

ふれあいプラザがつなぐ地域とJA

—— JAぎふの取組みから ——

研究員 野場隆汰

1 地域の拠り所としてのふれあいプラザ

経営基盤強化の観点からJAバンクでの支店再編が進む昨今、遠隔相談に対応したりモータースや高機能ATMを備え、最少人数の職員で運営する軽量店舗(注)を採用する農協が増えている。こうした軽量店舗の運営の持続性を考えるうえでは、限定された店舗業務のなかで、いかに組合員や地域に必要とされる空間をつくっていくかがカギとなる。

本稿で紹介するJAぎふ(以下「JA」という)の「ふれあいプラザ」は、JAバンクで一般的な軽量店舗の機能をベースとしつつも、組合員や地域住民を対象とした多種多様な活動を展開し、地域の拠り所となることで、持続的なプラザ運営を目指している。

2 JAぎふにおけるふれあいプラザの位置づけ

JAでは2020年度に策定した支店再編計画のなかで、管内9支店をふれあいプラザへと移行することを決定した。しかし、計画策定当

時、ふれあいプラザはJAにとって運営経験がない店舗形態であったため、その位置づけや機能を一から検討する必要があった。そこでJAでは、ふれあいプラザの立ち上げプロジェクトチームを部門横断的に組成し、検討を開始した。

そして、約1年間におよぶプロジェクトチーム内での議論の結果、ふれあいプラザを「地域がつながる憩いの場」と位置づけることが決まった。同時に取扱業務を相談機能に特化させることや、地域を対象とした活動をプラザ職員が独自に企画・運営していくことなど、JAならではのふれあいプラザ像を整理していた。

3 ふれあいプラザでの地域に向けた活動

JA管内では2023年3月時点で、6つのふれあいプラザが開設されている。各プラザには常勤の職員が3人配置されており、なかでも責任者であるプラザ長は、信用事業のみならずJAに関わる様々な相談に対応可能なベテラン職員がつとめている。また、硬貨対応のATMを設置し、各プラザを週1回移動金融店舗車が巡回するなど、現金志向の利用者へのフォローも充実している。

ここまでの機能は、JAバンクで一般的な軽量店舗とほぼ同様であるが、JAのふれあいプラザの最たる特徴は、「地域がつながる憩いの場」というコンセプトどおり、各プラザで毎日のように展開されている地域を対象とした活動にある(第1表)。

その活動内容をみると、食と農に関連した



JAぎふ ふれあいプラザ西郷の外観(筆者撮影)

第1表 JAぎふのふれあいプラザで実施されている活動の例

テーマ	活動内容
統一企画	スマホ教室(マイナンバー申請)
各種会議	年金友の会、女性部、生産部会等の会議
食農教育	稲刈り体験、サツマイモ収穫体験、食農料理教室
各種イベント	プラザの日、収穫祭、健康ウォーキング、フードライブ、朝市
教室・講習	大正琴、己書、手芸クラフト、ヨガ、絵葉書、着付け、生け花、そば打ち
女性部活動	笑いヨガ、グラウンドゴルフ
農業の応援団 (准組合員向け活動)	みぞづくり、野菜栽培、プランターづくり
セミナー	終活セミナー、相続セミナー、家の光セミナー

資料 JAぎふ提供資料より農中総研作成

企画が多いことが目をひく。各プラザには調理スペースが設けられており、JA産の農産物を活用した料理教室などが開催されている。また、近隣の市民農園を活用し、収穫体験を開催するプラザもあるなど、農業協同組合ならではのユニークな形で地域との接点づくりに取り組んでいる。

4 幅広い世代との関係構築を

ふれあいプラザでは、これまでJAと接点が少なかった次世代との関係拡大にも取り組んでいる。

例えば、ふれあいプラザの営業日は毎週火曜日から土曜日と設定されているが、これは平日が仕事のためにこれまでJAを訪れることができなかった現役世代との接点づくりを意識してのものである。

また、活動のPRや参加者募集にはInstagramをはじめとしたSNSを活用することで、若年層や子育て世代への情報発信も強化している。実際に、SNSのPRを介して地元の有志とつながり、来場者千人規模のイベントに発展したプラザもあった。

(注) JAバンクで一般的に「よりそいプラザ」と呼称される店舗形態のこと。

同時に、JAにとってのコア層である高齢者とのさらなる関係強化にも力を入れている。料理や手芸などの講習系の活動では、女性部をはじめとして、JAのベテラン世代の組合員が講師となることが多い。こうした多様な趣味や特技を持った人々に、ふれあいプラザという発表・共有の機会を提供することで、彼らの活力づくりにつながることが期待されている。

また、ふれあいプラザではスマホ教室や終活セミナーなど、高齢者向けの企画も数多く開催されている。スマホ教室からはネットバンキング、終活セミナーからは相続相談といったように、ふれあいプラザの活動がJAの事業利用拡大にも結びつくよう企画が練られている。

5 地域に必要とされる存在に

地域に向けた多種多様な活動により、JAではふれあいプラザへの移行を好意的に受け止める利用者が多い。しかし、オープンからそれほど年月が経過していないことや新しい店舗形態であることから、一部の利用者にはふれあいプラザについてまだ十分に認知・理解してもらえていない実態もあるという。

そこでJAでは、プラザ職員が組合員・地域住民の家を定期的に訪れ、プラザをPRするとともに、世間話や日常の困りごとといった地域の生の声を聞くための訪問活動を実施している。今後は、この訪問活動で掘り起こした地域のニーズを、ふれあいプラザでの活動を通して解決・実現していく方針となっている。

非対面チャネルが発展していくなかで、金融店舗における利用者との接点は今後ますます減っていくことが予想される。そうした時代のなかにあっても、JAのふれあいプラザは、従来の金融店舗とは別の形で、農協と組合員・地域との接点のあり方を示している。

(のば りゅうた)