

総合窓口店舗の 設置による利用者 満足度の向上と 新規顧客の開拓

南アルプス市農業協同組合
中沢 雅貴



ＪＡ南アルプス市の現状

当ＪＡが地区とする南アルプス市は、果樹の農家が多い農業生産地帯であり、静岡方面からのアクセスも良いことから観光も盛んな地域である。

しかし、全国的な農業人口の減少問題は当ＪＡ管内でも例外ではなく、果樹野菜等生産量の減少や、信用・共済事業を始めＪＡ事業全般の運営に影響が出てきている。



具体的な内容として・・・

- ・市内の農家数は20年間で**約60%にまで減少**しており、このうち販売農家数は**約半数まで減少**している。
- ・当ＪＡの事業報告書等からは、相続による貯金の流出、保険業界の競争激化による共済保有高の減少、農業資材販売におけるホームセンター等との競合、農産物出荷ルートが多様化がおきていることが確認できる。

その一方で・・・

- ・経済事業の**葬祭部門・Ａコープ部門は、好調を維持**している。
特にＡコープは大手スーパーや県内有力スーパーとも対等に競えている。

現状分析をふまえた J A 南アルプス市の S W O T 分析

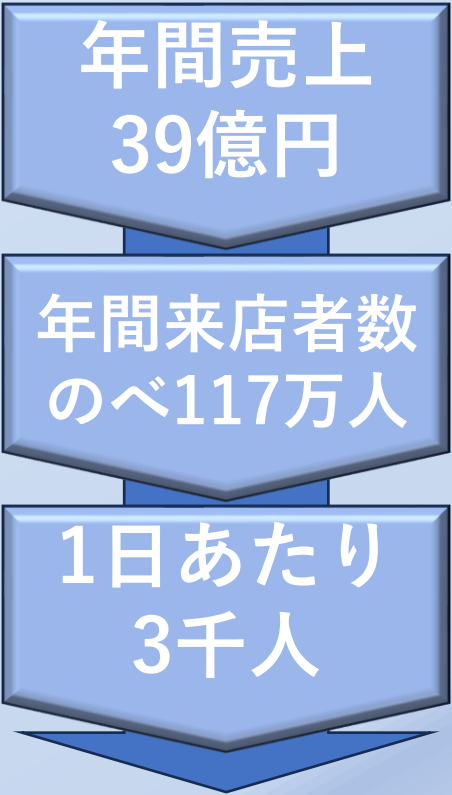
	プラス要因	マイナス要因
内部環境	【Strength（強み）】 ・市内各地での施設を保有しており、遊休施設や空きスペースがある ・店舗再編を行ったため人員を新規事業へ投資できる ・集客力のある A コープ店舗がある ・組合員への情報伝達手段を持っている（隔月の広報誌、組合員一斉配信メール）	【Weakness（弱み）】 ・地域住民への情報伝達手段がない ・購買店舗・共選所以外は平日営業のみ ・信用共済事業の収益で経営が左右される ・若年層のシェアが低い ・各事業毎に競合他社があるため総合的な対策が難しい
外部環境	【Opportunity（機会）】 ・物価高による節約志向の高まり ・中部横断自動車道の開通 ・市内に大手保険事務所はあるが保険販売ショップはない ・S D G s 等の国際的な考え方の取り組み	【Threat（脅威）】 ・農業人口の減少 ・農業者の高齢化 ・競合他社の増加 ・販売チャネルの増加 ・大手会員制倉庫型店舗のオープン

以上の分析からは、現状維持では経営が上向くことは難しいものと推察されるため、積極的に情報発信を行い、より多くの方に事業を知っていただくことが必要と考える。

その一方で、集客力のある既存施設の存在があらためて見えてくる。既存の J A 施設での展開であれば、新たな費用投資が少なくなる。そこで既存店舗の中で最も来店者が多いと思われる A コープの来店者データを取得してみた。

A コープ 2 店舗の実績

		白根店	甲西店	合計
売上金額	令和3年度	2,132,921,250円	1,780,550,176円	3,913,471,426円
	令和4年度	2,131,582,431円	1,812,822,420円	3,944,404,851円
年間来店者	令和3年度	625,536人	548,478人	1,174,014人
	令和4年度	625,593人	551,506人	1,177,099人
1日あたりの来店者	令和3年度	1,713人	1,502人	3,216人
	令和4年度	1,713人	1,510人	3,224人



調査場所	A コープ甲西店	調査日	令和 5 年 1 1 月 4 日（土曜日）
方法	選択形式定量調査(アンケート用紙をお渡しして回収)		
調査時間	共働き世帯が多いと思われる休日の午前10時～12時の2時間		
対象者	50名（無作為に依頼）		

来店者について
J A利用の実態を把握
するためアンケートを
実施

A コープ来店者の J A 事業利用調査

対象者数	50人
------	-----

年齢	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	未回答	合計
	2	5	5	12	9	16	1	50
職業	農業	農業以外	未回答	合計				
	4	44	2	50				
	8%	88%	4%	100%				
属性	正組合員	准組合員	組合員以外	未回答	合計			
	12	8	29	1	50			
	24%	16%	58%	2%	100%			
利用がある事業	貯金	共済	直売所	共選所	購買・SS	すずらん	A コープのみ	合計
	28	24	12	6	9	12	14	105
	56%	48%	24%	12%	18%	24%	28%	
A コープ以外の店舗について	積極的に 行きたい	行くことに 抵抗はない	行ったことが あるが入りに くい	距離が遠く 行きにくい	行ったことが なく入りにく い	場所自体を 知らない	合計	
	7	19	3	7	7	7	50	
	14%	38%	6%	14%	14%	14%	100%	

52%

48%

88%が農業従事者以外であり、58%が組合員ではなかった。

信用・共済事業は約半数の方の利用があるが、販売・A コープ以外の購買事業については25%未満でA コープのみ利用の方も28%を占めている。

A コープ以外の店舗については「積極的に行きたい方、抵抗が無い方」と、「行きにくいと感じたり、場所自体知らない方」がちょうど半分に分かれている。

A コープ来店者の J A 事業利用調査 50代以下のみ

対象者数	24人
------	-----

年齢	～20代	30代	40代	50代	合計
	2	5	5	12	24

職業	農業	農業以外	未回答	合計
	0	24	0	24
	0%	100%	0%	100%

属性	正組合員	准組合員	組合員以外	未回答	合計
	3	2	18	1	24
	13%	8%	75%	4%	100%

利用がある事業	貯金	共済	直売所	共選所	購買・SS	すずらん	A コープのみ	合計
	12	9	5	1	1	5	8	41
	50%	38%	21%	4%	4%	21%	33%	

A コープ以外の店舗について	積極的に 行きたい	行くことに 抵抗はない	行ったことが あるが入りに くい	距離が遠く 行きにくい	行ったことが なく入りにく い	場所自体を 知らない	合計
	2	6	1	2	6	7	24
	8%	25%	4%	8%	25%	29%	100%

33%

67%

全員が農業従事者以外であり、75%が組合員ではなかった。

全体の調査結果よりも各事業で5%ほど利用率が低下していた。

A コープ以外の店舗については「積極的に行きたい方、抵抗が無い方」が約30%、「行きにくいと感じたり場所自体知らない方」が約70%と利用について抵抗や課題があることが推察される。

現状分析の内容から、当JAの事業伸長のためには・・・
まず知ってもらうこと、JA事業を身近に感じてもらうこと
が重要であると考える。

そこで・・・

Aコープに総合窓口店舗を設置



甲西店に貸店舗用の
空きスペースあり



<総合窓口店舗>

- ・営業日 年中無休（不定休あり・Aコープと同一）
- ・営業時間 AM9：00～PM8：00
（Aコープと同一）
- ・人員配置 2名程度

各事業の説明・受付や書類の受渡しを行い、必要に応じ担当部署と連携して対応する。

総務関連

出資、関連
団体の案内

信用事業

金融相談、JAカード
やAコープ割引券付き
定期貯金の案内

購買事業

葬祭、ガスな
どの生活関連
部門の説明

共済事業

PM5時以
降や休日の
手続き対応

営農・販売事業

農地バンク（農地の
貸し借り）、組合員
組織活動の説明

土日や夕方の時間
帯にも対応が可能
な総合窓口

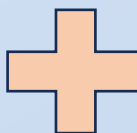
新規利用者の
開拓

<大型PRボード>

店舗の外側にPRボードを設置

- ・事業内容の紹介
- ・各種キャンペーン
- ・組合員組織の案内
- ・補助金情報などの豆知識

立ち止まっていただけのような掲示



利用者の
利便性向上



事業紹介
&
お役立ち情報

総合窓口の名称

来店者やInstagram等のSNSから募集

- ・名称募集自体をイベント化
- ・応募することによる参加意識



配置職員

信用・共済事業
L A や窓口経験者



営農・経済事業
営農指導員資格保有者

- ・J A の入口にあたる場所のため重要な拠点
- ・接客に定評のある職員を選出



担当部署との連携

~~単なる取り次ぎ~~

専門担当者と二人で対応

or

取り次ぎ職員が結果を確認

丸投げの
予防

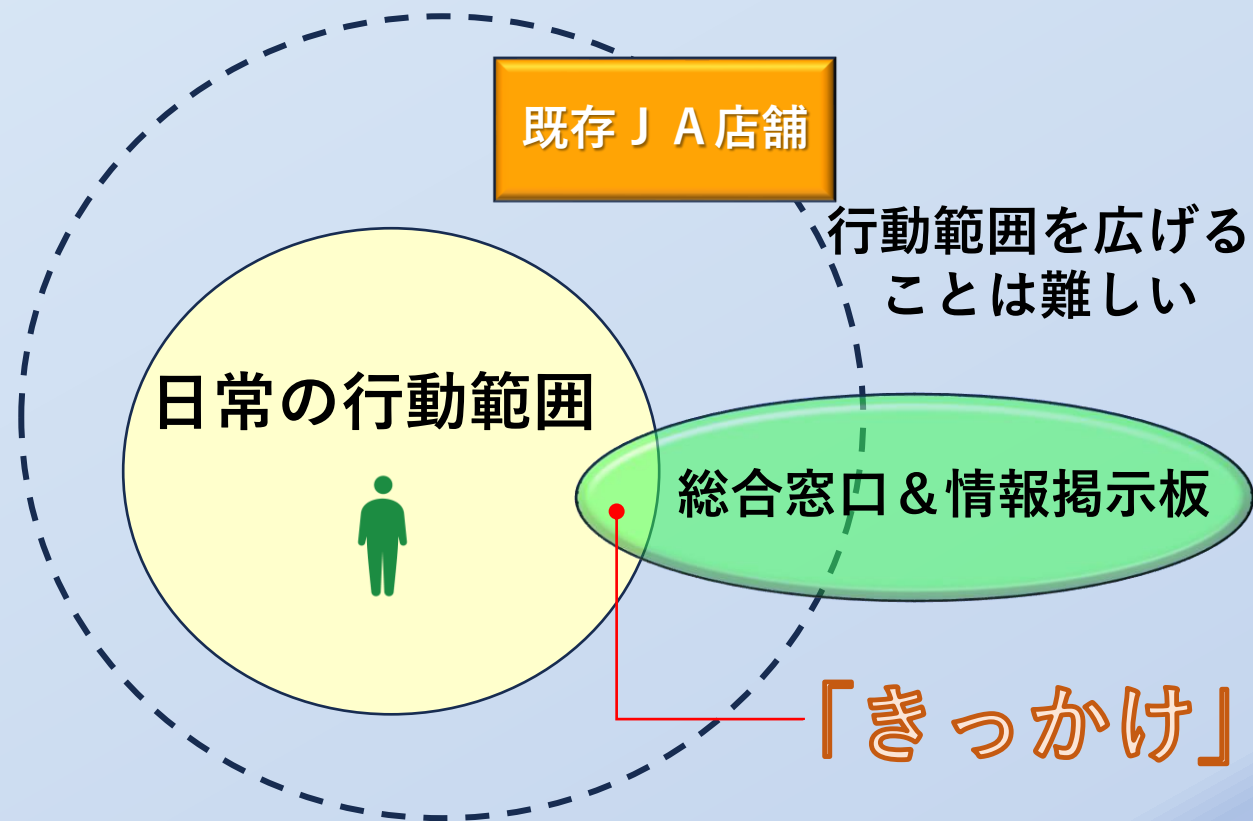
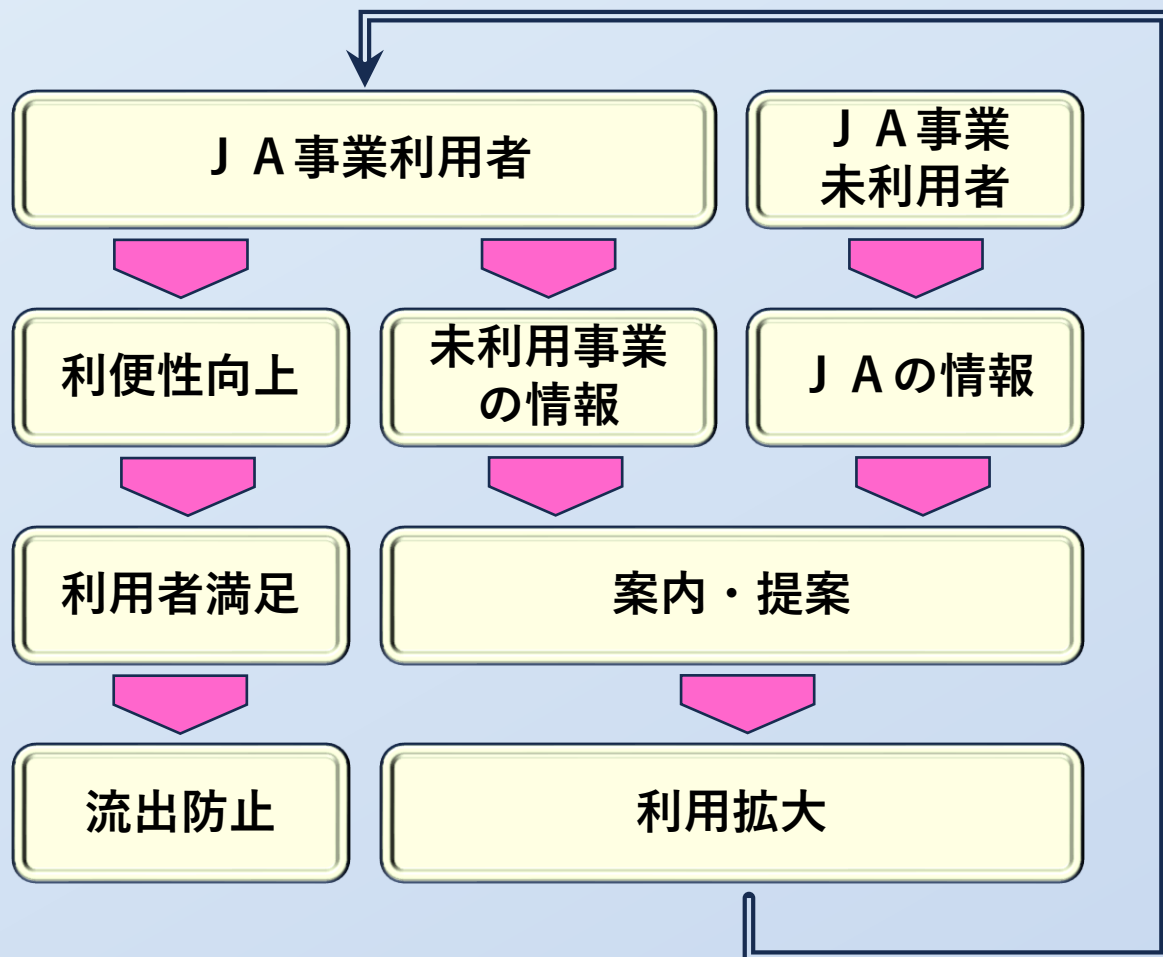
後回しの
予防

最後まで責任を持った対応

信頼獲得



期待される効果



おわりに・・・

J Aが持続可能な経営をしていくためには、まず多くの方に事業を知っていただくことが何より大切だと考える。