



ミライ共創プロジェクト

私たちは地域の未来のために、どのような価値を提供できるか
～協同組合の新たな価値の創造～

提案事業

消費者と生産者をつなぐ「つながるBOX」

1. 現状の課題
2. 実現したい姿
3. つながるBOXとは・・・
4. 事業収益性
5. 提供価値 ～ラストワンマイル～



ミライ
ボックス



J A やまがた



鈴木 聡

J A ぎふ

春日井 真司

J A 香川県

美濃 宏之

1. 現状の課題

農家の高齢化・担い手の減少・耕作放棄地の増加・・・

👉 **食料の安全保障・安定供給の危機**

農業経営の課題

- ✓ 経営継続・成長産業となるためには、**農産物の適正価格形成**が必要
- 👉 農産物は生活必需品という性質から、単純にコストを販売価格に転嫁すると、需要と供給のバランスが崩れ、家族経営を中心とした国内農業者の衰退に繋がる

消費者が取り組むこと

- ✓ 消費者と生産者が協力し、生産から消費までにかかる全体理解・消費者教育が必要
- 👉 食卓の先にある農業生産を感じられることで「食」や「農」に思いを馳せるきっかけとなり、地域農業の応援に繋がる

生産者が取り組むこと

- ✓ 地域・環境との調和を基本に環境負荷に配慮した農業推進
- 👉 県土や環境保全など多面的な機能を将来にわたって発揮

👉 **中長期的な視点で消費者の「食」と「農」への興味・関心を高める
環境配慮した地域農業を消費者と生産者が支えるための基盤整備**

1. 現状の課題 参考事例「CSA（地域支援型農業）」

概要

- ✓ 生産者と消費者が農産物の代金前払い契約により相互に支え合う仕組み
- ✓ 消費者が生産資材コスト等を前払いして、生産者が農産物を生産して還元する
- ✓ 欧州を中心に有機農業運動として広まっている産消提携と近いコンセプトを持つ

特長

- ✓ 代金前払い契約により、天候不順による不作のリスクを消費者と生産者の双方が享受

生産者メリット

- ✓ 収量や販売価格の変動によるリスクの軽減（収入の安定化）

消費者メリット

- ✓ 顔が見える関係の生産者から新鮮で安心できる食材が手に入る

現状・課題

- ✓ 前払い契約（生産者と消費者の直接契約）による心理的負担や、顧客管理にかかる生産者の事務負担
- ✓ 集客数や宣伝広告など生産者の運営負担（自己責任）
- ✓ 欧米では有機農産物市場の拡大を背景にCSAが増加しているが、日本は有機農業が停滞しておりCSA成立余地が少ない

事業スキーム



※国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構 農村工学研究所
「CSA（地域支援型農業）導入の手引き」（平成28年3月）から転載

2. 実現したい姿

実現したい姿

- ✓ 消費者と生産者がJAを核にして繋がる
- ✓ 環境に配慮した持続可能な地域・農業の発展に寄与
- ☞ 消費者と地域農業を結びつけ、「食」と「農」への取組みに広がりをもたせる

「売り手よし 買い手よし 世間よし 環境よし」
どこ見ても良しの実現！

テーマ

消費者と生産者がお互いに理解・協力し、持続可能な地域・農業を創る
～JAがつなぐCSA（地域支援型農業）の実現～

事業名

消費者と生産者をつなぐ「つながるBOX」

事業概要

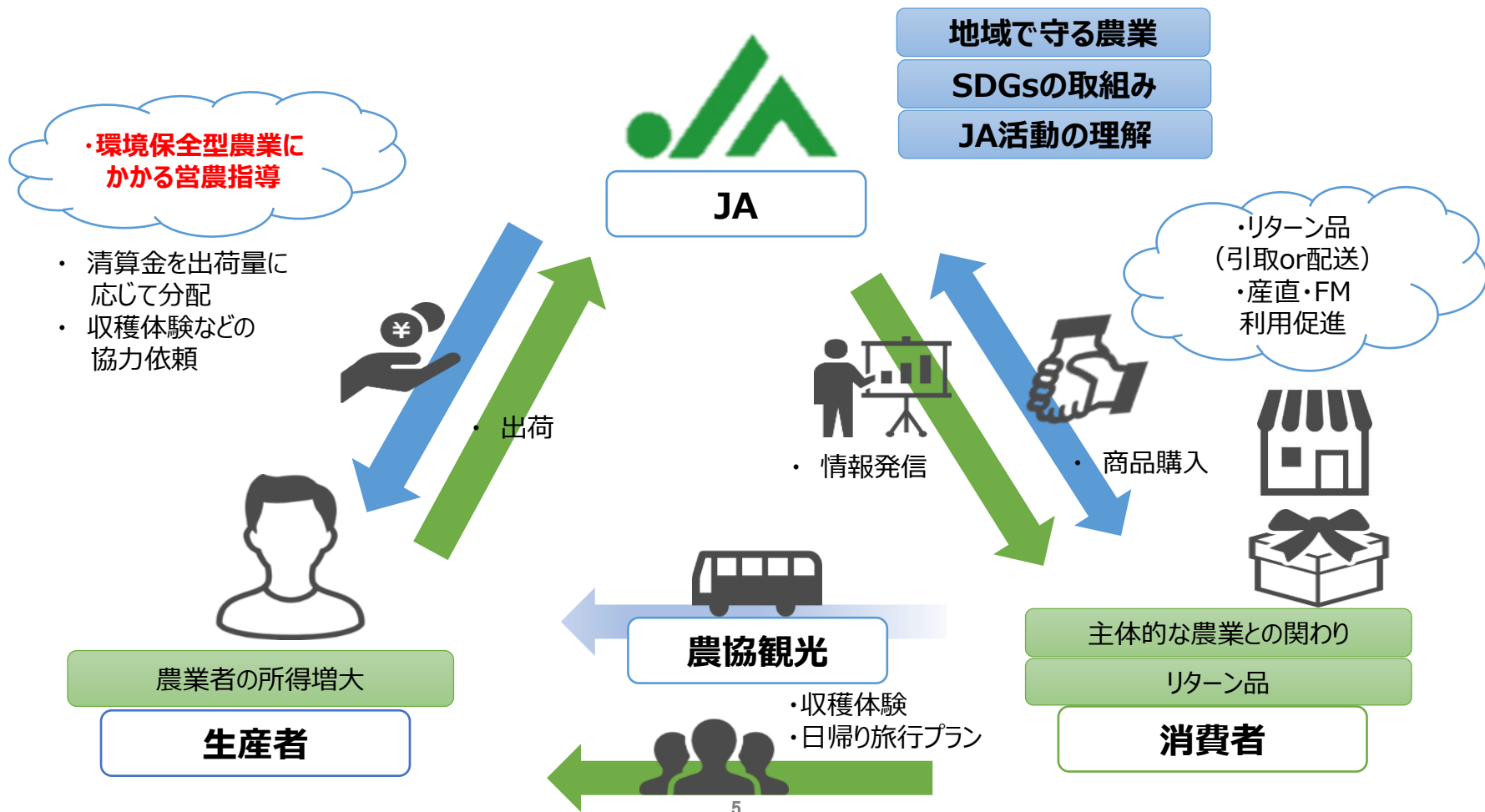
- ・JAが環境保全型農業で生産した農産物や農業体験（つながるBOX）を消費者に販売
- ・地域・農業への想いを社会に呼びかけ、JA利用者や消費者から購入者を集める仕組み

消費者は、つながるBOXを購入→JAは消費者に農産物や農業体験などを提供
生産者は、JAから農産物の販売精算金の受け取り

3. つながるBOXとは・・・

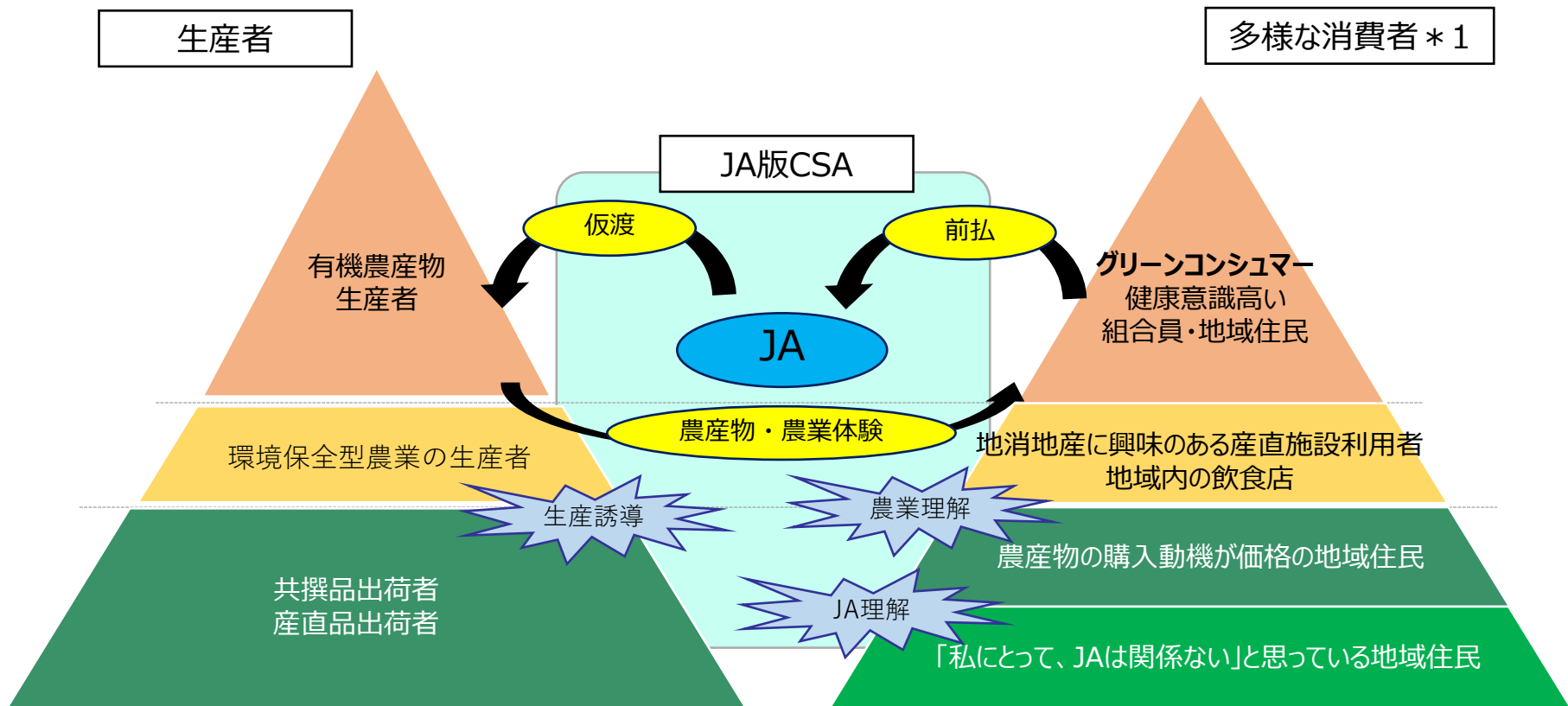
ポイント

- ✓JAが消費者（准組合員や利用者）と生産者をつなぐ
- ✓環境保全型農業、クリーンな栽培体系への転換をすすめる
- ✓JA施設（産直・FM）をhubに環境負荷に配慮した地域支援型農業を推進
(リターン品引き取り特典：産直クーポンなど)



3. つながるBOXとは・・・

関係者相関図



生産者に対する取り組み

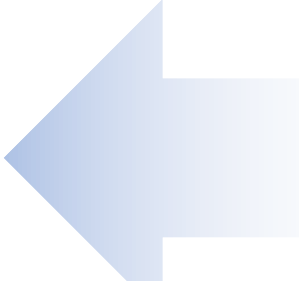
生産者は、家族農業者をイメージ
 JA版CSAの実践により、農産物の適正価格形成により安定した農業所得の確保と、農業者の地域の食を支えるという誇り意識の醸成による魅力ある農業の実現していきます。

消費者に対する取り組み

多様な消費者
 世界が脱炭素社会へと向かうなか、農業界においても農業生産、農産物の輸送時におけるCO2の排出削減を抑制するとともに、地消地産を推進していく必要があり、この実現のためには、農業に対する消費者理解に努めます。

3. つながるBOXとは・・・

セグメント別“つながるBOX”の中身

	グリーンコンシューマー ・子どもを持つ女性 ・健康志向の消費者 ・価値観の多様性による選択する者	「食」への意識が高い層 ・地消地産に興味のある産直の利用者 ・地域内の飲食業者	成長ポテンシャル ・「私にとって、JAは関係ない」と思っている地域住民 ・農産物の購入動機が価格の安さの地域住民
	つながるBOX (リターン品) ・有機農産物	・有機農産物 ・産直品 ・農業体験	・産直品 ・慣行農産物 (共撰品) ・農業体験 ・訳アリ野菜の安価での提供
	農業に対する意識醸成方法 消費者コミュニティ 例：農産物・食育への情報発信・交換	生産者との交流 例：収穫体験等	JAや農業を知ってもらう 例：産直施設利用 収穫体験 子ども食堂への農産物提供
	主な宣伝・広告媒体 産直・FM店頭 インスタ・SNS 日頃の職員の渉外活動	産直・FM店頭 インスタ・SNS	JA・地域広報誌 新聞折込

JAの取り組み方針

複雑なグリーンコンシューマーを増やす取り組み ← 「食」への意識が高い層を増やす取り組み → JAや地消地産を知ってもらう取り組み

消費者セグメントに応じたアプローチや取り組み

👉 消費者の大多数を占める「成長ポテンシャル層」に、JAや農業との接点創出が課題 (施策例) リターン品の産直店やJA支店への引き取り特典：産直クーポンなど

4. 事業収益性

“つながるBOX”の中身（商品例）

プランイメージ（◎：商品発送、☆：収穫等農業体験）

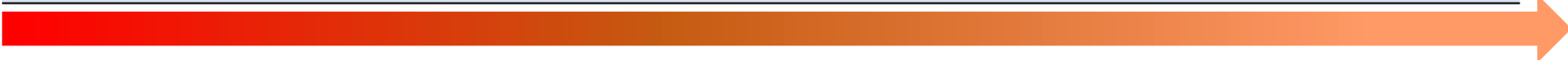
	販売価格	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
水稲	20,000円		◎	☆				◎☆			◎		
もも	5,000円				◎☆								
なし	5,000円						◎☆						
ぶどう	4,000円							◎☆					
みかん	3,000円								☆	◎	☆		
アスパラガス	3,000円	◎☆		◎☆								☆	
旬の詰め合わせ (産直品)	3,000円	◎	◎	◎☆	◎	◎	◎	◎☆	◎	◎	◎	◎	◎

水稲プラン

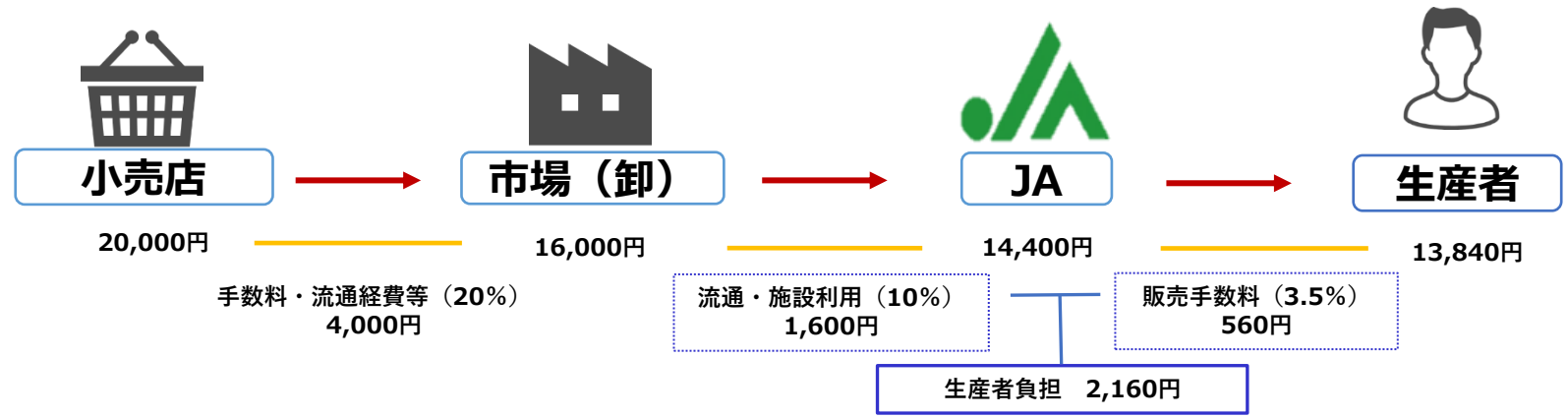
プラン	内容	販売価格
①水稲（米） ※体験つき	<ul style="list-style-type: none"> ➤40kg（精米10kg×4袋）＊引き取り特典あり ➤農業体験（大人1名につき、小学生以下の子ども1人同伴可能） ➤農業体験は（田植えと収穫）、圃場で手植えおよび手刈りを体験。 	20,000円
②水稲（米） ※体験なし	➤50kg（精米10kg×5袋）	20,000円

4. 事業収益性

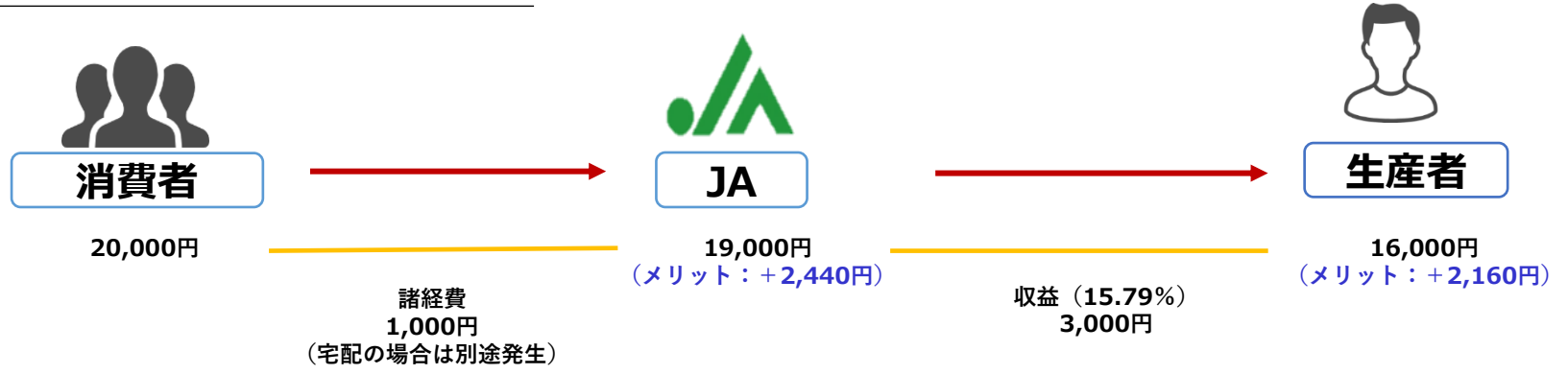
収益構造（概算例） 現在の価格形成プロセス ※川下（小売店）から川上（生産者等）



市場流通出荷（小売店価格：20,000円の場合）



つながるBOX（リターン品：お米 20,000円の場合）



4. 事業収益性

事業計画（概算例）

収支均衡モデル（案）

成長ポテンシャル▶1,170口数 募集

売上 23,400,000円
* つながるBOX @20,000

仕入 18,720,000円

4,680,000円

費用

人件費 2,500,000円

農業体験 300,000円

諸経費 1,872,000円（3割が宅配利用と仮定）

8000円



当初1年目は、350口数を予定し、5年を目途に1,170口数を達成。
その5年間に有機農産物を生産する農家育成、意識高い系の“つながるBOX”
の中身を決めていく

5. 提供価値

それぞれの提供価値

消費者

- ✓ リターン品（農産物/農業体験）を購入
- ✓ JAから農産物の生産・工程にかかる情報発信



提供価値・効果

- ✓ SDGs や環境保全などの理解・関心が深まるエシカル消費の推進
- ✓ 食卓の先（農業生産）への興味（生産現場を可視化）

生産者

- ✓ 県や関係部局と連携した営農・技術指導に加えて、販売プラットフォームの提供
- ✓ 有機農産物生産にかかる収益の安定・向上



提供価値・効果

- ✓ 販売価格の安定
- ✓ 仮渡金による経営の安定
- ✓ 農業への理解醸成（適正価格実現への機運上昇）

JA

- ✓ （消費者）
リターン品提供、生産情報発信
- ✓ （生産者）
営農指導、販売精算、農業体験支援



提供価値・効果

- ✓ 有機性資源を有効活用した持続可能な農業
- ✓ 農業にかかる消費者理解（コミュニティ）の醸成
- ✓ 仮渡金の交付による農家の生産誘導

ラストワンマイル

