

JAのイメージとJAいわて平泉 自己改革の取り組み

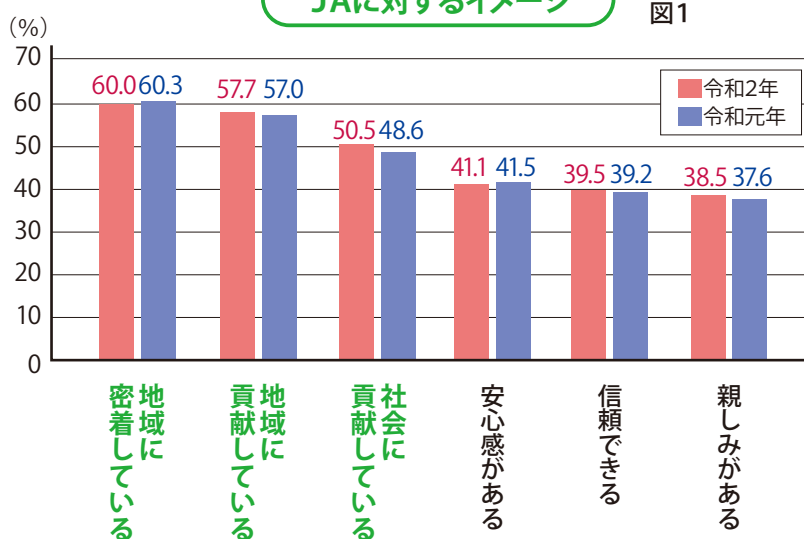
JA全中では、生活者の傾向を把握して事業に生かしていくことを目的に、平成23年度から日本全国の生活者を対象に、食料・農業・JAに関する意識や行動についてアンケート調査を行っています。令和2年度のアンケート調査結果をもとに、JAに対するイメージとJAいわて平泉の活動を紹介します。

農業・JAを取り巻く情勢は、マイナス金利政策の長期化を背景としたJA経営の収支悪化、政府主導で推し進められている農協改革、高齢化に伴う農業就業人口の減少に伴う農業生産基盤の衰退など、厳しい経営環境と市場変化の状況下におかれています。

こうした中、JAではあらためて協同組合の価値と存在意義を見つめ直し、JAがこれまで果たし、支えてきた地域農業、地域社会での機能と役割を再度認識しながら、3つの柱である「農家組合員の所得増大と農業生産の拡大」、「地域の活性化と結びつきの強化」、「組合員に評価される組合経営」を図り、各種事業を積極的に展開してまいりました。

JAに対するイメージ

図1



JAに対するイメージは？

JAに対するイメージ（図1）として、日本全国の生活者に調査した結果、「地域に密着している」と回答した人の割合が60・0%となりました。次いで「地域に貢献している」が57・7%、「社会に貢献している」が50・5%となりました。

JAいわて平泉の取り組み



人間ドック受診推進など健康管理



イベントなどのふれあいの場づくりと農畜産物のPR

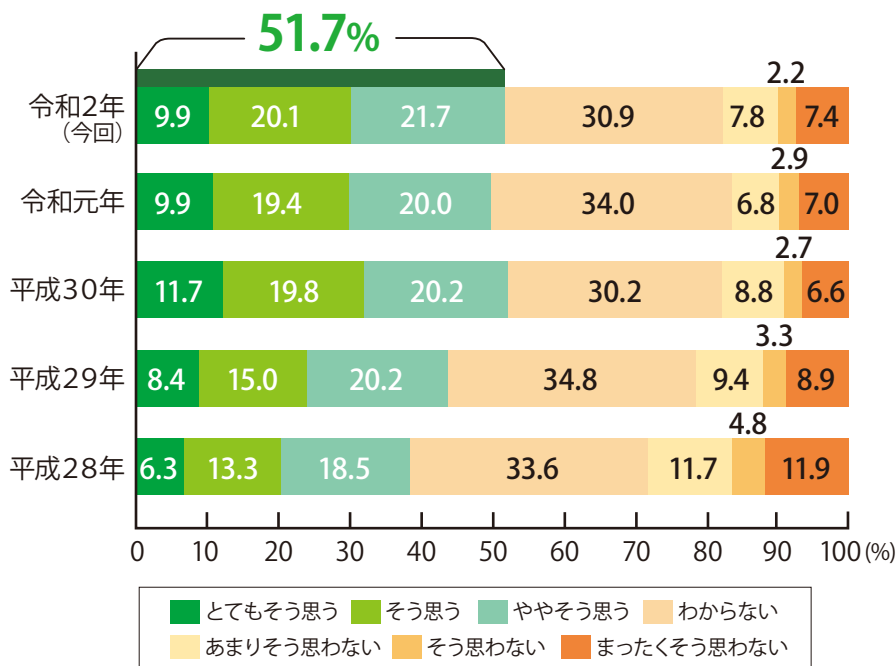


組合員・利用者に寄り添い地域に密着した渉外活動

JAは日本に欠かせない組織だと
考えている人の割合

図2

JAは日本に欠かせない組織だと思う人の割合は、平成30年度に初めて過半数を超えましたが、令和元年度には49・3%と減少し、令和2年度には再び過半数を超えました。以前よりJAが日本に欠かせない組織と思う人が高い割合で定着しつつあります。

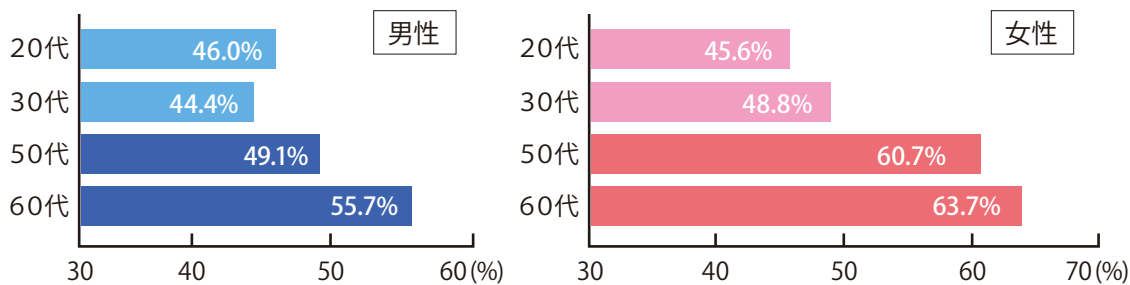


JAは日本に欠かせない組織だと思いますか？

若い人たちにも評価してもらえるようにすることが課題

図3

図3によると20代、30代の若年層は、50代、60代に比べて男女ともにJAに対する評価が低い傾向にあり、若い人たちからもJAを評価してもらえるように情報発信の強化などに取り組むことが課題となっています。



JAいわて平泉の取り組み



JA女性部フレッシュ部の活性化と加入促進



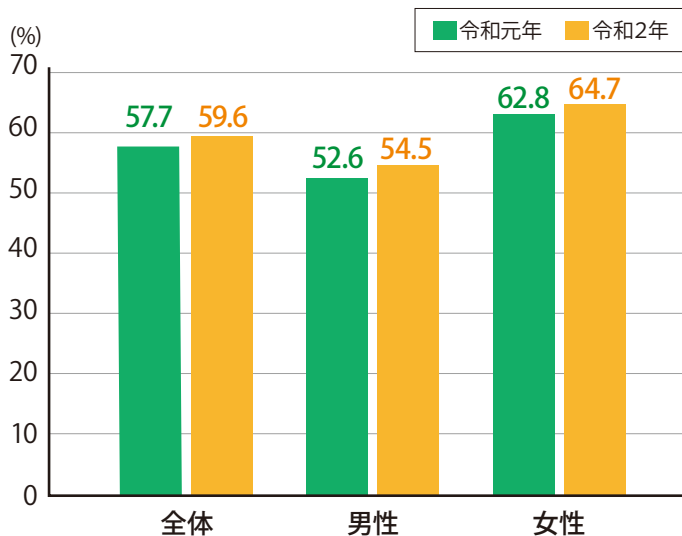
JA女性部・青年部・職員による食農教育



各生産部会の担い手グループの活動
(写真はなす生産部会若手生産者グループ)

J Aは農業にとってなくてはならない組織だと考えている人の割合

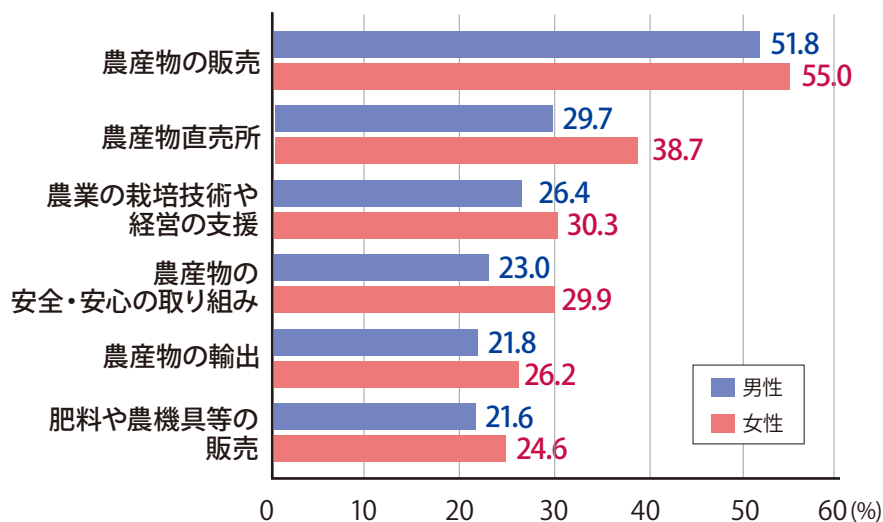
図4



令和2年度のJ Aが農業になくてはならない組織だという意見の割合は59・6%で、前年から1・9ポイント増加しました。性別で比較すると男性よりも女性の方が高いことが分かります(図4)。

農業に役立っていると感じるJ Aの事業

図5



農業に役立っていると感じるJ Aの事業(図5)は、「農産物の販売」「農産物直売所」「農業の栽培技術や経営の支援」「農産物の安全・安心の取り組み」「農産物の輸出」「肥料や農機具等の販売」の順で割合が高く、近年では順位が安定しています。

J Aいわて平泉の取り組み



安全・安心な農畜産物の出荷に向けた営農指導の充実



スマート農業など省力化技術の普及推進

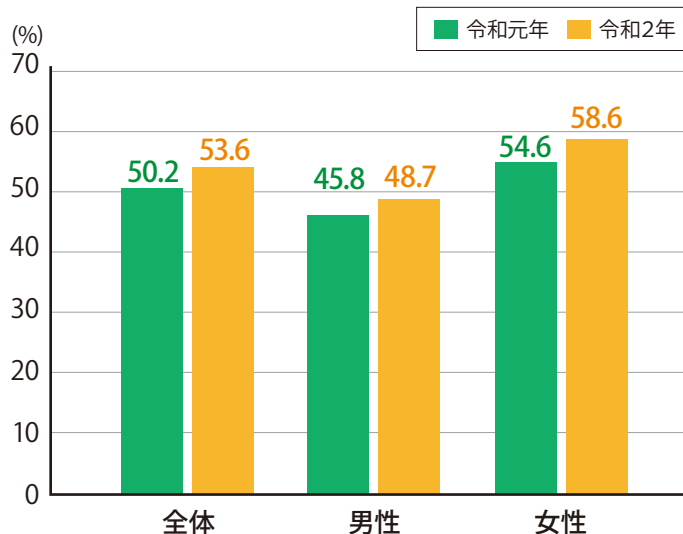


TAC訪問による運営・経営支援

図6のJAは暮らしにとってなくてはならない組織だと感じますか?という質問に対して肯定的意見の割合は、令和2年度は53・6%となりました。地域の暮らしにおいてJAの必要性が浸透してきているといえます。男女別では、58・6%と女性の方が高いことが分かりました。

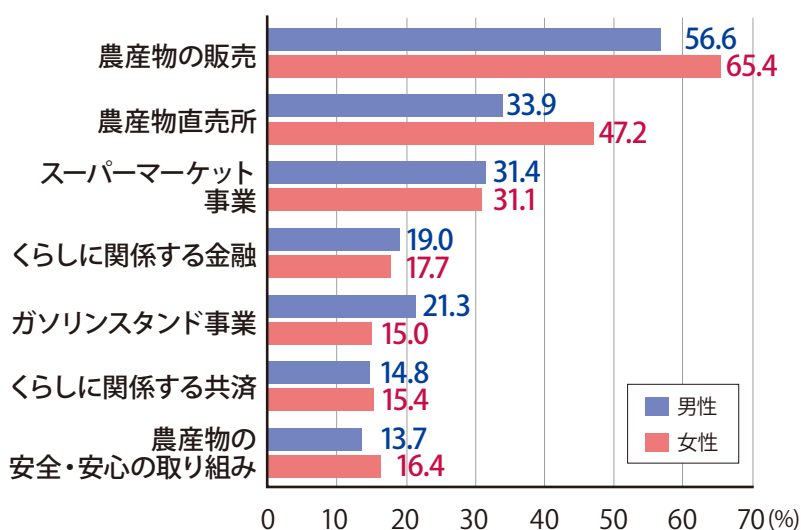
JAは暮らしにとってなくてはならない組織だと考えている人の割合

図6



暮らしに役立っていると感じるJAの事業

図7



暮らしに役立っているJAの事業(図7)は、「農産物の販売」「農産物直売所」が評価が高く、続いて「スーパーマーケット事業(Aバンク)」「暮らしに関する金融(JAバンク)」「ガソリンスタンド事業(JASS)」「暮らしに関する共済(JA共済)」「農産物の安全・安心の取り組み」の順で割合が高い結果となりました。

JAいわて平泉の取り組み



地域包括ケアシステムの一翼を担う介護福祉事業



利用者ニーズに即した相談対応の充実に取り組む支店・出張所窓口



多様な販売体制の構築と実践