ぎふ農協におけるスポーツチームを通じたPR活動

主任研究員　尾中謙治

1　女子バレーボール部「リオレーナ」

ぎふ農協は、一般社団法人日本バレーボールリーグ機構が運営する「Ｖリーグ」に所属するバレーボールチーム「リオレーナ」を保有している。チームは、1979年に職場内の活性化等福利厚生の一環として結成されたものである。選手11人（2022年４月１日現在）全員が農協の正職員であり、県内出身者は２名、他は県外である。選手引退後は地域に残る人もいれば、故郷に戻る人もいる。練習は、平日の夕方や土日などの業務時間外で行われている。監督やコーチは別の仕事に就きながらの兼業である。

ぎふ農協としては、リオレーナを通じてバレーによる地域活性化を目指している。現在は「V.LEAGUE DIVISION2 WOMEN」でプレーしており、当リーグの１試合当たりの平均入場者数は、コロナ前の2019-20シーズンで839人、最も多かったのは2017-18シーズンの1,234人である（コロナ禍の2020-21シーズンは330人）。上位の「V.LEAGUE DIVISION1 WOMEN」は毎年１試合平均２千人以上の入場者を獲得しており、リオレーナも昇格を目指して活動している。

現時点ではリオレーナの運営は、ぎふ農協が単独で行っているが、遠征費やＶリーグへの年会費などが負担となっていることから、今後はスポンサーを募集することも検討している。

2　リオレーナの活動

リオレーナの選手・スタッフは、スポーツを通じた地域活性化やファン育成などのために、「地域から応援されなければならない」と認識している。そのためには、リオレーナ自身が地域を応援することも必要であり、地域の困りごとなどに対応するようにしている。組合員などから農協に相談があった際に、リオレーナで対応できそうなことは担当の総務部に連絡が来るようになっている。地域に対する取組みに対しては選手も積極的であり、選手から地域に対する取組みの提案もある。コロナ禍で実現はできなかったが、献血の呼びかけなどを実施しようとしていた。

以下ではリオレーナの活動をいくつか紹介する。

①交通安全キャンペーンなどへの協力。一日警察署長や啓発ポスターに選手が起用されたり、選手が交差点に立っての交通安全の啓発活動を行ったりしている。

②バレーボール教室の地区内外での開催。コロナ禍で年３回、通常は年６回程度開催している。バレーボール協会や行政などからの依頼が多く、参加者の中心は小中学生である。管内での開催の際は、農協をPRする資材を参加者に配布するなどしている。

③「農山村ふるさとづくり」活動に参加。地元企業と協力し、耕作放棄地を復活させるプロジェクトに選手が参加している。

④管内の飲食店５～６店舗で提供するジビエ料理のPR（21年秋）。選手が食事している様子などをSNSに投稿し、来店客数の増加に貢献している。農協の営農部販売推進課に飲食店から協力依頼があり対応したケースである。

⑤組合員の農作業支援。21年度にはブロッコリーの収穫に、３人の選手が２回対応している。過去にも何度か選手が収穫を手伝ったことがある。

⑥農協の広報誌などへの選手起用。22年度版の農協カレンダーでは選手が旬の野菜を紹介し、広報誌では選手がストレッチの仕方などのモデルをしている。貯金のキャンペーンのチラシやホームページにも選手が登場しており、これによってホームページの閲覧数も

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

増加している。直売所には、選手による手洗いのデジタルサイネージが設置され、コロナについての注意喚起とともに、試合・大会の告知も行っている。

⑦農業・食農のPR。農協職員が発案した地元農産物を使った「アスリート飯」を、選手がSNSに投稿している。リオレーナのイベントなどで地元農産物の販売も行われている。

ほかにも地元企業からタイアップの話などもあり、地域活性化につながる多様な取組みを展開している。

3　リオレーナの効果と今後の展開

リオレーナの選手のユニフォームの真ん中には「JAぎふ」と名入れされており、試合やテレビ・ラジオなどへの出演、先述した活動などを行うことを通じて、ぎふ農協の認知度のアップやイメージの改善・向上に貢献している。

試合観戦する客層は多様であるが、普段接する機会の少ない小中高生とその保護者などに農協をPRすることができている。組合員との関係維持・強化にもつながっており、試合後には支店に立ち寄った組合員から「試合良かったよ」「どこに行けば会えるの？」などの声がある。このようにリオレーナは組合員と役職員との会話のきっかけにもなっている。組合員には観戦チケットを無料配布している。支店が組合員からの要望を取りまとめており、各試合の観戦希望者数は150～200人にのぼる。

22年４月には、岐阜県を拠点としてトップリーグで活躍する他の12チームと「GIFUNITE（ギフユナイト）」を設立し、各団体が連携・協働することによって地域活性化やスポーツ人口の拡大などを目指している。このような取組みによって、リオレーナがメディアに露出する機会も増え、農協の宣伝にもつながることが期待されている。リオレーナは、農協の広告塔として有効に機能していると評価できる。

今後は広告機能をいっそう高めるために、地元企業と一緒にできることはないかと模索している。例えば、バレーボール大会を開催したい企業に対して、企画・運営などを支援するという案などがある。他の組織・企業と連携することは、リオレーナや農協を活性化することにもつながるとリオレーナの南谷部長は考えている。

リオレーナの選手とユニフォーム（ぎふ農協提供）

4　FCぎふとの連携

他方、ぎふ農協は、J3（ジェイスリーリーグ）に所属するサッカーチーム「FC岐阜」のシルバーパートナー（スポンサー）であり、株主にもなっている。「スポーツで地域を活性化させたい」という思いからの取組みである。21年７月からはFC岐阜の後援会会長にぎふ農協の代表理事会長が就任している。

試合開催時にはスタジアムにブースを出して職員がイチゴなどを販売したり、農協の旗を掲げたりしている。FC岐阜のパートナーとなることによって、FC岐阜からリオレーナにイベントや地元企業からの協力依頼の話が来ることもある。

ぎふ農協は、リオレーナを農協のシンボル、FC岐阜をパートナーとして位置付け、両チームを上手く活用して農協の認知度を高めるとともに、スポーツを通じた地域の活性化にも貢献している。ぎふ農協の事例からもわかるように、農協は自らのPR活動や地域活性化を進めるにあたり、地域に根差したスポーツチームとの連携を検討する意義は大きい。

（おなか　けんじ）