

# JA山口県による次世代層への アプローチ

～ 新規事業によりJAと次世代層のつながりを深める ～

JA山口県 周南統括本部推進課  
畠中 宏剛

## JA山口県の概況



# 課題解決に向けて

## SWOT分析

		プラス要因	マイナス要因
		強み (Strength)	弱み (Weakness)
内部環境		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ JAブランド</li> <li>・ 総合事業の展開</li> <li>・ 組織力</li> <li>・ 地域密着サービス</li> <li>・ LA・経済職員による訪問体制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業間の連携不足</li> <li>・ 次世代層とのつながりが少ない</li> <li>・ 若手の離職</li> <li>・ 利用者の高齢化</li> </ul>
		機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
外部環境		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 住みやすい地域</li> <li>・ 子育て世代の地域</li> <li>・ 安心・安全に対するニーズの高まり</li> <li>・ 複数の大企業が拠点としている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 少子高齢化</li> <li>・ 非対面ニーズの上昇</li> <li>・ 他企業による競合</li> <li>・ 生産年齢人口の縮小</li> </ul>

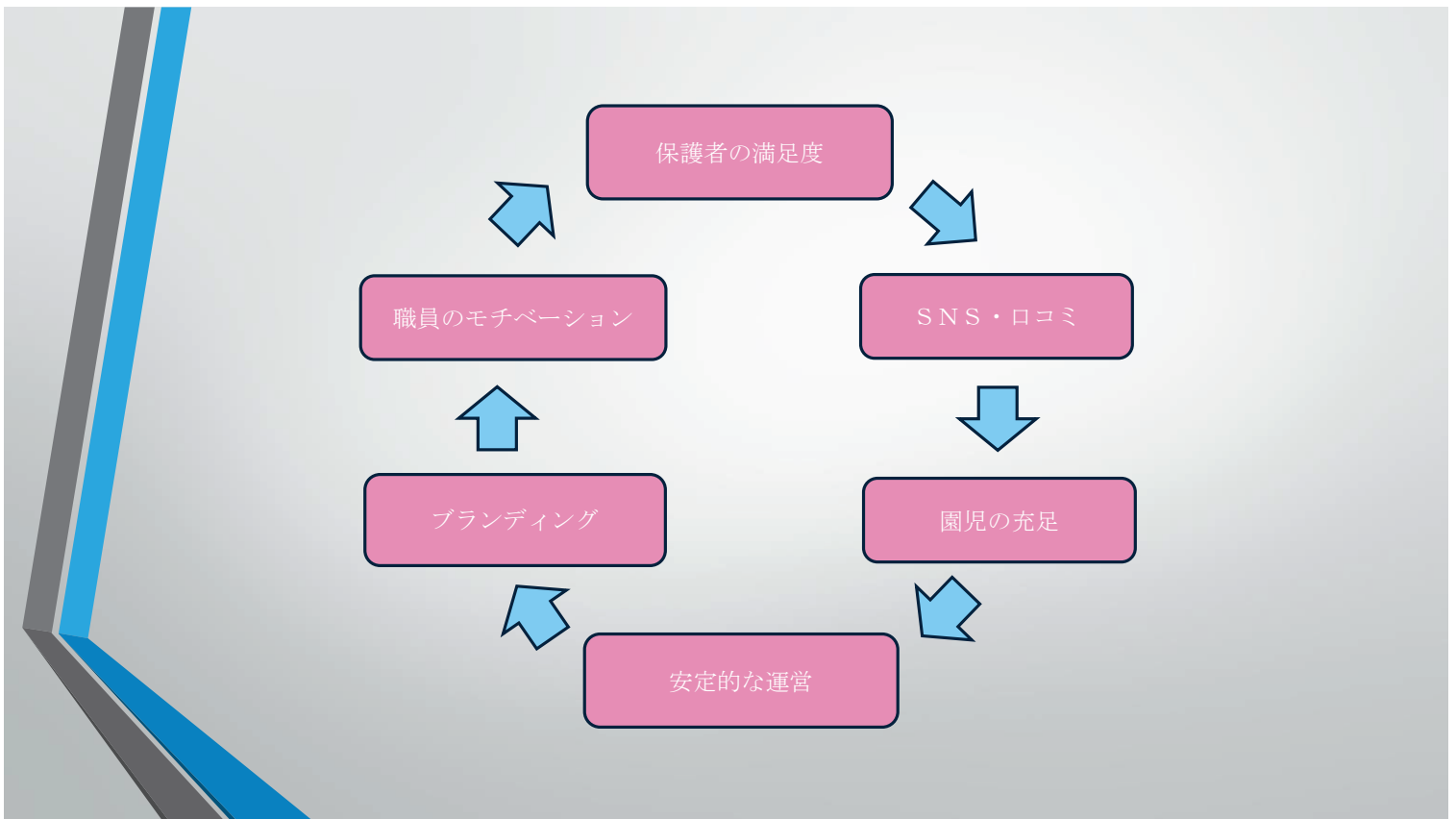
# 保育事業事業参入に向けて

## STPフレームワーク

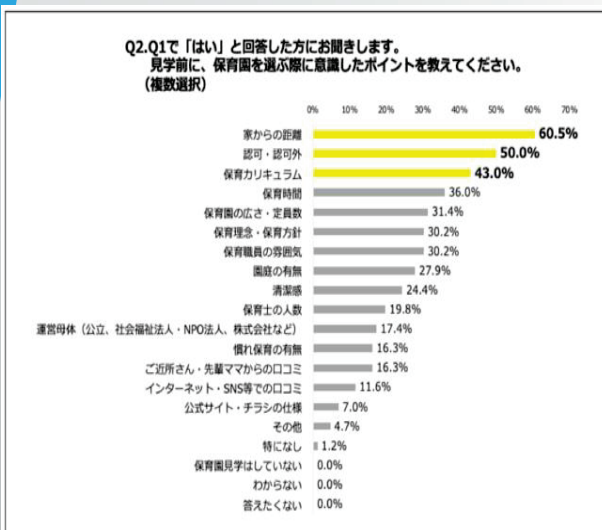
<b>S</b>	<b>セグメンテーション</b> ・ 地理的基準：大企業が立地している周辺・市街地
<b>T</b>	<b>ターゲティング</b> ・ 共働き世帯（0～6歳の子育て世代）
<b>P</b>	<b>ポジショニング</b> ・ 園利用により総合事業への展開を行う

## 4 P分析

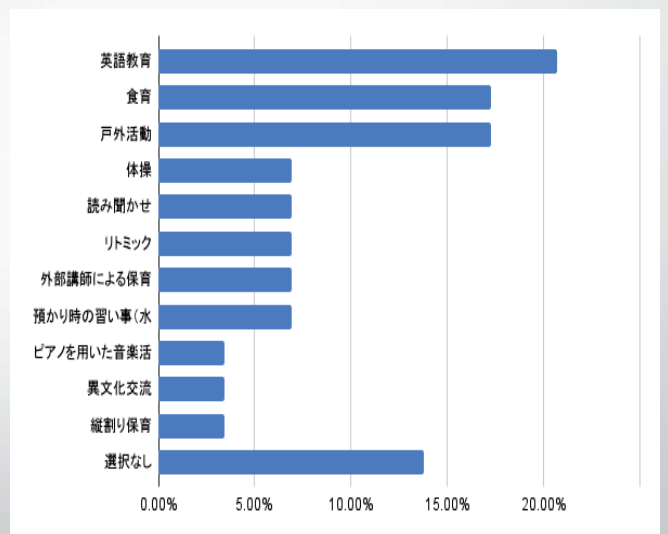
4 P分析	
<b>Product (保育内容)</b>	<b>Price (価格)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 保育カリキュラム</li> <li>・ 保育方針</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 保育料</li> <li>・ 保育の無償化</li> </ul>
<b>Place (立地)</b>	<b>Promotion (園児募集)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 周辺環境</li> <li>・ 通しやすい場所</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 募集戦略</li> <li>・ 口コミ</li> <li>・ 広告</li> <li>・ 支店の窓口・渉外による情報提供</li> </ul>



## 保育園を選ぶ基準

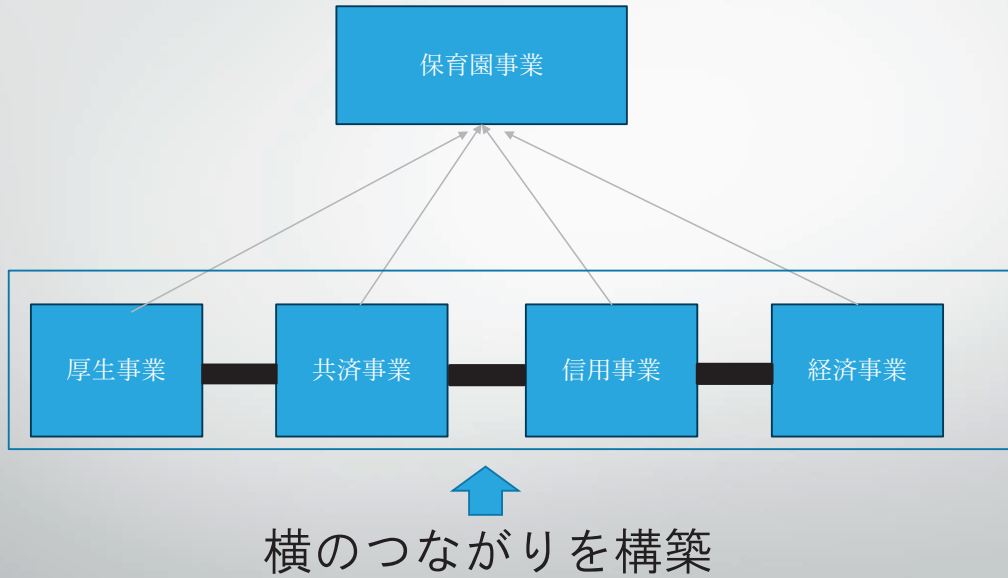


株式会社明日香による保護者アンケート情報



ホイシル 保活・子育て情報  
<https://www.hoicil.com/contents/parents/preparation/10485/>

# 事業間連携の構築



## アンパンマンこどもクラブの現状について

### アンパンマンこどもクラブ会員数推移



減少を続けていた会員数は、R4年から実施中の若年層の基盤・取引拡大に向けた重点戦略により増加に転じている。

若年層のニーズの高い商品を情報提供するためにも、接点づくりとして重要なツールとなる。

会員による長期新契約の割合が高く、今後も長期進捗のために会員を増やす必要がある。

### 会員による共済実績

件数割合		
合計	会員	割合
2,697 件	218 件	8.1%

ポイント割合		
合計	会員	割合
3,418,270 P	267,574 P	7.8%

会員による共済ポイント割合							
商品	子ども	医療	特定重度	がん	年金	その他生存	その他万一
割合	66.0%	14.2%	27.1%	13.2%	6.7%	2.5%	7.0%

R6.11月現在

おわりに

