

令和5年度 ミライ共創プロジェクト 2班

ミライ共創協同組合

～ミライは僕らの手の中～

セレサ川崎 弓削田 勝
福岡市 堀 正司
東京あおば 茂木 泰裕

プロジェクトテーマ

協同組合の新しい価値を創造する

新しい価値 =

地域に共感される価値 (サービス・モノ・組織・活動)

➡ 地域の課題 (願い・困りごと) を解決する事業

事業化にあたって

フィールドワークから、その糸口を探す

キックオフ	令和5年 7月	JCA小林部長
セッション①	8月	徳島県上勝町
②	10月	大分県別府市
③	11月	東京都町田市
④	令和6年 2月	兵庫県三木市

事業化キーワード

キックオフ: JCA 小林部長

2 地域づくりの歴史



そもそも”地域づくり“ってなに？

★ 関係性マーケティング



自分の言葉で、夢と願いを語ろう！

- コロナウイルス感染症の拡大で、人と人との関係が少し遠くなりました。
- しかし、コロナウイルス感染症の拡大は、人と人とのつながりの大切さを思いだすきっかけになりました。
- 人と人とのつながりをより豊かにすることで、地域元気になる力が生まれます。そして、ともに学ぶことで夢や願いが叶いやすくなります。
- 地域の仲間を広げて、自分の夢や願いを叶えることに挑戦してみよう。

★ 新しいコミュニティ、 時代に合った事業を

事業化キーワード

セッション①: 徳島県 葉っぱビジネス

★ 人が主役の舞台づくり



★ ICTによる
情報と仕組みづくり

事業化キーワード

セッション②: 大分県 牛温恵

★ 実体験と斬新な発想、
行動力



REMOTE 株式会社 リモート

★ ドコモの差別化 “アグリガール”
「農業ICTコンテンツ」

事業化キーワード

セッション③: 東京都 ネコサポステーション

★ グループの経営資源を
活用してお手伝いする



コミュニティ拠点づくり



事業化キーワード

セッション④：兵庫県 コープこうべ



DXによる

協同組合の

新たなつながりかた



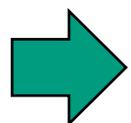
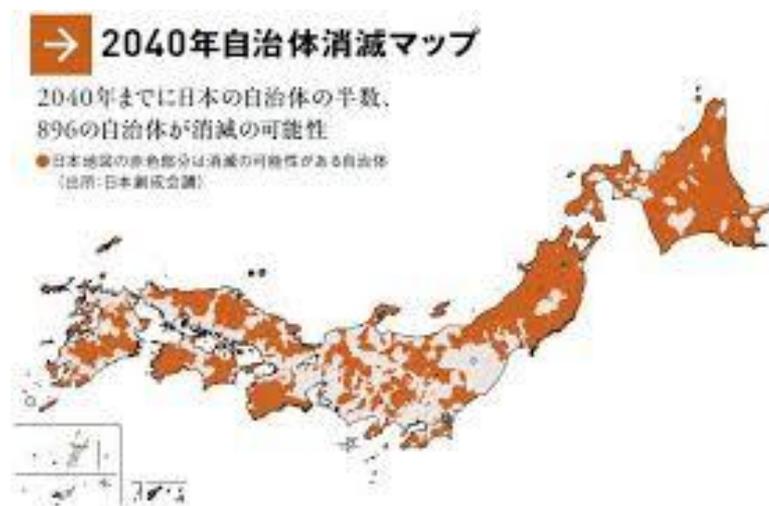
地域の課題(願い・困りごと)

改めて、
今、地域が直面している
課題(願い・困りごと)は何か？

地域の課題(願い・困りごと)

消滅可能性都市

地域の過疎化、都市部への集中

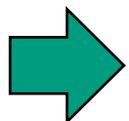
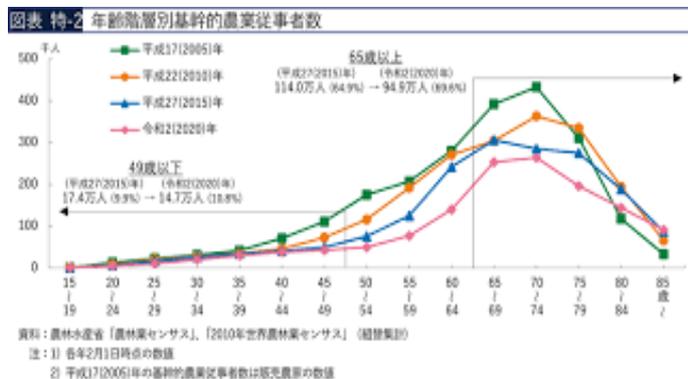


地域社会は存続の危機に瀕している

地域の課題(願い・困りごと)

農業の危機

農業人口の減少、高齢化・担い手不足、耕作放棄地の増加



農業は存続の危機に瀕している

これまでのまとめ

フィールドワーク等を通して学んだこと
事業化キーワード



地域の課題
(願い・困りごと)



JAだからこそできること

これまでのまとめ

“JA間協働”

「JA」というブランド
があってこそできること

これまでのような「JA単独」ではなく、
「JAグループ」として広い視野に立って
取り組むべき地域の課題に挑戦すること

課題解決への新しいアプローチ

JAグループとして新しい解決アプローチ



JA間協働を実現するための
新しい協同組合

“ミライ共創協同組合”

による新しい事業

課題解決への新しいアプローチ

名付けて

S A G S
サステナブル アグリカルチャー ゴールズ

JA間協働で

日本全国の地域活性化に取り組みます

課題解決への新しいアプローチ

“ミライ共創協同組合”による新しい事業

S A G S

サステナブル アグリカルチャー ゴールズ

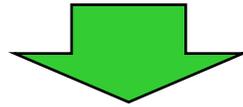
ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

農業を辞めたい高齢の農家

かつ、ネットまで辿りつけない農家



掘り起こせていないニーズがあるのでは？
JAならではの掘り起こせていけるニーズが
あるのでは？

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

SUSTAINABLE AGRICULTURE GOALS

1 農業の“弟子”
を見つけよう



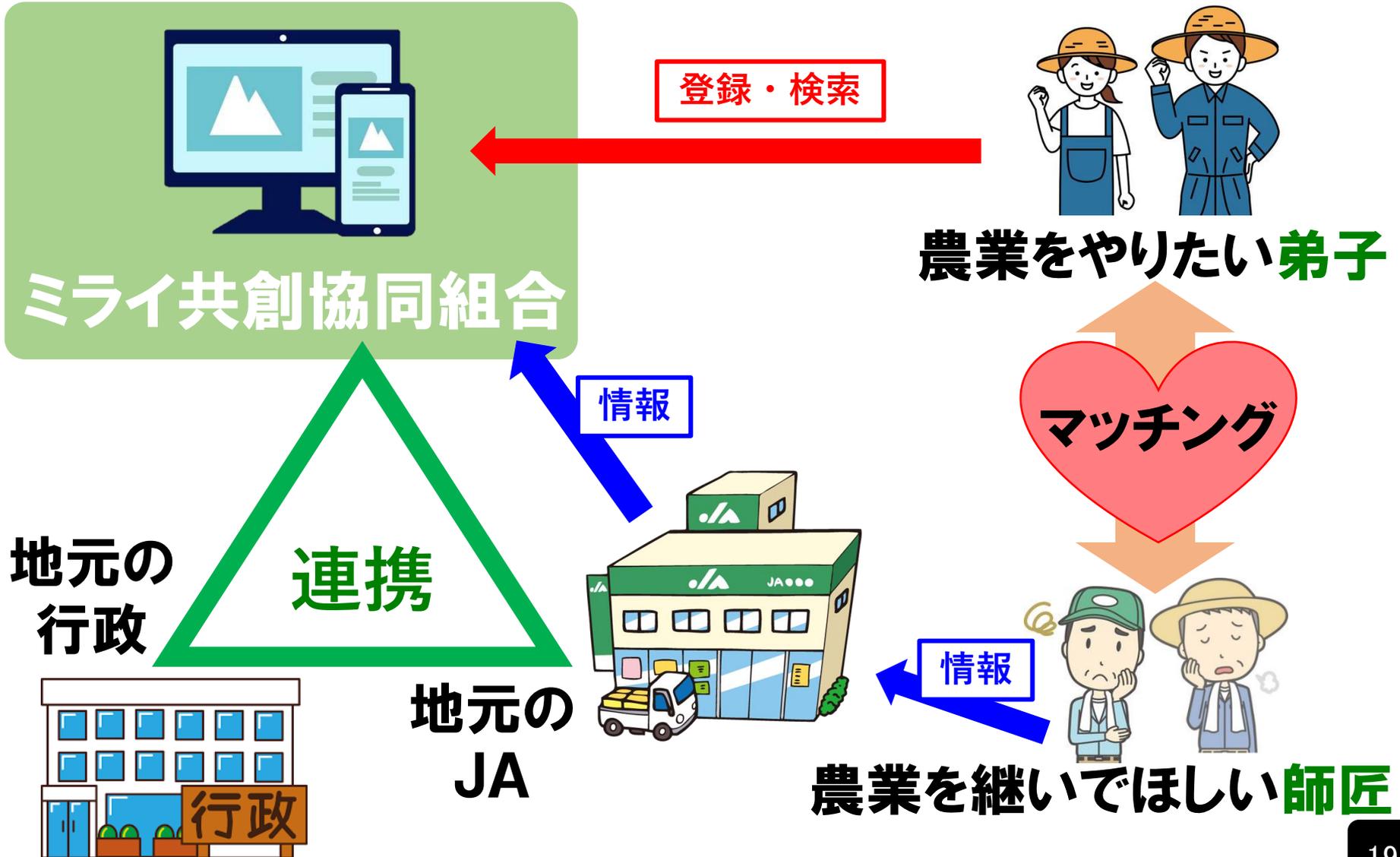
ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

農業 師匠 × 弟子 マッチングサイト



農家の情報がかなり充実しているマッチングサイト
JAとの連携により全国のきめ細やかな情報を吸い上げることができる

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう



ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

サイトに掲載される情報



農家・家族情報 営農規模

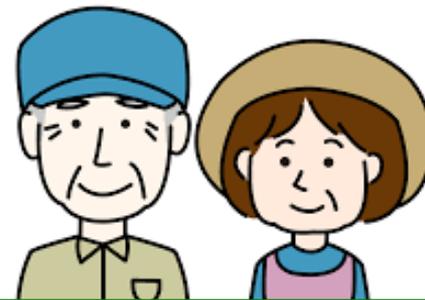
生産作物 待遇（給与等）

住居 近隣の店舗等住環境情報

農家からのメッセージ

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

「師匠」になるメリット



- ① 農協に相談すればOK = 安心
- ② 耕作放棄を防げる
- ③ 重労働(農作業)からの解放(指導する側へ)
- ④ 若者とのふれあい
- ⑤ 地域の活性化に寄与

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

「弟子」になるメリット

⇒ 就農のハードルが低くなる



- ① 農業技術を教えてもらえる
- ② 農業機械を利用できる (初期投資がない)
- ③ 住居も含めて探せる
- ④ 販路がすでにある (JAや直売所)
- ⑤ 地域になじみやすい

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

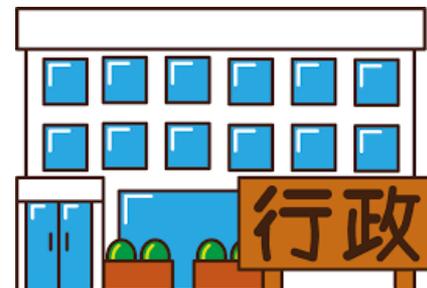
JAのメリット



- ① 農家数を維持できる
- ② 出荷品目・量を維持できる
- ③ 地域・組織の活性化
- ④ 次世代後継者対策
- ⑤ 耕作放棄地対策

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

行政のメリット



- ① 人口の流入
- ② 地域の活性化
- ③ 空き家対策
- ④ 耕作放棄地対策

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

収益構造 計算前提

年間50件のマッチングを指標とする

・50JAでマッチング成功と計算

1件マッチングの成功報酬を90万円とする

・師匠・JA・行政からそれぞれ30万円とする

年間収入 50件 × 90万円 = 4,500万円

ビジネスモデル① 農業の“弟子”を見つけよう

収益構造



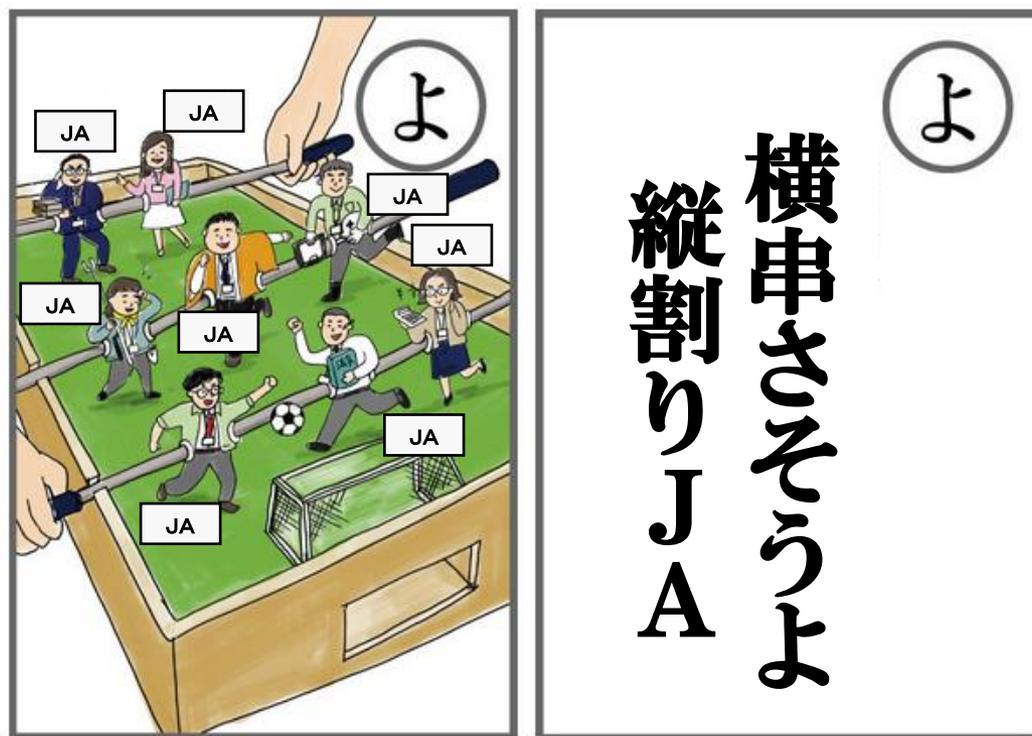
支出		収入	
人件費	3,500万円	成功報酬	4,500万円
保守料	240万円	広告料	360万円
家賃他	500万円		
営業活動費	500万円		
利益	120万円		
合計	4,860万円	合計	4,860万円

ビジネスモデルキャンバス

パートナー	主要活動	価値 (商品・サービス)	顧客との関係	顧客
JA 地方自治体 農業大学校	JAとの 信頼関係構築 JAへの営業	後継者の マッチング	次世代層の 拡大	JA 農業を 辞めたい人
	主要資源	農業後継者の 獲得	チャンネル (販促・経路)	新規就農 したい人
	JAからの情報		オンライン プラット フォーム	
コスト構造		収益の流れ		
アプリ開発費用・維持費用 調査費用		新規就農したい人から登録料 ・月額利用料 JAと農業辞めたい人から成功報酬		

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

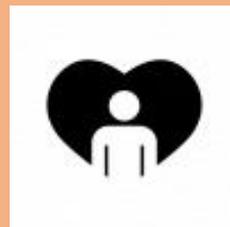
JAごとにバラバラに婚活事業を
実施している現状がある



ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

SUSTAINABLE AGRICULTURE GOALS

2 JA“グループ”
で婚活しよう



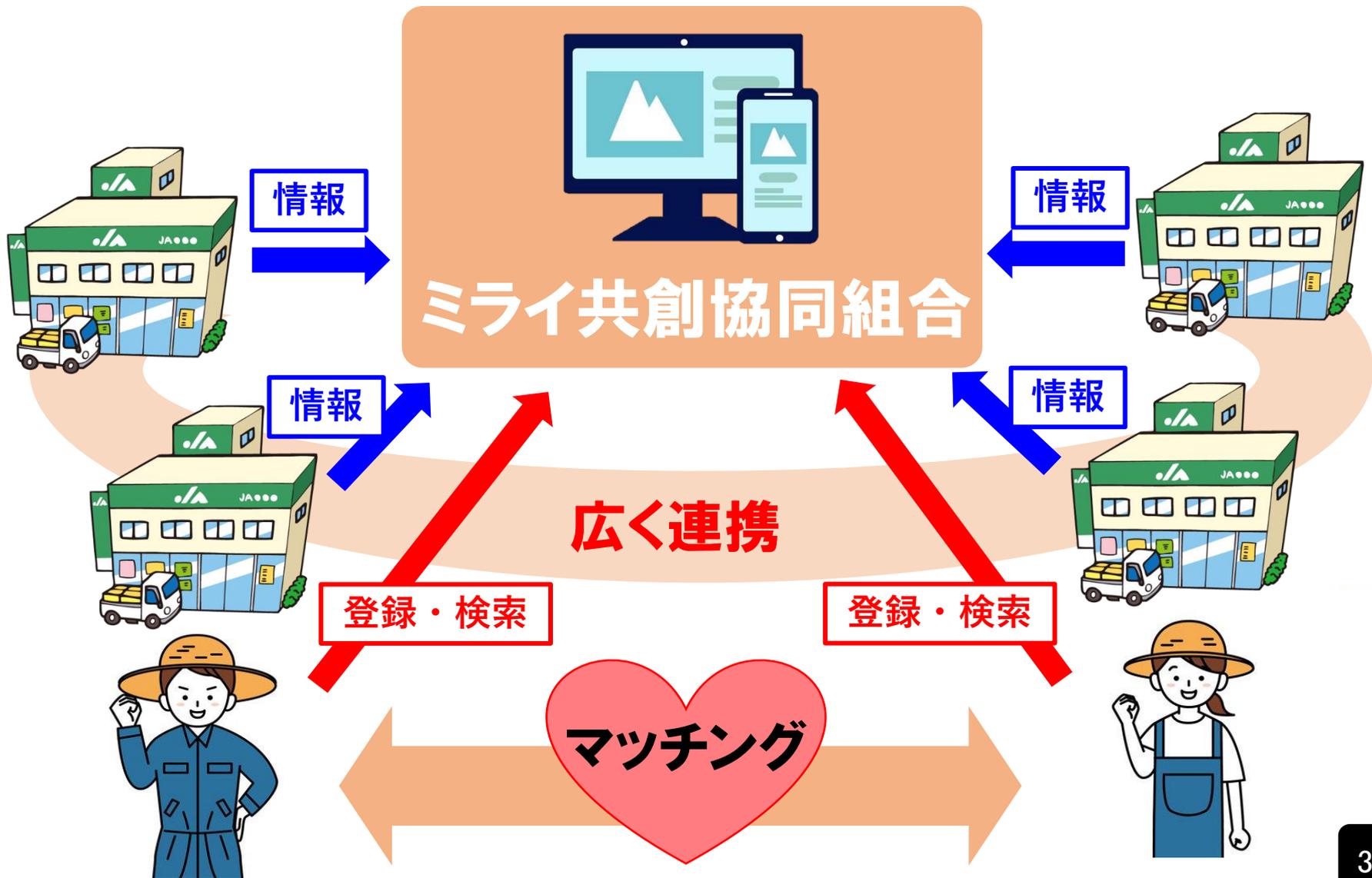
ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

安心のJAブランド 婚活 マッチングサイト



各JAの婚活事業を集約したマッチングサイト
各JAとの連携により大規模にマッチングを行うことができる

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう



ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう



全国のJA婚活イベント情報を網羅



農家との個人的マッチングも可能

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

全国JAより掲載料徴収
登録者より利用料徴収



ビジネスモデル①の活動のなかで
同時に情報収集・営業活動



ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

婚活希望者のメリット

⇒ JAという安心感がある



- ① JAグループで探すことができる
- ② より広く相手を探すことができる
- ③ 親・祖父母も安心である

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

JAのメリット



- ① 人口の増加が期待できる
- ② 地域・組織の活性化
- ③ 次世代後継者対策

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

収益構造 計算前提

年間平均1,500名の利用を指標とする

・約500JAで1JAあたり3名の利用と計算

男性1名の利用料を月額3千円とする

・女性は無料とする

年間収入 1,500名 × 3.6万円 = 5,400万円

ビジネスモデル② JA“グループ”で婚活しよう

収益構造



支出		収入	
人件費	3,500万円	利用料	5,400万円
保守料	240万円	広告料	600万円
家賃他	500万円		
営業活動費	500万円		
利益	1,260万円		
合計	6,000万円	合計	6,000万円

ビジネスモデルキャンバス

パートナー JA	主要活動 JAとの 信頼関係構築 農家への 情報収集	価値 (商品・サービス) JAならではの 婚活事業 グループでの 横展開	顧客との関係 次世代層の 拡大	顧客 JA 結婚したい人
	主要資源 JAからの情報 農家の情報		チャンネル (販促・経路) オンライン プラット フォーム	
コスト構造 アプリ開発費用・維持費用 調査費用		収益の流れ 結婚したい人から登録料 ・月額利用料(農家のみ)		

まとめ

(プロジェクトの活動を通じて)



まとめ(プロジェクトの活動を通じて)

今回のプロジェクトの活動を通じて
あらためてJAの強みは「**地域とのつながり**」であり、
「**組合員との信頼関係**」であることを再認識しました。

しかしながら、
**地域に関する膨大な情報も、単協単位で物事を進める
ことが多いため有効に活用できていない**現状にあります。

そこで我々、ミライ共創協同組合が横串をさして
事業を大きく展開していきます。
JAへの横串は、JAグループにしかできません。

まとめ(プロジェクトの活動を通じて)

日本のカロリーベースの食料自給率は38%であり、過去最低の水準が続いています。
今後の気候変動や世界的情勢を見ても食料不足の危機が起こりうる可能性があります。

今こそJAグループ全体が、全国規模で手を取り合い、協同の力を発揮すべきです。

今回参加した仲間と共に
「ミライある日本農業」に向けて、
今後も協同組合人として邁進していきます。

ご清聴ありがとうございました

令和6年4月19日(金)

令和6年度JA都道府県中央会教育・人事労務担当部課長全国会議にて

令和5年度 ミライ共創プロジェクト 2班



セレサ川崎
福岡市
東京あおば

弓削田 勝
堀 正司
茂木 泰裕

