

JA実践事例紹介

農産物直売所を拠点とした JAファンづくり (前編)

静岡県JAとぴあ浜松 JA女性部と
コラボして取り組む
「お買い物体験 はじめてのおつかい」

小川理恵

一般社団法人日本協同組合連携機構 基礎研究部長・主席研究員

JAファーマーズ・マーケットには、「地域の食料システムの最前線」、そして「地域と農業・JAとをつなぐ場」としての両面の役割がある。JAファンづくりへと結びつく接点強化の施策について、2JAの実践から探った。

前編では、JAとぴあ浜松ファーマーズマーケットを舞台とした、子育て世代に寄り添った、JA女性部との共同によるイベント「お買い物体験 はじめてのおつかい」をはじめとした多様な取り組みを紹介する。



子どもたちの「はじめてのおつかい」を女性部員が見守る

■ 1. はじめに

日本全国には、大小含め2万2,000店舗を超える農産物直売所があるといわれている。農林水産省が令和6年3月に発表した「令和4年度6次産業化総合調査結果」によると、農業生産関連事業（農産加工、農産物直売所、観光農園、農家民宿及び農家レストラン）における、同年の年間総販売（売上）金額は、2兆1,765億円に上り、そのうち半分にあたる1兆879億円を農産物直売所が占めている。前年度と比べても、農産物直売所の販売金額は4.0%の増加となっている。

J Aグループに目を転じると、J AもしくはJ Aの子会社が関与している農産物直売所、いわゆるJ Aファーマーズ・マーケット（以降、F M）は1,700店舗以上を数える。J A全中では、3年ごとにF M実態調査を実施しているが、最新の調査（令和5年度）によると、F M1店舗あたりの平均販売高は3億1,700万円となり、前回調査（令和2年度）に比べ16%増加するとともに、初めて3億円を超えた。店舗の大規模化とコロナ禍が明けたことによる客足の回復が背景にあるが、F Mが各地域において存在感を高めつつあることは間違いない。

一方、（一財）都市農山漁村交流活性化機構が、全国の常設・通年営業を行う農林水産物直売所4,250店を対象に、2017年に実施した「全国農林水産物直売所・実態調査」結果では、直売所開設の目的として、「生産者の所得向上」「地域農業の振興」に加え、「地域活性化の拠点づくり」が挙げられていることに注目したい。これをF Mに当てはめて考えれば、F Mは、「地域の食料システムの最前線」としての役割と「地域と農業・J Aとをつなぐ場」としての役割を併せ持っていると言い換えることができる。

第30回J A全国大会決議では、「組合員・地域とともに食と農を支える協同の力」が示された。これは「食と農を基軸として地域に根ざした協同組合」の姿を表すものである。そして副題として掲げられている「協同活動と総合事業の好循環」は今大会のキーワードであり、その実践の場の1つとして役割発揮が求められるのがF Mである。

そこで本稿では、2つの実践事例を紹介しながら、F Mが果たす「地域と農業・J Aとをつなぐ場」としての役割とその効果について考えることとしたい。

■ 2. 静岡県J Aとぴあ浜松～F MとJ A女性部が

コラボして取り組む「お買い物体験 はじめてのおつかい」～

(1) J Aとぴあ浜松の概要

静岡県の最西部に位置するJ Aとぴあ浜松は、平成17年7月1日に合併して誕生した浜松市の一部（旧浜松市、旧浜北市、旧浜名郡雄踏町・舞阪町、旧引佐郡引佐町・細江町）と湖西市の2市を事業管内としている。年平均気温は15.7度

で年較差があまり大きくない温暖な気候と、年間2,132時間という日照量を活かし、ねぎ・たまねぎなどの野菜、温州みかんなどの果樹、菊などの花卉を中心に、全国的にもトップクラスの農業生産量を誇っている。

管内には4店舗のF Mがあり、それぞれの店舗が工夫をこらしながら、地元産の採れたて農産物や加工品などを販売しており、年間の販売高は、4店舗合計で26億円(令和5年度実績)に上る。前出のJ A全中調査によると、全国のF Mにおける地場産比率は、72.6%であるが、同J AのF Mの地場産比率は90%を超えており、地域に根ざしたF Mであることが分かる。

(2) 若い女性たちとの つながりづくりのために ～選んだ舞台はF M～

さて、J A女性部東南地区支部(以降、J A女性部)では、他の多くのJ A女性組織と同様、地域の若い女性とJ A女性部とのつながりの希薄さが課題となっていた。J A女性部には「ガーベラ」というフレミズ



ファーマーズマーケット白脇店

グループがあるが、活動に参加する女性は限られ、また、地域にはJ Aとかかわりを持たない若い母親も多くいることが分かっていた。そこで、まずは女性たちのニーズを知るために、J A女性部が、ガーベラのメンバーを中心に「子育て相談会」を実施し、フレミズ世代の悩みや活動への希望に耳を傾けた。そこで多く聞かれたのが「子どもが野菜を食べてくれない」「お手伝いをさせたいけれど、忙しいのでつい自分でやってしまう」といった、ママたちの生の声であった。子どもたちが野菜を身近に感じられて、お手伝いも実践できる場はないか……。そこで、J A女性部と事務局とが案を練り考え出したのが、F Mを舞台とした「はじめてのおつかい」の取り組みである。

J A女性部東南地区支部の事務局を務める、J Aとびあ浜松生活部生活指導課の鈴木郁江^{ふみえ}さんは、F Mを活動の場に選んだ理由を次のように話す。「普段からF MはJ A本体と近い存在です。J A女性部がF Mで活動すれば、F MとJ A女性部の両方を同時にアピールすることができます。そこですぐに提案書を作成し、東南地区のF M白脇店に相談しました」。

提案を受けたF M白脇店の原田竜司店長は、2つ返事で了解した。原田店長は、一般企業のスーパーマーケットの店長経験者で、スーパーとF Mの違いをよく理解している人物である。「F Mは、組合員や地域住民との距離が近い施設で

す。商品をできる限り安く販売することで収益を上げるスーパーと違い、地道な活動の積み重ねで、利用者が満足度を高め、口コミなどにより、1年1年収益を高めていくのがFMです。FMで実績を上げるには、出荷者との信頼関係を築くことはもちろん、地域住民とのつながりづくりが欠かせません。そのために、FMをJA女性部活動でどんどん利用してほしいし、協力は惜しみません」(原田店長)。こうして、JA女性部とFMのコラボによる「はじめてのおつかい」が令和元年にスタートした。

(3) 子どもたちが自分で商品を選ぶ体験～「はじめてのおつかい」～

「はじめてのおつかい」は、1店舗につき2日間ずつ、夏休み期間中に開催される。対象者は、4歳児から小学校2年生までの子どもとその保護者で、各日10組が定員である。応募は、FM店内にポスターを貼ってアピールするほか、管内の保育園や幼稚園、こども園に、事務局が片っ端から電話をかけ、応募チラシの配布を交渉している。また、ポスターや応募チラシに加え、口コミやリピーター、さらに前年参加者の弟妹が参加するケースも多くなっている。

参加費は1組600円で、JA女性部員募集のための企画であることから、そのうちの500円はJA女性部の会費となる。つまり「はじめてのおつかい」に参加する母親は、自動的にJA女性部の部員となる。なかには「JA女性部に入らないといけないの？」と質問してくる女性もいるが、JA女性部には気軽に参加できる活動が数多くあることを丹念に説明すると、安心して加入してくれるそうだ。

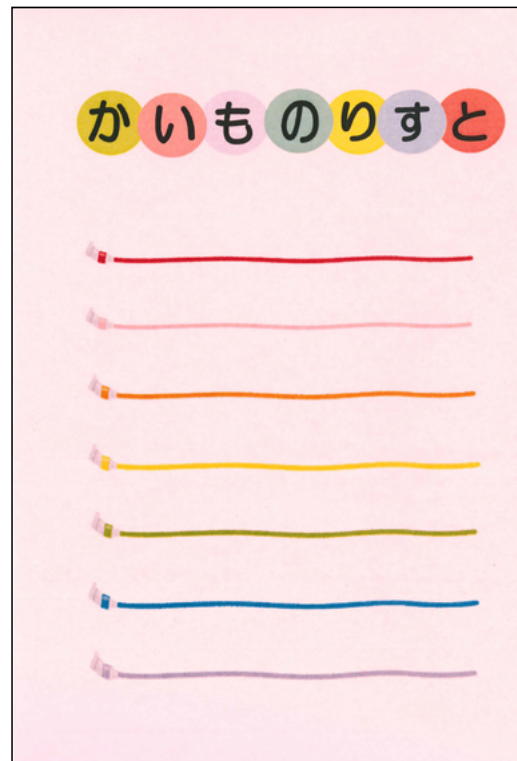


はじめてのおつかい

「はじめてのおつかい」は、一番混み合う開店直後の時間帯を避け、10時半ごろからのスタートとしている。FMは午後には客足が落ち着くため対応が容易に

はなるが、その分品薄となり、子どもたちが多くの商品のなかから、自分の判断で選択するという「おつかい」の醍醐味が薄れてしまう。そこでF M側からの嬉しい提案により、まだ忙しさが残る午前中の開催が実現している。

当日参加家族が持参するのは、1,000円を入れたお財布と、エコバッグの2つだけである。F Mに集合すると、まずは保護者に「かいものりすと」が手渡される。保護者は店内を見渡ししながら、合計が1,000円以内に収まるよう、商品名を記入する。その間子どもたちに、J A女性部員が、買い物の手順を分かりやすく説明する。保護者が「かいものりすと」を子どもに手渡し、「はじめてのおつかい」がスタートする。



手づくりの「かいものりすと」

店内には子どもたちを見守るため、J A女性部員2名が配置されている。J A女性部員であり、F Mの出荷者でもある磯部美智子さんは、昨年から「はじめてのおつかい」の活動に参加している。「子どもが困っていても、すぐに手を出さずに、あくまでもサポートすることを徹底しています。同じ商品でも、出荷者によって違う値段がつけられていることもF Mの特徴の1つです。例えば『かいものりすと』に『ミニトマト』とだけ書いてあり、どれにすればいいか迷っている子どもには『お母さんはどんなトマトがいいって言っていたかな?』とヒントを出してみます。『赤いの』という答えが返ってきたところで『じゃあ、赤いミニトマトを探してみようか』と促します。こうしたことは、子どもたちが『困ったときに誰かに声をかけて助けてもらおう』という貴重な体験にもなっていると思います」(磯部さん)。

F M側の配慮も行き届いている。「はじめてのおつかい」開催時には、原田店長が店内放送で「ただいま、子どもたちが『はじめてのおつかい』を実施中です。ご迷惑をおかけすることもあります。どうぞ温かな目で見守ってください」と優しく呼びかけている。「はじめてのおつかい中」という、事務局お手製のたすきをかけて真剣に品選びをする子どもたちの姿に、F Mの客も相好を崩し、「うちの孫にもやらせたい」と次の参加者になるケースもある。

また、子どもたちが後ろの行列を気にすることなく、支払いに集中できるようにと、6台あるうちの1台を「はじめてのおつかい」専用のレジとしている。レジ

の前には、小さな子ども向けに踏み台も用意するという徹底ぶりだ。

「はじめてのおつかい」の後には、F Mのバックヤードに場所を移し、子どもと保護者が一緒に参加できる「野菜ソムリエさんと遊ぼう♪」の時間となる。F Mの職員で野菜ソムリエの栗原昌代さんが中心となり、ビニールプールに水を張って野菜を浮かべた「野菜すくい」や、米を題材にした食育クイズなど、楽しく食と農を学べる機会を「はじめてのおつかい」とセットで設けている。最後は、J A女性部員から子どもたちに「おつかいできたで賞」の賞状と手土産が手渡され、F MとJ A女性部のコラボによるすべてのプログラムが終了となる。



終了後には賞状と手土産を手渡す

(4) F Mが、地域とJ Aをつなぐカギに

「はじめてのおつかい」に参加した家族からは、「F Mの利用頻度が上がり、野菜のことを話しながら買い物をするようになった」「はじめてのおつかいで子どもが買ってきた材料でカレーを作ったところ、嫌いだったにんじんが食べられるようになった」という嬉しい声が挙がっている。また「はじめてのおつかい」をきっかけに「J Aが近い存在になった」「J A女性部を知らなかったが、農家じゃなくても入れることが分かった」と、J A女性部主催の料理教室などに頻繁に顔を出すようになった母親もいる。さらに、新たにJ Aに口座をつくり、組合員になる人も出始めている。

「はじめてのおつかい」は、現在では、白脇店・東店・浜北店のF M3店舗とA コープいなさ店の計4店舗にまで広がり、令和元年の開始から令和6年までの6年間で、のべ290家族が参加している。これにより、J A女性部にも新たに186名が加わった。

この他にも、F M白脇店では、数多くの独自企画を展開している。「子ども農園」は、子どもとその家族を対象とし、年間を通じて、ほうれん草・いちご・さつまいも・ブロッコリーなど、地域の多種多様な特産物の、播種・定植・収穫を体験できることが特徴である。また出荷者の協力による、6カ所の子ども食堂への定期的な食材提供や、小学校の授業の一環としてのF M見学の受け入れ、さらに、先に紹介した野菜ソムリエの栗原さんによる「野菜ソムリエの講座」として、F Mを利用してくれる飲食店とコラボしたイベント、生産者を巻き込んだ試食販売など、F Mが開催する企画は多岐にわたる。

「F Mは、生産者と利用者の橋渡しとなることが役割として求められています。そのためには、生産者と信頼関係を結ぶことがまずは重要であり、その一方で、利用者には体験や学びを通じて、J Aを身近に感じてもらうことが必要です。F Mには、『活動』という強みがあります。『はじめてのおつかい』のように、J Aの直売所だからできることを活かして、J A女性部等と力をあわせながら、F Mをますます盛り上げていきたいと思います」(原田店長)。

原田店長の力強い言葉からは、これからも同F Mが「地域の食料システムの最前線」として、そして「地域と農業・J Aとをつなぐ場」としての両面の役割をしっかりと果たしていくのだという覚悟と矜持が溢れ出ている。

(後編へ続く)



FM白脇店が独自に企画する農業体験イベント「子ども農園」

(2025年5月取材)