1,435人 ●女性正組合員比率 25.0%
	② 教育文化活動の体系の整理し、組合員の学びの場づくりと次世代リーダー育成に取り組む	●新規加入者を対象にした研修会の企画検討と開催 ●教育文化活動の体系検討 ●組合員大学「あすなろ」1期生（基礎講座）、専門講座の検討	—

< 結果・自己評価 >		< 成果指標・目標値 >		
令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
TAC担当者が情報収集した見込先へ信用渉外・LAと同行訪問を行い、提案活動から成約につなげることができた。	○	●信用部門の3ステップ運動と連携した融資による支援 ●共済部門と連携した農業リスクの啓発および共済商品の充実	●信用部門の3ステップ運動と連携した融資による支援 ●共済部門と連携した農業リスクの啓発および共済商品の充実	融資課
今年度は米価高騰の追い風と農業資金の金利を据え置いたこともあり、今まで設備投資を控えられていた組合員も農機具購入等に踏み込まれて、多くの組合員に利用いただき、金融面から支援することができた。	○	農業融資実行件数 60件 変更 ↗ 75件 令和7年度実績を加味し、目標値を上方修正したため	農業融資実行件数 65件 変更 ↗ 80件	融資課

< 結果・自己評価 >		< 成果指標・目標値 >		
令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
●健康教室は、2～3月コープしがと提携していることから健康寿命のお話しと夕食サポートのお弁当試食会を開催。 ●スマホ教室は、1～2月にドコモによる災害と健康に関するアプリの活用。 ●防災教室は、12月に家の光12月号の記事を活用し、クイズ・ポリ袋で作る簡単レシピ・防災ボトルなどを作成して常日頃から災害に備える事を学習した。	○	●健康教室 ●スマホ教室 ●防災教室	●健康教室 ●スマホ教室 ●防災教室	くらしの活動課
5地区を通じて、特産品を使った料理や収穫体験、郷土に伝わるしめ縄作りなど地区の特色を活かした親子体験教室を開催した。	△	クッキングフェスタを開催して、特産品の活用をする 100人	クッキングフェスタを開催して、特産品の活用をする 100人	くらしの活動課
組合員メリットについて検討を行った。	△	●新規加入 1,700人 ●女性正組合員比率 25.0%以上 ●組合員メリットの実践と発信強化	●新規加入 1,800人 ●女性正組合員比率 25.5%以上 ●組合員メリットの実践と成果等の再確認	総務課
●新規加入者を対象にした研修会の企画検討と開催。 ●教育文化活動の体系検討 くらしの活動担当者との意見交換会を開催し、教育文化活動基本方針(案)について、検討を進めた。 ●組合員大学「あすなろ」1期生(基礎講座)については、19人が受講し、修了生12人を輩出した。	△	●新規加入者を対象にした研修会の開催 ●教育文化活動の体系に向けた調整 ●組合員大学「あすなろ」専門講座の開講、基礎講座2期生 変更 ↗ 組合員大学「あすなろ」基礎講座2期生 運営側のノウハウの構築や受講生確保の観点から、当面は基礎講座の継続開催を決定したため	●新規加入者を対象にした研修会の開催 ●新総代研修会の開催 ●教育文化活動の体系の確立 ●組合員大学「あすなろ」3期生	総務課

地域の活性化(くらしの支援)

< 重点目標 >

< 成果指標・目標値 >

< 実績 >

重点施策	行動計画	令和7年度	令和7年度の実績
	③支店協同活動の強化、支店ふれあい委員会の活性化に取り組む	支店ふれあい委員会の実践研修(階層別研修会の開催)	—

JA 経営基盤の確立・強化

< 重点目標 >

< 成果指標・目標値 >

重点施策	行動計画	令和7年度
施設を維持するための再編計画の継続検討	カントリー施設のサテライト実績を踏まえ再編計画の継続検討	瀬田 RC のサテライト
組織・事業再編の検討・実施	「未来へつなぐJAづくり」支店再編計画の遂行	● 滋賀出張所、西大津支店、雄琴出張所再編の周知(説明会等の実施) ● 老上支店、老上東支店の再編の周知(説明会等の実施) ● 山田支店、笠縫支店、草津営農経済センター再編内容の検討(利用状況や地域の声を聴きながら適正な金融機能を検討) ● 瀬田支店、上田上出張所、大津南営農経済センター再編内容の検討(利用状況や地域の声を聴きながら適正な金融機能を検討) ● 営農経済本部の検討 ● 店外ATM再設置の検討・実施 ● 次期再編計画の検討
直売に係る将来の事業運営・再編検討	直売所再編検討(パッキング※事業や店舗機能の見直しを検討) ※食品の加工包装工程。直売所に出荷された青果品等を袋詰めすること。	● 現状把握 ● 検討・協議

< 結果・自己評価 >		< 成果指標・目標値 >		
令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
支店ふれあい委員会の実践研修(階層別研修会)としては実践できなかったが、組合員大学の運営の中で、多くの職員に受講いただき、教育文化活動の重要性を伝えた。	△	支店ふれあい委員会実践発表 (文化発表大会)	支店ふれあい委員会実践発表 (文化発表大会)	総務課

< 結果・自己評価 >		< 成果指標・目標値 >		
令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
瀬田 RC のサテライト実施	○	次期再編先の検討	再編計画の調整	施設 販売課
●新統合支店の基本計画承認、再編の説明会は令和8年度に実施、令和9年6月再編予定 ●令和7年6月10日、再編の説明会実施 ●全体計画の再検討 ●再編計画の再検討、令和8年度上期に地域の声を聴かせていただく場を設ける ●営農経済本部の執務場所の検討 ●店外ATMの再編検討、令和8年度に信用部と連携しながら再編基準を決定する ●次期再編計画の基準を検討	○	●滋賀出張所、西大津支店、雄琴出張所再編実施に向けた統合支店建設の検討・実施 ●老上支店、老上東支店の再編実施 ●山田支店、笠縫支店、草津営農経済センター再編の周知(説明会等の実施) 変更 ●全体計画の再検討 ●瀬田支店、上田上出張所、大津南営農経済センター再編の周知(座談会等の実施) ●営農経済本部の検討・実施 ●野洲支店、三上支店再編の周知(説明会等の実施)・新統合支店の基本計画の承認 ●店外ATM再設置の検討・実施 ●次期再編計画の検討 中東情勢による建設費・工期等の影響を踏まえた建設を実施するため	●令和9年6月、滋賀出張所、西大津支店、雄琴出張所の再編完了予定 ●山田支店、笠縫支店、草津営農経済センター再編実施 変更 ●再検討結果の周知 ●瀬田支店、上田上出張所、大津南営農経済センター再編実施 ●営農経済本部の検討・実施 ●野洲支店、三上支店再編実施 ●店外ATM再設置の検討・実施 ●次期再編計画の策定・実施	改革 再編課
特販課と草津あおばな館の外販業務との事業連携を見据えた現状把握を行った。 GF 堅田店、田舎の元気やの収支改善に伴う再編計画に着手することを決定した。	△	●再編計画の構想立案 ●一部再編実施	再編計画の実施	直売課

組合員の意思反映（アクティブ・メンバーシップ対策）

< 重点目標 >

< 成果指標・目標値 >

< 実績 >

重点施策	行動計画	令和7年度	令和7年度の実績
組合員の意思反映	①総代会・懇談会の開催にあたり、運営方法を見直し出席者数の増大に取り組む。また、総代通信を作成し、速やかな情報開示を行う	●総代会、懇談会の出席率の改善（令和6年度比10%増） ●総代通信の内容と構成を検討	●令和6年度比 - 地区懇談会 96.6% - 総代会本人出席 98.9% - 秋季懇談会 88.6%
	②組合員モニター制度の導入により、准組合員の意志反映を行う	組合員モニター制度の検討	—
広報活動の強化	①広報誌「ゆいっと」、タブロイド紙「JAレーク滋賀通信」、ホームページ等を活用した広報活動	●ホームページの改善点を精査 ●ホームページ閲覧 4万回/月 ●プレスリリース本数 20本/年	●ホームページの改善点を精査 ●ホームページ閲覧 4.9万回/月 ●プレスリリース本数 20本/年
	②若年層や地域住民を対象に「対外広報」として公式LINEに加え、新たな発信チャネルとしてInstagram、YouTube等を展開する	●YouTube 配信・分析 ●LINE 友だち登録 4,000人	●YouTube 配信・分析 ●LINE 友だち登録 4,600人
	③日本農業新聞の提供記事充実	●農業新聞トップ記事※ 30本/年	●農業新聞トップ記事 30本/年
徹底した経営改善と創造的自己改革の取組み	①JAレーク滋賀の取組みの見える化	ホームページや広報誌、SNSを活用した情報発信による組合員・利用者の理解促進	—
	②広報誌、Webを活用した利用者アンケートの実施	●アンケート実施 ●アンケート結果に基づく自己改革の見直し	—

< 結果・自己評価 >

< 成果指標・目標値 >

令和7年度の結果	評価	令和8年度	令和9年度	担当部署
総代通信の内容と構成を検討	△	●総代会、懇談会の出席率の改善(令和6年度比+5%増) 変更 (令和7年度比10%増) ●総代通信年2回の定期発行 令和7年度の出席率が令和6年度を下回ったため	●総代会、懇談会の出席率の改善(令和6年度比20%増) 変更 (令和8年度比10%増) ●総代通信の定期発行と充実	総務課
「准組合員モニター制度」の設置要綱や開催内容について総務課でまとめ、4部ミーティングや12月18日開催のくらしの活動担当者との意見交換会に提出した。	△	- 組合員モニター制度の検討 - 試験的開催(下期) 変更 企画や組織内の体制構築にもう少し準備期間を要するため	組合員モニター制度の実施	総務課
若年層や地域住民を対象とした広報の改善・強化として採用サイトを作成、公開。 ホームページ閲覧数は月間4.9万回に達し、プレスリリースも年間目標を達成。	○	●ホームページのリニューアル実施 ●ホームページ閲覧 4.5万回 変更 5万回/月 令和7年度に4.9万回/月の閲覧を実現したため ●プレスリリース本数 20本/年	●ホームページの運営と改善 ●ホームページ閲覧 5万回 変更 5.5万回/月 ●プレスリリース本数 20本/年	総合企画課
YouTubeは管内18歳から45歳をメインターゲットとしたCMを令和7年6月から令和8年1月の第1弾と令和8年2月以降の第2弾を配信し、合計38万回再生。LINE友だち登録も目標を達成。	○	●YouTube配信・分析 ●LINE友だち登録 5,000人	●YouTube配信・分析 ●LINE友だち登録 6,000人	総合企画課
農業新聞のトップ記事掲載数も目標を達成。メディア露出を通じた広報活動の強化が着実に機能している。	○	●農業新聞トップ記事 40本/年	●農業新聞トップ記事 50本/年	総合企画課
広報誌、ホームページ、公式LINEの他、Instagram、YouTubeなどの新たな発信チャンネルを展開し、自己改革の取組みの見える化を進めた。	○	ホームページや広報誌、SNSを活用した情報発信による組合員・利用者の理解促進	ホームページや広報誌等、SNSを活用した情報発信による組合員・利用者の理解促進	総合企画課
広報誌とWebを活用したアンケートを実施。地域農業とくらしへの必要性には一定の評価をいただいた。結果に基づく見直しを実践。	○	●アンケート実施方法及び内容の見直し ●アンケート結果に基づく自己改革の見直し	●アンケート実施 ●アンケート結果に基づく自己改革の見直し	総合企画課

※ トップ記事とは、紙面の5段以上を占める記事のこと。

