

静岡県JAなんすんの准組合員訪問活動

主席研究員 重頭ユカリ

1 准組合員訪問活動の目的

静岡県のJAなんすんでは、准組合員とのつながりを強化するため、10年以上前から全職員で全准組合員世帯を、6月と11月の年に2回訪問している。准組合員に日頃の事業利用への感謝の気持ちを伝えるとともに、JAの取組みを知らせて理解を深めてもらう。そのうえで、准組合員の意見や要望を聞いて事業に役立てることを目的としている。

2 訪問に合わせた准組合員情報誌刊行

准組合員訪問活動の流れを、計画・実行・評価・改善のPDCAサイクルに沿ってまとめ

第1図 「准組合員訪問活動」のPDCAサイクル

計画	総合企画部	<ul style="list-style-type: none"> 准組合員向け情報誌「なんじゃ!」、カレンダー(秋のみ)の企画・作成 「なんじゃ!」の内容を、役員・全部長が参加する広報委員会で検討 各支店あてに、准組合員訪問活動の実施についての通知文書発出 出資金台帳をもとに准組合員データの整備、訪問先リスト作成 支店にリスト配布、本店からの応援職員の割り当て
	各支店支店長	<ul style="list-style-type: none"> 准組合員住所リストのデータを地図ソフトに取り込み、訪問先地図を作成し、職員に割り当て 各職員は、割り当てられた地図をチェック 訪問を行う日時等について職員間で調整
実行	訪問担当者(全職員)	<ul style="list-style-type: none"> 地図を活用しながら、訪問を実施 准組合員情報誌、地域ふれ愛活動のパンフレット、キャンペーンチラシの配布 「准組合員訪問報告書」の作成
評価	各支店(支店長)	<ul style="list-style-type: none"> 各職員の准組合員訪問報告書から、総合企画部向け「結果報告書」を作成 准組合員の要望への対応を職員に指示
	総合企画部	<ul style="list-style-type: none"> 実績のとりまとめ
改善	支店・総合企画部	<ul style="list-style-type: none"> 面談率向上のための施策検討 准組合員の要望を受け、准組合員向け情報誌「なんじゃ!」の内容を検討

資料 JAなんすんでのヒアリングに基づき筆者作成

ると、第1図のようになる。

同JAが2015年11月に准組合員向けに実施したアンケートでは、回答者の45%が広報誌やウェブサイトに掲載してほしい内容として、JAなんすんの「産直市・朝市」を挙げた。これを受け、JAの産直市、実施するイベントや旬の食材の情報等を伝える准組合員向けの情報誌「なんじゃ!」を16年11月に発刊した。訪問を開始した時点では通常の広報誌を配布していたが、現在は、准組合員訪問活動に合わせて年に2回「なんじゃ!」を刊行し、配布している。

3 訪問先リスト、地図の作成

訪問前には、本店の総合企画部から各所属長あてに「准組合員訪問活動の実施について」という文書を出し、実施期間(約2週間)や訪問担当者、配布物、報告書の提出期限等を示す。また、総合企画部は出資金台帳に登録されている准組合員データを整備し、支店ごとの訪問先リストを作成する。

18年6月には、准組合員2万4千世帯を、本店の部長を含む全正職員で訪問した。1人当たりの訪問先数は約70件であった。准組合員数が多い支店には、総合企画部が本店からの応援職員を割り当てる。応援職員には、本人の地元や前任地などを割り振り、なるべく同じ先を回ることができるよう配慮している。

支店では、支店長がリストのデータをもとに地図システムを活用して担当訪問先の地図を作成し、各職員に訪問先を割り当てる。地

図システムでは集合住宅の居住状況が分かりにくい、世帯内の准組合員数が把握できないといった問題があるため、各職員はリストと地図の突き合せ作業を行う必要がある。訪問先のリストそのものは、個人情報保護の観点から事務所外への持ち出しを禁止している。支店職員の間では、同じ業務を担当する職員が同時に離席することがないように、訪問日時の事前調整を行う。

4 情報誌を活用した話題提供

各職員は設定されている期間中の1～2日を訪問活動にあて、地図上で回りやすい順を確認し、効率的に訪問する。訪問先では、まず日頃の取引きに対しての感謝を伝え、情報誌「なんじゃ！」やキャンペーンのチラシ等を手渡ししながら、JAの取組みを紹介する。准組合員向けの情報誌があると、訪問時に「新しい情報誌をお届けにあがりました」と声をかけることができ、あまり面識のない准組合員に対しても話題を提供しやすい。そのため、事前に訪問のための研修をしたり、経験の浅い職員への同行訪問を行ったりしていない。

不在のお宅には、訪問しましたというメモをつけて情報誌やチラシ等を置いてくる。事前に電話等でアポイントメントをとってから訪問するケースはほぼなく、面談できる割合はおおむね5割程度である。業務時間外に訪問した場合は時間外手当が支給されるが、訪問される准組合員のことを考慮し、実際には土日や夜間の訪問はほとんど行っていないという。

訪問を終えると、各職員は准組合員訪問報告書を作成する。同JAでは、年金新規・指定替え、年金予約、給与振込、住宅ローン、マイカーローンの取引獲得につながる情報を提

供した場合には職員にポイントが与えられ、年間の獲得が多い職員は表彰を受ける。訪問時に、会話のなかでそうした情報を聞くことができた場合には、報告書にも記載する。

5 支店で結果報告書を作成

支店長は、各職員から提出された報告書を見て、具体的な要望等が出た訪問先については、支店内で情報共有を図り、担当職員に改めて訪問するよう指示を出す。併せて、支店全体の「准組合員数」「訪問数」「面談人数(本人、家族、合計)」「本人面談率」「家族も含めた面談率」等の「結果報告書」を作成する。

総合企画部は、各支店からの結果報告書を取りまとめ、支店長からの意見を受けて、面談率の向上に役立つ施策の検討等を行う。

6 訪問活動の効果

訪問活動は、特定の事業を利用するために准組合員になった人が、その他の事業やJAの様々な活動について知り、総合事業を理解するよいきっかけとなっている。また、職員にとっても、担当業務以外の情報を准組合員に伝えることによって、JAが総合事業を行っていることを改めて実感することができる。

同JAでは、「地域ふれ愛活動」と呼ばれる支店による協同活動も活発に行われているほか、援農ボランティア制度等も設けられており、JAや農業への関心の高まりに応じて、准組合員等が参加できる様々な取組みがある。

そうした情報を分かりやすく伝える准組合員向けの情報誌を活用しながら、准組合員と対話することにより、参加を促進し、つながりを深めるといった好循環がうまれているといえよう。

(しげとう ゆかり)