

# 【JAファン作り】

## ～たむらコミュニティガーデンのオープンに向けて～

JA福島さくら 佐久間 健

### I. JA福島さくらについて

#### 1. 概要

JA福島さくらは、平成28年3月1日に「JA郡山市」、「JAたむら」、「JAいわき市」「JAいわき中部」、「JAふたば」の5JAが合併し誕生した。

当JAは福島県の中央部から東部及び南東部という広域な範囲となるが、「湖から海へ地域の特性を生かした協同の力の発揮」をテーマに、地域の特性を生かした事業展開をしている。主要農産物は米、ピーマン、トマト、きゅうり、いんげん、ねぎ、梨、いちご、である。

また、管内にはJA名にある通り、日本三大桜である「三春の滝桜」を始め有名なさくらの観光名所が多数存在している。

令和7年2月末における組合員数は71,265人（正組合員38,189人、准組合員数32,416人）であり、役員数は45人（常勤理事7人、常勤監事1人、非常勤理事32人、非常勤監事4人）で、職員数は1,076人（正職員580人、嘱託・臨時496人）であり、店舗数は54店舗である。

#### 2. 経営理念及び経営方針

<経営理念>

農業の振興と地域社会への貢献  
～「緑の輝き」「地域の輝き」～

「緑の輝き」・・・

「地域の元気でたくましい農業」  
「美しくかけがえのない自然」  
「農家組合員の活力ある営農の姿」

「地域の輝き」・・・

「地域社会の発展」  
「健康で心豊かな暮らし」  
「次代の子供たちの姿」

農業の振興

地域貢献

<経営方針>

より身近に、より信頼される

J Aづくりの実践

わたしたちは、地域の農業を振興し、ふるさとのかけがえのない自然を守り、  
健康で心豊かなくらしづくりを応援します。  
そして、愛され信頼される J A をめざして、誠実に、着実に歩みます。

『身近に』・・・

「地域にかけがえのない」

「愛され必要とされる」

「地域社会に根ざした」組織をめざす

『信頼』・・・

「公正」

「健全な経営」

「組合員の負託に応える」

「誠実」な組織であることを表す

## II. 将来のビジョン

組合員、利用者、地域住民のみなさまから愛され心から満足して頂ける

「魅力ある J A」をめざす

### Ⅲ. 現状

#### 1. 現状分析

##### (1) J A福島さくら たむら地区管内人口推移と出生数推移

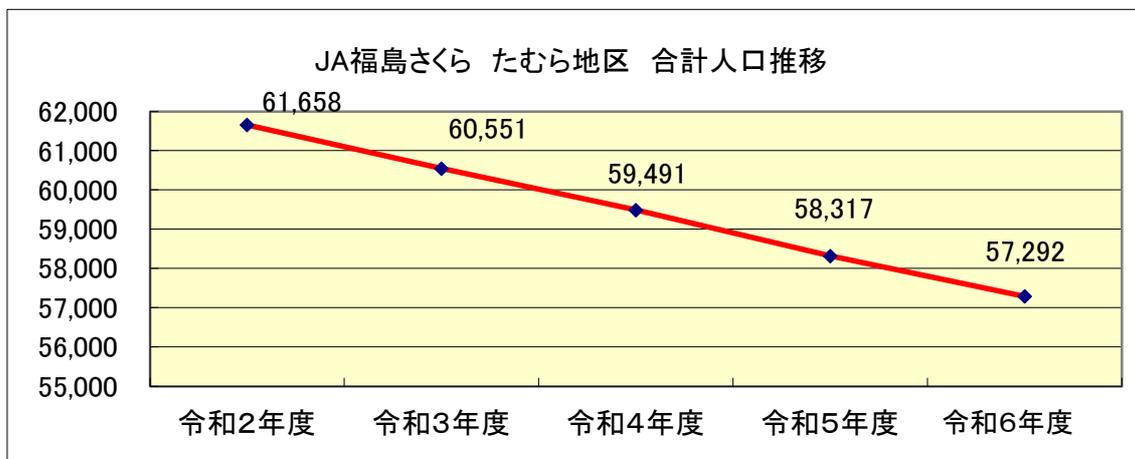
J A福島さくらのたむら地区管内人口については、(図表 1) 5 年前と比較すると約 4 千人減少しているのが分かる。この要因については、全国的にも言えることだが少子化が進んでいることが考えられる。さらに(図表 2) の出生数の推移を見ると過去 5 年間で約 80 人減少している。このままのペースで推移すると 10 年間で約 160 人減少すると考えられる。この人口減少は今後も続く予想され、それに伴って市場も変化し、拡大する市場と縮小する市場が考えられ、全体的に市場規模の縮小が課題としてあげられる。他企業は利益確保に対応すべく、様々な対応を打ち出している中、J Aは政府による農協改革で准組合員の規制などをする動きもあり、注目度を増している J Aにとって組合員、地域住民、利用者への情報提供(アピール)が重要となってくる。

##### (2) J A福島さくら年代別組合員数

(図表 3) のデータで分かるように、当 J Aの組合員の年齢別の構成比では、60 歳以上の組合員が全体の 66.2%を占めている。30 歳代以下は 8.4%と低さが顕著になっている。

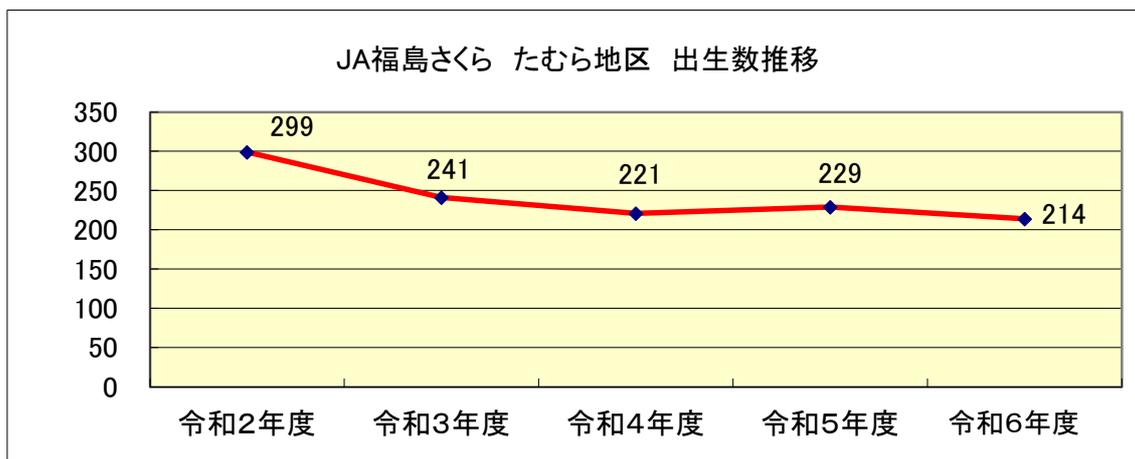
全国の J Aでも、組合員の高齢化が危惧されているが、J A福島さくらでは特に深刻な問題であるといえる。これから 10 年後、安定的に J Aを経営していくためには、次世代の組合員・利用者を確保していく必要がある、さらに、若年層に対する事業展開により地域との絆を強めることや、50 歳代や 40 歳代以下の組合員については、信用部門や共済部門で組合員加入することが多く、その人たちに J Aが総合事業であることを認識してもらい、幅広く利用していただけるように、様々な角度からアピールしていかなければならない。

【図表 1】 J A福島さくら たむら地区（田村市・三春町・小野町）合計人口推移



(参照：福島県現住人口調査)

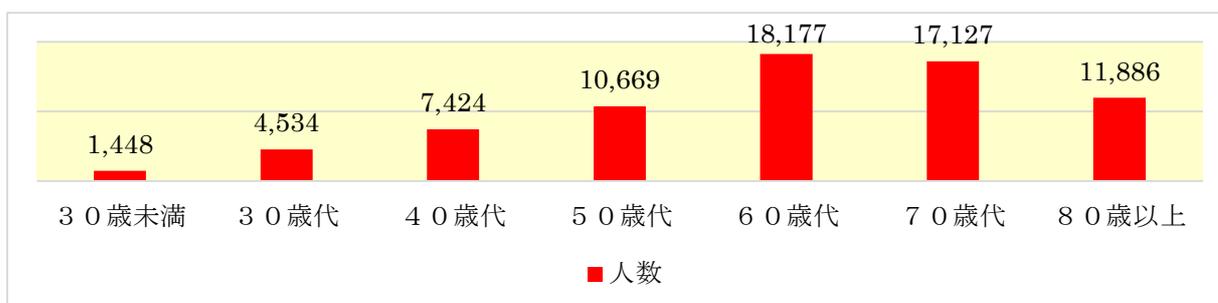
【図表 2】 J A福島さくら たむら地区（田村市・三春町・小野町）出生数推移



(参照：福島県現住人口調査)

【図表 3】 J A福島さくら年代別組合員数

年代	30歳未満	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上
人数	1,448人	4,534人	7,424人	10,669人	18,177人	17,127人	11,886人
割合	2%	6.4%	10.4%	15%	25.5%	24%	16.7%



2025年10月末現在（団体除く）

(3) V R I O分析 (内部環境分析)

V	Value	価値	地域密着の事業活動
R	Rarity	希少性	協同組合 (三位一体・相互扶助)
I	Imitability	模倣可能性	総合事業、JA ブランド
O	Organization	組織	協同組合 (三位一体)、広域合併、JA グループ

(4) P E S T分析 (外部環境分析)

P	Politics	政治環境	食料・農業基本法の改正
E	Economics	経済環境	物価高騰、金利の変動
S	Society	社会環境	超少子高齢化、2040年問題 農業従事者の高齢化・後継者不足
T	Technology	技術環境	スマート農業、AI・IoT SNSの普及

(5) S W O T分析

V R I O分析、P E S T分析をもとにS W O T分析を行う

内部環境	強み (Strength)	弱み (Weakness)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>総合事業 (幅広い事業展開)</li> <li>協同組合の理念</li> <li>地域密着</li> <li>安心・安全のブランドイメージ</li> <li>広域合併による経営資源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若年層のJA離れ</li> <li>組合員の高齢化</li> <li>退職者増、新入職員減</li> <li>合併による支店統廃合</li> <li>部門間の連携不足</li> <li>専門人材の不足</li> </ul>
外部環境	機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>農協改革 (自己改革)</li> <li>食の安全安心の高まり</li> <li>スマート農業導入による効率化</li> <li>情報化社会</li> <li>環境意識の高まり</li> <li>健康志向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>農業人口の減少</li> <li>少子高齢化</li> <li>競合他社激化</li> <li>都市部への人口流出</li> <li>資材価格の高騰</li> <li>他金融機関との競争激化</li> </ul>

(6) クロス分析

【ビジョン】	機会 (O)	脅威 (T)
<p><b>若年層、次世代層との関係構築を強化する</b></p> <p>こどもを中心とし、子育て世代が共有できる新しいコミュニティ拠点をめざす</p> <p>「魅力あるJAの実現」</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農協改革（自己改革）</li> <li>・食の安全安心の高まり</li> <li>・スマート農業導入による効率化</li> <li>・情報化社会</li> <li>・環境意識の高まり</li> <li>・健康志向</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業人口の減少</li> <li>・少子高齢化</li> <li>・競合他社激化</li> <li>・都市部への人口流出</li> <li>・資材価格の高騰</li> <li>・他金融機関との競争激化</li> </ul>
<p>強み (S)</p>	<p>(O×S) 積極的な攻撃</p>	<p>(T×S) 差別化戦略</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・総合事業</li> <li>・ネームバリュー</li> <li>・地域密着</li> <li>・協同組合の理念</li> <li>・組合員制度</li> <li>・JAグループ</li> <li>・広域合併による経営資源の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・J-GAPやF-GAP取得による安全安心な農産物の提供</li> <li>・インターネットやSNSを活用した安全安心の取り組みの発信</li> <li>・地産地消を中心とした食育活動</li> <li>・農産物の輸出</li> <li>・CS、ESの向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>子育て世代との関係強化</b></li> <li>・<b>こどもたちが気軽に利用できるスペースの提供</b></li> </ul>
<p>弱み (W)</p>	<p>(O×W) 段階的施策</p>	<p>(T×W) 防衛または撤退</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>若年層のJA離れ</b></li> <li>・<b>組合員の高齢化</b></li> <li>・<b>職員の減少</b></li> <li>・合併による支店統廃合</li> <li>・部門間の連携不足</li> <li>・専門人材の不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・共済商品等のネット販売</li> <li>・デジタル化による効率化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・介護・福祉事業の維持</li> <li>・派遣職員の雇用</li> <li>・部門間連携</li> </ul>

#### IV. 課題

##### (1) 分析結果

これまでの分析により、ビジョンを実践するにあたり、今後問題になってくるのは人口減少問題、若年層のJA離れ、組合員の高齢化や世代交代、そしてJA職員の減少や広域合併に伴うサービスの低下による組合員離れである。

私が一番懸念しているのが若年層のJA離れである。少子化がますます加速するなか、組合員や地域住民の為にJAはどのような対策を講じるかが急務となっている。

JAを取り巻く環境が厳しさを増す中、私たちは、常に時代の変化やニーズに柔軟に対応し、JAの強み「地域密着型」を活かし、他の企業との差別化を図り、若年層世代の囲い込みが重要である。

##### (2) 若年層のJAに対するイメージ調査

- ・ JAは農家の為の企業である
- ・ 農家でないとJAの取引ができない
- ・ 規模が大きすぎて詳しい事業内容が分からない
- ・ 高齢者向けの事業をしている
- ・ 自分には関係のない企業

上記の分析結果、若年層のイメージ調査から

#### **課題**

- 人口減少による市場の競争激化「顧客の囲い込み」
- 若年層との「絆」強化と新たなJAファンづくり
- JA事業のアピール（アピール不足）

JAが存続していくためには、新規の顧客（特に若年層）、またリピーター（継続取引）の「囲い込み」が必要であり、いかに顧客との関係性を構築させ続けられるかが「経営の安定性」を保つために重要な事である。

## V. 解決方法（具体的戦略）

### (1) 「たむらコミュニティガーデン」オープンの提案

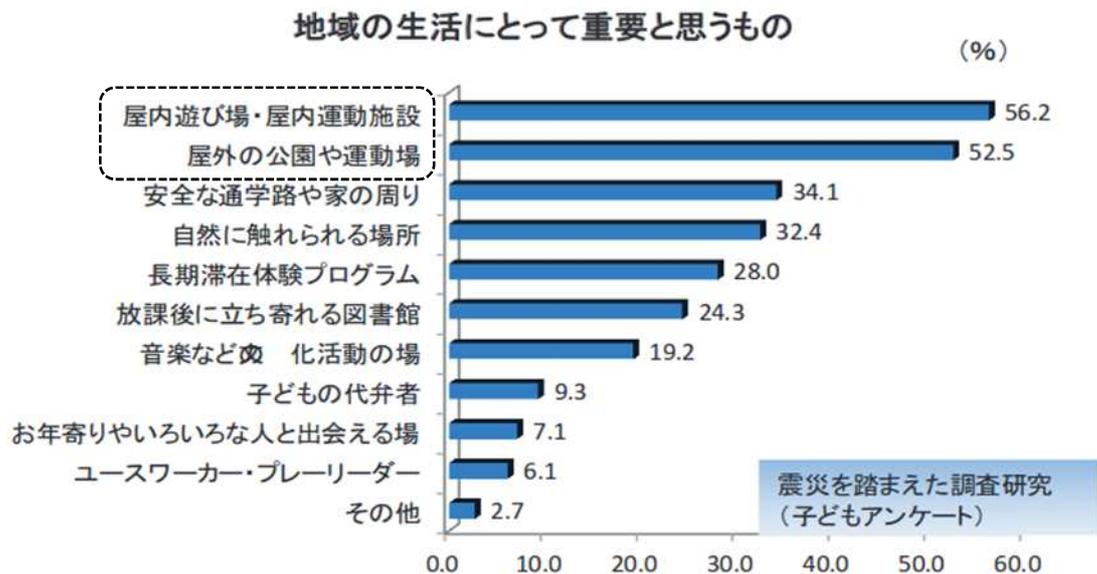
J A事業のアピール 組合員や地域住民との関係を強化する為に  
「人が集まる場」仕掛けづくりの構築  
ふあせるたむらに交流スペースを設置する

- 次世代・次々世代を中心とした接点拡充とJ Aファンづくり
- 地域活性化に向けた展開
- 子育て世代が共有できる場所の提供

### (2) 取組み内容

- 【屋内・屋外にキッズスペースの設置】
- 【学生が放課後に集える（学習）スペースの設置】（平日）
- 【信用共済事業の相談ができるスペースの設置】（土日祝限定）

【図表 4】 子育て世代対象アンケート



(参照：福島県HP こどもの子育てに関する実態調査)

図表 4 のデータから、子育て世代は屋内・屋外施設についてとても関心が高いことが分かる。天候や季節に関係なく安心して利用できる面では、屋内施設は特に大きなメリットがあると考えられる。

### 【キッズスペースの設置】

- ・屋内・屋外ともに遊具等を設置し楽しく遊べる場を設置する。こどもが互いに触れ合い、遊びを通して得られるコミュニケーション能力、創造力など人間形成において基盤となるものを育成できる。
- ・子育て世代が集まり交流できる場所を設置する。子育て世代間の人の結びつきが出来ることにより、さらに新たな人を呼びこむ作用が強まりより多くの利用者が増加すると考える。

### 【学生が放課後に集える（学習）スペースの設置】

- ・学生たちが集まり交流できる場を設置する。学生たちの中で話題の場となり J A の認知度向上が期待できる。
- ・学生たちにとって J A がより身近な存在になる。 『いつもの場所= J A』

### 【信用共済事業の相談ができるスペースの設置】（土日祝限定）

- ・ J A 未取引者の若年層、また平日は仕事で J A に来店できない方等への相談窓口を設ける。
- ・普段会うことが難しい若年層に対して、 P R できる絶好のチャンスであり、営業推進力の強化と顧客の囲い込みを図る。

### ○「顔の見える関係づくり」が重要



将来を担うこども達が小さな頃から J A の事業を利用することにより「 J A のイメージ」が定着し、世代が変わっても永続的に J A を継続して利用して頂くことが、より一層「 J A ブランド」の価値が高まっていくのではないかと。そして、将来的に「 J A に就職したい」「地元の為に貢献したい」と思ってもらえるようになれば、 J A はより強固な組織を安定して築いていけるのではないかと。思う。

## VI. 実現にむけたスケジュール

- ① プロジェクトチームを立ち上げ事業計画書と収支計画書を作成し組合長に答申
- ② 企画会議と経営会議に提案する
- ③ 理事会と総代会に附議する
- ④ 建設委員会にて協議
- ⑤ 交流スペースの設置

短期間による実現は難しく、中長期的に慎重な協議が必要である。

## VII. 実現に向けた費用

- ・既存の店舗に交流スペースを設置することから改築費用がかかる  
分析（人口動態・競合他社の市場調査・立地動向）将来予測（採算制）による慎重な協議が必要である。

## VIII. 期待される効果

- ・「顔の見える関係づくり」により、組合員・地域住民との「絆」強化
- ・地域活性化
- ・子育て世代のJAの事業利用の増加
- ・JA経営基盤の強化
- ・若年層のJAのイメージ向上
- ・将来の職員（仲間）確保

## IX. 終わりに

これまで私は、受身的に業務をこなし、疑問に感じてもし方がない事であると流してきた。また、これまで数々の仲間がJAを退職していく中、ただ見過ごしていた自分自身に不甲斐なさを感じていた。

このままでは、JAはどんどん弱体化してしまうのではと危機感を強め、この提案をするに至った。10年後のJAが安定した経営基盤を保つためにも、今こそ若年層、地域住民との関係を強化し、JAとしての存在意義をしっかりとアピールする事が重要ではないか。

また、今回の提案にあたり1番私が期待していることは10年後、15年後の職員（仲間）確保である。こどもたちがJAを好きになって、JAで働きたいと思ってもらえる、そんな組織を目指したい。

この研修で培ったこと、さらに私の想いを次の世代の職員に伝え、イノベーションのある職場に変えて行けるように、日々邁進して行きたい。

参考文献

- ・次世代リーダー研修資料
- ・次世代リーダー育成会研修会 修了レポート集

出所データ

- ・J A福島さくら ホームページ
- ・J A福島さくら 第10回通常総代会 資料
- ・福島県 ホームページ
- ・厚生労働省 ホームページ