

JAと地域を結びなおす

— 宮崎県JA延岡「絆運動」 —

研究員 長谷 祐

JA延岡では、組合員や地域住民との信頼関係の再構築、次世代層(50歳以下の地域住民)とのつながりの強化に向けた訪問活動として、2017年12月から「絆運動」に取り組んでいる。

絆運動の大きな特徴として、その活動の「ゆるさ」が挙げられよう。後述のように訪問の目標や成果管理などの決まりごとが少ない。これは、JAが絆運動を、5年後10年後を見据えた活動と位置付けており、「始めやすく続けやすい」ことを重視しているためである。

JAが絆運動を始めた背景も含めて、その実践と特徴を報告する。

1 運動の背景

JAが絆運動を始めた背景には、将来への危機感がある。利用者の高齢化が進む一方で、次世代層とのつながりが希薄化^(注1)しており、今後の事業の継続性について楽観視できない状況であった。

そこでJAは、若手職員で組織する事業改革推進検討委員会^(注2)で「あらたな『仲間づくり運動』」をテーマとして検討を行った。JAを取り巻く内外の環境を分析・議論して、「職員が自ら出向いて人と関わることで、組合員・地域住民との関係の醸成・再構築を図る」ことが必要という結論にいたった。この委員会からの提案を具体化したものが「絆運動」である。

JAの事業利用率の向上や口コミなどによる顧客紹介も想定されているものの、それらはあくまでも副次的な効果とみなされており、あくまでも「関係の醸成・再構築」が目的となっている。

2 絆世帯の選定

絆運動の具体的な取組み内容は、「役職員1人あたり、管内から5世帯を『絆世帯』として選定し、月に1回、各自の絆世帯を訪問して広報誌を手渡しで配布する活動」とまとめられる。

絆世帯の対象となるのは、JA管内に在住するおおむね50歳以下の世帯であり、組合員かどうかは問われない^(注3)。

そのため、50歳以下の職員では同級生を中心に選び、50歳を超える役職員では、自身の親戚や懇意にしている組合員の子女などを選ぶことが多い。

現在は1,685世帯(役職員337人×5世帯)が登録されており、その多くが准組合員や員外の住民である。

3 訪問の実践

「広報誌を手渡しで配布する」ことが求められるため、絆世帯への訪問は広報誌の発行日から2週間以内に行うこととされている。

この期間内であれば、役職員は業務時間内外を問わず絆世帯への訪問を実施できる。訪問時のアポ取りや話法なども決まりがなく、各役職員が絆世帯との関係性のなかで自由に実施できる。

役職員と絆世帯は友人や親戚などの親しい間柄にあるため、多くの場合、広報誌の手渡しだけで終わることはなく、そこで世間話をするようになる。

世間話のなかでJAが対応できそうな相談や要望があれば、役職員それぞれが対応することが求められている。

4 PR資材としての広報誌

広報誌はJAの活動記録であり、JAを知ってもらうには一番良いPR資材として、絆運動で活用している。広報誌には毎号必ず自己改革を取り扱うページがあり、読者にJAの自己改革が伝わるよう工夫がされている。また、旬な農産物やその調理方法、各種イベント情報なども掲載されており、農家以外の読者にも読みやすい広報誌となっている。

JAとして、広報誌以外のPR資材の利用や特定のキャンペーンを推進したりするようなことはない。これは、事業利用の話が前面に出してしまうと、絆運動の目的である「関係の醸成・再構築」を果たせないと考えているからである。

ただし、各役職員が必要に応じて、キャンペーンやイベントのチラシをPR資材として利用することもある。また、支店によっては支店だよりを作成しており、支店職員が絆運動時のPR資材として活用することもある。

5 絆運動の管理

訪問の管理は「『絆運動』管理シート」でおこなわれる。しかし、このシートに絆世帯から受けた相談や要望、提案の具体的な内容を記載する欄はなく、「訪問した」ことだけを所属長が確認する。

絆世帯からの相談や要望には、それぞれの役職員がきちんとフィードバックすればいい

(注1)宮崎県は高校卒業者の県内就職率・県内進学率が低い。JA管内でも多くの若者が就職や進学を機に県外に流出しており、希薄化の要因の一つとなっている。

(注2)将来を見据えた事業改革案の策定を目的に、課長補佐級をメインとして14年から実施している。絆運動が提案されたのは17年の第4次検討委員会である。

(注3)初回訪問時に絆世帯として登録する了解を得ることになっている。また、絆世帯が50歳を迎えた際には、役職員はその後も当該世帯とつながりを維持しつつも、新たな絆世帯を選定することになっている。

のであって、報告書を書くことが絆世帯と職員との関係に何かをもたらすわけではないと考えている。

6 成果と今後の展開

以上のように、絆運動は親しい間柄の世帯に気軽に訪問できるため、訪問への心理的なハードルも低く、全役職員による一体的な取り組みが実施されている。

絆運動が開始されてまだ1年しか経過しておらず、事業利用と言う面では目立った成果があらわれていないものの、広報誌を読んだ絆世帯から貯金のキャンペーンに関する問い合わせがあるなど、その萌芽も見えてきている。

絆運動の改善に向けては、事業改革推進検討委員会のメンバーが引き続き協議を進めており、今後、マニュアル整備や効果測定を実施する予定である。

7 まとめ

絆運動はその訪問対象や管理のゆるさから、始めやすく続けやすい仕組みという特徴がある。

さらに、それ以外に職員の顧客アプローチスキルの向上という側面も指摘できる。絆世帯との対話活動が、そのまま訪問のアプローチからクロージングにいたる一連の流れに対応しており、それを長く続けることが効果的な実践シミュレーションとなっているのである。

一方で、当然ではあるが、絆運動は即効性のあるものではない。成果が見えてくるまでには長い期間が必要となる。JAでも将来への危機感から、「足元にあるものをしっかりと固める、仲間づくりの原点となる運動」と捉えており、すぐさまJAの事業利用に反映されるとは認識していない。

「仲間づくり」には息の長い活動が必要となる。だからこそ、継続がしやすく足元をしっかりと固められる絆運動が有効であるといえる。

(ながたに たすく)