

平成 21 年度事業計画書

米国のサブプライム問題から始まった金融危機は、その後実態経済に大きな影響を与え始め、現在、世界同時不況の様相を呈してきています。国内企業も需要減退、円高進行により大幅な業績悪化となっています。景気進行役不在の日本経済はしばらく景気悪化が続くことが予想され、今年度の実質経済成長率は7年ぶりにマイナスになると見通されています。

農業をめぐる情勢では、WTO農業交渉が重要な局面を迎えており、国をあげての日本農業の競争力強化の取り組みが不可欠な状況となってきています。また、多発する食品偽装事件を受け、消費者からの食の安心・安全を求める声はますます高まっており、日本農業への大きな期待ともなっています。JAグループはこうした情勢を踏まえ、担い手支援対応の強化など地域農業支援に取り組んでいます。

当研究所は、JAグループの経済事業をサポートする団体として、農畜産物の生産・流通に関わる調査・研究、Aコープ店舗・SSなどの指導、JAグループの人材育成などに取り組んでいます。21年度はさらに教育研修事業の充実、直売所支援など従来以上にJAグループから評価される取り組みを行っていきます。

公益法人をめぐる情勢としては、昨年12月に「公益法人関連法」が施行されましたが、この法律にもとづき、すべての公益法人は平成25年11月までに「公益社団法人」か「一般社団法人」かの選択を行わなければなりません。

21年度は選択を行うための準備期間と位置づけ、事業内容の見直しを行うとともに、研究所の知名度向上のため、積極的な広報活動を行うこととします。

21年度に取り組む重点事項は以下のとおりです。

【事業別取組方針】

1. 調査研究事業：

- (1) 国の調査事業は公募制に移行するとともに、事業規模が減少する状況にあります。調査企画の充実をはかり、国・地方公共団体・関係機関からの調査・研究案件の受託をすすめます。また、JAグループと連携し農畜産物の流通に関わる調査・研究を行います。
- (2) JA全農と連携し、「Aコープ店舗」「JA-SS」「JA-LPガス事業」に関する実態調査・分析を行い経営改善と競争力強化に役立てます。
- (3) 近年のエネルギー事情変化に対応するため、JA全農と連携し、バイオ燃料、燃料電池など新エネルギーに関する調査研究を行います。

- (4) J A全農グループの農産物販売、マーケティング、小売業界の動向などに関する情報収集と情報誌（メルマガ）の編集を行います。

2. 指導事業：

- (1) J A・会社からの要請に基づき、Aコープ店舗の「新規出店調査」「店舗運営の改善提案」を行います。また、農産物直売所についても「新規出店調査」を行うとともに開設・運営指導に資するマニュアル書の作成を行います。
- (2) J A葬祭事業については新規葬祭会館の運営指導など現地での個別指導を行います。
- (3) J A—S S事業を支援するため、エリア戦略プログラムによる「需要想定」「最適配置」「候補地検討」「S S再配置網」などの提案・指導を行います。
- (4) J A—L Pガス容器配送効率化システムを活用し、効率的な配送ルートのシミュレーションを基にした適正な配送要員、配送車数などを提案します。

3. 教育研修事業：

- (1) 全中・全農と連携し、生産情報公表農産物J A SやG A P（農業生産工程管理手法）の普及推進や人材育成に必要な講習会を行います。また、J Aグループの人材育成を強化するため、新たな資格制度として、J Aグループの担い手職員などを対象とした「農業生産工程管理士（仮称）」の導入を検討します。
- (2) Aコープ協同会社における教育研修体系を整理し、これにもとづく階層別教育および職位別教育を実施します。また、店舗職員資格認証制度については、eラーニングでの学習システムの活用をさらにすすめ、店舗職員の教育履歴管理とあわせて定着化をはかります。
- (3) 「J A葬祭事業」に関わる人材育成を強化するため、葬儀企画、葬儀受付・渉外業務強化講習会の他、ホールマネジメント講習会を新たに開催します。また、新規事業として、J A葬祭事業に関わるJ A独自資格の導入、および講習会フォローアップのためのネットシステム導入を検討します。
- (4) J Aグループの石油・ガス・自動車事業の経営基盤強化に資するため、石油事業経営者セミナー、セルフS Sセミナー、L Pガス事業セミナー、自動車事業セミナーを開催します。
- (5) 全農グループと連携し、全農グループ販売会社などを対象とした農畜産物マーケティングに関する研修会を実施します。また、全農関連会社の教育研修を補完、充実する観点から、初級職員を対象とした教育研修をモデル研修会として試行的に実施します。
- (6) 「店舗事業」「J A葬祭事業」「燃料事業」「農畜産物マーケティング」に関する海外最新事情の把握を目的とした海外セミナーを個別に実施します。

4. 業務運営対策：

(1) 制度改革対応

昨年12月1日に施行された「公益法人関連法」により当面は現行の権利・義務を引継ぎ特例民法法人となりました。今後については、5年間の猶予期間があるため、他の公益法人の動向や会員の意向、公益認定の得失などを勘案し、公益法人または一般社団法人のいずれの形態に移行するかの方針を決定するものとしします。

(2) 業務運営の充実

- ア. 現在、正会員は10会員、賛助会員は20年度に8会員の加入があり121会員となっています。今年度も引き続き会員拡大に努め、研究所活動内容の積極的な情報提供と意見交換を実施します。また、全農関連会社の正会員加入推進を行い、多くの会員からの要望を取り入れた研究所業務内容の充実に努めます。
- イ. 新規事業への対応や研究所の効率的な事業運営を行うため、テーマ毎のプロジェクト活動などを通じ部門間連携を強化します。
- ウ. ホームページ、会報「フロンティア」、研究所事業案内などを活用した研究所の活動内容の紹介と事業関連の情報提供を行う他、あらゆる機会を通じた研究所の知名度アップに努めます。
- エ. ホームページについては掲載情報の充実、迅速化をはかります。また「フロンティア」については、現地調査をもとに国産原材料供給力強化や農産物直売所に関する内容の充実を図ります。

【部門別実施具体策】

1. 調査研究部：

(1) 調査・研究

【国・都道府県関係】

ア. 通い容器の普及啓発・体制整備

通い容器の普及に向け、インターネットを活用した流通管理システムの活用による容器回収の課題解決と地方における推進体制の整備を図ります。

イ. 野菜・果実の輸出促進

野菜・果実の輸出を促進するための品目別輸出戦略プランの普及や同プランの充実を図ります。さらに国内・海外現地調査やブランドづくりによる輸出ビジネスモデル戦略を策定します。

ウ. 新技術活用によるビジネスモデル

新技術の活用により物流効率化等を実現するビジネスモデルの提案や実証を行います。

エ. 県特産品マーケティング

山梨県のもも、ぶどうが他県産（岡山、長野など）と商品力がどう違うのかのリサーチを行い販売戦略ビジョンを策定します。

【関係団体関係】

ア. 青果物契約取引等推進事業

青果物の契約取引を推進するため、産地・中間事業者・食品製造事業者のリスク負担を明確にするモデル取引の検討を行います。

イ. 国産原材料情報

農業と食品産業との連携強化（食農連携事業）の一環として、国産原料食材の安定取引推進のため、原料食材の生産・取引実態および流通各段階の取組実例を紹介する「原材料通信」誌の発行等を行います。

ウ. 養鶏事業者の経営環境

飼料価格の変動によるブロイラー生産事業者の経営環境の実態調査を行います。

【JAグループ関係】

ア. 農産物の輸出目標

JA全農関係各部と連携して主要品目別の国産農産物輸出の中期目標づくりを行います。

イ. 農産物直売所の実態調査

直売所の診断事業に必要な経営データ等の収集を目的とした実態調査を行います。

(2) 教育研修

- ア. 生産情報公表農産物 J A S および G A P (農業生産工程管理手法) 導入講習会
19年3月に登録した生産情報公表農産物 J A S 登録認定機関業務に必要な指定講習会を実施するとともに、全中・全農と連携した G A P (農業生産工程管理手法) の普及推進や人材育成に必要な講習会を行います。
- イ. 農業生産工程管理士資格制度 (仮称) の検討
J A グループの営農担当職員や担い手担当職員等を対象とした新たな資格制度として「農業生産工程管理士」(仮称) 資格制度を検討します。

2. 店舗生活部：

(1) Aコープ店舗関係

【調査・指導】

- ア. 協同会社店舗にJA単独店舗を加えた、店舗全体の売上高、収支と経営効率を掌握するため、平成20年度Aコープ店舗経営実態調査を実施します。
- イ. 店舗の長期的視点に立った経営改善をすすめるため、内部研究員・外部専門講師の指導チームによる店舗運営の現状分析と改善提案を行います。
- ウ. 個別の新規出店案件については、商圈および競合店調査の実施による需要の想定、立地の適否、店舗の採算性などの診断を行います。
- エ. 生鮮部門の現場指導については、派遣講師の見直しを行うなど、業界の最新動向を踏まえた指導を行います。
- オ. 店舗に関する情勢提供や運営、経営に対する提言を行うため「店舗インフォメーション」を発行します。

【教育研修】

- ア. Aコープ協同会社における人材育成のための教育研修体系を整理し、これにもとづく年間講習会を実施します。
- イ. 教育研修体系に沿って、階層別教育（上級幹部養成講習会、中堅職員養成講習会）および職位別教育（バイヤー養成講習会、バイヤー専門講習会、店長塾、開発実務講習会、チェッカーリーダー講習会）を実施します。
- ウ. 店舗部門主任者のレベルアップをはかるため、従来の座学方式を変更し、有力店舗のクリニックとポイントの取りまとめを主とした部門別講習会を実施します。
- エ. セミナーとして、経営者向けの店舗戦略トップセミナー、職員向け先進店舗視察セミナーを実施します。また、店長を対象にした海外先進店舗視察研修を実施します。
- オ. 店舗職員資格認証制度については、中級資格試験を年2回に増やし、店舗職員の教育履歴管理とあわせて定着化をはかります。
- カ. 店舗資格認証取得を促進するため、eラーニングでの学習システムの活用をさらにすすめます。また、今年度は初級コースのコンテンツを新規導入します。

(2) 農産物直売所関係

- ア. 直売所運営指導に資するマニュアル書の作成を行います。
- イ. 直売所を開設する場合の出店調査、採算性の判断などの診断を行います。
- ウ. JA全農と連携し、現地視察を中心とした研修会を開催します。

(3) 葬祭事業関係

- ア. 新規葬祭会館の運営力構築や葬祭事業に関わる従業員のサービス力向上などの現地研修会に専門講師を派遣します。

- イ. 葬祭講習会はJ Aの事業支援、実践力の強化のため葬儀企画、葬儀受付・涉外業務強化講習会の他、ホールマネジメント講習会を新たに開催します。また、講習会フォローアップを目的としたネットシステム導入を検討します。
- ウ. J A葬祭事業の人材育成を強化するため、J A独自の従業員資格制度の導入を目指した準備を行います。
- エ. 葬儀の多様化、社会のグローバル化、J Aの葬儀事業の新機軸を求めるニーズに対応するため、アメリカにおける葬祭事業の海外視察セミナーを実施します。

3. エネルギー調査部：

(1) 石油関係

ア. 「JA-SSの経営指標」の作成

平成20年度のJA-SS経営実態を調査・分析し、平成22年度事業計画に資する指標を策定します。

イ. SV-NETシステムの充実・改善

需要予測等の基礎となる地図・人口・自動車保有数等のデータおよび事例・調査研究結果等を更新し、SV活動を支援する情報をネット提供します。

ウ. 「カーケア型」セルフSSの事例研究

競争が激化しているセルフSSの経営強化のため、実験SSを選定し関連商品の取扱強化策を検証します。

①洗車取扱強化のための指導書作成（20年度継続）

②タイヤ取扱強化のためのモデルSS検証（20年度継続）

エ. 新CIブランド強化モデル研究

全農において平成20年度より展開している新CIカラー（SS）のブランド強化策を実証研究します。

オ. SV基準書改定

既存のSV基準書を実態に合わせて改定します。

カ. エリア戦略プログラムによるJA-SS支援・指導

①SS需要想定：出店候補地における需要予測を行います。

②戦略マップ：広域エリアにおけるSSの最適配置を検討します。

③ゾーンマップ：広域エリア内での出店条件に合った候補地を検討します。

④再編成プログラム：JA単位でのSS再配置網（統廃合を含む）を提案します。

(2) LPガス関係

ア. JA-LPガス事業経営実態調査

平成20年度のLPガス事業の経営実態を分析し、報告書を作成します。

イ. JA-LPガス販売所再編シミュレーションの実施

モデル県域・県JAを選定し、LPガス販売所の再編計画をシミュレーションし事業改善に役立てます。

ウ. JA-LPガス容器配送効率化システムによる合理化支援・指導

LPガス容器配送拠点（充填所）からの効率的な配送ルートをシミュレーションし、適正な配送要員、配送車数などを提案します。

(3) 自動車関係

平成20年度の自動車整備工場の経営実態を分析し、「JA自動車整備白書」を作成します。

(4) 教育研修関係

ア. 石油事業経営者セミナー、セルフSSセミナー、LPガス事業セミナー、自動車事業セミナーを開催します。

イ. 海外における燃料・自動車業界等について、関連施設の視察・研修を通じて最新情勢の把握を目的として海外セミナーを実施します。

ウ. JA、経済連、全農県本部が開催する各種研修・講習会に講師を派遣します。

(5) 新エネルギーへの取り組み

バイオ燃料の新技術について、大学・専門組織からの実用化ノウハウや情報を収集しJAグループを支援します。また、燃料電池の普及に向けての課題（コスト、対象選定等）について調査・研究します。

4. 農畜産物マーケティング部：

(1) 農畜産物マーケティングに関する研修

- ア. 全農グループの「生産者と消費者を結ぶ架け橋機能発揮」の方針を踏まえて、全農グループの営業関係職員の資質向上に資する営業に即役立つ研修を行います。
- イ. 研修アンケート、職場の要望に応じたセミナーとして「結果を求める営業実践セミナー」、「価格交渉スキルアップ実践セミナー」「新規開拓必勝法セミナー」を新設するとともに、受講の多かった営業の基本から実践までを体系化したステップアップの研修、更なるリーダーシップ発揮を期待する「チームリーダーのコミュニケーションスキルアップ研修」を継続します。
- ウ. 受講者の便宜をはかるため、「営業のクレーム対応」、「食品表示対策基礎」のセミナーは東西2か所で開催します。
- エ. 海外セミナーについては、「農業および最新食品の生産・流通事情」の把握を目的としたEU研修を継続実施します。
- オ. 全農と連携しエリア別のニーズに沿ったマナー研修、営業マン研修などの「出前研修」を実施します。
- カ. JAが開催する研修会の企画提案、講師派遣を行います。

(2) マーケティング情報誌（メルマガ）の発行

- 情報誌の発行については、発行元である全農大消費地販売推進部の方針に基づき
- ア. 営業の現場で役立つ情報提供（ニーズにあった情報提供）
 - イ. 話題性などニュース性のある情報提供
 - ウ. 迅速な情報の提供
 - エ. 流通業界、生協、行政、外食、消費者などの動向
 - オ. 新店、出店情報の提供
 - カ. 年間掲載記事のスケジュール化
- をすすめます。

(3) 全農関連会社の初級職員教育研修のモデル実施

全農関連会社の教育研修を補完、充実する観点から、本年度は、全農各部門の教育研修の実態と意向を踏まえて、初級教育研修内容の検討を行い、モデル研修会を試行的に実施します。

【参考】新規事業対策：

1. 全農関連会社の初級職員教育研修のモデル実施

- (1) 全農関連会社の教育研修については、各会社独自で行っているもの、全農が事業別に行っているもの、グループ会社統括部・人事部が行っている階層別研修などがあります。
- (2) 関連会社の人材育成のためには、体系的な教育研修の確立が必要となっており、当研究所では、全農関連会社の階層別研修を実施する方向で全農との協議・検討をすすめます。
- (3) 22年度の本格実施を目標とし、今年度は全国本部関連会社の初級職員を対象とした教育研修をモデル研修会として試行的に実施します。

2. 農産物直売所の実態調査

- (1) 直売所人気はまだ高くJAでの新設要望も多い実態にありますが、有人の農産物直売所は全国で5,000ヶ所以上あると云われており、一部では淘汰の時代にも入っています。
- (2) 当研究所はこれまで新規出店に関わる売上高予測などの診断事業を行っておりますが、運営改善指導については外部コンサルと提携し対応を行ってきています。
- (3) 今後さらに増えることが予想される運営改善指導に対応するためには、データの蓄積が不可欠であり、研究所独自に農産物直売所の実態調査を実施します。

3. JA葬祭事業に関わる資格制度および講習会フォローアップネットシステムの導入

- (1) JAグループは葬祭事業のレベルアップのために、担当職員に対し民間資格である「葬祭ディレクター」資格取得をすすめています。
- (2) しかし、葬祭事業は厳しい競争の時代に入っており、さらなる資質向上が重要になっています。このため、葬祭事業実施JAおよび全農と連携し、JA独自の従業員資格制度の導入を目指した準備を行います。
- (3) また、葬祭講習会受講者のフォローアップを目的としたネットシステムの導入を検討します。

4. 農業生産工程管理士制度（仮称）の検討

- (1) JAグループの営農担当職員や担い手担当職員には、食をめぐる知識の取得、生産履歴やGAP対応など農産物の安全性確保の観点から、現場指導のさらなるスキルアップが求められています。
- (2) 当研究所は「農業生産工程管理士」の商標登録を有していることもあり、「生産情報公表農産物JAS」の認定機関としてのノウハウを活用して、JAグループとして必要とされる新たな資格制度の導入を検討します。