

フロンティア

Marketing & Research Institute For Agricultural Cooperatives

私たちは、国内農業支援、安心して暮らしやすい地域社会作りに貢献します。

第43号

2024年4月

Contents

| | |
|--|----|
| ■ 巻頭言 「能登よ明日へ」 | 1 |
| ■ 店舗事業情報 | |
| ・ 第20回 全国農林水産物直売サミット開催報告 未来へつなげる直売活動 ～直売所の持続と挑戦～ | 2 |
| ・ 第14回全国店長サミット開催報告 | 5 |
| ・ 〈特別寄稿〉和歌山県における農業体験参加者に関する意識と行動に関する一考察(前編) ～農産物直売所の利用に関して～ | 7 |
| ・ 令和4年度Aコープ店舗経営実態調査の結果概要 | 9 |
| ・ 令和6年度店舗関係講習会・セミナーのご紹介 | 12 |
| ■ 葬祭事業情報 | |
| ・ 令和6年度 葬祭講習会・セミナーのご紹介 | 13 |
| ■ エネルギー事業情報 | |
| ・ 令和4年度JA-SS経営実態分析の結果概要 ～セルフSSの黒字比率69.3%～ | 15 |
| ・ 令和6年度エネルギー事業講習会・セミナーのご紹介 | 17 |
| ■ 研修情報 | |
| ・ 令和6年度農流研塾のご紹介 | 18 |
| ■ 令和6年度農協流通研究所事業計画の概要 | 19 |
| ■ 令和6年度講習会・セミナー日程 | 20 |

令和6年度 講習会・セミナー日程④

<エネルギー事業> エネルギー調査部 TEL 03-5643-3681

| セミナー・講習名 | 場所 | 日程 |
|-------------------------------|--------|-----------------|
| JAグループエネルギーセミナー | 現地・WEB | 9月13日 |
| 【新規】JA自動車事業 勝ち残る組織作り講習(前期) | WEB | 5月29日 |
| 【新規】JA自動車事業 勝ち残る組織作り講習(後期) | WEB | 8月23日 |
| 危険物乙四試験対策講習 | WEB | 5月22日～23日 |
| LPガス第二種販売試験準備講習会(法令編) | WEB | 10月16日 |
| 【新規】LPガス第二種販売試験準備講習会(保安管理技術編) | WEB | 10月18日 |
| JAエネルギー事業DXセミナー | WEB | 6月4日 |
| JAグループエネルギー・自動車事業海外セミナー | 欧州・中東 | 9月24日～10月4日(予定) |

<農流研塾> マーケティング・研修部 TEL 03-5643-3674

| | セミナー・講習名 | 場所 | 日程 |
|--|---|------|--------|
| 業務知識 | ビジネス文書スキルアップセミナー①【オンライン半日(午後)】 | WEB | 5月22日 |
| | ビジネス文書スキルアップセミナー②【オンライン半日(午後)】 | WEB | 6月12日 |
| | ビジネス文書スキルアップセミナー③【オンライン半日(午後)】 | WEB | 9月25日 |
| | 経理知識セミナー 初級編①【オンライン一日】 | WEB | 7月11日 |
| | 経理知識セミナー 初級編②【オンライン一日】 | WEB | 9月10日 |
| | 経理知識セミナー 中級編【オンライン一日】 | WEB | 11月12日 |
| PCスキル | 仕事に役立つPCスキルセミナー① -EXCEL(基礎)編- | 東京 | 5月30日 |
| | 仕事に役立つPCスキルセミナー② -EXCEL(基礎)編- | 東京 | 6月27日 |
| | 仕事に役立つPCスキルセミナー③ -EXCEL(基礎)編- | 東京 | 7月24日 |
| | 仕事に役立つPCスキルセミナー① -EXCEL(応用)編- | 東京 | 7月25日 |
| | 仕事に役立つPCスキルセミナー② -EXCEL(応用)編- | 東京 | 9月11日 |
| | 仕事に役立つPCスキルセミナー① ～伝わる・魅せる資料作成～ PowerPoint活用術～ | 東京 | 5月29日 |
| | 仕事に役立つPCスキルセミナー② ～伝わる・魅せる資料作成～ PowerPoint活用術～ | 東京 | 6月26日 |
| | 【新規】ITパスポート受験スタートアップセミナー ～DX推進への第一歩～【オンライン一日】 | WEB | 8月6日 |
| 【新規】アンコンシャスバイアスセミナー ～「無意識の偏見」に気づき、組織力を高める～【オンライン一日】 | WEB | 8月8日 | |
| その他 | 【新規】はじめてのデータ分析セミナー ～データマイニング達人の第一歩～【オンライン一日】 | WEB | 9月18日 |
| | 【新規】カスタマーハラスメントセミナー ～カスハラを理解し、顧客満足度向上につなげる～【オンライン半日】 | WEB | 10月16日 |
| | アンガーマネジメントセミナー ～怒りと上手につきあうための心理トレーニング～【オンライン一日】 | WEB | 12月4日 |

★電子版フロンティアの発行について

農協流通研究所のホームページでフロンティアを読むことができます。

<https://www.nrk.or.jp>から右上の「農流研だより」を選んで、ユーザー名「nrk」パスワード「dayori」を入力してください。

発行 / 一般社団法人 農協流通研究所 2024年4月発行(第43号)

編集●発行人 / 企画管理部長 内野朋宏
〒103-0014 東京都中央区日本橋蛸殻町1-38-9宮前ビル6F
TEL. 03-5643-3666 FAX. 03-5643-3688



「明日を提案します」

一般社団法人 農協流通研究所

<https://www.nrk.or.jp>



■店舗事業情報(特別寄稿)

和歌山県における農業体験参加者に関する意識と行動に関する一考察(前編)

～農産物直売所の利用に関して～

和歌山大学 経済学部 教授 岸上光克

農産物直売所(以下、直売所)は、生産者には生産物の販売先として、消費者には安価で新鮮な地元農産物の購入先として、生産者・消費者双方にメリットのある経済的効果を発揮する他に、生産者と消費者の交流による相互理解の深化、生産者の生きがいや生産意欲の向上などの非経済的効果を期待することができます。そのうちでも、生産者と消費者との交流で地域農業や農産物に対する消費者の理解が醸成できれば、地域農業の支持者を増やし、地域や直売所へのリピーターとして確保することができるのではないのでしょうか。

1. 今回の目的

本稿では、農業体験参加者(以下、体験参加者)と直売所利用者(以下、直売利用者)へのアンケート調査と関係者へのヒアリング調査結果をもとに、体験参加者の直売所利用を中心とした都市農村交流に関する意識と行動について、直売利用者との比較でその特徴を明らかにします。そして「直売所を核とした消費者との交流・農業体験活動」実施にあたっての課題を検討したいと思います。

また、調査対象は、和歌山県JA紀の里管内で実施されている黒豆作業体験の参加者とM直売所来場者です(2018年6月調査実施)。

2. アンケート調査対象の特徴

表1から、体験参加者は自宅から会場までの直線距離が30kmまでのところに回答者の84.6%が分布しています。これに対して直売利用者は30kmまでのところに分布したのは58.5%と少なく、30kmを超える遠隔地からの来場者が多くみられました。

回答者の年齢をみると、体験参加者は40代以下が59.0%を占めており、子育て世代の人が多くわかります。一方、直売利用者は40代以下が14.5%、60代以上が76.2%と高齢者が多く

表1 回答者の属性 (単位: %, 人)

| 項目 | | 体験参加者 | 直売利用者 | 検定 |
|----------------------|---------|-------|-------|----|
| 性別 | 男性 | 38.2 | 40.5 | ns |
| | 女性 | 61.8 | 59.5 | |
| | 回答数 | 76 | 215 | |
| 自宅からの距離 | 10km未満 | 6.4 | 17.8 | ** |
| | 10~20km | 20.5 | 31.8 | |
| | 20~30km | 57.7 | 8.9 | |
| | 30~40km | 6.4 | 14.0 | |
| | 40km以上 | 9.0 | 27.6 | |
| | 回答数 | 78 | 214 | |
| 年齢 | 20~39歳 | 14.1 | 7.5 | ** |
| | 40~49歳 | 44.9 | 7.0 | |
| | 50~59歳 | 16.7 | 9.3 | |
| | 60~69歳 | 14.1 | 36.0 | |
| | 70歳以上 | 10.3 | 40.2 | |
| | 回答数 | 78 | 214 | |
| 家族数 | 1人 | 7.8 | 4.2 | ** |
| | 2人 | 27.3 | 52.8 | |
| | 3人 | 11.7 | 27.6 | |
| | 4人 | 31.2 | 11.2 | |
| | 5人以上 | 22.1 | 4.2 | |
| | 回答数 | 77 | 214 | |
| 1か月当たり休暇日数 | 1~4日 | 11.1 | 14.3 | ** |
| | 5~9日 | 70.8 | 44.0 | |
| | 10~14日 | 9.7 | 8.6 | |
| | 15~19日 | 5.6 | 2.3 | |
| | 20日以上 | 2.8 | 30.9 | |
| | 回答数 | 72 | 175 | |
| 都市農村交流活動への参加経験(複数回答) | 農産物直売所 | 100.0 | 100.0 | ns |
| | 観光農園 | 21.5 | 17.2 | ns |
| | 農家レストラン | 13.8 | 10.7 | ns |
| | 市民農園 | 10.8 | 7.0 | ns |
| | 農家民泊・民宿 | - | 5.1 | ns |
| | 農作業体験 | 78.5 | 4.2 | ** |
| | 加工体験 | 7.7 | 3.7 | ns |
| | 料理教室 | 9.2 | 4.7 | ns |
| その他 | 1.5 | 2.31 | ns | |
| 回答数 | 65 | 215 | | |

資料: アンケート調査により作成

注: 1) 数値はそれぞれの回答の構成比(%)を示している。四捨五入の関係で合計が100%に一致しない場合もある。

2) 検定の**は1%水準で有意であることを、nsは5%水準で有意でないことを示している(性別、年齢、家族数、都市農村交流の「観光農園」「農家レストラン」「市民農園」「料理教室」は χ^2 検定、これら以外はFisherの直接確率検定)。

なっています。このため回答者の家族数では、体験参加者は2人以内に35.1%、4人以上に53.3%が分布しており、子供のいる複数世代の家族が多くなっています。これに対して直売利用者は2人以下に57.0%、4人以上に15.4%と、家族数2人以内の回答が多くなっています。

体験参加者の1カ月の休暇日数は、5~9日以内が81.9%を占めているのに対して、直売利用者では5~9日以内の占める割合は58.3%と低く、20日以上が30.9%と高くなっています。

これらのことから、体験参加者は小学生以下の子供をもつ週休二日の家庭が多いのに対して、直売利用者は定年退職した高齢者が多く、時間的なゆとりをもつ夫婦二人の家庭が多いことがわかります。

3. 直売所の利用実態

次に、表2から、体験参加者のM直売所の利用実態を直売利用者と比較してみます。

体験参加者でM直売所での買い物経験の「ない」との回答が、回答者66人中7人(10.6%)みられましたが、残りの59人(89.4%)はM直売所での買い物経験を有していました。体験参加者で買い物経験がある者の来場頻度をみると、「月1回以上」が33.9%に対して、直売利用者では67.6%を占めており、体験参加者より直売利用者の方がM直売所のリピーターになっていると考えられます。

同様に、1回当たり購入額をみると、体験参加者は3,000円以上が49.1%を占めているのに対して、直売利用者は74.4%を占めており、1回当たり購入額が多くなっています。

このように、体験参加者もほぼ9割がM直売所での買い物経験を有していますが、直売利用者に比べて来場頻度や1回当たり購入額は少なくなっています。しかし、体験参加者の黒豆作業体験への参加回数とM直売所への来場頻度や購入額との関係を見ると、体験参加回数が増加すると来場頻度・購入額ともに増加する傾向がみられます。

体験参加者は、2回以上作業体験に参加しているとの回答が72.7%、さらに3回以上参加との回答が42.4%を占めています。繰り返し地域を訪れることで直売所への立ち寄る機会も増加し、直売所の利用が促進されていると考えられます。

表2 M直売所の利用実態 (単位: %, 人)

| 項目 | 体験参加者 | 直売利用者 | 検定 | |
|-----------|--------------|-------|------|----|
| 来場頻度 | 週に1回以上 | 6.8 | 17.1 | ** |
| | 月に2~3回 | 5.1 | 26.2 | |
| | 月に1回程度 | 22.0 | 24.3 | |
| | 2~3カ月に1回 | 13.6 | 21.0 | |
| | 年に2~3回 | 30.5 | 10.5 | |
| | 年に1回以下 | 22.0 | 1.0 | |
| 回答数 | 59 | 210 | | |
| 1回当たり購入金額 | 1,000円未満 | 3.5 | 0.9 | ** |
| | 1,000~1,999円 | 24.6 | 9.8 | |
| | 2,000~2,999円 | 22.8 | 15.0 | |
| | 3,000~4,999円 | 26.3 | 19.6 | |
| | 5,000~6,999円 | 10.5 | 26.2 | |
| | 7,000~9,999円 | 7.0 | 15.0 | |
| | 1万円以上 | 5.3 | 13.6 | |
| 回答数 | 57 | 214 | | |

資料: アンケート調査により作成

注: 1) 買い物経験のない回答者は除いて集計している。
2) 数値はそれぞれの回答の構成比(%)を示している。四捨五入の関係で合計が100%に一致しない場合もある。
3) 検定の**は1%水準で有意であることを、nsは5%水準で有意でないことを示している((Fisherの直接確率検定)。

4. まとめ

以上から、黒豆作業体験参加者のほぼ9割がM直売所で買い物した経験を有していました。その利用頻度と1回当たり購入額はともに直売利用者に比べて少ない結果でしたが、体験参加回数が増加するとM直売所の利用頻度、購入額ともに増加する傾向がみられました。

今回は、「農業・農村に対する意識」や「これからの農業体験への参加意向」の差異についてみることにします。

なお、今回の内容は、辻和良・植田淳子・岸上光克・戴容秦思「農業体験参加者の交流・体験に関する意識と行動-農産物直売所の利用に関連して-」『農業市場研究』2020年29巻1号 p.52-58からの引用となっています。