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。

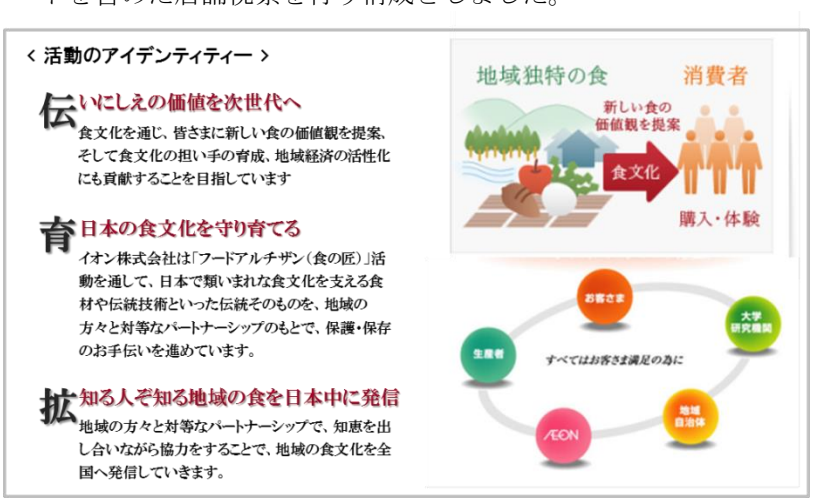
次に２日目午後から３日目終日の計1.5日を使い、前半の知識を活かし、地域産品の特徴を正確に捉え売れる商品を開発するためのシミュレーションをグループワークにて行いました。こちらは「感じる」や「考える」といった構成です。

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全体のプログラム設計を行いました。



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)

秋田県三種町
じゅんさい

島根県雲南市
とうがらし(オロチの爪)

一つ一つの取組を、地域のみなさまとの連携のもと、丁寧に時間をかけ合意形成を図り、大切につくりあげてまいりました。地域との連携を進め、現在22の商品がライナップされています。詳しくは、フードアルチザン～食の匠～Webサイトをご覧ください。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 （終了12:30）
	（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			
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術の立案 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
松巾執行役員

役員会議室をお借りして、第1日目の講義が始まる！

昼食はイオン(株)の社員食堂を体験

食のアイデア提案をするカリスマたち
食の匠推進委員会のメンバー

(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

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

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ー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になります。「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ー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(株)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、そしてみんなで考えて行く。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」の考え方です。普及指導員のみなさんは、生産者との点での繋がりは多いと思いますが、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）