

平成24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	…p17
会津中央乳業(株)	…p18
イオンリテール(株) フードアルチザン	…p22
オイシックス(株)	…p26
西日本高速道路(株)	…p30
(株)ノバレーゼ	…p34
パルシステム生活協同組合連合会	…p38
(株)ヒルズ	…p42
ヤエガキフード&システム(株)	… p46
六本木農園・とちまるショップ	…p50
第3章 参加者アンケート調査結果	…p55
参加者アンケートの実施概要	…p56
参加者アンケートの結果概要	…p57



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6次産業化の先導者による経営診断、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調査等を実施している。

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、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。

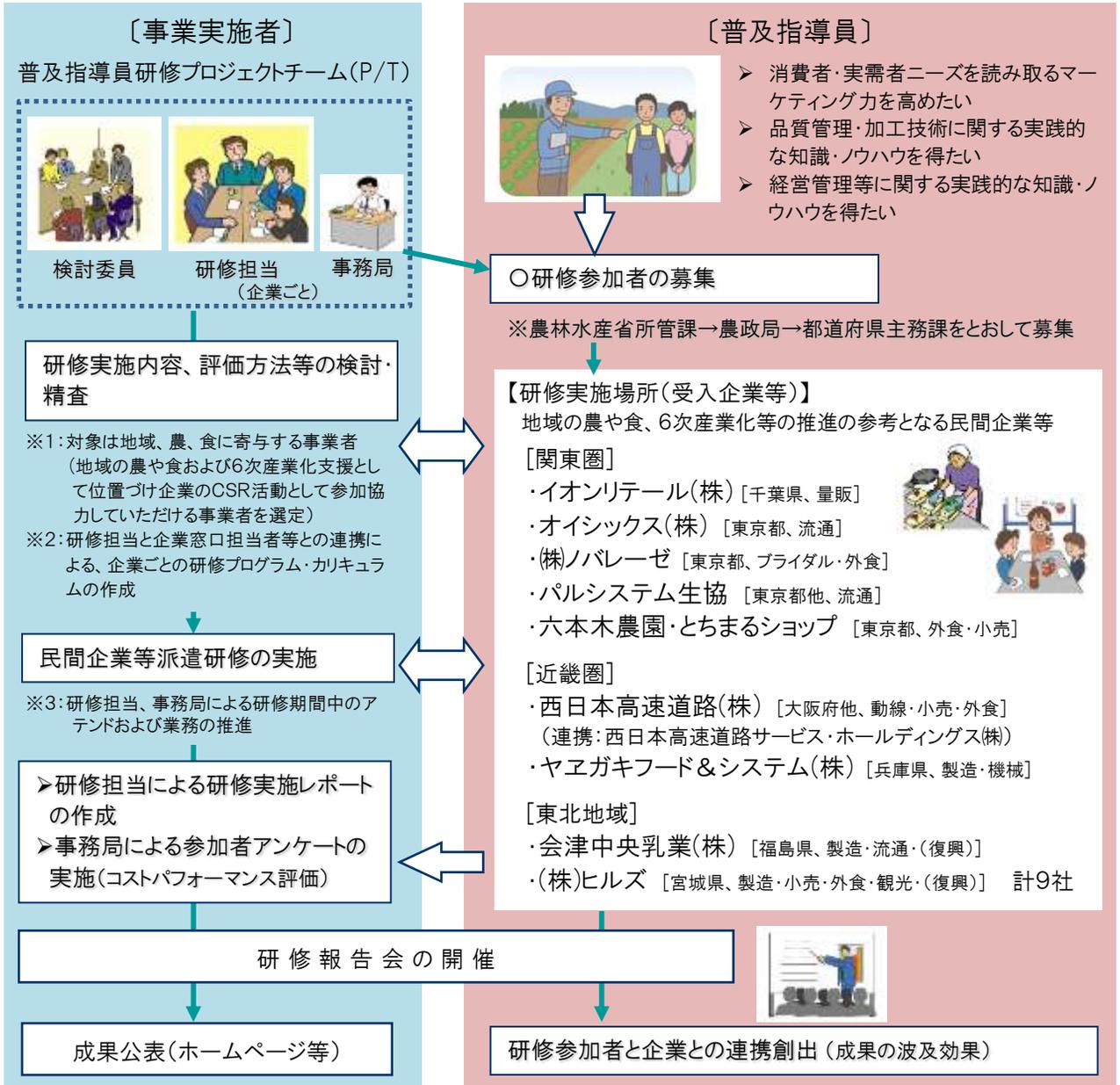
普及指導員は従前から生産者との直接的なやり取りをとおして、生産者との意識の共有を図っていることから、上記に示したサポートセンターやプランナーにおける課題解決に大きく寄与するとともに、これら体制との連携による戦略的な活動支援など、6次産業化の効果的な推進において重要な役割を果たしている。

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。

『普及指導員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、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。



- 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
- 普及指導力の向上に伴う地域6次産業化の進展・高度化、ビジネスモデルの創出

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現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

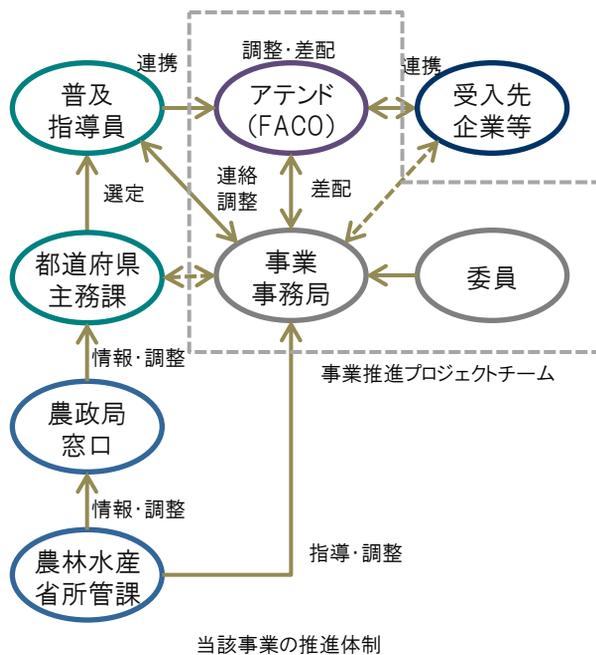
普及指導員を民間企業等に一定期間派遣する場合、派遣される普及指導員と受け入れる企業との意識や目的の整合性を図ることが重要となる。

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 |
| 仲元 剛 | イオン株式会社 Eコマース事業 ニュー
ビジネスプロジェクト チームリーダー |
| 本間 利明 | 埼玉県 農林部 農業支援課
農業革新支援担当 主幹 |

(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 |
| 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 |
| 庄司 和弘 | ホライズンコンサルティンググループ株式会社 代表取締役 |
| 竹内 哲也 | スマイルゲート株式会社 代表取締役 |
| 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 雅湖 | 特定非営利活動法人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 |
| 横田 純子 | 特定非営利活動法人素材広場 理事長 |

(すべてFACO、五十音順)

◆プロジェクトチームミーティング（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ミーティング」を下記の日程と内容で開催した。

○第1回

日時：平成24年9月14日（金）14:00～17:00

場所：東京国際フォーラム G608会議室

議事：

- ①事業全体の説明・解説
- ②各社の研修概要の説明
- ③事業推進の意義・目的、研修概要について質疑と検討

○第2回

日時：平成25年1月11日（金）14:00～17:00

場所：日本橋プラザ 第4会議室

議事：

- ①研修への参加者申込結果の報告
- ②研修の進捗状況報告および質疑応答
- ③事業評価方法（アンケート含む）の報告・検討

○第3回（成果報告会を兼ねる）

日時：平成25年3月26日（火）13:30～17:00

場所：日本橋プラザ 第3・4会議室

議事：

- ①研修の成果発表
- ②平成23年度研修参加者による波及効果
- ③総括・意見交換

(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になっていただ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
会津中央乳業(株)（福島県/乳業メーカー）
(株)ヒルズ（宮城県/養豚・小売・温泉）
ヤエガキフード&システム(株)（兵庫県/農産加工）
- 2) 地域農産物等の利活用を展開する流通・小売業者
イオンリテール(株) フードアルチザン
（千葉県/量販）
バルシステム生活協同組合連合会
（東京都他/流通）
六本木農園・とちまるショップ
（東京都/外食・小売）
- 3) 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)（東京都/流通）
- 4) 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)（NEXCO西日本グループ）
（愛媛県/動線・小売・外食）
(株)ノバレーゼ（静岡県/プライダル・外食）

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・場所・担当FACO一覧

研修受入企業	研修期間	研修場所	担当FACO
会津中央乳業(株)	平成24年12月3日(月)～ 12月6日(木)	素材広場、会津中央乳業、曙酒造等(福島県河沼郡会津坂下町および福島県喜多方市御国)	横田純子
イオンリテール(株) フードアルチザン	平成25年1月21日(月)～ 1月24日(木)	イオンリテール本社(千葉県千葉市美浜区)、イオン船橋店(千葉県船橋市)等	長谷川潤一
オイシックス(株)	平成24年11月6日(火)～ 11月9日(金)	オイシックス本社、船井総研5反田事務所(東京都品川区)	楠元武久
西日本高速道路(株)	平成24年12月11日(火)～ 12月13日(木)	西日本高速道路四国支社(愛媛県四国中央市)、石鎚山SA等	竹内哲也
(株)ノバレーゼ	平成24年12月10日(月)～ 12月13日(木)	静岡県沼津市内浦重須の民宿、みかん農家	堀田雅湖
パルシステム生活協同組合 連合会	平成24年11月26日(月)～ 11月29日(木)	パルシステム(東京都新宿区)、ジョイファーム小田原(神奈川県小田原市)、ジーピーエス(埼玉県さいたま市)	加藤寛昭
(株)ヒルズ	平成25年2月5日(火)～ 2月8日(金)	ヒルズ天然温泉いい湯、玉松味噌醤油(宮城県柴田郡)	庄司和弘
ヤエガキフード&システム (株)	平成24年11月6日(火)～ 11月9日(金)	ヤエガキフード&システム(兵庫県姫路市)等	天野加佳子
六本木農園・とちまる ショップ	平成25年1月21日(月)～ 1月24日(木)	六本木農園(東京都港区)、とちまるショップ(東京都墨田区)等	松本謙

(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、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、東日本大震災以後、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。

このため、当該事業では受入企業と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、売りの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。

上記に研修スケジュール、次ページ以降に参加者募集時の各企業の研修概要等一覧、研修参加者数を掲載した。

参加者募集時に配布した研修概要等一覧

派遣受入先と定員	研修の概要 ①企業活動の概略 ②研修実施の狙い ③習得できるスキル	研修期間と研修場所	担当FACO
<p>【1コース】 会津中央乳業株式会社</p> <p>定員：10名</p>	<p>①会津中央乳業は、会津の酪農家と連携し質の高い牛乳作りに取り組んでいます。同社の基本理念は「牛乳屋であること」、このため目の行き届く範囲から毎朝直送されてくる原乳を丁寧に殺菌し、牛乳本来のほのかな甘みを活かした製品づくりを行っています。また原乳の質と技術が高くないとできない原乳100%のみのヨーグルト「会津の雪」も販売しています。「会津の雪」は乳酸菌保有数が日本一といわれ、TVの厳選素材として取り上げられています。東日本大震災や福島第一原発事故の影響を受け、原乳出荷停止やメーカーとの取引停止などで多くの苦労が続いてきました。今日では全国のファンから支えられて復興に向かってまい進しています。</p> <p>②酪農家と中央乳業の震災後対応から現状までを知り、福島における放射能対策にむけた最先端の取組みを知ってもらいます。酪農関係者との交流により放射線検査など風評被害への対策と、品質管理の重要性を学ぶためのカリキュラムを用意するとともに、地元との連携による6次化商品（ヨーグルト・リキュール）開発からのノウハウも学んでいただけます。農や食に関わるみなさまには是非、福島の現状を現地にて感じていただければと思います。</p> <p>③酪農家と販売店が協働する強み・震災後の復興にむけた取り組み・地元素材を活かす6次化商品開発。放射線についての基礎知識・福島の現状からみる震災後対応。</p>	<p>平成24年 12月3日(月)～ 12月6日(木)</p> <p>研修場所： 素材広場、会津中央乳業、曙酒造等 (福島県河沼郡会津坂下町および福島県喜多市御国)</p>	<p>横田 純子</p>  <p>素材広場 理事長</p>
<p>【2コース】 イオンリテール株式会社 フードアルチザン</p> <p>定員：最大12名</p> <p>持ち物：各普及指導員の所属県の特産品等が分かるPRパンフレットや冊子などに加え、特産品サンプル(グループワークで使用)。 ※なお参加者決定後、3名程度に別途募集を行います。</p>	<p>①イオン フードアルチザン（食の匠）は、イオンが展開する他の商品ブランドとはことなり、地域の方々との対等なパートナーシップの下に、双方の力を結集し、マーケットにおいて競争力のある「地域産品を生かした商品」を開発、「地域産品の特長を生かした販売方法」を検証し、流通チャンネルに乗せることで、お客さまに新しい食の価値観を提案、地域経済の活性化に貢献できることを願うプロジェクトとして推進されています。</p> <p>②研修では、イオンフードアルチザンが推進する食と農との連携による地域活性化の活動について理解いただくとともに、商品の目利き、取引に必要な要件、店舗の現状等について学んでいただくことを目的に、地域連携と商品戦略のグループワーク実習に加え、イオン基幹店（船橋）において地域食材の流通・販売の現状理解と店舗担当等との意見交換、さらに、フードアルチザンを応援する『食の匠推進委員会（有識者やカリスマなど、フードアルチザンの理念に共有いただいているみなさまによる商品のアイデア提案の場）』へのゲスト参加などをカリキュラムとして盛り込ませていただきました（参考アドレス： http://www.fmric.or.jp/foodcluster/monokoto/case_foodartisan.htm）。</p> <p>③研修をとおして、普及指導員をはじめとした生産サイドと流通サイドとの意識共有を図るとともに、今後の人的なネットワークの形成をとおして、産地からの商品提案に向けたスキル向上を図っていただければと思います。大手量販店でも地域を主役とした活動が推進されていること、その上での課題の解決等について、研修をとおして体験し、考え、感じていただければと思います。</p>	<p>平成25年 1月21日(月)～ 1月24日(木)</p> <p>研修場所：イオンリテール株式会社(千葉県千葉市美浜区)、イオン船橋店(千葉県船橋市)</p>	<p>長谷川 潤一</p>  <p>(社)食品需給研究センター調査研究部主任研究員</p>

派遣受入先と定員	研修の概要 ①企業活動の概略 ②研修実施の狙い ③習得できるスキル	研修期間と研修場所	担当FACO
<p>【3コース】 オイシックス株式会社</p> <p>定員:10名</p> <p>持ち物:オイシックス商品部に紹介したい品、サンプル(実物はなくても可)バイヤーへのプレゼン資料(画用紙、ペン等)</p>	<p>①オイシックスはインターネットを使って個人向けに青果の通販を行っている企業です。2000年に創業したオイシックスは僅か10年強の期間で、売上82億、会員数80万人を達成、小売業界が低迷する中で、急成長を見せています。取り扱う商品の95%が国産品、独自の安全基準を満たした品しか扱わない、それでも商品はスーパーのそれに比べると割高、2倍以上の値段を付ける品も珍しくありません。</p> <p>②消費者はオイシックスの何を評価し、なぜ支持するのか?これから、食における意識のニーズはどう変化してゆくのか?その内幕をすべて公開する4日間です。365日、24時間常に消費者と直接繋がっている彼らのビジネスのしくみを理解し、真の消費者ニーズは何かを発見して頂くのが本研修の目的です。</p> <p>③消費者の求めているニーズが何かを理解した上での、売れる商品をどうプロデュースしてゆくか、地域を巻き込みながら新たなビジネスをどうやって興してゆくかの具体的手法が判ります。</p>	<p>平成24年 11月6日(火)~ 11月9日(金)</p> <p>研修場所:品川区西五反田オイシックス本社(東京都品川区)、船井総研五反田事務所(東京都品川区)</p>	<p>楠元 武久</p>  <p>船井総合研究所 チーフコンサルタント</p>
<p>【4コース】 西日本高速道路株式会社 NEXCO西日本グループ</p> <p>定員:10名</p> <p>持ち物:レストランメニューへの使用や、お土産用食品に加工したい農産物若しくはその資料</p>	<p>①西日本高速道路サービス・ホールディングス株式会社では、管内182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。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。本研修は、SA・PAを活用した魅力的な地域産品の情報発信やハイウェイマルシェ等の魅力を更に引き出す提案をテーマとして実習を行います。</p> <p>②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「エリアでの地域産品紹介イベントについて条件を踏まえ提案」「イベント以外で地域産品を知ってもらう手法の検討」「イベント告知を地元から発信する等、効果的な告知方法を検討」等をグループ討議にて一緒に考えて頂く機会をご用意しました。SA・PAが、もっと「くつろぎ、楽しさ、賑わい」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。また研修後は、このつながりをもとにテナトと地域の連携に繋がりたいという狙いをもってあります。</p> <p>③高速道路SA・PA内で展開するレストランメニューおよびお土産商材への地元農産物ニーズおよび採用ノウハウ。 実地研修をふまえた商品開発ワークショップから、食品メーカーのスキルを体感する事ができる。</p>	<p>平成24年 12月11日(火)~ 12月13日(木)</p> <p>研修場所:西日本高速道路株式会社四国支社(愛媛県四国中央市) 実地研修の候補地は石鎚山SA上下線、他四国管内の施設など</p>	<p>竹内 哲也</p>  <p>スマイルゲート株式会社 代表取締役</p>
<p>【5コース】 株式会社ノバレーゼ</p> <p>定員:6名</p> <p>持ち物:参加者決定後個別に連絡させていただきます。</p>	<p>①ウエディングプロデュース事業を行っている株式会社ノバレーゼでは、自社のCSR活動として2009年より「未来の食プロジェクト」を行っています。プロジェクトでは、同社スタッフが地域の農家さんと関わり、食や農の問題点に関する意見交換、収穫作業のお手伝い、協働による商品開発・販売など、食をご提供くださる地域の農家さんとの関わりを自社の社員研修プログラムとして実施しています。プログラムでは、例えば、静岡県沼津市の農業者有志が所属する農事組合法人「おもす」と静岡のソースメーカーと同社の3者共同で新商品を開発するなど、地域の農家さんとの連携により多くの取組を推進して参りました。</p> <p>②プライダルという一見農業からは非常に遠い存在に思える産業において、なぜ短期間(3年以内)で確かな実績を残すことが出来ているのか。また、その後、農家が企業の力に頼ることなく新たな商品開発を行うという、農家が自走するフレームワークを創り出すことが出来たのか。企業と農業の新しい関係を体感することで農業の新しい発展の方法を学ぶことが出来ます。また、昨年の就職人気ランキング「経営者・ビジョンに共感」で約590社中の1位になる人気企業の神髄ともいえる『人材育成研修プログラム』を用いたワークショップの方法論を学ぶことが出来ます。ノバレーゼ独自の人材育成プログラムのノウハウを取り入れた農業研修プログラムに、農家に関わることで農家の人材育成にもなり、その結果短期間で「売れる商品」が出来上がったという成功実績が今回の研修先の農事組合法人「おもす」にはあります。</p> <p>③ノバレーゼ社員の農作業を通じた社会貢献活動に関わることで農家や地域を刺激し、課題を解決するモチベーションを触発するノウハウ、企業が地域や農家に入ることで活性化する秘密が本プログラムに参加することで明らかになります。農作業・農業の現場を熟知された農業普及指導員にこの研修で身につけるノウハウがあれば、受講後、現場でスピーディな課題解決が実践可能になります。</p>	<p>平成24年 12月10日(月)~ 12月13日(木)</p> <p>研修場所:静岡県沼津市内浦重須の民宿及びみかん農家</p> <p>合宿スタイルの研修になります。 ※研修場所は静岡県沼津市です。ノバレーゼ本社(東京銀座)ではありません。</p>	<p>堀田 雅湖</p>  <p>こめみそしょうゆアカデミー事務局長</p>

派遣受入先と定員	研修の概要 ①企業活動の概略 ②研修実施の狙い ③習得できるスキル	研修期間と研修場所	担当FACO
<p>【6コース】 パルシステム生活協同組合連合会</p> <p>定員:10名</p> <p>持ち物:各普及指導員の所属県の売り込みたい特産品サンプル1点、プレゼン用のパワーポイント等の資料</p>	<p>①パルシステム生活協同組合連合会（以下パルシステム）は、関東を中心とした1都9県（東京・神奈川・千葉・埼玉・茨城・栃木・群馬・福島・山梨・静岡）にて展開している消費生活協同組合です。同社では、組合員に安全・安心な食材・商品を提供するため、独自の出荷規格、衛生管理、流通システムなど高度なビジネスノウハウを有しています。</p> <p>②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、パルシステムが求める農産物や加工品がどんな基準で調達、供給されているのかの全てを開示して事業へのご理解を頂きます。その為に、生協の経営理念、意思決定の方法等から、供給される商品にたいする品質基準、安全性確保等の業務管理体制及びその実際を学んでもらいます。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)のコーディネータとしての活動を期待します。</p> <p>③本研修をとおして、1、パルシステムの経営理念、事業理念等を座学で学ぶ→2、各種の事業所の現場を視察。それぞれの事業所の使命と役割を現場で学ぶ→3、農産物を実際にバイヤーに売り込む→商談のポイントを把握していただきます。</p>	<p>平成24年 11月26日(月) ～ 11月29日(木)</p> <p>研修場所:パルシステム(東京都新宿区)、農事組合法人 佐原農産物供給センター(千葉県佐原市)、岩槻セットセンター(さいたま市岩槻区)、(株)ジーピーエス(さいたま市岩槻区)</p>	<p>加藤 寛昭 FACO</p>  <p>食と農研究所 代表</p>
<p>【7コース】 株式会社ヒルズ</p> <p>定員:8名</p> <p>持ち物:各普及指導員の所属県の特産品等が分かるPRパンフレットや冊子などに加え、特産品サンプル1点(グループワークで使用)</p>	<p>①株式会社ヒルズは宮城県柴田郡大河原町に在する養豚業者です。また、経営基盤の基盤である養豚以外にも、地域資源の循環、地域連携の強化を促す事業を展開するなど宮城県における6次産業化の先駆的企業といえます。養豚事業については徹底した飼養管理、衛生管理を実施、「薬に頼らない養豚」を実現し、生産のみならず地域の農業生産者との連携による直売事業、地域住民の憩いの場としての温泉事業(おおがわ天然温泉いい湯)、また自社生産のお米「ひとめぼれ」を100%使用した「どぶろく」の開発や地元の醤油製造会社との連携による商品開発など多角的な事業を展開しています。</p> <p>②研修では、東日本大震災において株式会社ヒルズが復興のために取り組んできた活動をはじめ、当該企業が取り組んでいる地域連携の展開方法を講義、視察、パネルディスカッションをとおして学んでいただきます。また醸成された知識を知恵に変換するため、設定されたテーマに基づくワークショップの実施、また受講者の地域を題材にした6次産業化の演習、6次産業化に取り組もうとする相談者とのかわり方など実践的、現実的な研修を実施いたします。</p> <p>③研修をとおして、普及指導員をはじめとした生産サイドと流通サイドとの意識共有を図るとともに、産地からの商品提案に向けた価値の発信手法や商品開発などの「売れる」を重要な視点とした実践の開発・販売スキル向上を図っていただければと思います。</p>	<p>平成25年 2月5日(火)～ 2月8日(金)</p> <p>研修場所:(株)ヒルズ:天然温泉いい湯(宮城県柴田郡大河原町堤字五瀬1-2) 玉松味噌醤油(株)(宮城県柴田郡大河原町字町210)</p>	<p>庄司 和弘 FACO</p>  <p>ホライズンコンサルティンググループ(株)代表</p>
<p>【8コース】 ヤエガキフード&システム株式会社</p> <p>定員:10名</p>	<p>①ヤエガキフード&システム(株)は日本酒を製造するヤエガキ酒造(株)グループとして、自動発酵機の製造販売および麹、豆腐、ジュース、ジャム、漬物、もち、麺類、乳製品などの農産加工品製造のための中小規模プラントの企画・施行や、農産加工の技術指導等を行っています。また、たつの市の特産である紫黒米を使った健康志向の「紫黒米健康酢」の開発や、6次産業化の取り組みとして桑の実を使った焼酎の商品開発など地域農産物を有効利用するための事業化にも取り組んでいます。地域の農産物に付加価値をつけるためには、適切な設備の導入と加工技術の向上、そして地域を面とした推進体制の構築が不可欠と考えています。</p> <p>②研修では地域の農と食の連携や6次産業化の取り組み事例などを知って頂くとともに、農産加工機器について知識を深めて頂くことを狙いとし、地域内で展開されている農産加工施設の視察をとおし、農産加工装置システムの適正な設置レイアウトを理解して頂きます。また今年度は、農産加工に求められる知識の習得と醸造のノウハウを学んで頂くために『麹づくり体験』を同時進行のカリキュラムとして盛り込ませていただきました。</p> <p>③研修を通して、農産加工現場から求められる知識と技術の習得を図るとともに、研修に関わる幅広い人的ネットワークの構築によって、課題に即応できるスキルを身につけて頂きたいと思っております。</p>	<p>平成24年 11月6日(火)～ 11月9日(金)</p> <p>研修場所:ヤエガキフード&システム株式会社(兵庫県姫路市)</p>	<p>天野加佳子 FACO</p>  <p>Kitchen to Kitchen 代表</p>

派遣受入先と定員	研修の概要 ①企業活動の概略 ②研修実施の狙い ③習得できるスキル	研修期間と研修場所	担当FACO
<p>【9コース】 六本木農園 とちまるショップ</p> <p>定員：10名</p> <p>持ち物：各普及指導員の所属県の特産品等が分かるPRパンフレットや冊子など（グループワークで使用）</p>	<p>①株式会社UMARI（六本木農園）は、「農家の実験レストラン」というコンセプトを基に大都市消費者と農業の接点交流の場、並びにステージとしての機能を果たす特殊なレストラン事業の他、丸の内朝大学という社会人学習プログラム等を通じて、全国的な地域や農業をプロデュースするビジネスモデルを展開しております。また、七里ヶ浜商店という地域食材提案を通じた、地域密着型の消費者コミュニケーション店舗も運営展開しております。</p> <p>株式会社ファーマーズ・フォレスト東京事業所（とちまるショップ：栃木県アンテナショップ）は、栃木県での農業支援企業として6次産業化社会モデルの創造を目指し、道の駅や農業公園、市民農園等の経営を行うとともに、「地域商社」機能として農産物や特産品の開発・流通・直営店舗を展開。そのうち宇都宮ブランドアンテナショップ（宇都宮市）や、この度の研修予定先である栃木県アンテナショップ（墨田区押上）についても、官設民営方式により民間企業である同社が総合運営しております。</p> <p>②この研修では、6次産業化や食農連携で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学習を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。カリキュラムの概要は(1)六本木農園ビジネスモデル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、(2)都内に展開する地域アンテナショップの最新事情や、出口機能としての戦略展開の実地学習、(3)若手農業者の組織化による先進的なブランド戦略等の交流学习を通じて、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> <p>③研修を通して、生産と消費をつなぐ役割機能、商品サービスの開発戦略、消費者コミュニケーション、農業ブランドのプロデュース手法等の基本的スキルを習得していただきます。同時に、普及指導員相互の意識共有を図ることで、後々の業務連携や実践的なネットワーク形成を図ることを視野にいれた実りのある交流研修を目指します。</p>	<p>平成25年 1月21日(月)～ 1月24日(木)</p> <p>研修場所：六本木農園(港区六本木6-6-15) とちまるショップ(墨田区押上1-1-2東京スカイツリータウン東京ソラマチ4F)</p>	<p>松本 謙</p>  <p>FACEO</p> <p>(株)ファーマーズ・フォレスト 代表取締役社長</p>

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）							
			北海道 東北	関東	東海	北陸	近畿	中国	四国	九州 沖縄
会津中央乳業(株)	福島県	4	3				1			
イオンリテール(株) フードアルチザン	千葉県	9	1				3		3	2
オイシックス(株)	東京都	8		1				1	1	2
西日本高速道路(株) 他	大阪府	4						1		3
(株)ノバレーゼ	東京都	6	1	1			1		3	
バルシステム生活協 同組合連合会	東京都	4	1	1						2
(株)ヒルズ	宮城県	3	1	1			1			
ヤエガキフード&シ ステム(株)	兵庫県	4	2				1	1		
六本木農園・とちま るショップ	東京都	12		3	1	2	1	1		4
計		54	9	7	1	9	4	8	5	11

※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2年度目の取組であったが、参加者を派遣する都道府県側の予算計画による派遣費やスケジュールの確保の問題等から都道府県による差は見られたものの、9つのコースにおいて計54名の普及指導員の参加が得られた。参加者数および企業への派遣数等の詳細は上記の表のとおりである。

◆受入企業の対応ほか

今回の研修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、かつCSR活動の一環として、無償での実施にご協力をいただいている。この場を借りて感謝申し上げたい。

◆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：54名
（内訳；普及指導員53名、地域のコーディネーター（普及指導員資格を持つ）1名）

○調査方法

研修終了後、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。

回収期間は研修終了後の約14日間とした。なお、回収期間内に回答がなかった者にはE-Mailにて1回督促を行った。

○調査期間

2012年11月12日～2013年2月20日

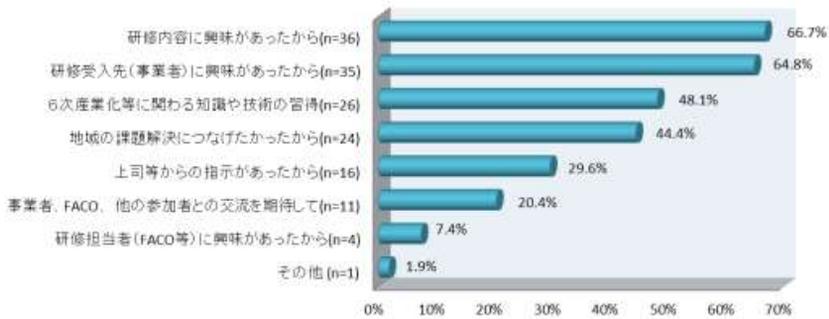
○有効回答数

54名（回収率：100%）

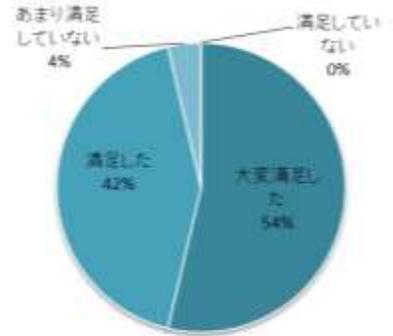
アンケート調査の結果については、第3章p55以降にて整理を行った。

～参加者アンケートの結果より一部抜粋～

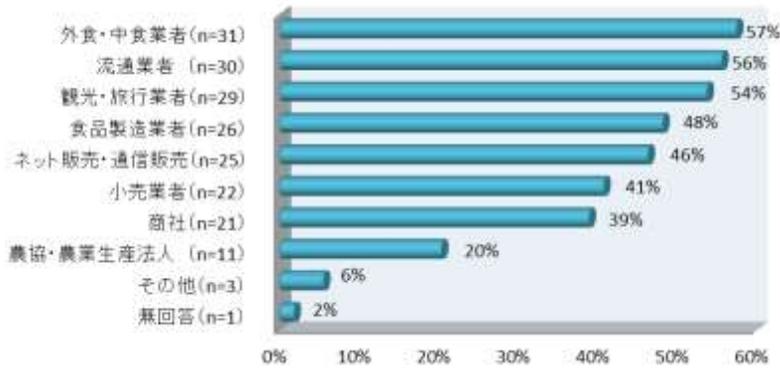
① 研修の参加動機



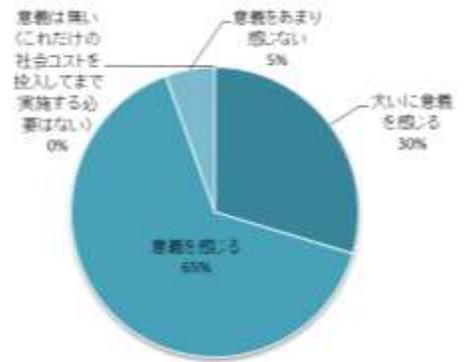
② 研修の満足度



③ 次回の希望業種



④ 本事業への社会コスト投入の意義



◆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（FACO）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、第2章 p17以降に示した。

◆成果の公表

当該事業の実施結果として「当該報告書」および「研修実施レポート」を食品チェーン研究協議会ホームページ (<http://www.afcr.jp/fukyuin/>) 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）。

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FACO）が企業との調整のもと作成しています。

会津の6次化商品から学ぶ

会津中央乳業株式会社

●普及指導員派遣研修の狙い

会津中央乳業の6次化への取組み活動

今回の研修先は地域の作り手（酪農家、牛乳メーカー、酒蔵）が自主事業としてヨーグルトリキュール「スノードロップ」を開発、販売した6次化商品の先進的な成功事例先です。

特に会津中央乳業株式会社は、会津坂下町にある会津盆地唯一の牛乳メーカー。会津の酪農家と連携し質の高い牛乳作りに取り組んでいます。

基本理念は「牛乳屋であること」。このため目の行き届く範囲から毎朝直送されてくる原乳を丁寧に殺菌し、牛乳本来のほのかな甘みを活かした製品づくりを行っています。

原乳の質と技術が高くないとできない原乳100%のみのヨーグルト「会津の雪」も販売しています。「会津の雪」は乳酸菌保有数が非常に多く、TVの厳選素材として取り上げられたほどです。

昨年は東日本大震災や福島第一原発事故の影響を受け、原乳出荷停止やスーパーとの取引停止などで多くの苦労が続いてきました。しかし今日では全国のファンから支えられて復興に向かっていきます。裏切らない商品を作り続けることの重要性を学びます。酪農家と会津中央乳業の繋がりや関わり方、思いを知り最先端の取組みを知ってもらいます。

また、地元酒蔵との連携による6次化商品（ヨーグルト・リキュール）開発からのノウハウも学んでいただきます。農や食に関わるみなさまには現地で感じていただければと思います。



会津中央乳業の二瓶孝文さん

ホームページ <http://www.aizu.ne.jp/aizubeko/>

酪農家とメーカー、販売店が協働する強み・震災後の復興にむけた取り組み・地元素材を活かす6次化商品開発。福島放射能対策についての基礎知識・福島の現状からみる震災後対応などを学んでほしいです。

研修の狙い～受入先の想い～

この度は素材広場・横田（FACO）の段取りのもと、会津中央乳業での視察を行うこととなりました。

会津は酪農が盛んな地域でありながら、会津にある牛乳メーカーは2社。そのうちの一つが会津中央乳業です。

会津中央乳業を研修先に選定させていただいた理由は、

- ・「基本を大事にしていること」
- ・「酪農家さんが牛を育ててくれるから牛乳ができる。いい生乳があって、美味しい牛乳ができる」
- ・「当たり前のことをきちんと守る」

これが高い品質を誇る会津中央乳業の基本であり、すべての商品販売に繋がると思っています。

今回の研修で学んでほしいポイントは3つ。

- ①「人を繋ぐために必要なこと」
- ②「品質管理」
- ③「地域素材で商品開発をする際の成功キーワード」

「人を繋ぐために必要なこと」

普及指導員の方々が普段接している農家や生産者にとって、6次化商品開発は不得意分野。普及指導員が誰と誰を繋ぎ、やり抜く力を見抜くことはとても大変なこと。事業があるから繋がるのではなく、志が同じ相手とつなぐことが普及指導員には求められます。

「品質管理」

会津中央乳業は小さいながらHACCPを取るほど危機管理が行き届いた工場牛乳を製造しています。生乳が入ってきた時の検査から商品になった後の管理まで、お客様に食を届けるということはどういうことだといえる仕組みです。

「地域素材で商品開発をする際の成功キーワード」

地域のいいもの同士を繋げばいい商品ができるわけではありません。ヨーグルトのリキュール「スノードロップ」は酒屋と会津中央乳業の工場長が数年描いた夢が形になったものです。

この3つのポイントから全国に通用する商品作りをするためのプロセスを学びます。

●実施準備・検討過程

今回の会津中央乳業研修参加者は普及指導員4名（果樹専門1名、地鶏専門1名、酪農2名：会津地域3名、新潟市1名）でした。

各指導員は地域の中で農業発展を模索し、原材料を活かした6次化商品作りなどに取り組んでいます。

しかし、一つ一つには生産者のこだわりや思いが詰まっているものの、商品にして販売するとなると知識や販売戦略が弱いのが現状です。

そこで、会津中央乳業の商品開発や販売戦略、商品管理を学び、普及指導員自らが己の役割と強み・弱みを考えていただくことを目的としました。

(1)普及指導員として地域の課題を考える

参加する普及指導員は専門性がバラバラ。しかし個々に指導員としての理想や課題はあるはずです。ワークショップでそれぞれの状況と課題共有による仲間意識作りを行いました。

会津中央乳業研修のプログラム（実施期間：平成24年12月3日～12月6日）

	第1日〔12/3(月)〕	第2日〔12/4(火)〕	第3日〔12/5(水)〕	第4日〔12/6(木)〕
午前	11:00集合(素材広場) 参考： http://sozaihiroba.net/ 〔オリエンテーション〕 ○参加者の自己紹介と研修の狙い	8:00(会津中央乳業) 〔実地研修①〕 ○会津中央乳業の工場視察 ○品質管理について	9:00(酪農家) 〔実地研修③〕 ○原料供給者：福島の現場体験 ○酪農家と小売店を交えた意見交換	9:00(素材広場) 〔ワークショップ〕 現場から「売る」ということを考える ○研修全体のまとめ(12:00終了予定)
昼食	各自	各自	各自	
午後①	13:30(素材広場) 〔講義・解説：今、福島では…〕 ○震災後の福島の現状報告 ○震災から今までの福島の動き テーマ：福島の最先端を知る	13:30(曙酒造)〔実地研修②〕 参考： http://akebono-syuzou.com/ 会津中央乳業のヨーグルトを使った地域コラボレーション商品(ヨーグルト・リキュール)および開発現場の視察	13:30(移動) 喜多方市から本宮市へ	
午後②	15:00(素材広場) 〔ワークショップ〕 震災から考える「売る」ということ ○本日のまとめ(18:00終了)	16:00(JAみどり) 品質管理 セシウム全袋検査体制を視察 ○本日のまとめ(17:00終了)	15:00(農業総合センター) ○品質管理および放射性物質検査の実体験 ○本日のまとめ(17:00終了)	

そして、研修期間中の目標設定を行い、個人レベルでの参加意義を整理し、研修終了後も実践で意識付けできるプログラムとしました。

(2)現場から学ぶ課題解決の判断力

最近では工場見学が人気になっていますが、工場にはその会社の歴史があります。

会津中央乳業は昭和23年「二瓶牛乳」としてスタート。その頃は小さな牛乳屋が点在している環境でしたが、大手メーカーに押され一軒また一軒と減っていったそうです。その中で生き残ってきたストーリーは感動ものです。牛乳屋であることの意義、地域に存在する価値を心で感じてほしいです。

合わせてこの規模では珍しいといわれるHACCP取得の工場を視察し、危機管理体制の重要性を現場の経験から伺いました。

歴史上、数回の大きなピンチをチャンスに変えてきた判断力はコンセプトがずれなかったからです。このコンセプトを大事にすることと判断力の必要性を学びました。

さらに、今の福島が売るために苦労している放射能物質対策についても検査施設を視察しました。商品を売るために必要な安心安全を如何に作るか。その努力がいかに必要かを福島から学びました。

(3) 6次化商品は偶然では生まれない

地域のいいものといいいものを繋げれば売れる商品ができるわけではないことは、売る立場の人であれば誰でもわかることだと思います。

しかし、地域の中で連携した時に稀に本当にいい



会津盆地では唯一となる牛乳メーカー会津中央乳業
生乳100%のヨーグルト「会津の雪」で全国に名を広めた

ものができる場合があります。それは偶然ではなく作り手同士の思いが一緒になった時。繋がることで見える地域の可能性を学びます。

●一連の研修をとおしてのテーマ設定

「現場で見て、感じたことを、自分の立場に置き換えて考える」ことができることを大きなテーマとしました。自分の地域を見直し、何をすべきかをこの研修で考えてほしいと思っています。

●研修の実施状況

4日間のカリキュラムを実施しました。

研修生4名中3人が会津の普及指導員ということもあり、研修先を知っているとのことでしたが、実際に訪れると知らなかったことばかりで、仕事の奥の深さに驚いたそうです。

表向き成功していると思われる施設にはピンチを乗り越えてきたからこそ今がある、ということが実感できたようです。

特に、会津中央乳業の二瓶さんが言った「食べ物を扱うということは、お客様の命を扱うことと同じ」という言葉が響いたようです。

酪農家さんのところでも、曙酒造さんのところでも、仕事上の話プライベートな話がでてくるとも地域ビジネスならではの経験でした。

農業総合センターでは食べ物のセシウム検査について丁寧に教えていただき、農家を守るためにも検査は必要であることを再確認しました。



研修生のみなさん



素材広場にてワークショップ
左手前が横田(FACO)



会津中央乳業にて
商品開発、商品管理の座学を行う二瓶さん



小池牧場の視察後、自宅にて
小池さん(左女性)と二瓶さん



農業総合センターにて
放射線検査体制を視察



曙酒造にて鈴木さん(右側)の
説明を受ける研修生たち



最後のまとめ
仕事をするのに大事なこと

最初と最後に素材広場で行ったワークショップでは研修生が自分の考えで発言してもらえるように工夫し、じっくりと話し合えました。少人数であったことが幸いし、己に向き合う時間が作れました。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

地域で6次化に取り組む農家にとって、普及指導員は専門分野の先生としてだけでなく、商品開発・販路拡大の相談役にもなることが多いです。

作れる施設・売ってくれる会社と繋ぐことだけでなく、本来は生産者そのものの思いを知る一番の理解者としての存在価値が求められているのではないのでしょうか。

普及指導員に求められることは、ますます幅広くなっていますが、「売る商品を好きになること」はどの商売でも基本です。

今回の研修先の人たちはすべて会津中央乳業の牛乳が大好きな人ばかりです。ここに気付いてほしい。そして「自分はどうか」と気付いていただけたことかと思います。

難しい言葉や専門用語を使わない研修だったので、意見交換も頻繁に行われていました。新しいネットワークが構築されたことも副産物でした。

文：民間企業等派遣研修（会津中央乳業株式会社担当）
特定非営利活動法人 素材広場
横田 純子（食農連携コーディネーターFACO）



地域産品の特長を生かした販売方法とは！

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

イオンリテール(株)では、地域の方々との対等なパートナーシップのもと、地域とイオンリテールの双方の力を結集して、競争力のある「地域産品を生かした商品」を開発するとともに「地域産品の特長を生かした販売方法」を検証し、流通チャンネルに乗せることで、お客様に新しい食の価値観を提案し、地域経済の活性化に貢献することを目的としたプロジェクト『フードアルチザン(食の匠)』を推進しています。

研修の狙い～受入先の想い～

本研修では、「地域産品の特長を生かした販売方法とは！」と題し、「食と農との連携による地域活性化の取組」の活動を推進するフードアルチザンの現場を舞台に、「地域産品を販売することの難しさ」を理解し、「売るための地域商品の目利きや取引に必要な要件」を学び、そのための戦略や戦術スキルを身に着けるための研修プログラムを立案しました。

先ず初日から2日目午前までの計1.5日を使い、「聞く」「見る」を狙いとして、フードアルチザンの理念や活動を紹介するとともに、同社が有識者やカリスマを参集し定期的に開催しているアイデア提案の場「食の匠推進委員会」にゲスト参加していただきました。2日目午前には、イオン船橋店を舞台に、売るための実際の場面などフロアとバックヤードを含めた店舗視察を行う構成としました。

次に2日目午後から3日目終日の計1.5日を使い、前半の知識を活かし、地域産品の特徴を正確に捉え売れる商品を開発するためのシミュレーションをグループワークにて行いました。こちらは「感じる」や「考える」といった構成です。

実習の狙いは、「生産側で考えられている商品の魅力はあくまでプロダクトアウトの視点である」ということ、「実際の販売の現場から見たら、魅力や特徴と思われているものは、実はお客様にはなかなか伝わりにくいものである」ということを知っていただく機会としました。

グループワークでは、商品の特徴や魅力について、より現実的な視点から意見交換が行われることを狙いに、研修に参加する普及指導員だけではなくフードアルチザンの若手メンバーも参加し、生産側(1グループ4名～5名の普及指導員)と流通側(1グループ2名のフードアルチザン担当者)の双方の議論により、商品の特徴や背景を考える戦略分析、さらに戦略分析の結果を踏まえた商品のポジショニング分析を行うこととしました。

最終日である4日目は分析結果のグループ発表、そして研修全体をとおしての意見交換を計画しました。

このように本研修の狙いは、これらの機会をとおして、普及指導員をはじめとした生産側と流通側との意識共有を図るとともに、今後の人的なネットワークの形成をとおして、産地からの商品提案に向けたスキル向上を図っていただければと思いい全体のプログラム設計を行いました。

＜活動のアイデンティティー＞

伝 いにしへの価値を次世代へ
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

育 日本の食文化を守り育てる
イオン株式会社は「フードアルチザン(食の匠)」活動を通して、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。

拡 知る人ぞ知る地域の食を日本中に発信
地域の方々との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。

地域独特の食 → 消費者

新しい食の価値観を提案

食文化 → 購入・体験

すべてはお客さま満足のために

秋田県三種町
じゆんさい

島根県雲南市
とうがらし(オロチの爪)

イオン フードアルチザンの活動アイデンティティー(左)と取扱商品の一例(右)

<http://www.foodartisan.jp/>

イオン研修のプログラム(実施期間:平成25年1月21日～1月24日)

	第1日〔H25.1/21(月)〕	第2日〔H25.1/22(火)〕	第3日〔H25.1/23(水)〕	第4日〔H25.1/24(木)〕
午前	10:00集合(海浜幕張:本社) 〔オリエンテーション〕 ○地域の農や食に関わるイオンの活動 ○イオンフードアルチザンの活動紹介	10:00集合(東武:新船橋駅) 〔店舗訪問〕 ○イオン船橋店の紹介 ○店舗とバックヤードの視察 地域産品を取り扱う上での課題、気を付けるべき事項について、イオンモールの最新店を舞台に現場を視察	10:00集合 (幕張テクノガーデン) 〔グループワーク①の続き〕 ○前日抽出整理されたSWOTの要素を用いて、商品の背景戦略を分析する。 ○戦略を想定した商品と競合する商品の買い出し(昼食時)	10:00集合(海浜幕張:本社) 〔グループワークの発表〕 〔まとめと意見交換〕 ○フードアルチザンが伝えたいこと ○意見交換:普及指導員に求められること ○研修全体のまとめ
	(昼食) 1/21:イオン社食、1/22イオン船橋店フードコート、1/23海浜幕張周辺			(終了12:30)
午後	13:30～(海浜幕張:ANNEX) ○食の匠推進委員会ゲスト参加 フードアルチザンの商品開発に対し、イオンが行っている外部からのアイデア提案やアドバイス等の現場を実体験する! (終了16:45) 17:30～交流会:海浜幕張にて	14:20～(海浜幕張:本社) 〔グループワーク①〕 ○フードアルチザン担当との連携による戦略の立案方法 テーマ:地域連携によるプロジェクトの立案方法(SWOT分析を学ぶ) ○本日のまとめ(終了17:00)	13:30～ (幕張テクノガーデン) 〔グループワーク②〕 ○フードアルチザン担当との連携による商品開発戦略の立案 テーマ:地域原料を用いた商品開発と販売戦略(ポジショニング分析を学ぶ) ○本日のまとめ(終了17:00)	

●実施準備・検討過程

イオンリテール(株)が受入先となる意義と計画

『フードアルチザン(食の匠)は、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に開始されたプロジェクトです。同社では、エリア政策推進セクションの活動により、地域自治体との包括提携のもと、地域との連携のための協議会を設置し、これまでに22品の商品ライナップを展開するに至っています。

しかしながら、地域の魅力ある商品を販売し、お客様に買っていただく、食べていただくことは容易ではありません。そこには、作り手のみなさんとの協業による思いのこもった企画立案が必要になります。

本研修事業の目的は、「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」ことです。このような事業は、ま

さに、これまでフードアルチザングループが実施してきた活動の理念にも通じるものと考え、また、地域で生産者を指導する普及指導員に、同社が実施してきた活動の目的や想いを知っていただく良い機会であると考え、フードアルチザングループのメンバーおよび視察店舗の担当者総出で対応することといたしました。』(以上『』はフードアルチザングループ島岡マネージャー談)

本研修を核とした多くの参加者たち

今回のイオン研修参加者は総勢9名(秋田県、新潟県、石川県、福井県、岡山県2名、鳥取県、熊本県、鹿児島県)。このみなさんを迎えるべく、研修に関わっていただいたイオンリテール(株)の人員は、執行役員2名を筆頭に総勢18名体制で対応いただくこととなりました。さらに、第1日で計画した「食の匠推進委員会」への参加企画では、フードアルチザンの活動理念に共感するシェフ、料理研究家、商品開発・販路開拓、商品マリアージュ等のコンサルタントなど、当該領域のカリスマのみなさん5名も連携するなど、参加者の多い研修となりました。

●地域との連携のもと地域の食材を商品として扱う活動について学ぶ



フードアルチザンの取組と思いを紹介する松中執行役員



役員会議室をお借りして第1日目の講義が始まる！

食のアイデア提案をするカリスマたちの匠推進委員会のメンバー



昼食はイオン(株)の社員食堂を体験



食の匠推進委員会にゲスト参加する普及指導員のみなさん



フードアルチザンメンバーとカリスマたちの商品提案に向けたやり取りを聞く

上段左から：草場佳朗さん、小田真規子さん、岸本直人シェフ
下段左から：五日市知香さん、平田早苗さん

空き時間を利用しカリスマから個別に話を聴く普及指導員



イオンリテール研修に参加した普及指導員のみなさん



見上迪央さん
秋田県 平鹿地域振興局農林部農業振興普及課（果樹）



山崎裕彦さん
新潟県十日町農業普及指導センター（作物）



山田幸信さん
石川県石川農林総合事務所（そ菜・花き）



上野直哉さん
福井県坂井農林総合事務所農業経営支援部（作物）



大塚雅子さん
岡山県倉敷農業普及指導センター（果樹）



石倉聡さん
岡山県農業普及指導センター（野菜）



稲坂恵美子さん
鳥取県西部総合事務所農林局 西部農業改良普及所（作物）



高濱孝子さん
熊本県産業技術センター（農産物利用）



松尾至身さん
鹿児島県大隅地域振興局農政普及課（果樹）

●研修の実施状況(聞いて・見て・感じて・考えて)

昨今、地域農業において6次産業化の推進が言われる中、本研修では、いかにして生産側に立脚する人材と流通側に立脚する人材の意識を共有化させて行くことができるかをポイントに考えました。その上で研修のテーマとして掲げる「地域産品の特長を生かした販売方法」を生産者が主体となり考えて行けるか、その指導者である普及指導員が理解できるかが狙いになります。

研修では「聞いて・見て・感じて・考えて」をストーリー仕立てで体験できるプログラム構成をイオンリテール担当者との間で緻密に協議・検討を重ねて行きました。

民間企業等派遣研修の成功は、この検討作業をどれくらい丁寧に行うかがカギとなります。具体的には、受入先となる企業との研修計画やプログラム練

り、カリキュラム内容に対する意識共有を図るのは勿論のこと、それ以上に、実施に必要な企業の規定等に応じたセキュリティ対応や労務事故対策など、さまざまな事務手続き等を進めて行くこととなります。「聞いて・見て・感じて・考えて」の研修プログラムは、昨年度実施した座学、店舗視察、グループワーク（テーマをもった戦略分析等）を参考に一貫した研修システムとして構築済みでしたが、今年度はそれに加え、定期的に同社が行っている商品開発のためのアイデア提案会（食の匠推進委員会）への普及指導員のゲスト参加を特別に盛り込みました。

食の匠推進委員会は、フードアルチザングループが新たな商品を検討する中で国内の有識者やカリスマから意見を聞き、検討・議論する場です。いわば企業の最高機密に触れる機会であり、そこで

● 販売の現場を見る

イオン船橋店を視察：現場では、店舗のコンセプトを聴くとともにフロアやバックヤードを見て回る。



写真は、普及指導員のみなさんに、熱く店舗や商品について語るフードアルチザングループ島岡マネージャー。



最終日に分析結果の報告をイオンフードアルチザングループのみなさんの前で行いました。分析結果については、日ごろ流通の現場で活動を行っている担当のみなさんより、コメントをいただくとともに、それをもとにした意見交換を行いました。

● 座学と視察で得た知識をもって考える・検討する！

研修に参加した普及指導員とイオンリテールフードアルチザンの若手メンバー合同によるグループワークの実施。内容は下記の2つの商品を用いた『SWOTによる商品戦略分析』と競合商品との比較により差別化要因を探り出す『ポジショニング分析』を実施。



写真左は鹿児島島の低農薬栽培された「きんかん」、写真右は岡山の地域特産品「連島ごぼう」のポジショニング分析の様子。どちらも研修に参加した普及指導員の持ち込み商品です。



研修をすべて終えての集合写真。みなさん晴れ晴れとしています。

交わされている議論は地域の食材を如何にして特徴付け、売れるものを作り出すための最先端のノウハウが詰まっています。さらに、これらの有識者やカリスマの方々と普及指導員が意見交換を行ったり、アドバイスを受けたり、カリキュラム終了後の交流会をとおした人的な連携機会の創出など、本研修ならではのユニークな特典をつけました。

このカリキュラムを導入したことで、生産と流通の意識共有をさらに高める議論ができ、結果に繋げることができたのではないかと考えています。

● 研修の結果(アウトプットとアウトカム)

多くの人から意見を聞き、現場を見て、そしてみんな考えて行く。これこそ今、地域において推進して行かなければならない「人的連携」の考え方で。普及指導員のみなさんは、生産者との点での繋がりが多いと思いますが、県職員として指導的な立

場にある普及指導員だからこそ、むしろ地域全体を見渡し、地域全体の強みとは何か、地域が打って出る機会はどこにあるかを俯瞰的に考えて欲しいと思います。

今回の研修では地域産品を販売することの難しさを大いに感じたことと思います。しかし、この課題を克服して行くには、地域にある様々な資源の優位性を伸ばし、他との差別性を確保して行くための戦略が必要です。今回の研修をとおして学んだことを自身のスキルとして発揮し、地域の価値創出につながる計画立案と業務の遂行を普及指導員が地域の中心になり行われることを大いに期待しています。

最後に、本研修の実施に多大なるご協力を賜りましたイオンリテール(株)に心より感謝いたします。

文：民間企業等派遣研修〔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)

6次産業化に向けて普及指導員ができること

オイシックス株式会社

●オイシックスが目指す研修とは

普及指導員の民間派遣研修のオイシックス株式会社コースも今年で2年目を迎えます。今回は「長野」「滋賀」「岡山」「徳島」「愛媛」「佐賀」「熊本」「鹿児島」から計8名の研修生を迎え入れる事となりました。昨年の受講生とは異なり西日本を中心とした参加者が多く、同時にそれなりに農業では有力な産地が揃ったなという印象でした。

事前にオイシックスとは昨年の反省を踏まえた入念な打合せを行い、当日に挑みました。

研修の軸においたのは、前回と同様「こちらから何かを一方向的に押し付ける内容ではなく、参加者同士の相互の交流を大事にする事」。そして「我々は出来るだけ事例に基づく事実を情報として提供する事に徹する」という事でした。なお研修中は年齢や役職を越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て、それぞれが考えたニックネームを名札につけて研修はスタートしました。

まずはオイシックスの坂下利久部長の講演により、同社の歴史とこれまでの取り組みについて紹介されました。現在の業務内容については海老名の物流センターの紹介や、震災後のお客様への対応、被災地への支援について話を頂きました。オイシックスという会社が、一見するとインターネットを駆使してビジネスを行うIT企業のような印象を持たれていた受講生が多い中、坂下部長のお話はあくまで現場主義の泥臭いものが多く、また実際に多くの産地を歩かれて、農家の知り合いも多いことに驚きました。オイシックスの成長の裏には愚直なまでに地域の農業と向き合う姿勢があったのだと声が挙がりました。

こうしてオイシックスの話をメインに講義形式での内容が終了。午後3時から、場所を移動しての参加者同士の情報交換をメインとした内容に切り替



オイシックス坂下部長



参加メンバーの様子

オイシックス株式会社

2000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。従業員151名(2012年4月)。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。



交流会の様子

研修会場とは異なるスペースを使い非常にリラックスした雰囲気で見聞交換がされました(交流会は初日と2日目の2回に渡り開催、初日は全員参加2日目は希望者のみ参加としました)

りました。交流会の緊張をほぐすために実施したゲスト講師によるミニセミナーには、今回は若手農家のネットワークを構築してトマト栽培を行う団体「株式会社オリザ」代表の藤井氏を招き、話をして頂きました。セミナー内ではいろいろな問題提起をして頂き、参加者同士の会話が広がる糸口を提供してもらいました。

●研修を通じて普及指導員同士の悩みを共有しあう

交流会の中では、各普及員に抱える悩みについて意見は交わされました。とくに今回の研修生の声で目立ったのは「6次産業化への取組みについて何をしたらよいか見えない」という声でした。6次産業化については、2012年の8月に農林漁業の成長を支

4日間の研修スケジュール

	第1日11月6日(火) 10:00~17:00	第2日11月7日(水) 10:00~17:00	第3日11月8日(木) 10:00~17:00	第4日11月9日(金) 10:00~12:00	
研修内容	午前	オリエンテーリング 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モデルが成長できたのか？ ○講師:オイシックス	本日の講座説明 本日のグループ分 講座③10:00~12:00 オイシックスは産地とどう付き合ってきたか？ ○講師:オイシックス 船井総合研究所	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「売れる商品づくり」ヒット作誕生の秘話 ○講師:オイシックス 船井総合研究所	オイシックス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	12:00~14:00(視察含)	
	午後①	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	講座④13:00~14:30 地域プロデューサー養成講座(理論編) ○講師:船井総研 意見交換会	講座⑥14:00~16:00 地域プロデューサー養成講座(商品づくり編) ○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 その後、懇親会	ワークショップ② 15:15~17:00 地域プロデューサー養成講座(実践編) ○講師:船井総研 終了後、懇親会	ワークショップ③ 16:00~17:00 プレゼン準備研修 ○講師:船井総研	

援する策として農林漁業成長産業化支援機構法案（6次化ファンド法案）の名称で可決、ちょうど各地域の普及指導員はこのテーマについてどう取り組みばよいか宿題を課せられている状態でした。

しかしながら、直接関与できる産地を持たない普及指導員がこの取組みを進めるには、地域の系統や農業法人との連携が不可欠になります。とくに6次産業化について認識が充分でなく取組み姿勢も消極的なJAをどう巻き込んで行けばいいのかについて、皆の共通した悩みが飛び交いました。

●6次産業化を進める上でいかにして普及指導員が地域のプロデューサーとして動くことができるか？

既に述べた通り、今回の研修における皆さんの関心事のひとつが「6次産業化に向けた取組み」でし

た。そのためには普及指導員ひとりが活動するだけでは成り立たない、どう地域をまき込んでゆか？とくに重要になるのが地元の系統組織、JAとの付き合い方、彼らのモチベーションをどう上げて、行政との連携を図れるかでした。今回その悩みにヒントを与えるべく用意されたプログラムのひとつが「地域プロデューサー養成講座」でした。講師である(株)船井総合研究所の柝尾氏は、近年ではB級グルメの祭典などを企画し地域興しを手がけている人物で、先日とも一関市と組んだ「全国餅サミット」で被災地の土地に全国から3万人の人を集めたところでした。柝尾氏からは、地域プロデューサーとして大事な視点と事業を進める上でのステップについて説明があった後グループに分かれてワークショップに取



地域プロデューサー講座の柝尾氏



地域プロデューサーとしての手法を学ぶワークショップの様子



り組んで頂きました。その中で今回の出会いである「オイシックス」や「船井総合研究所」として他県の組織とどう連携し、どう活用すればいいか、などの道筋も見えてきました。

●いかに消費者の支持を得る商品をつくるか？

地域プロデューサー養成講座の2日目に実施した内容は、今度は「いかに消費者の支持を得る商品をつくるか」でした。オイシックスでは毎年ヒット商品を世に送り出しマスコミの注目を集めています。中には1アイテムで億の売上を記録する品もあります。

例えば先日テレビで紹介され大反響を呼んだのが「パスタうり」。これを目当てに新たに入会する人が殺到したと言います。しかしながらこの「パスタうり」は古来からある品種で「棉糸瓜」あるいは「そーめんかぼちゃ」と呼ばれるものです。オイシックスでは昔の品種を発掘し、新たなネーミングをつけて別な角度から光を当てる事でヒット商品に育てているのです。

この他にも「とろなす」「みつとまと」「かぼっこり」「ピーチかぶ」などなど、野菜に新たな付加価値を与えて売っているのです。商品の魅せ方次第で、これまで埋もれていた品も全く他とは異なる商品として提案できます。

オイシックスの話を受けて講義の中では、船井総研による「商品づくりのノウハウ」について話が進



桃のようななめらかな食感を前面に打ち出す事でヒット商品になった「ピーチかぶ」

JA紀の里の「黒大豆」の商品



JA紀の里の黒豆農家



JA紀の里の黒豆の商品開発の様子
和歌山県の黒豆の生産農家が集まり、新たにオリジナルブランドの開発に取り組んだ話を紹介しながら商品開発のポイントについて解説しました



テレビ番組で取り上げられるオイシックス



テレビで紹介された「パスタうり」

められました。紹介されたJA紀の里の例として、弱小の産地であった和歌山の黒豆を売りだすまでの話が使われました。これは、小さな産地ゆえに乾燥機が買えなかったため、全量を天日干しで処理していた事を逆にセールスポイントと捉えて「いまでも頑なに昔ながらの製法にこだわりつづける“がんこ農家”の産地」として紹介。いまではシリーズ化するほどの人気商品に育った、という内容です。一見するとマイナスとも考えられる部分もそれを“個性”と呼んでしまえば、PRできる特徴になるのです。

こうして商品の魅せ方、提案の仕方について学ぶことにより、翌日のプレゼンテーションに向け

でのヒントを見つけて頂き、3日目の夜はプレゼン準備のために作業部屋と備品を開放しました。また当日に試食品などを提供してプレゼンをしたい方には調理用品とキッチンも提供。各自、最終日の向けの準備をして頂きました。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

研修会の最終日に用意されているプログラムは、これまでの研修で培った内容参考にして参加者全員がオイシックスの商品部へ産地の売り込みのプレゼンをする事でした。どうプレゼンすれば産地の魅力が伝わるか、オイシックスから個別に直接の指導を受ける内容となりました。

この内容は昨年も行われ、その結果、北海道の普及指導員がプレゼンした「食用ほおずき」がその後にオイシックスで扱われた実績もあります。

加えて今回は昨年の研修のOBメンバーがプレゼンのゲスト審査員として登場。幅広い視点からの声を頂く事になりました。プレゼン大会では白熱した議論が飛び交い、結局すべての発表が終了したのは14時過ぎ。皆で互いの取組みを評価し、オイシックスからの総評を得て、3泊4日の研修は終了しました。

最後に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参加者全員の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しました。まずは次回を2012年3月と設定して第一期生と第二期生が揃って集まろうと考えています。

参加メンバーとプレゼンテーションテーマの一覧

都道府県	氏名	プレゼンテーマ	所属
長野県	佐々木 深雪	レタス	上小農業改良普及センター
滋賀県	中村 嘉孝	かぶ(伝統野菜)	湖北農業農村振興事務所農産普及課
岡山県	湯浅 祐加	無花果	東備農業普及指導センター
徳島県	大西 範幸	寒茶	美波農業支援センター
愛媛県	長谷川 進一	柑橘	八幡浜支局地域農業室
佐賀県	月足 公男	梨	東松浦農業改良普及センター
熊本県	久野 忍	そら豆	玉名地域振興局農業普及・振興課
鹿児島県	真正 清司	お茶	鹿児島地域振興局農政普及課



プレゼンテーションをする参加メンバーの様子



8人の参加メンバーと講師2名の全員で記念撮影



オイシックス(株)の坂下部長



プレゼンテーションのために用意した商品

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)



地域の連携コーディネートに期待

西日本高速道路株式会社(NEXCO西日本グループ)

●研修の狙い

NEXCO西日本グループでは、高速道路ネットワークおよびこれまで培ってきた技術的な資産や経験などを活かして、より快適で楽しい“また行きたくなる高速道路”と“周辺地域との共生”の実現を目指し、社会と共有できる新しい価値の創造に取り組んでいます。

平成22年10月には「事業創造委員会」を発足させ、「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。

地域との協力の事例では、浜田道沿線の広島県北広島町の協力を得て耕作地を集約確保、お米や野菜の生産を行うなど、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に取り組んでいます。

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、平成23年度に引き続き2年連続となる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、西日本高速道路株式会社(以下NEXCO西日本)竹下事業開発部長のもと、宮崎事業開発課長、後藤事業戦略課長代理、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)今福店舗運営グループリーダーによるプロジェクトチームが編成されました。



最優秀賞 高速道路で第2のふるさとを創ろう!

西日本高速道路株式会社

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24年12月22日現在管轄内3,388kmの営業延長、180kmの建設延長において、高速道路の建設・管理・料金徴収を行います。

またNEXCO西日本グループでは、西日本高速道路株式会社が管理する高速道路のサービスエリア(SA)、パーキングエリア(PA)における商業施設の管理運営事業および、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するなどの活動を行っています。

研修実施にあたっては、昨年に引き続き、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・NEXCO西日本グループの双方が研修の成果を持ち帰る事を目的としました。

研修内容の事前協議により、平成24年8月にリニューアルオープンした松山自動車道 石鎚山SA(上り線)において、日本初の取り組みとなる「果物マルシェ」、同じく下り線へ11月に新設された「果物マルシェ2号店」を中心として四国にて開催する事となりました。

そこで、新たにNEXCO西日本四国支社 田所事業開発室長代理、NEXCO西日本SHD 野田四国営業所長がチームに合流し、大阪の本社と高松の四国支社を結んだテレビ会議等も駆使して、実施準備が進みました。



研修訪問先となるハイウェイマルシェ

四国では、石鎚山SAのリニューアルが目指す「地域で収穫された良質な果物や加工品を紹介・販売することにより、地域の活性化に貢献すること」への理解を深めるための研修協力体制を構築いただきました。また、高知県大豊町と地域活性化を行うNEXCO西日本グループの取り組みに関する研修受け入れ体制をご準備いただきました。

●研修の実施状況

今回の研修は、普及指導員4名が参加しました。昨年と同様に、研修にあたりメールを用いた自己紹介や、研修情報の質疑応答を行いました。また「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を訪問する課題に取り組んでいただきました。



プロジェクトメンバー

(左から)NEXCO西日本 後藤課長代理、NEXCO西日本 田所室長代理、NEXCO西日本SHD 野田四国営業所長、NEXCO西日本SHD 今福グループリーダー

研修は、竹下事業開発部長の挨拶で開講しました。1日目は「知る」ための座学を主体とし、NEXCO西日本グループの活動についての基礎的な知識から、高速道路を利用するだけでは一部しか知り得なかった地域との関わりや農業参入について学びました。



研修参加者

(左から)
香川県農政水産部 農業経営課 大西主席専門指導員、
香川県 西讃農業改良普及センター 森末副主幹、
三重県 中央農業改良普及センター 野村指導員、
かがわ産業支援財団 福島課長代理

研修スケジュール(実施期間 平成24年12月11日～12月13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。		愛媛県四国中央市妻鳥町2249-1 最寄駅: JR伊予三島駅
日程		
第1日[12月11日(火)] 13:00～17:00	第2日[12月12日(水)] 9:00～17:00	第3日[12月13日(木)] 9:00～17:00
13:00研修開始 講義 ・開講挨拶(NEXCO西日本) ・研修の趣旨。食と農を通じた地域活性化事例 ・「NEXCO西日本及びNEXCO西日本SHDのSA・PA事業の概略と組織について」 ・NEXCO西日本グループのアグリ事業について グループ会社の農業参入について ・懇親会	9:00研修実施場所集合後出発(NEXCO西日本車両) 実地研修(石鎚山SA上下線店舗および新設の「ハイウェイマルシェ」) ・農産物を活用した地域商品の取り組みについて実地研修を行う 石鎚山ハイウェイオアシス館にてグループ討議 ・NEXCOのSA・PAを活用した魅力的な地域産品の発信 (例) ・エリアでのイベントを通じたお客さまへの魅力の伝え方 ・エリアイベントを行う上で、地元から行うイベント周知の方法を検討 ・イベント以外で地域産品を紹介していく手法の検討	9:00研修実施場所集合後出発(NEXCO西日本車両) 実地研修(ゆとりすとパークおおとよブルーベリー農園) 地域との取り組みを取材 研修実施場所へ移動 成果プレゼン ・グループ討議の成果発表 ・研修総括(NEXCO西日本、NEXCO西日本SHD) ・閉講挨拶(NEXCO西日本)

● とことん、「知る」

「知る」ことの目的は、2つあります。

1つは、カリキュラムどおりNEXCO西日本グループの活動を知ることですが、重点は2つめに置きました。それは、互いを知るという事です。この場合の「互い」は、研修受け入れ側であるNEXCO西日本グループと、参加する普及指導員であり、また普及指導員同士でもあります。この「互いを知る」ことは、研修全体に共通する目的であり、また研修後も大切な視点となります。

「知る」ために、通常の自己紹介ではなく、アクティビティを取り入れた自己紹介をしていただきました。これによりお互いが日頃どのような活動をしているのか、どのような視点を持っているのかを知ることができました。

次に研修生が事前課題の発表を行い、NEXCO西日本グループおよび高速道路やSA・PAにどのような視点を持っているのかが共有されました。

また、昨年同様「この研修で持ち帰りたいものは何か」を考え、発表し、共有する場を持ちました。この成果目的の発表による共有により、参加の意義を自分自身で明確にしながら、他の参加者の目的を知ることによって刺激になりました。



全員が取り組んだ事前課題シート



「コミュニケーション」と「知る」カリキュラム

● 実地研修・グループ討議

実地研修は愛媛と高知で実施し、愛媛県では石鎚山SA「果物マルシェ」を中心に視察しました。下り線を運営する千登世商事株式会社 石水支配人、上り線を運営する株式会社伊予鉄会館 秀野支配人にお時間をいただき、柑橘主体の取り組みについて、ディスプレイなどの売場づくり、専門知識を含む従業員教育、価格決定、仕入れ体制など様々な質疑応答が行われました。

柑橘が不足する夏の売場をどのように運営するかについて、普及指導員から提案も行われるなど積極的な議論となりました。



売場での質問も積極的に受け入れていただく



石水支配人

秀野支配人

生産者の顔が見える売場



ディスプレイの工夫

秀野支配人の計らいで、エリアでも販売されているみかんジュース「きわみ」の開発・販売を行う、地元愛媛県の濱田農園・濱田代表をお招きし、6次化への取り組みについてお話を伺い、グループ討議を行いました。実施時期はみかん収穫の最盛期であり大変ご多忙のなか、「6次化にも取り組んでおり、このような機会は大変ありがたい」とご参加いただきました。

「きわみ」はストレート果汁ジュースであり、780ml瓶を1,200円（税別）の価格設定で販売して順調に売っていますが、実際の商品作りは「そんな（高い）値段で果たして売れるのか？」といった周囲の懸念の声もあるなかで、様々な挑戦や苦勞を乗り越えて現在の販売量・質を確立されたことを余すことなくお話をいただきました。特に、「自分で値段をつけることができ、流通の皆さんにも儲けて貰うことができる商品をつくるのが大切だ」というお話は、6次化に取り組む生産者を支える指導員が持つべき視点として重要でした。



濱田農園のみかんジュース「きわみ」と濱田代表

高知県での実地研修では、西日本高速道路エンジニアリング四国株式会社が取り組むブルーベリーを活用した観光農園「ゆとりすとベリー農園」の運営、シイタケ栽培、道の駅などの施設管理など、地域との取り組みについて、佐川総支配人から詳しいお話を伺い、栽培品目選定や価格設定の方法など活発な質疑応答が行われました。

成果プレゼンでは、それぞれが研修内容を踏まえて課題に取り組み、発表を行いました。プレゼンでの提案には、普及指導員の視点だからこそ見つけられ、かつ研修の経験がなければできない提案がありました。発表後、研修全体を振り返り、研修開始時に確認した「持ち帰りたいもの」について、議論を行いました。

最後にNEXCO西日本宮崎課長より総括をいただき、3日間の研修が終了しました。地域に持ち帰ったものが、研修参加者から拡がり、良い実りを産む事を確信し、祈念致します。

文：民間企業等派遣研修〔西日本高速道路株式会社担当〕
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)



ブルーベリーとシイタケを活用し、地域支援と6次化を行う



高知県大豊町におけるNEXCOグループの取り組み



大豊センター佐川総支配人とシイタケ栽培場



(左)机を取り払い、車座で発表を行う、(右)全員集合！

自ら「考える力」「工夫する力」「創造する力」を導くために 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CSR活動

ウエディングプロデュース事業を行っている株式会社ノバレーゼ（以下、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「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「自分が行動すること」に重点をおいたCSR活動としての人材育成を行っています。具体的には、同社スタッフが地域の農家と関わり、食や農の問題点に関する意見交換、農作業、収穫作業のお手伝い、協働による商品開発・販売など、地域の農家との関わりによって人材を育成する研修プログラムとして実施しています。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」を実践出来る人材を育て、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出来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。



WEDDING SPACE



WEDDING DRESS



RESTAURANT & HOTEL

ノバレーゼのCSRホームページ <http://www.novarese.co.jp/corp/csr/>

研修の狙い ～(株)ノバレーゼの想い～

今回の研修では、CSR活動を担当するノバレーゼの営業本部 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。

研修の実施にあたり、プログラムおよびカリキュラム検討に際しては、研修に参加したあと普及指導員が現場で「実際の行動・実践に移してもらうための研修にするにはどうしたら良いか」ということを重点課題として、ノバレーゼ担当者として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。その中で本研修で受入担当企業として伝えたいことを研修を担当いただいたディビジョンマネージャー野原和歌さんのコメントとして紹介します。

『ノバレーゼのCSR活動は、人材育成の一環として実施しています。その実際のプログラムに参加していただくことでノバレーゼのスタッフが農家や地域の人と交流をすることによって起こる人々の気持ち・行動の変化を体感してもらいリアルな経験として持ち帰ってもらいたいのです。今までのCSR活動でノバレーゼが受け入れ先の農家・地域との関係づくりで常に大切にしていることを理解して欲しいと思っています。それは、CSR活動に関わる農家・地域の人々そして今回は、参加くださる普及指導員が①夢や志、誇りのある仕事をする事、②人と地域が互いに成長し続けること、③地域のコミュニケーションが活性化すること が基本にあります。現地での研修では、その「気持ち」を大切に、具体的な行動を起して、具現化するために「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」を導く方法を身につけて欲しいと考えています』

ノバレーゼのCSR活動の事例を通じて、自らが「考え」、「意見」し「農業者や地域の具体的な課題解決をサポートする立場」で第1次産業に関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、自ら「考え」、「工夫」し、「創造」する力を導き出す課程を実際のノバレーゼの研修プログラムに参加し、その経験を実際の現場で応用していただく手法を身につけ、各地で実践していただきたいと願っています。今回の研修参加者である普及指導員のみなさまにノバレーゼの活動を知っていただくことで、今後の6次産業化の展開事例として、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、より付加価値の高い商品やサービスひいては地域の魅力をお客様に提供することにより様々な企業が関わりやすい環境を作り出し

て欲しいと願っています。企業がCSR活動として第1次産業との連携を強くし、地域の活性化に関わりやすい社会環境が作られ、各地で企業が地域の取組みに関わる事例を推進できるような研修内容としました。

●実施準備・検討過程

今回のノバレーゼでの研修は、通常のノバレーゼ社員対象のCSR研修へ普及指導員に参加してもらいながら、並行して普及指導員向けの研修を実施するという形にしました。よって参加メンバーは、ノバレーゼの社員16名に研修受け入れ先の静岡県沼津市重須のみかん専業農家11戸と、従来よりCSRプロジェクトの商品開発に関わってもらっている静岡のソースメーカー、他地域でノバレーゼのCSR研修に関わる農家と普及指導員（秋田県/茨城県/富山県/島根県/

ノバレーゼ研修プログラム(実施期間:平成24年12月10日～12月13日)

第1日 12月10日(月) 11:00～21:00	第2日 12月11日(火) 8:00～20:30
11:00 オリエンテーション 自己紹介ワークショップ「私の履歴書」 事前課題1「農家の豊かさ」についての発表 12:30 昼食 13:30～18:00 ノバレーゼの事業概要と地域活性化の事例共有 ・重須におけるノバレーゼスタイルの地域の活性化 (1)本当の課題を明確にし、共有にする 「チームビルディング」 (2)目標を設定する「ビジョンメイキング」 18:30 夕食 19:30～21:00 農事組合法人「おもす」の理事と青森のCSR受入農家/ 風丸農場・白神アグリサービスさんの座談会 ・受入れ農家側からノバレーゼのCSR活動による 地域の変化を聴く	8:00 ・事例共有 ノバレーゼスタイルの課題解決のレクチャー ワークショップ 事前課題2「これが買いたい」よりベスト提案づくり 11:30 昼食 12:30～13:30 ノバレーゼ社員の座学研修に参加 13:45～16:00 担当みかん園地にノバレーゼ社員と 同行し収穫実地研修 16:00～18:00 入浴・夕食 18:00～19:00 ノバレーゼ社員「これが買いたい」ワークショップ見学 19:00～21:00 農事組合法人「おもす」の受入担当理事夫妻・商品化の パートナー トリイソースさんも交え商品化にむけた課題を 共有するワークショップ ○振り返りと明日の課題設定
第3日 12月12日(水) 7:30～20:30	第4日 12月13日(木) 7:30～15:30
7:30～16:00 担当みかん園地へノバレーゼ社員と同行し収穫研修・ 昼食は、各受け入れ先農家にて 16:30～18:30 入浴・夕食 18:30～19:00 ノバレーゼ社員向け「これまでの商品作りの歩み」 レクチャー 18:30～20:30 グループワーク 受け入れ農家も交えた商品作りワークショップを見学 20:30～22:00 受け入れ農家との懇親会 ○振り返りとコミットメント	8:00 ノバレーゼのブランディング 「伝える」から「伝わる」 ○研修の総括・まとめとフィードバック 12:30 昼食 14:00～15:30 受入農家とノバレーゼ社員その他参加者によるの 研修 振り返り 16:30～17:30 ノバレーゼ社員の研修振り返り ●各自交通機関のスケジュールにて解散

岡山県/山口県) 6名という構成の研修となりました。またオブザーバーとして静岡大学・名古屋大学などの地域活性化を研究する大学生も加わりました。

本プログラムでは、商品創りのスキルだけではなく、本当の課題を明確にし、その課題の解決を農家主導で実践するためのファシリテート方法を身につけていただくことを目的としています。

別の言葉に置き換えると、農家とマーケット・出口を繋ぐ良き通訳者であり推進者となる具体的な方法を学んでもらいたいと考えました。「農家が主体となって自走する仕組みが知りたい」、「産物の新たな可能性を探る方法を知りたい」、「商品開発を中心とした地域活性の新たな方法を知りたい」、「地方と都市を結ぶ方法を知りたい」など、これらの課題に対しての解決方法をみつけてもらうためのプログラムとしました。また、地域での協働を具体化するために農家と企業との連携をサポートする方法も習得いただきたいと考えました。ノバレーゼ社員が農作業を通じた社会貢献活動に関わることで農家や地域を刺激し、自らで課題を解決するモチベーションを触発するノウハウ、企業が地域や農家に入ることによって活性化するポイントを、本プログラムに参加することで体感してもらいたいと考えました。

農作業・農業の現場を熟知された普及指導員にこの研修で身につけたノウハウがあれば、受講後、現場でスピーディな課題解決を実践してもらいたいと考え、構成しました。

●研修の実施状況

研修実施に向けたノバレーゼとFACOとの事前の検討を踏まえ、テーマに即した研修を4日間の日程で実施しました。今回の研修は、ノバレーゼ社員のCSR研修に参加することが軸となるため、その本研修がスタートする前日より普及指導員のためのプログラムをスタートすることにしました。

まず、ノバレーゼの事業概要や今までの地域活性化の取組事例を共有してもらいました。また、農家での実地研修に入る前に理解しておいて欲しい基本技術である「チームビルディング」、「ヴィジョンメイキング」のワークショップを実施しました。実際にCSR研修を受け入れている農家側からの意見をヒアリングしてもらう時間も設定しました。また、研修参加前に取り組んでもらった二つの事前課題について、設定テーマの意図や研修を実施運営する際の事前課題を設定する意義なども理解いただく時間を設けました。まず、普及指導員に研修に参加する側の気持ちに立ってもらい、その中で研修参加者としての気持ちの変化などを体験してもらい、研修を仕掛ける側の意図を理解してもらうようにしました。この手法を実際の現場で農家との取り組みに生かしてもらいたいと考えました。

研修二日目の午後からは、ノバレーゼの収穫プログラムに参加しながら、研修参加者としての当事者体験もしつつ、今後企業と農家や地域の関わり方をどのように推進していったらよいかということ



研修に参加の普及指導員・宿舎の前にて



初日実施の受入れ農家からのヒアリング



(左)プレゼンを真剣に聞く農家とノバレーゼ社員

(右)受入れ農家へ事前課題をプレゼン中の普及指導員

進者側の視線でも体験いただくようにしました。ノバレーゼ社員のみかん畑での収穫作業に同行し、その時間で農家とノバレーゼ社員との関わり方の実態を知ってもらい、その後、11戸の農家と実施する新商品開発のためのワークショップにどんな風に臨んでいるかという課程も体験してもらいました。実際に普及指導員が企業と連携して6次産業化を推進するためのノウハウの中でも、特に関わる人との関係のつくり方やそこに関わる人の気持ちの変化などにフォーカスをあて、研修してもらえるようにしました。農家も交えたワークショップでは、普及指導員には、オブザーバーとしてワークショップのファシリテーション方法を理解してもらうようにしました。ワークショップで取り組む課題に対して参加者が当事者意識をもって主体的にその課題の解決に努めるようになっていく気持ち・当事者意識を醸成させるファシリテーション方法を学んでもらいました。

普及指導員は、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進め方をファシリテーションすることが重要であることを理解してもらいました。そのファシリテーション役をノバレーゼのCSR研修では、ノバレーゼ社員が農業研修の現場での会話やワークショップにおいてその役割を果たしている効果を理解してもらいました。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

今回は、ノバレーゼ社員の農作業を通じた社会貢献活動に実際に関わることで農家や地域がどのように刺激され、農家自らが課題を解決しようとするモチベーションを触発するノウハウや企業が地域や農家に入ることで地域が活性化もしくは変化する実態を体験してもらいました。

研修後に受講された普及指導員から研修の振り返りレポートをいただいたところ、それぞれの現場で「今回の研修内容を早速実践しました」もしくは、



それぞれ担当のみかん園地で収穫作業に取り組む普及指導員



11戸の受入れ農家とノバレーゼ社員による商品開発ワークショップの発表会の様子



最終日のブランディング研修



ノバレーゼ社員との夕食風景



受入れ先農家での楽しい昼食の様子

「現場で実践したいので相談にのって欲しい」という報告などを早々にいただきました。

具体的な課題は地域によって異なると思いますが、この研修で得たノウハウやネットワークを大いに活用し、農業と企業の新しい連携の形をそれぞれの地域に応じたスタイルを見つけ、様々な企業が6次化に参画しやすい環境づくりの推進を各地で展開して欲しいと願っております。

文：民間企業等派遣研修〔株式会社ノバレーゼ担当〕

こめみそ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 堀田 雅湖

(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. パルシステムの想い(理念)と事業の概要

パルシステム生活協同組合連合会は36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。



熱く理念、想いを語る
山本伸司理事長

<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きます。
- ・「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。

<パルシステムの事業>

私たちパルシステムは、生協の原点である「人と人との助け合い」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。

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。



2. 研修の狙い～受入に当たっての想い～

パルシステムは前述のように、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、パルシステムと係り合いのある人たちすべてと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の皆様にもご理解を頂き、消費と生産すなわち川下と川上の仲立ちをして頂けることを期待しております。

その為、普及指導員の皆様に生協の経営理念、

意志決定の仕組み等から、供給される商品に対する品質基準、安全性の追求をはじめとして、それを実現するための業務管理体制及びその実際の全てを公開いたします。

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役割を担って頂けることを期待いたします。

●実施準備・検討段階

1. FACOにおける実施準備・検討段階

①本研修のコンセプト

パルシステムとの最初の打ち合わせで、本研修のコンセプトを次のように設定いたしました。

パルシステム研修のプログラム(実施期間:平成24年11月26日～11月29日)

第1日(月)	第2日(火)	第3日(水)	第4日(木)
9:30 連合会本部集合 実地研修オリエンテーション 司会:FACO加藤寛昭 ・事業について長谷川潤一 ・カリキュラム 小林室長 10:00 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」 11:30 質疑応答	8:00 連合会本部 8:30 車中にてジョイファーム小田原に関するの予備講義 講師:FACO加藤 10:30 講義鳥居氏、長谷川代表 「ジョイファーム小田原の事業概要」 講師 鳥居氏	9:45 東川口駅に集合 10:30 講義 講師 野村和夫専務 「ジピーエスの役割・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	9:00 パル本部に集合 10:00 普及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秋田県生花現物なし ②鹿児島県 ドレッシング現物あり ③長崎県 中晩柑天草 現物あり ④茨城県 サツマイモ 現物あり パルシステム対応者 高橋宏通部長、横山課長、丸山加工品担当、小林室長、堀籠克衛人事部長他
12:00 ～13:00昼食	12:00 ～13:00昼食	12:30 ～13:30昼食	
13:00 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」 14:30 質疑応答 15:00 休憩 15:15 講義 横山博志課長 「パルシステムの商務機能について」 16:15 質疑応答 16:45 本日の振返り FACO加藤寛昭 18:30 交流会	13:00 ミカン農園視察 14:15 契約農家の圃場視察及び質疑応答 15:30 ジョイファーム出発 車中にて本日の振り返り FACO 加藤 17:30 新宿駅にて解散	13:30 センター内視察(納品から出荷まで)伊東課長 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 16:15 質疑応答 16:45 本日の振返り FACO加藤寛昭 17:30 東川口駅にて解散	12:00 総評 12:30 終了・食事 14:00 解散

本研修のコンセプト ～敵（受け手）を知ること！～

- ①普及指導員は生産者側で日々の活動を行っており栽培に関してはプロフェッショナルである。しかしながら、栽培した農産物を「買って下さい」と言う経験はほとんどない。
- ②6次産業化においても作った物の販路が確保できなという大きな課題を指摘できる。
- ③それに対応するには、作った物を買う一買ってもらには、買い手が何を望んでいるか、何を基準にして商品の調達を心がけているかを売り手側は知る必要がある。
- ④本研修では、農産物の買い手である生協がどんな理念に基づき、どんな価値判断を基準とし行動をしているか等を知ることが目的としている。
- ⑤従って、知識修得とか技術習得を目的としたものではない。
- ⑥最後に、売るということはどういうことかを実際に体験することにより、消費者起点にたった思考の必要性を体得する。

パルシステムとの最初の打ち合わせにおいて、FACOからお願いした点として、普及指導員は日ごろお客様としての買い手側の人と接する機会が少ないので、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出来る知識を修得して頂ける機会としたい旨を依頼しました。また、研修に当たっていわゆ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知識とか技術習得のための研修ではないことも依頼しました。

①売込みの実習

特長的なこととして、最終日には実際に商務担当者へ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。

②教わる研修から学びとる研修へ

以上の狙いを実現するために、生協と付き合うには何をすべきか、何に留意すべきかを自分で学びとってもらうことにある旨を事前に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

4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に人材開発室の室長及び担当者1名をこの事業のために配置をして受入体制を取って頂きました（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、講師選定

カリキュラムに関しては、本事業の目的に添うべく前述のコンセプトを念頭に企画。この2名のご担当者で編成して頂き、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けることになりました（幹部の方ばかりなので日程調整が大変だったようです）。

③パルのすべてを公開します！

パルシステムを総合的に理解をしてもらうために、本部における講義だけでなく、農産物の調達機関であり、物流も担当する関連会社や、実際にパルシステムと取引のある産地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、古くからの主要な産地、仕入先であるジョイファーム小田原への視察・研修も取り入れて頂きました。

「研修期間中のどんな質問、疑問にも全てを開陳します」との基本的なスタンスもありがたかったです。

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、温かい受入体制に感激しました。

●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、その日の最後にFACOから15分程度の総括をする時間を取りました。また、その日のカリキュラムごとの感想を研修生の皆様に翌朝までに書いて提出して頂きました。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。そのほか、FACOは毎日の講義録、現場研修記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. 使用教材の提供

講義内容（カリキュラム）や視察先の案内書、資料等はパルシステムの事務局でご用意して頂きました。また、売込み実習に備えての必要な資料の作成等については事前にメールで打合せをいたしました。

3. 実施状況

カリキュラムに沿って、初日は本部において、まずは理事長から経営理念、行動基準等生協の何たるかの説明をお聞きしました。次いで具体的な商品戦略に基づく商務の進め方、商品選定等についての全体像を学びました。取引開始に当たっては、商品の善し悪しも重要ですが先ず地域協定を結んでから実務の話に入るとの説明に、生協の何たるかを垣間見ることが出来ました。

2日目のジョイファーム小田原では、長谷川組合長さんから「30年前にパルさんと初めて付き合い始めたときに、自分たちの栽培したミカンを直接価格交渉ができた時の感激が未だに忘れられない。そのことで価格が事前に確定されることにより、計数管理が可能になったことで企業としての農業経営が実現できた事のメリットは大きかった」との話が皆さん印象的だったようです。

3日目のGPSではカタログ掲載商品の決定システムの実際や場内における選果、アソートの現場を見学しました。産地側での選果が受け手側（パルシステム）のニーズにマッチしているか否かの実際を見ることが出来ました。最終日は、皆さんにそれぞれ持参して頂いた地元の産品を、実際にバイヤーさんに対して商品の売り込みをしていただきました。試食ができるものは試食を行いました。事前に商品カルテを作成して臨まれた方もいらっしゃいました。人事部長も加わって厳しくそして優しい評価、コメントを頂きました。



「さっぱり系だね、この中晩甘は。」試食の評価は上々。



初めての売込み経験だったので本当にいっぱい一杯でした…。ご苦労さまでした。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

本研修の狙いとするところは、終了後のアンケートにおけるコメントからも分かるようにほぼ達成できたと読み取れます(下記感想コメント参照)。

- 全体を通して、優しさにあふれた研修であった。今後の自分の業務活動にいかしていきたい。
- 今回の研修を地元を持ち帰り少しでも地域に還元したい。
- これまで生協さんと直接接したことがなかったので、パルを理解するのに時間がかかった。
- 売込みの実習に関しては、準備不足を痛感した。でも、今後の仕事の中で売込みや商談の進め方について指導がし易くなった。
- ジョイファーム小田原では、JAとも一体となって生協と取り組んでいることを知って驚いた。(そういうこともできるんだと。)
- 売り込むことの大変さを身をもって感じた。
- (売込みについて)他県の取り組みも垣間見られて大変参考になった。
- 売り込み実習はきつかった。誰に向かってプレゼンをしているのか途中でわからなくなってしまうほどだった。いい勉強をさせて頂いた。
- 研修に際して、細部まで気を使って頂いた。
- 技術研修のときなどに、今回学んだ売込みのための努力を地元に戻ったら指導したい。



「ウーン、そこまで深い付き合いが必要か～」



GPS(農産物調達・物流担当子公司)で説明を聞く



「隣の畑は、農薬を使うのでうちのミカンばかり猪が狙う」と言って笑う契約農家



前列左から: 深澤さん(需給セ)、高橋さん(秋田)、折本さん(茨城)、植田さん(パルシステム)、後列左から: 長谷川さん(需給セ)、小林さん(長崎)、山本理事長(パルシステム)、小林室長(パルシステム)、下沖さん(鹿児島)、加藤(FACO)

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)

6次産業化へのマインドを醸成して、 売れる商品開発のテクニックを学ぶ！

株式会社ヒルズ

●普及指導員派遣研修の狙い

地域の生産者、消費者とのつながりによるまちづくり

株式会社ヒルズ（以下、ヒルズ）は宮城県柴田郡大河原町に在在する養豚業者です。また、経営の基盤である養豚以外にも、地域資源の循環、地域連携の強化を促す事業を展開するなど宮城県における6次産業化の先駆的企業といえます。

養豚事業については徹底した飼養管理、衛生管理を実施、「薬に頼らない養豚」を実現し、生産のみならず地域の農業生産者との連携による直売事業（とんとんの丘もちぶた館）、地域住民の憩いの場としての温泉事業（おおがわら天然温泉いい湯）、また自社生産のお米「ひとめぼれ」を100%使用した「どぶろく」の開発や地元の味噌醤油製造会社等との連携による商品開発など多角的な事業を展開しています。

6次産業化はテクニックではなくマインド

ヒルズは養豚事業を基盤とし、地域の生産者、中小企業者との密な連携を図っており、生産拠点に隣接する場所での産直所の開設や地域の食材の使用率100%を目指した飲食施設、味噌醤油製造会社等との商品開発を通じ、地域のつながりを強化する活動を実施しています。

ヒルズの取り組みから感じるもの—それは6次産業化は単に生産から、加工、販売を実践するのではなく、その活動を通じて地域を作っていく、より密接に消費者とつながり、生命を育む現場を地域の消費者に知っていただくという強い想いです。本研修ではヒルズの取り組みを通じ、6次産業化は単なるテクニックではなく、マインド形成が必要であることを伝えていきたいと考えました。

ともに歩み、ともに笑う。
ヒルズでつながる地域の笑顔

ホーム HOME 会社情報 COMPANY 事業内容 WORK 環境への取り組み ENVIRONMENTAL 製品情報 PRODUCT

株式会社ヒルズ ホーム

● 事業内容紹介 ▶ 詳しくはこちら

養豚
● 養豚事業
養豚一貫経営による飼育により、徹底した飼養管理、衛生管理を実現しています。「薬に頼らず、健康に育った豚はおいしい」という考えの基、安心・安全な豚を育てています。

温泉
● 温泉事業
源泉かけ流しの天然温泉が楽しめる日帰り温泉です。美肌の湯でゆったりとお過ごください。

店舗
● 店舗事業
直営農場で育てた安全安心な「和豚もちぶた」をはじめ、地場産品を豊富にそろえています。

● どぶろく紹介

男桜 女桜
● 自家製どぶろく「男桜/女桜」
自社生産のお米を使った「どぶろく」は、ピリっとした味わいの「男桜」、甘みが広がる「女桜」が楽しめます。

株式会社ヒルズのホームページ <http://www.hill-s.co.jp/>

●実施準備・検討過程

今回のヒルズ研修参加者は、普及指導員3名（専門技術員3名：福井県、群馬県、山形県、畜産・果樹担当）と地域のコーディネーター1名の計4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、研修ではこれまでヒルズが行ってきた地域の他の資源を活用した商品開発という視点、地域を巻き込む商品開発の大切さを伝えること研修を行いたいと思いました。

(1)生産者や中小企業者、消費者との連携づくり

研修参加者が研修終了後に「それぞれの地域で6次産業化の支援活動を行う際に必要なものは何か」

ということを基本コンセプトに研修内容に落とし込みました。

その中で特に重要視したのは、生産者のマインドセットです。生産者の6次産業化を成功させるためには生産者が自らその活動を推進し、地域を再生していくという想いの重要性です。

したがって、本研修ではヒルズの佐藤社長からの講義、味噌醤油製造会社と地元生産者とのトークセッションにより、

- ・研修参加者が今後生産者とどう向き合うことが大切なのかという関わり方の基本
- ・生産者の高いマインド醸成を図ることを目指す研修内容としました。



産直施設内には地元生産者の食材が並ぶ



佐藤社長から会社の取り組みについての説明風景

ヒルズ研修のプログラム 実施期間：平成24年2月5日～2月8日

	第1日[2/5(火)]	第2日[2/6(水)]	第3日[2/7(木)]	第4日[2/8(金)]
午前	10:00集合 (天然温泉「いい湯」) [オリエンテーション] ○地域の連携と循環の在り方 ○震災からの復興の軌跡 ○株式会社ヒルズの活動紹介	10:00集合 (天然温泉「いい湯」) [トークセッション] ○地域ブランド創造に向けた取り組み ○株式会社ヒルズ社長と玉松味噌醤油株式会社、地元野菜生産者のトークセッション	10:00集合 (天然温泉「いい湯」) [グループワーク②] ○研修生の地域商品の開発ワーク	10:00集合 (天然温泉「いい湯」) [全体での意見交換] ○講座を通じて感じたことのまとめ [まとめの講義] ○(株)ヒルズへの助言報告書作成 ○研修全体のまとめ
午後	13:30 [実地研修]養豚場視察 ○飼料・衛生管理の現場を知る [実地研修]産直所視察 ○商品販売の現場を知る ○販売員との意見交換 ○まとめ(17:30終了) 18:00～懇親会	13:30 [講義・解説] 商品開発のステップを学ぶ [グループワーク①] ○株式会社ヒルズの豚肉を使用した地域特産品の開発 ○開発商品に関するフィードバック ○まとめ(17:30終了)	13:00 テストマーケティング(コンセプトテスト)を体験する ○想定する顧客からの意見を聴く ○講師からのフィードバック ○開発商品のブラッシュアップ ○まとめ(17:30終了)	

(2)売れる商品開発の手法を学ぶ

研修の中核的な内容としては、商品開発に関する具体的な手法を学ぶ内容としました。

研修参加者が商品開発について学んでいただきたいことを

- ・商品開発の一連の流れ
- ・商品開発における商品企画段階の大切さ
- ・テストマーケティングの大切さ

という3つの内容を基本的な柱として、座学、ワークショップ、演習という手段に落とし込みました。

商品開発の講義については、商品開発における3つの段階（商品企画段階、研修開発段階、製造段階）に関する内容、その中でも商品企画段階については特に深く講義を実施し、

- ・商品企画段階の一連の流れ
 - ・ストーリー作り（商品コンセプトと差別優位性）
 - ・マーケティング戦略
 - ・テストマーケティングの具体的手法
- についての知識醸成を図る研修としました。



ヒルズと玉松味噌醤油の共同開発による商品

(3)養豚の現場から学ぶ

今回の研修拠点であるヒルズは養豚事業を基盤とする企業であり、研修参加者も養豚に関する知識やその現場についても学びたい、見学したいというニーズも当然あることから、ヒルズの全面的な協力のもと、飼育現場の見学も実施することとしました。

見学では普段見ることができない、豚舎内についてもヒルズの多大なる協力により実現しました。



豚舎の見学

(4)顧客目線の商品開発の実践

商品開発のスキルの醸成を目的に、研修参加者それぞれに地場産の生産物を持参していただき、それをテーマにした商品開発演習を研修に盛り込みました。

具体的には、商品開発における商品企画段階を主なテーマとして、アイデア出しからマーケティング戦略の策定までを演習形式で実施することとしました。

作られた商品の企画は「作り手側の想い」であり、それが対象ターゲットに認知され、購買につながるためには「買い手側の想い」を知ることが重要であり、その要素を研修に盛り込みたいと考えました。



受講者が持ち寄った地域の素材をテーマにした商品開発ワーク

具体的にはフードコーディネータ及びターゲットとなる女性に研修会場に来ていただき、企画された商品についてのコメントをいただくというテストマーケティングを演出しました。

●研修の実施状況

研修実施に向けたヒルズとFACOとの事前の検討を踏まえ、テーマに即した研修を4日間の日程で実施しました。

研修においては、ヒルズの活動としての地域との連携状況、東日本大震災からの復興の軌跡についての講座、養豚施設、産直施設の見学、味噌醤油製造会社、地元生産農家とのトークセッション、商品開発に関する座学、グループワーク、テストマーケティング演習と多彩な内容で実施しました。

一連の研修では、ヒルズの佐藤社長自ら主体的に研修にご協力いただき、また養豚場見学では副社長より案内をいただくなど手厚い対応をいただきました。味噌醤油製造を手掛ける玉松味噌醤油株式会社の阿部工場長、渡辺氏、地元生産者T-FARM代表の高橋氏からも地域での活動を熱心にお話しいただきました。

また商品開発グループワークでは商品開発の手法による商品の企画を研修参加者の地元の生産物をテーマに実施、企画した商品に関するテストマーケティングと、研修参加者にとっては新たな学びの多い研修であったと思います。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

「今までの商品開発の考え方が180度変わった」

「狭い目線で考えるのではなく、もっと柔軟に考える必要があることが分かった」

上記は研修参加者の方々から頂いた感想です。

今回の研修では、6次産業化とは、テクニックではなく、マインド醸成が大切であることをテーマに、その伝達手段として地域との連携の在り方、6次化の進める想いを伝え、そのうえで、商品開発のスキル醸成の研修を行いました。そのコンセプトが伝わった研修であったと思います。



ヒルズ佐藤社長より事業活動の概要を説明いただく



養豚場での視察。豚舎内の見学は貴重な体験となった



産直施設での見学ではたくさんの商品開発のヒントをいただいた



玉松味噌醤油株式会社阿部工場長(左手前)渡辺氏より事業活動に対する説明



T-FARM代表高橋氏と研修生との意見交換



新商品のアイデア出し。たくさんのアイデアが創出された

商品開発はさまざまな人を巻き込むことの大切さ、絶えず顧客目線で考えることの大切さも実感できた研修であったと思われます。

今回の研修を通じて、研修参加者が地元に戻り、より柔軟な姿勢と生産者のモチベーションを引き上げる関わりを通じて、地域を巻き込みながら、優れた温かみのある商品開発や販路開拓を行い、徐々に地域に新しい農業の在り方を支える活動を行うこと、そして一人でも多くの農業のトップランナーを研修参加者の地域で作られることを大いに期待しております。

文：民間企業等民間派遣研修 [株式会社ヒルズ担当]
ホライズンコンサルティンググループ株式会社
代表取締役 庄司 和弘
(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！ 地域特産品の加工と技術

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、地域農産物を加工し販売する農業者が一気に増えたことにより商品が供給過剰になり、ますます売れないという悪循環に陥っている地域があります。国や都道府県では様々なプログラムによって生産者の事業支援や事業化の推進を行っていますが、実際は連携の欠如やリーダーの不在などにより、継続できず失敗に終わってしまうケースがあるのも事実です。

これらの取り組みの中で農業者に最も近い立場で支援できる人材が普及指導員です。農業者を取り巻く厳しい現状を打破し、生活水準を向上させるためには、指導者である普及指導員が農業技術の指導のみならず、加工、販売、流通と一連の流れを理解した上で、多様化するフードビジネスに生産者を結びつけ、コーディネートする力が求められています。従って、これからの時代は、普及指導員に生産者のものづくりを総合的にサポートするスキル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ぶだけでなく、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、6次産業化の意義や方法論を体系的に学ぶとともに、売れる農産加工品を作るための技術や手法について学んで頂きます。そして技術力を強化するために欠かせない農産加工機器について学ぶ時間を多く取り、適切な農産加工機器を導入するためには、実際の作業の流れを知り、生産能力に合わせた機械の選定や設置レイアウトができるよう、農産加工機器についての知識をつけることを目標にしました。



研修二日目、ヤエガキフード&システム研究棟屋上にて
左から高橋様(秋田県)、石井様(富山県)、佐伯様(ヤエガキF&S)、山本様(兵庫県)、石川様(北海道)

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を対象に、研修受け入れ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

農業者が農産加工に取り組む際、必ず必要になるのが農産加工設備ですが、農産加工機器には様々な機種やメーカーがあり、専門的な知識を持っていないと業者の言いなりになってしまい、結局使い勝手の悪い設備になってしまうケースも多々見られます。また、せっかく機械を導入しても加工のポイントを理解していないと優れた加工品はできません。

普及指導員は、地域の生産者から地域の農産物を利用した商品開発技術のサポートや加工施設の立ち上げ・運営に関し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)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。また、実際に加工機を使って廻る仕組みを体験して頂く事で、機械任せではなく、人の手を介した温度管理や状態把握が大切であることも研修のポイントにしました。

ヤエガキフード&システム(株)より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、設置レイアウト、製造マニュアルに至るまで非常に詳しい資料をご提供頂いたことにより、機器納入までのプロセスと活用方法について深く理解して頂けるよう、座学、実習、視察、発表をバランスよく取り入れ、農産加工について総合的に学べるカリキュラムを実現しました。

研修スケジュール

第1日 11月6日(火)10:00~17:00	第2日 11月7日(水)10:00~17:00
10:00 集合 ヤエガキフード&システム(株) 研究棟5F 小会議室 姫路市林田町六九谷681(JR姫路駅から神姫バスで30分) 10:10~12:00 講義 (1) 食を通じた地域活性化 12:00 昼食(会議室にてお弁当) 13:00~15:30 講義・解説 (2) ヤエガキフード&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取り組み ③ 味噌づくりについて 15:30~17:00 加工体験 (3) 「米麴づくり①(放冷、種付け、取込)」 17:00 終了 18:30~ 懇親会	10:00 集合 ヤエガキフード&システム(株) 研究棟5F 小会議室 10:00~11:30 講義・解説:地域連携 (1) 「6次産業化プランナーとしての活動報告」 11:30~12:00 加工体験 (2) 「米麴づくり②(切り返し)」 12:00 昼食(会議室にてお弁当) 13:00~16:30 講義・解説:商品開発 (3)商品開発について ①「健康逸品の商品開発について」 ②「発酵食品について」 ③「売れる農産加工品のパッケージ」 16:30~17:00 加工体験 (4) 「米麴づくり③(手入れ)」 17:00 終了
第3日 11月8日(木)9:30~17:00	第4日 11月9日(金)10:00~12:00
9:30 集合 ヤエガキフード&システム(株) 研究棟5F 小会議室 9:30~10:30 加工体験 (1) 「米麴づくり④(出麴、袋詰め)」 味噌づくり等についての質疑応答 10:30 出発移動 11:00~17:00 視察 (移動はワゴン車をご用意致します。) (2)農産加工現場の見学 ①「安富ゆず工房」(姫路市) 12:45~13:30 昼食(波賀メイプル公社「楓の里」にて) ②「波賀メイプル公社」(宍粟市) ③「ささ営農」(たつの市) 17:00 終了 JR姫新線 本竜野駅にて解散	9:30 集合 ヤエガキフード&システム(株) 研究棟前 9:30~10:10 蔵見学 10:10~11:30 発表 (1) 成果発表(各自20分) (2) 研修会の総括 11:30~12:00 総括 (3) 質疑応答(食品機械課) 12:00 終了 「揖保乃糸資料館・そうめんの里」にて昼食(希望者のみ) 昼食後 JR姫新線 本竜野駅にて解散

●研修の実施状況

本研修の特徴は、「教えられる」のではなく、自らが「感じ、考え、伝える」ことを大切にしています。初日は、6次産業化とは何か、そして、本研修の意図と狙いを知って頂くための座学として、(社)食品需給研究センター長谷川氏より食を活かした地域活性化についての講義と、研修の舞台となるヤエガキフード&システム(株)について知って頂く講義を設定しました。

そして二日目は6次産業化の現状を理解するために、6次産業化プランナーとして活動されている専務取締役の佐伯様より活動報告を頂きました。またマーケティングの手法を学ぶ座学として、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「紫黒米健康酢」に代表される

『健康逸品』の商品開発秘話をお聞きしました。

企業の商品開発も始めから成功があったわけではなく、改善を繰り返しながら磨き上げられていることを感じて頂けたのではないかと思います。



食品需給研究センター長谷川氏による
6次産業化についての講義



温度管理が欠かせない「切り返し」と呼ばれる作業



3日間の努力の賜物の麴。「教科書通りの仕上がりに」と太鼓判をもらう



終始お世話になったヤエガキF&Sの佐伯専務様、宮藤様、前田様、菅原様、干飯様

今年度初の試みとなる「麴づくり体験」は、3日間で、種付け、取込み、切り返し、手入れ、出麴の作業を行い、できた麴は各自お持ち帰り頂きました。味噌や甘酒造りに必要となる麴はその出来具合で美味しさが決まると言われているほど大切な行程で、決して機械任せではなく、人の手で温度管理や状態確認を行っていく必要があることや、作業のポイントなどを食品機械課の方々に非常にきめ細やかに指導頂きました。

三日目の視察研修は6次産業化の成功例として、兵庫県内の3カ所の農産加工施設を視察していただきました。小規模ながらも適切な機器が設置されフル稼働している施設であり、作業が滞りなく進むようなレイアウトに沿って設計されています。実際に現場を見ていただくことで、規模や目標生産量に合わせて設置プランを作り、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。

最終日である四日目は、この研修に参加したことを今後どのように活動に活かすかを発表して頂きました。6次産業化を総合的にサポートするには幅広い人材ネットワークを持つ事が大切だと改めて感じて頂きました。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

本研修では、6次産業化の現状を学ぶとともに、農産加工、商品開発、マーケティングの3つの柱に沿って、講義、実習、視察、発表を通じ、自ら感じ考えて頂くことを目的としました。

最終日に研修の感想をお聞きしたところ、6次産業化を体系的に学べた事がとてもよかったというご意見が圧倒的で、課題を解決するために普及指導員がカバーできないところは適切な人材につないでいくことの必要性を改めて実感したとのご意見が多数でました。そして、加工施設について問題や疑問、メンテナンスの必要性が出て来たときに相談できる窓口ができたことが大変ありがたいというご意見が多く見られました。また、麴づくり体験は発酵食品の原理が深く理解でき、技術を高めることにつながった、現場に深く入り込むことの大切さを知ったとのご意見もありました。民間企業での研修は初めてで、ヤエガキフード&システム株式会社の理念がお客様に対する誠実さや地域とのつながりを大切にしていることを実感したとのご意見もあり、マーケティングの基本にその理念が活かされていることを実感頂けたようです。



「安富ゆず工房」にて。消費者の立場から商品を選ぶことも大切な体験



「安富ゆず工房」にて組合長のお話を聞きながら熱心にノートを取る



新しい事業モデルに取り組む「ささ営業」にて6次産業化の可能性を聞く

本研修にご参加下さった普及指導員の方々は大変に熱心に取り組んで下さり、研修の随所まで学び取ろうという意識の高さが感じられました。3.5日間の研修で、何が最も印象深かったかはそれぞれ異なると思いますが、民間企業において体験型の研修を受けて頂いたことで、企業のものづくりに最初から成功があったわけではなく、よいものを絶対作るという熱意や諦めない粘り強さ、お客様との信頼関係構築のためのたゆみない努力などを感じて頂いたことに、研修の意義があったと考えます。研修の中では、ヤエガキF&S(株)の佐伯様、干飯様、食品機械課の前田様、菅原様、宮藤様のように、情熱を持って会社の成長を支えてこられた方々との関わりがありました。社内での信頼関係や仲間、個々の責任意識など一人一人が最高の働きをするために現場に入って一緒に汗をかく情熱・熱意、人脈など、どれをとってもその日限りの努力で築き上げられたものではないはずです。

一人の力を地域を動かす大きな力に変えるためには地域とつながり合って、点から線、線から面へと一つの取り組みを大きなムーブメントに変えていくことが必要になることでしょうか。そのためには、製造だけでなく、商品開発、マーケティング、販路開拓など販売に関する幅広い知識を持つこと以外に、人と人とを結びつけるコーディネーターとしての役割も担うことが求められているのではないのでしょうか。

この研修で伝えたかったことは、ものを売るために必要なのは、ものづくりや販売のための知識と同様、「人」の存在やつながりを構築することの大切さです。もちろん、完成度の高い商品を作るために、商品開発やマーケティングに関わる総合的な知識や感性も必要ですが、それ以上に事業を推進していくためにはチームワークがなければ事

業を進めることはできません。佐伯様がおっしゃったように、まずは現場に入り込み一緒に汗をかくことによって、深い信頼関係を結ぶ事から始まるのです。

全国で6次産業化の様々な施策が始まり、商品開発・販売に取り組む農業者の方が増えました。その結果、農業者の方々の生活に明るい変化が生まれたかということとそうではありません。もちろん一部の農業者は6次産業化ブランドとして広く認知され、企業と取引をしているケースもあります。しかし現状はそれら成功事例は数少なく、ほとんどのケースでは商品を作ったが売れないという状況で、場所代や人件費がかからないからやっつけていけるが実際は全く利益が出ておらず、悪くするとマイナスになっているケースが多々あります。

そもそも6次産業化は農業者の方々に豊かになってもらうための施策なのに、取り組みが成果につながらず空回りをしているのはなぜでしょうか。そして農業者の方を最も身近で支え、6次産業化をサポートする普及指導員はこの現状を打破するために、何をすればよいのでしょうか。

研修の捉え方は参加して下さった方それぞれに異なっただと思いますが、民間企業の取り組みやお客様との関わりについて深く知って頂くことで、民間企業の成長の原点が「人」であることを感じて頂けたのではないのでしょうか。

改善に改善を繰り返しながら成長し続けることは民間企業でも変わりはありません。この研修に参加したことで視野が広がり、6次産業化の現状や課題をしっかりと見据え、改善して行くきっかけになれば幸いです。

文：民間企業等派遣研修

〔ヤエガキフード&システム株式会社担当〕
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・とちまるショップ

●普及指導員派遣研修の狙い

6次産業化が推進されて以来、総合化事業計画だけでも全国で約千件が認定されるなど、6次産業化というワードが徐々に浸透してきました。しかし、商品やサービスの多くが生産者視点で生み出されており、結果として市場の消費者に評価されないというケースが残念ながら多い現状にあります。

この度の普及指導員派遣研修の狙いは、徹底したマーケットイン発想に基づく「出口戦略」のプロデュース手法を通じて、「買いたくなる商品」「利用したくなるサービス」の仕掛け方を学習していただき、各地域に持ち帰っていただくことを目的として研修カリキュラムを計画致しました。

今回の研修では「飲食店」と「アンテナショップ」という2つの切り口を通じて、首都圏における地域製品の流通、食材の提案、消費者コミュニケーション、生産者の組織化や仕掛け方の手法を多面的に学習していただくために、「六本木農園」と「とちまるショップ」を中心としながら、関連する周辺の方々にも協力をいただきました。これにより6次産業化の裾野の広さを、様々な人たちのリアルな関わりで体感することで、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研修としました。

この度の研修にご協力をいただいた「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、または地域ブランディング、マーケティング等をトータルでプロデュースし、六本木農園プロジェクトとして、社会を変える新しい見方を提案する様々なプロジェクトを仕掛けられております。

研修でお世話になった総合プロデューサーの株式会社UMARI代表取締役の古田秘馬氏は、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の仕掛けや社会貢献に意欲的に参画されており、研修を通じて惜しみなくご自身のプロデュース手法を提供いただきました。

また、株式会社ファーマーズ・フォレストは、地方の立ち位置から、地域商社をコンセプトに「買いたい・行きたい・住みたい」3つの地域価値創造の場を通じて展開する「農業と食、地域資源の総合プロデューサー」として、地域の6次産業化を実践しております。今回の研修では同社の運営する栃木県アンテナショップ「とちまるショップ」をはじめ、同社が仕掛けに関わる若手生産者の組織化の事例や、他の都内に展開する行政アンテナショップの方々にも協力いただき、商品販売だけでなく人や地域の付加価値化のノウハウを提供していただきました。

六本木農園プロジェクト（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。六本木農園プロジェクトは、六本木の路地裏から社会を変える新しい見方を提案する、「日本トラベルレストラン」「東京晩餐会」「インターナショナル寺子屋」などのプロジェクトの他、「丸の内朝大学」など多彩なプロデュースを通じて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。

◇六本木農園プロジェクトのホームページ <http://www.projectnoen.com/>



とちまるショップ（株式会社ファーマーズ・フォレスト）

2012年5月東京ソラマチ4Fに誕生した栃木県アンテナショップで行政が設置し、民間企業である株式会社ファーマーズ・フォレストが運営しております。同社では、道の駅や観光農園等の運営をはじめ、農産物や特産品の流通、食農支援プロデュース等を広く展開しており6次産業化を自らで実践しながら、地域商社のコンセプトで「場」を通じて地域全体の6次産業化を推進する仕組みを構築する「農業と食、地域資源を結ぶ総合プロデューサー」として活動しております。

◇ファーマーズ・フォレストグループのホームページ <http://www.farmersforest.co.jp/>



「とちぎ」の魅力を
まるごと届け!

●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、古田氏との打ち合わせで、「六本木農園」においては、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ために、六本木農園プロジェクトとして実践される様々なプロデュース手法の体感とともに、シェフ、農家それぞれの視点から、出口戦略と消費者コミュニケーションを学ぶ討議を中心とした座学カリキュラムを設定することとしました。

講師陣は、代表の古田氏をはじめ、比嘉グランシェフ、催事担当の村田さん、農家のこせがれネットワークから脇坂代表に其々の立場からお話をいただくことになりました。

また「とちまるショップ」では、地域アンテナショップを通じて、地域特産品の首都圏における出口戦略のリアルな実情を知っていただくカリキュラムとしました。具体的には、東京ソラマチに所在する同店だけではなく、南青山に所在する「福井291」、表参道に所在する「ネスパス新潟館」、そして銀座地区に所在する各アンテナショップを巡る

フィールドワークを2日目に設定して、各県戦略の違いを知る事と同時に、立地や店舗環境によって、マーケットの違いや流通面での出口戦略自体が店舗毎に異なることを体感していただくことで、商品化が先行する昨今の食農連携や6次産業化の課題を掘り下げる体験学習と致しました。

3日目は、午前は補足のインプット講義、午後からはグループにおいて各普及指導員の担当職務を通して地域の課題抽出と、課題解決における出口戦略手法の活用に関してディスカッションしていただき、最終4日目には各自でプレゼンテーションを実施するカリキュラムを編成しました。

このように、今回の研修では、地域資源である「人・モノ・コト」の出口戦略プロデュースを、飲食店とアンテナショップで実践する事例を通じて、各自が地域課題を解決するための出口戦略とプロデュース手法の活用について、新たな気付きを生み出すことができるように、出来る限りの時間を講師や研修生同士のディスカッションに費やし、より「自分事化」する事を狙い、プロデューサー養成視点での実践的プログラムとなることを重視しました。

研修プログラム 実施期間:2013年1月21日～1月24日

1日目 1/21(月) 10:00-17:00	2日目 1/22(火) 10:30-17:30	3日目 1/23(水) 9:30-16:30	4日目 1/24(木) 10:00-13:00
10時 六本木農園集合 10時 オリエンテーション 10時半 総合講義1 ①農業と地域プロデュース手法 ②マーケティングとプロデュースの違いについて	10時30分 表参道駅集合 11時 フィールドワーク1 ①福井県アンテナショップふくい291視察 ②新潟県アンテナショップネスパス新潟館視察 銀座地区へ移動	9時30分 神田会議室集合 9時半 総合講義 ①出口戦略について ②6次産業化時代に求められる商品開発とマーケティング 11時半 アウトプット講義 ①とちまるショップの経営戦略 ②農家ブランド化の先端事例	10時 神田会議室集合 10時 プレゼンテーション ・個人別発表 ・全体講評 13時 終了・解散
14時 六本木農園におけるビジネス戦略① ①シェフの現場での取り組み ②消費者との接点創造 16時 六本木農園におけるビジネス戦略② ①農家のこせがれネットワークと若手農家の機会創出 18時 懇親会(六本木農園)	14時 フィールドワーク2 ③銀座地区アンテナショップの自由課題研究 東京スカイツリーに移動 16時 フィールドワーク3 ④とちまるショップ視察 17時半 解散	14時 グループワーク① ・各地域の課題抽出 15時 グループワーク② ・各地域課題の解決の方向性とプロデュース手法の活用 16時半 解散 ※各自宿泊先で発表準備	

(1)徹底して知る「座学」

一方的な座学ではなく、討議形式の座学を取り入れながら、徹底して実践手法を知ることがを心掛けました。

理論やマーケティングの実践的手法を知るための総論講義と、事例を含めたビジネスモデルの戦略論を体感する講義を織り交ぜて、フィールドワークの前後での事前情報提供と事後整理と課題の発掘をしやすいように構成しました。

今回の座学で重視したのは、討議と質疑の時間をじっくりと取ることで、とことん研修生の理解と向き合うプログラムにしました。

(2)自分事化する「フィールドワーク」

当該研修のフィールドワークでは、様々な立地環境と店舗特性を持つ、都内にあるアンテナショップの実情を徹底して理解していただけるようにプログラムしました。

特に「ふくい南青山291」では井上館長に討議の時間を取っていただき、その後、「ネスパス新潟」を全員で視察。銀座地区では、各自が調査したい店舗を自由に課題研究した上で、「とちまるショップ」へ移動して視察する計画としました。全てにおいて特徴の違う出口戦略を体感することで、消費マーケットを自分事化することを重視しました。

(3)思考を深める「グループワーク」

講義とフィールドワークを経験した上で各自の担当地域における課題を持ち寄り、4人1グループでの討議を行うことで、他の地域の課題との共通点や差異を知り、さらに客観的に課題を見つめなおすことで思考を深める場を設定いたしました。

FACOとゲスト講師がファシリテーターとなって、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を設定、課題抽出と、課題解決の方向性における出口戦略やプロデュースの活用について、自分の考えを話し、それぞれの考え方を聞く。このような時間をたっぷりと設定いたしました。



古田氏と比嘉シェフ質疑応答中



村田さんによる接点創造の座学



農家のブランド化事例講義中



農家のこせがれネットワーク座学

(4)伝え共有し繋がる「プレゼンテーション」

研修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討議を基に導いたそれぞれの各担当地域課題の解決のために、自らがプロデューサーの視点に立った場合に、どのように出口戦略をとらえ、プロデュース手法を活用するかを発表していただくことにしました。

これにより、それぞれ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事を目的とした有意義なプレゼンテーションになるように企画を致しました。



ふくい南青山291館長の話聞く



グループワークでアツク討議中



とちまるショップを視察中の風景



最終プレゼン実施中の風景



【研修に協力いただきました方々】

上段左より:

古田秘馬氏・比嘉康洋氏・村田麻美さん(以上:六本木農園)

脇坂真吏氏(農家のこせがれネットワーク)

下段左:井上義信氏(ふくい南青山291館長)

下段右:亀田泰志氏(農援団団長)



●研修の実施状況

研修の実施は、1月21日から1月24日の4日間で実施致しました。今回の当該コースの研修参加者は、新潟・栃木・埼玉・千葉・岐阜・福井・大阪・鳥取・佐賀・熊本・鹿児島・沖縄の普及指導員計12名の参加で、担当バリエーションも様々でした。

事前に何度かのメールでの情報展開と課題の共有を実施させていただき研修当日を迎えました。初日より相互のコミュニケーションが生まれ、質疑討議が活発に行われて、講師と研修生ともどもが、初日から打ち解け、大変有意義な初日になりました。

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

今回の研修を通じて伝えたかったことは、「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」です。

これらについては、今回の研修を通じて、研修生其々がリアルな実感として地域に持ち帰ることができたような気がします。

初日の六本木農園での懇親会の際に、サプライズで古田氏が設定していただいた他の民間企業とのプロジェクトメンバーとの交流などは、まさにリアルな「繋がる」体験であり、研修生の皆さんも積極的に名刺交換などを実施されており、とても嬉しい限りでした。ただ必要なことは「継続性」であり、この研修を通じて得られた気づきや心理変化、成果やネットワークをより実践の場で活かし続けていただくことであると感じます。少しでも多くの方々に、出口戦略と6次産業化の多様性の意識を共有していただき、農業の発展に寄与しつづけたいと、あらためて実感した有意義な研修となったように感じます。

2日目のフィールドワークでは、研修生の皆さんがそれぞれの課題を持つての主体的な参加で、「ふくい南青山291」での館長との討議等も活発に行われ、地下鉄での移動でしたが充実のワークとなりました。

3日目、若手農家を呼んでのブランド化では、リアル感のある事例発表に受講生の皆さんからの質疑も活発で、その後のグループワークにおいても課題抽出と課題解決の糸口となり得るヒントが導けたような気がします。

最終日の個別プレゼンでは、皆さんの熱意のある発表で時間が足りず、延長するほどの濃い内容のプレゼン時間となりました。



文：民間企業等民間派遣研修〔六本木農園・とちまるショップ担当〕
株式会社ファーマーズ・フォレスト
代表取締役社長 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

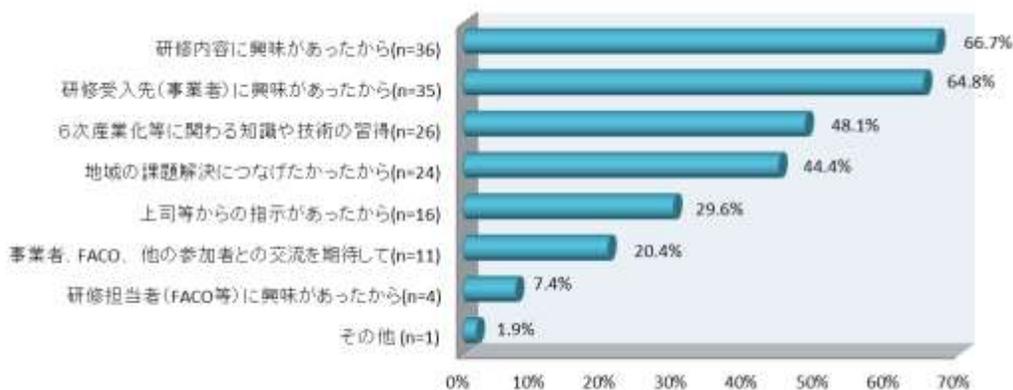
項目	概要
調査対象者	各研修コースにおいて定められた研修をすべて修了した対象者：54名 内訳：普及指導員53名 地域のコーディネーター（普及指導員資格を持つ）1名
調査方法	研修終了後、E-Mailにてアンケート票を配布し、E-MailまたはFAXにより回収した。 回収期間は研修終了後の約14日間とした。 なお、回収期間内に回答がなかった者にはE-Mailにて1回督促を行った。
調査期間	2012年11月12日～2013年2月20日
有効回答数	54名
回収率	100%

参加者アンケートの集計結果

研修参加の目的
や実施時期・期間

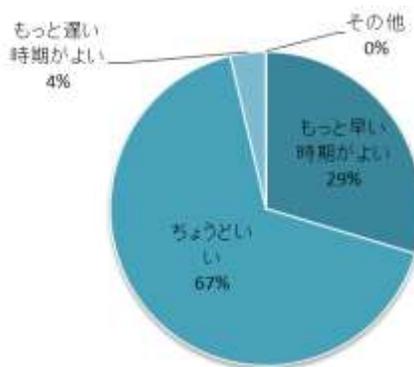
問1 研修に参加された動機は何ですか。(複数回答可:3つまで)

- 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



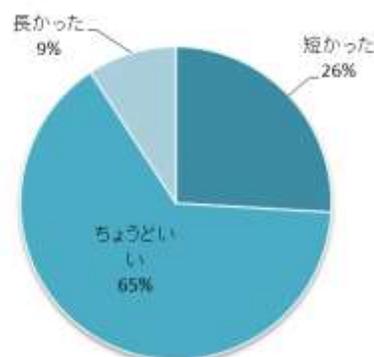
問2 実施時期(11月~2月)はいかがでしたか。

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



問3 実施期間(3日間~3.5日間)はいかがでしたか。

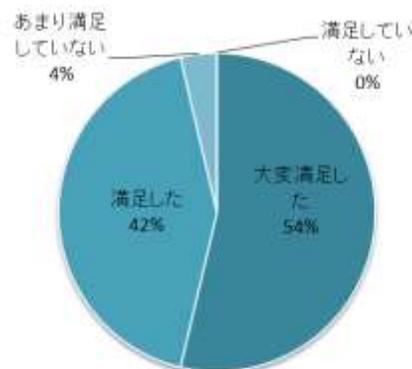
- 1 短かった
- 2 ちょうどいい
- 3 長かった



研修の実施体制等の評価

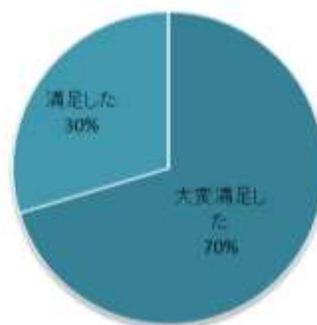
問4 ご参加いただいた研修を全体として評価した場合に当てはまるものを選択してください。

- 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



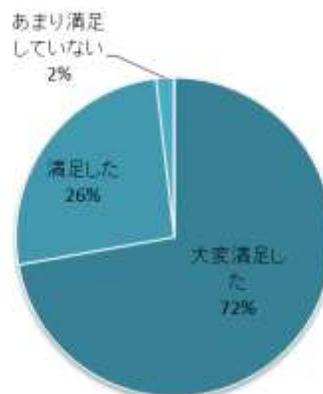
問4-1 研修担当FACOのアテンド対応について当てはまるものを選択してください。

- 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4-2 研修受入先(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 研修担当FACOの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"> ➤ わかりやすく丁寧に指導いただき、研修時間外にも親切に対応いただいた。 ➤ 本当に魂を込めて、研修を企画して下さり、感謝しています。 ➤ 内容の企画、運営に、とても細やかに準備していただき感謝しています。 ➤ 事前から連絡を密にしてくださり、不安無く研修に臨めました。 ➤ 研修前から懇切、丁寧に対応していただき、あまり不安を感じることなく研修に入ることができました。ありがとうございました。 ➤ 介添という領域を遙かに超えたパフォーマンスを発揮され、研修の全てを統率されていたことに加えて、FACOとしての専門的な持論を明確に展開されるスキルの高さに正直愕かされた。 ➤ これまでにない充実した研修でした。準備が大変だったと思います。細かな点まで心配りいただき、ありがとうございました。 ➤ カリキュラムの内容や会場設定など各場面でかなり細かなところまで気を配っていただいております、充実した研修をトラブル無く受けることができました。 ➤ 自身で実務もタッチしており、具体的な話ができた。 ➤ 受け入れ企業との打合せや研修の組み立てなど、研修までの周到な準備には、多大な労力がかけられているものと推察いたします。研修を成功させようという意気込みを感じましたし、その姿勢に感銘を受けました。研修の進め方も大変参考になりました。 ➤ 普及事業の役割と業務についても良く理解されており、また、この研修を通じて地域振興を進める上で「熱い支援者」を育成し、地域ひいては日本を良くしたいという研修担当者の「熱い思い」も伝わりました。 ➤ 地域に戻って課題解決に当たるときに、具体的にどうアプローチしていけばよいかの問題となる。今回の研修では、各関係者が取り組んできた詳細な経緯をわかりやすい形で伝えていただいた。 ➤ 説明が分かりやすかった。今後の現地課題の解決のためにもご協力頂ける雰囲気があった。 ➤ 研修先の若い社員と生産者の間で、必要に応じて「通訳」的な役割を果たされていました。とても分かりやすく、産地で自分自身が担う役割として、見ていてとても参考になりました。 ➤ 全体のコーディネートが丁寧である。研修内容での補足説明、記録、総合的なまとめなど要所でフォローがあって、聞きやすかった。 ➤ 研修担当FACOは研修全般にわたりツボを心得ていて、演習のときに適切なアドバイスをもらえたこと。 ➤ 何から何まで本当に感謝の言葉しかありません！ ➤ 丁寧な誘導で安心して参加できました。 ➤ 事前準備に時間が割けない中、交通手段・ホテルの紹介など心配り頂き非常に助かりました。 ➤ 企業側としてしっかり研修内容について打ち合わせてきていることが感じられました。また研修中には細かい部分まで配慮していただき感謝しています。 ➤ 地理が不慣れな私たちのために地下鉄乗換え等において、案内していただいた。 ➤ 対応が非常に丁寧であった。説明もわかりやすかった。 ➤ 事前にメール等で情報をたくさん流してくださったので、スムーズに研修を受けることができた。 ➤ 講師や受講生をつなぐように働きかけをしていただき、とても感謝です。 ➤ 研修前から受講意識を高めるようメールをくださったり、質問や要望に対して丁寧に対応してくださった。 ➤ 研修の雰囲気に合わせて臨機応変な対応をしていただき、話し合いの時間を多く取っていただけたのは非常にありがたかった。 ➤ 研修の進め方が上手く、ポイントがわかりやすかった。参加者の意向を十分に配慮して下さった。 ➤ アテンドのFACOの持つネットワーク、具体的に活動されている手法など、余すことなく、研修内容に取り入れてくださり、また、こまやかに対応していただきました。 	
	満足した	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 普及員の立場を考慮したアテンドに徹していたと感じました。回数を重ねることで、精度は更に向上すると思われる。 ➤ 事前宿題をもう少し早く出してほしかったです。スケジュール、準備物の周知が不徹底でした。その他は本当に素晴らしい対応でした。 ➤ 今回の研修内容について、研修受入先と事前にかかりの時間を割いて検討して下さったようだった。 ➤ 民間と行政の違いからくる理解不足を、間に立ち、繋ぐよう努めてくださった。 ➤ 事前の資料についてはもう少し早め送っていただければ良いかと思います。 ➤ 参加の普及員からの質問や要望に親身に対応してもらいよかった。 ➤ 講師の資料を講義の項目だけでも配布していただけるとよかった。

[問4-2 研修受入先(事業者)の対応に対するコメント]

理由・コメント	
大変満足した	➤ 表裏なく、現在の状況や取組・課題などについて説明していただいた。
	➤ 普段はなかなかお目にかかれぬ方達との真剣なお話しができ、本当に貴重な体験でした。
	➤ 上層部の方々の対応や担当部局を挙げて、本研修を「活動の一部」と表現されたこと、社員自ら我々のGWに参画されたこと、企業秘密的な部分の事情や現場も公開していただいたことなど万全の対応だった。
	➤ 研修担当の方だけでなく、様々な方に対応していただきました。忙しい時間を割いていただき感謝しています。
	➤ 企業サイドが求める普及指導員の姿について具体的なご意見などいただけたら更に参考になったと思います。
	➤ ちなみに受入れ企業（企業の研修協力者）へのアンケート調査は行われるのでしょうか？お会いした方々が私たちにどのような感想をもたれたのか、興味あります。
	➤ ここまで対応してくれるのか、と思うくらいいろいろな配慮をしていただいたと考えています。他の受入先と比べてどうか、と言うのも評価できればよいのですが、これは難しいです。
	➤ 10人にも満たない研修者に対して丁寧に対応していただいて申し訳なかったくらいです。
	➤ 意見交換の時間や地域ブランドのプレゼンタイム等参加型の内容もあり充実していた。
	➤ 貴重な時間を割いて、多くの関係者が時間を割いていただき、また、細かな御配慮をいただき、恐縮いたしました。研修後も連携をとり、何かお役に立ちたいと思いました。
	➤ 研修受け入れ先として指導的立場ではなく、協働の立場で受け入れていただいたこと。
	➤ 普及員に対して研修を実施する立場、若手社員に対して研修を実施する立場、生産者と外部者をつなぐ「通訳」的な立場…と、多面的な立場を見せて頂きました。当初、スケジュールが変動することに戸惑いましたが、人と状況に応じて臨機応変に変えられているためだと気づき、感動しました。
	➤ 農家を巻き込んだ取り組みであり、短期間で成果をあげている事例を垣間見ることができたので非常に満足であった。研修先のCSR活動は、農業に関連する日本企業の手本となる優良事例です。
	➤ 大変分かりやすかった。
	➤ 大変お忙しい中、気配りいただき、熱心に対応していただきました。感謝の気持ちで一杯です。
	➤ 研修担当FACOとこの研修を行う意義を共有し、企業ノウハウも含めて包み隠さず情報を提供して貰えました。また、人材育成としての社員教育の現場に立ち会わせてもらい、座学では得られない感動もありました。
	➤ 養豚業界では疾病の関係で関係者以外は場内に入れないのが普通であるが、(研修先では分娩舎から堆肥舎に至るまですべてを見させてくれたこと。
	➤ こんなに快適な研修はありませんでした。従業員の方々の対応にみじんの不満もありません。
	➤ 問4-1と基本的には同じ回答となりますが、それに加え研修先の担当者様を始めとして、アットホームな雰囲気の中で研修を受講できたことが何よりも良かった点だと思います。
	➤ 各担当の方が懇切丁寧に対応して下さり感謝でいっぱいです
	➤ 技術の高さ、ホスピタリティに感銘を受けました。
	➤ 非常に参考になる研修をしていただいた。特に対話形式で研修が進められたのが良かった。研修後の交流会でもたくさんの人と知り合う機会を与えていただき感謝している。
	➤ なかなか話す機会がない民間の方の話がたくさん聞けたこと。
	➤ どの講師の方も熱い想いを語ってくださった。
	➤ いずれの講師も行政にあまり頼らずに実績を上げてきた企業や組織であったが、普及指導員の仕事を否定することなく、我々の知識やマーケティング技術が向上するかを親身に話してくれて、とてもうれしかった。

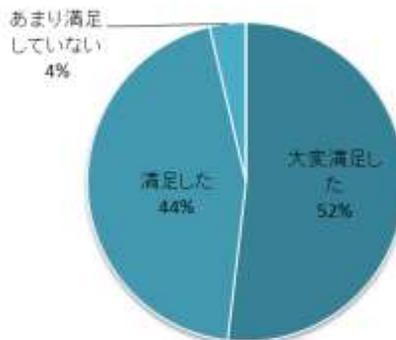
[問4-2 研修受入先(事業者)の対応に対するコメント](続き)

理由・コメント	
満足した	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 研修期間密着して対応していただいたことや、私たちの質問にもきちんと対応していただき満足できました。 ➤ 自ら実務に携わっているので講義や指導が具体的である。名前は有名だが、直接的な実務から離れている方なら評価は違ったと思う。 ➤ 1事業者の事業内容なので、考え方などに偏りはあると思いますが、大変示唆に富んだ研修内容でした。 ➤ 一方で、県の立場としては個人農家の取引先ではなく、産地の品目をどう発展させるかが課題であるため、今回の事業者の事例はあくまで参考程度という印象です。 ➤ 自社の研修運営だけでも忙しい中、FACOと相談しながら普及員の研修をどう進めるのがよいか心を砕いて考えてくださっているのがわかった。 ➤ 本来は外に出したくない情報まで、話をいただいた。また対応いただいた職員の方々の雰囲気がとてもよい。 ➤ 食事まで負担してもらったのは丁寧すぎる。そこは参加者負担でも良かったと思う。 ➤ 質問にも丁寧に回答していただいた。最終日のプレゼンへのアドバイス等の適切な内容を指摘いただいた。 ➤ 講義を受けることができたことは貴重な経験であった。 ➤ 研修先のウリである農家ライブも体験したかった。 ➤ 地域コーディネーターとして幅広く活動されている担当者をはじめとして、シェフ、広報担当者、こせがれネットワークまで内容の濃いものだったので、もうすこしゆっくりお話が聞きたかったです。 ➤ 仕事上、マスコミが集中している東京でのPRについて検討中で、PR手法や拠点地等の市場調査をすることができて、仕事にすぐに活かせる情報が得られた。 ➤ 担当者を始め、他の職員の方々から丁寧な指導を受けたことに心から感謝しております。
あまり満足していない	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域の問題解決への糸口にしたかったが、研修受入先(事業者)からの地域の農産物の情報収集という目的が大きかったように思えた。

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

- 6次産業化推進について実際の取組に携わる方々から直接お話を聞くことができ（本音を交えて）、うまく取組が進んだ理由やその支援体制などについて、事例集などからは伝わりにくい空気感に触れることができたことは有意義であった。
- 他県の普及指導員との交流を深めることができたことも良かった。
- 欲を言えば、事業者との意見交換にもう少しお時間取っていただければ更に良かったと思います。
- 日頃の普及活動では、生産サイドからの視点でしかものを考えることができません。消費者に近い立場の意見を聞くことは大変参考になりました。
- 単なる座学にとどまらずいろいろな内容が含まれており、また普段見ることのできない舞台裏まで見せていたなど、非常に充実していたと考えています。盛りだくさんだっただけに、もっと研修期間があってもいいかも、と感じました。
- 実際の量販店を裏側から見て、消費者に対してどれだけの「気遣い」を行っているかがよく分かりました。また、「いいもの（商品）」とはお客さんにとって「いいもの」でなくてはいけない。そのための価値観を探る手法としてのSWOT分析や、企業の取組みが非常に参考になりました。
- すべてが参考になりました。もっと時間的に余裕をもって、じっくり研修できればなお良かったと思います。
- あと、実際に現場で働いてみるなど「動き」も体験したかったです。（企業側にとってはご迷惑でしょうか）
- 行政との連携として、農業（地域産物関係）以外での連携事例（例：福祉など）も少し、情報提供が欲しかった。
- 研修に入る2週間前から、担当者からメルマガ等を通じ研修内容の準備や参加者の自己紹介コーナーなど事前に研修への意欲を効果的に高めている点に感激した。
- 置かれた条件や管理事業者の考え方が分かった。
- 組織のあり方や目標の設定の仕方など現地に使える内容が多く参考となった。普及活動の基本を再確認させられた。
- 今回の取組事例は、非常に素晴らしい事例であり、より多くの普及指導員をはじめ農業分野に参入し地域興しを考えている企業に知っていただきたい事例でした。研修先がここ数年間行っていた商品開発や地域での取組みを形有るものとして「書籍」にしていただきたいと思いました。
- 企業の人材育成に対する考え方や具体的なノウハウ、具体的な企画の立案や推進体制、活性化するための組織育成論等については、普及事業の仕掛けと共通するところであり、大変参考になりました。
- また、6次産業化のカテゴリーやその効果については色んな意見があると思いますが、農家の利益向上や商品づくりではなく、加工業者や消費者との関わりの中で農業者が生産に喜びを感じ、「農業者自らの活力や地域活性化に繋がる」ことが6次産業化の意義である、という今回の知見が最も腑に落ちました。
- 企業がこれまで培われた人材育成のノウハウ、地域との関係づくりなど、広報宣伝など大変参考になりました。

[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 (続き)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 少人数でマンツーマンに近い研修で、聞きたいことも聞きやすかった。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 商品企画開発の具体的な進め方を体験できたのがとてもよかった。ただ自分みたいに何も知らない人ではなく、ある程度経験済みの方に向けた研修(発展版)みたいなのが良いと思った。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 研修担当F A C Oより、加工事業等新たな投資を行うより、まずはその農場の営農計画等を見直した方が所得向上につながる人が多いことを聞き目から鱗が落ちた。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 農産加工に関する研修ということで、現場での経験がなかった私にはやや難しい部分もありましたが、6次産業化に関する総論や地域の成功事例を学ぶことができたことは大変有益であったと感じています。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ またそれ以上に、県外に農産加工について相談できる人脈ができたことが収穫であったと思います。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 麴づくりの基礎技術が習得できた。人のつながりができた。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 民間でもトップランナーと呼べるような人達の考え方を聞け、非常に有意義だった。
満足した	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ベンチャー企業経営者からの地域、農業へのしかけ、ネットワークづくりなどすべてが具体的事例で、大変参考になりました。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ フィールドワークとし1日アンテナショップめぐりがあり、各県の見せ方、商品づくりなどは、大変参考になりました。アンテナショップの戦略的な部分は、普及活動に直接関係する部分ではなかったのに、(そこを含めての研修だったとは思っているのですが)、地域農産物、農産加工品の見せ方、商品作り、売り方などそれぞれがテーマを持って見た上で、ディスカッションなどできる時間があればよかったかなと思います。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 担当F A C Oが非常に多くの知識や人とのつながりをお持ちのため、4日間を通じて学んだことは多く、満足している。一方、研修実施内容としては、見学先に組まれた酪農家や県の施設は、日頃の普及指導活動でも接点を持っていたため、普段身近でない別の設定であれば、より一層満足できたと思う。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 検討会の様子は大変参考になった。店舗における取り組みや課題等とても参考になった。S W O T分析手法も、より実践的でわかりやすかった。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ せっかくの機会だったので、あと1日拡大していただき、GWの「ポジショニング分析」、意見交換の時間を0.5日ずつ確保して月曜から金曜まで実施していただければさらによかったと感じた。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 商品の着眼点を知ることができ、分析手法についても学ぶことができよかった。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ただ、企業の取り組みについてもう少し踏み込んだ話を聞きたかった。(具体的に売上がどのくらいなのか、どういうものが売れて、逆にどういうものが売れないのか。)
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 民間企業の農家へのニーズを把握することができ、今後の普及活動に生かすことが出来る研修でありました。ありがとうございました。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ しかし、資料は、主催者の方で用意するとの記載でしたが、研修直前にメールでファイルを打ち出して参加するようにとの指示がありました。研修内容ですが、研修を受けた上で、研修内容を踏まえ最終日にプレゼンという予定ではあったのですが、アテンド等ではコストがかけられないという理由で、作成した資料等のパソコンからの打ち出しやコピーは不可など不便点がありました。今後は、機材や資料等の整備をお願いしたいです。お世話になりました。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 時間の変更をできるだけしないように願いたい。研修中はいいが、最終日は交通便の確保等に支障が出る可能性あり。(当初から最終日は時間的余裕を持っておいてほしい。)
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ これまで、苦手としてきたもの(農産物や加工品等)の売り方について、ヒントをいただけたので、今後の普及活動の中で、実践に結びつけて行きたいと思う。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 研修先の施設等もっと見せてもらえればなおよかった。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 密度の濃い体験型の研修で、企業側の事業推進に対する熱い思いや新しいことへ常に挑戦する姿が勉強になりました。
<ul style="list-style-type: none"> ▶ グループワーク(討議)の時間がもう少し長ければ良かったと思います。 	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 本部、生産者、生産ラインの話聞くことが出来て、研修に流れがあってよかった。普段は体験することができない商品のプレゼンを体験することができて良かったと思う。消費者とも会うことができれば研修先の全体に触れることができたのだろうか。 	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 研修先が多岐に渡っており、内容を深く知るには良かった一方、説明内容がダブる部分もあった。研修先の事業内容などをHP等で事前に確認してもページ数が多すぎて、良くわからずに研修に参加した。前年の研修録などを事前に提供いただければ、もっとスムーズに研修に入れたかなと思った。 	
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 麴づくりをさせていただき、留意点などタイミングごとに聞いて参考になった。農産加工の実習を数種類できたらよかった。 	

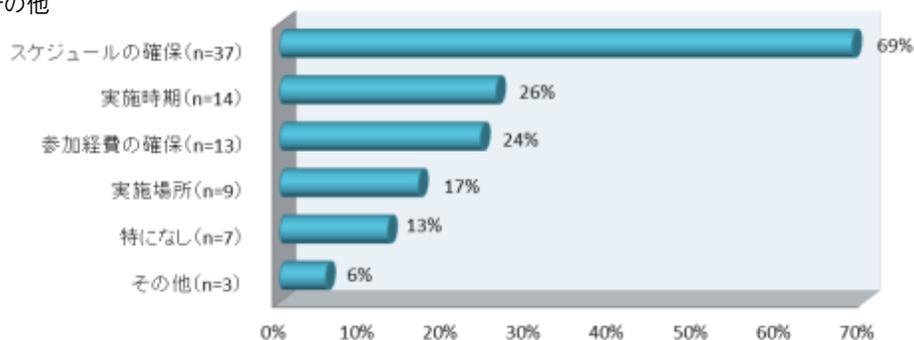
[問5 研修の実施内容に対するコメント](続き)

理由・コメント	
満足した (続き)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 加工機器の設置とレイアウトの考え方について、もう少し基本的・体系的な説明があればより良かった。 ➢ パワーポイントでの作成が慣れておられない方が多く、フォントが小さくて見づらかった。また配布資料もほとんど読み取れない部分もあり、改善を要するところと感じた。 ➢ 座学だけでなく、フィールドワークやグループワーク等で自分たちで考える機会があったこと。特に、フィールドワークでは、自分で考え気づくことができた。 ➢ 改善点：内部の事務手続き上、開催場所や時間等の日程及び県への依頼文を1か月前に送付してほしい。 ➢ 出口戦略、消費者コミュニケーション等、新しい考えについて、座学だけではなく、現地視察をとおして学ぶことができた。 ➢ 受講人数も調度よく、受講者全員と交流が持ててよかった。 ➢ アンテナショップの視察も、福井（南青山）・新潟（表参道）・栃木（スカイツリー）・銀座エリア（沖縄、高知、広島、新潟など）と同じアンテナショップでも特徴の違いや場所柄による違いが実感できて勉強になった。 ➢ 改善してほしい点は、時間が短かった。最終日の講義では、慌てて話している感じがして、ゆっくりと説明を聞きたかった。最終講義のプレゼンでは、後半は時間が足りずほしいコメント、アドバイスが受けられなかった。他の発表者にも質問をしたかった。
満足していない	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 最終日のプレゼンでは、目的がどこなのか（契約を取り付ける・プレゼン内容を改善する・商品の評価）明確でなかったため、事前に様式などを設定しても良かったと思います。 ➢ また個人的には、普及員のマーケティングとはコンサル活動が重要だと考えていますが、コンサルに関するノウハウをもう少し取り入れて欲しいと思いました。 ➢ こういう研修を受け慣れていないせいかもしれないが、内容的に6次産業化、ファシリテーターについて、企業のCRS活動など色々盛り込まれ、またテクニック論だったり、心意気だったりを行ったり来たりしたので、整理しきれなかった。農と企業との連携の一事例として捉えて話を聞いた方が良かったのかもしれない。

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]

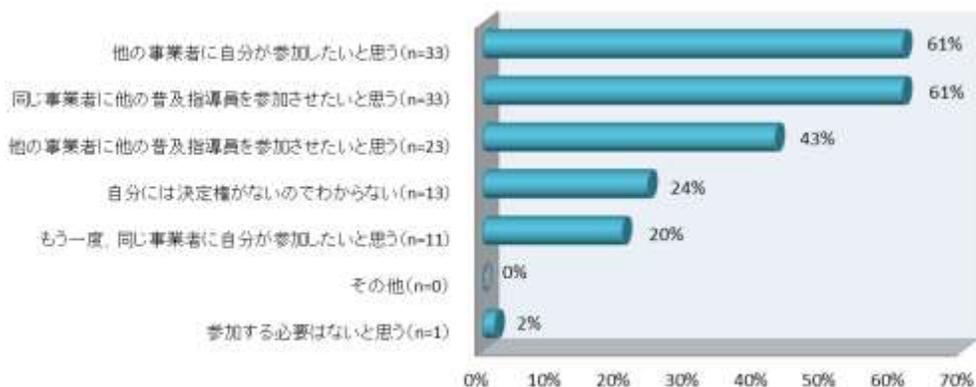
理由・コメント

スケジュール確保	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 農閑期に当たる時期ではありますが、反省会や栽培講習会等が入る時期でもあります。私は早めに日程調整できましたが、担当によっては調整が難しいかもしれません。主管課が総括している普及員研修の1メニューとして参加しましたので、今年度に関しては参加経費の問題はありませんでした（次年度以降も同様の対応となるかは不明）。 ➢ 研修開始時間、終了時間からすると、前泊・後泊が必要で、移動日を含め計6日間要した。 ➢ 3泊の出張は難しい（個人的な意見ですが、子供が小さいので）。開催場所によっては、前後泊が必要な場合もあり、少々長いのかなと思いました。内容が充実しているので、気持ち的にはあっという間なのですが。 ➢ 1週間職場を空けるための準備が必要でしたが、それほど問題ではありませんでした。
参加経費	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 昨年・今年の受講生の交流や連絡会の案が出された。参加したくても出張費の確保が困難。仮に可能なら1回程度の宿泊・交通費の確保ができないかと思う。 ➢ 個人的には、まとまった時間を空けるため仕事と家庭のやりくりが大変でした。早い時期から日程が決まっていたため、その点は事前になんとか準備ができ良かったです。良い研修であったので、皆にも受講をすすめたいですが、研修希望調査当初から、県からの参加枠1名（予算が1名分）と言われていたため、県的には、予算の確保が課題になるかと思えます。 ➢ 恐らく予算の関係で北海道からは1人となっていると思う。 ➢ 経費の確保が難しいので、実施場所により参加の可否が大きく左右されます。研修地が、日帰り可能な場所であることが早くわかっていたら、参加しやすくなると思います。
実施場所	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 実施企業は1時間ほど見学したのみで、ほぼアテンドでの講義だった。 ➢ ほぼ満足な内容であったものの、研修先オフィスに限定されていたため流通拠点等の視察もあればよかった。 ➢ 今回の実施場所では、出入りも含め1週間の研修期間を確保できる時期には限りある。 ➢ 近隣で開催されたので参加することができた。 ➢ 時期が大学入試試験や私立大受験日と近いため、宿泊場所を押さえるのに時間を要した。
募集時期・募集内容	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 研修先を決めるにあたり、かなり細かな研修計画をいただいており、自分なりに調べもしてみたのですが、内容については分かりづらい面もありました。行ってみて初めて分かるような感じです。前年の受講者のコメントなど記載されてはどうか。 ➢ 前年度中に概要を紹介して欲しい。 ➢ 正式の通知から、研修日まで3ヶ月程度はあった方がよい（4日間の調整が必要なため）。 ➢ 時期はいいが、決定してから研修までの時間がもう少し欲しかった。 ➢ 研修日程の発表から研修日まで1ヶ月しかなかったため、仕事の予定が入っている。
事前課題	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 事前課題で特産物の売込みを兼ねた研修という印象があったのが研修参加をためらわせた。
実施時期	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 11月から12月がよい。
対象品目	<ul style="list-style-type: none"> ➢ コース全体が「食」に関わるものが多い中、「花き」での関わり方が難しかった。

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



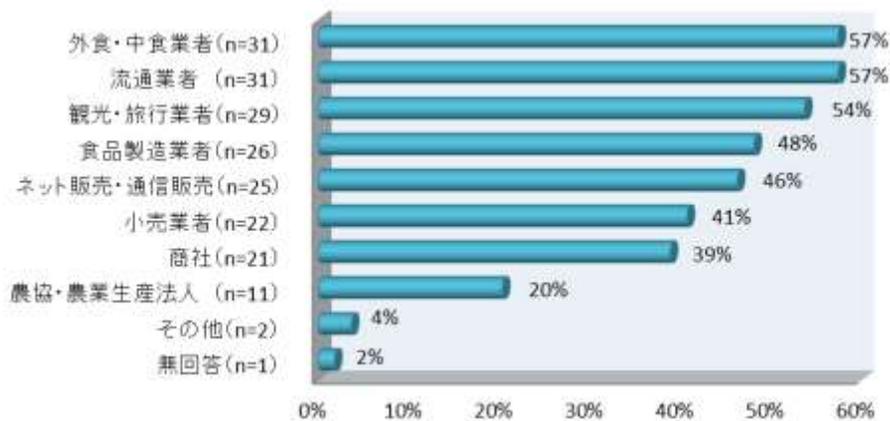
[問7 次回の参加希望と内容に対するコメント]

理由・コメント	
もう一度、同じ事業者に自分が参加したい	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 研修前は思わなかったが、現在はまた参加したいと思う。(年齢等で無理ですが) ➤ 「O地域」での6次産業による商品開発、地域活性化の取り組み経過を継続して見てみたい。 ➤ もう一度自分が行くのは研修としては無理ですが、この企業の取り組みの今後の推移やCSRによる地域・農家の変化を見て感じてみたいです。 ➤ 今回の民間派遣研修先については、日常業務で、関わり内容等を把握している事業者が多かった。今回の研修で、これからは、民間企業(一流ホテル、レストラン、食品メーカー、旅行会社等)のノウハウの必要性があると思った。今後、農業とは一見関係がない企業等も派遣先に検討してほしい。 ➤ 同じ事業者であっても内容が違ってれば参加したい。
同じ事業者に他の普及指導員を参加させたい	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 自分がすごく参考になったので、他の普及員にはぜひ研修を受けてもらいたいと思います。 ➤ 他の普及員にも是非参加してもらいたいと思う研修でした。 ➤ 普及員にとって、マーケティングは避けては通れない分野だと思っています。マーケティングはこうあるべきだという考えがまとまっていない中で、一人でも多くの普及員が本研修に参加し、各々自らの方向性を見い出すきっかけにして欲しいと思います。 ➤ 同じ事業者に他の普及指導員を参加させたいと思ったが、研修効率のため、受けさせて頂いた私が、今回の研修内容を十分事務所内に浸透させたい。そして現地でも活かしたい。 ➤ 自分には決定権がありませんが、ぜひ他の普及指導員の方々にも参加していただきたい研修だと思います。 ➤ 同じ事業者に他の普及指導員も是非参加して欲しいと思う。今までの考えを覆されるような話が聞けて、目から鱗だった。 ➤ このような民間企業の取り組みを具体的に学ぶ機会はとても貴重であり、より多くの普及指導員に参加してほしい。
他の事業者に自分が参加したい	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 知見や人脈を広げることは、仕事をやっていく上で絶対にプラスになる ➤ 自分的には他の事業者にも興味があるところがありますし、イオンについても違う切り口で見てみたいと言うのもありますので、機会さえあればまた受けても良いかな、と感じています。また、他の普及指導員も良い経験ができると思うので勧めたいです。ただし、前述の通り主管課が人選をしているため、打診を受けて迷っている人に「受けたら参考になるよ」と勧めるようなことしかできませんが。 ➤ 同様の視点・意識をもつ仲間を少しでも増やしたい。また、自らもさらに研鑽を深めて磨きをかけたい。 ➤ 自分も含めて、他の普及員にも もっと色々な体験をしてほしいと思うので。 ➤ 研修内でもありましたが、人と人のつながりを作るための、重要な機会でもあるため ➤ 事業者の考え方の違いを比較検討したい。 ➤ 研修を受ける前は、パルシステムとその他企業(たとえばイオングループ)の運営や企業理念は同じと思っていたが、研修が進むにつれて、違うのではないかと感じた。比較するためにも他のコースに行ってみたい。パルシステムの経営理念との違いを学んでみたい。 ➤ 研修に参加すると、固定観念にとらわれることなく、自由な発想ができるようになる。
他の事業者に他の普及指導員を参加させたい	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 日常の業務とは全く違う企業の雰囲気を感じることができ、意識改革やモチベーションの向上に大変有効だと思います。また、県として複数の企業とネットワークを構築する機会として、いろいろな企業に複数の普及員が参加し、情報を共有すべきだと思います。 ➤ とてもいい研修だと思うので、いろいろな企業の研修を多くの人を受けて、職員に復命するとともに、地域に活かしていけたらいいと思う。 ➤ 流通や小売業者さんへの研修には、生産から販売へつなげる園芸担当の普及指導員が参加すればいいと思いました。

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 | 6 商社 |
| 2 食品製造業者 | 7 ネット販売・通信販売 |
| 3 流通業者 | 8 観光・旅行者 |
| 4 小売業者 | 9 その他 |
| 5 外食・中食業者 | |



[問8 研修を実施してほしい業種・事業者名に対するコメント]

理由・コメント	
食品製造業者	➤ 花畑牧場など
流通業者	➤ 神明 ➤ 市場
流通業者・商社	➤ 今回の研修における事業者は、各産地の有能な農家を一本釣りした契約を特徴としていました。普及員としてはむしろ産地全体（業界全体）が向上するようマーケティングを追求していきたいので、よりロットを求める流通業者や商社と産地展開について研修したいです。
小売業者	➤ スーパーマーケット成城石井など
外食・中食業者	➤ 農作物の流通・販売体系は多様化しているので、多様な事業者があって良いと思いますが、今年の入受先とあまりかぶらない業種だとコンビニ、外食産業等。
観光・旅行者	➤ 星野リゾート ➤ 感動を提供する現場の研修は非常に参考になったから ➤ 農業は、地域経済の活性化の一助になると思われるため、観光・旅行者と連携する必要があると考える。
その他 (広告代理店)	➤ 農業を側面的に支援している『広告代理店』もおもしろいと思います。 ➤ 大手広告代理店（電通、博報堂、ADK）
その他	➤ 研修に参加させたい業種としては、生産者や農協の職員を。研修受入側としては外食、商社、ネット、観光に魅力を感じている。厳しさも感じる。

研修の品質とコスト評価

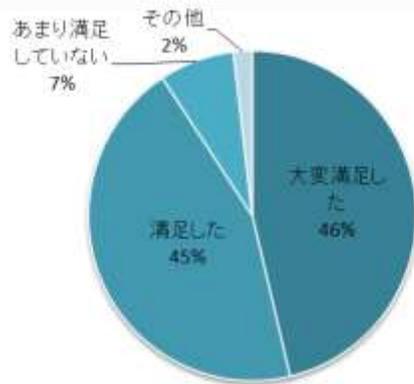
事業に投入した社会コストとパフォーマンスについてご質問します。

[ご回答の前提①: 国が投入した社会コストと民間による人材研修コストの比較]

今回の事業費は農林水産省の補助事業で実施されています。補助事業の総額は689万5千円、これを今回の研修参加者数(54名)、研修日数(3.5日)で割ると、1人・1日あたり36,480円が、国が負担した社会コスト(国の税金)として投入されている計算となります。一方、民間事業者等が行うコンサルタントやコーディネーター等に向けたマーケティングのための人材育成研修では、参加費用の相場感として1人1日あたり30,000円~50,000円程度が一般的となっています。以上の前提を踏まえ、下記の質問にご回答ください。

問9 上記に記した社会コストと一般的な民間事業者等が行う研修の単価とを比較したとき、今回の研修内容の評価として、お考え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9 社会コストと一般的な研修の単価とを比較したときの今回の研修内容の評価へのコメント]

理由・コメント	
大変満足した	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 民間が行うと、受入事業者の都合・合理性が優先され、参加者サイドの真の教育・育成に不安が残る。 ➢ 一般的な民間事業者等が行う研修内容を知らないの、なんとも言えませんが、今回の研修については、研修を担当されたFACOの力が大きいと感じました。 ➢ 一方通行でなく、他県の参加者と交流もできたのが評価できる。 ➢ 3.5日間、飽きさせない内容であって普及現場で即使えるものであった。 ➢ 申し訳ないような気もするが、投資されたと認識して、事務所や現地へ働きかけしていきたい。 ➢ 今回受講させていただいた企業の支払金額を聞いた感じでは、もっと低コストで高パフォーマンスのように感じました。 ➢ 今まで受けたどの研修よりも研修の社会的効果を意識されていたから。また、自分自身が体験も通じて理解できることが多かった。コーディネーターの知見と経験、人脈により良く企画されていると思います。 ➢ 研修後の普及活動に大きな変化があり、非常に内容の濃い研修だった。 ➢ 3.5日みっちり具体的な民間事業者の持つノウハウを学ぶことができ、大変満足である。
満足した	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 普段多忙なFACO担当の方と、4日間一緒に過ごして情報交換することができ、有意義であった。一方、研修実施内容に、普段の普及指導活動との重複があったことは、少しもったいなく感じた。 ➢ 民間事業者等が行う人材育成研修を受講した経験がなく、その内容がわからないため比較できません。同等の内容だとすれば、「2 満足した」に該当します。 ➢ 普及員がマーケティング分野まで求められている以上、いつまでも素人的な感覚で業務は行えない。今回の研修はあくまで研修であるが、示唆に富んだ研修であったと思います。一方で、できれば事例紹介だけでなく、問題解決までのフローなどを提示して欲しかったです(事例ではなく、手法が知りたい)。 ➢ 内容の濃い研修で、今回の効果だけでなく今後につなげる部分を考えると大きいものになると思います。 ➢ 民間事業者等の同様の研修を受けたことが無いので比較はできませんが、単体で考えたときの評価として2を選択しました。 ➢ 満足したつもりではいるが、民間事業者が普段行う研修がどんなものかわからないので比較できない。 ➢ 予想以上に経費がかかっていることに驚いた。ただ今回研修に関わっている全員の時間が拘束され、労力を費やしていることを考えると安いのかなとも思う。

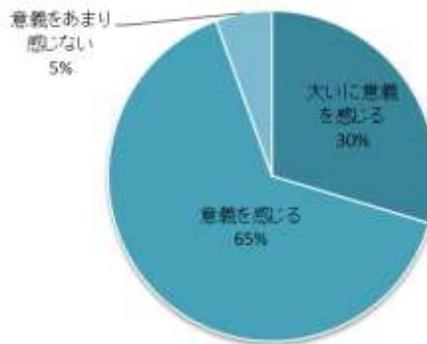
[問9 社会コストと一般的な研修の単価とを比較したときの今回の研修内容の評価へのコメント](続き)

理由・コメント	
満足した(続き)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 民間事業者の研修内容(レベル)がわからないので、回答が難しいですが・・・ ▶ 受講生が50人程度であれば、派遣先を少なくして、1企業当たりの受け入れ数を増やすことで、コストダウンできないのでしょうか。こんな素晴らしい講義・研修をたった数人で受けるのはもったいないと感じました。
あまり満足していない	<ul style="list-style-type: none"> ▶ どのような費用分担になっているのかは不明ですが、費用がないという理由で、研修中のパソコンからの資料の打ち出しやコピーが不可であったため。人件費などへの費用も必要であるのは分かるが、研修資料や研修中の機材の利用への費用配分をお願いしたい。 ▶ 松本先生の考えをまとめた資料がほしい。自分のメモしかないので研修内容の復習ができない。内容は濃い、金額の割には資料の提供がほとんどなかった。コストについての内容は知らないほうが良かったかも・・・
その他	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 一般的な民間事業者による人材育成研修のイメージがなく、比較及び評価が困難。

事業継続と社会コスト投入の意義

問10 本事業を今後も実施しようとした場合の社会コスト投入の意義について、お考えに当てはまるものを選択してください。

- 1 大いに意義を感じる
- 2 意義を感じる
- 3 意義をあまり感じない
- 4 意義は無い(これだけの社会コストを投入してまで実施する必要はない)



[問10 本事業を今後も実施しようとした場合の社会コスト投入の意義へのコメント]

理由・コメント	
大いに意義を感じる	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 普及指導員の資質向上のためには、このような魂のこもった精度の高い研修が必要。ただし、その後の地域への還元には、普及指導員を取り巻く地元の環境（バックアップ体制など）が重要であると思います。 ▶ 国と県の協同普及事業である以上、実社会で役立つ人材育成にはいずれも投資の義務があると考えます。 ▶ 公の機関での研修より、実践的な内容であり今後も続けてほしい。 ▶ これは、今後の普及活動にいかにかかせるかで大きく左右されると思います。プレッシャーも感じますが『大いに意義のあるものである』と自信をもって言えるよう、頑張りたいという意味で1を選択しました。 ▶ 十分返せるぐらいの収穫があったと感じたから。普及指導員の資質向上は大事だと感じた。 ▶ 研修先の人材研修プログラムは、普及組織の人材育成の面からも非常に意義があった。 ▶ 川下での活動に慣れない普及員が多く、今後の農業シーンを考えた時、本研修で学ぶべきことを必要とする者は必ず増えていくと思います。 ▶ 普及指導活動を行う上で、このような民間企業等の取り組み、ノウハウを学ぶことは、今後の普及活動の手法、活動の展開など、普及員のコーディネーターとしての役割とは何か、幅広い視点でヒントを得ることができるので。 ▶ 前向きで活発な活動を促すことは周りにも大きな影響を与え、非常に意義があると感じる。 ▶ 新たな発想や行動が期待でき、人財（人の財産）確保できる。
意義を感じる	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 私は、今回の研修で自分が管轄する地域で活躍するFACO担当者や民間事業者とのつながりが深められたため、研修後の普及指導活動に、すぐにも活かすことができる。一方、実施内容と研修生の組み合わせによっては、その場限りの研修になってしまうこともあり得るため、研修生となる普及指導員にとって、“遠すぎず、近すぎず”の実施内容にできればより一層有意義となる。 ▶ 受け入れについて大変な面もあると思いますが、少しでも多くの普及員が参加できればよいと思いました。 ▶ 意義の有無は、研修を受講した人間がその後どのように日々の活動に活かすことができたか（還元できたか）によると思うので回答に悩みました。 ▶ 1回の研修で受けられる上限人数をもう少し多くすることはできないでしょうか。そうすれば労力はほとんど変わらないけれど波及効果はより高くなるのではないのでしょうか。 ▶ 普及員の資質向上には十分なり得る。一方で、即産地展開が期待できるかと問われれば不明。 ▶ 国の目指す6次産業と民間が捉える6次産業に違いがあるのなら、3意義をあまり感じないです。 ▶ 一般的・定型的な研修に比べ、講師・関係者との連携を考えたとき、おそらくこの経費ではできないと思う。私たちの職種として主催者とはもちろん、参加する他県の情報収集はきわめて大切と考えるからです。 ▶ 他の研修内容がどのようなものだったか分からないので、事業全体としての意義は分かりませんが、受講した研修では、「ちょっと素敵なしポリューション」があちこちで起こるのを目の当たりにし、社会への波及を願わずにはいられませんでした。 ▶ 6次産業にかかわらずとも民間事業者との交流は意義深いと思われるが、コストに見合うかはわからない。 ▶ 投入されたコスト分を地元へ還元できるように活動したいと思います。 ▶ 意義は参加者個人によると思う。また参加者と受入の相性もあるのではないかと。参加する（させる）にははっきりした目的と学ぶ意志が必要で、自発的でないと少し厳しい気がする。 ▶ コストはやや高いかも。 ▶ こういうやり方・機会は、体験したことがなかったので多くの普及指導員に受講していただきたい。 ▶ 参加者は参加するだけでなく、研修内容をできるだけ多くの人に伝えることが重要であると思う。
意義をあまり感じない	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 人材教育では、コンサルタントやコーディネーターの力量が、研修内容の評価につながると思う。コンサル派遣を依頼する時も、講師の今までの成果を基準に決めている。3万円の参加費用の相場感は、事態に疑問を感じる。 ▶ 社会コストに対してそれ以上の還元ができるかについては不明だから。

波及効果の想定

問11 みなさまが地域において、本研修で受講された内容を踏まえ、今後生産者への指導等により創出する効果として、考えられるものがありましたら具体的にご記入ください。

[問11 今後生産者への指導等により創出する効果の想定]

理由・コメント	
生産者や地域の活性化に寄与	<ul style="list-style-type: none"> ▶ これまで、品質・収量の向上といった技術指導が中心であった。今回の研修では、消費者の視点で考える方法を勉強した。消費者からの視点をふまえ、産地に対して働きかけることで、生産、販売方法の効果的な改善が見込める。 ▶ 今回の研修で学んだことを日頃の普及活動場面において生産者に真摯に伝えることで、農産物生産に対する生産者の意識改革を促すことが可能となる。 ▶ 研修での成果として、今回研修を受けて下さった企業との直接取引につながるのが一番理想的であるとは思いますが。しかし、私が担当しているお米については、取り扱い難しいものであることから、今回の研修内容を同僚の普及指導員へ広めたり、直接生産者への指導に使用したりして、地域の活性化につなげたいと思います。 ▶ 産地に潜在する個性を再検証し、価値あるものへ展開するきっかけを与えることができる。きっかけが作れば、生産者は自ら動き出すスイッチが入ると考えられる。 ▶ 今回の研修のテーマが「自走する組織の育成」ということにあると思いますが、何故、今までの自分の普及方法でそれができなかったのかという課題を認識することができました。発想の転換方法も含め、組織が活性化する仕掛けがあること、そのための準備、進め方のノウハウをリアルに体感することで、自分も生産者が内に秘める活力を引き出せるのだ、という具体的なイメージを得ることができました。 ▶ 今回繰り返し行われたワークショップの手法により、今後の組織育成や組織課題の抽出、具体的な解決策を生産者自らが導き出すための支援活動の有力なツールになると思います。 ▶ また、幅広い人材交流ができましたので、私自身の財産として今後の普及活動に生かしたいと思います。 ▶ 自走する組織育成のために、課題の共有化を図る方法、目標を設定する方法を具体的に学んだ。普及活動は人材育成であることを再認識し、自走する組織育成に取り組む。 ▶ 今回の研修で取得した手法を組織のチームビルディングに活かすことで、より効果的な普及活動を行うことが出来る。今回の研修で取得した手法を産地でアレンジしながら実施することで、生産者の前向きな意思形成・生産活動につなげることが可能となる。 ▶ 今回の研修で習得した手法を生産組織に対して実施することで、地域活性化の現地事例が増え、日本全体の農業の活性化に繋がる。研修先の人材育成プログラムは、すべての面において、普及のコーディネート力の向上に繋がり、地域活性化のためになる。 ▶ 生産者への技術普及の時、応用して活用する方法を考えたい。 ▶ 他の職員に今回の研修内容を伝達し、普及活動の参考としてもらう。 ▶ 地方の生産者は、自分たちが生産した農産物がどのように都会の消費者に届けられているか知る機会が少ないので、今回の研修内容を伝えることで生産者の励みになる。新しい取引先の参考になる。 ▶ 今回の研修で学んだ直接販売、消費者とのコミュニケーション手法を対象への指導に反映することにより、指導対象の組織活性化、活動のブラッシュアップが可能となる。 ▶ 指導対象以外に対しても、直売所や出店販売等において立地や店舗の雰囲気などに応じた商品づくりや販売方法をフレキシブルに変えていく必要があることを指導できる。 ▶ 研修でつながりを持った企業の視点を、生産者に伝えることで、販売ルート確保に寄与することが可能となる。また、研修でつながりを持った企業と今後つながりを持つことにより、産地活性化に寄与することが通うと思う。 ▶ 今回研修で習得した東京圏の情報を活かして、生産PR活動に寄与することが可能となる。 ▶ 東京という大消費地での研修は、地方においては体験できないことも多かった。また、普及事業が縮小の一途をたどる中で削除されている、地域づくり活動やコーディネート機能の重要性を強調していただいたことは、今後の活動の力となる一方で、農業現場の最先端にいる普及指導員がつなぎ手となる重要な役割を今後ももちつづけられるのだろうかと不安も感じた。 ▶ 普及員の知識と意欲を高めることで、地域の農業者や農企業の経営力アップにつながる活動ができる。 ▶ 管内の加工等6次産業化を考えている農業者に対して、今回の研修で習得した手法を実施することで、農業者の知識や所得の向上に役立てたいと感じた。

[問11 今後生産者への指導等により創出する効果の想定](続き)

理由・コメント	
生産者の 販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 今回の研修では商品開発する上での消費者ニーズや開発コンセプトの考えたなどについてとても参考になった。研修で知り合った企業担当者と生産者をつなぐことで生産者の販路拡大に寄与することができる。 ➤ 研修で繋がりをもった企業と生産者をつなぐことで、生産者の直接販売ルート確保に寄与することが可能となる。 ➤ 研修で繋がりをもった企業と生産者をつなぐことで、生産者の直接販売ルート確保に寄与することが可能となる。今回、持参した農産物の商品化へ検討をはじめている。 ➤ 販売をおこなう立場からの考え方を知る機会が得られ、この理念を生産指導や生産団体への指導につなげて行きたい。 ➤ 新たな販売ルートを検討している生産者に対し、研修で繋がりをもった生協等の情報を提供することで、生産者の新たな取引先確保に寄与することが可能となる。 ➤ 地域内6次産業化の促進、「売れる農産物生産」について支援が可能となる。 ➤ 研修で繋がりをもった企業と生産者をつなぐことで、生産者の直接販売ルート確保に寄与することが可能となる。 ➤ 地元JA対応の問題（6次産業には否定的）はあるものの、上記①、②についてはそう思う。また、農家個人でも関心がある人には紹介をしたいと考えるし、企業側でも対応して下さるなら、随時情報提供などを行い、連携をとっていきたい。その結果、農家の販売チャネルの多様化を図れるなら一つの効果と思います。 ➤ 今回の研修で繋がりをもった企業に生産者を紹介でき、今後をつなぐりを持てれば、生産者の直接販売ルート確保に寄与することが可能となる。 ➤ 研修でつながった企業で県産品の売り込みを行うなどして、販路、売上の拡大につながる可能性がある。 ➤ 今回学んだ手法を生産者に実施して、農産物のあり方（売る対象、品質など）を話し合う場面を設けることができる。 ➤ 研修で繋がりをもった企業と生産者をつなぐことで、生産者の販売ルート確保に寄与することができる。
生産者への 情報提供が可能	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 研修先そのものが新境地であったため、認知したことが一番の収穫だった。私自身の流通に対する考え方の幅を広くすることができ、生産者からの相談等に対しての選択肢として情報提供などができるのではないかと。 ➤ パッケージデザインや商品陳列、色の使い方等に関する知識を情報提供することで、生産者の商品開発や商品の見せ方・売り方の面で支援することができる。 ➤ また商品開発の前段階である戦略の構築という点でも支援することができる。 ➤ 研修先企業やF A C Oの皆様とのつながりができ、相談できる方が増えたことで、管内・県内の知識・事例のみでは対応できないような農家の課題解決に寄与することができる。 ➤ 今回翹作りから学んだ、製造方法・特性・留意事項など、現場での加工指導場面で役立てたい。 ➤ 6次産業化の進め方について、慎重かつ積極的に関係者と連携を密にとって支援していきたい。事例研修先の生産者さんの苦労話や成功例（商品開発）を生で聞かせていただき、参考になった。 ➤ 地域の農家が様々な行動（販売、流通）を検討するとき、農家へ助言できるとともに、企業とつなぎ役になれる。研修を受講したことによりすぐに効果がでるとは思わないが、時間をかけて効果がでる。 ➤ 自分自身の考え方が広がった。本や講演会等で学んだマーケティングとは違い、実際の現場・売り場で出口戦略を理解することができ、地元の起業者へ商品開発のアドバイスがしやすくなる。商品開発の方向性について悩んでいたことが解決できてよかった。 ➤ 今回プレゼンした加工品については、今年度商品試作を行い、来年度商品化に向けて、農家が作付け等を行い始めているもので、商品化のヒントとして、「商品名については、地域の有名人や寺院等を商品名につけると差別化できる。」ということでプレゼン時に、地域の寺院名をつけたところ、なかなかいい名称となったため、商品化に際してはぜひこの名称でいきたいと考えております。 ➤ 担当している加工団体が、近日中に機械を設置する予定であるので、今回研修を受けたことにより、高い技術で設備を活用することができると感じている。
農産物の販売 戦略構築に寄与	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 今回研修した事例を先進事例として、同様の施設に対する県内農産物の新たな販売戦略案の構築に生かすことが出来る。 ➤ 今回の研修で習得した手法を産地に対して実施することで、より適切な産地戦略策定が期待できるとともに、産地内の合意形成に資する。さらに、産地戦略に基づき産地の意識や取り組みの向上が図られれば、将来的にイオンリテールとの取引も選択肢とできると考える。 ➤ S W O T分析の手法は、普及部門の他にも行政部門における政策立案や試験研究部門における新規課題設定にも応用可能。 ➤ 研修で学んだ考え方をもとに、生産者の意識向上に向けた活動をより効果的なものにする事が可能となる。研修で繋がりをもった企業と連携により、より効果的な企画や販売戦略の作成に寄与することが可能となる。

[問11 今後生産者への指導等により創出する効果の想定](続き)

理由・コメント	
地域の課題解決に寄与	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 県単独の事業として今回の研修で習得した手法を生産者に対して実施することで、地域の課題解決に寄与することが可能となる。 ▶ 今後、農産加工に取り組む場合の設備計画について具体的に研修先企業の担当者との相談が可能となった。 ▶ コーディネートしていただいた研修担当者に関西圏での新商品についてアンケート調査などについて協力が得られること。 ▶ 研修で繋がりができた企業の担当者、およびFACOを通して、地域での課題について具体的に相談して解決に向けて支援することが可能となった。 ▶ 地域における課題解決に向けて、今回の研修成果を活用して農業者等へ働きかけを行う糸口とすることができた。 ▶ 研修でつながりを持つことができた方々と今後もつながることで、現場で課題が発生した時に相談できる相手が増えた。よって、現場の課題解決に寄与できるものと思う。
生産者と企業の連携に寄与	<ul style="list-style-type: none"> ▶ もとより業務上、生産現場と取引先を結び付けることが自分の職務であり、大いに役立つと考える。 ▶ 現場を知る普及員だからこそできる役割があることに気がつきました。企業に対して、生産者側から積極的に提案する余地があり、普及員が販路開拓、新商品開発に対しても、コーディネートという形で支援できると感じました。今回の研修で知り合った企業関係者の皆様と互いに情報交換しながら、企業と生産者をつなぐ活動をしていきたいと思えます。 ▶ 研修でつながりを持った企業と、生産者とのパイプ役として、双方への情報提供、販売活動にむけて寄与する事が可能 ▶ 企業がどのようなことを農家へ期待しているか学ぶ事が出来たため現場で生かしたい。
企業の事業展開に寄与	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 研修で繋がりをを持った企業に珍しい県産品や活動団体の紹介を行うことで、企業の事業展開に寄与することが可能となる。 ▶ 研修で繋がりをもった企業に対して、県として製品の紹介を行うことで、取引の向上に寄与することが可能となる。 ▶ 「お客様視点」の重要性に対する認識が高まったため、生産者にも自信を持って説明することができる。 ▶ 繋がりをを持った企業に対して、県として製品の紹介を行い、取引の向上に寄与できる可能性や手法、考え方について活用することが可能である。それ以上の波及効果は、研修の効果であったか、なかったかをはかることができないと思えます。
FACOとの連携から地域へ波及	<ul style="list-style-type: none"> ▶ F A C O担当の方の多くの知識や人々に対する気配り、視察先で出会った方々の考えや思い入れ、互いを尊重する姿勢に接することで、たくさんの人に接して活動実績を残さなければならない普及指導活動において、自らが資質向上しなければならない部分を見出すことができた。また、研修でつながりを深めることができたF A C O担当と、今後一層連携していけたらと考える。 ▶ 現地活動において、研修前よりも広い視点での6次産業化推進にむけた指導が可能。6次産業化推進に係る研修会を開催する際、F A C Oや研修先となった企業担当者等を講師に招き、取組や手法を地域全体に波及させることができる。 ▶ 今回のテーマの一つが「出口戦略」であったが、研修でつながりを持った企業の取り組みを参考に、消費者へのアピール、など具体的に生産組織と検討し、しなげを検討していくことが可能ではないか。 ▶ これからの「農業者組織」のあり方、支援などについても大変参考になった事例を多く学ぶことができたので、今回つながりを持った講師など、地域で話をしてもらおう機会を作るなど働きかけたい。 ▶ また、研修で繋がりをもったコーディネーターや生産者、普及指導員と情報交換することで事業推進に役立てることができる。特にコーディネーターの方には、困った時には相談のって頂けるような感じがした。(多くの業種の方々と知り合っており、様々な方法で解決に導いて頂けそうであった。)自分がその役割ができるようになりたいとも思ったが、まずは、相談に乗ってもらったりして近づけるように努力したいと思った。
普及員全体の資質向上	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 県内の普及指導員に対して、今回の研修で得た手法を伝えたり、繋がりを得た人材を紹介することで、普及職員全体の資質向上につながる可能性がある。 ▶ 他の職員に今回の研修内容を伝達し、普及活動の参考としてもらう。 ▶ また、自分の地域だけでなく、研修で習得した内容や繋がりをもった企業を県の普及指導員に対して伝えることで、県内全体のマーケティング技術向上や販売ルート確保に寄与する。
キーマンを盛り上げ有能なコンソーシアムを創出	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 生産者と研修先企業との橋渡しの役割を担うということ、演習を行った分析手法を普及活動に生かすことも重要であるが、むしろ小売業界・消費者が食材に求める『要素』を常に意識した生産者・関係者への提案を行うとともに、地域で連帯でき得るキーマンを盛り上げ、有能なコンソーシアムを創り上げていくことに傾注したい。

民間企業等派遣
研修の都道府県
単位での実施可
能性

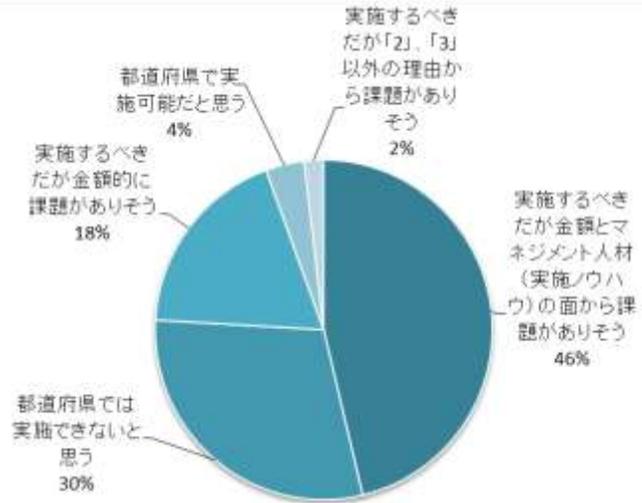
〔ご回答の前提②〕

前述の事業総額(689万5千円)を研修受入企業数(9社)で割ると、1社あたりの研修実施コスト(※企業への実施謝金等ではなく、研修実施のためのマネジメント、教材作成、事務局等の連絡調整等に係る経費)は76.6万円となります。仮にみなさまの自治体で3社の企業を受入先として単独で事業を実施使用した場合、およそ230万円程度の予算あれば民間企業等派遣研修の実施が可能です。

以上の前提を踏まえ、下記の質問にご回答ください。

問12 上記の前提を踏まえ、今後、このような研修を都道府県単位(都道府県主体:単独の予算)で実施することの可能性について、お考えに当てはまるものを選択してください。

- 1 都道府県で実施可能だと思う
- 2 実施するべきだが金額的に課題がありそう
- 3 実施するべきだが金額とマネジメント人材(実施ノウハウ)の面から課題がありそう
- 4 実施するべきだが「2」、「3」以外の理由から課題がありそう
- 5 都道府県では実施できないと思う



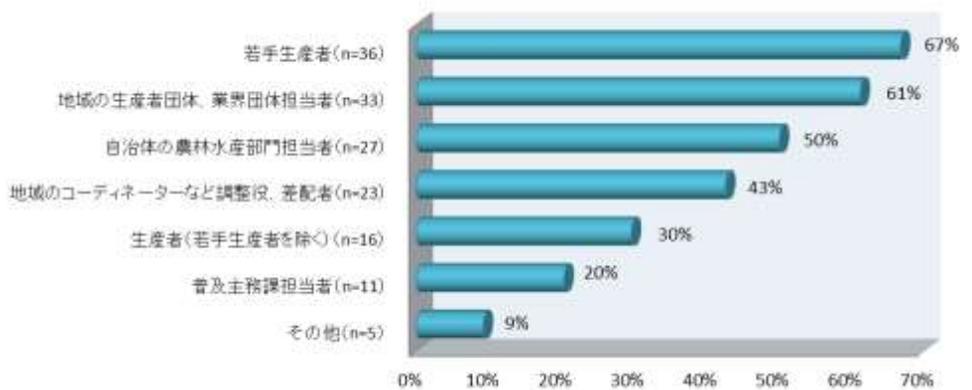
[問12 このような研修を都道府県単位(都道府県主体:単独の予算)で実施することの可能性へのコメント]

理由・コメント	
都道府県で実施可能	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 県での実施も本気になれば可能と思うが、他県の普及員と知り合う機会のためにも九州単位とか検討した方がよいと思う。 ➢ 県が重要施策と位置づける政策課題とマッチすれば、実施可能でしょう。しかし、金銭的、実施ノウハウの面で難しいと思います。
実施するべきだが金額的に課題	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 本県の場合、財政面において困窮していることから現状では厳しい。 ➢ 県がそれだけのコストを普及員にかけてくれるかが微妙です。人数も減らされていますし・・・。
実施するべきだが金額とマネジメント人材(実施ノウハウ)の面から課題	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 充実した研修内容とするには、日頃から受入企業と関わりがあるコーディネーターが必要と思います。 ➢ 県内でも地産地消で実施する部分と、地産外商を進める部分があると思います。とくに、今後県外や海外への販路拡大を考えているところですので、できれば県外とのつながりをもったマネジメント人材を介した県外での実施を望みたいです。 ➢ 担当者が受入先事業者とどこまで接点があるか、と言うのも重要だと思うので、現状ですぐに同様の研修を実施するのは難しいと思います。 ➢ 民間企業に派遣して、企業の業務の中で学ぶという形の民間派遣研修は今まで実施されているが、今回のような形での民間派遣研修を県単独で実施するのは特にコストの面から困難と思う。 ➢ 大変効率よく研修させて頂いたので、都道府県での実施に当たってはあのようにスムーズにはできないように思う。 ➢ 県で実施はできると思うが課題は多いと思う。都道府県で大きな差が出そうである。 ➢ 民間企業や異業種との交流は非常に重要であると思うため、県単位で実施できれば良いとは思いますが、企業の選定や研修内容等をコーディネートできるのかどうかや、選定した企業がCSRの一環ということで受け入れてくれるのかどうか等、課題はあると思います。
実施するべきだが他の課題あり	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 日程調整が困難。 ➢ お互い知り合いの研修では、上下関係が生じるため、積極的な議論ができない。
都道府県では実施不可能	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 県の財政運営において、県の最高の宝である人材(財)に投資をするという発想が欠如しているから。 ➢ 全国から集まるから職員間の交流も期待できる。県単位の場合、既に知っている企業だったり、何かの機会に研修できる可能性もあり、参加意欲も低下するのではないか。また、県単位だと実施などに馴れ合いが生じる可能性大(例えば体裁だけの数や内容合わせ) ➢ 予算の確保が難しいこと、ノウハウに乏しい。 ➢ 今回ご案内のとおり、他県の普及指導員との交流意義も高いので、これは国で実施すべき事業だと思います。 ➢ 都道府県が実施(および県内事業者)すると、発想や学ぶ内容が従来の枠を超えず、あまり意義のあるものにならない気がする。 ➢ ここまで費用をかけた研修が必要なのかは疑問である。

民間企業等派遣
研修の参加者想
定

問13 今回受講された研修の内容を踏まえ、農や食をとおして地域を活性化させてゆく上で、普及指導員以外に本研修を受講するべきだと思う人材について、お考えに当てはまるものを選択してください。(いくつでも可)

- 1 若手生産者
- 2 生産者(1を除く)
- 3 普及主務課担当者
- 4 自治体の農林水産部門担当者
- 5 地域のコーディネーターなど調整役、差配者
- 6 地域の生産者団体、業界団体担当者
- 7 その他



[問13 普及指導員以外に本研修を受講するべきだと思う人材へのコメント]

理由・コメント	
関係者が一体で	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 産地の各関係者と意識を共有化したい。普及員同士の研修より、こちらの方がより具体的に次のステップに進みやすいと思います。 ➢ 地域の活性化については、関係者が一体的に機運を高める必要があると思います。いろいろな立場の方が本研修を通して知識とモチベーションを高めることは活性化を進める上で大変有効だと思います。 ➢ 関係者の意識統一が必要。何か良いアイデアや行動ができるのではないかな。
若手生産者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域の将来を担う若手生産者の資質を高めたい。
生産者団体	<ul style="list-style-type: none"> ➢ JAグループの組織・職員の意識改革が不可欠である。 ➢ JAの営農指導員に研修を受けて貰いたい
自治体と生産者団体	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 自治体や地域の生産団体とは常に情報を共有して、推進活動をしているため。
自治体のPR担当者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 今回の研修は農政でもなく、地域政策的な視点もあったように思ったので、農政に限らず、PR課的な部門担当者も参考になるのではないかなと思う。
普及主務課	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 主務課担当者が研修に参加することで、県全体への取り組みの広がりが期待できると思います。
日頃活動を共にしている者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 頻りに異動がある方はどうかと思う。日頃の活動から評価して参加者を募るのが理想的と思う。
農業関係者以外	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 人材育成が重要と言うことを再認識できるから農業とは全く別の団体の方が企業の社会的責任(CSR)の研修として行うことで、農業の応援団を作るきっかけとなるように感じた。
管理栄養士・食品事業者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 管理栄養士、食材を取り扱う企業の方々など
効果が高い者・重要な者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 意欲があり、研修効果と波及効果が高い者 ➢ 今回の研修では商品売り込みのプレゼンをする機会をいただいたが、最も重要となる者がこれをできればいい機会になるのではないだろうか。

民間派遣研修受入企業・事業者

会津中央乳業株式会社
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
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
株式会社ヒルズ
ヤエガキフード&システム株式会社
六本木農園・とちまるショップ

（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）

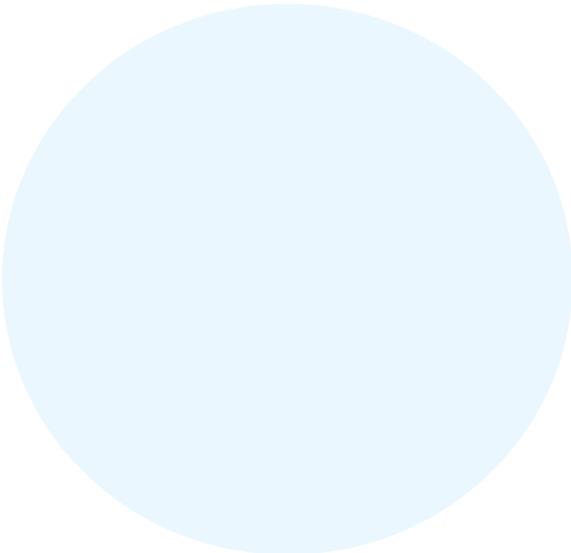
金子 潤 秋田県 東京事務所 企画政策課 あきた売込み班 主査
櫻井 清一 千葉大学大学院 園芸学研究科 教授（検討委員長）
仲元 剛 イオン株式会社 Eコマース事業 ニュービジネスプロジェクト チームリーダー
本間 利明 埼玉県 農林部 農業支援課 農業革新支援担当 主幹

（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
庄司 和弘 ホライズンコンサルティンググループ株式会社 代表取締役
竹内 哲也 スマイルゲート株式会社 代表取締役
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 雅湖 特定非営利活動法人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
横田 純子 特定非営利活動法人素材広場 理事長

（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 リーダー(P/Tメンバー兼務)
深澤 友香 食品チェーン研究協議会 事務担当



平成24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。

平成25(2013)年3月

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西ヶ原創美ハイツ2階

TEL (03)5567-1991 FAX (03)5567-1960 URL <http://www.afcr.jp/>

事業担当：長谷川 潤一、深澤 友香
