

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）

フリガナ) ニホンダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) カワノゼミナール
日本大学	商学部	川野ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ) ビーチーム	フリガナ) アオキ ハルカ	4	無
B チーム	青木 遥		

研究テーマ（発表タイトル）

JA と共に農業所得の増大を

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちは、農業所得増大を最終目的として JA 直売所の課題解決および、販売高増大に向け研究を行った。農業として認知されている JA であるが、農業以外の事業での利益が大きいため批判されている。また、農協法が改正されたこともあり、JA が自己改革を開始した。私たちも農協（JA）改革に貢献し、最終目的のための直売所販売高増大に向けた、消費者目線の提案「新鮮+α」を考案し、実施する。有効性と持続性で検証し、私たちの提案は、有意義なものである。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

JA とは、正式名称「農業協同組合」（Japan Agricultural Co-operatives）で、農業に従事する人たちの協同組合である。JA では、代表・調整・指導事業、経済事業、信用事業、共済事業、厚生事業、その他の事業（新聞・出版事業、旅行事業）の事業が行われている。現在この JA は、経済事業（農業）より、共済事業・信用事業（金融）に力を入れていると批判されている。この問題の根拠を知るため、JA 東京あおば様にヒアリングを実施したところ、「共済事業・信用事業での利益が多い」、「農家である組合員数より、共済事業・信用事業を利用する准組合員数が多い」ことが判明した。加えて 2015 年に農協法が改正され、農協（JA）改革が目指す農業所得の向上に向けて、新しく「農業所得の増大に最大限に配慮をしなければならない」ことが明記された。そして「農業所得増大」改革に貢献すべく JA に提案し、JA 東京あおばと川野ゼミの連携が実現した。JA 東京あおばは、東京都内で最も広い農地面積を持つ練馬区を管内としている。JA 東京あおばの直売所こぐれ村を、直売所を通じた農業所得増大モデルケースにすることにした。

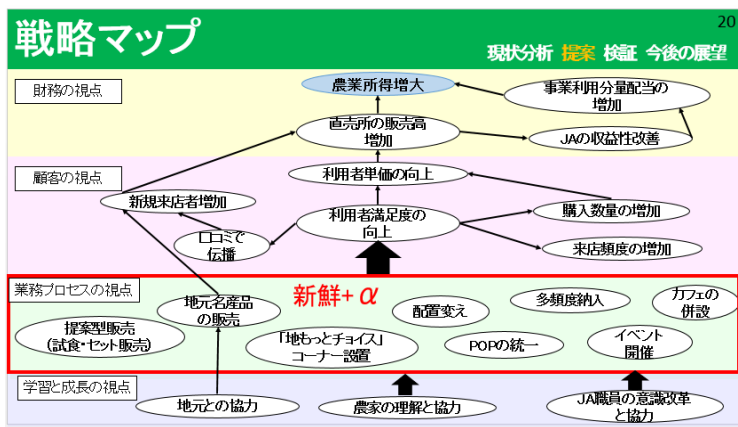
3. 研究テーマの課題

今まで述べてきた通り、JA は共済事業・信用事業（金融）での利益が多く、准組合員数も増加していることが批判されているため、これまで以上に経済事業（農業）に力を入れる必要がある。改正農協法でも「農業所得増大」が明記されたので、農業所得増大を目指す目的として、直売所の販売高増大を図る。

JA 東京あおば「こぐれ村」は、2013年2月17日から店舗前での工事を開始した影響もあり、店が分かりづらい、駐車場も分かりづらい等の問題があり、来店客数が減少している。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

JA 東京あおばの農産物直売所の一つである「こぐれ村」にご協力頂けることになり改革を開始し、私たちの考えた提案を「新鮮+α」と名付けた。今までの直売所は、新鮮・安全安心のみが持ち味だったのが、新鮮に付加価値（+α）を付けることにより、利用者を主体とする「直買所」を目指す提案を実施する。以下の図が私たちの提案の戦略マップである。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ① 地もつとチョイスコーナーの「地もつとチョイス」とは、地元の野菜を使用して製造したプライベートブランド商品（以下 PB 商品）を、地元の方にもつと知って頂きたいという思いで名付けた。今までは分散されていた PB 商品を一か所にまとめコーナー開設し PB 商品を認知させ、店内の奥まで買ってもらおう。
- ② 提案型販売 試食は、生産者に生産している農産物のおすすめ調理方法や、PB 商品等を試食して頂き、購買意欲の向上を図る。
- ③ 提案型販売 セット販売は、イベント日を設定し、単品では売れない商品をイベント日に合わせてセットで販売することで、効率よく販売し、購入して頂いた方に、JA のポイントカードのポイントをプレゼントすることで、来店頻度向上を図る。
- ④ POP は、店内全体を統一させるため、農産物の名称の POP を改善した。
- ⑤ こぐれ村の店内を売れる売り場にするため、文献で研究し、「直線誘導」、「通路が広い」、「真っ直ぐ」、「平らである（段差がない）」売場に変える。顧客が店内全体を買い回れるような店内にする。

私たちの考案した提案について検証を行った。まず有効性は、過去3年の売上データ等での分析と、アンケート結果により有効性が検証された。また、JA 東京あおばの方にインタビューを行い、持続性も検証された。これらにより、有効性と持続性が検証された。

6. 結果や今後の取り組み

実施したことで効果が出ているため、今後も上がると考えられる。損益分岐点分析による販売高目標は前年比2倍であるが、まだ私たちの改革はまだ途上である。結果を踏まえ、新規顧客開拓するための若年層の利用者増大に向けた提案を進行させていく。

7. 参考文献

【文献】

- ・川野克典 (2016) 『管理会計の理論と実務 第2版』 中央経済社。
- ・崎本則也 (2011) 『繁盛店をつくる立地選び』 日本実業出版社。
- ・築山明德 (2005) 『売場づくり入門』 商業界。
- ・永島幸夫 (2003) 『こんなにカンタン！陳列の本』 フォレスト出版。
- ・永島幸夫 (2007) 『売れる売り場売れない売り場』 PHP 研究所。

- ・波形克彦（1988）『ヒット商品のつかみ方・売り方』 経営情報出版社。
- ・林文字（2005）『失礼ながら、その売り方ではモノは売れません』 トライ。
- ・深沢康秀（2012）『繁盛店が必ずやっている商品陳列 最強のルール』 ナツメ社。
- ・三谷達三（2004）『図解 よくわかるこれからのバイヤー』 同文館出版。
- ・吉村たかみ（2005）『女性が思わず買ってしまう商品のヒミツ』 日本実業出版社。
- ・JA 全中（2016）『JA ファクトブック 2016』 編集／作成 （株）日本農業新聞
- ・JA 全中『世界と日本の食料・農業・農村に関するファクトブック 2016』 編集／作成 （株）日本農業新聞

【Web サイト】

- ・JA 全農（全国農業協同組合連合会）〈<https://www.zennoh.or.jp/>〉（最終アクセス 2016/09/25）
- ・JA 東京中央（ファーマーズマーケット二子玉川）〈<http://www.ja-tokyochuo.or.jp/store/13.html>〉（最終アクセス 2016/09/25）
- ・農業協同組合法等の一部を改正する法律案の概要〈<http://www.maff.go.jp/j/law/bill/189/pdf/noukyou0.pdf>〉（最終アクセス 2016/09/25）
- ・食料・農業・農村トピック〈http://www.jc-so-ken.or.jp/pdf/ja_report_writer/S-Watanabe/160325_01.pdf〉（最終アクセス 2016/09/25）

※入りきらない為、省略致します。パワーポイントでは全て掲載しております。

【雑誌・新聞】

- 『日経ビジネス』2016/09/26 号,8 ページ掲載「安倍政権、農業改革再点火の舞台裏」
- 『日経ビジネス』2016/03/28 号、30～33 ページ掲載 「農地をどう守るか（5）脚光あびる都市農業」
- 『日経ビジネス』2016/3/28 号「日本農業は物凄く伸びしろがある[自民党農林部会長]小泉 進次郎氏」
- 『日本経済新聞夕刊』2015/8/28 「地域農協の創意引き出す」3 ページ
- 『日本経済新聞朝刊』 2016/2/3 「農協改革、なるか進次郎流「農林中金いらない」発言に大揺れ 抵抗勢力見定め切り込む」 2 ページ
- 『日本経済新聞朝刊』2016/3/13 「動き出す農協改革——全国農業協同組合中央会会長奥野長衛氏、強い全中、時代に合わず、適地適作へ外部と協力（創論）」
- 『日本経済新聞朝刊』2016/5/26 「農中「不要論」に回答？農薬など含め総額500億円投資枠、「融資不十分」批判、小泉氏の反応探る。」
- 『日本経済新聞 地方経面 九州』2016/9/1 「JA 全農 中野会長に聞く 稼げる農業 仕組み急ぐ」

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

レーザーポインター使用します。

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となります。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。