

# 地域No. 1の鮮度で勝負！ 逆境に負けない組織づくりと販売連携強化



JALしまね



地域とともに

ラビット

組合員の皆様へ

出雲地区本部 総合指導課

玉木 祥治

# J Aしまね出雲地区本部の概況

## • 管内

旧出雲市、旧平田市、佐田町、多伎町、湖陵町、大社町

## • 組合員数

正組合員：10,874名

准組合員：49,021名

## • 特産品

出雲平野の水稻を中心に、ぶどうや柿の果樹やブロッコリー、アスパラガス、畜産など



# ラピタ農産物直売会とは？

出雲で育てた**安全・安心・新鮮な農産物**を**安定的**に供給しよう。

## 組 織

平成14年に結成。  
ラピタ全8店舗に設置。



本店直売コーナーオープンの様子

## 会 員

結成当初は50人  
→現在約600人に。



定期総会

## 販売額

3億9,386万円  
(税抜：R6実績)



ラピタ本店

# ラピタ農産物直売会 現状と課題

## ①生産力の減少

- ・ 高齢化による会員数の減少
- ・ 異常気象による出品数減少
- ・ 生産物の品質低下



## ②組織の弱体化

- ・ ラピタと直売会の連携不足
- ・ 会員相互連携の希薄化
- ・ 専門部会活動の停滞



## ③売り場のマンネリ化

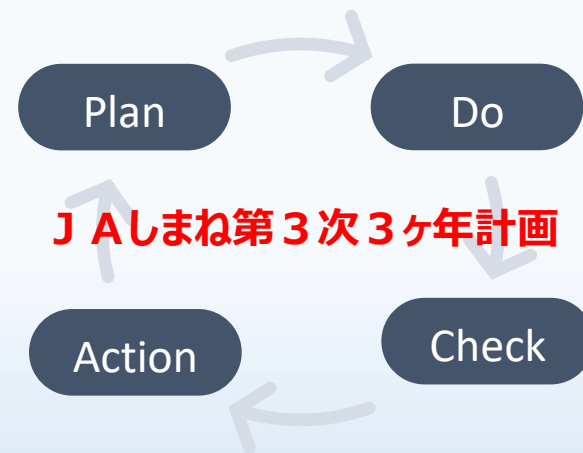
- ・ 他店舗との競合激化
- ・ 売り場の鮮度感低下
- ・ 端境期のチャンスロス



逆境に打ち勝つ競争力、対策が必要！

# 課題解決へ、3つの対策を計画・実践！

JALしまね第3次3ヶ年計画「地区本部独自重点実施事項」に基づき、3つの対策を計画し、実践に向けて取り組んだ。



## 01

### 生産振興対策

レベルアップ講習会

トレンド野菜の導入

J A 提供苗の改善と連携

中核農家の育成と経営改善

## 02

### 組織強化対策

ラピタとの意見交換

会員間のつながり強化

専門部会の活性化

## 03

### 販売強化対策

売場ルールの特化

ラピタバイヤーとの連携

共用スペースの設置

# 1. 生産振興対策

## ①レベルアップ講習会で栽培技術向上を

→外部講師（種苗会社アドバイザー）と連携し、レベルアップ講習会を実施。品目を絞った集中講義や端境期対策など実践試験も実施した。



レベルアップ講習会の様子

## ②トレンド野菜の導入と販売促進

→売り場の活性化には定番野菜だけでなく、新しい野菜、品種も必要と考え、カリノケールやトレビスなどのイタリア野菜やカリフローレの栽培を推進。包装やPOPなどで販売促進。



カリノケールの販売促進

# 1. 生産振興対策

## ③ J A 提供苗の改善と地区本部連携

→直売会員に提供する野菜苗の品質が低下。委託農家や斐川地区本部と連携し、苗質の改善に成功。順調に定植、活着、生育へとつながった。



野菜苗の改善

## ④ 中核農家の育成と経営改善

→販売額の減少の一因に中核農家の離脱（死亡）があった。販売額上位100名からリストアップし個別訪問し、現状把握と改善点を一緒に検討した。



中核農家を訪問

## 2. 組織強化対策

### ①意見交換会で改善点を

→ラピタ直売会役員とラピタ店長との意見交換会を実施。店舗の改善点やルール変更などを協議。5支部でも意見交換会実施。



ラピタ店長との意見交換会

### ②生産者の横のつながりを強化

→支部会（5支部）、専門部会（切花、加工、青年部）、交流会を実施し、会員相互の情報交換や栽培技術向上にも効果あり。「一緒に直売会を盛り上げていこう！」という意識を醸成。



切花部会の巡回

# 3. 販売強化対策

## ①地域No. 1 の鮮度で勝負！ルールの特明確化

→日持ちする品目を限定し「3日間ルール」を制定。明確にルール化され、適正量が並ぶことで売り場が活性化、鮮度感も増している。対象はいも類や果実など。

## ②ラピタバイヤーとの連携

→端境期を中心に、ラピタバイヤーと連携を密にし、チャンスロスを逃がさない店舗品ぞろえを徹底している。共有スペースで機動的な販売も。

3日間ルール対象品目一覧表

| 果実      |        | 根菜         | その他         |
|---------|--------|------------|-------------|
| あんず     | ブラム    | いちじういも     | かぼちや(カット除く) |
| いちじく    | ブルーベリー | キタイモ       |             |
| オリーブ    | ブルーン   | クワイ        |             |
| カリシ     | ヤマモキ   | ごぼう        |             |
| キウイフルーツ | リンゴ    | サツマイモ      |             |
| ポンナン    | 柿      | ジャガイモ      |             |
| くるみ     | メロン    | ショウガ       |             |
| サクランボ   | 種糖類    | ニンジン       |             |
| ざくら     | 栗      | にんにく       |             |
| スイカ     | 腎糖     | ヤーコン       |             |
| すもも     | 桃      | ユリ根        |             |
| ナツメ     | 瓜類     | レンコン       |             |
| ビワ      | 葱      | 自然薯        |             |
| ぶどう     | ポポー    | 長芋         |             |
|         |        | 唐芋         |             |
|         |        | 里芋         |             |
|         |        | たまねぎ(年を除く) |             |

※栽培した豆類(小豆・大豆・黒豆等)を除く  
 ※たまねぎは8月以降対象とする  
 ●一覧表に載っていない品目は、事務局に確認すること。  
 ●今後、役員会で協議後、変更する場合もある。

07.7

## 3日間ルール対象品目一覧



機動的な売り場配置を実現

# 課題山積、部門連携強化で乗り切る！

## ① J A 店舗の強みを発揮！

端境期に売り場がガラガラ状態。直売コーナーとしては致命的な状況…。

J A 店舗のメリットを最大限活かし、ラピタ青果コーナーで物量をカバー！全体で事業利益をあげる！

## ② 手数料引き下げ問題で工夫

「手数料引き下げ」の要望あり。会員の期待にも応えながら、J A 事業の振興にもつなげる方法はないか…。

おさいふカードでポイント還元を考案！ポイントはJ A 店舗で使用でき、循環型の還元。

# システムを活用、利便性を向上

## ①産直情報システムの活用

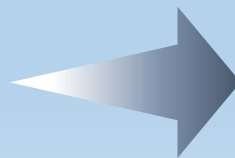
→販売状況を「メール配信」と随時情報を得られる「アプリネット」で確認。全会員に周知し、活用をすすめる。売上データ分析も。

## ②JAコネク트의推進



JAコネクで発信力強化

情報伝達は月1回発行の「直売会だより」のみ…。情報発信が弱い…。



JAコネクを導入し、栽培情報等を随時送信！現在、185人が登録。

# 曲げてはいけない信念 「新鮮」への一点突破

## ルールの緩和？

- ・出荷量の減少
- ・販売額の減少



役員から見切り品の販売や規格外品販売提案あり。

## 粘り強く説得！

ラピタの強みは「新鮮さ！」それを無くしてはならない！

## 方向性をまとめる！

「3日間ルール」など新ルールを設定。新鮮さを堅持！



役員皆が同じ方向性を持ち、売り場改革へ

# ラピタと生産者をつなぐ調整役である

【ラピタに対して】

- ・手数料が高い！
- ・売り場を増やせ！
- ・売り場管理が悪い！



調整も大事な仕事です

【生産者に対して】

- ・端境期にもっと出荷を！
- ・ルールを守って！
- ・シール機を壊さないで！



## ラピタ農産物直売会

新鮮 安全 安心

新鮮 安全 安心

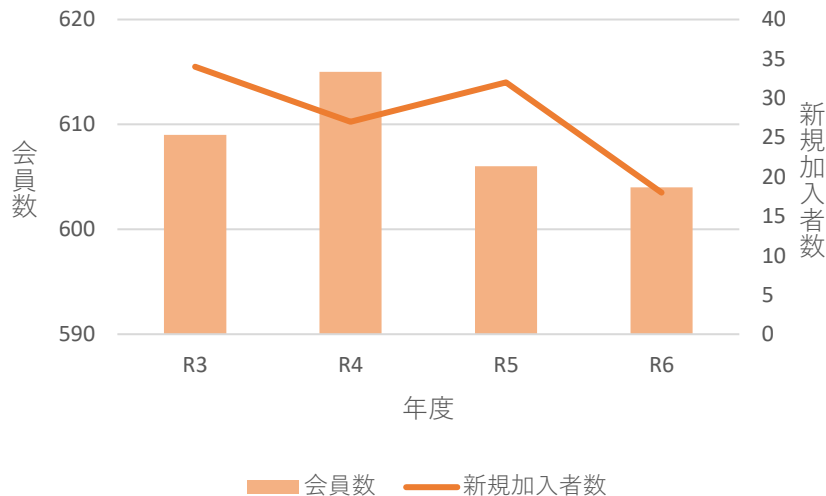


両者が同じ方向を向いて前にすすめるよう調整しています！

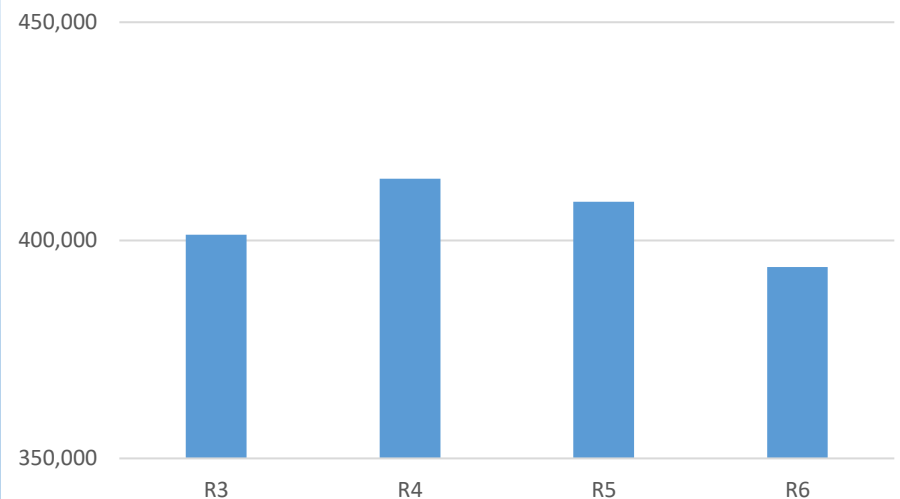
# ラピタブランドを守り続けること

地域の皆様から選ばれる直売コーナーとして前進し、「野菜や花はやっぱりラピタだね！」と言われるブランドを守り続けることが使命である。

### 会員数と新規加入者推移



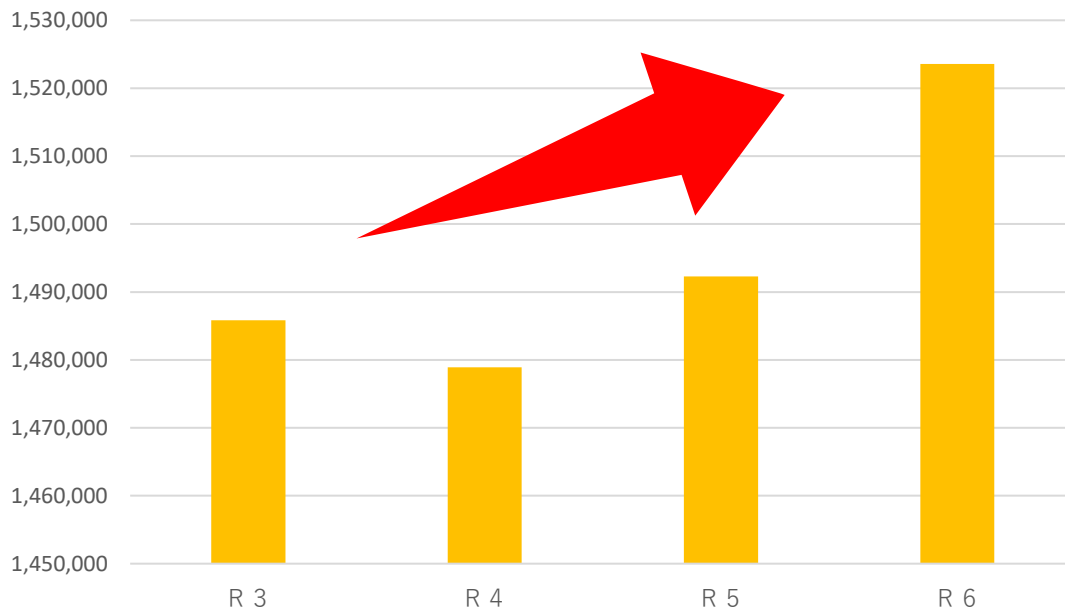
### ラピタ直売会 販売額推移（税抜：千円）



# ラピタとの連携が J A 事業伸長の鍵

直売コーナーでの減少部分をラピタ直営部分で補完し、ラピタ全体の売上は増加している。相互連携はJA直営型スーパーのメリットであり、J A 事業伸長の鍵でもある。

ラピタ直営を含む販売額推移（税抜：千円）



にぎわう お盆・年末の直売コーナー

# 次世代対策と地域貢献

## ①若者世代への波及が課題

若者世代の集客が課題であり、トレンド野菜の充実や、農業まつりでの「軽トラ市」などのイベントでPRを行っている。

## ②SDGsの実践

ひとり親家庭を支援する「コミュニティフリッジ出雲」の活動に賛同し、フードバンクとして野菜の残品や規格外品を週2回提供して喜ばれている。



農業まつりでPR



# 今後の展望 ～地産地消への原点回帰～

## ①存在価値を再定義

- ・とにかく新鮮！
- ・生産者の顔がみえる
- ・こだわりが伝わる

## ②逆境を逆手に

- ・高齢化でも頑張れる！
- ・猛暑に負けない！
- ・多品目が活きる

## ③消費者意識の変化

- ・食の安全・安心
- ・子どもへの食育
- ・地域応援・地元消費

**選ばれ続ける「ラピタ農産物直売コーナー」であるために！**



**会員と一緒に持続的な発展をめざし突き進みます！**



切花部会のみなさんと



**ご清聴ありがとうございました**

