

総合事業を活用した貯金商品

—長野県における農業応援定期「マルシェ」—

研究員 佐藤彩生

1 大ヒット商品「マルシェ」

長野県JAバンクの大ヒット商品、農業応援定期「マルシェ」の第2弾(第1図)が、2016年4月1日から取扱い開始となった。初年度の15年度には、約3か月という短期間で募集総額200億円、契約者数2万5千人に達した。長野県の総人口がおよそ200万人であることから、100人に1人以上が「マルシェ」の契約者となるほどの好評ぶりである。長野県信連が旗振り役となって進めた、県を挙げての地産地消に資する定期貯金の取組みを紹介する。

第1図 第2弾「マルシェ」



JA農産物直売所クーポン券付き定期貯金「marché(マルシェ)」は、通常の店頭表示金利のほかに、契約金額10万円につき、県内のJA農産物直売所やAコープで利用可能な500円分のクーポン券が贈呈される1年定期貯金である(契約金額は1人につき10万円以上100万円以下)。長野県信連と長野県の全20JAが取り扱い、15年度は県内の直売所33店舗、Aコープ28店舗が利用対象となった。

中心的なコンセプトは、直売所等でのクーポン券利用をきっかけに、県内産農畜産物の消費を増やし、農業者の所得向上につなげることである。ほかに、女性の利用者拡大、地産地消や金融資産の県内循環による地域活性化への貢献を掲げている。長野県信連、JA、直売所、Aコープと全県を巻き込んだの大掛かりな事業間連携を伴った金融商品はこれまでにない。

2 歯車が噛み合いついに実現へ

JAの総合事業を生かした、地域活性化に貢献する金融商品というアイデアを、長野県信連は長く温めてきた。そこへ14年7月に県内の直売所がネットワーク協議会を作ったことで歯車が噛み合い、実現に向けて大きく前進した。

同協議会は、JA長野中央会がとりまとめている県内直売所の集まりであり、産直の日など共同で直売所PRのイベントを開催している。

同協議会を通すことで、33店舗の直売所の協力を得ることができた。

また、県内では管内に利用可能店舗がないJAもあったが、どのJAも県内産農産物の消費拡大を目的とする「マルシェ」に協力したいという思いは同じであった。こうして、実現に向けての足並みがそろっていった。

3 抜群のチームプレイと細やかな工夫

「マルシェ」には単に新しい貯金商品の導入という難しさだけでなく、信用と経済が大々的にタッグを組むという面の難しさもあった。そのため長野県信連では、JAの信用事業部門、直売所、Aコープのスタッフが、それぞれどのような事務を行うのか、お互いにわかるマニュアルを作るといった工夫を行った。これにより、「マルシェ」の販売やクーポン券のレジ処理など、事業間のチームプレイがうまくいき、事務上のミスは1件も発生しなかった。

販売が始まってからは、新聞やネット広告、TVのCM、利用対象店舗でのポスター、チラシ、のぼり旗の設置、職員がつける缶バッジの作成など、あらゆる宣伝を行った。管内に大型の直売所があるJAでは、職員が直売所に定期的に足を運んで、来店者に「マルシェ」の案内を行った。

さらに、契約者には100%活用してもらいたいという思いから、クーポン券を送付する際に、野菜の旬がわかる表を同封した。また、クーポン券の利用期間の終了が近づいた時期に、それを知らせるチラシを地元紙に折り込んで配布した。チラシには期限を知らせる内容だけでなく、県内の4つのエリア別に内容を変え、直売所の店長の声なども盛り込んだ。

これも、契約者に必ずクーポン券を使ってもらい、地産地消につなげる工夫である。

4 新しい利用者の獲得と届いた感謝の声

「マルシェ」をきっかけにJAで新たに口座を開いた人は、契約者全体の1割に上る。直売所等でのPR活動を積極的に行ったJAでは、新しい利用者の獲得につながったところが多い。

カラフルなデザインを広告に採用したことが功を奏し、新規契約者のうち、7割近くは女性であった。また、40歳代までの若年の契約者が5割強となった。こうして、契約者にとって嬉しい商品となっただけでなく、JAにとっても、女性や若い世代の新しい利用者の獲得につながる結果となった。

「農業所得の向上」という思いは農業者にも届き、JAの機関誌の読者欄には「いい商品を企画してくれて感謝している」「消費者が県産農産物に目を向けるきっかけとなっている」というメッセージが農業者から寄せられた。

5 「マルシェ」第2弾スタート

16年4月から取扱いが始まった第2弾「マルシェ」では、前回よりも利用可能店舗を17店舗増やした。開始時期を早め、クーポン券の利用可能期間を長くすることで、春が旬の農産物も買えるようになり、さらに利用しやすくなった。取扱い初日には契約額が4億円に達するほど、幸先のいいスタートを切っている。前回は2万5千人に達した地産地消サポーターは、今後もますます増えることだろう。

(さとう さき)