

令和6年8月～10月講習会・セミナー日程②

お問い合わせは  
各担当部署まで

<エネルギー関係>

エネルギー調査部 TEL 03-5643-3681

| 講習会・セミナー名                     | 場所    | 日程          |
|-------------------------------|-------|-------------|
| JAグループエネルギーセミナー               | 東京    | 9月12日～13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 |
| 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      |

<農流研塾>

マーケティング・研修部 TEL 03-5643-3674

| 講習会・セミナー名   | 場所  | 日程     |
|---|-----|--------|
| 【新規】ITパスポート受験スタートアップセミナー<br>～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<br>～「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   |
| 経理知識セミナー 初級編①【オンライン一日】                                  | WEB | 9月10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  |
| 【新規】はじめてのデータ分析セミナー<br>～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  |
| 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  |
| 【新規】カスタマーハラスメントセミナー<br>～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 |

フロンティア読者の皆様へ アンケートのお願い

農協流通研究所広報誌「フロンティア」をお読みいただきありがとうございます。

今後の紙面の向上に役立てたいと考えておりますので、皆さまの貴重なご意見をいただきますようアンケートへのご協力をお願いいたします。

右のQRコードを読み取ってアンケートにご回答ください。

電子版フロンティアをお読みの方は、こちらのURLをクリックしていただいてもアンケートにご回答いただけます。

<https://customform.jp/form/input/178631>

なお、ご回答いただきました方から抽選で10名様にJA全農が運営するショッピングサイト「JAタウン」で使用できる「クーポン券(5,000円)」をプレゼントいたします。



- ※アンケート締切日：8月16日(金)
- ※アンケートは5分程度でお答えいただけます。
- ※アンケートの回答はおひとり様1回とさせていただきます。
- ※当選者の発表は「JAタウンクーポン」の送付をもって代えさせていただきます。クーポン送付は8月末頃を予定しております。



★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7月発行(第44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



農流研だより

# 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。

Contents

- 巻頭言 1
- 研究員レポート 2
  - ・JA全農ひろしまにおける耕畜連携の取り組みとブランディング活動～「さんあーもみじ」の事例について～
- JA内部統制支援情報 4
  - ・JA内部統制点検システムが稼働開始
- 店舗事業情報 6
  - ・第95回Aコープ店舗 海外セミナー(店長コース)実施報告～コロナ禍による中断を経て4年ぶりに実施～ 11
  - ・<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(後半)～農産物直売所の利用に関して～ 13
- 葬祭事業情報 15
  - ・第1回終活相談担当者スキルグランプリを開催～「全国JA葬祭経営研究会」総会・研究会開催報告～
- エネルギー事業情報 19
  - ・令和5年度LPガス事業経営実態調査の概要
- 令和5年度農協流通研究所事業のご報告 21
- 令和6年8月～10月講習会・セミナー日程 22

読者アンケート実施中  
詳細は裏表紙をご覧ください

「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(後半)

## ～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

### 1. 今回の目的

本稿の前半では、体験参加者と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によって、それぞれの属性やM直売所の利用状況等についての特徴を明らかにしました。

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特徴を把握し、「直売所を核とした消費者との交流・農業体験活動」の実施にあたっての課題について考えます。

### 2. 農業・農村に対する意識

体験参加者と直売利用者の農業・農村に対する意識をみるため、表3に示している問いに対して、「そう思う」、「まあそう思う」、「どちらともいえない」、「あまり思わない」、「思わない」の5段階で回答を求めました。同表では、「そう思う」と「まあそう思う」を合計して「そう思う」に、「あまり思わない」と「思わない」を合計して「思わない」にそれぞれ回答を集約しています。

「農業はきつい仕事だ」以外は体験参加者の方が直売利用者比べて「そう思う」との回答が多く、農業・農村への理解や愛着の度合いが高い結果となっています。このことは、体験参加者が農業・農村の現場に出かけて農家と直接接していることによるものと考えられます。体験参加者のなかには個人的に親しくなった農家を別の機会に訪れ、農産物を購入したり、親交を深める人もみられます。

### 3. これからの農業体験への参加意向

これからの農業体験参加の意向をたずねると、参加希望者は体験参加者で87.3%、直売利用者

で11.8%となっています。当然かもしれませんが、「直売所へ買い物を目的として来場している」直売利用者では、農業体験への参加希望者が少なくなっています。

前半で記載したとおり、体験参加者にはりピーターが多くみられ、次回も同じ黒豆作業体験を希望する者がほとんどでした。また、体験参加者に対する調査のなかで黒豆作業体験の活動内容に対する評価をたずねると、「満足」79.0%、「やや満足」21.0%で、満足度の高い結果となりました。

表3 農業・農村に対する意識 (単位：％、人)

| 項目          |           | 体験参加者 | 直売利用者 | 検定 |
|-------------|-----------|-------|-------|----|
| 農業には楽しみがある  | そう思う      | 95.2  | 73.4  | .. |
|             | どちらともいえない | 4.8   | 20.3  |    |
|             | 思わない      | -     | 6.3   |    |
|             | 回答数       | 63    | 207   |    |
| 農業に愛着がもてる   | そう思う      | 90.5  | 64.6  | .. |
|             | どちらともいえない | 9.5   | 29.1  |    |
|             | 思わない      | -     | 6.3   |    |
|             | 回答数       | 63    | 206   |    |
| 農業はきつい仕事だ   | そう思う      | 92.2  | 83.1  | ns |
|             | どちらともいえない | 7.8   | 15.5  |    |
|             | 思わない      | -     | 1.4   |    |
|             | 回答数       | 64    | 207   |    |
| 農村は豊かな所だ    | そう思う      | 87.3  | 64.1  | .. |
|             | どちらともいえない | 11.1  | 29.1  |    |
|             | 思わない      | 1.6   | 6.8   |    |
|             | 回答数       | 64    | 206   |    |
| 農村での暮らしは大変だ | そう思う      | 85.9  | 69.1  | .  |
|             | どちらともいえない | 10.9  | 22.2  |    |
|             | 思わない      | 3.1   | 8.7   |    |
|             | 回答数       | 64    | 207   |    |

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) 「そう思う」と「まあそう思う」を合計して「そう思う」、「あまり思わない」と「思わない」を合計して「思わない」に集約している。
- 3) 検定の\*\*と\*はそれぞれ1%水準、5%水準で有意であることを、nsは有意でないことを示している(Fisherの直接確率検定)。

表4 M直売所利用者の希望する農業体験の種類

| 項目            | (単位：人) |      |        |    |
|---------------|--------|------|--------|----|
|               | 40歳代以下 | 50歳代 | 60歳代以上 | 合計 |
| 黒豆作業体験        | 2      | -    | 6      | 8  |
| タマネギ作業体験      | 2      | -    | 4      | 6  |
| トウモロコシ収穫体験    | 4      | -    | 1      | 5  |
| 体験農園(各種野菜づくり) | 2      | -    | 8      | 10 |
| 他の作物の体験       | -      | 1    | 3      | 4  |
| 回答数           | 5      | 1    | 18     | 24 |

資料：アンケート調査により作成

注：数値は回答数を示している。

直売利用者の体験参加希望者の比率は小さいが、農業体験に「参加したい」との回答は、表4に示すように、子育て世代の40代以下だけではなく、60歳以上層にも多くみられます。また、希望する作業体験の種類は、「体験農園(各種野菜づくり)」、「黒豆作業体験」、「タマネギ作業体験」などでしたが、40代以下にはトウモロコシ収穫体験の希望者が多く、回答者の年齢によって希望する体験が異なる結果となっています。

### 4. まとめ

以上から、農業・農村に対する理解や愛着の程度は、買い物を目的として農家との交流が少ない直売利用者比べて、直接農家と交流している体験参加者の方が高い結果となりました。体験参加者は農業体験へ引き続き参加することを希望していますが、直売利用者には農業体験への参加希望は少なくなっています。

しかし、M直売所は年間60万人を超える消費者が訪れており、たとえ11.8%と希望者の比率が小さくとも、来客のなかには数万人の体験希望者が潜在することになることは軽視できないのではないのでしょうか。

最後に、今回の調査を通じて、「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について考えてみます。

第1には、潜在的に多くの農業体験希望者が予想される直売利用者に対して、農業体験のPRを積極的に展開することです。ただし、子供の教育を主な目的とする若い消費者層と実際の農作業体験や現場の農業に触れたい高齢者層では体験の目的や希望する体験の種類が異なると考えられます。体験に対するニーズの把握とそれに基づくPRが必要となります。

第2には、体験参加者の農業体験参加時に地域の直売所をPRすることです。体験参加者にはりピーターが多く、参加回数が多いほど直売所の利用機会も増加する傾向がみられたことから、高齢化している直売利用者の若返りも期待できます。

第3は上記とも関連しますが、若い年代層の直売所利用機会の拡大を図ることです。そのためには、例えば、子供を中心とした食育や調理コンテストなど、子供をもつ若い年代層を対象とした直売所イベントの開催が有効であると考えられます。また、こうしたイベントは、運営方法によって生産者と消費者の交流に結び付くことも期待されます。

第4には、直売所と生産者との連携が必要なことです。農家との交流は消費者の農業・農村への愛着や理解度を高める効果が期待できることから、消費者との交流が可能な農業体験や直売所イベントへの生産者の参加協力は欠かせないと考えられます。

なお、今回は和歌山県のJA紀の里管内の黒豆作業体験参加者とM直売所との関係について述べてきましたが、他の農業体験参加者の意識や行動についても検討が必要であるとともに、全国のJA等において、多様な調査等を実施し、今後の直売所のあり方を多面的に検討する必要があるのではないのでしょうか。

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。