

## VI. 「食」「農」「協同組合」にかかる県民理解の醸成

### 1. 広報機能の強化に向けた基本的考え方

J Aグループは、これまで、「みんなのよい食プロジェクト」や「協同組合」の理解促進を図るための広報活動に取り組んできました。

今後とも、J Aグループは、「食と農を基軸として地域に根ざした協同組合」として、「食」「農」「協同組合」にかかる県民理解の醸成に徹底して取り組みます。

また、J A・連合会・中央会は、広報を経営戦略の重要な柱として位置付け、そのうえで、トップ自らが広報の先頭に立つ「トップ広報」を展開するとともに、役職員は「役職員一人ひとりが広報パーソン」であるという自覚のもとに広報を展開します。

### 2. 多様な広報手段を活用した情報発信の強化

J A・連合会・中央会は、広報誌やウェブサイト、パブリシティ、各種メディア、J A直売所や支所・支店等の拠点施設を活用した地域密着型広報による情報発信を強化します。

- ① J Aは、広報誌やコミュニティ誌、支所・支店だより等の発行、さらにウェブサイト等を通じて、「食」「農」「協同組合」の情報発信に取り組めます。
- ② J A・連合会・中央会は、農業振興や地域活性化に貢献する姿が全国及び各地域で報道されるよう、マスコミとの関係を深めるなどしてパブリシティによる情報発信を強化します。
- ③ 「食」「農」「協同組合」が果たす役割等の周知に向け、J Aグループ岡山統一広報番組をはじめ、各種メディア（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、ウェブ等）を効果的に活用し、情報発信を強化します。
- ④ J Aは、J A直売所や支所・支店等を地域住民の重要な接点と位置付け、地元農業やJ Aの情報を積極的に発信します。

### 3. J Aグループブランドイメージの確立に向けた新たなキャッチフレーズの活用

J Aグループは「食と農を基軸として地域に根ざした協同組合」としてのブランドイメージ形成に向けて、キャッチフレーズ「耕そう、大地と地域のみらい。」を各組織において作成する広報素材等で積極的に活用します。