

農林水産省 食料産業局  
支援事業  
未来を切り拓く  
6次産業創出総合対策

平成23年度  
6次産業総合推進事業

事業成果報告書

民間企業等派遣研修



食品チェーン研究協議会

## 目次

第1章 民間企業等派遣研修事業の実施概要	… p3
事業実施概要の整理	… p4
事業の実施概要と解説	… p6
第2章 研修実施レポート	… p15
イオンリテール(株) フードアルチザン	… p16
オイシックス(株)	… p20
(株)ぐるなび	… p24
ケンコーマヨネーズ(株)	… p30
日本サブウェイ(株)	… p34
西日本高速道路(株)	… p38
(株)ノバレーゼ	… p42
パルシステム生活協同組合連合会	… p46
富洋観光開発(株) the Fish	… p52
ヤエガキフード&システム(株)	… p56
六本木農園	… p60
第3章 参加者アンケート調査結果	… p65
参加者アンケートの実施概要	… p66
参加者アンケートの結果概要	… p66
第4章 当該事業のまとめ	… p83



## 第1章 民間企業等派遣研修事業の実施概要

当該事業の成果報告として、本章にて事業実施に係る背景の整理、事業実施の趣旨・目的および狙い、事業を実施した成果概要など、事業全体を俯瞰した視点での整理を行いました。

## 事業実施概要の整理

### ～はじめに～ 事業実施の背景と施策連動性について

平成23年3月1日に施行された「六次産業化法」では、農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水、その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の「6次産業化」）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する施策（「地産地消等」）を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目的としている。

これに係り「6次産業総合推進事業（6次産業推進中央支援事業）」は、6次産業化の取組をサポートする人材の育成・紹介や販路拡大の機会を創出する商談会・フェアの開催、6次産業化の推進に関する先進事例調査や研修会の開催、6次産業化の関係者に対するメールマガジン等による情報提供等を実施している。

このうち当該「民間企業等派遣研修（以下「当該事業」と略す）」では、農業者に対する指導の中核となる普及指導員等を民間企業等に一定の期間派遣し、6次産業化を推進するために必要な手法・ノウハウを習得するための実地研修を実施することで、「消費者・実需者ニーズを読み取るマーケティング力」「品質管理・加工技術に関する実践的な知識」「経営管理等に関する実践的な知識」等の向上を図ることを目的としている。

### 6次産業化の推進に寄与する普及指導員の重要性と課題

農林水産省では6次産業化の推進に向け、都道府県を単位とした支援事業体として「6次産業化サポートセンター」を設置するとともに、センターに帰属するコーディネイト役として「6次産業化プランナー」を配置することで、法に基づく総合計画認定案件の発掘や申請からフォローアップまでの総合的なサポート体制の構築を進めている。

一方、地域には、既存の枠組みとして、農業者に直接接し農業技術の指導や担い手育成、農産物等の生産・加工・販売等への指導および経営相談など、農業技術や経営を向上するための支援を専門とする『普及指導員（国家資格をもった都道府県の職員）』が存在する。

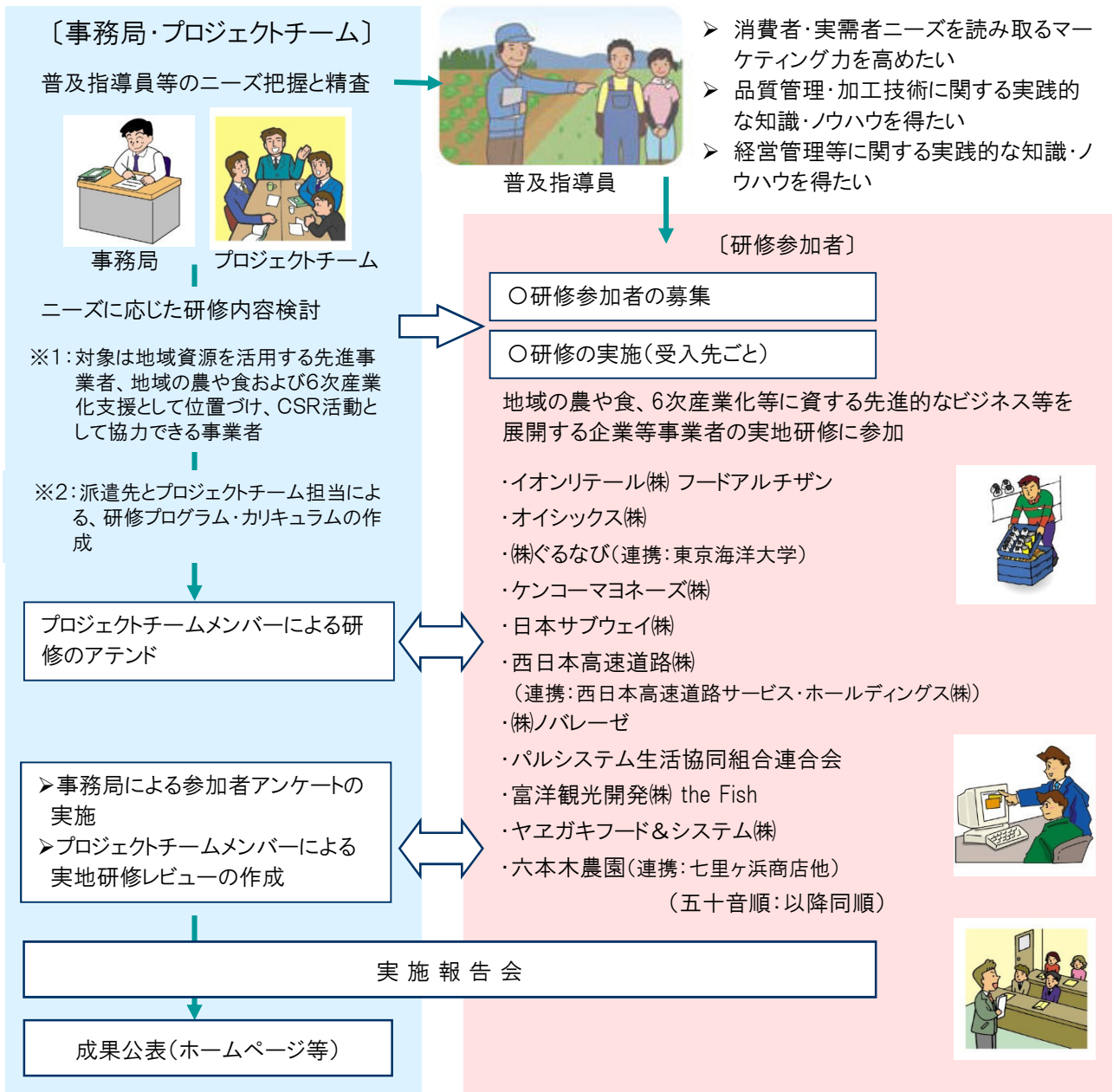
普及指導員は従前から生産者との直接的なやり取りをとおして、生産者との意識の共有を図っていることから、上記に示したサポートセンターやプランナーにおける課題解決に大きく寄与するとともに、これら体制との連携による戦略的な活動支援など、6次産業化の効果的な推進において重要な役割を果たしている。

6次産業化施策では、農林漁業者等による事業の多様化や高度化など戦略的な取組を積極的に支援するものであり、そのためには、農業者に対する指導の中核となる普及指導員等の指導力強化が急務であるといえる。

このような視点から、当該事業では次ページに示した事業スキームをもって、各都道府県の普及指導員等を民間企業等に派遣する研修事業を計画・検討および実施するとともに、農林水産省支援事業として、今後、都道府県が同様の事業を展開する際の先導的モデルを構築し、地域におけるこれからの6次産業化推進への寄与を図るものである。

## [民間企業等派遣研修事業の実施スキーム]

農業者に対する指導の中核となる者(普及指導員等)を食品産業(食品製造業・中食・外食・量販店)等に派遣し、農業・農村の6次産業化を推進する人材を育成する。



- 普及指導員等における生産サイドを主体者とした加工や販売など事業の多角化や高度化を目指す際の知識・ノウハウの向上
- 事業者のCSR活動による地域の農と食および6次産業化の支援モデルの構築

## 事業の実施概要と解説

- (1) 普及指導員のニーズ把握と精査
- (2) アテンド担当者の配置
- (3) プロジェクトチームの設置
- (4) 研修受入先の選定
- (5) 民間企業等派遣研修の実施
- (6) 実施結果の概要

### (1) 普及指導員のニーズ把握と精査

研修に参加しようとする普及指導員は、目的意識や地域の課題等に対する知見の高さが想定される。このため、既存に生鮮品として出荷されている農産物や、メーカーなどを対象とした業務用の需要に対し、原料ロットや価格、出荷規格など、既存のフードチェーンにおける実需者のニーズは、既に一般的な知識として習得しているはずである。

6次産業化は、生産サイドを主体者とした加工や販売など事業の多角化や高度化を目指すものであり、むしろ、生産者が取扱う農産物等に対し、生産ロット、価格、品種、品質、技術など、他との差別的な要因を踏まえターゲットとなる需要先（製造業者、流通業者、量販店、百貨店、外食店舗に加え、ネット販売や通信販売、観光やイベント事業者など）を見極め、これらの需要先を相手に『売るための地域戦略』と『新たなビジネスモデルを構築』するための発想力や企画提案力を養うことが必要である。また、これら需要先のビジネスノウハウを学ぶことで、生産サイドが自ら加工や販売に打って出るための戦略を構築することも重要となる。

実際に、普及指導員が中核となり活動の成果をあげている先進事例の多くは、既存のフードチェーンのみには依存せず、新たな発想や活動のもと、先進的な技術やビジネスノウハウを駆使したものが多く見られる。一方、既存のフードチェーンに依存した活動では、農林漁業者等が従来の原料提供者となるのみで、所得の向上、付加価値確保や新たなビジネスモデルの構築に至るケースが少ないのが現状である。

このようなビジネスノウハウを学ぶことこそ、当該事業において実施すべき事項であり、そのためには地域の農や食を取扱う国内の先進的な事業者を実地研修先としてラインナップすることが重要である。

当該事業ではこのような視点のもと、「普及指導員の当該事業に対するニーズの把握」を目的に、事業所管である農林水産省生産局技術普及課との連携のもと、地方農政局、各都道府県の主務課等の協力により派遣先となる企業等ニーズの把握を行った。

### (2) アテンド担当者の配置

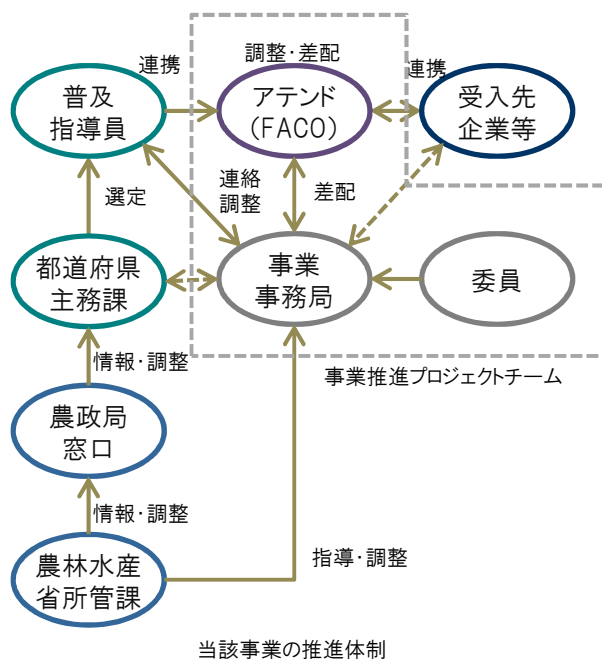
普及指導員等を民間企業等に一定期間派遣する場合、派遣される普及指導員等と受け入れる企業との意識や目的の整合性を図ることが重要となる。

また、企業において普及指導員等を受け入れるための準備や研修を行う上でのプログラムやカリキュラムの作成等を行うには、地域の農や食に精通し、生産現場への理解と企業の現状を理解する人材が必要となる。

食品チェーン研究協議会の事務局を設置している社団法人食品需給研究センターでは、平成20年度、21年度に農林水産省の支援を受け、地域の農と食の連携を推進する『食農連携コーディネーター（FACO）バンク』事業を展開してきた。

FACOは地域の食農連携における戦略構築の専門家として、都道府県等における農商工等連携等のコーディネート、人材育成研修や農商工等連携セミナーの講師、都道府県における食や農の施策立案支援などを行い、多くの活動をとおして、地域の食材を対象に食農連携を先進的に進める民間事業者等との連携を構築している。

当該事業では、普及指導員における新たな発想や活動のもと、先進的な技術やビジネスを駆使した知識やノウハウの習得を目的にFACOを有効に活用し、派遣される普及指導員等と受け入れる企業等との間を調整し、個々の企業における研修を差配するアテンド担当として配置することとした。



### (3) プロジェクトチームの設置

当該事業を推進するにあたり、事業の内容検討、個別の企業におけるプログラム検討等を目的とした「普及指導員研修プロジェクトチーム（以下「プロジェクトチーム」と略す）」を設置した。

プロジェクトチームは、先に示したアテンドに加え、事業を客観的な視点から評価・検討を行う有識者からなる組織とした。

#### [普及指導員研修プロジェクトチーム (P/T)]

##### P/T検討委員

- 櫻井 清一 千葉大学大学院 園芸学研究科 教授  
(検討委員長)
- 金子 潤 秋田県 東京事務所 企画政策課  
あきた売込み班 主査
- 神保 信幸 千葉県 農林水産部 担い手支援課  
専門普及指導室 主席普及指導員
- 仲元 剛 イオンリテール株式会社 エリア政策推進  
フードアルチザングループ マネージャー  
(検討委員長を除く五十音順)

##### P/Tメンバー (アテンド)

- 天野 加佳子 Kitchen to Kitchen フードコーディネーター・アンチエイジング食研究家  
(FACO)
- 加藤 寛昭 食と農研究所 代表 (FACO)
- 楠元 武久 株式会社船井総合研究所  
東京経営支援本部 チーフコンサルタント  
(FACO)
- 河口 真紀 株式会社ぐるなび 法人営業部門  
プロモーションプランナー
- 高橋 修一郎 株式会社リバネス 代表取締役COO  
(FACO)
- 竹内 哲也 スマイルゲート株式会社 代表取締役  
(FACO)
- 塚田 周平 株式会社リバネス 地域開発事業部 部長
- 長谷川 潤一 社団法人食品需給研究センター  
調査研究部 主任研究員 (FACO)
- 堀田 正子 NPOこめみしょうゆアカデミー  
事務局長 (FACO)
- 松本 謙 株式会社ファーマーズ・フォレスト  
代表取締役社長
- 宮崎 秀和 ライズエイジコンサルティング 代表  
(FACO)

(五十音順)

#### ◆プロジェクトチーム検討委員会の開催

当該事業の推進を目的とした「普及指導員研修プロジェクトチーム検討委員会」を下記の日程と内容で開催した。

##### ○第1回

日時：平成23年8月26日（金）13:30～16:30

場所：日本橋プラザ 第4会議室

##### 議事

##### ①事業推進内容の確認

事業全体の概略と進捗スケジュールについて  
研修受入先の選定と決定

##### ②実地研修先との調整状況報告

各プログラムの内容検討

##### ③普及指導員の研修ニーズ精査

##### ④今後の業務推進およびその他の事項

##### ○第2回

日時：平成23年10月6日（木）13:30～17:30

場所：日本橋プラザ 第4会議室

##### 議事

##### ①参加者の内訳

##### ②各研修内容の精査報告

##### ③実施に向けた詳細事項

要望・アイデア等の意見交換

##### ○第3回

日時：平成24年2月24日（金）13:30～17:30

場所：日本橋プラザ 第3・4会議室

##### 議事

##### ①各研修の成果発表

##### ②委員からのコメント

##### ③結果を踏まえた研修実施のポイント

##### ④総括・意見交換

なお、議事の内容など、当該事業の推進における検討結果については、後段p83当該事業のまとめ』にて整理を行った。

#### (4) 研修受入先の選定

研修受入先の選定とラインナップについては、普及指導員の研修ニーズ等を精査し、対象となる企業のリストアップを図った。

実際の研修受入企業においては、地域の農産物を利活用している（もしくは利活用に興味がある）先進的な事業者であること、また、当該事業を実施するにあたり、農林水産省が進める6次産業化施策に対する普及指導員等のスキルアップの重要性など、施策や事業の趣旨に賛同していることを要件とした。

なお、候補となる企業への研修受け入れの要請については、アテンドとして配置したFACOが日頃のコーディネート業務等からつながりを持っていることが多く、これらの人的なネットワークを有効に活用することで受入先企業のラインナップを進めた。

上記の検討および協力要請等の結果、当該事業において研修受入先となっていた企業は下記のとおりである。

- 1) 地域農産物等の利活用を展開する食品製造業者等
  - ・ケンコーマヨネーズ(株)
  - ・ヤエガキフード&システム(株)
- 2) 地域農産物等の利活用を展開する流通・小売業者等
  - ・イオンリテール(株) フードアルチザン
  - ・パルシステム生活協同組合連合会
  - ・六本木農園（連携：七里ヶ浜商店他）
- 3) 素材・原料へのこだわりを持つ外食企業
  - ・日本サブウェイ(株)
- 4) ネット販売や通信販売等を通じた地域産品の利活用
  - ・オイシックス(株)
  - ・(株)ぐるなび（連携：東京海洋大学）
- 5) 地域資源を有効に活用した地域発信型観光ビジネス
  - ・富洋観光開発(株) the Fish
- 6) 地域資源を活用した飲食との連携ビジネス
  - ・西日本高速道路(株)（連携：西日本高速道路サービス・ホールディングス(株)）
  - ・(株)ノバレーゼ



当該事業で実施した民間企業等派遣研修の実施スケジュール

研修受入企業名	10月						11月																												
	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25				
	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金				
イオンリテール(株) フードアルチザン	■	■	■	■	■	■																													
オイシックス(株)														■	■	■																			
(株)ぐるなび 他																															■	■		■	
ケンコーマヨネーズ(株)														■	■	■	■																		
日本サブウェイ(株)														■	■	■																			
西日本高速道路(株) 他																						■	■	■	■										
(株)ノバレーゼ																						■	■	■	■										
バルシステム 生活協同組合連合会																						■	■	■	■										
富洋観光開発(株) the Fish														■	■	■	■																		
ヤエガキフード&システム(株)														■	■	■																			
六本木農園 他																						■	■	■	■										

#### (5) 民間企業等派遣研修の実施

事業の公募要領には「農業者に対する指導の中核となる者（普及指導員等）を大都市圏等を中心に活動する外食産業、食品製造業、量販店等において数週間から1カ月程度受け入れ、6次産業化を推進するために必要な手法・ノウハウについて習得するための実地研修を複数の地域、業種において実施すること」と記されている。しかしながら、実際に普及指導員を民間企業に派遣し、実地研修を行う場合、既存のフードチェーンに見られる製造、流通、小売・外食業者等の現場作業を体験することのみでは、新たな発想や活動のもと先進的な技術やビジネスを駆使した知識やノウハウの習得には繋がりにくく、また、事業の実施主体者が明確な目的意識を持たなければ、単なる社会科学見学的なプログラムになってしまう可能性が高い。

派遣による現場体験は短期～中期間に行うのではなく、むしろ1～2年など長期間企業の職員として現実の業務に従事しなければ現場の感覚は養えない。

一方、東北関東大震災以後、低迷を続ける我が国の食品業界においては、研修生を長期間受け入れる余裕はなく、また、事業に参加する普及指導員においても、長期間職場を離れることは現実的に厳しいことが予想される。

このため、当該事業では受入企業においてFACOとの検討・調整のもと、先進ビジネスの戦略ノウハウを学習することや、普及指導員や生産サイドに対し企業が具体的に要求する事項等を整理すること、更には、当該事業を通して企業と普及指導員との連携が促進されることなどを想定し、売るための地域戦略と新たなビジネスモデルの構築を目的とした『6次産業化の実習』プログラムを各企業単位で作成した。また研修の受入期間は、短期集中の3～4日間を中心に検討を行うこととした。なお、プログラムの作成については、全くゼロベースからの作業を行うのではなく、企業の負担軽減も憂慮し、企業が有する既存の研修プログラム等をベースに検討を行うものとした。

上記に研修のスケジュールと研修参加者数、次ページに参加者募集時に掲載した各企業の研修概要等一覧を掲載した。

派遣受入先	研修の概要(コメントは募集時のもの)	研修期間と研修場所	担当FACO等
<b>イオンリテール株式会社</b> <b>フードアルチザン</b>	<p>イオンリテール フードアルチザンでは、地域の魅力的な食材を消費者のみなさまにお届けするため、作り手の想いやストーリー性を重視した商品提案を行っています。</p> <p>研修では10月末にイオンレイクタウンにて開催する「岩手県物産展」を舞台として、フードアルチザンとして取上げた商品の見せ方、物産展における売り場イメージ、セールスコピーなど売り方コンセプトについてグループワークにて検討していただきます。グループワークで整理した検討結果を実際の物産展を視察し検証するとともに、物産展終了後、対象とした商品の更なるコンセプト戦略の検討などをロールプレイングするなど、地域の魅力的な商品の開発と売り方戦略を学び、それを生かして産地の生産者等への助言に生かしていただきます。</p>	<p>10月26日(水)～ 11月2日(水)</p> <p>研修場所:本社(千葉県千葉市美浜区)、イオンレイクタウン(埼玉県越谷市)、他都内店舗</p>	<p>長谷川 潤一 FACO</p>  <p>(社)食品需給研究センター調査研究部 主任研究員</p>
<b>オイシックス株式会社</b>	<p>オイシックスの先にお客様は、家庭の主婦であったり、働く女性であったり、ここでは常に24時間、最終消費者と直接繋がっています。では、生産者の皆さんは、そんな彼女たちに、産地の魅力を伝えるためのオリジナルの言葉を持っているのでしょうか。</p> <p>農産物の取引が「量」よりも「質」が重視される時代になった現在、オイシックスはどうやって野菜や果物の魅力を伝えればいいのか、どんな品であれば消費者から支持されるのかを日々考えています。</p> <p>今回の研修では、船井総合研究所とオイシックスの協力体制により、みなさんには消費者に伝わるPRの手法、商品開発のポイントを学んで頂きたいと思えます。また、魅力ある商品については、オイシックスの販路を通じての全国への販売も検討しています。急成長のインターネットビジネスの裏側と触れる4日間の研修、この機会をぜひご活用ください。東京、五反田でお待ちしております。</p>	<p>11月8日(火)～ 11月11日(金)</p> <p>研修場所:オイシックス本社、船井総合研究所五反田オフィス(ともに東京都品川区五反田)</p>	<p>楠元 武久 FACO</p>  <p>(株)船井総合研究所チーフコンサルタント</p>
<b>株式会社ぐるなび</b> 共同研究実施者: 東京海洋大学	<p>6次産業化を進める上で、株式会社ぐるなびの展開する「地産他消」、特に「地産都消」を戦略的に展開するには、最終ユーザーである一般消費者の存在に加えて、外食産業というマーケットを念頭に置くことが重要です。</p> <p>ぐるなびは、この外食産業の活性化をめざし、インターネット検索サイトとしての新しいビジネスモデルを確立してきました。現在、第2創業期を迎え、この外食産業を活用した新たなビジネスモデルを確立すべく、地方の産品の拡販に向けた取り組みを展開・推進しています。</p> <p>本研修では、ぐるなびのBtoB、BtoBtoCの取組を事例として知っていただきます。また、東京海洋大学との連携事業を通じて、技術開発・知的財産面も考慮した戦略策定等を習得していただくとともに、6次産業化推進における大学の活用の仕方を学んでいただき、消費者の思いを産地につなぐ役目としての普及指導員を目指していただきます。</p>	<p>11月21日(月)～ 11月25日(金) ※23日は除く</p> <p>研修場所:東京海洋大学(東京都港区港南)</p>	<p>河口 真紀</p>  <p>株式会社ぐるなび法人営業部門 プロモーションプランナー</p>
<b>ケンコーマヨネーズ株式会社</b>	<p>ケンコーマヨネーズ(株)は、「サラダNo.1企業を目指す」という経営方針のもと、食品メーカーとして「安心・安全・安定・美味しい」食材の安定供給に努めています。事業活動の中で生産者との密なコミュニケーションは不可欠であると考えており、今回の研修がよい機会になることを期待しています。</p> <p>研修では、消費者の求める商品を開発するために自社が行っている取組の紹介、商品開発のための戦略をお伝えします。より実践的な研修とするために、研修を受けていただく方々には自らの地域の野菜を持ち込んでいただき、サラダのレシピ開発のワークを行っていただく予定です。</p>	<p>11月8日(火)～ 11月11日(金)</p> <p>研修場所:本社(東京都杉並区)、所沢工場(埼玉県所沢市)</p>	<p>高橋 修一郎 FACO</p>  <p>株式会社リバネス COO</p>
<b>日本サブウェイ株式会社</b>	<p>日本サブウェイ株式会社では、「野菜のサブウェイ」と銘打ったブランディング活動を通じ、「新鮮な野菜がたくさん摂れる」「美味しい」「自分好みのサンドイッチ」というサブウェイの魅力を訴求しています。</p> <p>今回の研修では、地域の農業者の声を直に把握している指導員等のみなさまとのつながりをおして、日本サブウェイ株式会社がどのような素材を使っているのか、また、どのような素材を求めているのかをお伝えするための機会として、ご活用いただければと思います。</p>	<p>11月8日(火)～ 11月11日(金)</p> <p>研修場所:本社(東京都港区赤坂)、他都内店舗</p>	<p>塚田 周平</p>  <p>株式会社リバネス 地域開発事業部長</p>

派遣受入先	研修の概要	研修期間と研修場所	担当FACO等
<b>西日本高速道路株式会社</b> <b>西日本高速道路サービス・ホールディングス株式会社</b>	<p>当社では、管内180カ所のサービスエリア・パーキングエリア（SA・PA）の設置・運営を行っています。</p> <p>SA・PAでは、テナント各社様とともにその地域でしか食べることができないご当地メニューの開発を行い、また独自に生鮮品直売所「やさい村」の設置・運営を行うなど、高速道路と周辺地域との共生の実現を目指した活動を推進しています。</p> <p>今回のプロジェクトでは、普及指導員の皆様の研修を通して、SA・PAにて取り扱う飲食用商品・お土産商品及びやさい直売所運営に関する商品・販売促進企画等をグループワークやロールプレイングにて一緒に考えていただく機会をご用意しました。</p> <p>SA・PAが、もっと「くつろぎ、楽しさ、にぎわい」を実感していただける「お客様満足施設」に変革していけるよう、有意義な研修にしたいと思っておりますので、ぜひお越し下さい。</p>	11月15日(火)～ 11月18日(金)  研修場所:大阪府大阪市(及び近畿圏内のパーキングエリアを予定)	竹内 哲也  FACO スマイルゲート株式会社 代表取締役
<b>株式会社ノバレーゼ</b>	<p>婚礼ビジネス・レストランビジネスの概要を理解した上で、通常の量販・小売の流通とは異なる、婚礼及びレストラン業態における商品のニーズを知り、そのニーズに見合った商品提案や流通形態に応じた提案をするための基礎を学ぶことを目的とし、ノバレーゼが実際に各地方での実施している商品造成のプロセス・特に得意とするプランディングの手法を具体的に理解していただきます。また、企業CSRとして農業と第2次産業・第3次産業との連携を実践し、各地方で商品造成などのお手伝いをしているノバレーゼの取り組み方を理解し、今後、農業者が企業との連携に積極的に取り組める環境づくりをサポートするための要素を学んでいただきます。</p>	11月14日(月)～ 11月16日(水)  研修場所:本社(東京都中央区銀座)、当社婚礼施設	堀田 正子  FACO こめみそしょうゆアカデミー 事務局長
<b>パルシステム生活協同組合連合会</b>	<p>1、農産物、農産加工品等の商品を頂く側として、生産者等供給側の方たちへの指導、支援活動を主業務とされる普及指導員のみなさまに、パルシステム生活協同組合連合会が求める農産物や加工品がどんな基準で調達されているのかを理解して頂きます。</p> <p>2、その為に、生協の経営理念、意思決定の方法等から、供給される商品に対する品質基準、安全性確保等の業務管理体制及びその実態を学んでもらいます。</p> <p>3、もって、消費者と農業者の連携を促進する普及指導員の調整機能に期待します。</p>	11月15日(火)～ 11月18日(金)  研修場所:パルシステム(東京都新宿区大久保)他	加藤 寛昭  FACO 食と農研究所 代表
<b>富洋観光開発株式会社 the Fish</b>	<p>《目的》普及指導員の新規事業計画立案力、提案力を身につける。地域の魅力をどのように事業とマッチングさせるかを考察して思案してもらう。</p> <p>《研修内容》同社では、金谷地域の農林漁業者と連携して、『「ザ・フィッシュ」に行けば「楽しい」ことがある』をテーマにした、お客様に楽しんでいただける空間スペースを新規事業として来年度に立ち上げる予定です。普及指導員のみなさまには、その新規事業について市場優位性、地域貢献性、収益性、実現可能性等の観点から新規事業計画書を立案していただき、最終的には同社への提案をロールプレイングで行っていただきます。</p>	11月8日(火)～ 11月11日(金)  研修場所:ザ・フィッシュ(千葉県富津市金谷)	宮崎 秀和  FACO ライズエイジコンサルティング代表
<b>ヤマガキフード&amp;システム株式会社</b>	<p>今回のプロジェクトでは、地域内で展開されている農産物加工施設の取組や装置システムの適正な設置等を理解していただくとともに、同社が中心となり農産物加工など地域全体で食と農の連携に取り組む、「たつの市の紫黒米クラスターメンバー（15名程度）」との連携により、地域素材の利活用に関する戦略検討をロールプレイングで実践していただきます。地域における中規模の生産原料の付加価値形成や地域連携する各種担当者との合意形成手法などの習得を求められる方は、是非兵庫にお越しください。</p>	11月8日(火)～ 11月11日(金)  研修場所:兵庫県姫路市・たつの市	天野加佳子  FACO Kitchen to Kitchen 代表
<b>六本木農園 七里ヶ浜商店他</b>	<p>この研修では、6次産業化や食農連携に必要な出口戦略と消費者コミュニケーションの実践的な取り組みを取得していただくと同時に、最先端の地域活性化コーディネートについて体感するプログラムです。よって、より積極的な食農連携を通じた地域活性化への意欲の高い普及指導員の方々の参加を希望しております。</p> <p>カリキュラムの概要は、①社会人学習プログラムを通じた大消費地の消費者と農業との接点創造、②六本木農園を通じた生産者と消費者を結ぶコミュニケーション手法、③七里ヶ浜商店を通じた地域密着型の流通マーケティングの取り組み等から、実践的なケースワークを体感していただき、6次産業化の裾野の広さを学習する「プロデューサー養成」視点でのカリキュラムとなります。</p>	11月15日(火)～ 11月18日(金)  研修場所:六本木農園(東京都港区六本木)、七里ヶ浜商店(神奈川県鎌倉市)	松本 謙  FACO (株)ファーマース・フォレスト代表取締役社長

民間企業等派遣研修の参加者数内訳

受入企業名		参加者数	参加した普及指導員数（所属する都道府県の地域）							その他	
			北海道 東北	関東	東海	北陸	近畿	中国	四国		九州 沖縄
イオンリテール(株) フードアルチザン	千葉県	6	1	1	1					1	2
オイシックス(株)	東京都	11	3	3	1		1	1	1	1	
株ぐるなび 他	東京都	4		1	1					2	
ケンコーマヨネーズ(株)	東京都	3		1					1		1
日本サブウェイ(株)	東京都	4	1		1						2
西日本高速道路(株) 他	大阪府	6					2			1	3
株ノバレーゼ	東京都	6		1		1					4
バルシステム 生活協同組合連合	東京都	5				1		1	1	2	
富洋観光開発(株) the Fish	千葉県	1		1							
ヤエガキフード& システム(株)	兵庫県	9		1	1	2	2	2		1	
六本木農園 他	東京都	9		3	2	1		3			
計		64	5	12	7	5	5	7	3	8	12

※その他は普及指導員以外の地域コーディネーター等  
 ※受入企業の都道府県は主な研修実施場所

## (6) 実施結果の概要

### ◆研修参加者数

当該事業における研修の参加者は、事業実施初年度の取組であるため、参加者を派遣する都道府県側の予算計画による派遣費確保の問題や東日本大震災による復興等の課題から東北地域からの参加の少なさは見られたものの、普及指導員52名の参加が得られた。

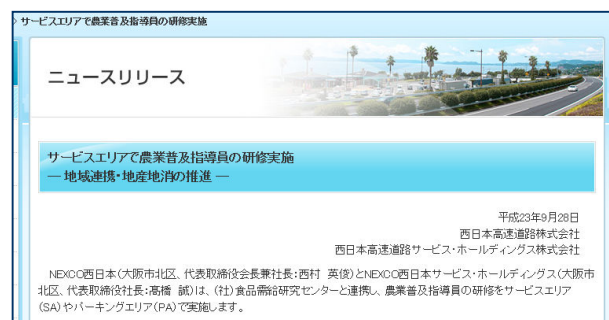
また、当該事業では、普及指導員以外に地域で6次産業化や農商工連携の推進を図っているコーディネーター等への募集も行い、12名の参加が得られた（普及指導員およびその他地域コーディネーターの合計64名）。参加者数および企業への派遣数等の詳細は上記表のとおりである。

### ◆受入企業の対応ほか

今回の受け入れに協力していただいた企業はすべて、地域の食や農に企業としてご関心の高い組織であり、日ごろから地域の食材を使っている。

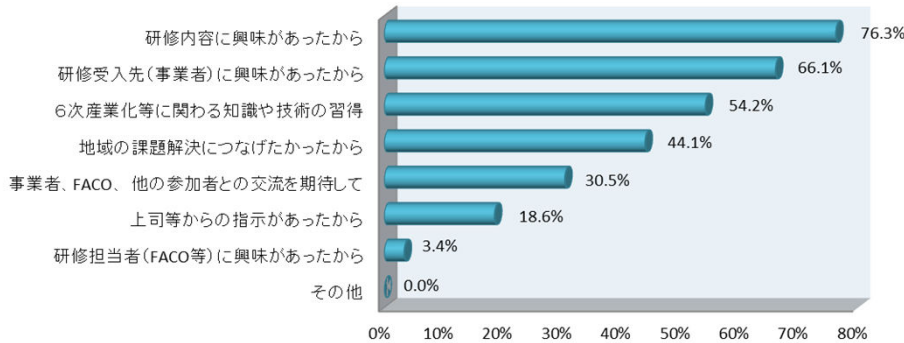
企業として農や食をとおして地域活性化への貢献を事業活動として展開している企業も多い。このため、研修の実施については、各社とも積極的なご協力をいただき、CSR活動の一環として、無償でのご協力をいただいている。

さらに企業の中には、今回の研修実施を企業としてプレスリリースを行うなど、当該事業活動への積極的な理解と協力をいただいた。

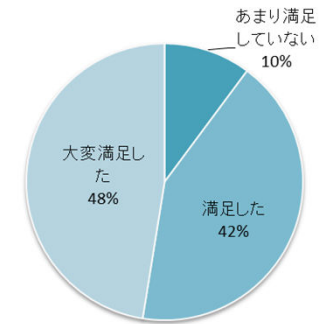


自社HPにて、当該事業のニュースリリースを配信してくださった西日本高速道路株式会社および西日本高速道路サービス・ホールディングス株式会社(平成23年9月28日付けニュースリリース)  
 ※その他、複数の受入企業でリリースや新聞記事掲載をご協力いただいた。

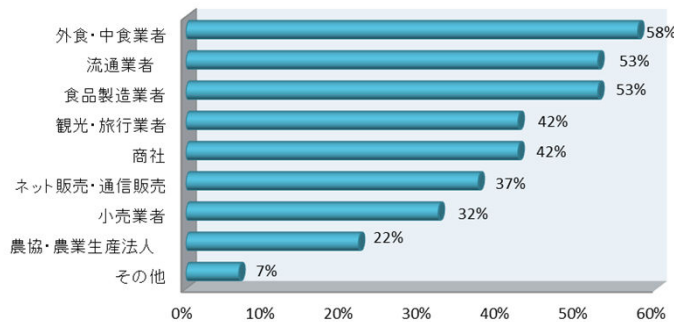
### ① 研修の参加動機



### ② 研修の満足度



### ③ 次回の希望業種



### ◆参加者アンケートの実施

当該事業で実施した研修の効果確認を目的として、研修参加者に対するアンケート調査を実施した。

#### ○調査対象者

各研修コースにおいて定められた研修をすべて修了した対象者:61名

(内訳:普及指導員52名、地域のコーディネーター9名)

※研修参加予定者64名のうち3名(地域のコーディネーター)は欠席や早退等により研修を修了していないため、調査対象からは除外した。

#### ○調査方法

E-Mailにてアンケート票を配布し、E-MailまたはFAXにより回収した。なお、調査期間内に回答がなかった者にはE-Mailにて督促を1回行った。

#### ○調査期間

平成23年11月28日～12月5日

(督促分:～12月14日)

#### ○有効回答数

59名(回収率:97%)

なお、アンケート調査の結果については、後段p65以降にて整理を行った。

### ◆研修実施レポートの作成

当該事業で実施した研修の内容およびその効果について、各企業を担当したアテンドが研修実施レポートとして取りまとめを行うとともに、その内容をCSR向け資料として企業に送付した。なお、レポートの内容については、後段p15以降に示した。

平成23年度6次産業総合推進事業 民間企業等民間派遣研修 実施報告レポート

#### 新プロジェクトの商品開発を体験

日本サブウェイ株式会社

●普及指導員派遣研修の狙い

6次産業化や産業連携の推進にあたっては、どのようなシーンや用途で商品を買ってもらうか、最終消費者の立場から見た商品作りを地域で行えるようになることが重要です。

日本サブウェイ株式会社では、野菜を核としたブランドディングを推進しており、めまぐるしく変化する外食産業の中で成長を遂げていますが、その要因の一つとして「日本人の口に合う」商品開発があります。本研修は、日本サブウェイ株式会社における商品開発について産学と実務を通して、消費者の視点に立った魅力的な商品を生むための考え方を学ぶていただくことで、生産地で6次産業化等の推進の糧を築く社会貢献につなげることを目的として開催しました。

また、将来的に、地域に根ざった魅力的な素材やそのストーリーを掘り起こすために、外食企業が地域と直接つながりを持つことは、両者にとってもプラスになります。

日本サブウェイ株式会社様には、今回の研修を通して6次産業化や食と農の連携を推進する一助となり、日本の農業を強化することにつながると共に、今後の事業拡大に向けた展開に役立てることを目的として、研修の受け入れに協力して頂きました。

●実施準備・検討過程

研修内容は、7月下旬から検討を開始し、参加者に商品開発を体験してもらうことで、成果と直結した学びを得てもらう研修を企画しました。講師としては、マーケティング部長であり、日本サブウェイでの商品開発を担う岸本久氏に依頼、同じマーケティング部の荒川波奈結氏にも協力を頂きました。しかし、開店ラッシュの続く中で、時間の確保、商品開発や産学研修を行う場所の検討と調整が難航しました。さまざまな検討を行った結果、開催時期と重ねて進行していた新プロジェクト「ブレッドラボ」での商品開発を体験して頂くことで合意、実施

#### ◆事業報告会の開催

当該事業における研修の成果報告会を「普及指導員研修プロジェクトチーム検討委員会」と同期開催にて実施した。

##### ○民間派遣研修事業 実施報告会

日時：平成24年2月24日（金）13:30～17:30

場所：日本橋プラザ 第3・4会議室

参加者：プロジェクトチーム検討委員

プロジェクトチームメンバー（アテンド）

研修受入先企業担当者

研修参加者及び都道府県主務課担当者

農林水産省生産局事業所管担当者

（総勢：36名）



当該事業の成果報告会の様子

なお、報告会での結果報告資料は、「研修実施レポート（後段p15以降を参照）」および「民間派遣研修～実施マニュアル～（別冊）」を用いて実施した。

#### ◆成果の公表

当該事業の実施結果として「当該報告書」、  
「研修実施レポート」および「民間派遣研修～実施マニュアル～」を食品チェーン研究協議会ホームページにて掲載するとともに、社団法人食品需給研究センター「食をとおした地域活性化（Food cluster）サイト」、「食農連携コーディネーター（FACO）バンクサイト」にて掲載を行った。また、サイトでの掲載について、社団法人食品需給研究センターメールマガジンにて配信を行った（配信先：約4,500件）。

#### ◆事業実施後の動き

当該事業の研修実施企業では、研修終了後も継続的に普及指導員等との連携が構築されている。その様子を下記に示す。

##### ○例：研修終了後 意見交換会（オイシックス）

日時：平成24年3月2日（金）10:00～16:30

場所：船井総合研究所会議室

参加者：研修参加者

研修受入先企業担当者、アテンド担当者他



オイシックスと楠元FACOとの連携により実施された当該事業実施後の普及指導員との意見交換会の様子

上記の他、研修に参加した普及指導員と受入企業担当者とのE-Mail等による情報交流の他、直接の商談、研修の実施結果を受入企業の社内報に掲載していただくなど、研修実施後のさまざまな活動が、参加者と受入企業との間で実施されている。

## 第2章 研修実施レポート

当該事業の中核的な実施内容である各受入企業における研修の実施内容、実施する上での事前検討、研修期間中の様子、その後の成果（事業としてのアウトプット、施策としてのアウトカム）等について、研修を実施した企業単位での取りまとめを行いました。

なお、レポートは当該事業を推進するプロジェクトチームメンバー（各企業アテンド担当）が企業との調整のもと作成を行っています。

# 消費者が認める価値とは！ 売するための戦略！

イオンリテール株式会社

## ●普及指導員派遣研修の狙い

### イオンリテール(株)のフードアルチザン活動

6次産業化や農商工連携など、地域における食農連携が推進される中、イオンリテール株式会社では、従来のトップバリューなど主要なブランドに対し、2001年の「イオン21キャンペーン」に寄せられたお客様の声をもとに、全国各地で郷土の味を守り続ける多くの生産者と手をたずさえ、日本のすぐれた食文化継承を担うことを目的とした「フードアルチザン(食の匠)」活動を推進しています。

この活動では、これまでに鹿児島県の桜島大根、種子島の安納芋、小豆島のオリーブ、岩手県産雑穀、秋田県産じゅんさい、和歌山県産湯浅茄子など地域の魅力的な原材料に着目し、地域との意見交換を重ね、イオンフードアルチザンとして商品化を進めています。

## 研修の狙い～受入先の想い～

今回の研修では、フードアルチザン活動を担当するイオンリテール(株)エリア政策推進のセクションに研修受入先としてご協力いただきました。

研修の実施にあたり、企画、プログラムおよびカリキュラム検討など、研修に参加する普及指導員等に対し「提供できるもの、知ってもらえるもの、伝えるべきもの、さらには感じてもらうもの」など、多くのテーマについて、イオン担当者と研修担当者である食農連携コーディネーター(FACO)との意見交換や議論を行って参りました。その上で整理された研修への思いを、受入担当者であるエリア政策推進仲元剛マネージャーのコメントとして紹介します。

『イオンフードアルチザンでは日々の業務をとおして、地域のみなさんとの連携を進めています。し

AEON トップ | イオングループサイト

お得情報 | 新店案内・店舗検索 | イベント・キャンペーン | チラシ情報 | ネットショップ | 映像ギャラリー

トップページ > 商品へのこだわり > フードアルチザン

**フードアルチザンについて**

- 桜島大根の魅力
  - > 桜島大根伝説-歴史
  - > 桜島大根伝説-起源
  - > 不思議桜島大根
- 種子島安納いもの魅力
- 小豆島オリーブの魅力
- 岩手県産雑穀の魅力
- 秋田県産じゅんさいの魅力
- 和歌山県産湯浅なすの魅力

**フードアルチザン 商品のご購入はこちら**

①イオンショップ

**商品へのこだわり**

お客さまに本当に満足いただける商品を。イオンだけの、コダワリ。

**環境提案**

イオンは、これからも、お客さまとともに、木を植えています。

**フードアルチザン 食の匠**

2001年の「イオン21キャンペーン」に寄せられたお客さまの声をもとに、イオンは全国各地で郷土の味を守り続ける多くの生産者の皆さまと手をたずさえ、日本のすぐれた食文化継承を担うことを目的に「フードアルチザン(食の匠)」活動を進めています。

**すべては、お客さま満足のために**

「フードアルチザン(食の匠)」活動では、日本で類いまれな食文化を支える食材や伝統技術といった伝統そのものを、地域の方々と対等なパートナーシップのもとで、保護・保存のお手伝いを進めています。さらに食文化を通じ、皆さまに新しい食の価値観を提案、そして食文化の担い手の育成、地域経済の活性化にも貢献することを目指しています。地域の方々に対等なパートナーシップで、知恵を出し合いながら協力することで、地域の食文化を全国へ発信していきます。

**フードアルチザンとは**

**古(いにしえ)の価値を次世代へ**

- 地域食文化継承
- 地域産業振興
- 信頼・誇りの醸成

イオン フードアルチザンのホームページ <http://www.aeonretail.jp/kodawari/artisan/>



かしながら、その連携構築においては、フードアルチザン担当者の方々の努力ではどうしても解決し得ない事態も発生します。日々の業務をとおして、地域（特に生産サイド）のカウンターとして連携のコーディネートができる人材の重要性を感じています。

農林水産省が示す今回の研修事業の目的は、「普及指導員等を外食・中食・食品製造業・量販店等へ派遣し、実践的な取組を通じて民間企業等が取り組んでいる消費者・実需者ニーズの把握、販売戦略の策定等の知識の習得を図る研修を行う」と記されています。このような連携は、まさにこれまでイオンフードアルチザンが実施してきた活動を推進させるものであり、また、是非、今回の研修参加者である普及指導員等のみなさまに、イオンリテール（株）が実施してきたことの目的や想いを知っていただく良い機会として捉えました。

イオンリテール（株）は流通業として、広くお客様の声を受け、お客様が求める商品のご提供を行っています。そのような業務で有する知識や経験を、地域で生産者を指導する普及指導員等のみなさまに、

是非、知っていただき、理解を深めていただく機会として研修の受け入れをさせていただきました。』

## ●実施準備・検討過程

今回のイオン研修参加者は、普及指導員4名（専門技術員2名：三重県、鹿児島県、作物・畜産・企業担当2名：秋田県、群馬県）と地域のコーディネーター2名の計6名でした。各参加者たちは、日頃地域の生産者指導や原材料を利活用した新商品開発、更には地域における食と農との連携を推進しています。

このような方々が取扱う商品の多くには、原材料の特徴や魅力、作り手の思いなどが詰まっています。しかしながら、この思いを商品として形にし、流通担当者（特にバイヤー）やお客様に伝えるには、商品の魅力を最大限引き出す戦略や戦術が必要となります。このため、研修では、これまでイオンフードアルチザンが行ってきた商品磨きや商品のブラッシュアップについて、参加者に考えていただくことをコンセプトとして、研修計画の立案を行いました。

イオン研修のプログラム 実施期間：平成23年10月26日～11月2日

【 事前勉強 】	第1日〔 10/26(水) 〕 13:30～17:30	第2日〔 10/27(木) 〕 10:00～17:30
物産展でイオンフードアルチザンが応援する商品について、「何故、イオンフードアルチザンがこの商品を応援するのか」、「他の商品との違いは何か」など一連の研修会をとおしてキーワードとなる事項について、事前の情報収集を行っていただきます。	13:30 集合 イオンリテール株式会社 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1 最寄駅：JR京葉線 海浜幕張駅 14:00 研修開始（講義） ・ 研修オリエンテーション（30分） ・ 研修全体を踏まえた講義（120分） 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール株式会社（前日同） 10:10 研修開始（講義、グループワーク） 売り方コンセプト作り グループワークによる商品の見せ方、 売り場イメージ、セールスコピー等の検討 17:30 終了
第3日〔 10/28(金) 〕 13:30～17:30	第4日〔 10/29(土) 〕 10:00～17:30	第5日〔 10/30(日) 〕 集合なし
13:30 集合 イオンレイクタウン店 埼玉県越谷市東町2-8 最寄駅：JR武蔵野線 越谷レイクタウン駅 13:45 研修開始（実地研修） ・ 売り方コンセプト確認① ～岩手フェア視察＆調査～ 17:30 終了	10:00 集合 イオンレイクタウン店（前日同） 10:10 研修開始（実地研修） ・ 売り方コンセプト確認② ～岩手フェア視察＆調査～ 13:00（社）食品需給研究センターに移動 ・ 結果の整理・意見交換 17:30 終了	◇各自の宿泊先にて研修結果の整理 ◇都内近郊の地域産品小売見学（各自） ※なお、宿題作成のために、参加者どうしがグループごとに集まって検討を行う際には、（社）食品需給研究センター（東京都北区西ヶ原3-1-12）の施設を開放します。 最寄駅：JR京浜東北線 上中里駅 地下鉄東西線 西ヶ原駅
第6日〔 10/31(月) 〕 13:30～17:30	第7日〔 11/1(火) 〕 10:00～17:30	第8日〔 11/2(水) 〕 10:00～15:00
13:30 集合 イオンリテール株式会社 13:40 研修開始（発表） ・ 検討結果発表（120分） ・ 商品開発に向けた意見交換（90分） 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール株式会社 10:10 研修開始（講義、グループワーク） ・ 商品コンセプト作り 午前中は講義、午後はグループワーク 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール株式会社 10:10 研修開始（発表） ・ 商品コンセプト発表 ・ フードアルチザンの狙い（まとめ） 15:00 終了・解散

### (1)座学や見学ではなく考えることの重要性

一般的に企業への派遣研修は、企業が実施している業務を聞くことや見ることが研修の主要を占めています。しかし、今回の研修のように地域の生産者に対する指導やコーディネート機能を期待できる人材には、座学や見学ではなく、むしろ企業が持つ企画立案やプランニングの手法等を理解していただくことが重要と考えました。

このため、本研修では、主に「商品開発コンセプトプランニング」と「売り方コンセプトプランニング」をイオンのメンバーと一緒に考えていただき、またそのための商品戦略の立案等を具体的に行っていただくプログラムを用意しました。

### (2)考えた結果を実態と比較する(現地実習)

研修期間中、イオン越谷レイクタウンにおいて「岩手三陸沿岸復興フェア」が開催される予定がありあました。このフェアでは、フードアルチザンとしての商品販売も行われ、また、フェア全体でのブース設置のレイアウト等も見ることができます。

上記に記したコンセプト検討では、当該フェア出展を想定し、特定の商品モデルにした中で、商品の強み・弱み分析、商品のアピール方法、ターゲット、売り方、キャッチの方法等を検討し、フェアで配置するブースイメージをイラストで作成いただき、その結果をもって、フェアでの現地実習において相違点等を整理・確認を行うものとしました。

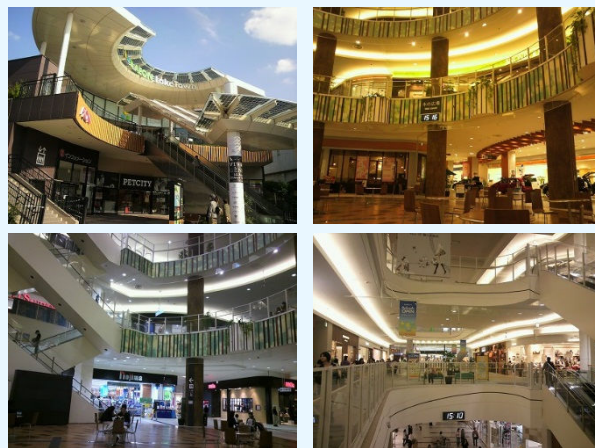
なお、確認作業を行っていただくに当たり、イオン担当者からフェアで見るべきポイント等の解説も併せて行うこととしました。

### (3)検討と実習を踏まえた更なる商品化検討

研修期間中の日曜日を利用して、参加者のみなさんに都内の都道府県アンテナショップや他の量販店、他の地域物産展などを見学していただきました。

研修の後半は、他店の状況と一連の商品開発、売り方コンセプトプランニングおよびフェアでの検証をとおして得た結果をもとに、参加者からの結果発表と今回のフェアに関わったFACOをゲストとしてお呼びしたワークショップを開催、更にこれらの結果を踏まえ、参加者からのサンプル提供による商品開発コンセプトプランニングを実施しています。

実地研修場所：イオン越谷レイクタウン



イオンを代表するショッピングモールの一つ。規模は国内最大級。年間400万人以上の来店があります。

### ●一連の研修をとおしてのテーマ設定

このように研修計画では、イオンフードアルチザンの取組やフェア等を「見て、聞いて、考えて、発表して、何を持ち帰るのか」ということを主題に、主にグループワークを中心とした検討を行うものとなりました。

そのテーマ性は、一般にプロダクトアウトと呼ばれる地域の商品開発の考えから、『消費者が認める価値とは何か、売するための戦略とはどのようなものか』を流通業の実態を踏まえ把握し、理解していただくマーケットインの思考の重要性です。このようなことをテーマに「何故、イオンフードアルチザンがこの商品を応援するのか」、「他の商品との違いは何か」など、普及指導員や地域のコーディネーターなど、研修の参加者が深く読み取り、考えていただく機会を提供させていただきました。



イオン研修にご参加いただいたみなさん

## ●研修の実施状況

研修実施に向けたイオンとFACOとの事前の検討を踏まえ、テーマに即した研修を8日間（途中日曜日は個人見学）の日程で実施しました。

研修においては、イオンリテールやフードアルチザンの活動、流通サイドから見た戦略立案や商品開発・売り方コンセプトの検討など、座学、グループワーク、実地研修、ワークショップなど、盛りだくさんのユニークなプログラムを企画し、また、各プログラムにおける研修カリキュラムやプレゼン資料等を用意いたしました。

一連の研修では、各研修場所において業務を実施されているイオンの担当者やマネージャー、更にはセクションを統括する執行役員にもご参加いただき、普及指導員、地域のコーディネーター、イオン担当者、FACOからなる人材交流、意見交換を積極的に行うことができました。

特にグループワークによる研修では、参加者のみならずイオン担当者との積極的な意見交換など、8日間をとおして「頭で汗をかく研修」を実施いたしました。

## ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

地域の農業・農村の6次産業化を図る上で、普及指導員にも推進役としての役割を担うべきであるという考え方が見られます。しかし、実際の普及指導員が6次産業化を推進するには、商品開発、マーケット、販路確保など、これまでに無い知識の習得が必要となります。

また、実際に知識を習得したとしても、それが実際のフィールドにおいて活用できなければ、本来、地域の生産者が求めるニーズに即応することはできません。

本研修では、このようなノウハウの中でも、特に商品開発や販売を行う上での企画立案にフォーカスをあて、『消費者が認める価値、売するための戦略』をテーマに研修を実施しました。

たった1回の研修では大きな成果を持ち帰るには至らないかもしれませんが、これまで知りえなかつ



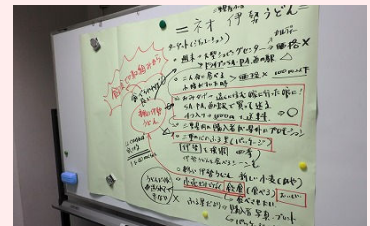
イオンリテール(株)の事業紹介エリア政策推進 松巾執行役(右) 仲元マネージャー(左)



商品開発コンセプトや売り方コンセプトの検討を行う高橋さん(左)、由利さん(右)



グループワークでは、参加者以外に、イオン担当者も参加し大いに議論



グループワークで検討された商品開発コンセプトマップ



レイクタウンの現地実習では、池田レイクタウン事業部SC企画統括マネージャーを交えた議論も実施



グループごとに実地への検証や確認を行い、検討結果との差異を確認

た流通の現状や考え方を知ることによって、新たに感じられたこともあったと思われます。特に、長時間にわたり頭を使った本研修では、相当な疲れと同時に、満足感ももっていただけたのではないかと感じています（研修終了後の写真の笑顔をご覧ください）。

さらに、本研修をとおして、これまでに無い人材ネットワークも講じることができたと思います。

そのネットワークを活用し戦略的な生産と流通との連携が行われることを大いに期待しています。



文：民間企業等民間派遣研修〔イオンリテール株式会社担当〕  
社団法人食品需給研究センター  
調査研究部 主任研究員 長谷川 潤一  
(食農連携コーディネーターFACO)

## 成功の裏側すべて見せます

オイシックス株式会社

## ●普及指導員派遣研修の狙い

～オイシックスの研修が目指したもの～

「全国の普及指導員を対象とした研修を民間企業が  
行うのであれば民間企業でしかできない事をやろ  
う！」

こうして“鼻息粗く”オイシックスの研修計画が  
スタートしました。ただ、今回は初めての事もあり、  
先ずは5名程を対象とした少人数の研修スタイルを  
取ろうと画策しました。しかしながら、実際に募集  
を始めてみると、受講を希望する普及指導員は11名、  
当初の計画を大きく上回る応募を受ける事になりま  
した。しかも参加される方の県を拝見すると「北海  
道」「秋田」「山形」「千葉」「神奈川」「三重」  
「鳥取」「京都」「岡山」「沖縄」と非常に多岐に  
渡っておられる。さらに半数近い5名が女性の参加  
で年齢差も下は31歳、最年長は47歳と実にその差は  
16歳にまで至る。こうして早速、戸惑いながらも、  
我々は計画を再考する事になりました。

地域や性別、年齢（経験年数）が多岐に渡るとい  
うことはそれだけ焦点が絞り込みづらいというデメ  
リットがあります。研修を実施する側としては、一  
体誰にポイントを合わせれば良いかが見えにくくな  
るからです。議論が繰り返され、たどり着いた結論  
は「こちらから何かを教えてあげよう」とあまり考  
え過ぎる研修は辞めよう、という事でした。前向き  
に考えれば、これだけの多様な人が集まる機会はこの  
場しかない、だからそれを全て丸ごと楽しんで貰  
う事にしました。

最終的に実施のポイントを3つに絞り掲げる事に  
しました。先ずひとつめが、「年齢もキャリアも、  
出身も全く異なる普及指導員が集まるのはめったに  
ないことだから、このチャンスにどんどん交流して  
もらいたい、だから参加者同士がお互いコミュニ  
ケーションを円滑に図れる様に配慮しよう」という  
事です。つまりこの場を提供する事、それ自体にも  
充分意味があり、我々は先ずはそのサポート役に徹  
しようという事です。ふたつめは「普及指導員の役  
割は、彼ら自身が商品を持って売り込みを行うプレ  
イヤーである場合もあれば、地域の人を巻き込み活  
性化のしてゆく“プロデューサー”という立場とな  
る場合もあるので、その双方について研修プログラ  
ムを設ける」という事です。つまりこちらは広い研

## オイシックス株式会社

2006年6月に創業、インターネットなどを通じて一般消費者  
へ食品を販売する事業を手がけ急成長する。とくに特別栽培農  
産物、無添加加工食品など安全性に配慮した食品・食材の販売  
に注力する。現在従業員114名。東京都品川区東五反田に本  
社を構える他、神奈川県海老名市にオイシックス物流センター  
を持つ。



修プログラムを用意するので、どこに比重を置いて  
研修に参加するかは、参加者それぞれが決めれば良  
いと考えました。そして、最後に「民間会社である  
メリットを活かすには、今後ビジネス展開に繋がる  
方向性を出そう」という事でした。これについては  
最終日にオイシックスのバイヤーに参加してもらい  
皆が持ち寄った品を実際に研修中で培ったスキルを  
使いプレゼンをしてもらう事にしました。もちろん  
良い品があれば、そのまま取引開始、ということも  
あり、としました。こうして研修の骨子となる、コ  
ンセプトが決まりました。

## ●実施準備・検討過程

最も大事にしたいテーマとなった「コミュニケー  
ションの促進」のためにとくに2つの試みを行いま  
した。ひとつは研修実施前の交流のために2週間前  
からメールマガジンを発行、同時に参加者から自己  
紹介の文章を募りメールマガジンを通じて配信させ  
ました。これにより親近感を演出し、すぐに打ち解  
けるムードを作りたかったのです。これは予想以上  
に好評で「お互いを知る事で既に研修が始まってい  
るようだ」との声を貰いました。

加えてもうひとつは、研修実施時間の終了後に懇  
親のための時間を準備したことです。1日目は情報交  
換を目的とした会を実施し、2日目は研修で学ぶ内  
容についてフリートークでの会としました。

ただ、会話が弾む為にはある程度、こちらからの  
話題の提供も必要という事で、1日目はホスト役と  
して懇親会のみ参加するゲスト講師を3名ほど用意  
しました。

研修スケジュール

	第1日:11月8日(火) 10:00~17:00	第2日:11月9日(水) 10:00~17:00	第3日:11月10日(木) 10:00~17:00	第4日:11月11日(金) 10:00~12:00	
研修内容	午前	オイシックス本社集合 研修4日間の流れ の説明10:00~10:30 講座①10:30~12:00 なぜ多くの通販会社がある 中でオイシックスのビジネ スマデルが成長できたの か? ○講師:オイシックス	船井総研五反田集合 本日の講座説明 本日のグループ分 講座③10:00~12:00 オイシックスは売れる商品を どう育てきたか? ヒット商品の作り方、育て方 ○講師:オイシックス 船井総合研究所	船井総研五反田集合 本日の講座説明 本日のグループ分 講座⑤10:00~12:00 オイシックスの活動は地 域や産地をどう影響を与 えているか? ○講師:オイシックス 船井総合研究所	オイシックス本社集合 商品部へのプレゼン10: 00~11:30 ○司会:船井総研 研修のまとめ総括
	昼食	12:00~13:00	12:00~13:00	12:00~13:00	
	午後 ①	船井総研五反田集合 講座②13:00~14:30 オイシックスを利用するお 客様とその購買行動につ いて青果の売り方・買い方 の変化 ○講師:オイシックス	船井総研五反田集合 講座④13:00~14:30 消費者に思わず欲しいと思 わせる商品の育て方、魅せ 方、商品開発研修 ○講師:船井総研 意見交換会	船井総研五反田集合 講座⑥13:00~14:30 地域のプロデューサーに なるために必要なこと ○講師 船井総研 意見交換	
	午後 ②	ワークショップ①15:00~ 自己紹介&情報交流会 司会 船井総合研究所 終了後、懇親会	ワークショップ② 15:15~17:00 オイシックス商品部へのプレ ゼン準備 ○講師:船井総研 終了後、懇親会	ワークショップ③ 15:15~17:00 地域プロデューサーにな るための実践研修 ○講師 船井総研	

その3名とは、企業の農業参入をテーマにお話しを頂く、ヤンマーアグリノベーション(株)社長の橋本氏、若手就農者ネットワークを全国に進める(株)オリザ社長の藤井氏、そして弊社内で循環型農業をテーマに自ら農作業に従事している山田です。3名には発表の後、懇親会にも参加してもらいました。

これについても「いろいろな人と多彩なテーマで話しができてよかった」と評価されました。

また、運営上で注意したのは、私が講師となって講座を受け持つ時間はできるだけ限定し、全体を見渡せる“ナビゲーター役”に徹底する事にしました。結果4日間の日程は次のようになりました。



情報交流の場となった懇親会は連日実施しました



懇親会のゲスト講師 ヤンマーアグリノベーション(株) 橋本社長

●研修の実施状況

遠方の方は前泊していた事もあり、心配していた遅刻者はゼロ、一番乗りは「鳥取」からの参加者でした。まずはオイシックス本社にてオイシックスという会社の取り組みと業務内容についての説明から始まりました。できるだけ数字を交えて話しをして貰う事で、かなりの裏事情まで言及した時間だったと想います。なお研修中は年齢や役職を超えてフラットな人間関係を作るために、互いを「ニックネーム」で呼び合う事にしました。

午後からは会場を船井総合研究所に移して、オイシックス流の商品発掘と地域との関わり方について、普及指導員の身近な仕事と繋がり深いテーマで話をしてもらいました。緊張もほぐれてきたところで、15:00からは場所を船井総研のラウンジに移して、ここで改めて自己紹介と情報交換会へ。情報交換ではゲスト講師も参加することで、広い話題について議論が進んでゆきました。

研修コンテンツの核となる、2日目、3日目の内容については、それぞれその分野で実績あるプロを起用しました。2日目の商品開発研修は、船井総合研究所の前田輝久が担当。産地に眠る隠れた魅力を引き出し商品を創りあげる手法について事例を交えて講義をしました。前田はこれまでに養鶏場に卵の直売店を開かせて「こだわりの卵」を名物商品に育てた事業や、豆腐店に直売所を開かせて「高級豆腐」として、遠方からも人が集まる人気店にした実績があり、とくに今回は商品の魅せ方について説明をしました。

3日目のプロデューサー研修については船井総合研究所の栃尾圭介が担当。彼は行政と組んだ地域おこしのイベントを数多く仕掛けてきた実績があります。最近ではご当地グルメのイベントとして「全国ご当地うどんサミット」を実施し多くのマスコミの注目を集める事に成功しました。いかにして外部の人を巻き込んで、大きなムーブメントを起こしてゆくか、そのプロデュースのテクニックについて重点的に説明しました。そして、これらの講座で学んだ手法を参考にして、最終日にオイシックスバイヤーへそれぞれの産地の品をプレゼンをしてもらう宿題が参加者には与えられました。



プロデューサーとして地域で事業を育てる手法について説明しました

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

研修3日目が終わった頃に参加者の中から、新たな声が上がりました。「6次産業化」という言葉が、農業という「1次産業」が「2次産業」「3次産業」と手を結ぶことで、新たな展開を模索するという事を意味するのであれば、なにも販売に拘った事ではなく、生産場面においても「6次産業化」という事はありえるのではないかとという意見でした。6次産業化を語る上での皆の意識が「モノ売りとしての6次産業化」という方向ばかりに傾いていないか、というものです。そこで、改めて我々は「6次産業化とは何か？」というテーマに立ち返り話しをする事になりました。

また「6次産業化」という言葉がごく一般的に語られ始めてから、まだ日が浅いので「6次産業化とはこうでございます」という確固たる定義が存在していない以上、その取り組みは、もっと混沌としていていいのではないかと。この問題提議については、それぞれにとって大きなテーマになりました。

それも含めて今回の研修はゴールではなくスタートであり、ここから皆がいかに行動するかが大事という点でも共通の認識を得る事ができました。そこで「オイシックス・船井総研チーム」としては、これから定期的な集まりを持ち、その間にどんなアク

ションが起こせたか、互いに情報交換をする事になりました。まずは次回を2012年3月6日と設定して再会を決めました。

そして最終日では、それぞれが持ち寄った品を使い、これまで培ったプレゼンスキルを活用しての、オイシックスバイヤーへの商品プレゼンテーションが敢行されました。それぞれ手作りのチラシやパ

ワーポイントを用いてプレゼン、全ての商品についてはオイシックス社からの評価が伝えられ、実際にそのうちの数品は、日を改めてオイシックスのバイヤーが産地視察に行く事になりました。

こうした結果を残して3泊4日の全てのプログラムは終わりました。



研修の集大成としてプレゼンを行う参加者、実際に商談まで進んだ例も出ました

京都から参加の「ネンチョー」こと田中氏



岡山からの「まんちゃん」こと古川氏

文：民間企業等民間派遣研修 [オイシックス株式会社担当]  
株式会社船井総合研究所 チーフコンサルタント  
楠元 武久  
(食農連携コーディネーターFACO)



## 消費者の思いを産地につなぐ役目、新しいタイプの普及指導員に！

株式会社ぐるなび&国立大学法人東京海洋大学

### ●普及指導員派遣研修の狙い

食の6次産業化を進める上で、日本全国の地域毎に戦略的に進められている「地産地消」に加え、「地産他消（地域産品の消費を他の地域、全国に展開する活動）」、特に一大消費地である都市部での消費につなげる「地産都消」を戦略的に展開することが重要であると考えています。また、最終ユーザーである一般消費者の存在に加えて、外食産業というマーケットを念頭におくことが重要と考えます。

ぐるなびは、この外食産業の活性化をめざし、インターネット検索サイトとしての新しいビジネスモデルを確立し、1996年6月の開設以来、多くの飲食店とユーザーに支えられ成長し、日本最大規模の飲食店検索サイトとなりました。

現在、ぐるなびがこれまで培ってきた飲食店と消費者のネットワークを「資産」として活用し、地方の産品を都市部の飲食店を通じて拡販するお手伝いを行っています。また、東京海洋大学との連携事業を通じて、技術開発・知的財産面も考慮した形での地方の産品の拡販に向けたお手伝いを行っています。このように、ぐるなび、東京海洋大学の展開するBtoB、BtoCの取組を通じた「生産者」、「飲食店」、「消費者」をつなぐ新たな形のフードビジネスを進めて行く中で、日々地域で生産者を指導する普及指導員等のみなさまに、6次産業化の重要な視点である、消費者の思いを産地につなぐ役目としての新しいタイプの普及指導員を目指していただきたいと思います。研修を実施させていただくこととしました。

### 受入機関の概略（産地活性に向けた取組）

#### 【ぐるなびの取組】

ぐるなびは、レストランが必要とする全てのサービスをご提供することを目的に、「レストランのサポーター」として1996年に事業を開始しました。以来、インターネットやモバイルの飛躍的な進化とともに、「ぐるなび」はレストラン検索サービスの先駆者として多くの方々からご好評を頂いています。この「インターネット検索サイト」としての実績をもとに、外食に関するデータや飲食店・消費者とのネットワークを駆使し、地域振興の取組みや、食関連企業等のプロモーション支援を行い、全国の産地の生産者の思いを消費者に伝える伝道師としての役割を担っています。

#### 【東京海洋大学の取組】

東京海洋大学産学・地域連携推進機構は、海洋の科学と技術に関する研究ニーズの開拓や共同研究の推進、国内外における産学官や関連産業地域・拠点との連携活動およびこれらの成果にかかわる知財の創出と技術移転を推進する組織です。東京海洋大学では、日本全国の地方に点在する水産都市振興を目的として、地域ブランド等を都市部向けに紹介する「地産都消」の取組みを展開してきました。都市部の一般消費者を主な対象とする「水産都市フェア」は、年1回大学内で開催される学園祭を活用し実施しています。

#### 【ぐるなびと東京海洋大学の連携事業】

平成21年より、地方産品を都市部での消費につなげる活動として、都市部飲食店を主な対象として、新メニュー開発を通じた新たな需要掘り起こし・拡大に結びつける「ふるさと食材活用セミナー」を実施しています。この取組は、ぐるなびとの信頼関係がある飲食店のニーズと、東京海洋大学との信頼関係がある生産者のシーズを結びつける新たなマッチングと捉えています。生産者には、料理人や料理人を通じて消費者と接して都会のニーズを把握していただき、地方産品の認知度アップ、拡販向上を目的としていただきます。また、都会の消費者や料理人には、生産者の地域、商品に対する熱い思いを理解していただき、地域の食材の認知度アップ、取引アップを目的としていただきます。これらのことから、収益性の乏しいとも言われている一次産業の六次産業化に貢献する取組を展開しています。

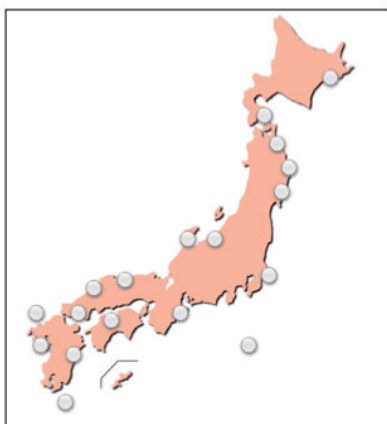


図1 各地で進められる「地産地消」活動



図2 都市での消費を促す「地産都消」活動

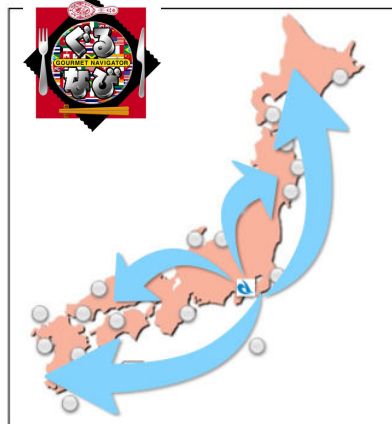


図3 ぐるなびの「地産他消」活動

東京海洋大学とぐるなびの産地振興  
地産都消から全国展開(地産他消費)へ



## ●実施準備・検討過程

今回の研修は、ぐるなびの取組、ぐるなびと連携事業を進めている東京海洋大学の取組を通じて、地域産品の拡販に向けた戦略策定のヒントを得ていただくものとして研修計画を立案しました。

そのため、研修受講者である普及指導員4名の方に、研修開始前に、各自の所属機関における現在の活動の中で取り扱っている食材の中から、拡販を進めたいと考える食材を決定いただき、その食材の特長、出荷情報、販路等の各種情報を整理していただくとともに、当該食材が6次産業化を進めるにあたって抱えている課題・対策案を予め検討いただくこととしました。

その結果、6次産業化における各ステップ（生産、加工、流通、販売、その他）別に抽出された課題・対策案の検討内容の充実度合いに偏りが見られました。具体的には、普及指導員の方々が日々の業務で接している頻度の高い、「生産」、「加工」段階での内容充実が高い傾向が見受けられました。本研修では、6次産業化を念頭に地域産品の拡販に向けた戦略策定を進めていくことから、参加者全員の共通認識として、以下3点を研修の目指すこととして整理しました。

### 【研修の目指すこと】

(1) ニーズプル型での一次産品の拡販を実践に結びつけること。

普及指導員の方々は、生産者と普段から接していることから、生産者の食材育種に対する思いや産品の特長などについて非常に沢山の情報をお持ちなのですが、今後、実効性ある形で地域産品の拡販を進めていただくためには、エンドユーザーのニーズの把握を行っていただくことを、取組の中に新たに組み込んでいただく必要があると考えました。今回の研修で、そのヒントを得ていただき、研修終了後、所属機関で実践に結びつけていただきたいという思いから、掲げました。

(2) 自らの保有するリソースを改めて整理し、このリソースを最大限活用し、実践に結びつけること。

普及指導員の方々は、日々生産現場に足を運び、多くの生産者の悩みなどに耳を傾けアドバイスを行っていらっしゃいます。そのアドバイスは普及指導員の方それぞれが保有する技量に依るところが多い傾向があるのではないかと、もっと、所属機関、所属地域等のリソースを活用することで、より実効性が高まるのではないかと考えました。今回の研修で、改めて自身の所属する機関や地域のリソースを見つめ直し、そのリソースを最大限活用することで、地域産品の拡販を実効性ある形で進めていただきたいという思いから、掲げました。

(3) 自らの取組の目標と課題を、“具体的に”定め、実践に結びつけること。

地域産品の拡販に向けた戦略策定を行う上で、最終目標を決定するわけですが、その定めた目標が、目標ではなく手段となっている場合が多く見受けられました。真の目標を定めるためには、まず、課題を具体的に抽出することが必要で、その課題の延長に解決策がある、ということを改めて考え、整理することが必要で、それが地域産品の拡販を具現化することにつながる、という思いから、掲げました。

以上のように、研修の目指す事柄を検討・決定した上で、研修の骨子は大きく①～④の通り決定し、進めることとしました。ぐるなびの、飲食店、消費者、生産者ネットワークを活かした各種取組を紹介し、普及指導員の方が、生産現場から持ちかけられた相談を対応する際に、エンドユーザーの視点に立ったアドバイスができるよう検討しました。

また、東京海洋大学を始め、全国の「大学」を活用することで、普及指導員の方々の日々の活動にどのように活かすことができるのかを事例を踏まえ紹介し、今後の活動に広がりをもっていただけるよう検討しました。さらに、大学だけではなく、普及指導員の方の所属する機関内に存在する、「公設試」の活用法にも言及することで、普及指導員の方のリソースを改めて見直していただけるきっかけになるよう検討しました。

【研修の骨子】

- ①地域産品拡販に向けた戦略策定のためのぐるなび、東京海洋大学の各種コンテンツの活用についての研修
- ②6次産業化にむけた異なるセクションとの連携を通じたコーディネーション・コミュニケーションについての研修
- ③神奈川県平塚市の産品・名品の飲食店への導入に向けた実地検討
- ④普及指導員等が所属する都道府県の産品の拡販に向けたビジネスプラン作成

●研修の実施状況

研修は、株式会社ぐるなび及び東京海洋大学関係者により実施し、①座学→②実地→③グループワーク等による討議→④発表で進めていくこととしました。研修では、関係者と普及指導員がフラットに積極的に対話をしながら進めていく形式で行うこととしました。参加者全員で考え、建設的な意見を交わすことこそが、互いの今後の活動展開に向けた新たな視点、新たなヒントになり、そのヒントも、解決策も新しいアイディアも、外から教えられるものではなく、結局は個人個人が自身の中に生み出すものであるとの認識を基に進めることとしました。

研修スケジュール（平成23年11月21日、22日、24日、25日）

	第1日 11月21日(月)13:00~17:30	第2日 11月22日(火)9:30~18:00	第4日 11月24日(木)9:30~17:30	第5日 11月25日(金)9:30~12:00
午前	<b>【事前準備】</b> ・自身の活動紹介 ・地域活性化に向けた各自の考える課題・解決策の抽出 ・本研修に対する要望等についての資料作成、研修開始前に提示していただきました。	9:30集合@ぐるなび 東京都千代田区有楽町1-2-2 最寄駅：JR有楽町駅 9:45研修開始 ●ぐるなびのコンテンツ紹介 ●ふるさと食材活用セミナーについて	9:30集合、研修開始@東京海洋大学 ●各自の策定した課題解決プランの発表、発表内容についてのディスカッション(講評含む)	9:30集合、研修開始@東京海洋大学 ●各自のプランの最終版の発表、ディスカッション ●実践に向けた具体的なアクションについてのディスカッション 12:00研修終了・解散
午後①	13:00集合@東京海洋大学 東京都港区港南4-5-7 最寄駅：JR品川駅 13:15研修開始 ●研修オリエンテーション ●事前準備の資料を活用した自己紹介 ●東京海洋大学の活動紹介	13:00集合@マルシェ・デ・銀座(ぐるなびから徒歩にて移動) ●ふるさと食材活用セミナー(神奈川県平塚市編) 15:30終了、ぐるなびに移動	●グループワークによる産地の活性化に向けたビジネスプランのブラッシュアップ、ディスカッション ●まとめ 17:30終了	
午後②	●産地の活性化に向けた取組 ●ぐるなびの活動紹介 ●地産都消、地産他消に向けた取組 ●まとめ 17:30終了	16:00研修再開 ●課題を抽出する、ということ、目標を定める、ということについてのディスカッション ●課題解決に向けた事前調査法についてのディスカッション ●まとめ 18:00終了		



11月21日(月)オリエンテーションの様子



研修参加の4名の普及指導員の方  
 左写真：小沢さん(左)、酒井さん(右)  
 右写真：上赤さん(左)、深水さん(右)

### 1)参加者について

今回の研修参加者は、普及指導員4名（鹿児島県2名、岐阜県1名、埼玉県1名）で、参加者は、農産物等の生産現場における各種指導を行うとともに、当該地域の産品の拡販に向けた行政としてのサービスの企画立案、実施を手がけていらっしゃる方でした。また、人材育成の観点で、将来の生産者育成に向けた講義等教育活動も展開していらっしゃるなど、多種多様な活動を展開されていました。

いずれの参加者も、日々の生産現場での活動を通じて、地域産品の拡販、さらには地域活性化に向けた取組を目指していらっしゃいますが、エンドユーザーのニーズを把握するための各種活動の進め方について、具体的な手法を模索されており、かつ、IT技術を活用した広報活動を展開する手法等を検討されており、それらを、今後のご自身の活動に取り入れたいという思いでいらっしゃいました。

研修開始前から、各地域でのご自身の取組を互いに発言され、皆さん建設的な意見を積極的に発信される方でありましたため、和やかな雰囲気での研修を開始することができました。

### 2)トピックス①:ニーズプル型一次産品の拡販

今回の研修で目指す事柄の一つとして掲げている「ニーズプル型の一次産品の拡販」についてのディスカッションで、先行技術分野として、二次産品である工業製品の拡販における展開の経緯、現状、そこでの問題点等について紹介、協議させていただきました。また、「食」の分野で、ぐるなびが実際に取り組んでいる事例として、岐阜県の地産他消の取組を紹介、協議させていただきました。

“シーズとニーズのマッチング”とは、言うのは簡単ですが、そこに至った経緯、歴史を知り、そこから、自分自身の取組の文脈に落とし込み、具体的な取組を検討することが必要です。

普及指導員の方々は、普段一次産品の生産現場での活動がメインであるため、他分野の取組を先行事例として知っていただくことから、ご自身の活動を改めて見つめ直していただくきっかけとなったように思います。

### 3)トピックス②:ふるさと食材活用セミナーでの実地研修

今回の研修では、実地研修として、地域産品の拡販に向けてぐるなびと東京海洋大学が進める“ふるさと食材活用セミナー”に普及指導員の方々に参加いただき、事例として神奈川県平塚市の取組を中心に、平塚市職員、生産者、飲食店シェフの方と交流していただきました。普及指導員の方々が、なかなか接する機会の少ない、他地域の生産者や行政職員の中でも食や観光振興関連部署の職員の方や、飲食店の料理人の方とFace to Faceで対話していただくことで、普段の活動の中ではなかなか気づかない課題等を見出すきっかけとなったように思います。

また、エンドユーザーとして、一般消費者の存在に加えて、飲食店の存在があることを実際に感じていただき、地域産品の拡販に一手間加えることの重要性を知っていただくきっかけとなったように思います。

### ●研修の結果（アウトプットとアウトカム）

今回の研修で習得した情報は、習得を目的とするものではなく、如何にして「実践」に結びつけていただくか、そのヒントを得ていただくところに、重きを置いて進めさせて頂きました。そのため、最終日には、普及指導員の方々がそれぞれお考えになった、ビジネスプランを研修終了後にご所属地域で如何に実践に移していくか、アクションプランを具体的に進めていくためのまとめを行いました。



左写真:ディスカッションの様子  
右写真:ぐるなびの取組紹介の様子

これまでの普及指導員の活発なご活動に加え、今回の研修を通じて、エンドユーザーの思いを産地につなぐ、という新たな視点で活動に厚みを増していただき、地域の活性化を具現化していただければと期待しています。



岐阜県の青ネギの拡販を進めていく上で、今後具体的にどのようなアクションを取ればよいか、ディスカッションしている様子



左写真：神奈川県平塚市職員、生産者の方のPRを聞きながら、試食される普及指導員の様子  
右写真：飲食店シェフによる食材を使用した感想等を生産者とやり取りされる様子を聞く普及指導員の様子

文：民間企業等民間派遣研修 [株式会社ぐるなび担当]  
株式会社ぐるなび 法人営業部門  
プロモーションプランナー 河口 真紀  
国立大学法人東京海洋大学 産学・地域連携推進機構  
准教授 中村 宏





## 中食産業における企業の戦略

ケンコーマヨネーズ株式会社

## ●普及指導員派遣研修の狙い

中食産業の市場規模は、8兆円を超える規模で推移しており、外食産業と並ぶ大きな市場を形成しています。ケンコーマヨネーズ株式会社は、この中食市場においてサラダを中心にさまざまな商品開発を行っており、常に新しい商品価値を提案しています。

本研修では、ケンコーマヨネーズ株式会社を持つ「売れる」商品開発のためのノウハウを、生産サイドの受講者に伝え、両者間で商品開発のための「共通言語」を生み出すことを目指しました。研修を通じて、受講者に生産から消費までの一連の流れ、および商品開発の要諦を理解いただくことは、6次産業化に資する取り組みであると考えました。

研修では、消費者の求める商品を開発するために同社が行っている商品開発戦略および実例を学んだ上で、企業と生産者が共通して注力すべき点、意識すべき点の提案・議論を行い、生産者が企業ノウハウを活かして「売れる」商品企画を立案できる研修を目指しました。

また、ケンコーマヨネーズ株式会社は、これまでの事業経験の中から、収益性を満たしつつ良い素材を仕入れるためには、生産者との密なコミュニケーションと信頼関係の構築は不可欠であると考えており、副次的にそのような機会を創出するチャンスになることも期待されました。



参加者による自己紹介の様子

## 企業の概略

ケンコーマヨネーズ株式会社は、「心身（こころ・からだ・いのち）と環境」を経営理念とし、「サラダNo.1企業を目指す」、「品質、サービスで日本一になる」ことを経営方針として掲げています。また、従業員の宣誓として「お客様と社員の幸せ作りの為に考え工夫する」、「資源と環境を大切に」、「成長を目指し果敢に行動する」という三つの誓いを立てています。『食育』という考え方にに基づき、食を通じて世の中に貢献し、全ての皆様に満足していただけるような商品、サービスを提供し続けることでこれからも長期的な繁栄と成長を目指している企業です。

食品メーカーとして「安心・安全・安定・美味しい」食材の安定供給に努め、美味しいマヨネーズやドレッシングづくりを追求し、地域の農家と連携してサラダ事業およびこれに関連した事業の拡充・促進によりグループ全体の一層の付加価値創出に努めています。企業体として緻密に計算された生産フローや、徹底した衛生管理体制は、食材を扱う多くのその他企業や事業者の参考となります。

## ●実施準備・検討過程

研修の実施にあたり、担当FACOが以前より交流のあったケンコーマヨネーズ株式会社関連戦略本部の加藤久和氏と山室裕氏に同事業への協力を依頼しました。本事業の狙いに大いに賛同いただくとともに、地域の生産者に関わる普及指導員の方と接点を持つ点にも魅力を感じていただき、研修への協力を同意いただきました。

研修の実施までに、計6回のミーティングを行いました。研修の内容としては、企業として収益をあげるためにどのように事業計画を立てているのか、またどのように消費者の需要を引出し、価値を創造しているかを伝えることとなりました。より実践的な研修とするために、研修で使用するワークは、実際に社内で使用されている商品開発シートを元に新たに開発しました。

各地域の素材を使用したオリジナルサラダを開発する実習では、受講者自身も自分の地域素材を持ち込み、実際の商品開発を行うことで、現場の臨場感を持った研修としました。

実施に際しては、施設の確保等で、調整が必要でしたが、最終的には商品開発の環境が整っている子会社の株式会社関東ダイエツクックにご協力いただき、実施する運びとなりました。

研修のプレゼンテーション資料の作成は、担当 〃で社員教育等で用いている資料を元に、受講者に  
FACOと議論の上、ケンコーマヨネーズ株式会社がす 〃合った形に構成し進めました。

研修スケジュール 実施期間:平成23年年11月8日～11日

実地研修 スケジュール の概略	研修スケジュール			
	第1日(火)	第2日(水)	第3日(木)	第4日(金)
午前	<ul style="list-style-type: none"> <li>○実地研修オリエンテーション</li> <li>○概略:顔合わせ、自己紹介</li> <li>○事業目的の共有、ケンコーマヨネーズ(株)の紹介</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:FACO高橋修一郎、ケンコーマヨネーズ(株)(加藤、山室)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○中食事業座学①</li> <li>○概略:食品企業が事業運営をしていくなかで注意していることを伝える。</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(加藤)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品開発実習①</li> <li>○概略:持ち込み製品を使った商品の開発。コンセプトシートの作成。</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(中島)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○工場見学および成果プレゼンテーション</li> <li>○概略:試作品の試食をし、ディスカッションを行う。各自学んだことをまとめ、発表を行い、学びを共有する</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:FACO高橋修一郎</li> </ul>
昼食	ケンコーマヨネーズ(株)社内食堂にて	ケンコーマヨネーズ(株)社内食堂にて	ケンコーマヨネーズ(株)社内食堂にて	
午後①	<ul style="list-style-type: none"> <li>○所沢工場視察①</li> <li>○概略:ケンコーマヨネーズ(株)の施設見学</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(日下)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○中食事業座学②</li> <li>○概略:商品開発の際にどのようなことが考えられているかを学ぶ。コンセプトシートについて。</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(加藤)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品開発実習②</li> <li>○概略:コンセプトシートの内容をもとに商品の試作を行う。</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(中島)</li> </ul>	/
午後②	<ul style="list-style-type: none"> <li>○所沢工場視察②</li> <li>○概略:ケンコーマヨネーズ(株)の施設見学</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ株式会社(日下)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○実地見学</li> <li>○概略:サラダの中食salad cafeを見学し、座学で学んだ内容が実施されている現場を理解する。</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(加藤)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品開発実習③</li> <li>○概略:試作した料理のプレゼンテーションを行い、商品をお客様に届けるポイントを学ぶ。</li> <li>○教材:プリント資料</li> <li>○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(中島)</li> </ul>	/

●研修の実施状況

研修は株式会社関東ダイエツクックの所沢工場の一室をお借りして実施しました。初日の午前中に、受講者同士の自己紹介を行うことで、各人がそれぞれの職場でどのような活動をしているのか、およびそれぞれの地域の特徴などを理解でき、初対面の方たちばかりにも関わらず頻繁に質疑の声が上がる環境を作ることができました。

初日の午後と4日目の午前中の2度にわたり、スーパー用のパック惣菜の工場見学を行いました。管理区域入口で徹底的に異物の持ち込みを防ぐ仕組みや、雑菌の繁殖を抑えるための室温管理、そしてコンベアを前に並んだ大勢のアルバイトスタッフがそれぞれの作業にプロ意識を持ちながら取り組んでいる姿が印象的でした。受講者はスーパーからの受

注・納品までのリードタイムの短さや、日勤・夜勤の交代制での24時間の稼働体制に驚いている様子でした。



関東ダイエツクック所沢工場見学の様子



参加者が企画、試作したオリジナルサラダ

2日目は午前と午後に事業計画および商品開発に関する話を伺い、その内容が実際に活かされている池袋駅東武百貨店内のサラダカフェの現地見学を行いました。商品のプライスゾーンの設定やディスプレイの手法など、ターゲットとなるお客様にどのように品物を届けるのかを見ることができました。

3日目には商品開発を担当している中島聡氏が講師に加わり、それまで座学や見学で学んだ点を踏まえた商品開発の実習を行いました。

受講者には地域の素材を活かし、開発商品のどこに価値を設定し、その価値をいかにして伝えるかをポイントに、コンセプトシートを使ったメニュー提案を行っていただきました。

最後にロールプレイング形式で受講者に開発商品をプレゼンテーションしていただき、商品のコンセプト・市場性について討議することでマーケティングの理解を深めました。

### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

「もっと儲けているのかと思っていました」そう言われた高知県の中島さんの言葉が印象的でした。実際に、サラダ1パックを売って数円の利益しかでないという世界で勝負をしている実情を理解し、受講者の中食に対するイメージは大きく変化したと思います。「共通言語」を生み出し、相互理解を深めるという本研修の目的に沿った研修が実施できたと考えています。また、副次的な成果として、栃木県の大谷さんが持参した「かき菜」は価格・質の面からも中食惣菜の素材となり得るものであったため、今後、本研修をきっかけとした商品が誕生する可能性も出てきました。

文：民間企業等民間派遣研修〔ケンコーマヨネーズ(株)担当]  
株式会社リバネス  
代表取締役COO 高橋 修一郎  
(食農連携コーディネーターFACO)







## 新プロジェクトの商品開発を体験

日本サブウェイ株式会社

## ●普及指導員派遣研修の狙い

6次産業化や食農連携の推進にあたっては、どのようなシーンや用途で商品を買ってもらうか、最終消費者の立場から見た商品作りを地域で行えるようになることが重要です。

日本サブウェイ株式会社では、野菜を核としたブランディングを推進しており、めまぐるしく変化する外食産業の中で急成長を遂げていますが、その要因の一つとして「日本人の口に合う」商品開発があります。本研修は、日本サブウェイ株式会社における商品開発について座学と実践を通して、消費者の視点に立って魅力的な商品を産むための考え方を学んでいただくことで、生産地で6次産業化等の推進の種を蒔く社会貢献につなげることを目的として開催しました。

また、将来的に、地域に眠る魅力的な素材やそのストーリーを掘り起こすために、外食企業が地域と直接つながりを持つことは、両者にとってもプラスになります。

日本サブウェイ株式会社様には、今回の研修を通して6次産業化や食と農の連携を推進する一助となり、日本の農業を強化することにつなげると共に、今後の事業拡大に向けた展開に役立てることを目的として、研修の受け入れに協力して頂きました。



サブウェイ野菜ラボ丸ビル店の店舗風景

サブウェイの語源は、サブマリンサンドの“SUB”に、あなたのお好みにおつくりしますという意味の“WAY” (MYWAY, YOURWAY)を組み合わせた造語。

## 日本サブウェイ株式会社

サブウェイは、1965年コネチカット州ブリッジポートに生まれたサンドイッチ店から、いまや世界97カ国、35,714店（2011年11月現在）に発展した、世界で最も成功した飲食店の一つです。

日本サブウェイ株式会社は、米国サブウェイ社とマスターフランチャイズ契約を結ぶ形で、1992年に赤坂に第1号店をオープンしました。一旦は急成長した日本でのサブウェイの展開でしたが、その後減速。しかし、店舗形態やサービスを試行錯誤するとともに、社内ブランディングの強化を行うことで、その後店舗数の回復に成功。さらに、2007年よりコミュニケーションワードを「野菜のサブウェイ」に設定、2009年より「野菜ラボプロジェクト」をスタートするなど、独自のブランディング戦略を取るとともに、食材調達のほとんどを国内に絞り、日本人の口に合う商品開発を進めることで、2007年時点で125店舗であったサブウェイは2011年11月時点で311店舗と、大きな成長を続けています。

## ●実施準備・検討過程

研修内容は、7月下旬から検討を開始し、参加者に商品開発を体験してもらうことで、成果と直結した学びを得てもらう研修を模索しました。講師としては、マーケティング部部長であり、日本サブウェイでの商品開発を担う今井久氏に依頼。同じくマーケティング部の荒川波奈絵氏にも協力を仰ぎました。しかし、開店ラッシュの続く中で、時間の確保、商品開発や座学研修を行う場所の検討と調整が難航しました。さまざまな検討を行った結果、開催時期と重ねて進行していた新プロジェクト「ブレッドラボ」での商品開発を体験して頂くことで合意、実施に至りました。

ブレッドラボは、サンドイッチに使うパンを店舗で焼いている、サブウェイのパンへのこだわりをお客様へ伝えるための新店舗であり、ブレッドラボに出品することを想定した、地域の素材を活用したパンの商品開発を体験していただくことを主軸として、商品開発の過程やお客様を見たマーケティングなどについて体験しながら理解していくプログラムを組みました。

研修スケジュール

研修スケジュールの概略	第1日 11月8日(火) 10:30~17:00				第2日 11月9日(水) 10:00~17:00				第3日 11月10日(木) 10:00~17:00				第4日 11月11日(金) 10:00~17:00			
	午前	10:30-11:30 @日本サブウェイ株式会社本社 会議室 <b>オリエンテーション</b> ○内容：参加者自己紹介、研修の内容と狙い ○概略：事業の狙いと研修の流れを紹介したのち、参加者全員の自己紹介を行った。 ○教材：パワーポイント資料 ○担当者：サブウェイ今井様、リハネス塚田				10:00-11:30 @日本サブウェイ株式会社本社 会議室 <b>座学研修</b> ○内容：サブウェイにおけるマーケティングと商品開発 ○概略：日本サブウェイ株式会社におけるマーケティング戦略、商品開発について解説を行った。また、試作に向けたプレゼンテーションを行った。 ○教材：パワーポイント資料 ○担当者：サブウェイ今井様、荒川様、リハネス塚田				10:00-11:30 @日本サブウェイ株式会社本社 会議室 <b>グループワーク</b> ○内容：商品開発レビュー ○概略：試作商品の総評を行うとともに、個別の試作品に対し、相互および担当者からのフィードバックを行った。 ○教材：ワークシート ○担当者：サブウェイ今井様、リハネス塚田				10:00-11:30 @日本サブウェイ株式会社本社 会議室 <b>研修のまとめ</b> ○内容：成果プレゼンテーション ○概略：各自が開発を行った商品の最終プレゼンテーションを行った。また、各自学んだことをまとめ、発表して学びの共有を行った。 教材：コンセプトシート 担当者：サブウェイ荒川様、リハネス塚田		
昼食	各自弁当持参、または外出				各自弁当持参、または外出				各自弁当持参、または外出							
午後①	13:00-14:30 @日本サブウェイ株式会社本社 会議室 <b>座学研修</b> ○内容：サブウェイの経営と事業モデル、サブウェイが取り組むプロジェクト ○概略：日本サブウェイの沿革や事業内容、モデル、経営状況等について解説したのち、サブウェイが取り組む2つのプロジェクト「野菜ラボ」「ブレッドラボ」について概略を解説した。また、2日目で行う商品開発案の発表とフィードバックを行った。 ○教材：パワーポイント資料、会社資料 ○担当者：サブウェイ今井様、リハネス塚田				13:00-14:30 @Pasco <b>実習</b> ○内容：商品開発実習① ○概略：数島製パン渋谷ベーカーリースポーツセンターにおいて、試作内容の説明を行い、レシピの決定と試作の準備を行った。 ○教材：ワークシート ○担当者：サブウェイ今井様、荒川様、数島製パン下里様、サブウェイ荒川様、リハネス塚田				13:00-14:00 @日本サブウェイ株式会社本社 会議室 <b>座学研修</b> ○内容：商品開発事例紹介。 ○概略：担当者がこれまでのキャリアの中で行った商品開発について、事例を紹介した。 ○教材：パワーポイント資料 ○担当者：サブウェイ今井様、リハネス塚田				/			
午後②	15:00-16:30 @赤坂見附店、丸ビル店 <b>実地研修</b> ○内容：店舗見学 ○概略：都内のサブウェイ店舗に赴き、内装、ディスプレイ、オペレーション、客層などを見学した。 ○教材：ワークシート ○担当者：各店舗店長、リハネス塚田				15:00-16:30 @Pasco <b>実習</b> ○内容：商品開発実習② ○概略：レシピに従って、商品の試作を行った。また、持ち時間には、次年度キャンペーンのアイデア出しを体験した。 ○教材：ワークシート ○担当者：サブウェイ今井様、荒川様、数島製パン下里様、サブウェイリハネス塚田				15:00-16:30 @東京冷化機工業 <b>実習</b> ○内容：商談見学 ○概略：都内で運営されている閉鎖型の本舗施設において、施設の見学、商談への同席を行った。 ○教材： ○担当者：サブウェイ今井様、リハネス塚田				/			

●研修の実施状況

研修は、2011年11月8日から11月11日の日程で開催され、秋田県、静岡県の普及指導員など4名が参加、農作物やその加工品などの地域産品を持ち寄って新プロジェクトの商品開発を体験する研修を受講しました。

まず、事前課題として、参加者にはパンの開発に使用する地域素材を決定した上で、どのような商品ができるか、欠かせないポイントをまとめた「コンセプトシート」を作成していただきました。

初日にあたる8日は、日本サブウェイ株式会社の事業について解説したのち、2009年より進めてきたプロジェクト「野菜ラボ」の経緯と効果について説明、さらに、新プロジェクトとなる「ブレッドラボ」についての説明を行いました。また、2日目に予定しているパンの試作に向けて、コンセプトシートを使って商品案のシェアを行うとともに、サブウェイ2店舗の見学と来客の観察と分析を行いました。



座学研修の様子



赤坂見附店での見学



商品開発実習



商品の試作風景



完成した試作品



商品開発の最終プレゼン

2日目は、日本サブウェイでのマーケティングと商品開発の方針について学び、商品案のプレゼンテーションを行った上で、敷島製パン株式会社の渋谷ベーカリーサポートセンターに移動。パスコブランドで知られる敷島製パン株式会社は、サブウェイにパンを供給しており、ブレッドラボにも協力されています。今回、集まった地域の素材は、抹茶やトマト、枝豆、かぼちゃなど6品目。同センターで行われた商品開発実習では、合計9つの商品アイデアが生まれ、試作されました。参加者全員で試食したのち、感想をシェア。その感想を元に、3日目は相互にフィードバックを行い、消費者に良さが伝わるネーミングとキャッチコピーを考え、4日目には完成したコンセプトシートの発表、学びの振り返りと共有を行いました。商品開発実習と並行する形で、商品開発の事例紹介や次年度のキャンペーンアイデアのディスカッションなど、企業での商品開発、マーケティングを肌で感じる研修となりました。

### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

新商品開発は4名の参加者から9案、うち2案はブレッドラボでの商品化にかなり近い位置にあるという評価を受け、具体的なコスト試算の話にまで到達。少ない時間ながらも、クオリティの高い商品開発実習が実施できました。また、サブウェイでの商品開発やマーケティングの実際、講師がこれまでに体験した商品開発の事例を学ぶことで、生産地に求められることや、商品を作って売るためにどれほどの努力があるのかを知ることのできる機会になったのも、参加者にとっては多くの学びになったのではないのでしょうか。

第一線で行われる商品開発を学び、実際にその考えに沿って自分たちでも商品を作ることで、ことで、作り手の思い入れだけでなく、どのようにして商品



研修終了後の記念撮影

後列右から、研修参加者ナラサキ産業協氏、講師今井氏、荒川氏、研修参加者秋田県三澤氏。前列右より研修参加者ボン・デュガール滝氏、静岡県三宅氏、および筆者。

の魅力やおいしさ、良さを消費者に伝えれば良いのか、そこに努力を惜しんではいけないということへの大きな気づきになったのではないかと思います。参加した普及指導員がその重要性を地域に伝え、何をしなければいけないのか、地域と考えていく素地が、草の根的ではあってもできつつあります。さらに、今回の研修を通して、「地域の素材に自信が持てた」という声もありました。今後、この研修を受けた参加者が地域での協力体制を作って努力を続ける意思が生まれ、意識が広まっていくことが期待できます。

文：民間企業等民間派遣研修 [日本サブウェイ株式会社担当]  
株式会社リバネス 地域開発事業部  
塚田 周平





## 普及指導員等に求められる、相談窓口機能

西日本高速道路株式会社・西日本高速道路サービス・ホールディングス株式会社

### 企業の概略

日本道路公団が昭和31年に設立され、わが国初の高速道路が昭和38年に開通く名神（栗東～尼崎）>し、ハイウェイネットワーク整備が行われました。平成17年に日本道路公団の分割民営化をうけて、西日本高速道路株式会社が発足しました。

西日本高速道路株式会社は、平成23年11月1日現在管轄内3,375kmの営業延長、158kmの建設延長において、高速道路の建設・管理・料金徴収を行い、西日本高速道路サービス・ホールディングス株式会社は、管轄内92箇所のサービスエリア（SA）、90箇所のパーキングエリア（PA）において、商業施設（高速道路等におけるレストラン、ガステーション等）の運営を行います。

### ●普及指導員派遣研修の狙い

西日本高速道路株式会社（以下、NEXCO西日本）グループでは、「長期的な成長」を期すため、グループが一体となって事業創造プログラムの推進を図ることを目的として、平成22年10月に「NEXCO西日本グループ事業創造委員会」を設立し、「事業創造アイデア募集」として高速道路やその沿線の地域において新しい事業を創造していくためのアイデアを一般に募集するなど、高速道路の資産価値を高める新たな事業の創造に取り組んでいます。

この中で、「地域と連携した活性化への取り組み」として、高知県長岡郡大豊町では、地域と連携し、観光促進や交流人口の増加に寄与する取り組みを開始しました。

NEXCO西日本グループとして、グループの資産・人材等を活用した地域活性化への貢献とネットワークとしての高速道路価値の向上、グループネットワークを生かした自家産品等の販売を地域として、グループ会社による安定的な運営（SA・PAの営業実



優秀賞 主婦の味力（みりょく）は「美味しい！」



ゆとりすとパークおおとよ  
（指定管理者）



ゆとりすとベリー農園  
（ブルーベリー栽培）

績・施設等維持管理手法・広報効果等）と交流人口の拡大、休耕地の有効活用及び新たな雇用機会の創出を、それぞれ期待できる効果として取り組んでいます。

今回の研修でも、普及指導員等地域で活躍される皆様にNEXCO西日本グループおよび、地域と連携した活性化への取り組みについて理解を深めていただく機会として、研修を受け入れて下さいました。

### ●実施準備・検討過程

研修受け入れにあたり、西日本高速道路サービス・ホールディングス株式会社（以下NEXCO西日本SHD）店舗運営グループ 今福 重徳直営営業グループリーダーを中心としたプロジェクトチームが編成されました。

実施にあたり、ミーティングを重ね、SA・PA向けの地域農産品を使った商品開発ノウハウを学ぶため、座学と見学で終わる研修ではなく、参加者同士がコミュニケーションする事により、普及指導員等が研修の成果を地域に持ち帰る事を目的として研修プログラムを検討しました。

プログラムの中で、地域農畜水産品を活用したレストランメニューやお土産を積極的に導入する「西紀SA上り」「西紀SA下り」、地元農家グループによるPA内産直が好評となっている「赤松やさしい村」を実地研修先候補としました。

### プロジェクトチームメンバー



NEXCO西日本SHD  
今福グループ  
リーダー



NEXCO西日本  
後藤課長代理



NEXCO西日本  
水津課長代理

しかし、実地研修先候補はそれぞれ独立した事業者がテナントとして営業を行っているため、受け入れには相手先の承諾が必要となります。

結果、すべての受け入れ候補先から快く承諾をいただくことができました。

事前のヒアリングでは、西紀SA下りを運営する天恵フーズ株式会社荻野総支配人が、今福リーダーとともに黒豆プリンの納入先メーカーにまで足を運びご準備いただくなど、関係各位にも機会提供にご配慮をいただきました。

また、会場手配や移動車両の提供など、NEXCO西日本グループ全体で研修に向けたご準備をいただき、研修を迎えることができました。

### ●研修の実施状況

今回の研修は、普及指導員3名、地域のコーディネーター等3名の計6名が参加しました。

研修にあたりメーリングリストを設け、事前課題シートを配布し、SA・PAで販売したい農産物や近くのSA・PAを訪問した感想を提出していただきました。

研修初日、まだお互いの事を知らない顔合わせにおいて、この課題をもとに「この研修で、地域に持ち帰りたいものは何か」という問いかけを行い、各参加者の思いを語っていただく事で研修がスタートしました。

研修参加者



兵庫県龍野農業改良普及センター 若狭普及主査



佐賀県東松浦農業改良普及センター 西村主査



兵庫県姫路農業改良普及センター 櫛普及指導員



柑橘館河田商店 河田代表



大鹿村役場 高畑氏



泉佐野市公園緑化協会 福島常務理事

研修スケジュール 実施期間：平成23年11月15日～11月18日

事前課題		集合場所	
参加者にてSA・PA(場所は自由)の店舗を事前視察し、気に入った商品およびメニューを撮影・消費し、感想をまとめておく。		大阪府大阪市北区堂島1-6-20 堂島アバンザ18F 最寄駅：JR大阪駅	
日程			
第1日[11月15日(火)] 10:00～17:00	第2日[11月16日(水)] 9:30～17:00	第3日[11月17日(木)] 9:30～17:00	第4日[11月18日(金)] 9:30～12:00
9:45集合 西日本高速道路(株) 10:00研修開始(講義) ・開講挨拶(NEXCO西日本) ・事前課題相互発表 研修の趣旨(事務局) 13:00「西日本高速道路株式会社 社の概要」(NEXCO西日本 経営企画部) 14:15「NEXCO西日本におけるア グリ事業への挑戦」 (NEXCO西日本 環境部) 15:30「地域商品」への取り組み について」(NEXCO西日本SHD 店舗運営部) ・本日のまとめと課題整理 17:00終了	9:20集合 西日本高速道路 (株) 9:30研修開始(実地研修) ○地域商品の取り組み視察 ○現場責任者との意見交換 NEXCO西日本SHD車両にて移 動し下記にて実地研修 ・西紀SA(下)テナント ↓ ・西紀SA(上)テナント ↓ ・赤松PA(上)「やさい村」  西日本高速道路(株)本社戻り ・本日のまとめと課題整理 17:00終了	9:20集合 西日本高速道路 (株) 9:30研修開始(グループ討議) ○グループ討議(NEXCO西日 本、NEXCO西日本SHD)  ○現地見学を踏まえた現状分 析、課題整理、課題解決策 の企画立案  17:00終了	9:20集合 西日本高速道路 (株) 9:30研修開始(発表) ○成果プレゼン ・グループワークの成果発表(各 自) ○研修総括(NEXCO西日本、 NEXCO西日本SHD) ○閉講挨拶(NEXCO西日本 SHD) 12:00終了・解散

●第1日「出会う・知る」

「高速を地域の方々に使っていただきたい」事業開発本部 竹下事業開発部長の挨拶で研修が開講。

事前課題の発表により、参加者同士による出会いの和が深まりました。NEXCO西日本グループを知る講義「西日本高速道路株式会社の概要」では、経営企画課 濱野課長代理、CSR推進課 高卯課長代理により、「なるほど、高速道路」を用いたクイズや、道路地図・イベント配布グッズによりわかりやすく解説されました。

続いて、技術本部 環境部環境課 川原田主任による「NEXCO西日本のアグリ事業への挑戦」についての講義では、多くの事例紹介とともにアグリ事業が紹介され、「高速と農業」の関係についての理解が深まりました。

初日最後は、「“地域商品”への取り組みについて」と題し、NEXCO西日本SHD 店舗運営グループ 今福グループリーダーにより生鮮野菜直売所「やさしい村」による地域の活性化。通信販売事業における地域商材の掘り起こし等について、具体的事例の紹介が行われ、草野サブリーダーより、「地産地消メニューコンテスト」等、イベント実施時の考え方や課題などについて議論が交わされました。



工夫された研修資料により、事業への理解が深まる

●第2日「探る・学ぶ」

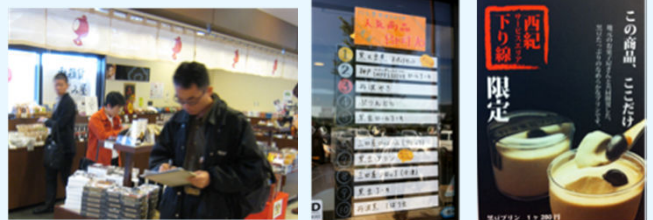
2日目は、集合後グループ討議を行う2チームをつくりチーム毎に分乗して実地研修に向かいました。

移動中も各車両内では、ITSの仕組みやサービスエリア名称の決定方法など、高速道路に関する質疑応答が行われました。西紀SA（下）では、営業を実施する天恵フーズ株式会社荻野総支配人により、地域の農産物を用い、「地産地消メニューコンテスト」グランプリを獲得した「丹波産野菜のあったか

ポトフ」や、ベーカリーの人気商品「黒豆パン」などについて紹介があり、企画段階、商品化段階、販売後それぞれの成果や課題について、具体的なノウハウ提供を含む意見交換が行われました。

6次化に向けた取り組みについて荻野総支配人より、「こだわった農産物を使う際、誰に相談すれば良いかわからない」「利益目的ではなく公的な立

■西紀SA下り



気になる商品について  
気づいた事をまとめる

ランキング表示やPOPから  
売り方を学ぶ



グランプリ受賞  
ポトフ



丹波黒豆を用いた  
商品群



天恵フーズ(株)  
荻野総支配人

■西紀SA上り



西紀SA上り外観

購買意欲をそそる  
立て看板

アイランドフューチャーコーポレーション(株)  
新林支配人(右上)細見副支配人(右下)

■赤松PA下り生鮮野菜直売所「やさしい村」



岡田代表

山田さん

夕方になっても人が多い



## ご尽力いただいたNEXCO西日本グループの皆様



場でコーディネートをしてくれる機関があれば良い」という意見がありました。

西紀SA上りでは、アイランドフューチャーコーポレーション株式会社細見副支配人により、「地産地消について、消費者・世間の流れが変わった」との認識が示され、商品開発時の発想のポイントや具体的な業務について説明がありました。6次化に望むことについて何うと「農産品に関する相談窓口がないか」上りと同じ内容の質問があり、一同驚きを感じるとともに、早速参加者が地域の普及センターと連絡をとりNEXCO西日本SHDに担当者を紹介しました。

赤松PA上り生鮮野菜直売所「やさい村」では、参加する農家数や売上規模など、具体的な質問が飛び交いました。ETC1,000円割引の影響がほとんどなく、ゴルフ帰りの男性がリピーターとなっている事例など、高速道路上の直売所ならではの事例を何う事ができました。

### ●第3日、第4日「考える・まとめる・知らせる」

3日目は、実地研修で学んだ事、気づいた点を全体でディスカッションした後、NEXCO西日本から経営企画本部 濱野課長代理、事業開発本部 後藤課長代理、多和田係員も参加し、2チームに分かれてグループ討議を行いました。

討議テーマは、NEXCO西日本グループからの課題解決依頼とし、各チームで解決案を作成し、4日目にチーム毎に発表を行いました。

短時間の演習でしたが、高速道路およびSA・PAの現場が持つ強みを活かした3案が発表されました。

最後にNEXCO西日本SHD 瀬崎部長より、「今回の研修はお見合いであり、お見合いとは本来良い部分だけを見せたいもの。今後は我々が苦手な部分も見



組織間合意形成の難しさを体験するグループワーク



「アイデアが出やすい」車座形式のプレゼンテーション

見ていただき、良い関係を築きましょう」との総括をいただき、3日半の研修が終了しました。

### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

初日、「研修を通して地域に持ち帰りたいものは何か」を参加者全員で発表したところ、「地域の農畜産品や6次化による加工品が、地元SA・PAに置かれるためにすべき事」等が挙げられました。

最終日、各自の総括を行ったところ、初日期待した成果を持ち帰る事に加え「どのような品質・価格・単位・タイミングで提供すれば良いか」や、「SA・PAも素材調達で悩んでいる事を知った」等、研修を通じた気づきがわき出て来ました。

アテンドとして側面から勝手を述べますと、上記のように、参加者が各地域に戻って研修で得た経験を基に活動する事がアウトプットであり、研修への参加、受け入れ、実施だけでは終わらない「つながり」ができた事が最大のアウトカムであると強く感じました。

研修終了後に個別の商品提案やイベント相談も行われており、このお見合いが良い関係のスタートとなる事を確信しています。



文：民間企業等民間派遣研修 [NEXCO西日本担当]  
スマイルゲート株式会社 代表取締役 竹内 哲也  
(食農連携コーディネーターFACO)

## 豊かさ実現の6次産業化を企業のCSR活動と協働する

株式会社ノバレーゼ

## ●普及指導員派遣研修の狙い

## (株)ノバレーゼの「未来の食プロジェクト」活動

株式会社ノバレーゼでは、2008年5月より開始した植林による環境保護としてのCSR活動「未来の森プロジェクト」を皮切りに、婚礼ビジネス・レストランビジネスにおいて大切なお客様の未来をともに考えるCSR活動として「未来の子供プロジェクト」と「未来の食プロジェクト」を2009年よりスタートしました。なかでも「未来の食プロジェクト」は、社員自身がそれぞれの立場で「感じて」「考えて」「体を動かして」「伝える」という実際に自分が行動することに重点をおいたCSR活動の取り組みスタイルをとっています。(株)ノバレーゼのCSR活動は、企業の人材育成により、自社内だけではなく関係企業や働く人が関わる全ての地域社会や組織において「動いて伝えること」を実践できる人材を育て、それぞれが人として社会的責任を果たすことにより、結果企業が社会的責任を果たすことができるようになることに重きをおいて活動を継続しています。

## 研修の狙い ～(株)ノバレーゼの想い～

今回の研修では、CSR活動を担当する(株)ノバレーゼの広報・宣伝ディビジョンに研修受入先としてご協力いただきました。研修の受け入れにあたり、プログラム構成及びワークショップの具体的な内容検討など研修に参加する普及指導員が「実際の行動・実践に移してもらうための研修」として必要な気づきや動機づけをして、具体的に実践する手法を座学が中心の3日間という限られた時間でどう身につけてもらうかをノバレーゼ担当者とお食農連携コーディネーターで議論を重ねました。

CSR活動の基本を人材育成と考えるノバレーゼ担当者は、「この研修では、参加している普及指導員および農家もしくは、地域の人々が①夢や志、誇りのある仕事をする、②人と地域が成長し続けること、③地域のコミュニケーションを活性化することが基本にあり、その「気持ち」を大切に、具現化するための「地域の意識醸成」「地域における役割分担」「地域の人々のモチベーションコントロール」などを導く方法を具体的に身につけて欲しい」と考えました。

本研修では、「教える、学ぶ」の関係ではなくノ

バレーゼの活動事例の紹介を通じて、それぞれが「考え」、「意見」し「具体的な農業者や地域の施策をサポートする立場」で第一次産業にかかわるファシリテーションの手法を理解し、「ノウハウ」ではなく「考える力」「工夫する力」「創造する力」を導きだすことをリアルに体感するためのワークショップを中心にした内容としました。

## ●実施準備・検討過程

今回のノバレーゼ研修参加者は、普及指導員2名(千葉県、福井県)と地域のコーディネーター3名の計5名でした。またオブザーバーとして静岡県の一社一村運動として梅ヶ島地域に入って地域活性化の活動をしている静岡大学農学部の学生と青森でノバレーゼのCSR活動の受入先となっている白神アグリサービス様にも参加いただきました。

当初の研修の狙いとしては、ノバレーゼの本来業務である婚礼ビジネス・レストランビジネスの概要を理解いただいた上で、婚礼及びレストラン業態における商品のニーズを知り、そのニーズに見合った商品提案や流通形態に応じた提案をするための基礎を学んでもらうことを目的とし準備・計画をしておりました。しかし、準備段階でノバレーゼ担当者との議論を重ねるうちにノバレーゼが実際に各地でCSR活動として展開している地域の商品造成のサポート法やブランディングの手法を普及指導員や地域コーディネーターに身につけてもらうことが地域で具体的に実践いただけるのではないかと考え、研修内容を練り直しました。

今後の6次産業化の展開として、第1次産業だけが努力・工夫するだけでなく、第1次産業以外の業種、業態がそれぞれの得意分野を活かし、連携することで今まで提供できていなかった付加価値の高い商品やサービスについては地域の魅力をお客様に提供することに企業が関わりやすい環境を普及指導員や地域コーディネーターが作り出して欲しいと考えました。今後、ノバレーゼのようなスタイルで企業がCSR活動として第1次産業との連携を強くし、企業として6次産業化の一端を積極的に担い、地域の活性化に関わるような社会環境が作られ、さまざまな企業のCSR事例が増えるような展開を推進してもらうための構成としました。

ノバレーゼ研修のプログラム 実施期間:平成23年11月14日～11月16日

【事前課題】 関わる地域や農家にとっての「豊かさとは何か」また「豊かさのキーワード」などを事前にヒアリング・情報収集を行い、地域や農家をサポートする立場として、皆さんが「豊かさ」をどうとらえるかをまとめて研修に参加してください。	第1日〔11/14(月)〕 10:30～18:00	第2日〔11/15(火)〕 10:00～18:00	第3日〔11/16(水)〕 10:00～18:00
	10:30 集合 (株)ノバレーゼ本社 東京都中央区銀座1-8-14 銀座YOMIKOビル 4F 10:35 (1)オリエンテーション (2)事業の概略 11:00 研修開始(講義) (3)ワークショップ1「私の履歴書」	10:00 研修開始 (1)ワークショップ 3 チームビルディング 「地域や農家にとっての成長とは？」 (2)ワークショップ3 まとめ ノバレーゼスタイル事例共有	10:00 研修開始 (1)ワークショップ 5 ブランディング 「伝えるから、伝わるへ」
	14:00 (1)ノバレーゼの事業・ビジネスフローについて (2)ノバレーゼスタイルの地域の活性化	14:00 (1)ノバレーゼオリジナル婚礼ギフトカタログ「タイムレス」の概要 婚礼商材の商品選出から販売まで	13:00 銀座のブランドショップ視察 15:00 (2)ワークショップ5のまとめ ノバレーゼスタイル事例共有 (3)ワークショップ6 企業にCSR活動を提案する
	16:00 (1)ワークショップ 2 「6次産業化とは」 (2)ワークショップ2のまとめ ノバレーゼスタイル事例共有 18:00 終了	15:00 (1)事例の共有 (2)ワークショップ 4 ビジョンメイキング 「地域や農家にとって意義あるファッションとは」 (3)ワークショップ4のまとめ 18:00 終了	17:00 (1)研修の振り返りと コミットメント 18:00 終了

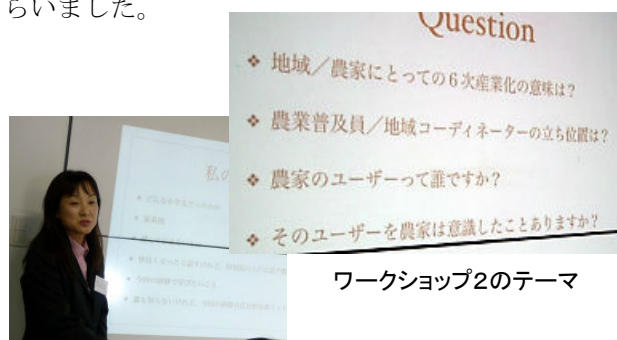
## ●研修の実施状況

基本的に座学中心となるため、ワークショップのテーマをよりリアルで具体的な内容を掲げて取り組むことにしました。またオブザーバーにもワークショップに参加いただき、現場の現状や農家側の声も聞けるようにしました。各ワークショップごとにノバレーゼが実際に静岡の農家とのCSR活動で経験した事例を中心にその過程のでき事や効果、結果などを紹介しながらできるだけ、現実の現場に即した理解をしてもらえるように工夫しました。

ワークショップ(1)の「私の履歴書」では、各自の履歴や研修にのぞむ意欲などを文章化し、発表してもらいました。プロジェクトに関わるメンバーを理解することの重要性や相手を知ることでの心の距離感を縮め、課題を共有する意識を高めることができることと本人の研修への参加意欲も高めてもらいました。

ワークショップ(2)では、事前課題としてヒアリングした農家・地域にとっての豊かさについて発表し、その豊かさという言葉の意味を普及指導員が考える6次産業化とどう違うかをディスカッションしてもらいました。

農家や地域の課題や希望・想いを「共有する」ことの大切さを認識してもらい、6次産業化の意味や希望・想いを共有することで成長しつづける農家や地域の組織基盤づくりの大切さを理解してもらいました。目的を明確化することでプロジェクトの期間的・段階的な着地点が明確になり、活動を継続していくことができるようになります。ここでは、ノバレーゼのCSR受け入れ先農家で実際に1年間で3回実施した農家と企業のワークショップの具体的な事例を紹介し、議論してもらいました。このワークショップでは、農家や地域が自分たちの課題としてものごとを考えたり、進めたりするようになって自分たちの活動基盤を作っていく過程を理解してもらいました。



ワークショップ2のテーマ

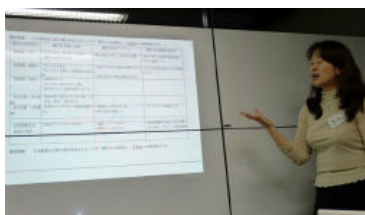
ワークショップ1 発表する普及指導員

ワークショップ（3）では、設定した目的を実現するためにおきる課題を地域や組織・チームとしてどう解決するかということを導き出す手法として「チームビルディング」を体験してもらいました。

実際に普及指導員や地域コーディネーターが実感している地域・コミュニティにおける課題を抽出し明確化、言語化することの重要性をワークショップにて理解してもらいました。同じ方法を使ってノバレーゼが実際にCSR活動のなかでどのように地域の課題抽出を行ったかも事例として紹介しました。

ワークショップ（4）では、農家・地域にとって意義のあるファシリテーションの実践として（3）のワークショップで明確になった課題に対して研修者を仮想のチームメンバーとして設定し、その課題に対して当事者意識を持って主体的に解決につとめるようになっていく気持ちの変化の過程を体験することで当事者意識を醸成させるファシリテーションの方法を学んでもらいました。

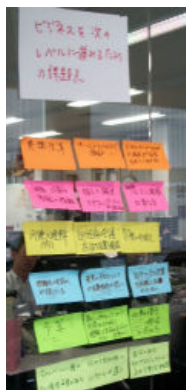
普及指導員や地域コーディネーターは、課題に対して答えを出す役割ではなく、その課題解決のプロセスにおいて農家・地域が主体的にものごとに取組む覚悟を決めるために必要なコミュニケーションのとり方をファシリテーションすることが大切だということを感じてもらいました。CSR活動のなかでノバレーゼが地域で果たしたファシリテーションの事例を通じて重要性を理解してもらいました。



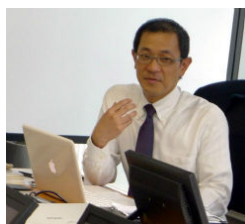
事前課題を発表する普及指導員



ワークショップ4 ヴィジョンメイキング



ワークショップ3 チームビルディング



ノバレーゼの事業概要のレクチャー  
取締役販売戦略室長  
竹本さん

オリジナル婚礼ギフトの選定についてデザイナー宇野さんからのレクチャー



ワークショップ（5）の「伝える」から「伝える」では、銀座のブランドショップ訪問でブランドの「伝える体験」をしてもらいました。地域や地域製品のブランド化の重要性がしきりに言われますが、実際にブランドといわれる商品がどのように作られ、また商品づくりだけではないブランド構築のための要素・ブランドが伝わるといふことの重要性をまず、知識として知ってもらった上で、実際にブランドショップを訪問してもらい、お客様として「伝える」ことの大切さや意味を体感してもらいました。

ブランド構築がメーカーからの一方的な視覚的表現や文章的なメッセージを伝えれば、ブランド価値を伝えたことになるのかということからひととき、そのブランド価値を誰がどうやって伝えることで本当に伝えたい人に伝わるのかということを理解してもらいました。「伝える」ことの重要さは、実際に研修者がブランドショップへ出かけて、接客を受けるという体験で本来のブランドが伝わるという意味を理解してもらえたと思います。また、実際にノバレーゼがCSR活動の取組みとして農家と作った商品を販売する直売所をどう改善したらいいかという提案をしたワークショップの過程を紹介し「伝える」ことのポイントを理解してもらいました。

ワークショップ（6）の企業にCSR活動を提案するでは、自分たちが地域に戻って実際に企業へCSR活動の誘致営業に行くとしたら、どんな内容で提案をするかということを考えてもらい発表してもらいました。ここでは、具体的な企業名が出たり、より実現可能な内容が提案され、各地に研修者が戻ってからの活動展開が楽しみになるような内容になりました。



ノバレーゼのガラス張り会議室にて課題に取り組む  
普及指導員と地域コーディネーター

### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

今回の研修では、事前課題として「農家もしくは、地域の豊かさとは何か」ということを関わる現場でヒアリング調査をしていただき、研修に参加いただきました。これは、農家や地域の6次産業化を何のために行うのかということとその推進役である普及指導員や地域コーディネーターと地域の皆さんが共通の言葉で共有した上で進めようとしているのかということをあえて確認していただくために実施した課題です。商品開発やマーケティングなどの手法論は、様々な研修で身につけていても、6次産業化が農家や地域の何の課題を解決するために必要なのかということを実際に活動する人と推進役が共有していなければ、事業展開の段階的な着地点が途中でわからなくなってしまいます。つつい取り掛かりやすい製品・商品づくりだけに没頭してしまい、お客様そのものを見失ったり、お客様に喜んでいただけるものづくりやサービスの提供がなおざりになっている現実が多いのではないのでしょうか。

本研修では、実際に地域でプロジェクトを進めるうちに起きうる課題に企業が関わって一緒に解決の糸口を探し、具体的にどう解決したかという過程を紹介しその進め方についての意見や質問をその都度、確認しながら進めました。おそらくノバレーゼが2年間のCSR活動で農家や地域との関わりの中で経験した事例とその解決の手法やプロセスは、どの地域でも起きているでき事のように思います。3日間の研修中に出た質問には、現場の現実的な課題も多く見受けられました。

普及指導員や地域コーディネーターが自分の地域

の課題を特殊なことだと受け止めず、どこでも起こりうることであり、どの地域もそれぞれ工夫しながら、解決しているということを農家や地域の皆さんと様々な情報を共有しながら、また企業等の協力を得ながら、活動を推進していくことが普及指導員やコーディネーターとして大切な役割となるのではないのでしょうか。この3日間の研修では、参加された方に、農家や地域の皆さんの話をきちんと聞き、それを整理して、6次産業化に関わるプロジェクトメンバーがどんな課題も当事者として受け止め、自分たちの課題として解決をする方法を導くための手法は、身につけていただけたと思っています。しかし、実際に取り組みが進めば、また新しい課題が出てきます。そのときに本研修で出会った人同士が情報や悩みを共有しながら、次の一步を踏み出していただけることを期待しております。

オブザーバーとして参加  
の白神アグリサービス  
木村さん



オブザーバーとして参加  
の静岡大学農学部4年生  
の丸山さん



ノバレーゼの研修担当野原さんによる  
ブランディングのレクチャー

文：民間企業等民間派遣研修 [株式会社ノバレーゼ担当]  
こめみしょうゆアカデミー  
フード&ホスピタリティコーディネーター 堀田 正子  
(食農連携コーディネーターFACO)

パルシステムとは、人と人との助け合いが原点です。

パルシステム生活協同組合連合会

●普及指導員派遣研修の狙い

1. 私たちの想い(理念)と事業の概要

私たちは35年の歴史を踏まえ、農薬・化学肥料を多用する農業から、生態系を豊かにし、資源循環型・環境保全、自給率の向上を目指す持続的な農業生産方式を主流とした農業に転換することが日本の農業再建、食の安全確保であるとした食料・農業政策を事業の柱として進めています。

その想いを次のように理念として明文化して組合員全員の共有化を図っています。

<理念>

心豊かなくらしと共生の社会を創ります。

- 組織理念及び事業理念として掲げ、大切にしてきた「多様性の共存」、「組合員の参加」「社会に開かれた運営」、「環境と調和した事業」の考え方は、将来にわたって受け継いでいきます。
- 「心豊かなくらし」パルシステムは、物質的な豊かさだけではなく、心の豊かさや安らぎとくらしの質、そして人と人の結びつきを大切な価値として求めています。
- 「共生の社会」パルシステムは、自然と人との共生を基本において、地域や属性を越えた人と人との共生、そして現在と未来との共生をめざし、人と人が助け合う社会を実現します。

私たちの事業

商品

食を中心に、さまざまな課題を解決する商品を提案、心豊かなくらしを応援します。



産直

産直を通じて生産者と組合員の相互理解の場を広げ、環境保全型農畜水産業を支援します。



社会・環境

「人と人との助け合い」を原点に、環境や地域にやさしい社会づくりを目指します。



くらしの課題解決

健康づくりや「くらしの困った」に役立つ情報提供とサービスを充実します。



＜私たちの事業＞

私たちパルシステムは、生協の原点である「人と人の助け合い」を21世紀型システムとして進化させ、おこなう事業全般を独自の考え方の「個人対応型くらし課題解決事業」と位置づけています。組合員の生活のなかでおこる、さまざまな「困ったな」を商品・サービス・情報を通じてサポート。「組合員が10人いれば10通りのくらしがある」という考えのもと、それぞれのくらしに対応できる仕組みづくりをおこなっています。

2. 受け入れの狙い

私たちはこのように、いくつかの事業を展開することで生協としての理念の具現化を図っております。しかしながらその為には商品を頂く（購入する）側だけでなく商品を生産・供給して頂く農家や農業団体の人たちをはじめとして、私たちと係り合いのあ

る人たちすべてにおいてこの理念の共有がなければこれらの事業は成り立ちません。当然、生産者である農家の支援活動を現場で行われている普及指導員さんにもご理解を頂き、消費と生産すなわち川上と川下の仲立ちをして頂くことを期待しております。

この度の普及指導員さんの研修受け入れについてはこうした点に狙いを定めて

- ①農産物、農産加工品等の商品を頂く側として、生産者等供給側の方たちへの指導、支援活動を主業務とされる普及指導員の方に、パルシステム生活協同組合連合会（以下パルシステム）が求める農産物や加工品がどんな基準で調達されているのかを理解して頂きます。
- ②その為に、生協の経営理念、意思決定の方法等から、供給される商品に対する品質基準、安全性確保

パルシステム研修のプログラム 実施期間：平成23年11月15日～18日

第1日(火)	第2日(水)	第3日(木)	第4日(金)
9:30 集合 10:00 実地研修オリエンテーション ・事業について FACO加藤 ・カリキュラム 小林課長 10:30 講義山本伸司理事長 「パルシステムの歴史・理念・ビジョンについて」 12:00 質疑応答	8:00 津田沼駅集合 8:30 車中にて和郷園視察に関するの予備講義 講師:FACO加藤 10:10 講義 「和郷園の事業概要」 講師 伊藤忠明課長 10:50 カット野菜・出荷場見学 11:20 リサイクルセンター視察	9:45 東川口駅に集合 10:30 講義 講師 野村和夫専務 「ジーピーエスの役割・機能について」 11:15 質疑応答 11:30 講義 講師 工藤友明本部長 「ジーピーエスの販売機能と産地政策について」 12:15 質疑応答	9:30 パル本部に集合 10:00 普及指導員全員による特産品の模擬セールスプレゼン 15分 質疑応答 5分 ①石川県 トマト 現物あり ②鳥取県 日本酒現物あり ③愛媛県 干柿 現物あり ④長崎県 ハウスびわ ⑤宮崎県 キンカン(生・加工品) 現物あり パルシステム対応者 高橋英明課長、 堀籠克衛人事部長他
12:30 昼食 13:30	12:00 直売所風土村にて 13:00 昼食(和郷園直営)	12:30 昼食 13:30	
13:30 講義 高橋宏通部長 「パルシステムの食料農業政策について」 15:00 質疑応答 15:30 休憩 15:45 講義 高橋英明課長 「パルシステムの商務機能について」 16:45 質疑応答 17:45 本日の振返り FACO 18:30 交流会	13:10 例糖野菜工場視察 14:15 契約農家の圃場視察及び質疑応答 15:10 和郷園併設のザ・ファーム視察(農業宿泊体験施設) 16:100 車中にて本日の振り返り FACO 加藤 18:00 津田沼駅にて解散	13:30 センター内視察(納品から出荷まで) 14:30 質疑応答 15:00 休憩 15:15 講義 講師 畑信彦 品質管理課長代理 「放射能に対する考え方について」 16:15 質疑応答 16:45 本日の振り返り 17:30 終了	

等の業務管理体制及びその実際を学んで頂きます。  
③もって、パルシステムと生産者の連携を促進するための現地側(川上)とのコーディネータとしての活動を期待します。

## ●実施準備・検討段階で留意したこと

### 1. FACOにおける実施準備・検討段階

#### ①パルシステムにお願いしたこと

パルシステムには、普及指導員の受け入れをお願いする際に、普及指導員は農産物の栽培等に関する専門家ではあるが、いわゆる販売に関しては全くの素人に近い。今まで自分の作った農産物等をお客さんに「買って下さい」という言葉を一度も口にすることが無い人がほとんどであります。従って、今回の研修でカリキュラムを策定する際には、パルシステムが受け手(買い手)の立場で何を基準として商品を供給(組合員へ)しようと考えているのか、その意思決定方法や産地に何を望むのかといった視点での内容になるよう心がけていただきたいとお願いをしたところです。

#### ②研修コンセプト「敵を知る」を参加者へ事前に徹底

六次産業化とか農商工連携事業等の施策により、新製品開発やその導入により農家の収入向上や経営の自立化等が指向されているところですが、最大の課題としては、作っても売り先がない、という事例が多く見られます。普及指導員の日常的な業務は、どちらかというと物づくりに力点が置かれており、販売面での知識、経験が乏しいといえます。ものを売るには、先ず買い手が何を考えて商品を調達しようとしているかを知る必要があります。商工では当たりまえですが、それには先ず“敵”が何を考えているかを知る必要があります。

今回、私たちの大切なお客様である生協のパルシステムのご協力を頂くことにより、その点をすべてオープンにして頂けることになりました。この機会に日ごろ接する機会がない生協、生協関係者の方々から直接お話を聞いたり見たりして、物づくりだけから販路を見据えた幅広い支援活動ができる知識を修得して頂きたいと考えました。

また、最終日には、実際に商務担当者に農産物の

売り込みをしていただく実習カリキュラムも入れさせていただきました。

以上のように、今回の研修目的は座学によるマーケティングの勉強とか製品開発のあり方を学ぶといった知識教育でなく、生協と付き合うには何をすべきかを自分で学びとってもらうことにある旨をメール等で徹底させていただきました。

### 2. パルシステムにおける実施準備・検討段階

#### ①受入体制の確立

5名の研修生を受け入れるに当たり、理事長、専務理事と言った幹部の方々のご理解のもとに、パルシステム組織全体で取り組んで頂きました。具体的には人事部長のもとで人材開発室の課長及び担当者1名をこの事業のために配置をして頂きました。(CSRの一環として全面的に協力をいただきました)

#### ②カリキュラム編成

カリキュラムに関しては、本事業の目的に添うべくこの2名のご担当者で編成して頂きました。講師としては、理事長をはじめとしてそれぞれの責任者自らが当たって頂くことになりました。総勢(関連会社含む)で9名、社外3名となりました。(幹部の方ばかりなので日程調整が大変だったようです)

パルシステムを総合的に理解してもらうために、本部における講義だけでなく、商品調達機関であり、物流も手掛ける関連会社や、実際にパルシステムと取引のある企業が生協と付き合うに際して何に留意して、どんな対応をしているか、どんなメリットがあるかを聞いてもらうために、主要な仕入先である和郷園等への視察・研修も取り入れて頂きました。また初日の夜には、人事部長主催の交流会も設営して頂き、一堂温かい受入体制に感激をしました。



和郷園の契約農家から  
ホーレン草の栽培方法や  
取引条件等を聞く



青果物の調達等を担当する  
関連会社(株)ジーピーエスの  
センター視察



## ●研修の実施状況

### 1.「今日の振り返り」の実施

研修の成果を実りあるものにするために、

- ①その日の最後にFACOから15分程度の総括をいたしました。
- ②また、その日のカリキュラムごとの感想を研修生に翌日までに書いて提出して頂きました（記入用紙はFACOが作成）。これをコピーして、前日の講師に見て頂くように事務局をお願いをしました。
- ③そのほか、FACOは毎日の講義録をその日のうちに作成して翌朝全員に配布をいたしました。

### 2.補助教材の提供

講義内容や視察先の案内書等はパルシステムの事務局の方に作成をして頂きましたが、関連するデータや資料等は入手できる範囲内で事前に用意して当日配布をいたしました。また、移動する車中にてFACOよりそれをもとにプレゼンを行い時間を有効に活用しました。



移動する車中にてプレゼンをしている様子

### 3.売り込みの実習

本研修のハイライトの一つに、研修生が持参した農産物を直接売り込みを掛けるといった実習が企画されていました。商務の担当者からは、実際の商談さながらにいろいろな角度からの質問が浴びせられました。研修生のなかには、栽培担当ではない人もおり、皆さんそれぞれに苦勞をされていましたが、勉強になったことが多かったことと思います。商務の高橋課長から、パルシステムが新規に取引を開始するための要件としては、先ず売り込みに際しての“人”を見ます。私たちは、ただ単に商品が良ければすぐ頂くということはいたしません。私たちが、その商品を頂くことでそれを作っていらっしゃる生

産者のかたが、そしてその地域の人に何かの貢献ができるかどうかを判断の基準にします。そして地域協定を結んでお互いの立場を尊重してから本格的に取組を開始するのが原則です、といった説明を聞いてパルシステムのなんたるかの一端を垣間見た感じがいたします。



売り込み実習の様子

## ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

研修終了直後に頂いた感想文では、皆さん一応に従来の研修とは全く違った充実感を述べています。パルシステムで事務局を務めて頂いたお二人への感謝と同時に、講義や質疑応答時に、本来なら開陳されることが無いような微妙な質問にも、すべてオープンにさせていただいたことには新鮮な驚きを覚たようです。

山本理事長をはじめとし、皆さんが事業と運動の一体化の実現への熱い想いを語られるのを聞いて、初めて生協の何たるかを知ることができたと推測いたします。そうしたことから、今回の研修の目的である“買い手”を知る、といったコンセプトでの研修の目的は達成できたものと言えます。

最後に、課題としてはこうした研修を継続的に実施することが肝要ではあるが、パルシステムのように、ここまで協力を頂ける企業、団体を発掘できるかがあると思われれます。



初日に山本理事長から熱い想いを伺いました



和郷園のバイオマスセンターにて

金森さんの乗っているバイクは、当センターで生産されるメタンガスで走るモデル車両  
(左から、小神野さん(パルでお世話を頂いた人)、大渡さん、小林課長(パルでお世話を頂いた人)、加藤、金川さん、金森さん、山名さん、西田さん、阿部顧問)

文：民間企業等民間派遣研修  
〔パルシステム生活協同組合連合会担当〕  
食と農研究所  
代表 加藤 寛昭 (食農連携コーディネーターFACO)





## 新規事業企画立案力、提案力を身につける！

富洋観光開発株式会社

### ●普及指導員派遣研修の狙い

#### (1)富洋観光開発株式会社の概略

富洋観光開発株式会社（以下、「ザ・フィッシュ」）は、千葉県富津市金谷地域の金谷港海沿いに広がる総ガラス張りのレストランが迫力のグルメ&ショップの複合施設です。モンドセレクション金賞受賞の行列ができる人気商品バームクーヘンを展開している手作り工房「見波亭」をはじめ、新鮮な魚介を和洋にアレンジした海鮮料理を提供するレストラン「ザ・フィッシュ」、房総最大級の地場産品市場「ハマーズ」、生鮮市場「お魚市場」などを展開しています。

ザ・フィッシュは金谷地域のアンテナ施設として金谷地域を活性化するために地域資源の積極的な活用を行っています。具体的には、当社のひとつの目玉商品であるバームクーヘンシリーズは、牛乳、卵、果実など地元産の素材にこだわって活用しています。

また別館「船主」は、金谷漁港にあがった地魚をメインにした回転寿司を展開、敷地を利用し地域農業者と連携した農産物直売場、地元漁業者と連携した「磯焼きの飲食店」、さらに震災以降は、房総半島の集客が激減している中、地域を盛り上げるためにイベントを積極的に行い地域住民、農林漁業者、事業者などに敷地を無料開放して出店してもらい震災復興にも貢献しています。その他、金谷地域の牽



東京湾が眺められるレストラン「ザ・フィッシュデッキ」



バームクーヘンが有名な「見波亭」



新鮮な魚がウリの「お魚市場」



約400種のお土産が揃う「ハマーズ」



地魚回転寿司「船主総本店」

引役、アンテナショップの役割を担うために地域農林業者と連携し6次産業化を積極的に推進しています。

#### (2)研修の狙い

当社の事業は、金谷地域を中心とした房総半島の魅力を観光客に発信して、お客様に楽しんでいただく観光事業です。金谷地域を中心とした房総半島の魅力をお客様に伝え満足していただき再訪して頂かなければなりません。

今回の研修を受けるにあたって、「研修生に、ただ話を聞いて見学して終わりという研修はやめましょう」という共通認識を基に、お客様に楽しんでいただくことを継続して取組んでいく中で、研修生に少しでも当社の取組を感じていただき考察していただくということになりました。特に、今回の民間企業等派遣研修事業の狙いの中に「「農や食をとおした地域活性化」の取組みを進めていくにあたって、魅力的な国産原材料を生産する地域の提案力や企画力等が求められます。」とあります。



ザ・フィッシュの施設全体写真

ザ・フィッシュの研修プログラム 実施期間:11月8日～11月11日

	第1日(火) 11月8日	第2日(水) 11月9日	第3日(木) 11月10日	第4日(金) 11月11日
午前 10:00 ～12:00	○実地研修オリエンテーション ○事業者様へのご挨拶 ①オリエンテーション 担当者:宮崎 ・自己紹介 ・今回の研修目的と進め方 ・研修のゴールについて ・農商工連携による地域活性のポイント ・全体戦略の考え方	①「空間スペース」を活用した新規事業についての説明 担当者:羽山専務 ○概要 ・現状の段階で、どのようなコンテンツでお客様を集客すると同時に喜んでいただくか概要を説明していただく。	④新事業企画するにあたってのポイント 担当者:宮崎 ○概略 ・今後の進め方 ・企画書作成についてのポイント))	10:00 ①事業者様に各自企画書の提案 ②研修のまとめ 13:00 解散予定
昼食				
午後① 13:00 ～15:00	②富洋観光開発(株)の事業説明 担当者:羽山専務 ○概略 ・富洋観光開発(株)の事業概要の説明 ・レストラン視察 レストラン営業についての説明 ・販売所視察 お客様に販売するにあたってのポイント	②周辺競合店調査 ・鍛南道の駅 ・サービスエリア「富楽里」 ・道の駅「枇杷倶楽部」 ・道の駅「鄙の里」	④各自提案企画書作成 (適時アドバイスをおこなう)	
午後② 15:00 ～17:30	③バームクーヘン事業について 担当者:鈴木常務 ○概略 ・バームクーヘン工房視察 ・バームクーヘン事業の経緯について ・バームクーヘンと農産物のコラボレーション商品についての説明	③企画立案に向けての実例 担当者:岡本企画室長 ・企画立案について ・コンセプトデザインについて ・売場でのお客様に向けて商品訴求のポイント ・PB商品開発についてのポイント	④各自提案企画書作成 (適時アドバイスをおこなう)	

この企画力、提案力を今回の研修の中で身に付けていただくために、当社が役に立てればということで「普及指導員の新規事業企画立案力、提案力を身につける。」を目的として、「地域の魅力をどの様に事業化させるか」を考察して思索してもらうことが今回の研修の狙いとなりました。

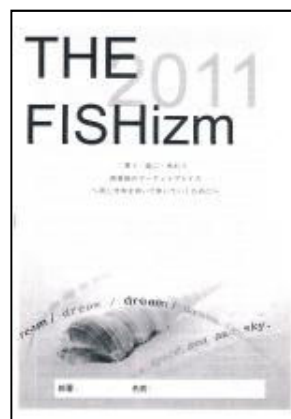
当社は、年度初めに会社全体の事業計画である「THE FISHizm」を従業員に配布し全体会議で説明を行っています。今回の研修をするにあたってその事業計画を研修メンバーに配ることになりました。それにあたり、初日に全体戦略の考え方として説明を行うことになりました。

●実施準備・検討過程

今回の研修準備検討するにあたって、当社の専務取締役である羽山氏と念入りに打合せを行いました。

(1)全体戦略・事業説明について

研修の実施準備するにあたって、研修メンバーに企画を考えて提案してもらうためには、ビジョンを含めた全体戦略を認識してもらう必要があることを話しました。普及指導員については、普段はあまり中小企業の経営者と経営戦略について話す機会が無いと思いつても良い機会になるであろうと想定しました。



ザ・フィッシュの5ヶ年事業計画書「THE FISHizm」

さらに当社の事業全体を理解してもらう必要があるため、製造部門、小売販売部門、飲食サービス部門についての概要を羽山専務に現場を視察しながら説明していただくことになりました。

製造部門については、モンドセレクション金賞を受賞したこともあるバームクーヘンの製造現場を見学することの了承が得られ鈴木常務取締役が現場で説明をして頂けることになりました。さらに、ザ・フィッシュの企画立案兼プレスを行っている岡本企画室長から、当社の企画立案や商品開発立案等について説明を頂けることになりました。

### (2) 企画提案について

今回の研修テーマについて、約2年前から構想していましたが、震災の影響で延期になったが2012年に実施予定である新事業を題材として企画提案をしてもらうことになりました。

具体的には、当社は金谷地域の農林漁業者等と連携して、「『ザ・フィッシュ』に行けば『楽しい』ことがある」をテーマにお客様に楽しんで頂ける空間スペースを当社敷地の一部を施設整備を行い、新規事業として2012年度に立ち上げる予定です。

普及指導員には、その新規事業のコンテンツについて市場優位性、地域貢献性、収益性、実現可能性等の観点から新規事業企画書を立案していただき、最終的には事業者へ提案を行っていただきます。そのため、経営戦略から新事業の企画立案にするにあたって、経営理念・経営ビジョン・コンセプトの重要性を認識していただくために研修資料を作成し事前に説明を行うことになりました。これを行わないと当社の方向性と違う方向性の企画提案になってしまうからです。



岡本企画室長とのインタビューの様子



バームクーヘン製造工程説明の様子

また、研修を受けている最中には、常に企画提案を行なうための情報収集を心がけてもらうことにしました。4日間という短い研修時間のなかで提案をしていただくため、あらかじめ企画提案書を様式で作成しておきました。

研修を受ける初めの段階で企画提案書の説明をすることでゴールのイメージを研修生に植え付けることが狙いです。そうすることでゴールを意識しながら研修に集中することができるからです。また、企画提案をするにあたって、内房エリアでの当社の位置づけを明確にするために、周辺地域の施設について競合調査を行なうことも重要と考え研修カリキュラムの中に組み込みました。

### ● 研修の実施状況

ザ・フィッシュの専務取締役との事前打合せをもとに4日間の研修の実施を行いました。初日の午前中に「(2) 企画提案について」で説明したように研修のゴールを伝えイメージを付けを行い留意点を説明しました。その中で、聞きたいことは事業者に遠慮なく質問を行い企画提案を行なうために、色々な方向からの情報収集を積極的に行ってくださいと説明をしました。

事業者からの熱意ある説明を受けるにあたって研修生からも積極的な質問がなされ非常に有意義なディスカッションがされました。競合店調査では道の駅「枇杷倶楽部」の取締役とも意見交換を行うことができ貴重な機会を設けることができました。

### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

3日目に2日間かけて行った情報収集をもとに企画提案書を作成し、最終日に研修生からの企画提案を行いました。研修生からの提案を基に事業者とのディスカッションは予定の時間より2時間も延長し4時間も行われ、昼飯を食べる時間も忘れる程の熱い議論がされました。研修の最後に受講生からは、「全体戦略に基いた企画立案の重要性が学ぶことができ非常勉強になりました。」「中小企業の経営者と新規事業について話す貴重な経験ができました。」等の声を頂きました。

今回の研修の成果について、JA長生の広報紙の12月号に研修で学んだ「全体戦略からマーケティングについて」及び「商品開発プロセス」が掲載されました。また普及指導員向けに研修の発表会が行われることになりました。今回の研修で学んだことが研修生の地域活性化、6次産業化に向けて少しでも役に立てられることを期待しております。

文：民間企業等民間派遣研修〔富洋観光開発株式会社担当〕  
ライズエイジコンサルティング 代表 宮崎 秀和  
(食農連携コーディネーターFACO)



## 農産加工のエキスパート ヤエガキF&Sで学ぶ！農産加工品の製造販売戦略

ヤエガキフード&システム株式会社

### ●普及指導員派遣研修の狙い

農業・農村の6次産業化を推進するための様々な施策が実施される中、農業者が地域の農作物を使って商品を加工し販売する機会が増えています。しかし、農産加工品を製造するにあたって、農産加工機器の導入ノウハウや活用方法がわからない、実際の作業の流れがわからないなどの不安や疑問が多く見られ、現場で活かせる実践的知識を習得することが急務となっています。加えて、農業者の商品開発には、消費者ニーズを踏まえた販売戦略やマーケティングの視点が欠けていることも多々あり、製造のみならず「売る」ための知識もあわせ、総合的にサポートができる人材が求められています。

普及指導員は、これまで育種、生産、農業経営、技術など農業に関する指導にあたっていました。これからの時代は、生産者のものづくりを総合的にサポートできる指導力の強化が求められており、本研修では民間企業における取り組みやものづくりの姿勢を体験を通じ学んでいただくことで、現場ですぐに活用できる実践的な知識を習得して頂くことが狙いとなっています。

今回のプロジェクトでは、兵庫県内の農産物加工現場の現状や装置システムの適正な設置等を理解していただくとともに、これらをキーワードとして、たつの市の紫黒米生産者・加工者連絡協議会メンバー（15名程度）との間で、地域素材の利活用に関する戦略検討を行って頂き、紫黒米の特産化をどのように推進していくか討論して頂く機会を持ちました。地域を通じた取り組みには地域の人々と合意形成を図る必要があり、その手法を実際に体験しながら学び取っていただくことも本研修の狙いでもあります。



研修終了後、ヤエガキフード&システム研究棟前にて

### ヤエガキフード&システム株式会社

ヤエガキフード&システム株式会社はヤエガキ酒造株式会社グループの一員として主に農産物加工や食品製造の中小企業向け装置やシステムの開発等と、健康志向の食品やサプリメントの開発と販売を行っており、農産加工品についての知識と商品開発について知識を得たい普及指導員対象に、研修受入先としてご協力頂きました。

また、ヤエガキフード&システム株式会社は平成19年から兵庫県たつの市で進められている「たつの市紫黒米生産者・加工者連絡協議会（紫黒米クラスター）」の活動を推進しており、紫黒米の特産化に向けた取り組みとして、健康酢、酒類、甘酒、素麺、和洋菓子、パン、飴、アイス、味噌等を商品化しました。このような活動を通じ、地域の食と農業の連携や6次産業化推進には、農産物加工の技術普及や地域を面とした推進体制の構築が重要と考えています。

### ●実施準備・検討過程

今回の研修では、現場ですぐに活かせる知識を習得して頂くことを目的にしました。日頃、地域の生産者に対し農業の技術指導のみならず、地域の農産物を利用した商品開発のサポートや加工施設の立ち上げ・運営を指導されている普及指導員の方々は農産加工機器の設置や利活用に関する具体的な知識を求められることも多いため、本研修では、ヤエガキフード&システム株式会社が取り組んでいる農産加工機器について深く知って頂く事を重点的に研修計画の立案を行いました。農産加工品には味噌、豆腐、ジャム、ジュースなど様々なアイテムがありますが、商品価値を高めるためには、それぞれがどのようなプロセスで作られているのかを知ることが大切です。また加工施設の立ち上げや運営には生産能力や施設規模に合わせた機械の選定や設置プランが不可欠です。

加工機器について座学で学んだ後、実際に現場を見て頂くことで知識をさらに深めることを目指しました。また商品化された農産加工品を販売するマーケティングの知識も今後益々必要となることから、企業の商品開発の手法、パッケージや売場の知識なども研修に盛り込むことにしました。そして販売戦略立案には説得力のあるプレゼンが欠かせないことから今回の研修ではプレゼン力を高めるために、グループワークの成果を発表して頂く機会を多く取り入れるようにしました。



## 研修スケジュール

第1日 11月8日(火)10:00~17:00	第2日 11月9日(水)9:00~17:00
<p>10:00 集合 ヤエガキフード&amp;システム(株) 研究棟5F 大会議室 姫路市林田町六九谷681(JR姫路駅から神姫バスで30分)</p> <p>10:10~11:45 講義 (1) 地域連携による6次産業化</p> <p>12:00 会議室にて お弁当をご用意致します</p> <p>13:00~16:50 講義 (2) 「ヤエガキフード&amp;システム(株)について」 ① 事業内容と地域における活動 ② 農産加工機器プラント設置事例とJADAPの取り組み ③ 事前アンケートに対する回答と質疑応答 (3) 「健康逸品について」 ① 健康逸品の商品開発について (4) 「紫黒米クラスターについて」 ① 6次産業化プランナーとしての活動報告と農産物加工の意義 ② 紫黒米クラスター活動秘話と今後の課題</p> <p>17:00 終了</p>	<p>9:00 姫路駅南口周辺(集合場所については前日に連絡) 移動はワゴン車もしくは乗用車をご用意致します。</p> <p>10:30~11:30 (1) 農作物加工現場の視察「山城の郷」(朝来市)</p> <p>13:00頃 「夢前 夢工房」にて 昼食</p> <p>13:00~14:45 (2) 農作物加工現場の視察「夢前夢工房」(姫路市) 講義「夢工房の取り組みについて」(衣笠様・夢工房社長)</p> <p>15:30~16:30 (3) 農作物加工現場の視察「安富ゆず工房」(姫路市) 時間的に可能であれば、 (4) 「本竜野観光売店」</p> <p>17:00頃 JR姫新線 本竜野駅にて解散</p>
第3日 11月10日(木)10:00~17:00	第4日 11月11日(金)10:00~12:00
<p>10:00 集合 ヤエガキフード&amp;システム(株) 研究棟5F 大会議室</p> <p>10:10~11:40 講義 (1) マーケティング手法と売れる売り場・パッケージづくり</p> <p>12:00~12:15 紫黒米生産地見学 追分営農組合</p> <p>12:30 「宝馬」にて 昼食(紫黒米クラスターメンバーのお店) たつの市産業振興センターへ移動(移動はワゴン車もしくは乗用車)</p> <p>13:30~15:00 (2) 紫黒米クラスター連絡協議会 ① 6次産業化について ② 紫黒米クラスターの現状と課題</p> <p>15:10~16:00 グループワーク (3) 紫黒米クラスター協議会メンバーとともに、紫黒米クラスターの今後の展開と戦略の検討</p> <p>16:00~16:45 講義 (4) 「小宅小学校での紫黒米の取り組み」</p> <p>17:00 終了 JR姫新線 本竜野駅にて解散</p>	<p>10:00 集合 ヤエガキフード&amp;システム(株) 研究棟5F 大会議室</p> <p>10:10~11:30 研修 (1) コンセプト表作成(20分) (2) グループごとにグループワークの成果発表(45分) (3) 発表に対する質疑応答(15分)</p> <p>11:30~ (4) 研修会の総括</p> <p>12:00頃 終了</p> <p>「揖保乃糸資料館・そうめんの里」にて昼食(希望者のみ)</p>

## ●研修の概略とコンテンツ

研修第一日目は、本研修の意図と狙いを知って頂くための座学として、6次産業化と食をとおした地域活性化についての講義と、ヤエガキフード&システムの取り組みについての講義を設定しました。

農産加工品を製造販売するために企業はどのような努力や工夫をしているのかを知って頂くために、「紫黒米健康酢」に代表される『健康逸品』の商品開発についてのお話と、農産加工機器プラント設置について講義を受けて頂きました。受講者には、事前アンケートを行い、聞いてみたいことを収集していたので、それぞれの分野において回答が得られ、

普段感じておられる疑問点がクリアになったのではないかと思います。

研修第二日目は各参加者が地域の生産者に対する指導やコーディネートをする中で必要となってくる農産加工機器の基礎知識から設置事例まで深くご理解いただけるよう、農産加工施設を実際に見ていただく機会を作りました。設備が整っているにも関わらず十分に活用されず稼動していない施設もあり、規模や目標生産量に合わせてレイアウトすることの大切さを感じて頂けたのではと思います。また、農産加工品を売るためにどのような戦略を立てればよ

いかに学ぶために、農園レストランの経営と高付加価値の農産加工品販売を行っている夢前夢工房と、地元産のゆずを使った商品を販売している安富ゆず工房にてお話を聞く機会を持ちました。

研修第三日目は、商品を魅力的に見せるためのパッケージ戦略について兵庫県内で販売されている農産加工品のサンプルを使って、何がその商品を売れなくしているか（不買動機）やどの部分が改善されればもっと商品のよさが伝わるパッケージになるのかを検討して頂き、改良点がどこにあるのかを一人ずつ発表して頂きました。出された意見の多くは他の方も同じように感じておられることが多く、商品の売れ行きにはパッケージの善し悪しが深く関係

している事がわかりいただけたと思います。

そして、後半は紫黒米商品をテーマに、「たつの市紫黒米生産者・加工者連絡協議会」のメンバーの方と共にグループワークを行い、紫黒米商品について、売り方やパッケージ、差別化要因などを討議しました。そして研修最終日に紫黒米クラスターの今後の展開について「クリアすべき課題」「実現させたい目標」「実現するための方法」「アプローチ先」という項目に基づき、チームから出たアイデアをまとめ事業プランの発表をして頂きました。身近な部分から課題を再度見直し改善していくことが大切だという気付きが得られました。



6次産業化について講義



「安富ゆず工房」にて最新の搾汁機を見る



パッケージを実際に見て改善点の検討



紫黒米商品の現状と課題をヒアリング



紫黒米商品の販売戦略検討



紫黒米の今後についての戦略を発表

### ●研修の実施状況

本研修では事前に参加者対象に研修内容に基づいたアンケートを実施し、疑問点や知りたいことを整理して頂きました。それぞれの疑問点に対し、回答が行われるようヤエガキフード&システム株式会社の食品機械課の方をお招きし、最終日に質疑応答の時間を持ちました。参加されている普及指導員の活動地域内で実際にヤエガキフード&システム株式会社の農産加工設備を使っている施設（もしくは加工

所）もあり、メンテナンスなどの実施について詳しく話を聞けたことは参加者の方にとっても大変有益であったようでした。また農産加工機器から備品までを網羅したパンフレット、作業のフローシート、作業の流れ図、設置レイアウトに至るまで非常に内容の濃い資料をヤエガキフード&システム株式会社よりご提供いただいたことによって、生産目標能力にあった機器の選定や設置レイアウトなど、機器納

入までのプロセスと活用方法が明確になったことと  
思います。

6次産業化が進む中、普及指導員には商品開発、  
マーケティング、販路開拓など、販売に関する知識  
と情報が幅広く求められるようになりました。的を  
絞ったテーマと、体験を通した研修プログラムにす  
ることで、地域の生産者が求めるニーズに即応す  
ることができるような実践的知識と商品化のアイデア  
を習得していただけたのではと思います。

また、本研修を通して夢前夢工房の衣笠社長や紫  
黒米を食育に取り入れ積極的に活動をされている小  
宅小学校石堂先生など、6次産業化を推進する情熱  
的なキーマンとなる方々からお話を聞く事ができま  
した。この研修を単なる知識・情報収集の場として  
だけでなく、地域を盛り上げる魅力的な人材ネット  
ワーク醸成の場としても活用して頂きたいと思いま  
す。

## ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

6次産業化が進む中、普及指導員には商品開発、  
マーケティング、販路開拓など、販売に関する知識  
と情報が幅広く求められるようになりました。的を  
絞ったテーマと、体験を通した研修プログラムにす  
ることで、地域の生産者が求めるニーズに即応す  
ることができるような実践的知識と商品化のアイデア  
を習得していただけたのではと思います。

また、本研修を通して夢前夢工房の衣笠社長や紫  
黒米を食育に取り入れ積極的に活動をされている小  
宅小学校石堂先生など、6次産業化を推進する情熱  
的なキーマンとなる方々からお話を聞く事ができま  
した。この研修を単なる知識・情報収集の場として  
だけでなく、地域を盛り上げる魅力的な人材ネット  
ワーク醸成の場としても活用して頂きたいと思いま  
す。

文：民間企業等民間派遣研修

〔ヤエガキフード&システム(株)担当〕

キッチンtoキッチン 代表 天野 加佳子

食農連携コーディネーター (FACO)



## 6次産業化の出口戦略とプロデュース手法を学ぶ！

六本木農園(株式会社umari)

### ●普及指導員派遣研修の狙い

この度の研修にご協力いただいた六本木農園は、飲食業界に「農業実験レストラン」という全く新しいジャンルを築き、期間限定で若手やこれから就農する生産者、又は地域のブランディング、マーケティングから販売までをトータルでプロデュースするプロジェクトモデルを示しています。その活動の特徴は、消費者と生産者の接点から、一歩進んだコミュニケーションを創造することで、双方向の化学反応として自発的な融合が起こり、地域活力を生み出していく総合的なプロデュースモデルであることです。

研修でお世話になった六本木農園を総合プロデュースしている株式会社UMARI代表取締役古田秘馬氏は、日頃より全国様々な地域において、食と農業を通じた地域活性化プロデュースを通じて、社会貢献に意欲的に参画されておられます。この度の研修では全面的なご協力のもと、古田氏が手掛ける様々なプロデュースを通じて、普及指導員の皆さまの潜在的なポテンシャルを引き出せるキッカケ作りと、6次産業化の裾野の広さを体感することで、出口戦略を意識した取り組みの重要性への理解を深めていただくことを目的として研修計画を致しました。

### ●実施準備・検討過程

今回の研修カリキュラムを作成するにあたって古田氏と、今回の当該研修コースを担当する食農連携コーディネーター（FACO）との共通認識は「地域にはハードウェア（施設など）やコンテンツ（素材）は十分に揃っているにもかかわらず、それを繋ぐミドルウェア的な存在が足りない」ことでした。

ここでいうミドルウェアは、継続的な地域活性を前提とした仕組みや仕掛けのことであり、言い換えれば、特徴的なストーリーやテーマ性に基づく商品開発や、食や農業、地域を通じた新たなサービスや商流の革新的な仕組みづくりと、それを結びつける人々の存在です。

昨今、農商工連携や6次産業化において、農業を取り巻く様々な連携の形は多いものの、商品開発やサービス展開などの特徴として、出口戦略を意識せず商品化だけが先行してしまい、結果として上手く行かないケースが多いことが挙げられます。

### 六本木農園（株式会社umari）

農家実験レストランとして2009年に六本木に開業して以来、農家の若者たちのインキュベーション機能を果たしながら、様々なイベントを通じて食と農業の新たなビジネスモデルを発信し続けております。

昨年には、鎌倉市に地域食材で生産者と地域を結ぶ現代版三河屋「七里ヶ浜商店」を開業し、地域ブランディングから販売までのトータルプロデュースをはじめ、地域活性化の新しいアイデアを具現化し続けております。



こうした背景を踏まえ、今回研修の実施にあたっては、様々な出口戦略の体感とともに、食と農業を通じたサービスコンテンツの多様性を学んでいただく「プロデューサー養成視点」でのプログラム構成を重視しました。

具体的には、六本木農園モデルを中心に、丸の内朝大学プログラム、七里ヶ浜商店などのフィールドワークを通して、古田氏の手掛けるプロデュース手法を自らの五感で体感することで、固定概念に捉われることのない柔軟な視点を引き出すカリキュラム構成を綿密に検討してまいりました。

今回の六本木農園コースの研修参加者は、神奈川県・茨城・埼玉・富山・岐阜・兵庫・岡山の各県からの普及指導員9名で、営農生活や、担い手、作物など担当のバリエーションも様々でした。各参加者は、日頃から産地での生産者指導や食と農の連携推進を図っているものの、「出口戦略」や「プロデュース」という言葉には馴染みがないという印象がありました。

よって、研修計画の具体化においては、こうした馴染みのない分野を「体感」として伝えることを重視するために、座学は最小限にとどめ、フィールドワークやグループワークを中心としたカリキュラム構成としました。また最終プレゼン

の方法も自主性を重んじ、プロデュース視点でそれぞれの担当地域課題の解決方法や、普及指導員としての新しい役割を各人に考案し、発表していただく方式を採用しました。

(1)座学

インプット講義が中心の座学では、最小限の時間にとどめながらも、必要な情報を提供するため、古田氏と担当FACO、ゲスト講師に農家のこせがれネットワークの脇坂氏を招いて、1日目に総論講義として6次産業化や、プロデュース手法、六本木農園や、農家のこせがれネットワークの活動を行い、3日目に各論講義として、地域発信型のマーケティング、農業コンテンツの作り方などを構成することで、フィールドワークの前後での事前情報の提供と、事後整理と課題の発掘をしやすい構成としました。

(2)フィールドワーク

当該研修計画で重視したフィールドワークでは、1日目の早朝に社会人学習プログラムを通じた接点創造として「丸の内朝大学」の農業クラス及び地域プロデューサークラスの体験と、2日目に鎌

倉に遠征して、鎌倉ブランド野菜の流通や七里ヶ浜商店のビジネスモデルを中心に、地域密着型マーケティングのリアルな体験実習を編成しました。

特に鎌倉のフィールドワークは、全員でレンタルサイクルを借り、市内の関連個所を廻るなど、印象的な体験を通じて、受け身な視察ではなく自ら考える視点を持ち、且つ、柔軟な発想を養うためのプログラム内容としました。

(3)グループワーク

今回の研修計画では、グループワークの目的を、座学やフィールドワークを通じて自らの担当地域に置き換え、自らが普及指導員としてどのような役割で何をすべきか?について考える場の提供としました。このために9名を3グループに分け、課題抽出とテーマ設定の其々で、古田氏と担当FACOがファシリテーター役となり、グループディスカッション中心の発想力を高めるワーク設定としました。



グループディスカッション風景

六本木農園コースの研修スケジュール

1日目 11/15(火) 7:20-17:00	2日目 11/16(水) 11:00-17:00	3日目 11/17(木) 10:00-17:00	4日目 11/18(金) 10:00-13:00
7時20分 東京駅新丸ビル 10Fエコツツェリア集合  (早朝NGの方は 9:30に 六本木農園に集合)  7時半 朝大学農業クラス視察 10時 オリエンテーション 今回の目標とゴール の設定と共有	11時 JR鎌倉駅 西口集合 終日 鎌倉市内  フィールドワーク① ・鎌倉ブランド野菜の流通と 鎌倉連売所などの視察を 通して消費者のブランド認 識を体感する	10時 六本木農園集合 終日 六本木農園  アウトプット学習 ・視察体験の整理 ・コンテンツの作りこみ手法 ・多様な農業コンテンツの可能性 ・グループワークの準備	10時 六本木農園集合 終日 六本木農園  プレゼンテーション ・個人別発表 ・全体講評  13時 終了・解散
13時 総論講義 ①6次産業化と地域運動 ②マーケティングとプロデュースの 違いについて 15時 六本木農園における ビジネス戦略 ①六本木農園の活動 ②農家のこせがれネットワーク  18時 懇親会(六本木農園) 本音でナイト!  20時 六本木農園で解散	14時 七里ヶ浜商店  フィールドワーク② ・高級住宅街で意識の高い消 費者の多い七里ヶ浜エリアのマ ーケティングを体感する  フィールドワーク③ ・地域密着型マーケティングと消 費者コミュニケーションの現場学習 ・ポイントの整理と意見交換  17時 鎌倉駅で解散	13時 グループワーク① ケースによるアウトプット ・地に域ブランドが根付くため の方策を検討します。  15時 グループワーク② テーマ設定によるアウトプット  17時 六本木農園で解散 ※各自宿泊先で発表準備	

#### (4)プレゼンテーション

当該研修での最終プレゼンテーションは、グループ毎ではなく個人プレゼンテーションとして、グループ内討議を基に導いたそれぞれの地域課題解決のために、自らがプロデューサー視点に立った場合に、どのように取り組んでいくべきかを発表していただくこととしました。これにより、其々の地域課題の共有と、普及指導員としての役割の再認識や発見、そして普及指導員同士の新たなネットワークの形成や連携の可能性を認識していただくことを目的とした、有意義なプレゼンテーション企画を致しました。

#### ●研修の実施状況

実際の研修実施は11月15日から18日の4日間で実施致しました。

初日、早朝7時半からの丸の内朝大学プログラムで大都市の社会人が朝活を利用した農業や地域との接点創造を現場体験していただきました。受講生も今まで各人が持っていた常識を打ち破る新鮮な体験だけに、少々戸惑いながらも、各自が熱心にメモを取っておりました。その後に六本木農園へ移動し、研修の目的並びに各人の目標の摺合せのオリエンテーションを経て、初日はインプット座学中心の構成でしたが、研修後に懇親会を開催し、早朝からの長丁場の初日研修となりましたが、既に研修生同士のコミュニケーションも生まれる有意義な研修初日となりました。

2日目は鎌倉でのフィールドワーク。まずは、鎌倉連売所を訪問し、市議会議員の方に直売の意義や鎌倉野菜のブランディング、さらには鎌倉の地域的事情などをご説明いただきました。その後七里ヶ浜商店へ移動し、地域密着型の出口戦略の手法を学習。



鎌倉フィールドワークでの移動風景



七里ヶ浜商店における学習シーン

地域発信型商品の商品開発やブランディング、地域コミュニケーションのプロデュース手法について、研修生一同が自らの地域と重ね合わせて意欲的に現場学習を実施されておりました。要所で闊達な意見交換や質疑応答が多く行われ、研修生の問題意識の高さが見受けられました。移動にはレンタルサイクルを利用したフィールドワークというユニークな研修企画でありましたが、それなりに効果があった模様です。

3日目は六本木農園で各論講義とグループワークを行い、座学とフィールドワークで学習した内容と、自らの地域課題を照らし合わせたディスカッションを行い、十分に時間をとったものの、時間ギリギリまで熱い論議が繰り広げられておりました。

4日目の個別プレゼンでは、短い準備時間ながらも、各自とてもまとまりのある発表内容でした。内容的にも研修生全員が出口戦略や、地域をプロデュースする意義を感じておられる発表内容で、研修成果としてとても有意義なプレゼンテーション会となりました。

#### ●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

当該コースが、今回の研修を通じて伝えたかった「出口戦略の重要性」「6次産業化の裾野の広さ」そして「地域のつなぎ手の重要性」に関しては、今回の研修を通じて、研修生の其々がリアルな実感として、それぞれの地域に持ち帰っていただけることができたように感じております。但し、普及指導員の新しい役割としての実感が気付きとして得られたとしても、今回のような短い研修で得られる成果は限定的なものであるとも理解しております。但し、短いながらも研修生の充実した顔を拝見していると、

この研修は、その意義を大いに感じることができるため、一定の結果を得た研修であったと感じております。一部研修生の感想が、とても印象的でありましたので以下にご紹介します。

「とても良い学習体験と気付きを得て、普及指導員の新しい役割や可能性もおぼろげながら見えて来たように感じます。ただ、持ち帰った地域で旧態依然とした毎日を過ごしていくうちに、知らず知らずにまた埋没されて、結局以前と変わらない。こうならないためにも、より多くの人たちにこのような研修を受けていただき気付きを得てもらいたいと思います」

この感想にあるように、当該研修も長く継続して行くことで、小さな成果を大きな成果に変えていく必要があるということ、大いに感じた研修でもありました。



研修終了後の集合写真(六本木農園)

文：民間企業等民間派遣研修 [六本木農園担当]  
株式会社ファーマーズ・フォレスト 代表取締役 松本 謙  
(食農連携コーディネーターFACO)







## 第3章 参加者アンケート調査結果

当該事業で実施した民間企業等派遣研修の成果を把握するため、参加者アンケートを実施しました。  
その結果を第3章にて示します。

## 参加者アンケートの実施概要

## 1 アンケート実施の狙い

本事業の狙いとして掲げた「農業者に対する指導の中核となる者（普及指導員等）を外食・中食・食品製造業・量販店等へ派遣する研修を実施し、実践的な取組を通じて民間企業等が取り組んでいる消費者・実需者ニーズの把握、販売戦略の策定等の知識の習得を図る研修の実施」に対し、研修終了後、参加者全員に対するアンケート調査を実施した。その結果を示す。

## 2 調査対象・方法等の概要

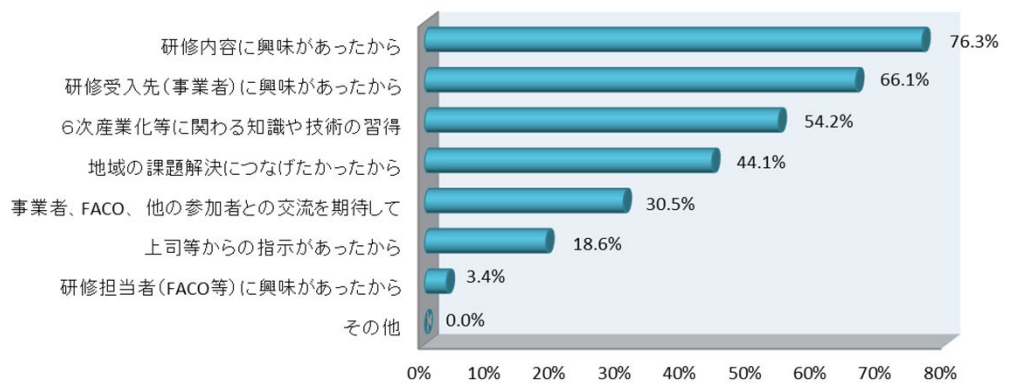
項目	概要
調査対象者	各研修コースにおいて定められた研修をすべて修了した者61名（内訳；普及指導員52名、地域のコーディネーター9名） ※研修参加予定者64名のうち3名（地域のコーディネーター）は欠席や早退等により研修を修了していないため、調査対象からは除外した。
調査方法	E-Mailにてアンケート票を配布し、E-MailまたはFAXにより回収した。なお、調査期間内に回答がなかった者にはE-Mailにて督促を1回行った。
調査期間	平成23年11月28日～12月5日（督促分：～12月14日）
有効回答数	59名
回収率	97%

## 参加者アンケートの集計結果

研修参加の目的  
や参加された感想  
について

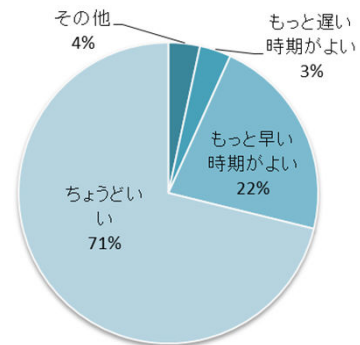
問1 研修に参加された動機は何ですか。(複数回答可：3つまで)

- 1 研修受入先(事業者)に興味があったから
- 2 研修内容に興味があったから
- 3 研修担当者(FACO等)に興味があったから
- 4 地域の課題解決につなげたかったから
- 5 6次産業化等に関わる知識や技術の習得
- 6 事業者、FACO、他の参加者との交流を期待して
- 7 上司等からの指示があったから
- 8 その他



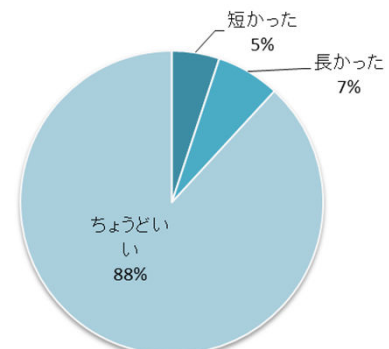
問2 実施時期(10月下旬～11月下旬)はいかがでしたか。

- 1 ちょうどいい
- 2 もっと早い時期がよい
- 3 もっと遅い時期がよい



問3 実施期間(3日間～4日間。但し1コースは8日間)はいかがでしたか。

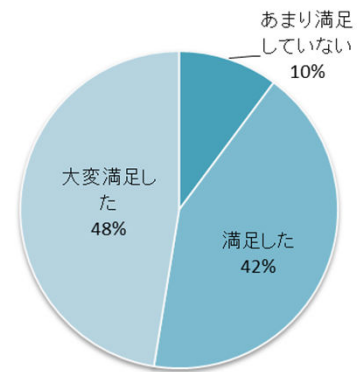
- 1 ちょうどいい
- 2 長かった
- 3 短かった



研修の実施体制等の評価

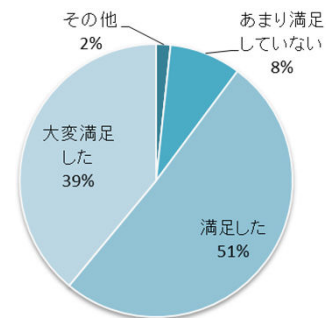
問4 ご参加いただいた研修を全体として評価した場合に当てはまるものを選択してください。

- 1 大変満足した
- 2 満足した
- 3 あまり満足していない
- 4 満足していない



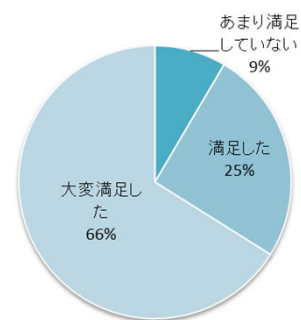
問4-1 ご参加いただいた研修の事務局(食品チェーン研究協議会)対応について、当てはまるものを選択してください。

- 1 大変満足した
- 2 満足した
- 3 あまり満足していない
- 4 満足していない



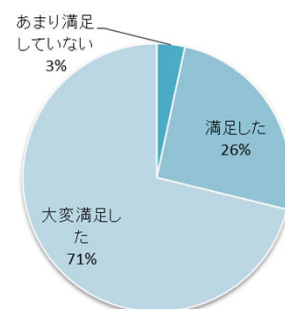
問4-2 上記と同様に研修担当FACO等のアテンド対応について当てはまるものを選択してください。

- 1 大変満足した
- 2 満足した
- 3 あまり満足していない
- 4 満足していない



問4-3 上記と同様に受入事業者の対応について当てはまるものを選択してください。

- 1 大変満足した
- 2 満足した
- 3 あまり満足していない
- 4 満足していない



[問4-1 事務局対応に対するコメント]

理由・コメント	
大変満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 将来に向けた、日本の食糧のあり方をいろいろな角度で考えるヒントをいただいた。消費者の立場で考えなければならぬこと、生産者の立場で考えるべきことを改めて学習した。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 第1希望の企業で研修を受けさせていただきましたので、満足しております。また、研修冒頭で研修の目的と研修を組み立てた背景等について丁寧な説明をいただき、全体像が見えました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 想像以上でした。研修を成功させようという意気込みが感じられました。ありがとうございます。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 事務局担当者が研修初日に来てくださり、この研修を通じて必要となることなどについて御説明下さったうえに、一日お付き合いただいたことによって、より理解が深まったものと考えています。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 受入企業にも受講者にもメリットがあるよう配慮して企画されていたから。(とはいえ受入企業にはメリットよりも負担の方が大きい印象はあるが)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 限られた研修期間に座学、視察、現地検討を組み合わせたカリキュラムで行われ、今後の実践活動に向けてとても参考となる内容でした。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「食」という観点からいろんな企業さんの取り組みを知り、また自身が興味があるところを受講できたので、感謝している。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 宿の手配などを行って頂け、業務の合間に準備ができて助かった。</li> <li>➢ 研修に関する情報を随時メールで送っていただいたため、安心して研修に入ることができた。</li> <li>➢ 適切な事務連絡をして頂いたので満足しています。</li> </ul>
満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 実施期間が短く、商品作りについて中途半端になってしまった。事前の講義メニューなどの資料等があれば分かりやすかったと思う。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修期間中の宿泊先の手配等、細やかな対応をいただき快適に研修を終えることができました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 宿泊所の斡旋は大変ありがたく思いました。研修のカリキュラムや、事前学習の際の資料提供はもう少し早い段階で頂けるとありがたかったです。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修に際してパソコンが必要と聞いていましたが、実際の使用はわずかであったので、受入先と連携をしっかりとしてほしい。また、そのような場合は主催者で用意してほしい(持ち運びもたいへんなので)。</li> <li>➢ 事業者が普及指導員に対する理解が薄いため、研修が思ったような内容ではなかった。</li> </ul>
あまり満足していない	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 当県のように変則的な参加方法をとる場合もあると思うので、主管課との調整も行ってほしい。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修担当FACOや県庁の研修担当が研修の窓口となっていて、事務局は距離が遠いと感じた。宿泊や研修会場についての行き違いもこの距離の遠さが一因と思います。全体をコーディネートしてほしい。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 満足度が判断できるほどの直接の対応はなかったので、分かりません。ただ、研修準備の参考になるので、参加者名簿は事務局で作成し、事前配布してほしい。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 受入事業者が研修が初めてなので、要領を得ない様子であった。事前に、研修対応者に、普及とはどういうものか、普及員が何を要望しているのか、事前にもっとレクチャーしておくべき。</li> </ul>

[問4-2 FACO対応に対するコメント]

理由・コメント	
大変満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修先や参加者だけでなく、事務局の話の中でも大变得るものが多くありました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 臨機応変な対応で、臨場感、緊張感があって良かったです。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ いろいろなシーンで生じる様々な疑問に答えていただき、もっともっと時間をかけて学習したいという気持ちになった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修をリラックスして受けるための配慮や、全体の流れをみながら進行を考えていただいた。意見交換しながら参加者全体の理解を深めることができたと思う。</li> </ul>

[問4-2 FACO対応に対するコメント](続き)

理由・コメント	
大変満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 多くの講師、関係者との情報交換の機会を作っていただき、今後の活動の幅が広がった。具体事例が多く分かりやすかった。参加者同士の意見交換もしやすいように配慮されていた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修開始前からメール等で、頻りに連絡をしていただいたことで、研修開始時からスムーズに研修に入っていける雰囲気が出ていた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 過去のコンサルティング事例に沿って、詳しい話を聞くことができ、受講者間の交流にたいへん配慮していただきました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 参加人数が少なかったからかもしれませんが、フリーディスカッションでの情報交換会が参考になりました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ FACOからまめにご連絡を頂きました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 中小企業診断士として事業者の方たちに緻密に活動されている様子を見て、普及員の活動もこうあらねばと、思いました（フットワークがすばしかったです）。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修開始前から親切な案内をいただき、研修中もたいへん気配りをいただき、企業と私たち受講者との間に入って私たちの研修目的達成にご協力いただきました。事前質問にも丁寧に回答いただきました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 想像以上でした。研修を成功させようという意気込みが感じられました。ありがとうございます。担当FACOに大変お世話になりました。またお会いしたいです。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 何から何まで気配りしていただきお世話になりました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修者の立場を第一にしてアテンド対応していただきました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 事前アンケートで出した質問に対し、研修中および研修後に丁寧に回答していただいたから。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 細やかな配慮をいただきながら、研修もスムーズにすすめられ、無駄のない有意義な時間を過ごすことができました。研修資料や検討果のまとめ、写真等提供いただきありがとうございます。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ すでに、参加企業さんとのいろんな取り組みをされているので、連携が取れていた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 有意義な研修プログラムの作成と事前協議をしてくれましたし、誘導方法も良かった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 前日までの事前連絡等、いきとどいていてありがたかった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 視察先での見るポイントやその日のまとめなどわかりやすく解説して頂き、非常に助かりました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 受け身の研修でなく、研修が効果的になるように内容を組み立てて頂いたのがよく分かった。研修の各所で様々な助言を頂くことができた。（直売所の評価方法等）</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ FACO自身が、農業関連施設を運営されたり、農業と関係のある業務にも携わっているため、普及指導員の課題等に対して細部にわたりご助言をいただけて参考になった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ アテンドのスキルが高く、6次産業化への実践も含めた知識・感覚を持ってみえたこと。研修の構成、コーディネーターが受講生の求めるものであったこと。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修前の事前情報の提供、研修中の対応等とても的確、丁寧に配慮していただきました。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 研修計画も充実しており、質問に対しても懇切丁寧に回答して頂いたため大変満足しています。</li> </ul>	
満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 事前準備から熱心にお取り組みいただいていたことが伝わってきました。初めての取組で不慣れな部分があったのですが、慣れてくださればもう少しスムーズに受講でき、より成果が挙げられたことと感じます。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 事前課題の出題も含め、農業者が6次産業化を図る目的・意義について、改めて考える機会を与えて下さり有意義でした。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 直前で課題が変わったり、研修中もアドリブ的な場面も多く、体系化していない、と感じたため。</li> </ul>
あまり満足していない	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 受入企業さんの全面的な協力の下2名の職員がフル対応していただいたため、アテンドが必ずしも必要だったとは思わない。また、研修内容をもっと細かく調整できればよかった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 受入事業者が研修が初めてのことで、要領を得ない様子であった。事前に、研修対応者に、普及とはどういうものか、普及員が何を要望しているのか、事前にもっとレクチャーしておくべき。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 他の業務が忙しい様子が伺え、この研修に対する集中した姿勢があまり感じられなかった。</li> </ul>

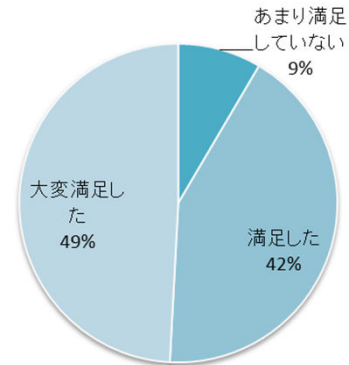
[問4-3 受入企業対応に対するコメント]

理由・コメント		
大変満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>お忙しい中で具体的な話を多く聞かせていただき、この研修でなければ知り得ることのできなかった情報やノウハウを教えていただけたと感じました。</li> <li>丁寧な対応していただきました。また、サプライズな対応もあり大変感謝しています。</li> <li>担当者の真摯な姿勢に力強さを感じました。特にA社店舗はABC分析がきちんとされていて、選ぶ楽しさがないというイメージがありますが、それと正反対の6次化の製品開発への取り組みに関心…。</li> <li>業務多忙の中、ビジネスチャンス場として積極的な交流機会をつくっていただき感謝しております。</li> <li>消費者ニーズの把握とそれに対応していくB社の姿勢に感動しました。また、夜遅くまでお話しいただき、単なる仕事の範囲を超えて親切に対応いただきました。</li> <li>詳しい事業内容説明や工場案内で中食業界の苦労や工夫をよく理解する事ができました。</li> <li>経営の内容から、工房見学。そして将来の構想や現在の課題など、本当にじっくり教えていただき、こんなにきちんと対応していただけるとは思っていませんでしたので、感激しました。</li> <li>御多忙の中、時間をとって親切に対応いただきました。上記と同じですが、各自の目的が達成できるよう大勢の社員の皆様からも対応いただきました。</li> <li>受け入れて下さったC社には、貴重な4日間を私たちのために割いて頂き、本当に感謝しております。</li> <li>貴重な時間を割いて、多くの社員の方が本研修にご協力いただいたから。（加工機器の説明等）</li> <li>C社さんは終日対応くださり、会社内だけでなく、地域の連携枠組みのメンバーと協議する機会まで作ってくださって感謝しています。</li> <li>今回の研修を担当して下さったD者担当の、丁寧な対応や一生懸命な姿を拝見し、社会人としての仕事に取り組む姿勢について、初心に帰る気持ちになりました。</li> <li>CSRという企業の側からの「1次産業」への関わりはとても興味深かった。</li> <li>丁寧な対応や各店舗の支配人に研修意図をきちんと伝えていてくれて良かった。</li> <li>多くの人員を割いて受け入れて頂いた上、バックヤード等まで見せて頂き大変感謝している。</li> <li>レンタカーや昼食などのご配慮や模擬商談用サンプルの送付など丁寧な対応をして頂き、助かりました。</li> <li>交流会の設定、研修地までの車の手配・運転、昼食の準備など、研修生の負担が減らし研修に集中できる環境づくりをして頂いた。</li> <li>経営者A氏はじめ、関係する部署の皆様には、経営理念ほか一般には公開していないような部分、内容まで詳しく説明いただいたことと、現地視察を通して具体的な情報が得られたこと。</li> <li>受入先の資金的な支援はないとアテンドから聞いているが、レンタカーの手配や昼食への配慮など、細かく対応していただき申し分ない。</li> <li>企業経営者B氏は、都市住民でありながら常に消費者と農業者との接点を創造しようと行動を起こしてみえて、意外であると同時に考え方などが大変刺激になった。</li> <li>今回の研修は受入事業者の業務実体験から学び取る研修ではなかったが、プロデューサー的感覚を養成する研修として実践的なケースワークを体感することができた。</li> <li>研修の組み立て、進行が研修者サイドから見るととても工夫され、分かりやすかったです。</li> <li>いろいろと貴重な情報やノウハウを教えていただいたので、業務を遂行するうえで非常に参考になりました。</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ざっくばらんな情報交換ができ、いろいろな農産物の特徴を捉える感覚が直接聞けて、大変よかった。</li> <li>商品開発のポイント等をもっと詳しく具体的に教えていただけたら更によかったです。</li> <li>受入事業者の立地場所は都心のマーケットを体感できるところで良かった。ただし研修場所の部屋は雑然とし、また、一人の講師は受講生のプレゼン中や別の講師の講義中に居眠りをしており、やや不快に感じた。</li> </ul>	
	あまり満足していない	<ul style="list-style-type: none"> <li>受入事業者が研修が初めてなので、要領を得ない様子であり、要望に答えきれなかった。</li> </ul>

研修の実施内容  
の評価

問5 ご参加いただいた研修の実施内容について、当てはまるものを選択してください。

- 1 大変満足した
- 2 満足した
- 3 あまり満足していない
- 4 満足していない



[問5 研修の実施内容に対するコメント]

理由・コメント	
大変満足した	<p>➤ A者の地域商材の掘り起こしに感心しました。もっと現場をたくさん見たかったですし、SWOT分析ももっと時間をかけてやりたかったです。それでも、大変勉強になりました。たくさんの方にお世話になり、感謝いたしております。</p>
	<p>➤ これまでの研修より販売戦略や商品開発がより実践的であったため、より現在の現場に重ね合わせて考えることができた。欲を言えば概論と優良事例だけではなく、そのプロセスやうまくいかなかった事例とその原因などもあればさらに理解を深めることができたと思う。</p>
	<p>➤ 具体的に農産物の売り込みや事業の話ができたことが収穫だったし、今までにない研修でした。研修という形だけでなく、生産者や農産物の情報を流通関係者などに紹介できる場があればと思います。</p>
	<p>➤ 民間の農業支援の姿勢に刺激を受けました。 研修最後のまとめとして、参加者から一言ずつでも今後の活動に研修結果をどうかしていか交換する時間があっただろうがよかったかなと感じました。</p>
	<p>➤ 販売のコツ（ウリの作り方）がいくつも散りばめられており、参考になった。6次化＝販売ではないという意見も参加者からあったが、何をターゲットに6次産業化していくのかという視点には役立つと思う。具体的にプレゼンをしたのもよかった。配布してもらえなかったプレゼン資料があったのは少し残念。</p>
	<p>➤ 商品コンセプトシートを用いた具体的で現実的な実施内容でより理解が深まりました。 工場の見学から実際の売り場の見学を通して基本的な価値創造を見出すことにつながりました。</p>
	<p>➤ 民間企業の取り組みに触れることができ、非常に参考になりました。外食・食品関係の開発のプロの方々との意見を交えたことが貴重な経験となりました。</p>
	<p>➤ 具体的な事例を通して、企画書を作っていたり、事業者やFACOの方と話をしながら、将来構想について話し合いが持てたことは、とても勉強になりました。現場でここまで、しっかり踏み込んでいるかと言えば時間に追われて、経営のことまで至っていない現状があり、日々の活動の反省をする機会にもなりました。</p>
	<p>➤ B社の取組について知ることができ、今後、加工機械施設について相談できる人脈ができたことは大きな収穫です。また、現地の先進的な取組も見聞させていただき、有意義な研修でした。要望ですが、農産加工機械に関する現場での実演、研究のようす、企業内施設の見学等があればもっと良かったです。</p>
	<p>➤ 現地を案内して頂いたのは、更に良かったです。また、実際に現場のグループワークに参加できたことも、実践的で貴重な体験となりました。</p>
<p>➤ 実際の対象者（今回の場合は紫黒米生産者加工者協議会）がいたことで、単なるシミュレーションではなく実際の普及活動のような研修ができた。また、現地事例の中には、うまくいっているところもそうでないところもあり、その原因や対策などを考えることができたので勉強になった。</p>	



[問5 研修の実施内容に対するコメント](続き)

理由・コメント	
大変満足した	<p>➤ 今回の研修を機に、B社との連携で新商品開発に向けて取り組むこととなりました。今後も、研修で知り合えたネットワークを大事にしなが、現場の活動に活かして行きたいと思っています。大変お世話になりました。心から感謝申し上げます。</p>
	<p>➤ 受入企業様では普及員/コンサルタントが現場で直面する根本的な課題をCSR 活動を通じて解決され、貴重なノウハウを研修メソッドとして3日間コースに作り替えて頂いた完成度の高い研修でした。また次の機会がありましたら是非多くの方々に参加していただきたい研修内容であると思いました。</p>
	<p>➤ C社や各サテライト管理業者の企業としての姿勢は参考になった。情報収集のアンテナに関しては地元の普及センターとは全く別の電波を探り合っているようなもので、情報の仲介者が必要かと思われ。農商工連携を図る上で今回の研修でしたらJAの販売担当者など情報だけでなく、実際に生産物の販売に関わる担当者も受講した方が良かったと感じました。</p>
	<p>➤ D社のおかげで普段は見ることのできない場所や話を聞かせて頂き、勉強になりました。また、模擬商談は準備が大変でしたが、普段の業務ではできない体験ができました。</p>
	<p>➤ 内容が大変充実していた。研修の目的から脱線しない範囲で、できるだけ多くの現場で研修を行ってくださった。また、多くの人に会わせて頂き、お話を聞くことができた。</p>
	<p>➤ なかなか接点のない消費者サイドの視点を十分に研修させていただき、研修全体としては非常に良かった。</p>
	<p>➤ 6次産業化や食農連携で重要な出口戦略について座学だけではなく、フィールドワーク、アウトプット（グループワーク）等により体感的に学習できたことが良かった。このことは感覚として残り、今後の普及活動に生かされると思う。</p>
	<p>➤ 体験型の研修ということで、大変勉強になりました。実地+座学という体系は、現場活動を仕事とする普及指導員に向いていると思いました。</p>
	<p>➤ 自治体が取組む業務と民間が取組む業務とは、それぞれの組織で目的が一緒であっても、戦術が違うため、お互いの隙間を埋め合い連携していくことが必要であることを痛感した。その隙間を埋める議論を各職場に持ち帰り検討することが重要であると感じました。</p>
	満足した
<p>➤ 全体を通して非常にいい研修だったが、最後のSWOT分析の所を、もう少し時間をかけて分かりやすく行って欲しかった。今後、この部分について研修があれば紹介して欲しい。</p>	
<p>➤ 研修期間が8日間とやや長かったと思います。長さ故に得たものも多かったですが、予算、業務が厳しいおりに少し短くコンパクトにいただいても良いかと思えます。研修時間は9時頃から夜の8時頃まで行っていただいで、3日程度にいただいたほうが、今後参加しやすいと思えます。</p>	
<p>➤ 人を引きつけるキャッチコピーの作り方、見せ方などが勉強になりました。</p>	
<p>➤ 自分のプレゼンテーション能力が至らなかったために、売り込みたかった商品を実際の取引に繋がらなかったことが心残りです。</p>	
<p>➤ 未知のことが既知になった点ではたいへん満足しています。しかし、研修で得た知識は、従来の第1次産業従事者の役割を務めてこそ役に立つ内容であり、農業者あるいは農業界が6次産業化を進める内容ではなかったと思えます。他業界から得られた知識を6次産業化に転用している事例あるいはそのノウハウがあればありがたいです。</p>	
<p>➤ 売れる商品の選定や地域おこしへの携わり方など、グループワーク等を通して研修することができてよかった。他県の普及員との情報交換の場も多く設定されていて非常に刺激をうけた。</p>	
<p>➤ 食品工場の衛生管理の取組、商品開発の流れ、モノを売るための熱意や工夫などが特に興味深かった。早めに研修場所と開始時間を通知いただくと、宿泊場所の参考になるのでよろしくお願いします。</p>	
<p>➤ 事前の資料等の配布及びカリキュラムの提示をして頂きたい。</p>	
<p>➤ もう少し人数が多くていいと思いました。研修のレジメがあればいいと思いました。</p>	
<p>➤ グループワークによる戦略検討や実習を通じた指導方法のスキルアップの部分について、さらに充実させた方が、より良い研修成果を目指せたのではないかと感じます。</p>	

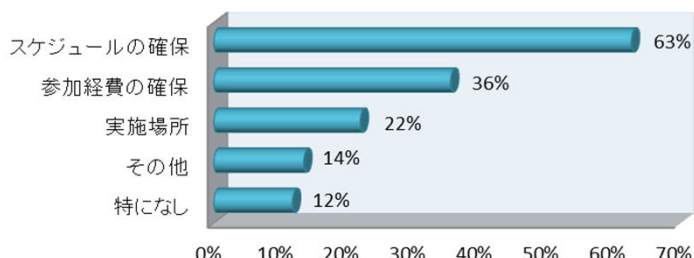
[問5 研修の実施内容に対するコメント](続き)

理由・コメント	
満足した	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ グループ討議やディスカッションの時間が短く、少し消化不良であった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 企業の社会貢献として農村地域に入りこみ、農業者の意欲を引き出す手法が、普及活動と通じるものがあり自分自身の仕事の進め方について、客観的に見直す機会になりました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 事業や企画等に取り組むための準備やシステム、人材育成について、改めて勉強する内容であり、基本(基礎)に立ちもどる研修でした。交流する農村現場にも視察したいと思いました。研修資料があると再確認できたと思います。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 班に分かれてのグループ討議は、テーマが難しく、検討しにくいように感じた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ E社は、農業者と消費者のコーディネーター的位置づけにあり、安全・安心や環境問題等、私たち普及指導員と共有する考えや活動が多かったので、役に立つ情報やアドバイスがいただけたし、今後の連携が期待できる。受身の講義だけでなく、もっとグループワークや研究討議などを入れて、参加型であっても良い。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 朝大学など我々の通常の生活では見られないものを見学できたことが良かった。また、実際に食に関する事業、コンサルをされている方の講義は説得力があり、参考になる内容も多々あった。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 主催者からの一方的な講義ではなく、お互いの情報を交換する形で研修が受けられ、その点がよかった。あえて言えば、研修の進め方、落としどころが行き当たりばったりの感じがしたので、もう少しゴールを明確にした方がよい。</li> </ul>
あまり満足していない	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ F社が取り組もうとしていること、抱えている課題などが実感できた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 最近の大学と試験研究・行政との関わりや、大学の予算獲得状況等については非常に参考になった。ネットを利用した情報収集、活用等についても参考になった。詳しく聞きたかった農産物の流通や利活用等についての実績が少なく、期待したものとは異なると感じた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 普及員の要望と合わないことはあって当然だと思う。事前に受入業者が、何を紹介できるのか、紹介できないのかははっきりしておいて、選択させてほしい。</li> <li>▶ 業務を進める上での具体的なアドバイスが少なく、即現場で使えるようなツールがなかった。積極的なアプローチも少なく研修生任せの研修の時間が多かった。</li> </ul>

研修参加の課題

問6 研修に参加する上で課題となったことは何ですか。(いくつでも可)

- 1 参加経費の確保
- 2 スケジュールの確保
- 3 実施場所
- 4 その他



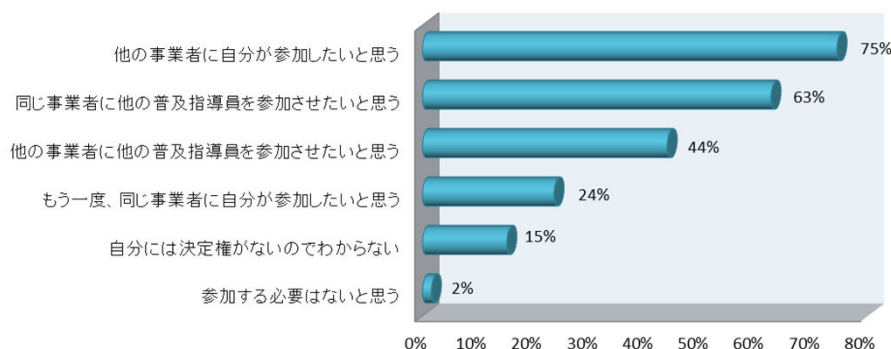
[問6 研修参加の課題に対するコメント]

理由・コメント	
参加経費の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ つくばの研修宿泊施設など国の研修宿泊施設を活用できると参加経費が軽減できると思います。</li> <li>▶ 予算が1名と限られておりA県職員の中で予選がありました。予算があれば受講したい者はまだおります。</li> <li>▶ 遠方であるため旅費がかさむので、参加を躊躇しました。</li> <li>▶ 今回の研修は年度当初に予算化されていなかったため。</li> <li>▶ 今回は事務所の近くで旅費が少なくすんだのでよかったが、宿泊して参加する場合の旅費を出してもらえるかは難しいかもしれない。</li> <li>▶ 多くの普及指導員がこういった研修を受講できると良いが、業務・経費面を考えると難しい。</li> <li>▶ 今回は勤務地の近くであったため旅費が特にかからず、同所属から2人も参加させて頂けましたが、反対に、遠方で開催されるコースへの参加は、所属長へ申し出ることもさきあらためてしまいます。</li> <li>▶ 自営なのでスケジュールはある程度自由がききますが、その間収入もないので長期は、きついです。(地域のコーディネーター)</li> </ul>
スケジュールの確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 11月は品評会が多く、最低でももう1ヶ月は早い方がよい。</li> <li>▶ 今回、参加した研修以外にも、日程さえあれば参加したいと思ったものもあったため。</li> <li>▶ 研修内容は濃密であり、3.5日でも短い、農繁期に4日間の日程調整は苦しかった。</li> <li>▶ 秋になると結構行事予定なども詰まってきていて、研修は11コースも企画をしていただいていたが参加できるコースが限られてしまった。</li> </ul>
実施場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 実施場所が大都市近郊に限定されているように感じる。</li> <li>▶ 研修を行う場所(企業、機関)</li> </ul>
その他 (参加者募集・研修内容の告知)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 情報が入ってきたのがかなり遅く、できれば事前に情報をいただきたかった・・・</li> <li>▶ 今回の研修は、開催要領の公開から募集締め切りまでが短く、希望が出にくい状況でした。</li> <li>▶ 当県自体の問題ですが、本研修が事前に十分周知されなかったことがとても残念に思っております。</li> <li>▶ スケジュール表だけではこの研修のおもしろさがわからなかった。</li> <li>▶ 普及員の要望と合わないことはあって当然だと思う。今回は、A組織にかなり助けられた。事前に受入業者が、何を紹介できるのか、紹介できないのかははっきりしておいて、選択させてほしい。また、普及員に意見交換させるのなら、参加人数を増やすなど考慮が必要。</li> </ul>
(事前準備・持ち物)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ パソコンの持ち出しは、セキュリティの問題があり、パソコンありきの研修は少し難しい。</li> <li>▶ 研修日程は早くからわかっていましたが、提出資料等(商談プレゼン)の連絡が遅く準備が直前になった。</li> <li>▶ 商品開発実習のための食材の購入費、保冷状態での持ち込み等</li> </ul>
(業務経験)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 問題意識を持ち研修参加意欲はあったが、研修参加にあたり、どの程度の業務経験が必要かが分からなかった。</li> </ul>
(継続希望)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 大変良い研修なので、次年度も研修を継続してほしいと思います。</li> </ul>

次回の参加希望と内容

問7 問6の課題が解決され、来年度も民間派遣研修を実施した場合、参加したい(参加させたい)と思いますか。お考えに当てはまるもの全てを選択してください。

- 1 もう一度、同じ事業者に自分が参加したいと思う
- 2 他の事業者に自分が参加したいと思う
- 3 同じ事業者に他の普及指導員を参加させたいと思う
- 4 他の事業者に他の普及指導員を参加させたいと思う
- 5 自分には決定権がないのでわからない
- 6 参加する必要はないと思う



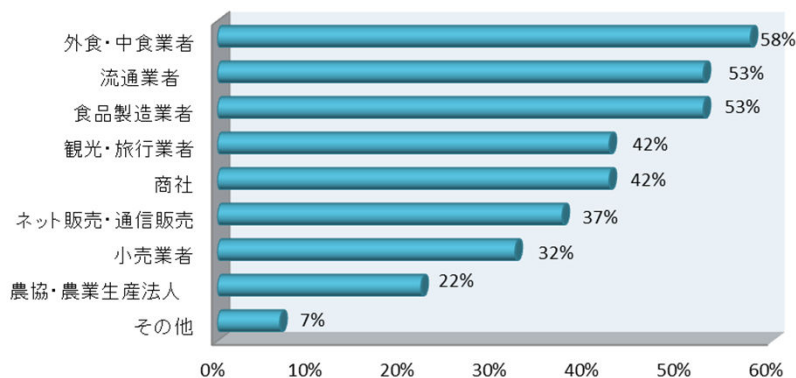
[問7 次回の参加希望と内容に対するコメント]

理由・コメント	
参他の事業者に自分が参加したいと思う	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 自分を含めて、こうした研修の機会を与えて頂けるのであれば、是非参加し研鑽を深めたい。</li> <li>➢ 他の研修が充実していたと聞き、そのような研修であればぜひ参加したい。</li> </ul>
同じ事業者に他の普及指導員を参加させたいと思う	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 現場への関わり方、説得力が向上した。是非とも他の普及員にも参加してほしい。</li> </ul>
もう一度、同じ事業者に自分が参加したいと思う	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ その後の展開も気になるのもう一度A社へ行ってみたい。</li> <li>➢ 応用編的な研修であれば、同じ事業者で研修したい。</li> </ul>
他の事業者に他の普及指導員を参加させたいと思う	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 事業者は可能なマッチングの相手を探しているようで、同じ人が言っても実績になりにくい。</li> <li>➢ 有用な研修と思いましたが、実施された場合、意欲の高い者を参加させたいと思います。</li> </ul>
(共通事項)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 6次産業化に限らず、民間のネットワークとつながることは有意義だと思う。</li> <li>➢ 国の研修とは異なり、民間の研修を受けられる良い機会なので。</li> <li>➢ 公務員が民間と接する研修は意義深いと思います。大変業務の参考になりました。</li> <li>➢ 民間派遣研修は、企業の活動がほんの少しでも理解でき、さまざまなことが勉強になりました。</li> <li>➢ 民間派遣研修は、これまでにない研修内容であり、即戦力につながる研修だと思います。</li> <li>➢ 民間との交流は、今まであまり無かったので、普及指導員にとって情報収集、意識改革には必要。</li> <li>➢ 企業の経営者とは普段の業務では接することがあまりないので、経営内容や経営者の理念などは勉強になる。私には決定権はないが、機会が与えられるのならたくさんの職員が体験するとういと思う。</li> <li>➢ 良い感覚・知識を得てもそれが活かせる環境にないと機能しない。百聞は一見にしかず、一見は一行にしかずで、(6次産業化について)同じベクトルで議論できる仲間が必要。</li> <li>➢ 新たな情報、考え方、人に触れる等、貴重な体験をすることができたので、できれば受講したい。</li> <li>➢ 他の研修内容で、六次産業化に向けて学ぶ点があるかもしれないし、学ぶ機会が必要。</li> <li>➢ 今年の研修の評価測定が先決であり、有効であればこの研修の継続を希望しますし、周囲の者に受講を薦めます。1月にはA県の改良普及員を対象に私が研修内容を伝達する機会が用意されています。今回はA県内での選考があって、偶然私が参加しましたが、次の機会があれば別の職員に別の研修を受講してもらいたいです。</li> <li>➢ 研修内容によると思います。新しい情報、先端企業の新しい取り組みを知りたいです。</li> </ul>

研修を実施してほしい業種・事業者名

問8 民間派遣研修を実施して欲しい業種や事業者はありますか。(いくつでも可)

- 1 農協・農業生産法人
- 2 食品製造業者
- 3 流通業者
- 4 小売業者
- 5 外食・中食業
- 6 商社
- 7 ネット販売・通信販売
- 8 観光・旅行者
- 9 その他



[問8 研修を実施してほしい業種・事業者名]

理由・コメント	
農協・農業生産法人	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 農協の壁を内側から見てみたいのと、はやりの生産者と直接取引をしている外食産業も取材してみたい。</li> <li>➢ 小池手造り農産加工所（長野県）・もくもくファーム（三重県）</li> </ul>
食品製造業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 大手食品会社の商品開発や製造ライン、衛生対策などを研修してみたい</li> <li>➢ 米粉を使った加工実習を受講したいです。</li> </ul>
流通業者／小売業者／外食・中食業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 地域密着型のローカルスーパーなどの話も聞きたいですね。</li> <li>➢ イトーヨーカドー</li> <li>➢ 農業の入口である生産を指導する者として、出口である販売業・飲食業について学ぶことは大変貴重な経験になると思います。</li> </ul>
観光・旅行者	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 旅行会社とタイアップした6次産業化研修が実施できたいと思います</li> <li>➢ 6次産業化を進めるならば、農産物をつくり、売っているだけでは第1次産業従事者のままです。できれば、サービスを提供する新しい業態を開拓したいと存じます。いま考えているのは、新規就農希望者が開業までたどり着いた体験談を披露するサービスです。都会からの新規就農希望者が最近農業を始めた人の話を聞く旅行商品はできませんでしょうか。</li> <li>➢ JTB（旅行者）</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 種苗会社、農業メーカー</li> <li>➢ どの企業でもいいですが、受入企業のバイヤー（仕入れ決定権者）の話を聞きたいです。</li> <li>➢ 大阪産業創造館（以前テレビで紹介されていた、ここでの取組“おんなの会議”について興味があります）</li> <li>➢ 冠婚葬祭に関する事業者(会社)、生花店、イベント会社</li> <li>➢ 医薬品、化粧品関係・バイテク関係</li> <li>➢ NEXCO中日本、JR</li> <li>➢ コンサルタント会社</li> </ul>

6次産業化の推進として、普及指導員ができること

問9 今回の研修をきっかけに、これから地域における6次産業化の推進として、普及指導員ができること、やるべきことなど、お感じになられたことがありましたらご記入ください。

[問9 6次産業化の推進として、普及指導員ができること]

コメント	
普及指導員が地域(生産者)と企業等とのコーディネートすることが重要	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 地域の農業者に一番近い立場にいる普及は、地域と流通側の間に立ち、フォローしていくことが可能なのではないかと感じました。また、流通側の意見を生産者側に理解してもらうために普及が流通との絆を強くする必要もあると思います。最終的には流通側の想いと自分たちの想いをすり合わせることでできる農業者を育成していかなければと感じました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 6次産業化の推進や導入部分の初歩的なことは普及指導員で対応可能であると思います。規模が大きくなったり、志が高いクライアントの場合は、FACOと連携した活動が良いと思います。現地の事を知っている普及指導員は、農家とFACOの橋渡し(コーディネート)はうまくできると思いました。農家にとって普及指導員はタダですが、FACOはお金がかかる所が問題になりますが・・・。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ FACOさんと農家、生産者との橋渡し、コーディネートという部分で活動できるのではないかと思います。また、川下視点にたった意識付けを、産地、関係する機関に問いかけ続けることも重要と思います。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 普及員も自ら、地域の農産物売り込む(販促活動)に積極的に取り組むことが必要であると感じました。地域の活性化向け、企業と地域がタイアップして事業展開ができていいと感じました。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 直接、6次産業化のコーディネートをするを想定すると、どこまで関われるか、わからない。ただ、地域によっては、行き詰っている品目もあり、横から少しアドバイスしたり、関係者を紹介したりすることなどで、活性化のきっかけを作ることくらいはできるのではないかと思います。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 取引については、個人と個人、個人と法人等で、普及員が入っていける部分は少ないと思うが、そのつなぎ役として、もっと普及員が積極的に関われるようにならないといけないと感じた。しかし、その力は不足しているので、今回のような研修を活かして、きっかけをつかんで、生産者と実需者がwin-winの関係になれるように努力していきたい。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 系統外の農家に対する支援のあり方の検討</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 第2次産業、第3次産業に進出することがほとんどによいことでしょうか。今回の研修で、6次産業化よりも原点回帰、すなわち第1次産業従事者としての立場を追求していく方向で、現場を進めるほうが効率的ではないかと思います。というのは、加工や販売の業界にも競争があり、業容拡大をしてもそこに楽園はないことが分かりました。逆に、A社が生産に乗り出さないのは、やはり勝てる見込みがないからです。A社はよい製品を買っていただける会社です。そうした、2次産業界、3次産業界によいパートナーを見つけることが、結局は農業経営を安定させる方法ではないでしょうか。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 普及指導員ができるのは、コーディネーター機能を発揮し生産者と商工業者等をつなぐパイプ役であると感じた。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 良い農産物等を作るだけの生産指導だけでなく、出口(販路)を意識した総合的な生産指導に努めること。固定観念を捨て広い視野を持って、農業だけでなく、商工業全体を捉えたビジネスマッチング等をコーディネート(企画・提案)できるようになること。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 自分の分野や領域に固執するのではなく、積極的にいろんな人と交わり、人脈を築いていくことがまずは大切だと思いました。そして、現場のニーズを的確にとらえ、そのニーズに叶う人材を見つけて紡いでいくことが求められるのだと思います。少々言い古されてしまいましたが、いわゆる「コーディネート」機能を十分に発揮すること。更にそのためには、口先だけでなく行動に移していくことが大切だと思います。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 農業自体が集落営農など機械装備を集約してコストダウンを図って農地を守ってきた経緯を考えても、農家が新規にコストをかける農家が1次×2次×3次の全てを行う狭義の6次産業化だけではなく、既に機械装備をもち、専門知識を携えた地元他産業や地元と結びつきたい企業と有機的に繋がる手法もあり、普及員としてはその橋渡しができるのではと思いました。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 農業者と商工業者の間を取り持つコーディネーター的な役割を担いつつ、6次産業化の推進ができればと思う。</li> </ul>	

## [問9 6次産業化の推進として、普及指導員ができること](続き)

コメント	
普及指導員が地域(生産者)と企業等とのコーディネートをするのが重要	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 産直や加工品など個人で取り組むには、ロットや設備投資など様々な課題があると思います。個々で事業を導入して取り組むのも方法ですが、複数人や地域で取り組むなど繋げていくことによって課題を解決していくのも、普及の大切な仕事だと思いました。実際、すぐに6次産業化に取り組めるような農家はまだまだ少ない気がします。</li> <li>▶ 6次産業化については地域コーディネート機能というのが重要になってきていると感じた。今までやスペシャリスト機能以上に地域に入り込んだ活動と関係機関との連携が必要。</li> <li>▶ 地域プロデュースの機能を十分発揮し、また、食品産業と生産を結びつける潤滑油として、グローバルかつ公的な視点を保ちながら、地域にとって、農業にとって必要なことを普及活動の軸とし活動していくことが、普及指導員の役割だろうと思います。</li> <li>▶ 能力、立場、労力共に現在6次産業化に取り組む企業や起業家と同じ取り組みはできませんが、普及が行うべき物づくり、人づくり、地域づくりにおいて出口戦略や消費者コミュニケーションは重要な役割を果たすと考えます。また各地で6次産業化法に基づく事業展開がなされるなかで、プランナー、行政、地域等との繋ぎ役として機能できると思います。</li> <li>▶ 普及指導員にとっては新たな業務の分野であり、民間企業との意識の差に大きな壁を感じました。6次産業化に取り組む自体生産者にとっては大きなハードルになると思われます。しかし今の現状では所得の向上が見込めない状況にあるため、普及指導員としては的確なコーディネートが必要だと思われます。民間企業のしくみや現状を理解し、できれば農家の相談活動に生かしたいと強く感じています。</li> </ul>
普及指導員には総合力・広い視点が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 総合力が必要と感じた。普及指導員は、自分の特技(野菜、果樹など)に特化しがちである。6次産業化を推進するためには幅広い知識が必要と感じた。それは技術だけでなく、経営管理から流通システムまで全てに通じている必要があり、また地域ごとの特産品も抑えておく必要がある。そして、地域の人々がどのような暮らしをしているかも、普段から興味関心を持って勉強していく必要がある。</li> <li>▶ 6次産業化に対する考え方の整理あるいは、広い視点を得られたと思います。6次産業化とは、農家がいかに付加価値を付けて販売するかということだけでなく、PR手法やブランド化の裾野の広がりとして活用できると思います。また、研修中に得たヒントから生産から、流通・加工・販売までをモデル化する「6次産業化構造解析」を手法として確立したいと思っています。</li> </ul>
普及指導員とコーディネーター、異業種との交流・連携が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 普及指導員ではないので違う立場ですが、普及指導員の方と知り合うことで、さらに生産者に近い考え方を知ることができました。彼らと一緒に活動できる場があればもっと6次化の推進に加速度がつけられるなと思いました。</li> <li>▶ 業種を超えると、全く知らない部門や商習慣があることを理解できた。そのようなところに、新たなビジネスモデルがあると思われるため、このような異業種との交流は極めて重要と感じた。また、ネット関連業界の成長は著しく、今後新たに創出される事業分野が多いことが推察されるため、農業の実務や人について深く情報を得ている普及指導員の役割が、より重要となると思われる。</li> <li>▶ 農家を支援するに当たり、普及指導員の資質の向上が必要だと感じました。加工技術の向上はもとより、販売についての様々なアドバイスができるよう普及指導員は企業とも連携していく、新しい分野にも進んでいくことが必要だと思います。そのためには、官ではなく、民間の方々の視点から考えた研修会に参加させて頂くことも大きな成果に繋がると思います。大変お世話になりました。</li> </ul>
マーケティングや経営戦略が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 何をやるにしても、はじめにマーケティングが必要であることをより強く理解した。6次産業化の推進は、行政と現場の温度差がどの都道府県も同じであることを知ることができた。普及指導員が6次産業化に取り組むに当たり、他産業部分のどの領域まで踏み込むべきか、どこまで知識・技術を持つべきかは未だ全く見当がつかない。</li> <li>▶ 食育(消費者が地域の食材にこだわり、執着しないと、価格だけの勝負になるので、魅力をアピールする)。同じ規格で売ることを考えず、量を捌く農産物と、看板商品を分けるなど、対象を絞り戦略を立てる。</li> <li>▶ 平均点をとる活動から、職場としてどこに力をいれて活動していくか課題を再検討する必要性を強く感じた。6次産業の具体的な推進モデルとして個別農家を対象とした取組は始めているが、地域経済を活性化させる取組まで発展させる手法を検討していきたいと感じた。</li> </ul>

[問9 6次産業化の推進として、普及指導員ができること](続き)

コメント	
マーケティングや経営戦略が必要	<p>➤ 6次産業化推進で何よりも、民間の販売先の確保が一番大切であることと、連携の仕方をどのように行うのか。外食産業では昼夜をおしませず、企画し、コスト低減の徹底等を実施している。</p>
	<p>➤ 長期プランをきちんと練る。そしてそのための実行計画を持つ。係わっている団体や組織、農家、起業家でそのことができていない事例は少ない。ただ、実際起業家などで、将来構想をきちんと持っている人は成功しているので、やはり大切なことと感じました。「経営者」を育てるためには、こちらもそれ以上の勉強をしなければと感じました。</p>
	<p>➤ 現在、県庁で専門技術指導担当をしており、現場を持っておりませんが、下記のことを感じました。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の食品企業等、6次化に関係しそうな民間企業との積極的なネットワーク構築</li> <li>・マーケティング指導（商品開発）、経営計画、経営管理：基本的なことは普及指導員で対応できる</li> <li>・普及指導センターの組織力の向上：地域の6次化は組織の力が大きい。</li> </ul>
	<p>➤ 普及指導員の強みは、地域、人をよく知っていること、農業の状況を理解していることだと思います。これからの6次産業化は異なる産業が連携していく必要があり、その中で、普及指導員は、農業以外の産業についてもっと情報を収集し、これまで培った強みを活かして新たな地域産業の構築をめざして支援していくことだと思っています。そのために、今後益々マーケティングやプロデュースにかかる研修が重要となってくると感じています。</p>
	<p>➤ マーケットインの考え方、消費者や地域に何が求められているのか考えることが大切であることを農業者に伝えていきたいです。</p>
	<p>➤ 世の中が変わるスピードが速い中、6次産業化の手法、販売方法に変化がないように感じます。6次産品も売れないと意味がないですから、消費者ニーズ、販売に関する情報、活動の組み立て等を積極的に収集、分析、活用する必要があると思います。民間業者と競合する分野もあるかもしれないので、公務員の活動として整合性を図るべきだと思います。</p>
	<p>➤ 出口戦略の重要性を実感できた研修でした。今まで普及指導員として生産振興に力を入れてきましたが、「いかに高く(上手く)農産物を売るか」という部分は欠けていたと思います。新規就農者が増えてきているので、特にそういう方には、出口戦略の重要性を説き、実践していけるように指導していきたいと感じます。</p>
	<p>➤ 産地への商品提案や、販路開拓・販売促進支援だけでなく、さらに消費者と生産者のコミュニケーション、コミュニティの形成についても、産地に提案していくことが必要と感じた。</p>
	<p>➤ 流通の流れを、図案化するなど絵的にとらえ、その中から、何ができるのかを考える手法や、エンドユーザーを意識する重要性を感じた。</p>
	<p>➤ 普及指導員がすることは、自発的に経営戦略を立案できる農家を育成することであり、ひとつづくり、ものづくり、しくみづくりを3原則として、やはり、栽培技術指導を中心に業務は遂行されるように感じます。農家の経営戦略は、栽培から販売までありますが、自治体のみがすべてを完結して支援することは不可能ですが、マーケティングに関しては民間との役割を十分検討したうえで遂行する必要があると感じました。</p>
人脈を活用した情報提供が必要	<p>➤ 普及指導員に求められるのは、人脈を活用した情報の提供だと思います。また、普及指導員は地域に合った6次産業化のアイデアを提供できるようセンスを磨いていかないといけないと感じました。</p>
	<p>➤ 農外事業者や専門家の活用を勧めること。他の事業者と知り合える場への参加を促すこと。農外事業者や専門家の考えを知り、農業者の意思決定に対する支援を行うこと。</p>
	<p>➤ 「人脈」が大事ということを学んだので、ある程度の技術や情報は研修して習得した上で、誰につなげればよいか地域でのネットワーク作りをしかけるのが普及指導員の役割だと感じました。</p>
	<p>➤ 6次産業化を目指すための企画作りから、消費者に届き、商品のみでなく、人や産地が交流できるようになるまでサポートする体制が必要だと思います。他産業との連携、地域を超えた連携活動など、普及側も広域活動になるため、幅広い人脈やつながりが必要だと感じました。つながるための情報ツールがあるとよいと思います。</p>



## [問9 6次産業化の推進として、普及指導員ができること](続き)

コメント	
人脈を活用した情報提供が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>活動するフィールドや立ち位置が変われば見えるモノも違ってきます。目的や目標、抱える課題が異なる者同士が交流することで全く新しい視点で新しい視野が広がるものと信じています。今後も自分の持つ知識や経験だけに頼らず、多くの方のお力添えをいただきながら6次産業化に向けてお手伝いできればと考えております。</li> </ul>
目標や課題の共有が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>6次産業化の目的は何か？目標を共有化してはっきりさせて取り組まないと6次産業化に取り組むのが目標となってしまいます。手段として、農業の発展に役立つように何が出来るかを普及指導員がアドバイスできるようになればよい。</li> <li>6次産業化の推進の関係者と課題や意識の共有を図り、一枚岩になって農業者支援行なっていくためにも、研修で学んだ手法を活かしていきたいと思います。</li> <li>最終的に6次産業化がGOALとなるかは別として、対象となる地域・事業者にとっての「真のGOAL」とは何か一緒に議論してゆくことの重要性を改めて確認できました。</li> <li>6次産業化を考えている対象者に、実践すべきかどうかをじっくり考えてもらう必要がある。施策としては推進すべきだが、対象者の立場に立つと、単に「今なら補助を受けられるから」などというだけで飛びつくことは危険だと思う。</li> </ul>
商品の魅力・価値を高めることや伝えていくことが必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>現場の本質的な価値観を見いだして、そこにコミットしていく必要を感じました。価値観は、コスト分のクオリティの表現の通りであると感じましたしそれを見出して行く事。</li> <li>商品（農産物）の見方を少し変えるだけで新しい展開のヒントが見えてくることを生産者や関係者に伝えていけると思います。</li> <li>自分たちの商品の魅力を高めることと、それをどう伝えていくのか、ということが大事だと思いました。その魅力を、購入側の視点で構築することができていない、ということを感じました。</li> <li>当たり前のことではありますが、農業者が農業者の立場として生産のことについて消費者に熱く語っても何も伝わらないことを、消費者の立場に立ち、消費者が何を欲しているかを理解した上で、消費者に「商品としての良さ」を伝える能力を養うようしっかり教えて行きたいです。農産物は、売れて始めて「商品」となる訳ですから、作るだけでなく売ることも考えることができる農業者をどれだけ育てることができるかが普及指導員としての使命ではなかろうかと感じました。</li> </ul>
農業の理解者・応援団を増やすことが必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>6次産業化は、単に農業者が加工や販売等2次、3次産業部門に参入して付加価値を付けたり、流通や販売チャンネルを広げるというだけでなく、農業の理解者や応援団を増やし農業の可能性を拓くことだと感じました。社会貢献、共生の社会づくりなど今回の研修で感じたキーワードを心に、農業者の所得の向上や担い手育成はもちろん、消費者と企業と一緒に地域を元気にする活動に繋げて行きたいと思っています。</li> </ul>
自給率向上が原則	<ul style="list-style-type: none"> <li>自給率向上が原則と思う。生産者が加工、販売、飲食を展開してもよいし、企業と連携して国産を使ってもらえる取り組みもよいと思う。一番の課題はいかに安全で衛生的に安価(これが難しい)に提供していくかと思う。</li> </ul>
新規農家の掘り起しが必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>今年度から、国の施策として、6次産業化の推進がさかんに呼びかけられ、また、県の中でも積極的推進を行っています。農家や、普及員の中では今さら、6次産業化というような思いが多少はあるように思いますが今後の活動として、積極的取り組んでいくしかないと思っています。新規農家の掘り起し等が必要だと思っています。</li> </ul>
加工分野への取組が必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>当管内では6次産業化の取り組みは、まだ地元相手の事例がほとんどある。自分が担当している業務も一次加工が始まったばかりであるが、研修に参加して加工分野への取り組みも今後力を入れていかなければならないと強く感じた。</li> </ul>
6次産業化の周知と事業継続が重要	<ul style="list-style-type: none"> <li>6次産業化自体は素晴らしいとは思いますが、もっと末端までの周知。また、6次化にもっていくまでの農家さんに向けてのコミュニケーションが必要だと感じます。又、6次化を進めても、継続ができる事が一番の事なので、安易に進めない様に各県での普及員さんの勉強会もして頂けたらと思います。</li> </ul>
行政の体制整備、サポートが必要	<ul style="list-style-type: none"> <li>担当する地域の特産品や農産物・食文化等を紹介していくこと。農業者と事業者をつなぐこと。ただし、県としての体制整備が必要。行政のフットワーク整備・労働環境整備ができていない。今の行政の人員では、動きにくい。</li> </ul>

[問9 6次産業化の推進として、普及指導員ができること](続き)

コメント	
行政の体制整備、サポートが必要	▶ 6次産業化という経営の多角化をすることによる農業の展開の可能性は拡がりつつあるが、その分、農家としての足腰が強くないと展開は難しいのが現状であり、それが、なかなか事業の展開が難しいことと思います。農業独自の6次産業化だけではなく、農村の6次産業化、農商工連携も含めた6次産業化をうまく展開していくサポートが必要であると考えている。
資金繰りについての研修が必要	▶ 今回は6次産業化というよりももっと大きな取り組みだったため、今回の感想ではないが、もし1法人あたりで取り組む6次産業化であれば、資金繰りについての研修を受けたい。

## 第4章 当該事業のまとめ

当該事業を実施したことによる普及指導員の民間派遣研修の成果および波及効果、さらには今後の普及指導等への寄与等について、事業実施者の視点からとりまとめを行いました。

## 当該事業で実施した民間企業等派遣研修の意義と重要性、研修プログラムの検討

当該事業は、今年度新たに農林水産省により事業化され、提案公募により実施された研修プログラムである。

農林水産省が進める6次産業化施策の進展に伴い、普及指導員に求められる「地域農業の生産面、流通面等における革新を総合的に支援する役割」に対し、上記の研修テーマのうち、特に商品開発やマーケティングやブランディング、地域農業マネジメントなど、戦略と合意形成等に係る知識向上を図ろうとする普及指導員を対象に、実際の企業等における製造から流通の実態を知り、体験し、考え、自身の業務に昇華させてゆくことを目的としたこれまでにない研修プログラムを、当該事業において計画し実施したことになる。

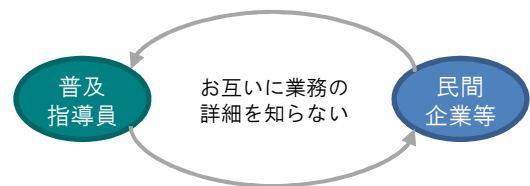
一般に実施される人材育成研修の多くでは、有識者や実務者を講師として招へいし、講義を聴く形式や、実際の場面を想定した実習などが行われている。また、実際の現場を見る研修では、研修参加者が現地を訪問し、現地担当者から現地の話を聞くといった形式になることが多いが、当該事業の研修では、検討委員会における検討のもと、参加者を企業に派遣し、企業が持つビジネス企画の立案や商品設計、企業のアイディティ形成および地域との連携など、企業と一緒に考えることを中心としたプログラムを立案した。

## プロジェクトチーム検討委員会における検討経緯と民間派遣研修の実施に向けた業務

企業が持つビジネス企画の立案や商品設計、企業のアイディティ形成および地域との連携などをプログラムの根幹として掲げ、4～8日間の短期間研修を想定した当該事業の民間派遣研修では、研修参加者となる普及指導員等および受入先とな

る企業等の現状を踏まえた議論がプロジェクトチーム検討委員会において行われた。

- 普及指導員は企業の業務を知っているわけではない。また企業も普及指導員の業務をある程度は理解しているが詳細に知っているわけではない



日頃、都道府県の職員として農業者と対峙し、農業技術や経営、その他多くの活動を指導・支援する普及指導員の業務は、生産、製造流通といったフードチェーンに係る事業を展開している食品関係の民間企業において、ある程度の認識はあるものの、詳細について理解しているわけではない。

また、逆に、普及指導員においても、今回の研修で派遣される個々の民間企業等のビジネスの内容を知っているわけではない（だからこそ、当該事業において民間企業等派遣研修を実施するわけである）。

これら参加者と受入側の双方においてお互いの業務に対する理解の低さを如何に埋めてゆくかが、研修実施上のコンフリクトを回避するための大きなポイントとなった。

検討委員会では、先ずこれらの課題解決のための議論を行うこととした。ここでは、検討委員会で議論された課題解決に向けた委員のコメントを紹介する。

(委員A)

普及指導員は地域で直接農業者と接して、農業者に働きかけ、農業者がどういうふうにして他産業の人と結びつけば良いかの提案やアドバイスはできるが、地域の農業者の代表や農産物販売の代表ではなくあくまで指導者である。生産や販売活動を行うのはむしろ、農協や農業者がつくる法人・組織、一戸の農業者である。

研修を実施していただく企業のうち、実際に商品開発を盛り込んでいるものがあるが、野菜をどういうふうに販売していこうと考えたり悩んだりしている普及指導員にとっては、こういった業界と結びつき地域の野菜を売り込むノウハウを取得するチャンスだと思ひ、参加する人はいると思う。

その一方で、6次産業化はあくまでも農業者が主体であり、農業者が自分で加工場を持ったり、直売所を持ったりするケースと、価格設定の主導権が握れるという主体性を持って、農業者が何人か集まって他産業の人と連携していくケースがある。その連携の仕方の情報を伝えるのが普及指導員の仕事である。連携の仲立ちをしたり、販売の最先端に立って売り込んだりするのは、普及指導員の本来の役目ではないと思われる。ケースによっては、一時的に普及指導員が販売などの面で先頭に立つ場面も考えられるが、最終的には売り込みの体験で得たことを生産者や農協、生産組合の人たちに伝えて、その人たちを企業との交渉や売り込みができる人に育てることこそが普及指導員の仕事である。

研修受入後には、普及指導員と産地の農業者が企業側とつながれるような場面があるとよい。企業と産地との親密な連携が継続的に出来れば、普及指導員の指導により、結果として農業者が自立していき、所得も向上するし、地域の雇用拡大や活性化も進む。

(委員B)

普及指導員は、現在は統合されているが、農業改良を目的とする地域担当の旧「農業改良普及員」と専門技術を教える旧「専門技術員」とがある。現在、農業改良助長法の改正もあり普及指導員として同一呼称になっているが、旧専門技術員は先進的な農業技術を農業者に教えて行く一方で、自分の専門だけを指導していればよいわけではなく、たいていの県では、地域担当として、地域の全体の指導等も担当している。

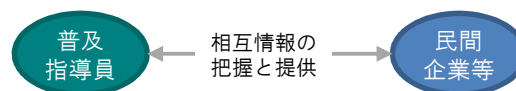
これら双方の実務をとおした考え方を踏まえ、受入企業との事前調整を進めて行くが必要となる。アテンドとなる担当者は、事務局との連携等により、どんな方が研修に参加されるのかを把握・精査し、事前対策的を考えておく必要がある。

(委員C)

今回の研修では、積極的に各企業と結びついて行き、地域への波及効果の創出に普及指導員が寄与するといった視点も重要になると思う。

各受入企業には実際に企業が考えていることやお互いの利益があつてこそ事業が継続して行くということを、研修の中で、また、いろいろな話の端々で言っていたきたい。普及指導員には身構えずにいろんなことを体験してもらい、今回の研修で彼らが見聞きしたことを、地元に戻ってから、彼らの言葉で農家や自治体、地元の企業などに伝えてほしいと思う。

このような課題等を整理するためには、実施する事務局や研修の調整役となるアテンド等が、普及指導員の実態をより精緻に把握し、受入企業に伝え検討や調整を図ることが重要であった。また、これまでの普及指導といった行政的背景に加え、近年では6次産業化といった施策的背景があり、このような視点の双方向性も踏まえ、当該事業では国内初の民間派遣研修によるプログラム構築を行った。



●普及指導といった既存の行政的側面と6次産業化といった新たな施策的側面

### ●研修の受入企業に対する配慮を効果的な研修の実施について

当該事業では、地域の食や農に企業として関心の高い企業に対し、研修の受入要請を行い、結果として各社とも積極的なご協力をいただくとともに、企業が既存で進める地域や社会への貢献といった側面での研修実施を模索した。結果として受入企業においては、全てCSR活動の一環として、無償でのご協力をいただいている。

このような関わりも含め、今回の派遣研修は、あくまで実施する側の要望に企業が受入先として協力していただく関係にあることがポイントとなった。

例えば、研修では、外部の参加者が企業の組織内や関連施設に入ることになるため、企業が有する守秘に関わる場面等も想定された。また、研修期間中の公務災害等に関する事項についても、派遣先となる企業の担当者、人事管理者などと事前の検討が必要となるなど、受入先企業と事務局等との派遣契約や覚書等の作成など、受入先の企業に応じた対応が求められた。

このような業務遂行上の課題を解決した上で、研修実施ためのプログラムを企業との間で議論し、調整したが、その大きな観点としては「当該研修をとおして、企業から何を発信し、どのようなものを普及指導員に知識として持ち帰ってもらうか」といったことがプログラム作成のための最上位概念となった。さらにこの概念をもとに、プログラムに沿ったカリキュラムを作成、構築していったが、その作業は調整と合意形成の連続となる。

当該事業では、農林水産省の補助を受け、普及指導員を民間企業等に派遣するための先導的モデルとしての実施を試みたものであり、上記に記した実施のためのノウハウ等を整理し、広く普及する義務があると考えた。このような事業の定性的成果については、本書の別冊として『民間企業等への派遣研修～実施参考マニュアル～』に整理している。

### 参加者アンケートや受入企業等の感想から見る民間派遣研修の成果と今後の方向性

研修終了後の参加者アンケートの結果では、事業全体の評価、研修内容の評価とも90%を超え「満足」といった回答が得られたが、参加者のコメントには、今回の研修をとおして発見した普及指導の現状に対する課題、研修の実施方法や研修内容に対する要望等も多く寄せられている。

他方、研修参加者を受け入れた企業においても、概ね今回のプログラムに満足したとの声が聞かれるとともに、企業自身が率先して研修参加者との連携を講じ自発的に次なる展開を創出しているケースなども見られる。さらに次年度以降の実施可能性については、多くの企業において継続的な実施の要望を得ている。

研修の実施における課題としては、やはり検討段階において大きなポイントとなった参加者と事業者双方の業務への理解が挙げられる。実際に今回の研修に参加し、企業が有する商品開発や企画等のノウハウを知り、考えたとしても、1回程度の研修では、その内容を咀嚼し、普及指導員自身が持つ現場に、研修の結果をどのように反映させて行くのか明確な回答が得られないといったケースも見られる。

このような課題を解決するために、当該事業ではできる限り参加者と受入企業側の情報を双方に伝え、またそのための調整をアテンド担当が行うとともに、さまざまな情報伝達手段を講じて相互情報の交流を図るなど事前の対策を講じた。

このように、近年発展を続けるIT技術の利活用等により、関係当事者間の知識を埋めることは可能であるが、実際に人と人とが逢い、お互いに議論を重ね、お互いを知るといったことから派生する結果については、上記の情報伝達技術の利活用のみでは充足しえない。当該事業のような研修等をとおして、人的連携が講じられてこそ、今、

そこにある課題を解決するための糸口が得られるものであり、知識を高め、戦略を創出することに加え、人とが連携し新たな発想やアイデアが生まれてくるための土壌を整備することこそ、当該事業の最大の狙いであると事業をとおして思うところである。

先導的に実施した当該事業では、これからの普及指導の在り方、さらに6次産業化施策の推進なども踏まえ、継続的な実施が必要であると思われる。しかしながら国の支援で行う今回のような研修が将来に亘り継続的に実施されることはありえない。むしろ、当該事業や今後実施視されて行く同様のプログラムをとおして、今後、都道府県や農業者団体、普及指導員等を生み出す農林水産系の大学等での計画が期待される。

最後に、当該事業をとおした今後の方向性として、プロジェクトチーム検討委員から頂いたコメントを紹介する。

#### (委員A)

普及指導員の仕事は昔から“つなぐ仕事”だと言われてきた。農業者同士をつなぐ。さらに農業者と買い手をつなぐ。さらには消費者までもつなぐ、というところまで範囲が拡大してきた。さらに6次産業化で、第2次産業や第3次産業という今までつないだことのない分野の人達とつなぐ仕事が増えてきた。

今までは普及指導員の世界では蓄積がなかった分野であり、そこを切り開いていただいたという点で今回の11コースの研修は非常に有意義だった。

実際に2次産業、3次産業と1次産業をつなぐノウハウだけでなく、2次産業、3次産業の方がもっている感性、想い、意識が分かったことは発見だった。それぞれの企業が企業の利益のためだけでなく、社会的使命をもって働いていることが分かって、普及指導員の企業への理解が一步進んだと思う。次の段階としては企業側が普及指導員や農業者側を理解してもらうという、相互の交流が今後発展していけばさらに良いと思った。

普及指導員は、プレイングマネージャーの役割も期

期待されている。農業者の立場にたって考え、アドバイスすることも必要だし、農業者といっしょに売り込む手法を考えることも必要である。今後の研修実施においては、民間側から農業者や普及指導員の理解を深める相互の交流を期待して、研修名の案を挙げたい。

「民間企業等派遣研修」ではなくて「民間企業と共に考える地域農業振興研修」がいかがだろうか。民間企業側からすると「普及指導員と共に考える地域農業振興研修」となる。相互に理解を深めて、最終的には地域農業の振興につながる研修になっていけば良いと思う。

#### (委員B)

企業の代表や上層部の方の想いや理念、コスト意識など普段聞けないことが聞けるというのはうらやましく思った。研修では、生産サイドも企業の方々にもお互いに伝えきれていない部分がたくさんあると思った。お互いを知って次のステップに入っていけるという意味で非常に良い研修であったと思う。私は普及指導員だったらこんな研修をやりたいという思いをもって、このプロジェクトチームの会議に出ていたし、100%とまではいかないけれども実際にはそういう形になったと感じている。

研修に送り出した県の方々や研修を受けた普及指導員が、もし少し荷が重いなど思っている方がいるとすれば、おそらく出口戦略だろう。私も普及指導員の新人研修で共同普及事業の目標は農家の所得を上げることと習った。その点を研修プログラムをとおして反映されてゆくことも望まれる。もう一つは、農家は農業以外でも地域の担い手（例：地域のお祭りや行事、消防団等）でもあるという側面を持っている。それをもっと表に出して良いのではないかと。国でも農業の多面的効果と言っているが、それは何なのか。それを代弁できるのは現場に出ている普及指導員なのではないかと思う。

#### (委員C)

農業側は買い叩かれるのではないかと考えていたり、一方、商工側も警戒されているのではないかと考えていたりして、農業側も商工側もお互いに引いてしまっている部分があって、うまくコミュニケーションができていない。そこをつなぐためには対等にコミュニケーションできるような能力を身に付けたり、共通言語を見出す研修をやろうとしたという話があった。

農業部門の人や普及指導員が実際に商工の世界を知るための研修として、実際に企業に入っていくことも多いと思う。ただ、いきなり企業に入ってしまう研修だと、対等にコミュニケーションをする能力を身に付けるというよりも、一定の期間その企業で働いて企業の言葉をそのまま身に付けるだけになってしまう。そして農業側の世界に帰って、また試行錯誤している間にしばらくするとコミュニケーション能力が生まれてくるものなのではないかと思う。

限られた時間のなかでもお互いにコミュニケーションする能力を身に付けようと、それぞれの企業と担当者でプログラムを組んでいただいた点は非常に重要だし、良かったのではないかと思う。

研修により良い意味でコミュニケーションが生まれて、その結果、地域の産品が取り上げられたり、事後もコミュニケーションを取っていたりするという話があるので、相互のコミュニケーションができて良かった。また、全国各地からの普及指導員が参加している研修なので、企業の皆さんが交流の場を設定するなど工夫していただいたこともあり、普及指導員同士のネットワークができたことも良かった。

今後について。参加者アンケートの結果を見ると、6次産業を担当している方が多かった。そもそも6次産業とは何ぞやという部分がまだまだ漠然としているところがある。大きく分けて2

つの流れがある。一つは、農業、商業、工業がうまく連携して、地域全体でいろいろな産業が融合化して発展していく、地域全体の6次産業化という流れがある。もう一つは個々の農家や農業経営体が、一次産品を作るだけでなく、加工・販売をするという、ここの経営体が一次、二次、三次を担い発展させていく、個々の経営体の6次産業化という流れもある。

今回の研修の中身を見てみると、それぞれの流れのどちらかにはフィットしているのではないかと思う。来年度もこの取り組みができるようならば、地域全体を多角化しようとしている方と、ミクロのレベルで多角化しようとしている農家とお付き合いしている普及指導員の方の両方がいると思うので、それぞれの目指す6次産業化のタイプに合うような研修を用意したり、情報提供ができたりすれば良いのではないか。



## 民間派遣研修受入企業・事業者

イオンリテール株式会社 エリア政策推進 フードアルチザン  
オイシックス株式会社  
株式会社ぐるなび（連携：東京海洋大学）  
ケンコーマヨネーズ株式会社  
日本サブウェイ株式会社  
西日本高速道路株式会社（連携：西日本高速道路サービス・ホールディングス(株)）  
株式会社ノバレーゼ  
パルシステム生活協同組合連合会  
富洋観光開発株式会社 the Fish  
ヤエガキフード&システム株式会社  
六本木農園（連携：七里ヶ浜商店他）

（五十音順：以降同順）

## 普及指導員研修プロジェクトチーム

（P/T検討委員）

金子 潤 秋田県 東京事務所 企画政策課 あきた売込み班 主査  
櫻井 清一 千葉大学大学院 園芸学研究所 教授（検討委員長）  
神保 信幸 千葉県 農林水産部 担い手支援課専門普及指導室 主席普及指導員  
仲元 剛 イオンリテール株式会社 エリア政策推進  
フードアルチザングループ マネージャー

（P/Tメンバー）

天野 加佳子 Kitchen to Kitchen フードコーディネーター・アンチエイジング食研究家  
加藤 寛昭 食と農研究所 代表  
楠元 武久 株式会社船井総合研究所 東京経営支援本部 チーフコンサルタント  
河口 真紀 株式会社ぐるなび 法人営業部門 プロモーションプランナー  
高橋 修一郎 株式会社リバネス 代表取締役COO  
竹内 哲也 スマイルゲート株式会社 代表取締役  
塚田 周平 株式会社リバネス 地域開発事業部 部長  
長谷川潤一 社団法人食品需給研究センター 調査研究部 主任研究員  
堀田 正子 NPOこめみそしょうゆアカデミー 事務局長  
松本 謙 株式会社ファーマーズ・フォレスト 代表取締役社長  
宮崎 秀和 ライズエイジコンサルティング 代表

（事務局）

長谷川潤一 食品チェーン研究協議会 食農連携部会  
深澤 友香 食品チェーン研究協議会 事務局担当



平成23年度 6次産業総合推進事業

**民間企業等派遣研修 ～事業成果報告書～**

---

本書の転載、複写・複製、電子媒体等への転用については、下記に記しました実施主体へのご連絡を頂き、利活用の方法等を明示された後にご利用いただけます。

実施主体：食品チェーン研究協議会（社団法人食品需給研究センター内）

〒114-0024 東京都北区西ヶ原3-1-12 TEL (03)5567-1991 FAX (03)5567-1960

事業担当：深澤 友香、長谷川 潤一

---