



平成27年度 農林水産省補助事業
6次産業化サポート事業 6次産業化人材育成支援事業
民間企業等派遣研修の開催

民間企業等派遣研修会 事業報告書



P A S O N A

農援隊

目次

第1章 民間企業等派遣研修会の実施概要 …… p.3

事業の実施概要と解説 …… p.4

事業の目的、検討委員会の開催、研修プログラム策定にあたっての重点方針、
実施結果の概要（コース概要・研修参加者数内訳・研修参加者人数・参加者アンケートの実施（アンケート結果抜粋））、ファシリテーターの設置、研修受入先の選定、
研修受入先・講師・ファシリテーター一覧

第2章 研修実施レポート …… p.16

・1コース（東京会場）

平成27年10月19日（月） ～ 10月22日（木） …… p.17

・2コース（東京会場）

平成27年11月 9日（月） ～ 11月12日（木） …… p.35

・3コース（東京会場）

平成27年11月16日（月） ～ 11月19日（木） …… p.57

・4コース（大阪会場）

平成27年11月30日（月） ～ 12月 3日（木） …… p.77

第3章 参加者アンケート調査結果 …… p.98

第1章

民間企業等派遣研修会の実施概要



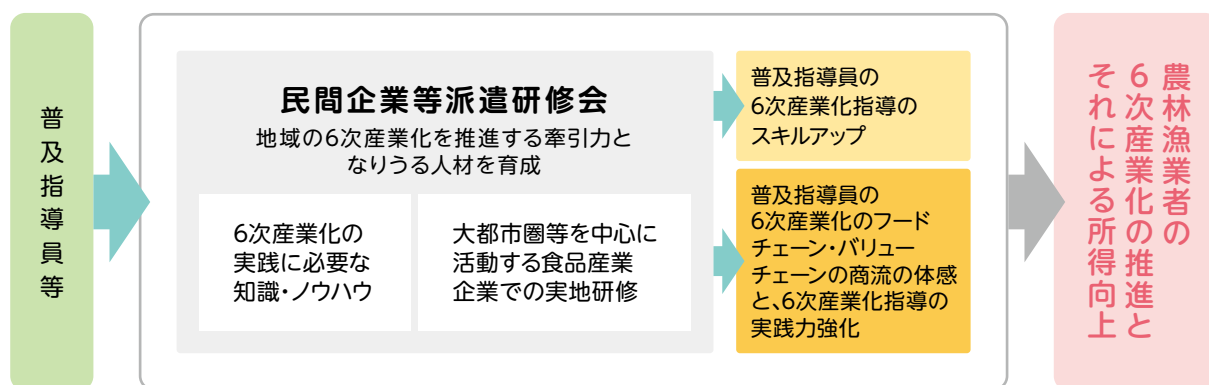
事業の目的

平成 23 年 3 月 1 日に施行された六次産業化法は、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指している。

これに係り、6次産業化の推進に向け、農林漁業者等の 6 次産業化の取組をきめ細かく支援する全国段階の機関としての「6次産業化中央サポートセンター」や、都道府県単位での支援体制が整備され、法に基づく総合計画認定案件の発掘や申請、フォローアップまでの総合的なサポート体制の構築が進んでいる。

一方で、自ら商品開発（加工）を行ったり、これまで販売したことのないマーケットに展開したり、飲食を含めた観光業など新たな分野への多角化を行う等の6次産業化に取組みたいという思いがあっても、それらの経験やノウハウ等を有している農業従事者はまだまだ少ないのが現状である。

6次産業化の更なる推進に向け、「民間企業等派遣研修会（以下、「当事業」）」では、農業者に対する指導の中核となる者（普及指導員）に、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していただくことを目的としている。具体的には、フードチェーン・バリューチェーンの概念・仕組み・事例、消費者視点など、農林漁業者が消費者・市場に商品を供給するために欠かせない 6 次産業化の実践に必要な知識・ノウハウを習得させる「座学研修」、及び、6 次産業化のフードチェーン・バリューチェーンの商流の体感と、各段階の実践的な手法・ノウハウを学べる、大都市圏等を中心に活動する食品製造業、卸売業、流通・小売業、外食・中食業等での実地研修を行い、また、研修のグループワーク等による普及指導員等同士のネットワーク強化により、普及指導員等が地域の6次産業化を主体的に推進する牽引力となりうる人材として育成し、また、それにより農林漁業者の 6 次産業化の推進とそれによる所得向上が図られることを目指し、当事業を実施した。



検討委員会の開催

当事業を推進するにあたり、事業実施方針の検討や個別企業ごとの研修内容の検討、次年度以降の実施方針の策定を目的とし、検討委員会を設置・開催した。検討委員会については、6次産業化の実践者、支援者、学識経験者、普及指導員経験者等、様々な立場の有識者からなる組織とし、当事業を客観的な視点から評価・検討を行った。

【「民間企業等派遣研修会」検討委員】

氏 名	所 属
加藤 寛昭	食と農研究所 代表
黒瀧 秀久	東京農業大学 生物産業学部 学部長 オホーツク実学センター長 博士
二瓶 徹	株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役
吉田 誠	神奈川県農業技術センター生産環境部 品質機能研究課 課長 兼 農業革新支援専門員(6次産業化・農産加工担当)

(50 音順／敬称略)

○第1回 検討委員会

【開催概要】

日時：平成 27 年 7 月 31 日(金) 13:00 ～ 14:30

場所：パソナグループ本部ビル 9 階多目的室 E (〒100-8228 東京都千代田区大手町 2-6-4)

- 議事：1. 「民間企業等派遣研修会」の事業概要について
2. 「民間企業等派遣研修会」の研修プログラムの内容について
3. 「民間企業等派遣研修会」の募集・広報ツールについて

○第2回 検討委員会

【開催概要】

日時：平成 28 年 3 月 29 日(火) 15:00 ～ 16:30

場所：パソナグループ本部 B1 階 B1 階 プロジェクトルーム (〒100-8228 東京都千代田区大手町 2-6-4)

- 議事：1. 「民間企業等派遣研修会」の事業結果について
2. 次年度以降に向けた実施方針について

研修プログラム策定にあたっての重点方針

第1回検討委員会での検討結果を受け、研修プログラムについては下記の点を重点方針として設定した。

- ・「食品製造」「卸売・物流」「流通・小売」「外食・中食」の現場を知り、座学の講義内容と現場を自分の中でつなげることを目的に、研修会後、6次産業化をイメージかつ 推進しやすいよう、6次産業全体にかかわるサプライチェーン全体（マーケティング・ブランド戦略、商品開発、品質・衛生管理、食品表示、卸・物流、流通・小売、販路開拓、輸出）についての一貫性を持った研修とする。
- ・受講者の負担に配慮し、例年より日数を減らして1コース4日間で実施するが、実地研修先の企業数はできるだけ減らさないよう配慮する。
- ・6次産業化の地域での推進を強化すべく、「農林漁業成長産業化ファンドの仕組み」に関する座学研修を盛り込む。
- ・受講生には、事前アンケートを作成していただくことで、今回の参加目的を明確に設定した上で研修会に参加してもらえるような導線設計とする。また、研修初日については研修会の目的や個別企業ごとの学習ポイントを座学研修、グループワーク等で再度、確認する機会を設ける。
- ・実地研修やワークショップ・グループワーク等、受講生が自らアウトプットする機会を豊富に設けることで理解度を高め、スキルアップに結びつける。特に最終日には、「6次産業化商品の企画及び消費者に届けるまでの展開のプランニング」（連携先を含めて戦略、戦術、施策を立て支援する）についてのグループワークを実施し、具体性のある実際の事例を用いてワークを実施し、その手法が学べるとともに、農林漁業者の立場に立って考え、6次産業化のフードチェーン・バリューチェーンに関わる連携先も含めた的確な指導を可能とするとともに、各地域の課題や現状の対応方法の共有、課題に対するアクションプラン・アイデア創造を実施する。
- ・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り、研修内容をより効果的なものとするを目的とし、生産現場及び企業の現状双方を理解している人材をファシリテーターとして配置する。
- ・受講生に受講レポートを作成して貰うことで、感想や疑問点等を逐次確認・解決する。また、受講レポートによる振り返りで、知識・手法・ノウハウの理解度を高める。

実施結果の概要

【コース概要】

1コース（東京会場）

平成 27 年 10 月 19 日(月) ～ 10 月 22 日(木)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
10 月 19 日(月)	パソナグループ本部（東京）	パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）
	中食企業	
10 月 20 日(火)	キューピー株式会社	キューピー(株) 五霞工場 （茨城県猿島郡五霞町小手指 1800）
10 月 21 日(水)	国分株式会社	国分(株) 三郷流通センター （埼玉県三郷市番匠免二丁目215）
10 月 22 日(木)	大丸東京店 （(株)フレッシュワン、(株)明治屋 売場）	日本ビル（東京都千代田区大手町 2-6-2）→ 大丸東京店（(株)フレッシュワン、(株)明治屋 売場） （東京都千代田区丸の内 1-9-1）
	パソナグループ本部（東京）	

2 コース（東京会場）

平成 27 年 11 月 9 日(月) ～ 11 月 12 日(木)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
11 月 9 日(月)	パソナグループ本部（東京）	パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）
	東日本旅客鉄道株式会社	東日本旅客鉄道(株) のもの上野店 （東京都台東区上野 7 丁目）→ パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）
11 月 10 日(火)	国分株式会社	国分(株) 三郷流通センター （埼玉県三郷市番匠免二丁目215）
11 月 11 日(水)	パルシステム生活協同組合連合会	パルシステム生活協同組合連合会（(株)ジーピーエス） （埼玉県さいたま市岩槻区末田 942-1 パルシステム岩槻センター内）
11 月 12 日(木)	株式会社ライフコーポレーション	パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）→ (株)ライフコーポレーション 錦糸町駅前店 （東京都墨田区錦糸 2-2-1）
	パソナグループ本部（東京）	パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）

3 コース（東京会場）

平成 27 年 11 月 16 日(月) ～ 11 月 19 日(木)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
11 月 16 日(月)	パソナグループ本部（東京）	パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）
	サッポロホールディングス株式会社	サッポロビール 千葉工場 （千葉県船橋市高瀬町 2 番）
11 月 17 日(火)	米屋株式会社	米屋(株) なごみの米屋 總本店 （千葉県成田市上町 500）
	ヤフー株式会社	ヤフー(株) 本社 （東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー）
11 月 18 日(水)	株式会社農業総合研究所	(株)農業総合研究所 ダイエー新浦安店内売場 （千葉県浦安市入船 1-4-1）→ パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）
11 月 19 日(木)	株式会社三越伊勢丹	(株)三越伊勢丹 伊勢丹新宿本店 （東京都新宿区新宿 3-14-1）
	パソナグループ本部（東京）	パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区大手町 2-6-4）

4 コース（大阪会場）

平成 27 年 11 月 30 日(月) ～ 12 月 3 日(木)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
11 月 30 日(月)	パソナグループ本部（大阪）	パソナグループビル（大阪本社） （大阪府大阪市中央区淡路町 4-2-15）
	大丸梅田店 （株式会社フレッシュワン、 株式会社アイ・エム・シー 売場）	大丸梅田店（株）フレッシュワン、(株)アイ・エム・シー 売場） （大阪市北区梅田 3-1-1）→ パソナグループビル（大阪本社） （大阪府大阪市中央区淡路町 4-2-15）
12 月 1 日(火)	キュービー株式会社	キュービー(株) 伊丹工場 （兵庫県伊丹市南町 4-7-1）
12 月 2 日(水)	住友化学株式会社 健康・農業関連事業 研究所（兵庫県宝塚市） 加西試験農場（兵庫県加西市）	住友化学(株) 健康・農業関連事業研究所 （兵庫県宝塚市高司 4 丁目 2 番 1 号）→ 住友化学(株) 加西試験農場 （兵庫県加西市岸呂町 636-2）
12 月 3 日(木)	中食企業	パソナグループビル（大阪本社） （大阪府大阪市中央区淡路町 4-2-15）
	パソナグループ本部（大阪）	

【研修参加者数内訳】

〔受講者〕

コース名	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
1コース（東京会場） 平成 27 年 10 月 19 日（月） ～ 10 月 22 日（木）	5	0	2	0	0	0	1	0	2
2コース（東京会場） 平成 27 年 11 月 9 日（月） ～ 11 月 12 日（木）	8	3	1	0	0	0	2	0	2
3コース（東京会場） 平成 27 年 11 月 16 日（月） ～ 11 月 19 日（木）	6	1	3	0	0	0	0	0	2
4コース（大阪会場） 平成 27 年 11 月 30 日（月） ～ 12 月 3 日（木）	6	2	0	0	0	0	1	1	2
合 計	25	6	6	0	0	0	4	1	8

※各県の地域の割り振りは農林水産省 / 地方農政局一覧のページで参照
(<http://www.maff.go.jp/j/org/outline/dial/kyoku.html>)

〔聴講者〕

・全コースで受付し、1コースで1名ご参加（本省職員様、2企業の実地研修にご参加）

※3コースで九州地域で1名（農政局）、聴講の応募があったが、3コースの全講義ご参加のため、上記受講者としてカウント。

【研修参加者人数】

本事業における研修の参加者は、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、4つのコースにおいて計25名の普及指導員等の参加が得られました。（内訳：普及指導員24名、農政局職員1名）

また、研修先企業単位での参加となる聴講者も募集し、1コースで1名、本省職員の参加が得られました。

コース毎の参加者数等の詳細は上記の表の通りとなります。

【参加者アンケートの実施】

本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ました。

■調査対象者：各コースの研修を修了した対象者：25名（内訳：普及指導員24名、農政局職員1名）

■調査方法：各コース毎、研修最終日にアンケート票を配布し、回収しました。

■調査日：2015年10月22日（木）、11月12日（木）、11月19日（木）、12月3日（木）

■回収数：25名（回収率：100%）

アンケート調査の結果については、第3章98ページ以降にて整理を行いました。

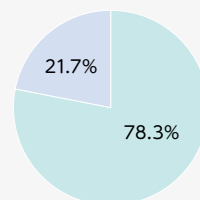
【参加者アンケートの結果より一部抜粋】

研修の満足度

	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	18	78.3
2: やや満足した	5	21.7
3: どちらともいえない	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

研修の満足度

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない

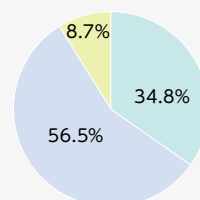


事業継続と社会コスト投入の意義

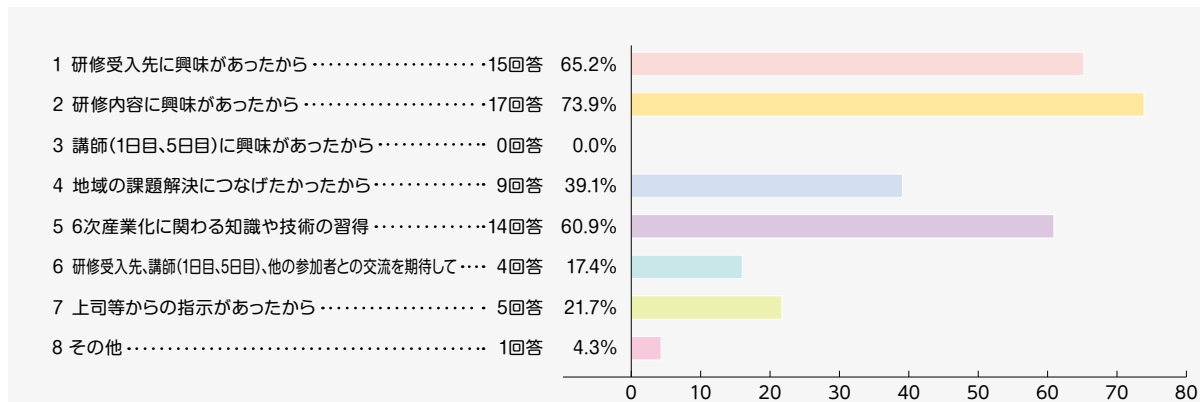
	人数(人)	割合(%)
1: 大いに意義を感じる	8	34.8
2: 意義を感じる	13	56.5
3: どちらともいえない	2	8.7
4: 意義をあまり感じない	0	0.0
5: 意義はない	0	0.0

事業継続と社会コスト投入の意義

- 1: 大いに意義を感じる
- 2: 意義を感じる
- 3: どちらともいえない
- 4: 意義をあまり感じない
- 5: 意義はない



研修の参加動機



次回の希望業種

	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人(もくもくファーム、シュシュ、葡萄の樹等)	4	17.4
2: 食品製造業者	7	30.4
3: 流通業者	9	39.1
4: 小売業者	6	26.1
5: 外食・中食業者	14	60.9
6: 商社	7	30.4
7: ネット販売・通信販売	11	47.8
8: 観光・旅行業(農業体験や食農教育旅行を取り扱っている業者)	7	30.4
9: その他	2	8.7

【成果の公表】

当該事業の実施結果として当該事業報告書を印刷し関係各所へ配布するとともに、

専用ホームページ(<http://www.pasona-nouentai.co.jp/pr/2014/nousui/minkanhaken/>)に掲載を行う。

ファシリテーターの設置

重点方針にも記載した通り、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り、研修内容をより効果的なものとするを目的とし、生産現場及び企業の現状双方を理解している人材をファシリテーターとして配置する。ファシリテーターは、平成 25 年度、平成 26 年度の民間企業等派遣研修会でのファシリテーターを経験し、事業の趣旨・内容を理解した 6 次産業化の専門家等を今年度も配置し、研修受入先での見るべき学ぶべき視点、また、新たな視点・気づきを参加者に提供し理解の深化を促す。

講師名	プロフィール
食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏	【資格・職位】 ボランティア・プランナー、中小企業診断士 【経歴】 高崎経済大学卒業 1966 年 ライオン(株)入社。食品の営業、製品開発を担当。食品販売部長。 1998 年 ヒューマンリソース(株)入社。オムロンが農業に参入するにあたり、その設立から参画。農産物のブランディング、販売を担当 2002 年 食と農研究所を設立 (専門分野・主な活動) ・食品の製品開発及びマーケティング全般 ・農産物を活用した製品開発及びブランディング支援 (お茶、ゆず胡椒、トマトジュース、柿ジュース他) ・販売支援 (マッチング多数) (委員等) ・本場の本物審査・認定委員 (座長) (食品産業センター) ・農商工連携人材育成事業推進委員会委員 (全国中小企業団体中央会) ・千葉の食と農連携事業 コーディネーター ・長崎県ブランド農産加工品認証制度委員 ・K 町 6 次産業化ネットワーク協議会 弊社において、農業分野の地域人づくり事業 (農業分野就職希望者向け)、新規就職希望者・農業法人等の若手リーダー・農業経営者や食や観光の経営者等に対する研修など実績多数。 農林水産省 平成 25 年度 6 次産業化推進支援事業 全国推進事業 6 次産業化中央サポート事業 6 次産業化支援人材育成研修会等開催のうち民間企業等派遣研修会、農林水産省 平成 26 年度 6 次産業化支援人材育成研修会等開催のうち民間企業等派遣研修会の講師としても活躍。 
現・株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役 元・一般財団法人食品産業センター 振興部主任 二瓶 徹 氏	【資格・職位】 東京家政学院大学非常勤講師、法政大学大学院「食と農」研究所特任研究員 【経歴】 大学院で農学と社会学を専攻し、農水省所管法人にて、開発途上国への加工技術移転の ODA、食品産業および異業種連携による食環境からの食育推進、EU 型の GI 制度を参考にした地域食品ブランド制度構築を担当。 その後、食育や地域振興を異業種連携による「ソーシャル・ビジネスモデル」を生み出すプラットフォーム (法人) を設立するとともに、制度化した地域食品ブランド「本場の本物」を 2015 年開催の「ミラノ万博」出展に導き、プロモーションを手掛ける。 近年、フランスフルターニュ地方に製粉工場建設プロジェクトを手掛けるとともに、フランスから名誉招待者として、現地に於て講演等を行う。現在、経済産業大臣・農林水産大臣任命「ミラノ万博」公式サポーター、大学の非常勤講師を務めているとともに、NHK の番組に専門家として出演。 弊社実施の、農林水産省 平成 25 年度、平成 26 年度 6 次産業化支援人材育成研修会等開催のうち民間企業等派遣研修会、平成 26 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 指導者向け研修 (経営指導力向上研修会) の講師としても活躍。 <旧所属団体での取組 (主担当として従事、企画・立案・運営等を実施)> (1) 農林水産省補助事業関係 ・平成 22 年度「地域食品ブランド・育成管理対策事業」・・・地域食品ブランド表示基準制度の審査・認定、全国における地域ブランド確立研修会の開催および相談窓口の設置 ・平成 22 年度「農商工等連携促進対策中央支援事業」・・・食料産業クラスターにおける開発商品の売買マッチングサイト構築、製品開発事業者への専門家派遣 ・平成 23 年度「6 次産業総合推進事業」・・・6 次産業化プランナー候補者等を対象とした研修会開催 ・平成 24 年度「6 次産業総合推進事業」・・・6 次産業化プランナー候補者等を対象とした研修会開催 (2) 所属団体自主事業関係 ・「地方食品産業協議会全国会長会議・事務担当者会議」の開催 ・「全国食料産業クラスター協議会 総会・代議員会議」の開催 ・「優良ふるさと食品中央コンクール」審査・表彰 ・地域食品ブランド表示基準制度「本場の本物」審査・認定 <委員・所長等関係> ・農林水産省「食のモデル地域構築計画」検討委員 ・農林水産省「食料提供の場を活用した実践事業」検討委員 ・農林水産省「食育活動の全国展開委託事業」技術専門委員 ・水産庁「流通促進取組支援事業」評価委員 ・「本場の本物」ブランド推進委員会 事務局長 ・一般社団法人すこやか食育エコワーク 理事 ・墨田区「食育推進会議」委員 ・農林水産省「フード・コミュニケーション・プロジェクト」アドバイザー ・農林水産省「マジごはん」審査委員 ・東京家政学院大学 非常勤講師 ・経済産業大臣・農林水産大臣任命「ミラノ万博日本館」公式サポーター 
株式会社パソナ農援隊 コンサルティング事業部 マネージャー 佐藤 元信	法政大学 経済学部 経済学科 環境文化コース卒 1998 年 ㈱パソナ入社 以後、人材ビジネスの営業および派遣労働者の人事・労務担当として従事 2010 年 ㈱パソナグループ 事業開発部 出向 室内植栽管理業務及び農業分野におけるコンサルティング業務に従事 2012 年 ㈱パソナ農援隊 出向 農業分野におけるコンサルティング業務に従事 2013 年 コンサルティング事業部 マネージャーを拝命 2014 年 アーバンファーム事業部 事業部長を拝命 (コンサルティング事業部兼務)、現在に至る 【個人 実績・取組経験】 ■発注元：農林水産省、厚生労働省、青森県、青森市、岩手県、新潟県、三重県、豊田市 等 ■貴省事業担当経験： 平成 24 年度 6 次産業化中央支援事業 6 次産業化人材育成研修会 (コーチング研修会) 平成 25 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 (農業を目指す若者の心理等を踏まえた実践的対応手法研修会) 平成 25 年度 6 次産業化中央サポート事業 6 次産業化人材育成研修会等の開催 (民間企業等派遣研修会) 平成 26 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 (経営指導力向上研修会) 平成 26 年度 6 次産業化人材育成支援事業 (民間企業等派遣研修会) 平成 27 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 2 指導者向け研修① (経営指導力実践研修会) 平成 27 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 3 指導者向け研修② (農業メンター実践研修会) 平成 27 年度 6 次産業化人材育成支援事業 (民間企業等派遣研修会) ■契約期間 2010 年～現在まで ■業務内容 農業の指導者・支援者、農業経営者、新規就農者、自治体、J A、地方銀行向けの研修事業 (専門家を講師として派遣) の事業統括・事業運営 ・各研修事業の教育理念 (目的・指導方法) の決定、教育課程 (カリキュラム) の構築 ・発注先との調整 ・専門家の講師陣としての開拓 ・研修の研修内容の調整と、講師との日程・講義内容等に関する調整業務 ・講師依頼書 (契約書) 等の事務処理業務 ・当日の講師のアテンド、当日運営業務 ・当日の講師業務、ファシリテーター業務 ・農業者、新規就農者向けに個別相談や目標設定、発表会の運営 ・各地域の農業情勢や戦術、地域特性等の調査 ■保有資格：農商工連携コーディネーター、JGAP 指導員、第二種衛生管理者、食品衛生責任者

研修受入先の選定

研修受入先の選定について、平成 25・平成 26 年度のアンケート結果より普及指導員の研修ニーズを精査しつつ、6次産業化のフードチェーン・バリューチェーンに関わる食品製造業、量販店、卸売業、流通・小売業、外食・中食業等の民間企業、及び、要望のあった観光、ネット販売、6次産業化・出口戦略の農業法人等を含め選定し、また、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更なるレベルアップの重要性など、施策や本事業の趣旨に賛同して頂ける企業において実施する。

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頂いた企業は下記の通りである。

なお、研修受入先の講師には、その企業における、その分野の専門担当者を選定し講義して頂く。

(例) 食品製造・商品開発の講義 — 商品開発責任者もしくは商品開発担当者 等

住友化学(株)、キューピー(株)、サッポロホールディングス(株)、米屋(株)、国分(株)、(株)三越伊勢丹、大丸東京店・梅田店、(株)ライフコーポレーション、ヤフー(株)、東日本旅客鉄道(株)、(株)農業総合研究所、パルシステム生活協同組合連合会、中食企業 等(順不同)

研修受入先企業・講師・ファシリテーター一覧

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
民間企業等派遣研修会のポイント(6次産業化概論、フードチェーンに関する座学研修)講師 グループワーク講師 ファシリテーター	食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏	【資格・職位】 ボランティア・プランナー、中小企業診断士 【経歴】 高崎経済大学卒業 1966年 ライオン(株)入社。食品の営業、製品開発を担当。食品販売部長。 1998年 ヒューマンリソース(株)入社。オムロンが農業に参入するにあたり、その設立から参画。農産物のブランディング、販売を担当 2002年 食と農研究所を設立 (専門分野・主な活動) ・食品の製品開発及びマーケティング全般 ・農産物を活用した製品開発及びブランディング支援(お茶、ゆず胡椒、トマトジュース、柿ジュース他) ・販売支援(マッチング多数) (委員等) ・本場の本物審査・認定委員(座長)(食品産業センター) ・農商工連携人材育成事業推進委員会委員(全国中小企業団体中央会) ・千葉の食と農連携事業 コーディネーター ・長崎県ブランド農産加工品認証制度委員 ・K町六次産業化ネットワーク協議会 弊社において、農業分野の地域人づくり事業(農業分野就職希望者向け)、新規就農希望者・農業法人等の若手リーダー・農業経営者や食や観光の経営者等に対する研修など実績多数。 農林水産省 平成25年度 6次産業化推進支援事業 全国推進事業 6次産業化中央サポート事業 6次産業化支援人材育成研修会等開催のうち民間企業等派遣研修会、農林水産省 平成26年度 6次産業化支援人材育成研修会等開催のうち民間企業等派遣研修会の講師としても活躍。	10月19日(月) 11月9日(月) 11月16日(月) 11月30日(月) 12月1日(火) 12月2日(水) 12月3日(木)
農林漁業成長産業化ファンドの概要(農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修)講師	株式会社農林漁業成長産業化支援機構 統括部 シニアディレクター 川原 武彦 氏	—	10月19日(月)
農林漁業成長産業化ファンドの概要(農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修)講師	株式会社農林漁業成長産業化支援機構 統括部 マネジングディレクター 袴田 泰三 氏	—	11月9日(月)
農林漁業成長産業化ファンドの概要(農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修)講師	株式会社農林漁業成長産業化支援機構 統括部 シニアアソシエイト 鈴木 陽子 氏	—	11月16日(月) 11月30日(月)

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
グループワーク講師 ファシリテーター	一般財団法人食品産業 センター 振興部 主任 二瓶 徹 氏	【資格・職位】 東京家政学院大学非常勤講師、法政大学大学院「食と農」研究所特任研究員 【経歴】 大学院で農学と社会学を専攻し、農水省所管法人にて、開発途上国への加工技術移転の ODA、食品産業および異業種連携による食環境からの食育推進、EU 型の GI 制度を参考にした地域食品ブランド制度構築を担当。 その後、食育や地域振興を異業種連携による「ソーシャル・ビジネスモデル」を産み出すプラットフォーム（法人）を設立するとともに、制度化した地域食品ブランド「本場の本物」を 2015 年開催の「ミラノ万博」出展に導き、プロモーションを手掛ける。 近年、フランスフルターニュ地方に経節工場建設プロジェクトを手掛けるとともに、フランスから名誉招待者として、現地に講演等を行う。現在、経済産業大臣・農林水産大臣任命「ミラノ万博」公式サポーター、大学の非常勤講師を務めているとともに、NHK の番組に専門家として出演。 弊社実施の、農林水産省 平成 25 年度、平成 26 年度 6 次産業化支援人材育成研修会等開催のうち民間企業等派遣研修会、平成 26 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 指導者向け研修（経営指導力向上研修会）の講師としても活躍。 <旧所属団体での取組（主担当として従事、企画・立案・運営等を実施）> （1）農林水産省補助事業関係 ・平成 22 年度「地域食品ブランド・育成管理対策事業」・・・地域食品ブランド表示基準制度の審査・認定、全国における地域ブランド確立研修会の開催および相談窓口の設置 ・平成 22 年度「農商工等連携促進対策中央支援事業」・・・食料産業クラスターにおける開発商品の売買マッチングサイト構築、製品開発事業者への専門家派遣 ・平成 23 年度「6 次産業総合推進事業」・・・6 次産業化プランナー候補者等を対象とした研修会開催 ・平成 24 年度「6 次産業総合推進事業」・・・6 次産業化プランナー候補者等を対象とした研修会開催 （2）所属団体自主事業関係 ・「地方食品産業協議会全国会長会議・事務担当会合」の開催 ・「全国食料産業クラスター協議会 総会・代議員会議」の開催 ・「優良ふるさと食品中央コンクール」審査・表彰 ・地域食品ブランド表示基準制度「本場の本物」審査・認定 ・委員・所属紹介 ・農林水産省「食のモデル地域構築計画」検討委員 ・農林水産省「食材提供の場を活用した実践事業」検討委員 ・農林水産省「食育活動の全国展開委託事業」技術専門委員 ・水産庁「流通促進取組支援事業」評価委員 ・「本場の本物」ブランド推進委員会 事務局長 ・一般社団法人すこやか食育エコワーク 理事 ・墨田区「食育推進会議」委員 ・農林水産省「フード・コミュニケーション・プロジェクト」アドバイザー ・農林水産省「マジごはん」審査委員 ・東京家政学院大学 非常勤講師 ・経済産業大臣・農林水産大臣任命「ミラノ万博日本館」公式サポーター	10 月 19 日（月） 10 月 20 日（火） 10 月 21 日（水） 10 月 22 日（木） 11 月 9 日（月） 11 月 10 日（火） 11 月 11 日（水） 11 月 12 日（木） 11 月 16 日（月） 11 月 17 日（火） 11 月 18 日（水） 11 月 19 日（木）
ファシリテーター	株式会社パソナ農援隊 コンサルティング事業部 マネージャー 佐藤 元信	法政大学 経済学部 経済学科 環境文化コース卒 1998 年 ㈱パソナ入社 以後、人材ビジネスの営業および派遣労働者の人事・労務担当として従事 2010 年 ㈱パソナグループ 事業開発部 出向 室内植栽管理業務及び農業分野におけるコンサルティング業務に従事 2012 年 ㈱パソナ農援隊 出向 農業分野におけるコンサルティング業務に従事 2013 年 コンサルティング事業部 マネージャーを拝命 2014 年 アーバンファーム事業部 事業部長を拝命（コンサルティング事業部兼務）、現在に至る 【個人 実績・取組経緯】 ■発注元：農林水産省、厚生労働省、青森県、青森市、岩手県、新潟県、三重県、豊田市 等 ■貴省事業担当経緯： 平成 24 年度 6 次産業化中央支援事業 6 次産業化人材育成研修会（コーチング研修会） 平成 25 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援（農業を目指す若者の心理等を踏まえた実践的対応手法研修会） 平成 25 年度 6 次産業化中央サポート事業 6 次産業化人材育成研修会等の開催（民間企業等派遣研修会） 平成 26 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援（経営指導力向上研修会） 平成 26 年度 6 次産業化人材育成支援事業（民間企業等派遣研修会） 平成 27 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 2 指導者向け研修①（経営指導力実践研修会） 平成 27 年度 新規就農・経営継承総合支援事業のうち技術習得支援 3 指導者向け研修②（農業メンター実践研修会） 平成 27 年度 6 次産業化人材育成支援事業（民間企業等派遣研修会） ■契約期間 2010 年～現在まで ■業務内容 農業の指導者・支援者、農業経営者、新規就農者、自治体、JA、地方銀行向けの研修事業（専門家を講師として派遣）の事業統括・事業運営 ・各研修事業の教育理念（目的・指導方法）の決定、教育課程（カリキュラム）の構築 ・発注先との調整 ・専門家の講師陣としての開拓 ・研修の研修内容の調整と、講師との日程・講義内容等に関する調整業務 ・講師依頼書（契約書）等の事務処理業務 ・当日の講師のアテンド、当日運営業務 ・当日の講師業務、ファシリテーター業務 ・農業者、新規就農者向けに個別相談や目標設定、発表会の運営 ・各地域の農業情勢や戦略、地域特性等の調査 ■保有資格：農商工連携コーディネーター、JGAP 指導員、第二種衛生管理者、食品衛生責任者	—
中食企業	元・オリジン東秀株式会 社 営業統括本部 MD 融合事業部 関東営業部 営業マネージャー 藤田 誠一 氏	一般社団法人 すこやか食育エコワーク 理事長 1963 年生まれ。青森市出身。中央大学卒業。 2012 年法政大学大学院 政策科学研究科修士課程修了。 現在、法政大学大学院 公共政策研究科博士後期課程。 研究テーマは食育政策。 専門社会調査士、環境プランナー。 食品スーパー勤務を経て、2000 年オリジン東秀株式会社入社。業務改善、商品企画、品質管理、お客さまサービス部等を担当。2012 年からは大手スーパーマーケットに商品を提供し、デリカ部門の運営の指導をおこなうスーパーバイザーとして、現場の課題の解決に奮闘する。ワークショップ形式の会議を導入し、目的の明確化と共有化、効率的な時間管理の徹底等により意識と行動の変容を促す。 また、多くの自治体や企業と連携し、CSR（企業の社会的責任）の一環としての食育活動を実践。保育園～中学校の出前授業、自治体と連携した食育活動の企画・運営等をおこない、地域における多様な主体による協働の必要性を実感した。 「地域社会の健康づくりに貢献すること」をライフワークとしている。 2015 年 4 月より一般社団法人すこやか食育エコワーク理事長。食育活動や地域の健康づくりに貢献する活動を展開中。	10 月 19 日（月） 12 月 3 日（木）
キユーピー株式会社	キユーピー株式会社 広報・CSR 本部 部長 森 佳光 氏	役職：キユーピー株式会社 広報・CSR 本部 本部長 出身地：千葉県 生年月日：1962 年 10 月 9 日（現在 51 歳） 最終学歴：1987 年 3 月 茨城大学大学院農学部研究科修士課程修了 略歴： 1987 年 4 月 キユーピー株式会社 入社 2011 年 10 月 同社品質保証本部お客様相談室 室長 2013 年 7 月 同社広報・CSR 本部広報部 部長 2014 年 2 月 同社広報・CSR 本部 本部長	10 月 20 日（火） 12 月 1 日（火）

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
キユーピー株式会社	キユーピー株式会社 品質保証本部 食品安全科学センター センター長 宮下 隆 氏	1994 東京理科大学理学部化学科卒 キユーピー株式会社 入社 生産本部 品質管理部 配属 1996 同社 生産本部 酵母工場 製造課 2001 同社 品質保証本部 食品衛生試験室 2006 同社 研究所 食品安全技術センター 分析研究室 チームリーダー 2010 同社 生産本部 仙川工場 品質保証課 課長 2011 同社 研究所 食品安全技術センター 微生物研究室 室長 2012 同社 研究開発本部 技術研究所 食品安全技術部 次長 2013 同社 品質保証本部 食品安全科学センター 次長 ～ 現在に至る 所属学会等： 公益財団法人日本缶詰協会(技術委員会委員長)、日本食品化学学会(評議員)、クロマトグラフィー科学会(評議員)、日本マイコトキシン学会(役員・広報委員)、AOAC International 日本セクション(代議員)、オフフレーバー研究会(幹事・情報委員)、カビ毒研究連絡協議会(役員・編集委員)、日本農業学会会員、日本食品衛生学会会員、日本食品微生物学会会員等 主な研究： ・食のリスクマネジメント体系の研究開発 ・メタボロミクスを応用した食品成分の網羅的分析法の研究開発 ・微生物産生毒素の産生機序に関する研究 ・損傷菌の発生機序と検出に関する研究 ・食中毒菌の食品中での調理加工における挙動に関する研究 ・食品中における危害微生物の増殖予測モデルに関する研究開発 (2013 年 11 月 1 日現在)	10月20日(火) 12月1日(火)
キユーピー株式会社	キユーピー株式会社 研究開発本部 商品開発研究所 所長 青山 忍 氏	1984 年 3 月 九州大学農学部食糧化学工学科卒業 1984 年 4 月 キユーピー株式会社入社 2003 年 10 月 同社研究所タマゴ R&D センター タマゴ素材グループリーダー 2009 年 7 月 同社研究所タマゴ R&D センター センター長 2012 年 7 月 同社研究開発本部商品開発研究所 所長	12月1日(火)
国分株式会社	国分株式会社 マーケティング部部長兼営業企画担当部長兼企業 PB 開発担当部長 千木良 治 氏	昭和 38 年 8 月 13 日生 昭和 62 年 3 月 明治大学農学部 卒業 昭和 62 年 4 月 国分株式会社入社 平成 16 年 1 月 首都圏第四支社第三支店長 平成 19 年 4 月 首都圏第二支社副部長兼第三支店長 平成 23 年 1 月 東京支社第二営業部長 平成 24 年 1 月 関東支社第一営業部長 平成 24 年 2 月 広域・関東統括第一担当部長兼務 平成 25 年 9 月 営業推進部長 平成 27 年 1 月 マーケティング部部長兼営業企画担当部長兼企業 PB 開発担当部長 これまでの赴任地は、札幌→横浜→福岡→横浜→日本橋 入社以来、一貫して加工食品・酒類の営業畑であったが、平成 25 年 9 月より本社スタッフに異動。 各種提案企画立案、情報支援機能提供、企業 PB の開発他、小売業および営業への支援活動が主な業務となる。 「問屋の機能をご理解いただければ幸いです。是非ご活用ください。」	10月21日(水) 11月10日(火)
国分株式会社	国分株式会社 低温フレッシュ・フードサービス統括部チームリーダー兼株式会社ベストフーズ 出向 稲熊 篤 氏	昭和 55 年 4 月生 平成 15 年 3 月 専修大学経済学部 卒業 平成 15 年 4 月 国分株式会社 入社 北海道支社 配属 平成 24 年 5 月 丸果札幌青果株式会社 駐在 平成 27 年 4 月 シュレン国分株式会社 出向 平成 27 年 9 月 低温フレッシュ・フードサービス統括部 兼 株式会社ベストフーズ 出向 入社以来北海道で営業を 8 年間経験した後、青果荷受に 3 年間駐在し農業のイロハを叩き込まれました。 本年 9 月より当社グループ会社の青果仲卸へ出向し、国分グループの農産事業拡充に向けて日々奔走しております。	10月21日(水) 11月10日(火)
国分株式会社	国分株式会社 物流統括部 長井 翔平 氏	昭和 61 年 8 月 10 日生 平成 21 年 3 月 亜細亜大学経営学部 卒業 平成 21 年 4 月 国分株式会社入社 平成 21 年 8 月 北海道支社 総務課 平成 24 年 1 月 物流事業部 北海道支社駐在 平成 27 年 6 月 物流統括部 低温 F・FS 統括部駐在 現在職務：首都圏全体の物流再編プロジェクトの一環である新規立ち上げセンターの稼動支援業務。 本日は、問屋物流の機能そのものについてご説明させていただきます。 問屋国分の物流の講義が、ご参加された皆様の事業にとりまして、有意義な気づきのきっかけとなれば幸いです。	10月21日(水) 11月10日(火)
国分株式会社	国分株式会社 物流事業部 杉山 幸平 氏	昭和 63 年 4 月 5 日生 平成 23 年 3 月 立命館大学経済学部 卒業 平成 23 年 4 月 国分株式会社入社 平成 23 年 6 月 九州支社 総務課 平成 24 年 6 月 九州支社第一支店 物流業務担当 平成 25 年 6 月 物流事業部開発担当 平成 27 年 1 月 物流統括部開発担当 現在職務：小売業様専用センター新拠点立ち上げのため、構内設計・運用の構築。 モットー「らしくあれ」(何事にも自分の軸を持ち行動すること) 普段あまり意識しない「問屋の物流」について、皆様にと少しでも身近に感じて頂ければと思います。	10月21日(水) 11月10日(火)
国分株式会社	国分株式会社 低温フレッシュ・フードサービス統括本部課長(三郷流通センター長)兼フードサービス事業部第三担当課長(ニッコク三郷センター長) 阿部 敬嗣 氏	—	10月21日(水) 11月10日(火)

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
大丸東京店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋 売場)	元・大丸松坂屋百貨店 本社食品部長 星加 嘉弘 氏	1975 年に大丸に入社、神戸店食品部、梅田店店舗企画部、本社営業企画部 (構造改革担当)、心斎橋店生鮮食品部長を経て、本社食品部マーチャンダイザー (食品全般)、本社食品部部長、東京店食品部部長等を歴任し定年で退職。現在は、㈱パナソニック農機隊等において、地域産品や地域産品を活用した加工品の指導・販路開拓支援など顧問的な立場で活躍中。	10 月 22 日 (木)
大丸東京店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋 売場)	株式会社フレッシュワン 大丸東京店店長兼野菜バイヤー 堀内 靖之 氏	—	10 月 22 日 (木)
大丸東京店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋 売場)	株式会社明治屋 小売事業本部 八重洲ロストアール 店長 布施 兼司 氏	—	10 月 22 日 (木)
東日本旅客鉄道株式会社 (のものが上野店)	のものが秋葉原店 店長、 のものが上野店 副店長 水野 寛子 氏	2007 年 株式会社 ジェイアール東日本商事入社 リース部にて JR グループ会社向け営業を担当。 2008 年 社内研修制度で半年間盛岡支店にて勤務。 2009 年 リース部に復職。請求管理等経理の仕事を担当。 兼務で新事業開発プロジェクトへ参加。地域活性化事業を担当。 JR 長野支社とデスティネーションキャンペーンに合わせた土産品の開発。 2010 年 JR 高崎支社と SL 運行に合わせたお土産品の開発。 2011 年 営業部へ異動。土産品常設店舗開発担当を拝命。 コンセプトメイキング、MD、契約、広報、販促を担当。 2012 年 のものが上野店オープン。副店長を拝命。 2013 年 のものが秋葉原店開発を担当。MD、広報、販促を担当。 2014 年 のものが秋葉原店オープン。店長を拝命。	11 月 9 日 (月)
東日本旅客鉄道株式会社 (のものが上野店)	東日本旅客鉄道株式会 社 事業創造本部 沿線 戦略・地域活性化部門 6 次産業化 G 清水 理三郎 氏	—	11 月 9 日 (月)
バルシステム生活協同組合 連合会 (株式会社ジービー エス)	バルシステム連合会共同 人事推進課 植田 温子 氏	—	11 月 11 日 (水)
バルシステム生活協同組合 連合会 (株式会社ジービー エス)	株式会社ジービーエス 取締役事業本部長 工藤 友明 氏	青森県五所川原市生まれ 1992 年 ㈱首都圏コープ (現バルミート) 入社 2004 年 バルシステム連合会 移籍 産直開発課長 2008 年 ㈱ジービーエス 出向 産直企画部長 2011 年 ㈱ジービーエス 移籍 事業本部長 2015 年 ㈱ジービーエス 取締役 事業本部長	11 月 11 日 (水)
バルシステム生活協同組合 連合会 (株式会社ジービー エス)	株式会社ジービーエス 管理本部品質管理部長 白崎 義彦 氏	新潟県西蒲原郡巻町 (現新潟市) 生まれ 1986 年 北多摩生協 (現バルシステム東京) 入協 配送業務 1991 年 首都圏コープ事業連合 (現 バルシステム連合会) 出向・移籍 家庭用品担当、ドライ食品担当、商品管理グループ (仕様書確認)、品質管理課に従事 2006 年 ㈱ジービーエス 出向 事業部次長、事業推進部長 2008 年 ㈱ジービーエス 移籍 事業推進部長 2011 年 物流管理部長 2014 年 品質管理部長	11 月 11 日 (水)
バルシステム生活協同組合 連合会 (株式会社ジービー エス)	株式会社ジービーエス 管理本部管理部長 安原 仁 氏	—	11 月 11 日 (水)
株式会社ライフコーポ レーション	株式会社ライフコーポ レーション 営業企画部 主査 1 級販売士 宮川 誠一 氏	千葉県在住 1973 年 関西大学 経済学部経済学科卒業 日興証券日本橋丸善支店営業課 1977 年 (株) 西友東大宮店衣料品課・東鴨店衣料品係長 (株) 西友本部衣料品事業部バイヤー・チーフバイヤー 1998 年 (株) ライフコーポレーション 本社衣料品チーフバイヤー婦人 SV 2001 年 (株) ライフコーポレーション 販売促進部販売演出課長 2005 年 (株) ライフコーポレーション 販売促進部 主査 農水省・厚生労働省フードガイド検討委員会委員、 日本スーパーマーケット協会販売促進委員会委員 2006 年 農水省消費者安全局消費者の部屋懇談会委員 2011 年 (財) 食品産業センター主催 農林水産省後援 6 次産業化プランナー育成講座講師 2012 年 (財) 日本販売士協会 広報委員 2014 年 千葉商工会議所販売士会 理事 現在に至る 取得資格等 一級販売士・登録講師・中小企業診断士 1 次試験合格 食生活プランナー・衛生管理者・証券外務員資格	11 月 12 日 (木)
サッポロホールディングス 株式会社 (サッポロビール 株式会社 千葉工場)	サッポロビール株式会社 千葉工場長 吉田 郁也 氏	(ご挨拶・工場概要ご説明) 1985 年・東京大学農学部卒業後、サッポロビール (株) に入社、川口工場 醸造課に配属。 1989 年からは名古屋工場、大阪工場の製造部を経て、1999 年より本社で商品・技術開発に携わる。 2002 年からは商品技術、生産技術開発センター長。 2004 年からは北海道工場、静岡工場の製造部長を経て、2010 年には九州日田工場長に就任。 2012 年からは千葉工場長、執行役員として現在に至る。	11 月 16 日 (月)
サッポロホールディングス 株式会社 (サッポロビール 株式会社 千葉工場)	サッポロビール株式会社 千葉工場 品質保証部長 石田 文人 氏	(品質保証ご説明) 1988 年・九州大学農学部卒業後、サッポロビール株式会社に入社 名古屋工場と商品開発部門を経験後、ドイツミュンヘンに 5 年間駐在 その後、静岡工場、那須工場で品質保証及び生産業務に携わり、 現在は千葉工場品質保証部に在籍	11 月 16 日 (月)

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
サッポロホールディングス株式会社 (サッポロビール株式会社 千葉工場)	サッポロビール株式会社 購買部 フィールドマネージャー 島瀬 雅行 氏	(原料パートご説明) 1997年 奈良先端科学技術大学院大学修了後サッポロビール株式会社に入社 群馬工場にて製麦(麦芽製造)を経験後、仙台工場でビール醸造、商品開発部門を経て現在は購買部にてビール用原料(麦芽・副原料等)調達およびフィールドマネージャーに従事	11月16日(月)
サッポロホールディングス株式会社 (サッポロビール株式会社 千葉工場)	サッポロビール株式会社 新価値開発部 第1新価値開発グループ 野並 祐介 氏	(商品開発パートご説明) 2008年、近畿大学経営学部卒業後、サッポロビール株式会社に入社 大阪、京都、滋賀でスーパーや酒屋販売店に対する営業を経験 その後、菓子の製造・販売を行うサッポロフアイフーズ社へ出向 全国規模のスーパー、コンビニエンスから地方のスーパーまでを担当 2013年1月から現在の商品開発部門に所属	11月16日(月)
米屋株式会社	米屋株式会社 研究開発 兼 事業開発室 研究開発統括 白鳥 正俊 氏	米屋一筋41年、現在は品質保証部・商品開発部・お客様相談室を統括、国家資格は・管理栄養士・公害防止管理者(水質)、趣味はゴルフと千葉県では少々名の知れた銘柄米「多古米」も手がける土日百姓。	11月17日(火)
ヤフー株式会社	ヤフー株式会社 ショッピングカンパニー 営業本部セールスプロモーション部 eコマース革命 エバンジェリスト 大野 憲司 氏	2003年ヤフー株式会社に入社。 11年間、インターネット広告の広告営業に従事。社員食堂の企画立案・プロジェクトの立ち上げオーナーも経験。Yahoo! JAPAN「eコマース革命」発表を受けて、ショッピング事業部に異動。 現在は Yahoo! ショッピングの出店や売上アップに関するセミナーを全国で開催している。 農産物の分野では伝統野菜について詳しい。	11月17日(火)
株式会社農業総合研究所	株式会社農業総合研究所 代表取締役 CEO 及川 智正 氏	昭和50年1月2日生まれ。東京出身 東京農業大学農学部農業経済学科卒業。 産業用ガス商社から農家(和歌山)へ転身。「日本野菜ソムリエ協会」グループ会社の関西支社長として活躍後、農家から高級八百屋の設立経営まで実践した経験を活かし、農産物創造ベンチャー企業「農業総合研究所」を設立。代表取締役兼 CEO に就任。起業5年で12億円の売上を達成する。テレビ、ラジオだけでなく新聞や雑誌などのメディアにも多数出演。全国を股に掛けた講演活動や農林水産省の委員も務める。趣味はタップダンス。 【兼任】NPO法人 アグリビジネスサポート 理事長、NPO法人 日本プロ農業総合支援機構 運営会員、東京農業大学非常勤講師	11月18日(水)
株式会社農業総合研究所	株式会社農業総合研究所 支援部 主任 南 陽介 氏	—	11月18日(水)
株式会社三越伊勢丹	株式会社三越伊勢丹 商品統括部 食品統括部 グループ食品商品部 生鮮・グローサリー・和洋酒 バイヤー 雨宮 隆一 氏	1991年 株式会社 伊勢丹入社 新宿伊勢丹 食品部 洋特選(輸入食品) 1994年 食品ギフト(中元、歳暮、年間) 商品部 アシスタントバイヤー 1997年 新宿店地下催事 アシスタントバイヤー 1999年 新立川店 開店準備室 食品担当 2001年 新店オープン 食品担当 2010年 立川店食品担当部長 兼 レストランマネージャー 2012年 三越日本橋本店 生鮮バイヤー 2013年 基幹店事業部 食品統括部 食品第一商品部 生鮮バイヤー 2014年 7月 水産庁より 復興水産販路回復アドバイザー任命 兼務 2015年 食品統括部 グループ食品商品部 生鮮・グローサリーバイヤー	11月19日(木)
大丸梅田店(株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー)	元・大丸松坂屋百貨店 本社食品部長 星加 嘉弘 氏	1975年に大丸に入社、神戸店食品部、梅田店店舗企画部、本社営業企画部(構造改革担当)、心斎橋店生鮮食品部長を経て、本社食品部マーチャンダイザー(食品全般)、本社食品部部長、東京店食品部部長等を歴任し定年で退職。現在は、㈱パナソニック農産物等において、地域産品や地域産品を活用した加工品の指導・販路開拓支援など顧問的な立場で活躍中。	11月30日(月)
大丸梅田店(株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー)	株式会社フレッシュワン 大丸松坂屋 西日本統括責任者 栗原 智一 氏	—	11月30日(月)
大丸梅田店(株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー)	株式会社アイ・エム・シー 大丸梅田店 店長 一宮 武 氏	—	11月30日(月)
住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所(兵庫県宝塚市) 加西試験農場(兵庫県加西市)	住友化学株式会社 アグロ事業部マーケティング部 部長 氏家 敬 氏	1986年 北海道大学大学院農学研究科博士課程中退 1986年 住友化学入社 宝塚総合研究所(加西試験農場にて殺菌剤の生物評価) 1992年 アグロ事業部開発部 以降、同事業部普及部、製品企画開発部、マーケティング部等を経て 2011年 同事業部開発・マーケティング部統括リーダー 2015年 同事業部マーケティング部長	12月2日(水)
住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所(兵庫県宝塚市) 加西試験農場(兵庫県加西市)	住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所 所長 坂本 典保 氏	1986年 北海道大学大学院理学研究科修士課程修了(有機合成化学) 1986年 住友化学入社 宝塚総合研究所(殺虫剤探索合成) 2000年 理学博士取得(北海道大学) 2008年 農業化学品業務室 2011年 健康農業関連事業研究所グループマネージャー 2013年 健康農業関連事業業務室技術部長 2014年 健康農業関連事業研究所長	12月2日(水)
住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所(兵庫県宝塚市) 加西試験農場(兵庫県加西市)	住友化学株式会社 健康農業関連事業研究所 応用開発グループマネージャー 用貝 広幸 氏	1988年 神戸大学大学院農学研究科修士課程修了(植物防疫/農業学) 1988年 住友化学入社 宝塚総合研究所(除草剤、植物成長調節剤の探索・応用開発研究) 1995年 アグロ事業部マーケティング部、事業企画部を経て 2011年 健康農業関連事業研究所 応用開発グループマネージャー	12月2日(水)

第2章

研修実施レポート



1コース（東京会場）

平成 27 年 10 月 19 日（月）～ 10 月 22 日（木）

.....

1 派遣先企業等

中食企業

キューピー株式会社

国分株式会社

大丸東京店（株）フレッシュワン、（株）明治屋 売場）

2 研修期間

平成 27 年 10 月 19 日（月）～ 10 月 22 日（木）（4 日間）

3 実施場所

パソナグループ本部（東京都千代田区）ほか

1コース (東京会場) 平成 27 年 10 月 19 日 (月)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
10月19日 (月)	パソナグループ本部 (東京)	・パソナグループ本部 (東京) ○集合時間・場所 8:45 パソナグループ本部 (東京) 1階 多目的ホール B 〒100-8228 東京都千代田区大手町2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分) ○解散場所 同上 7階会議室	9:00 ～ 9:20	オリエンテーション、趣旨説明	株式会社パソナ農援隊	二瓶 徹 氏 (株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			9:20 ～ 11:20	6次産業化概論、フードチェーンに関する座学研修	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代表)	
			11:20 ～ 12:05	ワークショップ	二瓶 徹 氏 (株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役)	
			13:00 ～ 14:00	農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修	川原 武彦 氏 (株式会社農林漁業成長産業化支援機構 統括部シニアディレクター)	
	中食企業		14:30 ～ 16:30	中食に関する座学研修	藤田 誠一 氏 (元・オリジン東秀株式会社 営業統括本部MD融合事業部 関東営業部 営業マネージャー)	
			16:30 ～ 16:50	意見交換会		
			16:50 ～ 17:00	事務連絡・質疑応答	株式会社パソナ農援隊	

【研修の狙い】

■ 6次産業化概論、フードチェーンに関する座学研修

6次産業化の概論、フードチェーン研修(商流((生産)・食品製造・卸売・小売)とそれぞれで学ぶべきこと)について研修を実施します。

■ ワークショップ

グループワークもしくは全体にて、自己紹介・現在の担当業務・個人ワークのシェア・研修にかかる意気込み等についてワークショップを実施します。

■ 農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修

農林漁業成長産業化ファンドの仕組みや活用方法について研修を実施します。

■ 中食企業

元・中食業担当者より、企業理念・事業概要、独自の調達基準、安心安全な農産物を提供するための国内産直産地との連携、メニュー開発、食味を重視した食品加工、今、消費者が農産物・農産加工品の中食に何を求めているか、衛生管理・品質管理基準等について、研修を実施します。

6次産業化の中食部分で参考にすべき、消費者のライフスタイルの変化に対応した、安心安全、且つ「おいしい」を追求した調達・メニュー開発・食品加工、品質・衛生管理の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■ 中食企業

お客様の健康に寄与できるよう、合成着色料・保存料は一切使用せず、安心・安全な食材を選び店舗の厨房で見える形で

手作りし、日々の食生活の一端を担うべく取り組んでいる中食企業の元・担当者より、研修を実施します。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

＜民間企業等派遣研修会のポイント（6次産業化の概論、フードチェーンに関する座学研修）＞

1. 今次研修の目的を明確にしてほしいことを主体的に話をしました。
 - ・単なる知識を得るための座学研修でないこと
 - ・フードチェーン・バリューチェーンの目的・意義の理解
 - ・両チェーン構成者としての農家・加工業者・流通業者・消費者それぞれの役割や機能があること
 - ・その上で農業者の役割が何であるかを明確にすることが大切

上記の理解促進のために事例を挙げて説明

2. ・生産から消費までの一連のフードシステムの流れ
 - ・フードシステムにおける課題
 - ・6次産業化に取り組む際の課題とポイント

＜農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修＞

- ・出資するまでのスキーム
- ・6次産業化の優良事例

＜中食企業＞

- ・惣菜の商品開発の流れとポイント
- ・店舗オペレーション 等



【受講者の研修での様子】

1. 熱心に受講顶けました。また、休み時間にも質問もいくつか頂きました。
2. 熱心に耳を傾けていましたが、特に藤田講師の講義は関心が強かったようで多くの質問があった

【研修の結果】

1. 話をした段階であり、研修者が何を得られたかまでは現時点では把握できないが、むしろ話した内容を理解して頂けることを希望します。
2. 単に「1次と2次と3次に収益UP」ではなく、メリット・デメリット、課題が整理できたと思われる。また、拡大する中食企業であるが、店頭に並ぶまでのプロセスが理解できたのではと思われる。（なかなか聞くことができない有益な研修と思われる。）

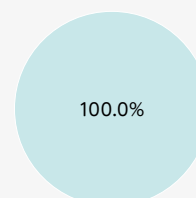
【受講者の声】

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
2: やや満足した	0	0.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない

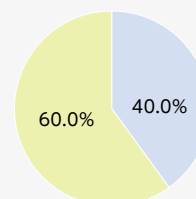


Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

Q2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	0	0.0
2: やや満足した	2	40.0
3: 普通	3	60.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない



いきなり企業へ行くよりも、聞く、見る、考えるポイントを前もって知ることができたのでより的を絞って研修できると思います。ありがとうございます。

受講者が少なかったのが残念でした。（グループワーク）最初に研修の目的についてきっちり講義があったことはとてもよいと思います。

最初に学んだところを発言したのが、目的をもってするという事かと思った。あとの講義に通ずるものもある気がした。

JA 馬路村さんの例を紹介していただきながら、またオリジン東秀さんの例でも、サプライチェーンや物流、商流というようなシステムづくりの重要性を感じた。

■中食企業

Q1. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

複数の目線（開発・経理・営業など）で商品を見定めることで、より満足度の高い商品になる。
なかなか普段聞くことのできない中食企業の商品開発にいたるプロセスの話をきくことができ、よい機会となりました。サプライチェーン全体の満足度を高める視点がよくわかりました。
価値の創造から流通までのシステムづくりの考え方
店舗を知らなくて、実感がわくまで時間がかかった（すみません）。商品開発の流れ、ポイントなどが分かりやすくて勉強になった。スーパーのセントラルキッチンとは、また違うシステムで、各社により独自の方法があるのだと分かった。
中食産業が成長しているということ、物産1品が消費者の手に届くまでに、長い手間を費やしていることに驚いた
商品コンセプトができてから商品化まで多くのプロセスがあり、その仕組みとしての完成度を高めていく努力が必要だと思った。

Q2. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

流通や中食企業の目線を知ることができたので、農家に活をする際に農家が自分たちだけの目線で売り方、品目などを考えた時には、この活が有効になると思います
加工業者や飲食店と農業者をマッチングさせるときに、お互いが WIN WIN の関係になれるようヒントになりました。農業加工品の委託、加工業者に対して商品開発をどうやっているのか、質問してみるポイントも理解出来ました。
事例としてではなく、考え方を整理して農業者や普及指導員に伝えていきたい。ものづくりに携わる人たちを連携していきたい（理念の共有）
オリジンさんの開発手順、チェック体制など企業努力のところを、惣菜や飲食店を考えている加工団体などに知らせて、きちんとした事をするように伝えていきたい
担当している畜産においても、系統出荷の場合、手数料も高く、農業経営を圧迫しているので、流通のしくみについては今後農業団体とも問題意識を共有していく
関わる人全員で理念を浸透させることが重要である。プロセス全体の企画力と結果に対する責任が求められる。

1コース (東京会場) 平成 27 年 10 月 20 日 (火)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
10月20日 (火)	キューピー株式会社	・キューピー(株) 五霞工場 ○集合場所・時間 9:10 東武線 南栗橋駅 貸切タクシーでの移動となります。 ○解散場所 同上	9:30 ～12:00	食品製造・商品開発に関する座学研修I	森 佳光 氏 (キューピー株式会社 広報・CSR本部 部長) 宮下 隆 氏 (キューピー株式会社 品質保証本部 食品安全科学センター センター長)	二瓶 徹 氏 (株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社バソナ農援隊
			13:00 ～15:00	食品製造・商品開発に関する座学研修II		
			15:00 ～16:30	実地研修		
			16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■キューピー株式会社

商品開発担当者、品質管理担当者より、企業理念概要、原料へのこだわり、マーケティングを踏まえた様々な商品開発（ベビー食品、介護食、カロリー調製品、栄養補助食品等、付加価値商品）、品質保証、衛生管理、食品表示等について、見学を含めて研修を実施します。

農業者が農産物を活用した商品開発を行う上で取り入れるべきマーケティングの手法、高齢化・健康志向等の情勢を踏まえた、農産物を活用した付加価値商品開発、6次産業化商品にも求められる品質管理・衛生管理の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■キューピー株式会社

キューピー株式会社は1919年設立、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という原料に対する強いこだわりを持ちながら、マヨネーズソースを代表としたソース、加工品、医薬品、飼料・肥料等、幅広い製品を製造販売しています。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

1. 森講師の講義（概要と卵・野菜の取り組み）

- ・様々な食情報に基づき、展開を考える。（消費者ニーズをしっかりと捉える）
- ・中食は地域性が強い為、地域に拠点を置き対応している（中食は環境変化に対応しやすい）
- ・どんな商品でも原料の品質がその商品の品質を決める

2. 森講師の講義（研究開発・商品開発）

- ・強い研究開発を達成するための5つのこだわり
- ・「変えてはいけないことを守る」「どんどん工夫する」この2つが生き残るために大切である
- ・強い商品を生むためのマーケティングフロー（お客様が野菜を食べるためのコンペティターは?）
- ・実際の開発で何を意識して進めるのか（魅力的なオーナーシェフになる!）

- ・広報は資本なり

3. 宮下講師の講義（品質保証、衛生管理）

- ・食品を製造する上での製造工程での管理手法、食中毒の発生抑制のポイント

【受講者の研修での様子】

非常に熱心であり、研修中何度も質問していた。

【研修の結果】

1. 昨日の（中食の）商品開発と合わせて、6次産業化の手法を学ぶことができた。「ポイントB」はかなり参考になったのではないだろうか。また、品質保証、製造工程は6次産業化を進める上で、欠かせないことであるため、非常に参考になったと思われる。



【受講者の声】

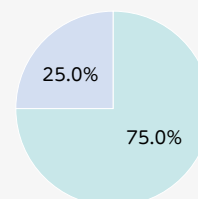
■キューピー株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	3	75.0
2: やや満足した	1	25.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない



とてもわかりやすく、たくさんの質問に答えてくださってありがたかったです。

企業の誠実な社風がうかがわれる研修となりました。普段農業関連以外の企業に研修に行っていたことがなかったので（肥料・農薬・JA・スーパー）よい機会となりました。ありがとうございました

幅広い分野の座学でとても参考になった。

ノウハウ的なものだけでなく、基本的な考え方を最初に話していただいたので、全体が知識的な習得ではなく、考え方として理解できたように思える。品質管理については取り組んだことのない領域ですべてが新鮮な内容だった。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

優れたかつ独自の技術を開発すると、他分野にも応用できて、利益にもつながる。生産ラインの管理やシステムが、鳥インフルエンザ発生時の行動・処理マニュアルに応用できると感じた。

キューピーという会社に対しての企業イメージUPしました。社員が自分の会社を大切に育てている様子がよく分かりました。丁寧な、まさに誠実なご対応がうれしく思いました。社風ですね。

こんなにも経営理念を重要視されるとは思わなかったので、とても印象に残りました。今後地元でもよりキューピー商品をみて買ってしまうと思います。

キューピーの事業は全てマヨネーズに関連しているということで幹がしっかりしていた。ヒューマンエラーを防ぐためにしっかりとしたシステムを構築している

理念がしっかりしていて、社員の幸福度が高いとお客様を幸福にできる。6次産業化までは良い原料の確保がとても重要。カイゼン活動で、すべての業務で不断にレベルアップを図っている。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

できない人には、言い続ける。やってみせる。やらなければならない理由を説明する。お互いに納得して仕事をすすめること。

6次化における委託加工先選定のポイントが分かりました。新商品開発にあたっての技術広報は参考になりました。技術価値を変えるのは目からうろこ。商品PRプラン。

従業員がひとつの理念を共有する大切さ、あと整理整頓を取り急ぎやりたいと思います。

農畜産物を扱うということで品質管理については指導に役立てていきたい。小さな農家でも整理整頓はできるので、まずはそこからしていきたい。

6次産業化でお客様に伝えたい思い、価値を明確にしてから取り組む必要がある。鮮度保持期間が長いということは営業上も非常に重要。

1コース(東京会場) 平成 27 年 10 月 21 日(水)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
10月21日 (水)	国分株式会社	・国分 三郷流通センター ○集合場所・時間 9:10 つくばエクスプレス 三郷中央駅 貸切タクシーでの移動となります。 ○解散場所 同上	9:30 ～12:00	卸・物流に関する座学 研修I	千木良治氏(国分株式会社 マーケティング部部長兼営業企画担当部長兼企業PB開発担当部長) 物流センターご担当者 他	二瓶 徹氏(株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社バソナ農援隊
			13:00 ～15:00	卸・物流に関する座学 研修II		
			15:00 ～16:30	実地研修		
			16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■国分株式会社

営業推進責任者他より、食品卸売業の事業概要（マーチャンダイジング機能、リテールサポート機能（マーケティング含む）、人と機械とITの最適な組み合わせにより、物流業務標準化・品質マネジメントを実現している物流機能およびその品質管理）、シルバーマーケットや健康志向に対応した事業や、農産カテゴリーの販売機能強化などの新規事業等について、見学を含めて研修を実施します。

食品卸売業からのグロスの視点での農産加工品等の食品におけるニーズの把握、農産加工品等の商流・集荷・保存・配送等の物流の仕組みの理解、農産加工品を含めた食品の品質管理及び仕分けの手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■国分株式会社

国分株式会社は 1712 年創業、食を取り扱われるすべてのお得意先様、仕入先様のニーズに応え、一つひとつ地道に、丁寧に機能、クオリティを発揮していくという「小商い」の考えに則り、食品・酒類等の卸売業及びそれらに関する資材の販売業、貿易業等を行っています。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

1. 千木良講師の講義（概要）

- ・多機能な問屋の役割
- ・問屋を介するにあたってのコスト
- ・口座開設するにあたっての課題

2. 稲熊講師の講義（農産事業）

- ・お金にならないものを如何に価値を付けて売るか（食べきりフルーツ等）
- ・加工食品とのコラボイメージ（アソート）
- ・生産者団体との留型商品開発（JA 芽室）
（A－FIVE も活用可では？）

3. 杉山講師の講義（機能）

- ・エンドユーザーの意向に沿った対応ができる
- ・「物流＝コスト」であるが、メーカーが直送するよりはコストはかからない（人・金など）



【受講者の研修での様子】

本日も非常に熱心に耳を傾けて質問していた。

【研修の結果】

消費者の立場としては、日頃接することがない業態であるため、聞くことがすべて驚きだったのでは。また、6次産業化を推進する中であっても、問屋の多機能を知ることが出来たので、6次産業化の加工に取り組んだ際の、問屋を間に入れることの効率性（メリット）が理解できたと思われる。



【受講者の声】

■国分株式会社

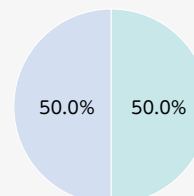
Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	1	50.0
2: やや満足した	1	50.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

無回答: 3

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない



商工ベース（中心）について詳しく学んだことがなかったので、大変参考になりました。「農」だけのカテゴリーでは解決しない問題が多いので今後の活動の視点に加えて仕事を進めます。ありがとうございました。

大きな物流会社なので実際に少ロット物流に対応してくれるのがケースバイケースということで実感が湧かなかった。

大手の物流を見学したのははじめてなので、一定量や一定額の取引は必要だとは思いますが、想像以上の細かい対応や広い取り組みにとってもおどろいた。自分の知る限りの事業者では、とても成立しないレベルだけど、よりよい地域産品を探してる視点はとてもはげみになった。

メーカーと小売業のかけはし機能を担ってくれることを心強く感じた。農業サイドとしては、営業活動の負担が減りよい商品を作ることにエネルギーを注ぐことができると思う。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

農業分野の職員（自分の県）は、物流の深い知識が足りないと感じた。問屋業のみでなく、その先の提案をすることで、顧客ニーズに答えられる、かゆいところに手が届くサービスになる。その結果継続した関係になれる。

物流は今大きな変革期であり注目はしているけれど、近い将来どうなっていくのかは、まだ良く分からなかった。IT化で大規模な物流に対応していることは理解できた。消味期限管理がとても重要な仕事であることをヒシヒシ感じた。

物流だけではなく、より細かいマーケティングまで提案・指導の業務内容までであることに驚いた。問屋さんの機能を、もっと十分に知ることが、6次化推進に必須だと思った。

問屋の機能（まったく知らなかったのだ）。メーカー、小売、どちらの要望にも応えられる橋渡し役になっている。

基本的には問屋であるが、問屋ならではの機能をいかし商品開発も行っている。

意外にもダンボール単位ではなく1個1個対応している問屋のきめ細かさか。

どんな取引をするにしても、最も重要な要素は商品の市場性であるという印象を受けた。また、どの様な流通業者と連携するかも重要な要素であると感じた。加工業者にとって、問屋さんに取り扱ってもらうということは、大きなメリットがある様に感じた。業務の電子化が進んでいる。それに対応すれば取引条件が良くなる。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

人口は減っても、伸びる市場は探せばある。それを見つけるためにアンテナを高くして行動すること。

問屋が商品開発まで、手がけていることを初めて知ったので、なにか機会があれば相談してみようという気持ちになった。

農業者は販売手数料や卸マージンというものを毛嫌いしている。JAも含めて。自分たちのかわりに販売する労をしてくれる観点から、必要性を伝えたい。

物流とはコストであるということ（1回目の「オリジン東秀」の講義を受けたときは、物流は不要なのかと思ったが、実際の機能や現場を見ると物流の重要性を認識できた）

地域産業の担い手の確保・育成を考える時に、サプライチェーンまで視野を広げて考えると成果につながるケースもある。第一段階としてエリア内でのサプライチェーンの確立を目指すという考え方も選択肢として有り得る。

1コース (東京会場) 平成 27 年 10 月 22 日 (木)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修先	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター	
10月22日 (木)	大丸東京店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋売場)	・日本ビル ○集合場所・時間 8:55 日本ビル4F/ 研修室A 東京都千代田区大手町2-6-2 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩4分) ○解散場所 同上	9:00 ～10:45	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修	星加 嘉弘 氏 (元・大丸松坂屋百貨店 本社食品部長) 他	二瓶 徹 氏 (株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社バソナ農援隊	
			11:00 ～12:00	実地研修			
			12:15 ～12:30	意見交換会			
	バソナグループ本部 (東京)		14:00 ～17:00	グループワーク	二瓶 徹 氏 (株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役)		
			17:00 ～17:30	閉会式、事務局連絡	株式会社バソナ農援隊		

【研修の狙い】

■大丸東京店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋 売場)

元・本社食品部長より、百貨店における食料品の小売における他業態との違い・こだわり、今、百貨店の顧客が農産物・農産加工品に何を求めているかについて、また、㈱フレッシュワン、㈱明治屋の売場担当者より、各企業のこだわり、商品の選定基準、売場の現場の工夫等について、見学を含めて研修を実施します。

百貨店における農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、農業者が自社や直売所等で販売をする際のヒントとなる、業態やターゲット毎の商品選択の考え方、棚作り、農産物の見せ方、POP等の手法を習得して頂きます。

■グループワーク

本研修を振り返るグループワークを行うことで、本研修で得た気づき、学んだことを整理し、意識や知見を共有し、明日からの実際の行動につなげます。

また、具体的な6次産業化の実践事例を元に、6次産業化の商品企画から消費者に届けるところまでの一連のプランニングを、連携先を含めて戦略、戦術、施策を立て支援することを念頭に、本研修で得た気づき、学んだことを活用してグループワークとして実施することで、地域での指導及びコーディネーションの実践に活かして頂きます。

【企業概略】

■大丸東京店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋 売場)

大丸東京店の地下1階食料品売場にて、株式会社フレッシュワンが生鮮、株式会社明治屋が加工品などを販売しています。株式会社明治屋は1885年創業、『いつも いちばん いいものを』を経営理念とし、高品質な食料品・和洋酒類の小売・製造販売・輸出入を行っています。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

＜星加講師の講義（売り場の作り方等）＞

- ・新しいものを入れる→売り場から代わりに商品が減る（意外とハードルが高い）
 - ・自分の強みを掘り下げる（客観的に）
強みをどう店頭で表現するか（食料消費が減る中で）
 - ・扉の要と三つの安定（品質・価格・量）＜生鮮＞
 - ・カレンダーマーケット（話題性・トレンド）
- ⇒計画の精度を上げる→結果につながる



【受講者の研修での様子】

自分の地域の具体的な商品があるため、質問も具体的であった。

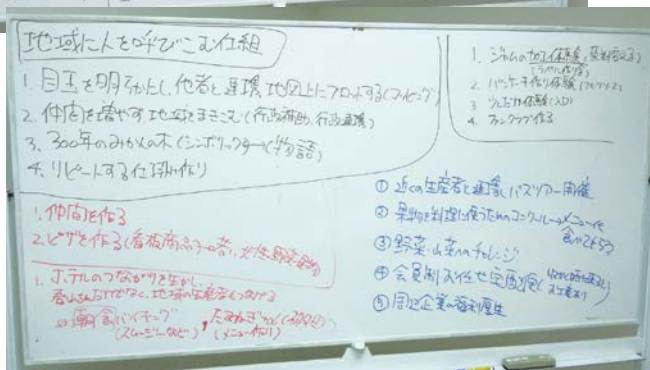
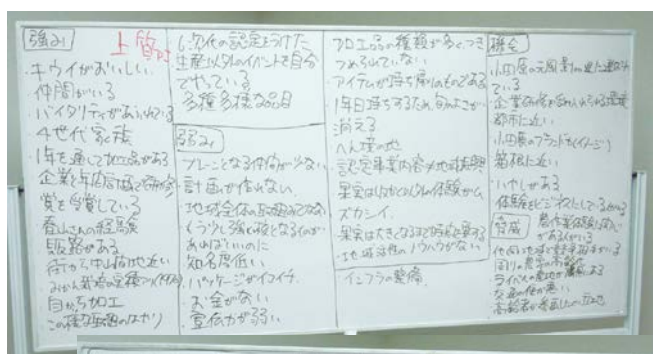


【研修の結果】

気付きのグループワークでは、言葉は違えど、着眼点が同じところが多く見受けられた。また、商品そのものだけでなく、「理念」といった目に見えないものの大切さや人とのつながりの大切さを学んだと思われる。

【気付いた点】

フードシステム一連の勉強ができたことは、参加者にとって大きな財産になったのではないのでしょうか。



【受講者の声】

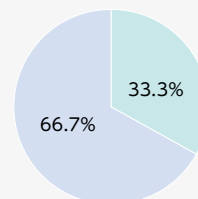
■大丸東京店

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	2	33.3
2: やや満足した	4	66.7
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



ディスプレイの仕方や、商品の見せ方を現場で教えていただけるとさらによかったです。ありがとうございました。

普段行くことのできない大都会の百貨店の裏側を見学することができました。青果は意外と交渉の余地ありそうです。皇加さまには強みを深めると強くなるわれ、そのとおりとおもいます。ケーススタディについてはやはり実践をつんでいくことだと思います。

バックヤードを見せていただき、日常見られないところを見れて参考になりました。もう少し奥まで歩いてみたい気もしました。お話はとても参考になりました。

フレッシュワンや明治さんの担当者の話を聞くことができて大変勉強になったが、可能であれば売り場を一緒に見ながらの商品の陳列やPOPなど、なぜそのような形態で販売しているのかのレクチャーをしてもらいたかった（開店前などの時間が望ましいが、無理なら実際の映像や写真でいいので）。

現場の生々しい話を率直に話していただいて実感が湧く内容でよかった。

講義についてはお話も上手で要点も分かりやすかったのでよかったです。一方、店舗での説明は、場所や時間などが慌ただしくバタバタしていたように感じました。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

質・価格・量を安定させることは、産地としては「百貨店、小売に叩かれている」という意識でいることが多いが、「どうやったら定量、、、などを実現できるか、他の産地と組んだらできないか、施設にしたらできないか」など、求めに答えられる行動ももっと必要だと感じた。

青果は個人の農家でも交渉の余地ありということに驚きました。だめもとでも、ぶつかって営業してみることですね。

自分がイベントなどでバックヤードに入った経験がありました。店舗の棚の方、明治屋さんは見てなかったのてちょっと残念。見せ方を聞きたかったです。

大手百貨店においても（フレッシュワンさんについては異例ではあるが）かなり産地直送の青果物を扱っていた。また、口座問題はあるが、直接農家さんからの持ち込み商談もある。青果物については流通の部分（仲卸）でコストがかかるので産地直送などで一般の宅配便を使うとコストがかかる。このような部分については行政の支援も必要なのかもしれない。売り場の立地で売れる商品もかなり異なってくるということ。やはり、マーケティングが重要である。

ライバル商品のいいところを探して、自分の商品に取り込んでいく。

固定客を離さないための努力が必要。

売り場で直接お客様と話をして情報を聞き取ることが必要。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

実際の農産物の卸し or 売り先・売り場に生産者に行って、ニーズを体感してもらう。

強みをつきつめて、加工品の中身と見た目・価格のギャップを埋めること。強みの順位付けは消費者側の目線で。

いい商品（売れる商品）を作るには最終的な売り先を事前に決めておくことが重要である。その中で仲卸や小売りなどサプライチェーン一体となって取り組むやり方もある。農家の行う6次化商品は大手メーカーの商品よりも高値になるが、その値段の差を付加価値でしっかりと説明できなければいい商品ではない（売れない）。

販売の職場に出て行かないと本当のことはわからない。客観的な見方が必要であり、その手法にアンケートの聞き取りがある。



2 コース (東京会場)

平成 27 年 11 月 09 日 (月) ～ 11 月 12 日 (木)

.....

1 派遣先企業等

東日本旅客鉄道株式会社
国分株式会社
パルシステム生活協同組合連合会
株式会社ライフコーポレーション

2 研修期間

平成 27 年 11 月 9 日 (月) ～ 11 月 12 日 (木) (4 日間)

3 実施場所

パソナグループ本部 (東京都千代田区) ほか

2 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 9 日 (月)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月9日 (月)	パソナグループ本部 (東京)	・パソナグループ本部 (東京) ○集合時間・場所 12:45 パソナグループ本部 (東京) B1 階 研修室 B1-C 〒100-8228 東京 都千代田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分)	9:00 ～ 9:20	オリエンテーション、趣 旨説明	株式会社パソナ農援隊	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			9:20 ～ 11:20	6 次産業化概論、フー ドチェーンに関する座学 研修	加藤 寛昭 氏 (食と 農研究所代表)	
			11:20 ～ 12:05	ワークショップ	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役)	
			13:00 ～ 14:00	農林漁業成長産業化 ファンドの仕組みに関す る座学研修	袴田 泰三 氏 (株式会 社農林漁業成長産業化 支援機構 統括部 マ ネジングディレクター)	
	東日本旅客鉄道株式 会社	・東日本旅客鉄道株のものを上野店 ○集合場所・時間 14:25 JR 上野駅 のものを上野店 実地研修後、パソナグループ本部 ビル (東京) 9 階 研修室 C へ移 動となります。 ○解散場所 パソナグループ本部 (東京) 9 階 研修室 C 〒100-8228 東京都千代田区 大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分)	14:30 ～ 15:30	実地研修	水野 寛子 氏 (株式会 社ジェイアール東日本商事 のものを秋葉原店 店長)	
			15:55 ～ 17:55	中食・その他に関する 座学研修・意見交換会	清水 理三郎 氏 (東日本 旅客鉄道株式会社 事業創 造本部 沿線戦略・地域活 性化部門 6 次産業化 G)	
			17:55 ～ 18:00	事務連絡・質疑応答	株式会社パソナ農援隊	

【研修の狙い】

■ 6 次産業化概論、フードチェーンに関する座学研修

6 次産業化の概論、フードチェーン研修 (商流 ((生産)・食品製造・卸売・小売) とそれぞれで学ぶべきこと) について研修を実施します。

■ ワークショップ

グループワークもしくは全体にて、自己紹介・現在の担当業務・個人ワークのシェア・研修にかかる意気込み等についてワークショップを実施します。

■ 農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修

農林漁業成長産業化ファンドの仕組みや活用方法について研修を実施します。

■ 東日本旅客鉄道株式会社

事業創造本部担当者より、事業概要 (通常の流通・小売業との違い等)、コンセプト、こだわり、マーケティングをどのように仕入・販売に活かしているか、顧客が農産物・農産加工品に求めるもの、商品管理、Web・SNS 等を活用した顧客への訴求方法等について、見学を含めて研修を実施します。

6 次産業化の小売部分で参考にすべき、消費者のライフスタイルの変化に対応した商品戦略、業態やターゲット毎のマーケティング、農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、商品選択の考え方、商品管理手法、顧客への訴求方法を習得して頂きます。

【企業概略】

■東日本旅客鉄道株式会社

東日本旅客鉄道株式会社は、昭和 62 年設立、鉄道事業を柱に様々な事業を展開、また、地域との連携を強化し、地元と共に知恵を絞る「共創」戦略のもと、鉄道ネットワークの特性及び首都圏での販路を持つメリットを活かしながら、更なる地産商品の掘り起こしや伝統文化、祭り等観光資源の紹介といった「地域再発見プロジェクト」も行っています。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

＜民間企業等派遣研修会のポイント（6 次産業化の概論、フードチェーンに関する座学研修）＞

1. 今次研修の目的を明確にしてほしいことを主体的に話をしました。
 - ・農業を取り巻く環境の考え方について（5つの脅威について）
 - ・サプライチェーンとバリューチェーンの定義とその内容
 - ・上記理解促進のために事例として2つを提示（失敗事例と成功事例）
 - ・6次産業化展開についての課題
 - ・以上の事を念頭に研修先の企業の話の聞いたり見たりすることの必要性を自覚してもらうこと。
2. 生産から消費までの一連のフードシステムの流れ
 - ・フードシステムにおける課題
 - ・6次産業化に取り組む際の課題とポイント

＜農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修＞

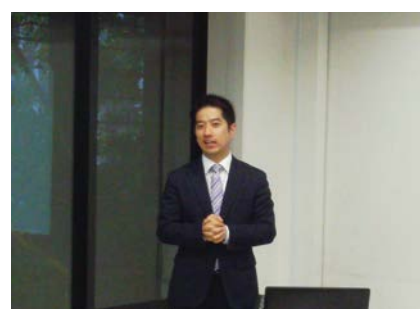
- ・出資するまでのスキーム
- ・6次産業化の優良事例

＜実地研修を含めて1日を通して＞

- ・初日の導入として加藤講師のお話にあった、6次産業化に取り組むにあたっての視点をはじめ、商品を販売するにあたっての留意点を知ったことは残り3日間を過ごす上で整理できたのではないかと。（その後の研修内容を頭の中で整理し、繋げることができる）
- ・「のもの」という、実際に商品を取り扱う側の話を聞くことが出来、単に加工品を作るのではなく、どのような商品を作り、取り扱って頂くためにはどこに留意すればよいか理解できたのではと思われる。

【受講者の研修での様子】

1. 熱心に受講頂けました。また、休み時間にも質問をいくつか頂きました。
2. 非常に熱心に耳を傾けていました。グループワークも盛り上がりました。



【研修の結果】

- ・参加者がどのような目的や考えを持って参加しているかが参加者全体に共有がなされた
- ・6次産業化に取り組むにあたっての課題や、既存の地域商品の課題を理解できた
- ・商品を取り扱う側のニーズ（のもの）を知ることができた



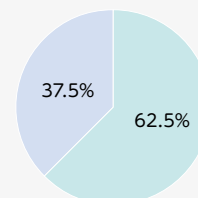
【受講者の声】

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	62.5
2: やや満足した	3	37.5
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない

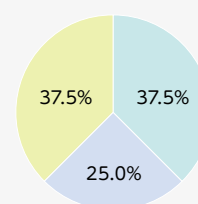


Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

Q2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	3	37.5
2: やや満足した	2	25.0
3: 普通	3	37.5
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



実地研修が大変興味深かったです。また企業派遣研修にむかう心構えやA-FIVEなどの制度についても学べたので有意義な時間を過ごせました。

A-FIVEの話など、6次産業化に取り組むうえでは、大切な知見だと思いました。各県、普及指導員や行政担当者が参加されていると思うので、行政担当者が関わった案件の説明などでもほしいと思いました。すごく気になるのは、各6次産業化事業の始まりがどのようなところからつながっていったのかという話が一例でもあると面白いかなと思います。

6次産業の業務に携わっていないので、今回の研修で確認する点やポイントがわかり、今回の研修がより充実するものになると思う。

初日の始まりの時間を30分～1時間遅くしてくれるとありがたい
グループワークの司会を担いましたが、十分に勤めを果たせたか不安です
最初に加藤氏からポイントを説明してくれて、研修に対する心構えができてよかった。
今回の講義で馬路村の成功事例を聞いて参考になりました。直販を実施されているようですが、直販以外の対応を行ってうまくいっている事例も教えてください。
サプライチェーン、バリューチェーンの考え方を理解できた。農家と買い手の理念の共有ができるように今後取り組みたい

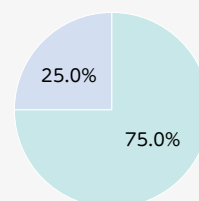
■東日本旅客鉄道株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	6	75.0
2: やや満足した	2	25.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



駅構内だったので若干講師の方のお話が聞こえないところがありました
今度は産地のメーカーの方が、売り込みにきている姿などみたいと思いました。
実際の売り場をみれて、売られているもの、売り方がみえてよかった
のもの上野店を見学できてよかった。秋葉原も近いので一緒に見学できたらよいのでは。
小さなスペースの店舗での見学で大変おじゃまをしてしまったのではないかと思います。駅ナカの消費者の購買行動が百貨店やスーパーマーケットと異なることがよく分かりました。
座学ではとても分かりやすかったが、現地ではお客がたくさんいるので聞き取りづらかった。
のもの上野店のこだわり、基本コンセプトがしっかりあって、作り手がいかに合わせていくことができるか、ということが大事かということを改めて確認しました（のもの上野店もマーケットのひとつと捉えて考えたうえでの見解です）
コンセプトである地もの、旬もの、緑ものを通して、地域と連携した取り組みがすばらしい。地元としても、売り場での情報発信はしたいところ。マッチングの場としてうまくいっていることが分かった

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

売られている商品はばら売りのものが多かった。
冷蔵もののスペースは思ったより小さく、種類豊富な商品が置かれていた。
マルシーで売られているものは比較的上等なものという訳ではなかったが、「旬のもの」や近所にスーパーがないという理由からたくさん置かれていた。
売る場面が違えば、相手にする消費者も違い、取り扱う商品も変わる。あたりまえなのですが、場面に合わせた売り方を考えているか？それを考えた生産を行っているか？をふりかえる機会にしたいと思いました。
JR 東日本の駅という場ならではの顧客の特徴がある。やはり、その特徴にあったものが売れる。
生産者、加工者の考えていることと売れる商品とでは、異なることがあり、そのみぞをうめる仕事をしてくださりありがたい
駅なかでの消費者の購買行動にあわせた商品開発、PR のしかたといったことを学ぶことができました。
東京で売れる商品について具体的に理解できた。特に消費スタイル、パッケージなどは東京向けの開発が必要だと思った。
価格は「納得できる」という点がポイントで、価格の考え方が重要だと思った。東京にある岡山県アンテナショップの店長さんが話していたこととほとんど同じだったので、東京の売り方に共通点を感じた。
ものの上野店に限らず、いろいろな売り場ではそれぞれ独自のこだわりやコンセプトがあると思います。
ものの基本コンセプトはかなり買い手を意識しフィードバックする産地側にとっても非常に有難い中身でした。
売り場を活かして、地域と連携した取り組みが素晴らしい。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

出店している場所に応じて、バラ売りでの販売も検討するよう助言すること。
生産物賠償保険や食品表示の重要性について情報提供を行う。
パッケージデザインや記述方法についてアドバイスをする。
ポップの役割。消費者目線で（感情目線で）いったところは、すぐにでも活用できるのかなと思いました。パッケージも含めて、消費者に伝えるということが必要だと思われました。
売り先が求めている当たり前のものが生産者には分かっていない。その点につけて勉強して持参したい。
忘れかけていた PL 法加入の件、表示の徹底について改めて熟読しなおした。6 次化を進める上での基本なので、しっかり頭に入れておきたい。
売り場ごとに消費者がもとめる商材はことなる。ターゲットの分析とそれに合わせた商品開発に活かしていきたい。
6 次化商品づくりは業務対象ではないが、直売所などで話をする際に学んだことを伝えていきたい。
買い手目線でのモノづくり、パッケージの必要性などは常に参考にできると思います。
現在野菜を担当していますが、小売りの工夫や POP 宣伝の手法などはとても参考になりました。
商品開発側としましても、容量、パッケージ、価格を意識したい。「〇〇産」の表示で売上 UP をねらう。

2 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 10 日 (火)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月10日 (火)	国分株式会社	・国分 三郷流通センター ○集合場所・時間 9:10 つくばエクスプレス 三郷中央駅 貸切タクシーでの移動となります。 ○解散場所 同上	9:30 ～12:00	卸・物流に関する座学 研修Ⅰ	千木良治氏(国分株式会社 マーケティング部部長兼営業企画担当部長兼企業PB開発担当部長) 物流センターご担当者 他	二瓶 徹氏(株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社バソナ農援隊
			13:00 ～15:00	卸・物流に関する座学 研修Ⅱ		
			15:00 ～16:30	実地研修		
			16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■国分株式会社

営業推進責任者他より、食品卸売業の事業概要（マーチャンダイジング機能、リテールサポート機能（マーケティング含む）、人と機械とITの最適な組み合わせにより、物流業務標準化・品質マネジメントを実現している物流機能およびその品質管理）、シルバーマーケットや健康志向に対応した事業や、農産カテゴリーの販売機能強化などの新規事業等について、見学を含めて研修を実施します。

食品卸売業からのグロスの視点での農産加工品等の食品におけるニーズの把握、農産加工品等の商流・集荷・保存・配送等の物流の仕組みの理解、農産加工品を含めた食品の品質管理及び仕分けの手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■国分株式会社

国分株式会社は 1712 年創業、食を取り扱われるすべてのお得意先様、仕入先様のニーズに応え、一つひとつ地道に、丁寧に機能、クオリティを発揮していくという「小商い」の考えに則り、食品・酒類等の卸売業及びそれらに関する資材の販売業、貿易業等を行っています。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

1. 千木良講師の講義（概要）

- ・多機能な問屋の役割
- ・問屋を介するにあたってのコスト
- ・口座開設するにあたっての課題

2. 稲熊講師の講義（農産事業）

- ・お金にならないものを如何に価値を付けて売るか（食べきりフルーツ等）
- ・加工食品とのコラボイメージ（アソート）
- ・生産者団体との留型商品開発（JA 芽室）
（A – FIVE も活用可では？）

3. 長井講師の講義（機能）

- ・エンドユーザーの意向に沿った対応ができる
- ・「物流＝コスト」であるが、メーカーが直送するよりはコストはかからない（人・金など）

4. 1日を通じて

問屋の役割が物を右から左に流すだけでなく、リテールサポートや商品の発掘、商品開発など、生産者がコスト意識のみ考えて、問屋無用とはなりにくい役割を担われていることがポイントであった

【受講者の研修での様子】

本日も非常に熱心に耳を傾け、質問も熱心だった。

【研修の結果】

消費者の立場としては、日頃接することがない業態であるため、聞くことがすべて驚きだったのでは。また、6次産業化を推進する中であっても、問屋の多機能を知ることが出来たので、6次産業化の加工に取り組んだ際の問屋を間に入れることの効率性（メリット）が理解できたと思われる。また、身近な農産事業だけでなく、青果の物流についてもお話があったので、生産後の卸売機能が理解できたのでは。



【受講者の声】

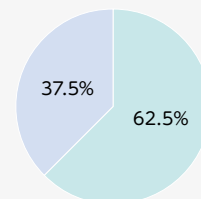
■国分株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	62.5
2: やや満足した	3	37.5
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



適宜説明を受けながら視察できたので大変わかりやすかったし勉強になりました。

商品開発をした後の販売先や販売手法について、具体的事例を交えて話を聞ければなお良かったと思いました。（カレーの販売ターゲットや販売先についてもプラスして説明するなど）

メーカー・生産者と国分株式会社との関係性、事例、やりとりがもっと聞きたかった。目利きの部分を詳しく知りたかった。

各部署の方々が出席してご説明ありがとうございます。よりよい商品のよりよい提供方法について大変勉強になりました。ぜひ全国の優良品を販売ルートに乗せてください。

ジャストインタイムをめざした在庫管理のしくみは農業の生産現場でも役立つと思いました。

「問屋とは」というところから教えていただいて大変わかりやすかったです。

仲卸（市場と中間業者）の取組と似ており、売れる品作りをしていかなければ？場もやっていかないといけないなと感じました。

問屋のイメージがかわった。メーカーと小売業間のコーディネート機能として、細かい要求や課題を解決しているところだと分かった。現状分析と未来予測によりコストを下げ、winwin の関係を作り出しているのが国分（株）なのですね。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

問屋や卸は手数料をとるからいらないと思われがちだが、問屋があることによって物が集約され、配送数取引数が少なく済むということ。「物流＝コスト」という意識。問屋がいることで小麦のニーズに応じて量を分配し提供してもらっている。

①取り扱う商品に求めるポイントは JR 東日本さんと共通していた。②問屋業の必要性について見学説明を通して理解した。③問屋業においても差別化商品を必要としているというのは、地域商品と連携を取りやすいかなと考えられました。④6次化や商品開発をするにあたっては、継続時に取り組むビジョンが必要だと思いました。⑤青果が物流として取り扱いづらい面について再確認した。

問屋というイメージ以上に国分株式会社の問屋の機能が幅広くて驚いた。求める条件が「のもの」と一緒の部分が多い。

機能について…流通革命で言われたように問屋が不要になるのかと思ったが、仲介をする中で、商品選択や売れるためのアドバイスを行っている点について知った。農産事業において…流通会社である国分で取り組んでいることを知った。北海道の産物は、なんでも大規模経営で特産物、加工品にしやすい。ぜひ、本州の農産物や物流が困難で流通せずに終わっている生果物の加工支援をしてほしい。物流について…荷物をトラックいっぱいにする工夫、コスト削減の努力について知れた。

物を右から左へながすのではなく、多くの商材を扱う中から、情報を有効に活用し、メーカーと小売店と連携しながら価値をうみだす機能が、問屋にあることが理解できた。

問屋の機能について、今までのイメージとは全く違っていた。

小売りの中には問屋に売り場づくりをまかせるところも増えていることを感じた。

卸不要論から、卸でないとできないこともあると理解できた。

現在の物流業界の中で少数であっても品質の優れた商品に対するニーズが高いことは意外でした。また1次産業の生産現場（生産者、JA）にまで商品開発に携わっていると思わなかったです。

POSシステムや棚割ソフトを使った現状分析を行い、商品の提案をしたり、未来予測まで一連管理されているのがわかった。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

6次産業化、法人化、業税外取引を考えている団体には、取引口座開設をすすめたい。

作って売って終わりではなく、問屋、小売とともに売るという姿勢。販路、どう売るかというところに意識をもたせるように努める。

支援するにあたっては、生産者などがどこに対して売り込みたいのか？対象を誰とするのかをまず明確にする必要があると強く感じました。（1）の中でいうなら、4の支店「継続性」を意識したビジョンづくりを支援していきたい。

「のもの」と同じように取引の基本となる部分を勉強し、指示したい。

①個人というよりは法人、JA 単位などで商品を作り、販売ルートにのせるような商談をするという点について参考になった。②農産事業に流通会社で取り組んでいることを新たに知って、機会があれば活用したい。③物流について…収める先ごとに荷をまとめる工夫

J・GAP などにこだわりのある小売り店が消費者が一定数存在するようなので、担当するナシ生産法人とのつながりをつける取り組みに活かしたい。

何か売りこみたいものがある場合、国分のような卸への売り込みルートもあるとわかったので、機会があればやってみたい。しかし生産量が…。

問屋の業種でも様々な商品アイテムや小口数量の対応が増えている。日々の生産現場でもきめ細かい対応をしていかなければならないと感じました。

やはり現状分析。市場データで動向を把握し、農家に提案できるようにしたい。

2 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 11 日 (水)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月11日 (水)	パルシステム生活協 同組合連合会	・パルシステム生活協 同組合連合会 (株式会社ジーピーエ ス) ○集合場所・時間 9:30 東武アーバンパークラ イン 岩槻駅 貸切タクシーでの移 動となります。 ○解散場所 同上	10:00 ～12:00	流通・小売(仕入・販売) に関する座学研修Ⅰ	植田 温子 氏(パルシ ステム生活協同組合連 合会) 工藤 友明 氏(株式 会社ジーピーエス 取 締役事業本部長) 他、株式会社ジーピー エス事業ご担当者	二瓶 徹 氏(株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			13:00 ～15:00	流通・小売(仕入・販売) に関する座学研修Ⅱ		
			15:00 ～16:30	実地研修		
			16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■パルシステム生活協同組合連合会

管理本部担当者より、パルシステムの事業概要、理念、個配の仕組み、独自の調達基準、今、パルシステムの基準に信頼を寄せる顧客が農産物・農産加工品に何を求めているか、プライベートブランド開発等について、また、株式会社ジーピーエスの事業担当者より、コア・フード、エコ・チャレンジといった独自基準と、それに沿った農産物等の選定及び、消費者の自宅に届ける効果的な物流手配について、見学を含めて研修を実施します。

6次産業化の小売部分で参考にすべき、消費者のライフスタイルの変化に対応した個配の戦略および実際の手法、安心・安全を志向する消費者に納得頂ける基準とそれに沿った農産物の選定の手法、衛生管理の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■パルシステム生活協同組合連合会

パルシステム生活協同組合連合会は、首都圏を中心とした1都9県の地域生協とパルシステム共済生活協同組合連合会の11会員が加盟する連合会組織で、組合員に安心・安全な食材・商品を提供するため、独自の出荷企画、衛生管理、流通システム等を構築・運営しています。

株式会社ジーピーエスはパルシステムの農産事業部門が独立し、1992年に誕生した青果と米の専門会社です。産地の開拓、作付け計画、栽培管理、品質管理、流通を一手に担い、農薬削減プログラムをはじめ、様々な活動を生産者とともに進めています。高い専門性を持って、各産地と関係を築き上げていくことで環境保全型・資源循環型農業の拡大、発展に大きな役割を担っています。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

実際に商品を扱う側の考え方や仕組みを学べたことは大きい。特に業界でもトップクラスの品質管理に取り組む組織だけに、非常に参考になったのではないだろうか（自立させる仕組み 等）

その他、

- ・産地制作
- ・自主基準と公開確認会
- ・産地事務局設置
- ・出荷基準と安全対策

【受講者の研修での様子】

農産物取扱専門会社であるため、質疑応答での議論が非常に活発であった

【研修の結果】

生産者の多くはプロダクトアウトの考え方、且つ、コスト意識が低い場合が多く、その意識を変えることに苦労する場合もあるので、自立させることを踏まえた取り組みは非常に参考になったと思われる。



【受講者の声】

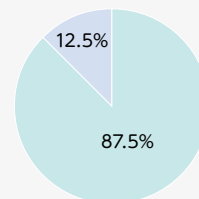
■パルシステム生活協同組合連合会

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	7	87.5
2: やや満足した	1	12.5
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



お忙しい中、実際に作業しているところを見せていただき大変参考になりました。ミスを起こさないための、色分け、提示等の取組みは農協の出荷所や農家の選別、調整小屋にも活用させていただきたいと思います。ありがとうございました。

加工食品等の商品開発、今後取り扱いたい商品の方向性についても、もう少し発展的な話を聞きたかった。

産地とのやりとりや配送までの下処理、準備等を見学、話を聞くことができ、たいへん参考になりました。

パルシステムでは近隣の産地が多いとのことなので産地を見られるが、距離的に難しい時には産地の代表者の話をひとりぐらい聞けると良い。無理な場合は取り入れなくてもいいです。

コンピュータなど ICT の利用と、人間でないとできないことの組み合わせで一番コストのひくい手法がとられていると思いました。

意識の高い消費者を相手にしているパルシステムの話は大変参考になった。品質管理、安全管理はすぐに業務でも使える内容なのでさっそく活かしていきたい。

パルシステムの理念がよくわかりましたので、生産者との交流を実施する活動の意義もよく理解できました。

組合員という限定した販売戦略を確立し、様々なニーズに対応していることが勉強になりました。GAP による工程管理により衛生管理をしっかり行っていることを普及の現場に伝えていきたい。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

生協は組合員の暮らしに貢献することを、目的に存在し、株式会社とは異なる存在。県内に各単品（農協）があるように。各地域にある生協もそれぞれ異なる組織でありライバル同士。

原材料と産地のもの、また化学調味料を使わず必要以上の添加物を使わない。商品の美味しさは、素材の味を重視している。
ポテトチップスを試食し、「物足りない」と感じたときに、自分がいかに化学調味料の味に慣れてしまっているか実感した。
1. パルシステム (GPS) さんの理念、産地と消費者双方にとってメリットとなる産地づくりには素晴らしいと思いました。2. 「自立した産地づくり」「継続的な産地づくり」事務局機能の重要性を再確認しました。3. 出口戦略と連動して産直原料として加工品を作るという視点は産地にとってもメリットであろうと思いました。
産地のことは産地で考えていかないと発展していかない
①良品を作るための協力②産地は自立してこそ産地③わがままな消費者と付き合うタフさ④消費者目線の商品開発
店舗をもたない業態での商品ロスの少なさをはじめてしることができた。持続性・安全・安心へのこだわりが他の業態よりも強いことがよくわかった
パルシステムへの納入は3割以内にしてもらい、産地に考えさせるようにもっていく姿勢に共感した。産地を育てていく姿勢が産地を引き付けていると思った。理念が素晴らしい。
パルシステム、Co-op グループの商品仕入れに対する理念と組合目録の利益追求を考慮したうえで、産地とのパイプを強める努力をされていることは初めて知りました。
組合員主体の組織で持続可能な社会づくりのためにくらしの中の問題を解決するための事業と運動をしているのが分かった。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

新たな販路を見つけたり、営業をかける前に、産業ビジョンアンケートのように現時点で自分たちの産地はどういう状況に置かれ、どこを目指すのかということを確認すること。
雑な作業であるからこそ、ミスを起こさないよう目、耳、手で確認作業を怠らないこと。
(1) の2について、日々つきあいのある JA の方や生産者グループ代表者との意識共有をして、産地運営支援を行いたいと思いました。
量目での出荷は、生産者の選果の手間を省力化できる手法として活用できるかなと思いました。リスク分散の面からも、高齢化する産地を支えるためには、新たな出荷先の選択肢として提案したいとも思われました。
産地出荷情報がしっかりわかるように徹底されていた。消費者に正確な情報がすぐ提供できるようにしたい。

産地を育てる視点。甘やかさず、自らの経営にビジョンを持たせること

生協の要求を満たすためには産地組織が十分成熟している必要があると感じた。幸いにして担当している経営体が法人組織が多いためその強みを生かした販路開拓が可能だと思った。

品質管理、安全対策は日々の指導でとても役に立つと思う。特に果物対策。食品という意識で農産物を扱うという点は農家へつたえたい。

いかに販売先のニーズや理念を把握して生産者がものづくりとその販売を含めた産地対応を行うか、検証すべきであり、かつ県職員としてもその目録で誘導する必要があるのではないかと考えます。

有機、エコな原料を求めている企業と農家とのマッチング。消費者ニーズ＝会員制という販売チャネルもある。

2 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 12 日 (木)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11 月 12 日 (木)	株式会社ライフコーポレーション	・パソナグループ本部 (東京) → ㈱ライフ コーポレーション 錦 糸町駅前店 ○集合場所・時間 8:50 パソナグループ本部 (東京) 9 階 研修室 D 〒100-8228 東京 都千代田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分) ※	9:00 ～ 11:00	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修	宮川 誠一 氏 (株式 会社ライフコーポー レーション 営業企画部 主査 1級販売士)	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			11:45 ～ 12:45	実地研修・意見交換会		
	パソナグループ本部 (東京)	パソナグループ本部 (東京) ○集合場所・時間 13:50 パソナグループ本部 (東京) 9 階 研修室 C 〒100-8228 東京 都千代田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分) ○解散場所 同上	14:00 ～ 17:00	グループワーク	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役)	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			17:00 ～ 17:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ農援隊	

※座学研修後、ライフコーポレーション錦糸町駅前店へ電車での移動となります。
実地研修後、電車でパソナグループ本部 (東京) 9 階研修室 C へ移動となります。

【研修の狙い】

■株式会社ライフコーポレーション

販売促進担当者より、事業概要、マーケティングをどのように仕入・販売に活かしているか、商品管理、棚作り、顧客への訴求方法 (POP、リーフレット、試食販売等)、今、スーパーマーケットの消費者が農産物・農産加工品に何を求めているか等について、見学を含めて研修を実施します。

スーパーマーケットにおける農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、農業者が自社や直売所等で販売をする際のヒントとなる、集客効果が得られるような棚作り、農産物の見せ方、顧客への訴求手法 (POP、リーフレット、試食販売等) の手法を習得して頂きます。

■グループワーク

本研修を振り返るグループワークを行うことで、本研修で得た気付き、学んだことを整理且つ、意識や知見を共有し、明日からの実際の行動につなげます。

また、具体的な 6 次産業化の実践事例を元に、6 次産業化の商品企画から消費者に届けるところまでの一連のプランニングを、連携先を含めて戦略、戦術、施策を立て支援することを念頭に、本研修で得た気付き、学んだことを活用してグループワークとして実施することで、地域での指導及びコーディネーションの実践に活かして頂きます。

【企業概略】

■株式会社ライフコーポレーション

株式会社ライフコーポレーションは明治 43 年創業、「安全と安心」「鮮度と品質」「信頼とサービス」をこだわりに、近畿圏、首都圏にて、食品を中心としたスーパーマーケットチェーンを展開しています。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

1. 宮川講師の講義（小売業の手法等）

ライフコーポレーションについては、「のもの」や「パルシステム」とは異なり、広くお客様にアプローチする方法を教えて頂いた。実際に店頭に行き、ライフならではの取り組み（商品の見せ方を含め）を実感できたのではないだろうか。

2. グループワーク

A 班、B 班ともに共通の認識がなされていたが、それは伝える側の想いが伝わった結果でもあると思われる。

【受講者の研修での様子】

非常に熱心であり、講師・受講者及び、受講者同士で話していると多くの気づきがあったようだ。

【研修の結果】

生産以降のフードシステムの役割や流れ、考え方が理解できたように思われる。あとは、いかに生産者の意識を変えられるか、この第1関門の突破に期待したい。

強み		5W1H					
弱み		what	when	where	who	why	how
種々島出身者が「4県県」で黒米を栽培している。（ストーリー性）	- 在庫を抱えている。 - 栽培技術が確立していない。 - 販路面、加工面でのパートナー不足	在庫の減少	今	製菓業者の中に	自分で	運輸費を確保する	値引してでも
		安全生産	今	自分の畑	家族と下町知の	原料の確保のため	有機農業をやめて生産を上げる
		商品の開発	今	加工業者の工場	加工業者と	消費者のニーズに合わせた商品の開発のため	工場も理解して加工業者と協力し商品を開発する
- 県内外に仲間がいる。 - 見方者の存在	- 予想外の出費 - 病害虫による被害	販路の確定	今～将来	パートナーによる	販路の確保を考えたパートナー	収益の確保のため	パートナーに現状の分析を依頼し対策を行う
		新商品の開発	今～将来	自社	協同組合	安定した経営を確保するため	販路等協同組合の経営者との連携を図る



【受講者の声】

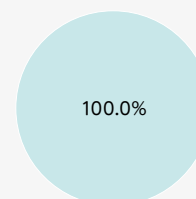
■株式会社ライフコーポレーション

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	8	100.0
2: やや満足した	0	0.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



全国的にきまっているのではないと思いますが、写真撮影できなかったのが残念でした。ディスプレイの例として資料提供でもらえるとありがたいです。

配送センターやカットセンターを見れても参考になるかと思いました。

実際に店を見ることができ、販売の工夫が見れて大変参考になりました。

実際に見てお話を聞けるのは勉強になりました。

徒歩圏内を商圈とするスーパーマーケットの品ぞろえについて知ることができたのが良かったです。広島では車で買い物に行くのがあたりまえなので新たに認識ができました。

半日の研修だったが、1日の研修でも良いくらい勉強になった

実地研修はアドバイスも的確で非常にわかりやすかったです。アーチや今後の仮想の取扱テーマ等チャレンジ部分も明確でわかりやすかったです。

品ぞろえが多くおどろきました。売れるための棚づくり、心の満足の提供をしているのが勉強になりました。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

首都圏で余徳の高い顧客に対して展開しているスーパーであるため、品揃えが豊富でチーズの量り売りなど特徴的な売り方を行っていた。ばら売り、袋売り、詰め放題、カット野菜など生鮮品の販売方法が多様であった。米の販売スペースが少なかった。

「売れる」＝「価値を見出す」＝「消費者があつてこそ成立する」といったことを実感した。一方的では価値は生まれない。

仮説を立て検証しながらという作業の繰り返しであった。その検証が重要。
売る努力が想像以上だった。毎週飽きさせない努力。POP、食べ方の提案、ライフスタイルに合わせた食材の提供
売るための努力が必要。①見せ方②並べ方③時期
ターゲットの所得階層が高いため、同じ品目でもアイテム数が多く選ぶたのしみがある店だと思った。
販売現場を理論的に教えていただき、とてもよくわかった。
品揃えなど日々実験するうえでデータの活用・店頭でも商品構成など・梨の産地の品種図でもアピールポイントになる点
ライフにおいても自社のコンセプトを設定しつつ、売り上げを伸ばすためのトライアル的な仕掛けもたくさん行っていることを知り、かえって産地現場側がこの取組実情を考慮して選ばれる産地づくりが必要であると思いました。
買いたくなるモノづくりをすることが必要。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

入口で季節感をだす、加工品は真ん中部分で売るなど、ストーリーを持たせた店舗の配置を助言する。
直売所などで地域の行事、歴などを考慮した仕入れ企画栽培企画を提案する。
こんなに苦労しているのに、なぜ伝わらない?!と感じる場面は業務を進めるうえで多々あるが、伝えたい側のマインドを考える姿勢が必要になると感じた。
POPの工夫。ライフコーポレーションさんもまだ研究しつづけているといていたが、目に入る目が留まるPOPがあるといい。
もっと相手に伝える努力。
生産した農産物への自分の思いをこめた、店舗に並べられたときに商品選択の参考となるPR文が必要なこと
販売促進のためのポップに示すべき内容が厳選されていた、産地からの情報発信に役立てたい。
自分の強みは何か、外部環境がどう変化しているのかなど、よく分析して仮説を立ててチャレンジしていきたいと思う
市場から先の販売実態と店のコンセプトを把握したうえでの生産戦略を意識すること
良いものを客に届けるというコンセプト作りをしたい。



3 コース（東京会場）

平成 27 年 11 月 16 日（月）～ 11 月 19 日（木）

.....

1 派遣先企業等

サッポロホールディングス株式会社

米屋株式会社

ヤフー株式会社

株式会社農業総合研究所

株式会社三越伊勢丹

2 研修期間

平成27年 11 月 1 6 日（月）～ 11 月 19 日（木）（4 日間）

3 実施場所

パソナグループ本部（東京都千代田区）ほか

3 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 16 日 (月)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月16日 (月)	パソナグループ本部 (東京)	・パソナグループ本部 (東京) ○集合時間・場所 8:15 パソナグループ本部 (東京) B1階 研修室 B1-B 〒100-8228 東京 都千代田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分)	8:30 ～ 8:50	オリエンテーション、趣 旨説明	株式会社パソナ農援隊	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			8:50 ～ 10:50	6次産業化概論、フー ドチェーンに関する座学 研修	加藤 寛昭 氏 (食と 農研究所代表)	
			10:50 ～ 11:35	ワークショップ	二瓶 徹 氏 (株式会 社テロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役)	
			12:25 ～ 13:25	農林漁業成長産業化 ファンドの仕組みに関す る座学研修	鈴木 陽子 氏 (株式 会社農林漁業成長産業 化支援機構 統括部 シニアアソシエイト)	
	サッポロホールディ ングス株式会社	・サッポロビール 千 葉工場 ○集合場所・時間 14:15 集合 JR 京葉線 新習志 野駅 貸切タクシーでの移 動となります。 ○解散場所 同上	14:30 ～ 15:20	実地研修 (工場長挨拶、 工場概要説明含む)	吉田 郁也 氏 (サッポ ロビール株式会社 千 葉工場長) 他	
			15:30 ～ 16:10	飲料製造・商品開発に 関する座学研修		
			16:10 ～ 16:30	意見交換会		
			—	事務連絡・質疑応答	株式会社パソナ農援隊	

【研修の狙い】

■ 6 次産業化概論、フードチェーンに関する座学研修

6 次産業化の概論、フードチェーン研修 (商流 ((生産)・食品製造・卸売・小売) とそれぞれで学ぶべきこと) について研修を実施します。

■ ワークショップ

グループワークもしくは全体にて、自己紹介・現在の担当業務・個人ワークのシェア・研修にかける意気込み等についてワークショップを実施します。

■ 農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修

農林漁業成長産業化ファンドの仕組みや活用方法について研修を実施します。

■ サッポロホールディングス株式会社

新商品開発担当、品質保証部長等より、農業者との二人三脚での商品作りのこだわり、原料の特性を生かした商品開発、「地産地消」「限定」をキーワードにしたブランド戦略、品質管理・衛生管理の方法について、見学を含めて研修を実施します。
農業者とフィールドマンと呼ばれる原料の専門スタッフとの生産、品質改善等の協業の仕方、良い鮮度を保つ製造手法、酒類製造の品質管理・衛生管理の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■ サッポロホールディングス株式会社

サッポロホールディングス株式会社は明治9年創業、「潤いを創造し 豊かさに貢献する」を経営理念に、「食品価値創造事業」

「快適空間創造事業」の2つを事業ドメインとし、安全・安心・健康をキーワードにした酒類・飲料・外食事業等の事業を行っています。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

＜民間企業等派遣研修会のポイント（6次産業化の概論、フードチェーンに関する座学研修）＞

1. 今次研修の目的を明確にしてほしいことを主体的に話をしました。
 - ・農業を取り巻く環境の考え方について（5つの脅威について）
 - ・サプライチェーンとバリューチェーンの定義とその内容
 - ・上記理解促進のために事例として2つを提示（失敗事例と成功事例）
 - ・6次産業化展開についての課題
 - ・以上の事を念頭に研修先の企業の話の聞いたり見たりすることの必要性を自覚してもらうこと。
2. ・生産から消費までの一連のフードシステムの流れ
 - ・フードシステムにおける課題
 - ・6次産業化に取り組む際の課題とポイント

＜農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修＞

- ・出資するまでのスキーム
- ・6次産業化の優良事例

＜実地研修を含めて1日を通して＞

- ・農産物と工業品の在庫・物流の問題（違い）
- ・単なる商品とブランドとの違い
- ・フィールドマンの存在と協働契約栽培（トレーサビリティ）
（農業で産地を元気にさせ、サッポロビールはビールを作る）

【受講者の研修での様子】

1. 皆さん、大変熱心にうなずきながら聞いて頂きました。
2. 初日ですので、割と静かな雰囲気でしたが、熱心に耳を傾けていました。また、グループワークで大分緊張もほぐれたようだった。

【研修の結果】

- ・参加者がどのような目的や考えを持って参加しているかが参加者全体に共有がなされた
- ・6次産業化を試みる前の基本を理解するとともに、企業では生産者と企業の関係性等を理解することができた



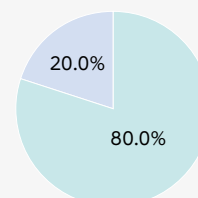
【受講者の声】

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	4	80.0
2: やや満足した	1	20.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない

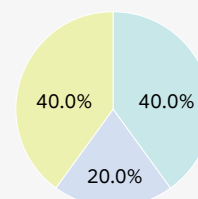


Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

Q2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	2	40.0
2: やや満足した	1	20.0
3: 普通	2	40.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない



今後の座学研修における注目すべき支店についての説明があり、研修効果のアップにつながる内容であり今後も継続してほしい

馬路村の話は興味深かった。再注文してみたくなった。バリュー（付加価値）創造確認表は参考になった。グループワークは参加者の皆さんの考え方が分かったので良かった。少人数のほうが気楽でいいと思った。

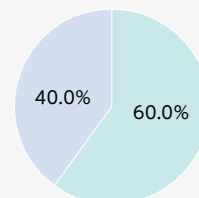
■サッポロホールディングス株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	3	60.0
2: やや満足した	2	40.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない



フィールドマンの方から製造・販売担当の方から講義いただき、企業が実施している生産現場での活動からマーケティングまで、一連の流れを把握できた。非常に整理された内容だった。

写真は原則禁止というのは、システムや装備の関係で無理なのはわかったが、撮ってもよいところではとりたかった。

商品開発の話をもっと聞きたかったです。質問させていただけたのでよかった。

稼働時の動きを見学できればよかったです。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

商品開発におけるターゲットの選択方法、強みを最大限にいかす商品づくり（ネーミング、パッケージ、原料選択など）の重要性を認識。

現場との情報共有の重要性、結果として売れる商品作りにつながる

原料が製品になるまで、みなさんが愛着や誇りをもってとりくまれていると感じた。ひとつの商品を作るまでの過程にいろいろな人が携わっていると分かった。

商品開発では、自社の強みを活かし、差別化する。ターゲットを絞ることが重要。

品質管理、安全・安心への取り組み。協同契約栽培、パートナーシップの構築

他のビールメーカーにない協働契約農家やフィールドマンとの取り組みは、とても興味深かった。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

地域の農産物や文化など、他にはない強みを活用した商品化の企画提案。
現場との情報交換を密にし、信頼関係を構築し、協同して活動ができる体制を整備する。
室内研修のときに、壁に展示もしてあった。フィールドマンさんは何度も畑に足を運ぶこと。重要なポイントには年3回（耕作開始前・収穫前・収穫後）ということ。このことは農家を支援・指導する立場の普及員にもいえることだと思った。何かを伝えたりやってもらうには電話だけでなく足繁く通い心を通じさせることが重要だと思った。
地元の強みを再確認すること。
既存になる商品でもターゲットを絞ってPRすること
消費者へいかにニーズの把握を図るか。ニーズ把握に対する特性
商品開発について、その商品が生まれた背景や思いを伝えることで付加価値を高める

3 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 17 日 (火)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月17日 (火)	米屋株式会社	・米屋㈱ なごみの米屋 總本店 ○集合場所・時間 7:00 集合 パソナグループ本部(東京) 〒100-8228 東京都千代田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅(徒歩5分) 貸切バスでの移動となります。 研修後、ヤフー㈱本社へ貸切バスでの移動となります。	9:00 ～ 10:30	食品製造・商品開発に関する座学研修	白鳥 正俊 氏(米屋株式会社 研究開発 兼 事業開発室 研究開発統括) 他	二瓶 徹 氏(株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			10:30 ～ 11:15	実地研修		
			11:15 ～ 11:45	意見交換会		
	ヤフー株式会社	・ヤフー㈱ 本社 ○集合場所・時間 --- ヤフー㈱ 本社 ○解散場所 同上	14:00 ～ 16:00	流通・小売(ネット通販)に関する座学研修	大野 憲司 氏(ヤフー株式会社 ショッピングカンパニー営業本部 セールスプロモーション部 eコマース革命 エバンジェリスト)	
			16:00 ～ 16:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■米屋株式会社

事業担当者より、企業理念・概要 (理念であるなごみの心をどのように商品や販売に活かしているか)、国産の小豆など原料へのこだわり、美味しさを追求した商品開発・製造、安心安全を実現する品質保証、衛生管理等について見学を含めて研修を実施します。

農業者が農産物を活用した商品開発を行う上で取り入れるべき原料と商品のマッチングとその製造、6 次産業化商品にも求められる品質管理・衛生管理の手法を習得して頂きます。

■ヤフー株式会社

事業担当者より、事業概要、マーケティングをどのように参画事業者に活かしているか、物流・流通、顧客への訴求方法 (ネット上での訴求手法、商品PR方法、商品情報等)、今、ネットの消費者が農産物・農産加工品に何を求めているか等について、研修を実施します。

ネット上における農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、農業者がネット上で販売をする際のヒントとなる、集客効果が得られるような顧客への訴求手法 (に活かしているか、物流・流通、顧客への訴求方法 (ネット上での訴求手法、商品PR方法、商品情報等) の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■米屋株式会社

米屋株式会社は明治 32 年創業、「なごみの米屋」として、心の和とおいしい味、安心安全をコンセプトに、国産の原料を使用したようかんや和洋菓子等の製造・販売、スーパーマーケット・コンビニエンスストア等への卸売事業等を行っています。

■ヤフー株式会社

ヤフー株式会社は 1996 年設立、インターネット上の広告事業、イーコマース事業、会員サービス事業等を展開、一部、ネット上での地域のブランド化の支援にも取り組んでいます。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

- ・伝統菓子があっても、商品形態、食品の安全性（管理）に配慮した経営をしていること。
- ・①消費者基点の明確化、②コンプライアンス意識の確立、③適切な衛生管理。品質管理の基本、④適切な衛生管理・品質管理のための体制整備、⑤情報の収集・伝達・開示等を5つの守るべき基本原則として取り組んでおり、農業者が特に6次産業化を行っていく際には、念頭においておくべき内容
- ・取引先に求める仕様書、フードディフェンス（卸・小売からの要望）
- ・産地状況確認→供給のリスク
- ・扱う側としての原料調達（産地）の課題
- ・ECの仕組み、プロモーション方法について
- ・地域原料を活用した和菓子作りの課題の明確化
- ・和菓子原料生産農家、原料二次加工者が互いに話し合う場を設け、前進できるよう努力していくことの重要性

【受講者の研修での様子】

目的意識が明確なため、よく質問されていた。（研修会の移動中を含む）

【研修の結果】

- ・農産物を卸す際の必要事項、ECにて物を売る方法と着眼点
- ・生産者が販路拡大を希望する中、実需者側の意向を聞いたことは大きな収穫であった
- ・地域には米屋のような伝統菓子があるなかで、それを継承するだけでなく、消費者ニーズ等にそって新しい展開を試みている点は、初日の民間企業等派遣研修会のポイント（6次産業化の概論、フードチェーン研修）の講義につながるものがあり、生産者支援の1視点として参考になったと思われる。



【受講者の声】

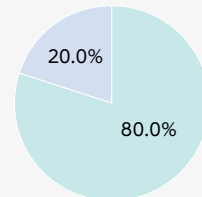
■米屋株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	4	80.0
2: やや満足した	1	20.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



企業が実施している品質管理体制や商品開発の過程など、大変参考になる内容であった。また、現時点での問題点・課題なども挙げていただき、我々が現場で指導すべき内容も明確となった。

商品へのこだわり、リスクマネジメント、TQC 活動が参考になりました。商品産業への安全確保、コスト対応、高い経営理念の中で社会教育の徹底も参考になりました。食品加工業と連絡する場合、HACCP が当たり前の中で生産維持に求める内容等について、生産履歴・農業点検、出荷点検など GAP での対応でも可能なのか、時間が取れて学べてよかったです。

とても詳しく商品開発（地産原料を使用する）や衛生管理について講演いただき、とても参考になりました。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

安全に対する管理徹底が取引先から過剰に求められる。

安全とおいしさを両方求めるには生産者、消費者ニーズやターゲットに合わせてバランスをとる。商品開発はコスト重視とおいしさ重視のバランスを考えながらラインナップを図っていく。原料確保に大手、農家や JA と情報共有が重要。

老舗を守るといふことの大変さ。伝統や技術を伝える難しさ

伝統ある製造メーカーでも、時代の先をいき、安全管理に対応し、ISOやHACCPを取得している。安全管理は食品業態の宿命であり、規模に関係なく意識をすべきと思った。

輸出 FDA 工場見学 HACCPに準じた対応。経営安定 現在は日持ちが悪いどら焼き、最中等が主流に。34件4件ファンド 商品開発。機能性へしこう品ではクエスチョン。コンビニ展開。

消費者などから徹底した衛生管理を求められているということ。地域農産物を利用した商品開発では、様々なリスクがあるということ。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

ターゲットに合わせた商品コンセプト作り。
品質管理体制の指導
安心ではなくて安全を届けるということ。農産物にもいえると感じた。原料を使うにあたり十分な話し合いをするということ。良いことばかりではなく悪い面も伝えて物事に取り組む姿勢で臨むこと。
従業員（事務員）を大切にできる信条
消費者基点の考え方の模索
信頼の構築、労働力安全（OHSAS1800 取得）日持ち。顧客は何を求めているのか？基準を作るための ISO、HACCP を導入。戻しはわかったが、廃率が増えている。品質管理の徹底。
衛生・品質管理の際の原材料品質保証について、大変詳細に示して頂き、とても参考になった。

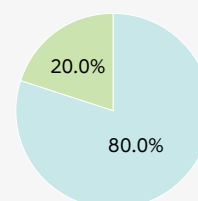
■ヤフー株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	80.0
2: やや満足した	0	0.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	1	20.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



非常に分かりやすい内容で、ネット利用のハードルがさがった。農家でもすぐに実施できる内容もあり、時代に合った販売方法の提案も可能となった。

自分の思っていたことと少し違うような感じがした。事前にいただいた研修内容に書かれているネット上における農産物や加工品に対する消費者ニーズの把握、という部分を一番ききたかったが、（私のききもらしもあると思うが）ちょっと話がなかったように思い、残念だった。だから、事前のアンケートも、まとはずれの感じで、なんとも言えない気分となった。

一つのツールの可能性としてより簡便に使えることがわかりました。農作物の場合、生産・保管・在庫・品質管理もあり、個別ではなくリットの関係もあることから系統、出荷組織も必要となるので、事例があれば聞きたかった。

スライドがとても見やすい。抜粋したものでいいので、資料として欲しかった。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

スマホは重要ということ。パソコンからよりもスマホということなので、そこにいかに売っていくかということ。ヤフーへの出店は手数料が無料だということ。

ネット販路のハードルは出店までは低い。片手までは売上げは伸びない。ヤフーは決済サービスを提供しているのだということ。

リピート率伸びている。インターネットに商圏はない。安心・お得・簡単・便利。

インターネットによる販売は、想像していたより、はるかに利用しやすそうであった。売るためには良い商品を作るだけではなく良く見せる工夫が必要である。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

販路拡大や開拓したい農業者にとって、ひとつの手段となるeコマース

実際に出店してみたい。農家と協力して。

地域こそネットの活用。売り上げを上げることが必要。系統販売においても、販売チャンネルの一つとなる。意識形成と文意形成。

商品の価値の伝え方（ただ商品をのせるだけではだめ）も大変参考になった。インターネット販売を考えている農家に対して、より手軽に出店できるようになったことを情報提供できる

3 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 18 日 (水)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月18日 (水)	株式会社農業総合研究所	・株農業総合研究所 (スーパーマーケット内売場) ○集合場所・時間 9:15	9:30 ～11:00	実地研修	及川 智正 氏 (株) 会社農業総合研究所 代表取締役 CEO 他	二瓶 徹 氏 (株) 会社デロワール・アンド・ トラディション・ジャパ ン 代表取締役 株式会社パソナ農援隊
		見学後、パソナグループ本 部 9 階 多目的室 E (最寄駅 JR 東京駅) へ移動	13:30 ～16:30	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修		
		○解散場所 パソナグループ本部 (東京) 9 階 多目的室 E 〒100-8228 東京都千代 田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅 (徒歩 5 分)	16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■株式会社農業総合研究所

代表取締役及び流通・小売担当者より、企業理念・事業概要、食料品の小売における他業態との違い・こだわり、マーケティングをどのように仕入・販売に活かしているか、商品選定基準、今、消費者が農産物・農産加工品に何を求めているか、売り場の現場の工夫について見学を含めて研修を実施します。

農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、農業者が自社や直売所等で販売をする際のヒントとなる、業態やターゲット毎の商品選択の考え方、集客効果が得られるような棚作り・農産物の見せ方・顧客への訴求手法 (POP、リーフレット、試食販売等) を習得して頂きます。

【企業概略】

■株式会社農業総合研究所

農業者が日々持ち込む農産物を各契約スーパーの『都会の直売所』コーナーに毎日直送、さらに農業者への売上メール配信や決済代行までをトータルで行うワンストップサービスを提供する『都会の直売所』事業を始め、コンサルティング、ブランディング、屋上農園 (貸し農園) 等、幅広く事業を展開しています。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

・新しい画期的な流通の仕組み

（前日収穫した農産物が翌朝には店頭で陳列されるといった物流経路。本来のダイエーの生鮮品売場の商品とは鮮度で大きな優位性を確保できている。→農家と消費者を直接結び付けるビジネスモデル）

・生産者がどこでどれだけ売れ、お客様の声という生の情報が生産者のモチベーションにつながるということ

・農産品を扱う事業者が SM の店頭でどのように訴求しているかの手法の確認



【受講者の研修での様子】

非常に熱心に聴いていたと思われる。実地研修では自らの地域の農産物とその他の地域の農産物の取り扱いの比較など積極的に情報収集・質問を行っていた。



【研修の結果】

・各地域の生産者に紹介し、新しい販路を見つけてあげること

・農業における流通革新といったスキームやその原動力となった考え方、志なども収穫となったと思われる。

・一次産業者、二次産業者、三次産業者との連携（競争でない）モデルを見ることが出来、改めて農の役割分担を考える機会になったように思われる。



【受講者の声】

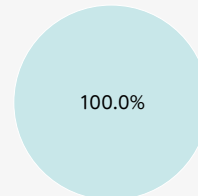
■株式会社農業総合研究所

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	4	100.0
2: やや満足した	0	0.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

■ 1: 大変満足した
 ■ 2: やや満足した
 ■ 3: 普通
 ■ 4: あまり満足していない
 ■ 5: 満足していない



農家をビジネス化する手法を学ばせていただき、非常に参考となった。戦略的に行動すれば、効率的かつ高収入。農業が実現可能。

今までの中で一番充実した研修でよかった。しいて言えば、都心と郊外の価格での違いがもう少しわかるとよかったと思います。

A FIVE の説明は概要と推定上している中での議題の説明していただければよかったと思う。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

安定的な農業の収入

出荷システムが実現している。今後の流通システムが多様になっており、それに対応するための活動や情報収集が必要。

都会にある直売所も田舎にある直売所も、基本的には同じだということ（価格の決め方など）。

都心のほうがハイクラスな人が行くかと思うが、そうではなかった。

農家が出しやすくするために、農家のための仕組みを変えたこと。

ビジネスを成功させるためには、自分を信じるということ。あきらめてはいけない。

都会のスーパーでは直売コーナーが新鮮な野菜を買えるところとしてとらえられていると感じた。地元では地元の野菜をとりあえず置いているという売り方だが。

SWOT分析などを活用して、流通形態を変化させることで、付加価値をつけることができる。消費者基点で生産から消費のサプライチェーンを考える重要性を認識し、提携ネットワークの指導により製造改革が図られること。

今は限られた流通しか選べない生産者が多く、価格など、ほとんど決定権がない。また、それが当たり前と思っている人が多い。今までの系統出荷では生まれない。農家のやる気を起こさせるシステムだと思う。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

販売元の候補として情報提供を行う難しさ。

流通システムに関する最新情報（変化など）について農家に提供

売り先を選択するのは農家だが、ひとつにこだわらなくて自由に選択してよいという考え方。

なぜ農業をやっているかきいてみること。

消費者の手元にとどき口に入るまでが農家の仕事としてとらえると農産業の規模は大きくなるし、農家のモチベーションも上がると考えた。

固定概念にとらわれずに改善点・課題に対してリスクをできない理由とせずに、チャレンジする情熱をコミュニケーションにより熟成させる粘り強さが必要。

やる気のある生産者に流通のいち方法として情報提供できたらと思う。

3 コース (東京会場) 平成 27 年 11 月 19 日 (木)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月19日 (木)	株式会社三越伊勢丹	・ ㈱三越伊勢丹 伊勢丹新宿本店 ○ 集合場所・時間 9:00 JR 新宿駅 実地研修後、パソナグループ本部ビル(東京) 9 階 研修室 D へ移動となります。	9:30 ～ 11:30	流通・小売(仕入・販売)に関する座学研修	雨宮 隆一 氏(株式会社三越伊勢丹 商品統括部 食品統括部 グループ食品商品部 生鮮・グローサリー・和洋酒 バイヤー)	二瓶 徹 氏(株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			11:30 ～ 12:15	実地研修		
			12:15 ～ 12:30	意見交換会		
	パソナグループ本部 (東京)	・ パソナグループ本部(東京) ○ 集合場所・時間 13:50 パソナグループ本部(東京) 9 階 研修室 D 〒100-8228 東京都千代田区大手町 2-6-4 最寄り駅: JR 東京駅(徒歩 5 分) ○ 解散場所 同上	14:00 ～ 17:00	グループワーク	二瓶 徹 氏(株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役)	二瓶 徹 氏(株式会社テロワール・アンド・トラディション・ジャパン 代表取締役) 株式会社パソナ農援隊
			17:00 ～ 17:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ農援隊	

【研修の狙い】

■株式会社三越伊勢丹

生鮮バイヤーより、企業理念・事業概要、食料品の小売における他業態との違い・こだわり、マーケティングをどのように仕入・販売に活かしているか、商品選定基準、今、消費者が農産物・農産加工品に何を求めているか、売り場の現場の工夫について見学を含めて研修を実施します。

百貨店における農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、農業者が自社や直売所等で販売をする際のヒントとなる、業態やターゲット毎の商品選択の考え方、集客効果が得られるような棚作り、農産物の見せ方、顧客への訴求手法(POP、リーフレット、試食販売等)の手法を習得して頂きます。

■グループワーク

本研修を振り返るグループワークを行うことで、本研修で得た気づき、学んだことを整理且つ、意識や知見を共有し、明日からの実際の行動につなげます。

また、具体的な 6 次産業化の実践事例を元に、6 次産業化の商品企画から消費者に届けるところまでの一連のプランニングを、連携先を含めて戦略、戦術、施策を立て支援することを念頭に、本研修で得た気づき、学んだことを活用してグループワークとして実施することで、地域での指導及びコーディネーションの実践に活かして頂きます。

【企業概略】

■株式会社三越伊勢丹

三越は 1673 年、伊勢丹は 1886 年に創業、「向き合って、その先へ。」を三越伊勢丹のグループスローガンに、世界随一の小売サービス業の実現をグループとして目指し、当該企業は百貨店業を行っています。グループ全体では、年間入店客数は 2 億人以上、年間売上高は約 1 兆 3,000 億円にものぼり、お客様により深く、より広く、新たな感動をお届けしています。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

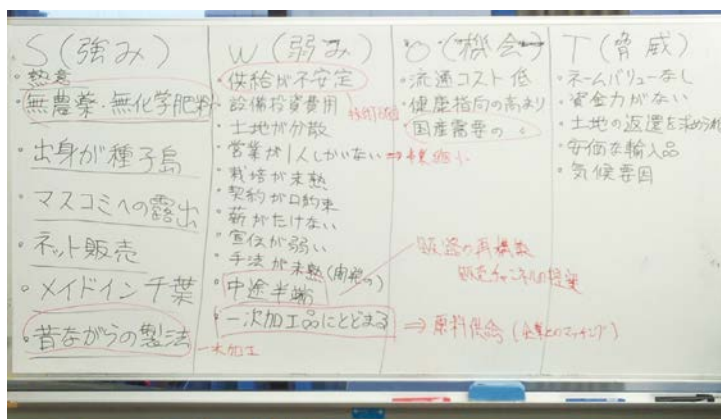
- ・三越伊勢丹といったハイブランドの顧客層、購買行動の確認（三越伊勢丹には食品だけを買いに来ているお客様だけではないので、他のフロアーも含めて確認するとよい）
- ・主役であるお客様がこういったものをほしがっているか、ニーズの確認
- ・売り場（レイアウト）においてはお客様が買い易いかどうかという視点で作られており、2007年からさらに積極的に取り組んでいる
- ・地域商品は大手に比べて「素材力」が強い→「どう表現するか」

【受講者の研修での様子】

楽しみにしていた研修先の1つとして回答した受講者が多く、非常に熱心に受講していた。

【研修の結果】

- ・地域食材の持っている物をどう表現していくか
- ・私は作る人、あなたは売る人といった感覚ではなく、もっと川下の流通の人とのコミュニケーションの拡大を図ることが必要で効果的であるといったことが把握できたと思われる。
- ・グループワークでは加藤講師の初日の講義での考え方をベースに、6次産業化の企画・提案を個人及びグループにて考えたが、仮想のテーマではあるが、案件を整理する手法が身に付き、地元に戻り指導する際に役立てると思われる。



【受講者の声】

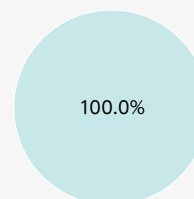
■株式会社三越伊勢丹

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	6	100.0
2: やや満足した	0	0.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



バイヤーより生の情報・視点を学ぶことができたのは大変貴重だった。実際の売り場にて、各層・商品を見れたことも研修効果アップにつながった。

高くても売れるのは、何故かということがわかった。とても勉強になった。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

商談会でのバイヤーの視点。百貨店における客層。商品内容。商品の魅力の伝え方。

価格は高くても売れるということ。何もしなくても手にとって買っていく。試食の仕方（あわせて売ればということ）。商品の並べ方（買いたいと思わせる）。こだわりはこだわりではないということ（具体的に示す必要があること）

平日の昼前の客層は外国人旅行者（中国人）。日常使いしている人も多かったが、平日の午前中に来る人は目的がある様子。

情報発信力、顧客の利便性、選択の簡易性。顧客が求めるものを想像して見る必要がある。全ての環境・取組にも関心が高まっている。全てを紹介。五感に訴える。ギフト・自分のセンスを相手に贈る。自己温度感を持たせる商品作り。

消費者の興味を引くような独自性や地域性が必要。

バイヤーが売りたい商品にするには、バイヤーが感動する、顧客が喜ぶ姿が目に見えるような商品にすること。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

試食販売の方法・コツ。
商品紹介シートの書き方。商品の特徴の魅力。
常にお客様の立場に立ってものづくりをするということ。ただ、作れば売ってもらえるわけではないということ。
都会のお金持ちを相手にしないとやっていけないという青果農家が多いが、実際に都会でどういう買い方をしているのか、実際にみてもらいたいと思った。
地域発の情報発信。志向を膨らませる技術の欲求を増大させる。イメージプライスがある。加工・素材力を訴求している。ターゲットを絞り込み。
売り込みたい商品がある場合は、消費者の興味をひくようなこだわりをしっかりと伝えられるように話をつめていく。



4 コース (大阪会場)

平成 27 年 11 月 30 日 (月) ～ 12 月 3 日 (木)

.....

1 派遣先企業等

大丸梅田店 (株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー 売場)
キューピー株式会社
住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所 (兵庫県宝塚市)、加西試験農場 (兵庫県加西市)
中食企業

2 研修期間

平成27年11月30日 (月) ～ 12 月 3日 (木) (4日間)

3 実施場所

パソナグループビル (大阪本社) (大阪府大阪市) ほか

4 コース (大阪会場) 平成 27 年 11 月 30 日 (月)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
11月30日 (月)	パソナグループ本部 (大阪)	・パソナグループビル (大阪本社) ○集合場所・時間 8:45 パソナグループビル (大阪本社) 2 階 2-B 〒541-0047 大阪府 大阪市中央区淡路町 4-2-15 最寄り駅: 大阪市営地下鉄 御堂筋線 本町駅 2 番出口 (徒歩 3 分) 淀屋橋駅 13 番出口 (徒歩 4 分) 座学研修後、大丸梅田 店へ移動となります。	9:00 ～ 9:20	オリエンテーション、趣 旨説明	株式会社パソナ農援隊	加藤 寛昭 氏 (食と 農研究所代表) 株式会社パソナ農援隊
			9:20 ～ 11:20	6 次産業化概論、フー ドチェーンに関する座学 研修	加藤 寛昭 氏 (食と 農研究所代表)	
			11:20 ～ 12:05	ワークショップ	加藤 寛昭 氏 (食と 農研究所代表)	
			13:00 ～ 14:00	農林漁業成長産業化 ファンドの仕組みに関す る座学研修	鈴木 陽子 氏 (株式 会社農林漁業成長産業 化支援機構 統括部 シニアアソシエイト)	
	大丸梅田店 (株式会社フレッシュ ワン、株式会社アイ・ エム・シー 売場)	・大丸梅田店 (株)フレッシュワン、(株) アイ・エム・シー 売場) ○集合場所・時間 集合 14:25 御堂筋線梅田駅 大丸 梅田店 実地研修後、パソナ グループビル (大阪本 社) へ移動 ○解散場所 パソナグループビル (大阪本社) 2 階 2-B	14:30 ～ 15:45	実地研修	星加 嘉弘 氏 (元・大丸 松坂屋百貨店 本社 食品部長) 他	
			16:15 ～ 17:55	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修・意 見交換会		
				17:55 ～ 18:00	事務連絡・質疑応答	

【研修の狙い】

■ 6 次産業化概論、フードチェーンに関する座学研修

6 次産業化の概論、フードチェーン研修 (商流 ((生産)・食品製造・卸売・小売) とそれぞれで学ぶべきこと) について研修を実施します。

■ ワークショップ

グループワークもしくは全体にて、自己紹介・現在の担当業務・個人ワークのシェア・研修にかかる意気込み等についてワークショップを実施します。

■ 農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修

農林漁業成長産業化ファンドの仕組みや活用方法について研修を実施します。

■ 大丸梅田店 (株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー 売場)

元・本社食品部長より、百貨店における食料品の小売における他業態との違い・こだわり、今、百貨店の顧客が農産物・農産加工品に何を求めているかについて、また、(株)フレッシュワン、(株)アイ・エム・シーの売場担当者より、各企業のこだわり、商品の選定基準、売場の現場の工夫等について、見学を含めて研修を実施します。

百貨店における農産物・農産加工品に対する消費者のニーズの把握、農業者が自社や直売所等で販売をする際のヒントとなる、業態やターゲット毎の商品選択の考え方、棚作り、農産物の見せ方、POP等の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■大丸梅田店（株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー 売場）

大丸梅田店の地下1階食料品売場にて、株式会社フレッシュワンが生鮮、株式会社アイ・エム・シーが加工品等を販売しています。株式会社アイ・エム・シーは2006年創業、『お客様が喜ぶ店を作ります』等を経営理念とし、百貨店を中心とした流通小売業へのリテールサポート、百貨店・専門店等のテナント及び食品催事の企画及び運営を行っています。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

＜民間企業等派遣研修会のポイント (6次産業化の概論、フードチェーンに関する座学研修)＞

1. 今次研修の目的を明確にしてほしいことを主体的に話をしました。
 - ・農業を取り巻く環境の考え方について（5つの脅威について）
 - ・サプライチェーンとバリューチェーンの定義とその内容
 - ・上記理解促進のために事例として2つを提示（失敗事例と成功事例）
 - ・6次産業化展開についての課題
 - ・以上の事を念頭に研修先の企業の話の聞いたり見たりすることの必要性を自覚してもらうこと。
2. 生産から消費までの一連のフードシステムの流れ
 - ・フードシステムにおける課題
 - ・6次産業化に取り組む際の課題とポイント

＜農林漁業成長産業化ファンドの仕組みに関する座学研修＞

- ・出資するまでのスキーム
- ・6次産業化の優良事例

＜星加講師の講義・実地研修＞

- ・新しいものを入れる→売り場から代わりに商品が減る（意外とハードルが高い）
 - ・自分の強みを掘り下げる（客観的に）
強みをどう店頭で表現するか（食料消費が減る中で）
 - ・扉の要と三つの安定（品質・価格・量）＜生鮮＞
 - ・カレンダーマーケット（話題性・トレンド）
- ⇒計画の精度を上げる→結果につながる

【受講者の研修での様子】

自分の地域の産品が扱われているかどうかチェックしており、実際に自分の地域の産品について、店長に質問するなど、積極的に質問をしており、この対応は自然と地域に帰って生産者等と今後の展開に活用できるものと思われる。



【研修の結果】

大丸梅田店（株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー）については、「顧客分類」と「商品分類」の考え方から毎月・毎週のカレンダーマーケットに対してどう提案していくか、そのために、百貨店の食品フロアはどう特徴付けられているか、マーケティングと売場作りへの反映など座学と実地により百貨店という業態における重要なポイントが訴求された。



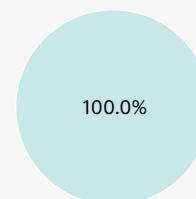
【受講者の声】

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
2: やや満足した	0	0.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 座学研修（『民間企業等派遣研修会のポイント』）の内容はいかがでしたでしょうか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない

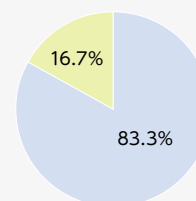


Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

Q2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	0	0.0
2: やや満足した	5	83.3
3: 普通	1	16.7
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q2. グループワークの内容はいかがでしたでしょうか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



サプライチェーンとバリューチェーンの考え方にあわせた事例紹介が、理解しやすくよかった。グループワークが時間が短く残念でした。（みなさん話が上手だったので）

6次産業化にあたり、加藤先生がおっしゃった「農家の被害者意識」が印象に残った。確かに安く買いたたかれるという現状があるので、農業者が自分も主役であるとの意識を持ち、二次・三次業者と win-win の関係を築けるようにしていきたい。

名簿が資料についていればありがたいです。(名刺交換はしましたが、一覧があれば)

コアコンピタンス(最大の強み、特徴)を活用する重要性を実感した。少しあわただしい感じが否めない。時間の制約もあるが情報を与えられた感が強く振り返りが難しい。(最終日のグループワークの時間を振り返り時間として予定して期待しています)

これから研修を受けるにあたって考え方や聞くべきポイントを自分なりに整理することができたと思う。

企業研修で時間をさいて対応していただくので、訪問した企業の理念や得意分野をきっちり習得していくための受講生の意識を共有するために、座学研修は自分の中で研修目的を絞りこんでいくために役立っていると思われました。

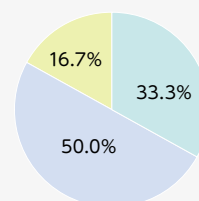
■大丸 梅田店

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか?

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	2	33.3
2: やや満足した	3	50.0
3: 普通	1	16.7
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか?

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



最終的に決めるのは消費者であり、その消費者のニーズを得るため、長年努力していることが大変よくわかった。また、売り場を時間帯、天候、季節でかえるなど、固定客の購買意欲を維持するための工夫を聞くことができ、よかった。

普段聞けない、百貨店関係者の生の声が聞けてよかった。客がいるので難しいと思うが、見学时に説明がうけれるといいと思う。

強みを理解し、万人にうける商品よりもターゲットを絞った販売方法、商品開発の見通しが重要であることが理解できた。青果担当者からは、生産者・産地とのつながりの重要性は感じられたものの他者からは品ぞろえの1ピース程度のイメージしか感じられなかった。理念の共有は理想であるが、実行する難しさを実感した。

百貨店におけるマーケティング手法や、店舗におけるディスプレイ方法及び売り切り方がとても参考になった。

実地研修で見る視点を事前に教えていただいたのは参考になりました。担当の方とのディスカッションと現場を見る時間を若干延ばしてもらいたいと思いました。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

消費者嗜好の変化による売り場の変化を改めて感じた。サラダ用野菜の充実。カット野菜・小分け野菜。B1惣菜→B2簡易に調理できる野菜への導線。JAS有機、めずらしい野菜など、おそらくあまり動かないが品揃えとしての機能。
売り場の見せ方。季節・天気、時間帯などで量目なども工夫していた。
消費者ニーズのとらえかた。百貨店カードを活用し、年齢、地域、年収など細かいデータを取り、売り場にいかしていた
大都市の百貨店で野菜や果物の品揃えをみることもできたが、値段的にも地元スーパーとあまり差が無い商品も多く、幅広い商品がおかれていることに驚いた。
販売責任者は、自社の思いを理解する農業者、産地との情報共有を欲している。市場関係者などを通じた出会いの場が必要。
小売においては、顧客の確保のために、52週、お客様をあきさせない努力と工夫が行われている。
パートナーシップの構築という面に関して、生産者と小売業との間が理念の共有まで至ってはいないのではないか。実際にお互いが win win の関係を築けているか疑問に感じた。
生鮮食料品の売り切り方（アイテムを増やす）。
カラーコントロール。
バラエティパックの多さ。
情報収集方法
野菜の見せ方について、カラーコントロールをしているとまでは、とても考えていなかったのが参考になりました。
トマトの売り場面積がいかに広がったかが分かりました。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

食べ方・パッケージなど、産地からの提案の可能性はまだまだあるように感じた。
売り場の見せ方、直売所での商品の見せ方が参考になった。
百貨店側が求めている視点を生産に活かす。
農産物・農産加工品の強みを洗い出す。
自信をもって商品売ることの大切さ。
その商品に対する思いや、セールスポイントを強くアピールすることで、商談など今後に行うことがあれば活かせると思った。
顧客主体の情報収集。
強みを活かした商品の提案（手作り・こだわりはアピールポイントではない）
荷姿の要望は店舗によって異なる。ニーズに対する対応が必要。
農産加工品の管理リスクは高まっており、5Sを意識した「きれいな職場づくり」が企業風土となるよう指導する必要がある＝意識の共有
販売方法（規格の決め方）の提案。
現場に定期的に行き、売り場の確認。
直売所、物産館でのディスプレイや情報の伝え方。
ライフスタイルの多様化に伴う（カレンダーマーケット）視点の考え方。
ディスプレイの立体の見せ方

4コース(大阪会場) 平成 27 年 12 月 1 日(火)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
12月1日 (火)	キューピー株式会社	・キューピー(株) 伊丹工場 ○集合場所・時間 9:05 JR 福知山線 猪名寺駅(徒歩 5 分) ○解散場所 キューピー(株) 伊丹工場	9:30 ～10:50	食品製造・商品開発に関する座学研修Ⅰ	森 佳光 氏(キューピー株式会社 広報・CSR 本部 部長) 青山 忍 氏(キューピー株式会社 研究開発本部 商品開発研究所 所長) 宮下 隆 氏(キューピー株式会社 品質保証本部 食品安全科学センター センター長)	加藤 寛昭 氏(食と農研究所代表) 株式会社バソナ農援隊
			11:00 ～12:00	実地研修		
			13:00 ～15:00	食品製造・商品開発に関する座学研修Ⅱ		
			15:10 ～17:00	食品製造・商品開発に関する座学研修Ⅲ		
			17:00 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■キューピー株式会社

商品開発担当者、品質管理担当者より、企業理念・概要、原料へのこだわり、マーケティングを踏まえた様々な商品開発(ベビー食品、介護食、カロリー調製品、栄養補助食品等、付加価値商品)、品質保証、衛生管理、食品表示等について、見学を含めて研修を実施します。

農業者が農産物を活用した商品開発を行う上で取り入れるべきマーケティングの手法、高齢化・健康志向等の情勢を踏まえた、農産物を活用した付加価値商品開発、6次産業化商品にも求められる品質管理・衛生管理の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■キューピー株式会社

キューピー株式会社は1919年設立、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という原料に対する強いこだわりを持ちながら、マヨネーズソースを代表としたソース、加工品、医薬品、飼料・肥料等、幅広い製品を製造販売しています。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

<青山部長(商品開発)>

- ・経営理念の徹底による企業風土の確立→すべての活動がこれに基づいて行われている。
- ・マヨネーズ(卵)が事業の拡大の核事業→コアコンピタンスの確立の大切さ
- ・研究所におけるマトリックス型体制導入による連携推進。ポイントはファシリテーターの起用
- ・変えてはいけないことを守っていくこと、どんどん工夫をしていくこと(良い商品は良い原料からしか生まれない)

・お客様は誰かを常に頭に入れて開発に当たる。同時に競合品と比較して勝っているか

・農産物のビジネスにおいてもマーケティング的視野が必要

<森部長(概要・農産事業)>

・卵を核とした事業展開の仕方→自社の強みを活かすことによる事業拡大の様子

・卵製品に関連した新規事業のTSファーム(植物工場)の状況

・決して飛び地事業は考えない

・カット野菜事業を卵関連事業の一つとして位置づけ

・上流工程の作業内容を正確に把握することに務めている。原料供給農家(サプライヤー)との顔の見える関係に留意する。契約栽培もそのために一つの施策と考えている。

<宮下センター長(品質保証・衛生管理)>

・食中毒発生のメカニズムとその対策の重要性

・食品製造・販売は「多くの方の命を預かっている」といった姿勢

・品質は現場で作られるという考え方の徹底

【受講者の研修での様子】

・熱心に傾いて受講していた。反面、もう少し質問があっても良いと思った。

【研修の結果】

・農の現場における食品開発の留意事項がたくさんあることが分かったと思う

・6次産業化の現場において、どこまで安全意識を徹底できるかが大きな課題であることに気が付くことができたと思う

・研修のゴールは知識の収集ではなく、アクションを起こすこと

・良質な原料が安全に調達できることが望まれていること、そのためには想いを共有できる農家と手を組みたいとのこと。本日の講義の話を直接農家の方にも聞いてほしいと思われる



【受講者の声】

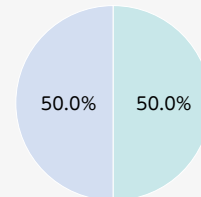
■キューピー株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	3	50.0
2: やや満足した	3	50.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



どのお話もおもしろく、参考になりました。

しっかりとした企業理念を持ち、常に職員一人ひとりが問題意識を持って、現場の課題をより良い方向に持っていこうとしていた。農業者にもこの意識を持ち、より良い農産物を低コスト生産できるように支援していきたい。また、「命にかかわる商品」を作っていることを普及員も農業者も認識し、安全・安心な農産物・加工品の生産を支援していきたい。

普段聞けない企業の生の声が聞けて大変貴重な時間でした。ありがとうございました。

良い職場をつくるという意識の高さに感動を覚えました。社員一人一人が、現状把握や改善に興味を持ち、当事者意識を持って実際の行動に移すこと、その環境を作ることが、企業全体の活力に結びつくことを実感しました。この事は、組織人としてだけでなくヒトの生き方としても参考となるものでした。ありがとうございました。

キューピー様の「卵」を軸にした事業展開に企業の発展に生かされていると感じた。食品に対する想いに感銘を受けた（食品は人々の命にかかわる商品であるという言葉）

現地におもむき、現場の人物の話をきくことがディスカッションもできるので機会を増やせることが可能であれば、増やしてほしいと思います。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

中食など消費行動の変化、業務加工用野菜の割合増加は、今後更に進むと感じた。

マヨネーズは農産加工品であるという印象を強く受けた。

何を根幹に持って6次産業化を進めるべきなのか、どのような整備を進めていくべきなのか、考える機会になった。

しっかりした企業理念があり、それが全社員に浸透している。

現状に満足せず、良い商品を製造するために、職員ひとりひとりが考えている。
全ての社員の行動について、なぜ必要なのかをしっかりと説明し、理解させている。
ひとつのことをやりとげる時、共通の目標をもって取り組むことの重要性、かかわる人全てが共通認識をもってとりくむことの大切さ。食品の衛生管理について、企業は最大限の努力をしている。
理念の共有が企業風土をつくる。
夢を語ること、語り継ぐことが重要。
ファンリレーション型の会議を活用している。
卵を強みとし、つながりのある商品開発を行う。
工場見学など顧客になってもらう情報提供を継続的に行っている。
卵という素材から多くの可能性を見出しているところ。6次産業化とは「ものをもっている」強みがある
工場のラインで事故防止に細心の注意を払っている。
食品は人間の命にかかわる商品
商品開発と技術開発の接点をつけるための研究推進部の存在は大きいと思っています。
見学（工場）をしながら容器の工場が工場内にあったり、お酢も自社製造だったり、知らない工場システムをみることができました。
個人目標も壁に張り出してあって、個人モチベーションをあげていることが理解出来ました。
卵事業の多様性。

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

産地として（個として、JAとして）契約出荷にどのように向き合うべきか。契約出荷に対する産地力とは何かを考えるきっかけをつくりたい。
商品の見せ方、プロモーションの参考となります。
企業理念を持ち、全員で共有する。
常に問題意識を持つ。日々の活動に課題を見つける

商品開発に対する考え方、自社の利益追求だけでなく、互いに利益を得る関係性の構築が重要で、共通目標をもち、取り組む必要性を感じた。
強みを理解すること。
ミスを防ぐ環境づくり（小さなことから改善すること）システム・5Sの徹底。
会話ができる職場（専門外担当者の意見を融合するチャンスを増やす）。
顧客の意識の変化、社会の変化、時代の変化を理解すること。
理解を行動に移さないと意味がない。
持っている「もの」の見せ方、流れ方を考える。
食品の衛生管理
開発と技術をつなげるファシリテーター機能。
健康危害防止のためのチェック機能。
衛生管理（加工包装時）意識付け

4 コース (大阪会場) 平成 27 年 12 月 2 日 (水)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
12月2日 (水)	住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所 (兵庫県宝塚市) 加西試験農場 (兵庫県加西市)	・住友化学株 健康・農業関連事業研究所 ○集合場所・時間 集合 9:00 阪急電鉄今津線 仁川駅 貸切バスでの移動となります。 健康・農業関連事業研究所での研修後、貸切バスにて加西試験農場へ移動となります。 加西試験農場での研修後、貸切バスでの移動となります。 ○解散場所 JR 大阪駅	9:30 ～ 10:30	農業関連事業および研究開発に関する座学研修Ⅰ	氏家 敬 氏 (住友化学株式会社 アグロ事業部マーケティング部部長)	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代表) 株式会社バソナ農援隊
			10:30 ～ 12:00	実地研修Ⅰ	坂本 典保 氏 (住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所所長)	
			14:00 ～ 16:00	農業関連事業および研究開発に関する座学研修Ⅱ及び実地研修Ⅱ	用貝 広幸 氏 (住友化学株式会社 健康・農業関連事業研究所応用開発グループマネージャー) 他	
			16:00 ～ 16:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■住友化学株式会社

事業部より、農業関連事業全般の紹介と日本農業の転換期にあつて総合的に農業とともに成長する事業戦略を説明したうえで、研究所責任者より、世界に発信する農業を中心とする研究開発の最前線を紹介します。

試験農場では、生産効率化に資する最新の資機材及び技術の実用性評価とマネジメント、及び今年から始めたコメの生産・販売事業の概況等について、見学を含めて研修を実施します。

農業資材メーカーの商品企画～研究開発～販売の流れ、商品開発を行う上でのニーズの把握と取り入れるべきマーケティングの手法、様々な商品の特性・効能に合わせた6次産業化の場面ごとの活用手法、ブランディング手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■住友化学株式会社

住友化学株式会社は1913年創業、時代に先駆けた革新的な肥料・農薬や農業資材の開発に取り組み、世界的な規模で事業を展開する総合化学メーカーとして成長し続けています。

長年にわたる農業関連の研究開発から、農薬肥料にとどまらず、特徴あるオリジナル品種の種子・苗や、灌水資材、高機能農業用フィルム、灌水チューブなど農業資材の開発・販売や、土壌や作物の分析、IPMなどの研究を通じて総合的な農業経営に貢献する「農業のトータルソリューションプロバイダー」となるため努力を続けています。また、耕作放棄地の活用や地域貢献を目指して、全国7か所で住化ファーム・サンライズファームを展開しています。

最近では、コメ品種を入手して種籾、農薬肥料、栽培管理などから販売まで、コメの一貫事業に参入することを表明しました。

【研修において、普及指導員にとって 重要と思われたポイント】

＜氏家部長（概要）＞

- ・農業経営を総合的にサポートするトータルソリューションプロバイダー化を目指している。
- ・単なる農家サポートから種苗開発、栽培まで取り組むことに挑戦。農業生産者のバリューチェーンの確立を目指している
- ・米ビジネスも住友化学の技術の確立の段階。新しい農業のビジネスモデルを作りたい。ゆくゆくはプロの農家から相談を受けるようになりたい

＜坂本部長・中尾様（健康・農業関連研究）＞

- ・農薬に対するジェネリックは海外では当たり前。日本もこれから比率が高くなるだろう
- ・開発における一つ一つの仕事量の多さと細かい作業、研究の積み重ねの量に改めて認識させられることが多かった

＜農業化学研究所 加西試験農場＞

- ・農薬とは原体（有効成分）＋副資材＋製剤
- ・開発期間は5～7年、投下費用8～10億円→期待する売上20億円以上（一つの農薬を開発するのにかかるもの）

【受講者の研修での様子】

- ・普段の仕事に近い内容の会社であり、身近な話として理解できたと思われる
- ・米ビジネスへの取り組みに対して質問が活発であった

【研修の結果】

- ・農薬の開発には時間・費用が膨大にかかること
- ・農薬・肥料の開発は地道な作業の積み重ねによる処が大きいこと
- ・供給業者が農業に何を期待して、何を狙いとして事業展開しているかを聞くことができたこと（単に農薬を売ることだけではない）、すなわち、農業がどうあるべきかを提案し、モデルを作ろうとしていること。例としては、米ビジネスへの挑戦が挙げられた。



【受講者の声】

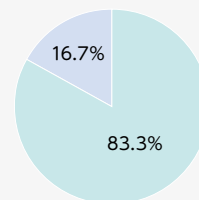
■住友化学株式会社

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	83.3
2: やや満足した	1	16.7
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

- 1: 大変満足した
- 2: やや満足した
- 3: 普通
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



商品の売り上げのピーク時期を延ばすための工夫がなされていた。

普段研修する機会のない企業の具体的研究について見学、話を聞くことができ、貴重な経験ができた。

氏家氏が開発出身ということもあり、近い存在として話を聞くことができました。原体開発というシーズからのビジネス展開と市場投入後の製品利用者からのニーズを把握し、マイナーチェンジしていくプロダクトライフサイクルマネジメントによりビジネスを最大化することが、マーケティングの基本であることを認識しました。MIRISE PROJECT は、オリジナルな製品、技術情報の組み合わせによる新たな米ビジネスへのチャレンジであり農業関係者のモチベーション UP にもつながると期待しています。

普段なかなか見ることのできない研究所の中を見ることができたことは有意義であった。農業そのものを売る（事業化する）という考え方は参考になった。

研究・開発したものをいかに有効活用（市場分析）していくのか、開発経費が億単位かかっているため企業も様々なパターンで展開しているということがわかりました。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

農業の成り立ち、登録など。身近でありながらなかなか知りえないことが分かって興味深い一日でした。

米販売の新しいビジネスモデルに関しての話は、色々と考えこんでしまう話だった。新しい展開が必要と誰もが感じながら具体的な動きができない中、初めて見えた「新しい雇用」のように思えた。

農業を確認する上で、社員の害虫、植物の栽培から薬効試験まで、手広く行っている。

農業現場のニーズを把握し、新技術を開発、農業の労働力軽減に取り組んでいる。
売上げのピークを後ろにずらすため、様々な戦略を取り入れている。
農薬会社ではあるが、多岐にわたった事業展開をしていること。その中で大企業であっても、ひとつひとつ人の手による作業が地道に行われていることがわかった。新商品を世に送り出すには長い時間と経費がかかっていることを改めて認識することができた。
農業肥料の資材の提供から分野を広げ、土作り、ハウス建材、農産物流通技術の指導を含め、トータルソリューションを目指している。
あらゆる農業者のニーズに対応できる組織作りを行い、農業者・団体との直接的なつながりを検討中である。
農薬原体を自社で開発できるという強みを活かすことがビジネスの根幹であり、プロダクトライフサイクルマネジメントがマーケティングの骨格となっている。
元々の肥料、農業事業から農業を実際に行うという多角的な展開に発展させている。
利益があがっていない事業でも、そのことをきっかけに他の事業での利益を得られればいいという考え方。
農薬の原体開発には地道な研究を行っているということ
住友化学自体がどういう企業で、農業への取り組みがトータルで行っていることへのアプローチ。
民間企業が支援しているトータルソリューションプロバイダーの考え方が、普及のコーディネート機能と近似している。
研究成果をだすことが、日々の細かなことの積み重ねということが確認できました。
日本の企業のグローバル化

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

新しい農薬の要望はいつでも強く存在するが、今回得た知識により、生産者のニーズをより効果的にメーカーにお伝えできると思う。現在の状況では、米の生産コストに関しては、限界を感じることがある。しかし、今回のような新しい試みがもっとたくさん生まれれば、さらなるコスト低減の可能性もある気がしてきた。
農業に関わる各セクションが有機的につながればと感じます。目先の利益を超えて。
農業現場の声からニーズを把握し、課題化している。

ひとつの商品の売上げピーク期間を伸ばすため、形態、価格などの様々なマーケティング戦略を取り入れる。
地道な研究、実証の積み重ねによって、自信をもって、世の中に送り出せるものが作られる。今後、普及指導をしていく際にも、バックデータをしっかり持って話をするようにしたい。
農業者に対して、直接情報提供できる体制作り。
目標の具体化（データ・将来展望）が、新たな事業を起こすためには重要。
強みを自覚し、強みを活かした生産物を活用したビジネスを最大化することが農業者の儲けにつながる
意外と農薬の正しい使い方を分かっていない農家が多い模様なので、（お客様相談でも問い合わせが多い）再度、理解をさせていく必要がある。
トータルコーディネートのお考え方、アプローチ方法。
マーケティングプロダクトのとらえかた。

4コース(大阪会場) 平成 27 年 12 月 3 日(木)

【研修のプログラム・ポイント】

研修日程	研修先	研修会場 集合時間・場所	研修時間	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリテーター
12月3日 (木)	中食企業	・パソナグループビル (大阪本社) ○集合場所・時間 9:50 パソナグループビル (大阪本社) 7-B 〒541-0047 大 阪 府大阪市中央区淡路 町4-2-15	10:00 ～12:00	中食に関する座学研修	藤田 誠一 氏(元・オリ ジン東秀株式会社 営業統括本部 MD融 合事業部 関東営業部 営業マネージャー)	加藤 寛昭 氏(食と 農研究所代表) 株式会社パソナ農援隊
		12:00 ～12:30	意見交換会			
	パソナグループ本部 (大阪)	最寄り駅: 大阪市営 地下鉄 御堂筋線 本町駅 2番出口(徒 歩3分) 淀屋橋駅 13番出口 (徒歩4分)	14:00 ～17:00	グループワーク	加藤 寛昭 氏(食と 農研究所代表)	
		解散場所 同上	17:00 ～17:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ農援隊	

【研修の狙い】

■中食企業

元・中食業担当者より、企業理念・事業概要、独自の調達基準、安心安全な農産物を提供するための国内産直産地との連携、メニュー開発、食味を重視した食品加工、今、消費者が農産物・農産加工品の中食に何を求めているか、衛生管理・品質管理基準等について、研修を実施します。

6次産業化の中食部分で参考にすべき、消費者のライフスタイルの変化に対応した、安心安全、且つ「おいしい」を追求した調達・メニュー開発・食品加工、品質・衛生管理の手法を習得して頂きます。

■グループワーク

本研修を振り返るグループワークを行うことで、本研修で得た気付き、学んだことを整理且つ、意識や知見を共有し、明日からの実際の行動につなげます。

また、具体的な6次産業化の実践事例を元に、6次産業化の商品企画から消費者に届けるところまでの一連のプランニングを、連携先を含めて戦略、戦術、施策を立て支援することを念頭に、本研修で得た気付き、学んだことを活用してグループワークとして実施することで、地域での指導及びコーディネーションの実践に活かして頂きます。

【企業概略】

■中食企業

お客様の健康に寄与できるよう、合成着色料・保存料は一切使用せず、安心・安全な食材を選び店舗の厨房で見える形で手作りし、日々の食生活の一端を担うべく取り組んでいる中食企業の元・担当者より、研修を実施します。

【研修において、普及指導員にとって重要と思われたポイント】

<藤田講師の講義(中食企業)>

1. イオングループの店内では量り売りで販売し、お客様の必要な量だけの販売を展開している(統一単価で)

2. 製品開発における手法について

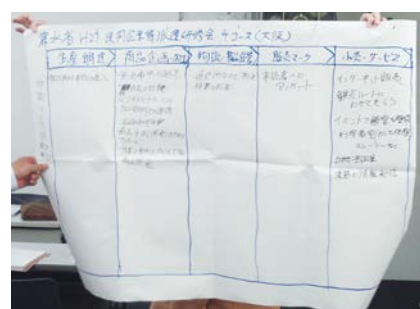
- ・理念とコアコンピタンスについて←今回学んだ4つの企業に共通した提言だった
- ・原材料に野菜が多いが不作だからと言って欠品は許されない
- ・海老とブロッコリーのサラダの開発事例をもとに開発のステップとチェック項目等を説明頂いた
- ・店頭では開発したレシピに基づいて作るので、誰が見ても分かるように絵を入れる。又、してはいけないことも記載しておくという配慮
- ・店長は社員とは限らない、パートさんの場合もある
- ・商品プレゼン会で却下されるステップがある。半分位はOK。
1～2割はダメになる→6次産業化ではこのステップが欠ける場合が多い
- ・月に2～3品、新商品が導入されるが、定番商品に生き残れるものは少ない

3. コスト構造を明確にすること。この意識がないとコストダウンそのものが出来なくなってしまう。

- ・コストが決まっているので国産品を優先的に使うということにならない
- ・安定供給の確保が優先される→国産品拡大の障害

4. オペレーション

- ・24時間オープン運営する側にとっては便利。一度閉めたりする手間が省けるメリットが大きい
- ・イオンでは、日に3回クリーンタイムと称して、店内すべての作業を止めて、職場の環境衛生チェックを行っている。←売上重視第一主義ではないという意思表示でもある。安全安心への取り組み姿勢
- ・全員が毎月検便実施

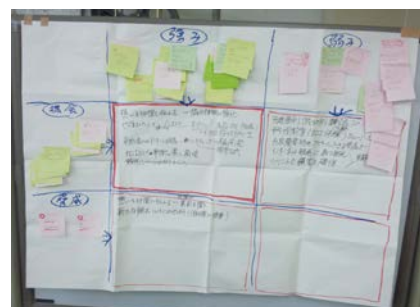


【受講者の研修での様子】

質疑応答が他社の場合と比較して大変多かった。

【研修の結果】

- ・商品開発における留意点（コンセプト、価格、安全性、オペレーション）を再認識できたこと
- ・安全・衛生への取り組みの在り方の事例を知ることができた
- ・サプライチェーン全体に関わる人が共通の想いを持つことの大切さ
→大間のマグロの例



【気付いた点】

・大変分かり易い講義だった。

【受講者の声】

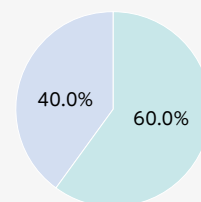
■中食企業

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	3	60.0
2: やや満足した	2	40.0
3: 普通	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

Q1. 実地研修全体の満足度はいかがでしたか？

1: 大変満足した
 2: やや満足した
 3: 普通
 4: あまり満足していない
 5: 満足していない



大変参考になる内容でしたが中食について実際に国内産地とやりとりしている人の話も聞きたかった。

企業のビジネス的教えを学ぶことができてよかった。価格について、農業は積み上げて原価を計算するが、企業側には先に販売値段があり、その中で原価をどうするか考えていた。農業場面でも後工程を教えるとこの考え方も必要なのではないかと感じた。

中食産業の話を聞く機会ははじめてであったので興味深く聞いた。こじんまりと講師との距離も近かったので質問もしやすかった。

中食としての考え方や仕組みは理解できたが、藤田氏本人が現状の「オリジン東秀株式会社」のビジネスモデルに対して疑問を抱いているのでは…という感じがしました。産地と win-win の関係を築いている事例を紹介していただけると前向きに話が聞けるのではないかと思います。

コストカットを徹底しているところは、企業の考え方だなと思った。

民間企業の現状の難しさと「慣れあい体質」にならないために仕組みづくりが大切だとわかりました。中食についてもプレゼンで企業の状況がわかるような画像があると理解が進むと思いました。

Q2. 本実地研修で気付いたことについてご記入ください。

中食の現状、商品開発の流れなど、今後の活動のヒントが詰まっていました。しかし、一番心に残った話はターゲットが分からないりんごジュースの話と大間のマグロの残念な食堂の話でした。

企業側と農業者側との価格の計算の考え方が違う。

「国内産だから良い」という考えではない。規格書がきちんと作れ、栽培管理をきちんと行った規格にあう物であれば良い。安定供給に加え、コストを考え生産する技術が農業者側に求められている。
大手中食企業では、全国規模で対象も広域に渡っているので、それに対して小規模な農家などは、そうでない人たちのターゲットにし、やっていくようにしたい。
プロダクトアウトからマーケットインへ。
コスト管理で重視しているので、国産野菜などへのこだわりはない。
中食産業の最優先はなにかということで、コストと安定供給をシビアに言われて、商品企画書がOKだから中国産でも問題ないという考え方が一般的考え方ということが分かった。
コスト意識の大切さ。
商品開発の困難さ

Q3. 本実地研修で、日々の指導に活かせる視点についてご記入ください。

ターゲットを絞りきれていない、高くてファンシーなパッケージの農産加工品。
せっかくブランド化したものを台無しにする存在が出現しないための地域マネジメント
原価計算の考え方・コストの考え方。
商品コンセプトの考え方。
購入資材のコスト分解を行う。
目的の明確化・共有化
「国産」、「外国産」ということについて、外国産であっても本質的なところ（安心・安全）などクリアしていれば、問題ないという話を聞いて、広い間口をもって話を聞いていくことの大切さを実感した。
商品開発などで自分本位にならないこと。
プロダクトアウトとマーケットインの考え方。
商品プレゼンの重要性。
一元管理のよさ

第 3 章

参加者アンケート調査結果



本事業で実施した民間企業等派遣研修会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

.....

【アンケート実施の狙い】

本事業の狙いとして掲げた「普及指導員等に対し、民間企業はどのように考え取り組んでいるかの「理論」と「実践力」及び、民間企業・普及指導員同士の「ネットワーク」を兼ね備えられる研修を実施し、農林漁業者の立場に立った普及指導員等の指導を通して、農林漁業者自らが6次産業化を行えるようになるなど、普及指導員等を地域の6次産業化を主体的に推進する牽引力となりうる人材として育成すること」に対し、参加者全員に対するアンケート調査を実施しました。

その結果を示します。

【調査対象・方法等の概要】

■調査対象者：各コースの研修を修了した対象者：25名

（内訳：普及指導員24名、農政局職員1名）

■調査方法：各コース毎、研修最終日にアンケート票を配布し、回収しました。

■調査日：2015年10月22日（木）、11月12日（木）、11月19日（木）、12月3日（木）

■回収数：25名（回収率：100%）

参加者アンケートの結果概要 全コース

アンケート回収数	25
----------	----

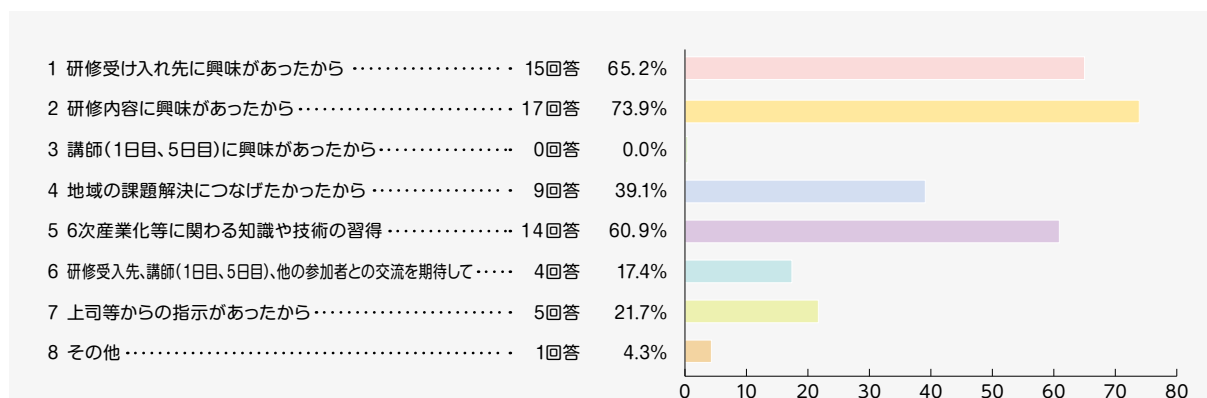
- 1 研修期間 1コース(東京会場) 2015年10月19日(月)～10月22日(木) 4日間
 2コース(東京会場) 2015年11月09日(月)～11月12日(木) 4日間
 3コース(東京会場) 2015年11月16日(月)～11月19日(木) 4日間
 4コース(大阪会場) 2015年11月30日(月)～12月3日(木) 4日間

2 実施場所 パソナグループ本部(東京都千代田区) ほか

【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)

<全体>



<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 研修受け入れ先に興味があったから	4	80.0
2: 研修内容に興味があったから	4	80.0
3: 講師(1日目、5日目)に興味があったから	0	0.0
4: 地域の課題解決につなげたかったから	1	20.0
5: 6次産業化等に関わる知識や技術の習得	3	60.0

Q1	人数(人)	割合(%)
6: 研修受入先、講師(1日目、5日目)、他の参加者との交流を期待して	0	0.0
7: 上司等からの指示があったから	0	0.0
8: その他	1	20.0

8 その他(1回答)

1. 企業の働き方、姿勢を学びたかったから

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 研修受け入れ先に興味があったから	5	62.5
2: 研修内容に興味があったから	5	62.5
3: 講師(1日目、5日目)に興味があったから	0	0.0
4: 地域の課題解決につなげたかったから	3	37.5
5: 6次産業化等に関わる知識や技術の習得	4	50.0

Q1	人数(人)	割合(%)
6: 研修受入先、講師(1日目、5日目)、他の参加者との交流を期待して	3	36.5
7: 上司等からの指示があったから	3	36.5
8: その他	0	0.0

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 研修受け入れ先に興味があったから	4	80.0
2: 研修内容に興味があったから	3	60.0
3: 講師(1日目、5日目)に興味があったから	0	0.0
4: 地域の課題解決につなげたかったから	2	40.0
5: 6次産業化等に関わる知識や技術の習得	4	80.0

Q1	人数(人)	割合(%)
6: 研修受入先、講師(1日目、5日目)、他の参加者との交流を期待して	1	20.0
7: 上司等からの指示があったから	1	20.0
8: その他	0	0.0

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 研修受け入れ先に興味があったから	5	62.5
2: 研修内容に興味があったから	5	62.5
3: 講師(1日目、5日目)に興味があったから	0	0.0
4: 地域の課題解決につなげたかったから	3	37.5
5: 6次産業化等に関わる知識や技術の習得	4	50.0

Q1	人数(人)	割合(%)
6: 研修受入先、講師(1日目、5日目)、他の参加者との交流を期待して	3	36.5
7: 上司等からの指示があったから	3	36.5
8: その他	0	0.0

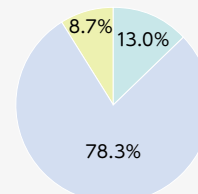
問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

<全体>

Q2-1	人数(人)	割合(%)
1: もっと早い時期がよい	3	13.0
2: ちょうどよい	18	78.3
3: もっと遅い時期がよい	2	8.7

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

1: もっと早い時期がよい
2: ちょうどよい
3: もっと遅い時期がよい



<会場別>

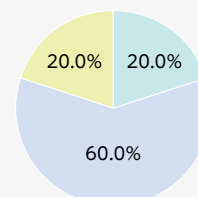
2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

Q2-1	人数(人)	割合(%)
1: もっと早い時期がよい	1	20.0
全国平均13.0%		
2: ちょうどよい	3	60.0
全国平均78.3%		
3: もっと遅い時期がよい	1	20.0
全国平均8.7%		

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

1: もっと早い時期がよい
2: ちょうどよい
3: もっと遅い時期がよい



問2-2 実施時期はいつ頃がご希望でしょうか。(有効回答4)

1. 今のままで良いです。
2. いつやるかを早い時期に決めてほしい。今回とても急でした。
3. 夏季(7月～) 選択できれば
4. 時期の希望というよりは、もう少し早めに時期を決めてもらいたい。

問2-3 実施時期で、参加が難しい時期はいつ頃でしょうか。(有効回答4)

1. 11月後半～3月
2. 春～夏
3. 秋(10～12月)と春(2～5月)

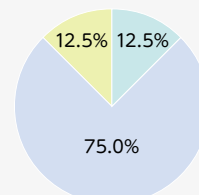
2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

Q2-1	人数(人)	割合(%)
1: もっと早い時期がよい	1	12.5
	全国平均13.0%	
2: ちょうどよい	6	75.0
	全国平均78.3%	
3: もっと遅い時期がよい	1	12.5
	全国平均8.7%	

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

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



問2-2 実施時期はいつ頃がご希望でしょうか。(有効回答3)

1. 1～3月
2. 上半期
3. 11月

問2-3 実施時期で、参加が難しい時期はいつ頃でしょうか。(有効回答8)

1. 2月3月
2. 4～9月(2回答)
3. 5～10月
4. 6～8月
5. 夏は出荷時期となり長期出張は難しい
6. 年末～3月
7. 年明け後は忙しいので難しい

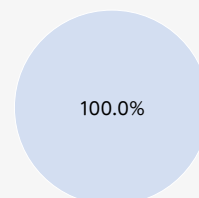
2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

Q2-1	人数(人)	割合(%)
1: もっと早い時期がよい	0	0.0
	全国平均13.0%	
2: ちょうどよい	5	100.0
	全国平均78.3%	
3: もっと遅い時期がよい	0	0.0
	全国平均8.7%	

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

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



問2-2 実施時期はいつ頃がご希望でしょうか。(有効回答1)

1. 11月末～1月末の間
2. 気候的に暑くも寒くもない10～11月がいいのかなと思います

問2-3 実施時期で、参加が難しい時期はいつ頃でしょうか。(有効回答4)

1. 12月～3月
2. 春～夏
3. 年度初め、年度終わり
4. 年度始め、終わり、年末年始
5. 行政ですから年末は難しいのではないのでしょうか

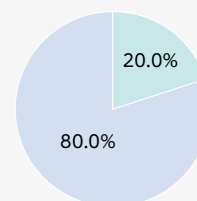
2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

Q2-1	人数(人)	割合(%)
1: もっと早い時期がよい	1	20.0
全国平均13.0%		
2: ちょうどよい	4	80.0
全国平均78.3%		
3: もっと遅い時期がよい	0	0.0
全国平均8.7%		

問2-1 実施時期(10月～12月)はいかがでしたか。

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



問2-2 実施時期はいつ頃がご希望でしょうか。(有効回答4)

1. 11月～2月
2. 2～3月以外であればいつでもいい
3. 直売所の秋のイベント等が終わる時期でしたので、ちょうど良かったです。
4. 国からの文書が遅かった(10月分開催コースが9月) 10/ 16研修は見送りました。

問2-3 実施時期で、参加が難しい時期はいつ頃でしょうか。(有効回答4)

1. 5月～10月
2. 4月、7月、9月、10月頃
3. 年度末年始、年末年始
4. 10月～11月上旬

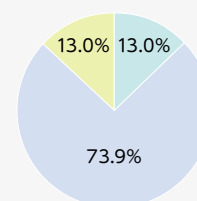
問3 実施期間(4日間)はいかがでしたか。

<全体>

Q3	人数(人)	割合(%)
1: 短かった	3	13.0
2: ちょうどいい	17	73.9
3: 長かった	3	13.0

問3 実施期間(4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



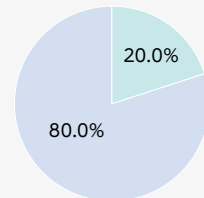
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q3	人数(人)	割合(%)
1: 短かった	1	20.0
	全国平均13.0%	
2: ちょうどいい	4	80.0
	全国平均73.9%	
3: 長かった	0	0.0
	全国平均13.0%	

問3 実施期間(4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



記述回答

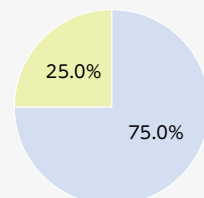
3 長かったと回答した上で、
3日程度が良い感じがしたが終わってみると4日必要だった気もした。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q3	人数(人)	割合(%)
1: 短かった	0	0.0
	全国平均13.0%	
2: ちょうどいい	6	75.0
	全国平均73.9%	
3: 長かった	2	25.0
	全国平均13.0%	

問3 実施期間(4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

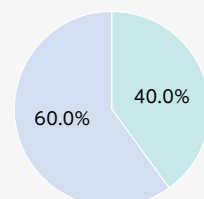


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q3	人数(人)	割合(%)
1: 短かった	2	40.0
	全国平均13.0%	
2: ちょうどいい	3	60.0
	全国平均73.9%	
3: 長かった	0	0.0
	全国平均13.0%	

問3 実施期間(4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

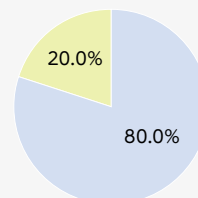


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q3	人数(人)	割合(%)
1: 短かった	0	0.0
	全国平均13.0%	
2: ちょうどいい	4	80.0
	全国平均73.9%	
3: 長かった	1	20.0
	全国平均13.0%	

問3 実施期間(4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】

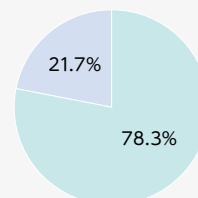
問4-1 ご参加いただいた研修を全体として評価した場合に当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	18	78.3
2: やや満足した	5	21.7
3: どちらともいえない	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

問4-1 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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



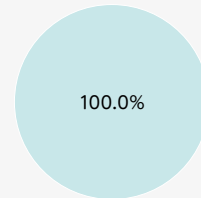
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均78.3%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均21.7%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-1 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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない

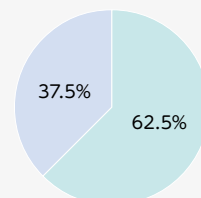


2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	62.5
	全国平均78.3%	
2: やや満足した	3	37.5
	全国平均21.7%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-1 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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない

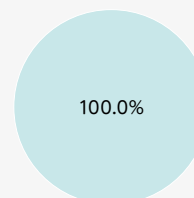


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均78.3%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均21.7%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-1 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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない

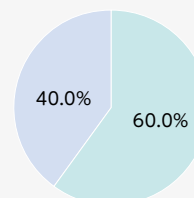


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	3	60.0
	全国平均78.3%	
2: やや満足した	2	40.0
	全国平均21.7%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-1 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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



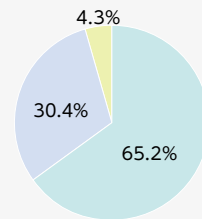
問4-2 1日目、4日目の座学研修・グループワークの講師・ファシリテーターの対応について当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q4-2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	15	65.2
2: やや満足した	7	30.4
3: どちらともいえない	1	4.3
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

問4-2 1日目、4日目の座学研修・グループワークの講師・ファシリテーター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: やや満足した
3: どちらともいえない
4: あまり満足していない
5: 満足していない



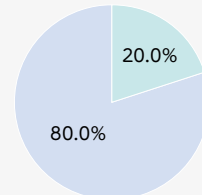
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q4-2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	1	20.0
全国平均65.2%		
2: やや満足した	4	80.0
全国平均30.4%		
3: どちらともいえない	0	0.0
全国平均4.3%		
4: あまり満足していない	0	0.0
全国平均0.0%		
5: 満足していない	0	0.0
全国平均0.0%		

問4-2 1日目、4日目の座学研修・グループワークの講師・ファシリテーター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: やや満足した
3: どちらともいえない
4: あまり満足していない
5: 満足していない



(理由・コメント 回答 3)

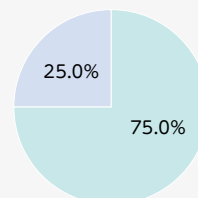
1. 二瓶先生のオリジンの藤田先生の現在の会社概要もお聞きしたかったです。
2. なによりも知識（特に各地の特産品や6次化の事例について）が豊富で大変勉強になった。
3. グループワークをもう少し充実すると良い。(SWOT 分析、リスク分析) と思った。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q4-2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	6	75.0
	全国平均65.2%	
2: やや満足した	2	25.0
	全国平均30.4%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均4.3%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-2 1日目、4日目の座学研修・グループワークの講師・ファシリテーター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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 8)

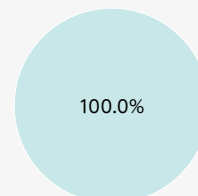
- 自己紹介の時間や、研修に入る前の心がまえを学べたのでよかったです。
- 丁寧な対応で、業界全体を見渡せて、コーディネートしていただいたので、講師の業務についてもっと深くききたいと思った。
- 知識が豊富ですごい
- 研修室(産学)があちこちに変わるのが不便
- 中抜きによる利益を求めるのではなく中間業者との協力の中で、農作物の価値を高めていく取り組みをすることができた。
- 先生のお話はとても具体的で、講師の話のまとめ方のうまくて良かったです。
- 研修の見所や考察等が妥当でした。
- 講師の話術も上手でいつまでも聞いていたかった。二瓶さんのファシリテーター、最高です。理解が深まりました。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q4-2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均65.2%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均30.4%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均4.3%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-2 1日目、4日目の座学研修・グループワークの講師・ファシリテーター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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 5)

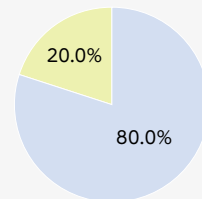
1. 実践的にすぐに使える知識と手法についてお話いただき、身になる研修内容であった。話も整理されており大変分かりやすかった
2. 民間企業との連携の経験が豊富な店で頭の切れる考えを聞くことができた
3. 適切な助言・指導であった
4. 豊富な知識で色々なアドバイスをいただけたため
5. 知識が豊富でまた、全体を見渡し状況をみながら的確に進行されてらっしゃいましたので。

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q4-2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	0	0.0
	全国平均65.2%	
2: やや満足した	4	80.0
	全国平均30.4%	
3: どちらともいえない	1	20.0
	全国平均4.3%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-2 1日目、4日目の座学研修・グループワークの講師・ファシリテーター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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 5)

1. 大変お世話になりました。
2. 1日目の座学研修の際に、それぞれの企業研修を受ける上で注目すべきポイント等を教えていただいたので、有意義な研修にすることができたので良かったです。4日目のグループワークについても、時間が短い中、工夫して分かりやすく説明いただけたので良かったです。
3. グループワークの時間が十分ではなく、やや消化不良に思えた。事例が分かりにくかった
4. グループワークでの題材については、既に結果が出ている事例を用いて最終的(途中でも可)にどうなったか(どうしてなっているか)が分ると良いのではないかと思います。
5. SWOT分析については、以前研修をしていましたが、分析方法等詳細な部分を忘れていることが多く、改めて整理ができたので、参考になりました。

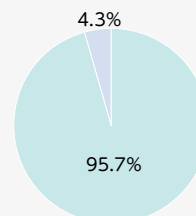
問4-3 研修受入先の対応について当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q4-3	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	22	95.7
2: やや満足した	1	4.3
3: どちらともいえない	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

問 4-3 研修受入先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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



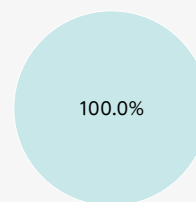
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q4-3	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均95.7%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均4.3%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 4-3 研修受入先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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 4)

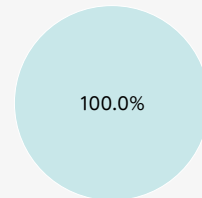
1. 聞いたこと全てに答えて下さった。非常にやわらかい対応だった。
2. 皆様大変お忙しいところ、ご丁寧な対応ありがとうございました。
3. どちらも一日私たちのために時間をさいくださりありがとうございました。
4. 大変お忙しい中にとっても親切に対応していただいた。また、企業理念や取り組みについて大変詳しく丁寧に研修をしていただいた。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q4-3	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	8	100.0
	全国平均95.7%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均4.3%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 4-3 研修受入先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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 8)

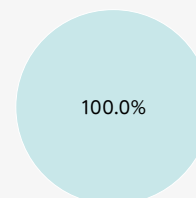
1. お忙しい中、親切に対応・説明していただきありがとうございました。
2. 皆さん、物流網の中で相手(小売店、消費者だったり)を意識したビジネスを考える姿勢は、すばらしいと思いました。日々の自分の業務を振り返ってみようと感じた。
3. 各企業のコンセプトなど明確で説明がわかりやすかった
4. とても丁寧に、親切に対応していただきました。
5. おいそがしい中を丁寧に对应してくださりありがとうございました。
6. 各研修先とも手の込んだ資料で熱心に対応して下さい良かったです。
7. 様々な社のコンセプトは色々見れて良かったです。
8. 物流、商流のしくみがよく分かりました。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q4-3	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均95.7%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均4.3%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 4-3 研修受入先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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 5)

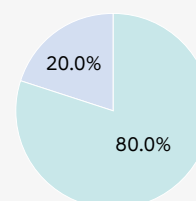
1. 貴社のノウハウに関してオープンに話していただき、大変参考になった。現場での研修も含まれており記憶に残る内容であった
2. 単なる営業ではなく、それぞれの企業の現場の意見、要望を話してくれたと感じたので。
3. 懇切丁寧な説明
4. 詳細におしえていただけたこと
5. 受け入れ先は全て業界で一流といわれるところばかりであったが、お忙しい中でもよく対応していただいたので

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q4-3	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	4	80.0
	全国平均95.7%	
2: やや満足した	1	20.0
	全国平均4.3%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 4-3 研修受入先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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 5)

1. もっと具体的に農家と取引している企業（例えば A-five の絡みなど）の話がひとつあってもよかった。

2. お忙しい中、丁寧に対応いただけてよかったです。特に、大丸梅田店さんでは、生鮮食品の袋詰め等の調整を行うバックヤードも見学させていただき、今後直売所等を支援する上でとても参考になると感じました。
3. どの企業先も素晴らしい対応だった。さすがお客様を第一に考える企業の考え方が浸透していると思った。
4. どの受け入れ先も気さくに話ができる雰囲気を作ってください感謝しています。
5. 普通は、絶対に受け入れてもらえないであろう企業関係の方々にお話しが伺えて、大変有意義でした。貴重なお時間といただき感謝申し上げます。

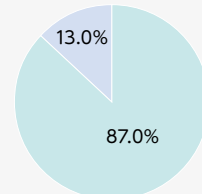
問4-4 事務局の対応について当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q4-4	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	20	87.0
2: やや満足した	3	13.0
3: どちらともいえない	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

問4-4 事務局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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



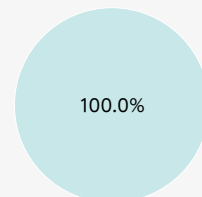
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q4-4	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均87.0%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均13.0%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-4 事務局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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 4)

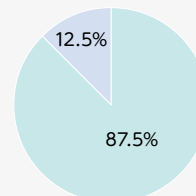
1. 非常にしなやかで、聞きやすいテンポだった。
2. 終日大変お世話になりました。
3. ありがとうございました。
4. 佐藤様をはじめ事務局の皆様には丁寧に対応していただきありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q4-4	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	7	87.5
	全国平均87.0%	
2: やや満足した	1	12.5
	全国平均13.0%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-4 事務局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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 4)

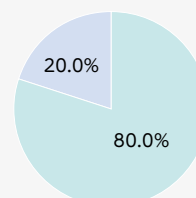
1. 電車等の移動も誘導していただきすかりました。
2. 企業選定など、物流全体を見渡せてよかったです
3. 大変丁寧な対応で安心して研修をうけられました
4. 交通案内とか、乗り換えやすさとか、実際の現地の状況、ホテルが取れなかったのも、又、どの辺のホテルが良いかの案内があると良いし早く予約するようなアドバイス
5. もりだくさんの内容を準備してくださりまたとどこおりなく日程をこなすことができありがとうございます。
6. 事故もなくスムーズな対応で安心できました。
7. スムーズな進行で良かったです。ありがとうございます。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q4-4	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	4	80.0
	全国平均87.0%	
2: やや満足した	1	20.0
	全国平均13.0%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-4 事務局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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 3)

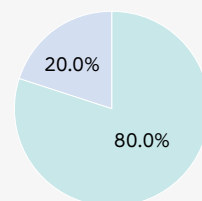
1. スムーズな進行と業務に感謝いたします。普段は入ることのできない企業とつながっていただき、非常に楽しい研修でした
2. 各企業のポイント、注目すべき点について事前に話してくれたから
3. 各企業にお伺いする事が多かったが、きちんと引率していただき、また名刺に携帯の連絡先もあり、なにかあった時の対応もされていたので

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q4-4	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	4	80.0
	全国平均87.0%	
2: やや満足した	1	20.0
	全国平均13.0%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問4-4 事務局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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 5)

1. 大変お世話になりました。
2. さまざまな場面において、サポートしていただけて良かったです。特に4日目のグループワークではヒントを出していただき、グループワークが円滑に進むようサポートしていただけたので、内容をより理解することができました。
3. 親切に細やかに対応いただきました。運営に関すること以外でも、研修中、意見交換等などのときのフォローは助かりました
4. 常に気を使っていたで、スムーズに研修を受けることが出来ました。グループワークでは時間の制約もあったため、参加者の気付きが生じる前に答えを提示する様子が感じられたのが少し気になりました。
5. 研修の段取りから、オリエンテーションの説明等、自分たち普及指導員も逆の立場になりうるので、参考にさせてもらう部分が多かったです。ありがとうございました。

【研修の実施内容の評価】

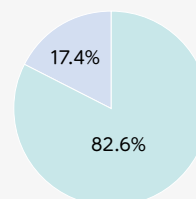
問5 ご参加いただいた研修の実施内容について、当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q5	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	19	82.6
2: やや満足した	4	17.4
3: どちらともいえない	0	0.0
4: あまり満足していない	0	0.0
5: 満足していない	0	0.0

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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



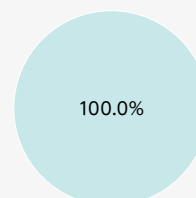
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q5	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均82.6%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均17.4%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 3)

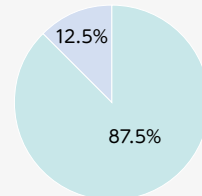
- ディスプレイ方法を講義していただき良かった。
- ワークショップ(最後)のが今回の全体研修のまとめ課題としては、合っていないような気もしました。(6次化だけど流通とかのキーワードをいれるものではなかった)
- 6次化産業について基本的な概論から、メーカー→卸→小売りと各段階における企業での研修ができたので、各立場での立場や業務を理解することができたため。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q5	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	7	87.5
	全国平均82.6%	
2: やや満足した	1	12.5
	全国平均17.4%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 6)

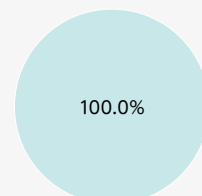
1. 普段なかなか見れない部分も見学できて勉強になりました。
2. 他産業をのぞく機会は望んでも得られない場合もあるので、大変勉強になった。
3. 今まで見たことのない業種をみてよかった
4. 6次化事業費であるが、実際の6次化推進のための研修というより、流通研修の色合いが濃かったと思うので商品開発の視点がある
とよいと思う
5. このような機会でないとは絶対に知ることができなかったもので、良い経験でした
6. 産地側で考えなければならない課題が整理できました。
7. 農産物、加工品の売のための戦略が各企業にあり、とても参考になりました。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q5	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	5	100.0
	全国平均82.6%	
2: やや満足した	0	0.0
	全国平均17.4%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 3)

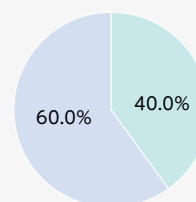
1. 実践的な内容が多く、現場で還元できるものが多かった。
2. 現場でかかえている課題の参考になるカリキュラムであったため
3. 構成がよかった

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q5	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	2	40.0
	全国平均82.6%	
2: やや満足した	3	60.0
	全国平均17.4%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまり満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 満足していない	0	0.0
	全国平均0.0%	

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: やや満足した
- 3: どちらともいえない
- 4: あまり満足していない
- 5: 満足していない



(理由・コメント 回答 5)

1. 現地で活かせるように頑張ります。
2. 中食分野は今後より多様化・増えていく部分ではないかと思うので、できれば国産品を使う上で、企業側が学ぶポイント等を教えていただけるところが良かったです。
3. 流通、食品メーカー、農業資材メーカー、中食企業と多岐にわたっており、企業の様々な考え方が聞けた
4. 中食企業の研修では、より農業者や生産部会と連携をとっている事例を紹介していただくと前向きなイメージで研修が受けられたのではないかと思います。
5. 企業研修ということで、視察対応をお断りされるような企業や組織細部や重要ポストの方までの対応等、大変感謝しております。

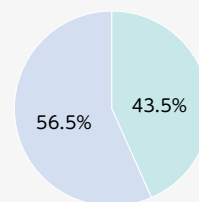
問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、様々な役割があることの認識と、6次産業化の、フードチェーン・バリューチェーンの商流の体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q6	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	10	43.5
2: できた	13	56.5
3: どちらともいえない	0	0.0
4: あまりできなかった	0	0.0
5: できなかった	0	0.0

問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、様々な役割があることの認識と、6次産業化の、フードチェーン・バリューチェーンの商流の体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
2: できた
3: どちらともいえない
4: あまりできなかった
5: できなかった



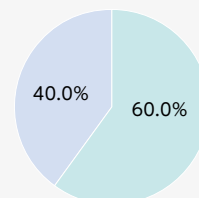
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q6	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	3	60.0
	全国平均43.5%	
2: できた	2	40.0
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、様々な役割があることの認識と、6次産業化の、フードチェーン・バリューチェーンの商流の体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
2: できた
3: どちらともいえない
4: あまりできなかった
5: できなかった

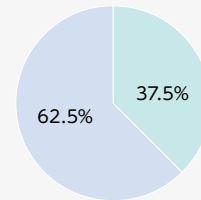


2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q6	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	3	37.5
	全国平均43.5%	
2: できた	5	62.5
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、様々な役割があることの認識と、6次産業化の、フードチェーン・バリューチェーンの商流の体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
 2: できた
 3: どちらともいえない
 4: あまりできなかった
 5: できなかった

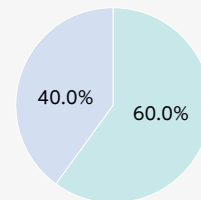


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q6	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	3	60.0
	全国平均43.5%	
2: できた	2	40.0
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、様々な役割があることの認識と、6次産業化の、フードチェーン・バリューチェーンの商流の体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
 2: できた
 3: どちらともいえない
 4: あまりできなかった
 5: できなかった

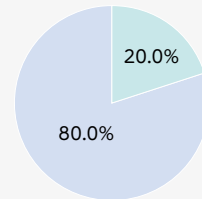


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q6	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	1	20.0
	全国平均43.5%	
2: できた	4	80.0
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均0.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、様々な役割があることの認識と、6次産業化の、フードチェーン・バリューチェーンの商流の体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よくできた
- 2: できた
- 3: どちらともいえない
- 4: あまりできなかった
- 5: できなかった



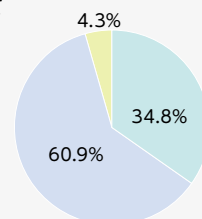
問7 理論だけでなく、実地研修により、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、6次産業化の実践に必要な、フードチェーンの各段階の実践的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q7	人数(人)	割合(%)
1: よく理解できた	8	34.8
2: 理解できた	14	60.9
3: どちらともいえない	1	4.3
4: 少し難しかった	0	0.0
5: 理解できなかった	0	0.0

問7 理論だけでなく、実地研修により、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、6次産業化の実践に必要な、フードチェーンの各段階の実践的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よく理解できた
- 2: 理解できた
- 3: どちらともいえない
- 4: 少し難しかった
- 5: 理解できなかった



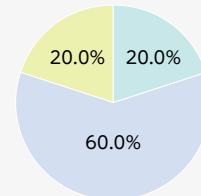
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q7	人数(人)	割合(%)
1: よく理解できた	1	20.0
	全国平均34.8%	
2: 理解できた	3	60.0
	全国平均60.9%	
3: どちらともいえない	1	20.0
	全国平均4.3%	
4: 少し難しかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 理解できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問7 理論だけでなく、実地研修により、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、6次産業化の実践に必要な、フードチェーンの各段階の実践的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よく理解できた
2: 理解できた
3: どちらともいえない
4: 少し難しかった
5: 理解できなかった



記述回答 1

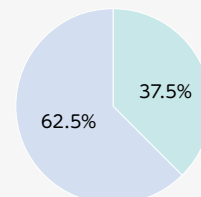
辞意歳の6次事業との規模の違い。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q7	人数(人)	割合(%)
1: よく理解できた	3	37.5
	全国平均34.8%	
2: 理解できた	5	62.5
	全国平均60.9%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均4.3%	
4: 少し難しかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 理解できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問7 理論だけでなく、実地研修により、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、6次産業化の実践に必要な、フードチェーンの各段階の実践的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よく理解できた
2: 理解できた
3: どちらともいえない
4: 少し難しかった
5: 理解できなかった

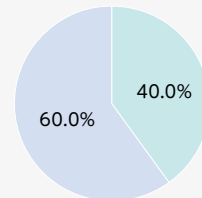


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q7	人数(人)	割合(%)
1: よく理解できた	2	40.0
	全国平均34.8%	
2: 理解できた	3	60.0
	全国平均60.9%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均4.3%	
4: 少し難しかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 理解できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問7 理論だけでなく、実地研修により、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、6次産業化の実践に必要な、フードチェーンの各段階の実践的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よく理解できた
- 2: 理解できた
- 3: どちらともいえない
- 4: 少し難しかった
- 5: 理解できなかった

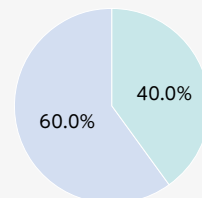


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q7	人数(人)	割合(%)
1: よく理解できた	2	40.0
	全国平均34.8%	
2: 理解できた	3	60.0
	全国平均60.9%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均4.3%	
4: 少し難しかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 理解できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問7 理論だけでなく、実地研修により、外食、食品製造、卸売、流通・小売、中食等、6次産業化の実践に必要な、フードチェーンの各段階の実践的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よく理解できた
- 2: 理解できた
- 3: どちらともいえない
- 4: 少し難しかった
- 5: 理解できなかった



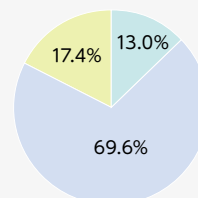
問8 4日目の、6次産業化のプランニングのグループワークにより、様々なアイデア・プランを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q8	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	3	13.0
2: できた	16	69.6
3: どちらともいえない	4	17.4
4: あまりできなかった	0	0.0
5: できなかった	0	0.0

問8 4日目の、6次産業化のプランニングのグループワークにより、様々なアイデア・プランを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
 2: できた
 3: どちらともいえない
 4: あまりできなかった
 5: できなかった



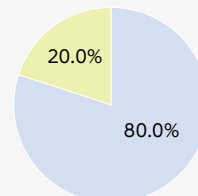
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q8	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	0	0.0
	全国平均13.0%	
2: できた	4	80.0
	全国平均69.6%	
3: どちらともいえない	1	20.0
	全国平均17.4%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問8 4日目の、6次産業化のプランニングのグループワークにより、様々なアイデア・プランを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
 2: できた
 3: どちらともいえない
 4: あまりできなかった
 5: できなかった

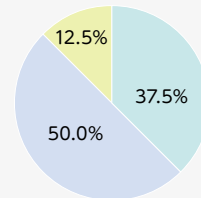


2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q8	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	3	37.5
	全国平均13.0%	
2: できた	4	50.0
	全国平均69.6%	
3: どちらともいえない	1	12.5
	全国平均17.4%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問8 4日目の、6次産業化のプランニングのグループワークにより、様々なアイデア・プランを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よくできた
- 2: できた
- 3: どちらともいえない
- 4: あまりできなかった
- 5: できなかった

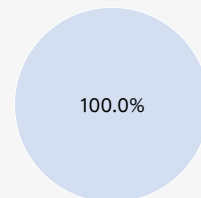


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q8	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	0	0.0
	全国平均13.0%	
2: できた	5	100.0
	全国平均69.6%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均17.4%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問8 4日目の、6次産業化のプランニングのグループワークにより、様々なアイデア・プランを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よくできた
- 2: できた
- 3: どちらともいえない
- 4: あまりできなかった
- 5: できなかった

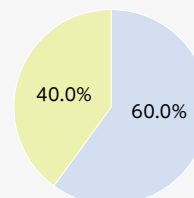


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q8	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	0	0.0
	全国平均13.0%	
2: できた	3	60.0
	全国平均69.6%	
3: どちらともいえない	2	40.0
	全国平均17.4%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問8 4日目の、6次産業化のプランニングのグループワークにより、様々なアイディア・プランを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
2: できた
3: どちらともいえない
4: あまりできなかった
5: できなかった



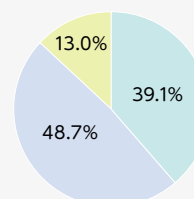
問9 各種グループワークにより、受講者の方との広域なネットワークを構築することができたかについて当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q9	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	9	39.1
2: できた	11	48.7
3: どちらともいえない	3	13.0
4: あまりできなかった	0	0.0
5: できなかった	0	0.0

問9 各種グループワークにより、受講者の方との広域なネットワークを構築することができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
2: できた
3: どちらともいえない
4: あまりできなかった
5: できなかった



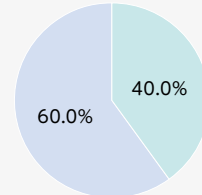
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q9	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	2	40.0
	全国平均39.1%	
2: できた	3	60.0
	全国平均48.7%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均13.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問9 各種グループワークにより、受講者の方との広域なネットワークを構築することができたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よくできた
- 2: できた
- 3: どちらともいえない
- 4: あまりできなかった
- 5: できなかった

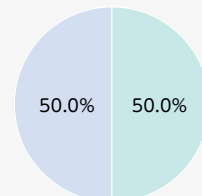


2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q9	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	4	50.0
	全国平均39.1%	
2: できた	4	50.0
	全国平均48.7%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均13.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問9 各種グループワークにより、受講者の方との広域なネットワークを構築することができたかについて当てはまるものを選択してください。

- 1: よくできた
- 2: できた
- 3: どちらともいえない
- 4: あまりできなかった
- 5: できなかった

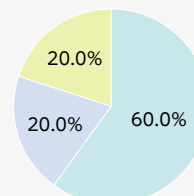


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q9	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	3	60.0
	全国平均39.1%	
2: できた	1	20.0
	全国平均48.7%	
3: どちらともいえない	1	20.0
	全国平均13.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問9 各種グループワークにより、受講者の方との広域なネットワークを構築することができたかについて当てはまるものを選択してください。

1: よくできた
 2: できた
 3: どちらともいえない
 4: あまりできなかった
 5: できなかった

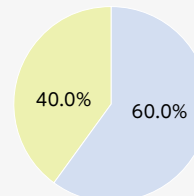


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q9	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	0	0.0
	全国平均39.1%	
2: できた	3	60.0
	全国平均48.7%	
3: どちらともいえない	2	40.0
	全国平均13.0%	
4: あまりできなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: できなかった	0	0.0
	全国平均0.0%	

問9 各種グループワークにより、受講者の方との広域なネットワークを構築することができたかについて当てはまるものを選択してください。

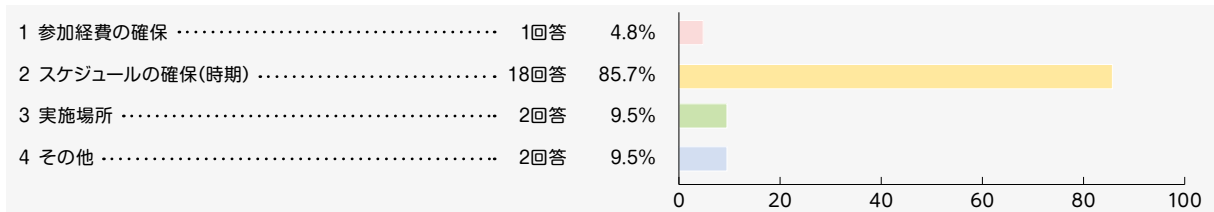
1: よくできた
 2: できた
 3: どちらともいえない
 4: あまりできなかった
 5: できなかった



【研修参加の課題】

問 10 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)

<全体>



Q10	人数(人)	割合(%)
1: 参加経費の確保	1	4.8
2: スケジュールの確保(時期)	18	85.7
3: 実施場所	2	9.5
4: その他	2	9.5

<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q10	人数(人)	割合(%)
1: 参加経費の確保	0	0.0
2: スケジュールの確保(時期)	5	100.0
3: 実施場所	0	0.0
4: その他	0	0.0

(理由・コメント 回答 4)

- こんなことをいうと公務員にうーんといわれそうです。月曜日の朝東京駅 8 時 45 分は地方からくるものにはおどろきでした。前泊は初めてだったので。
- 今回ざっと参加できたのですが、なかなか秋～年末にかけては行事が詰まっているので。あと早い時期のお知らせがあると 10～12 月でも予定しやすいです
- 可能であればできるだけ早く時期を示してもらいたい。
- 今日は案内から締切までの日数が少なすぎた。日数が長い研修なので、続けて日程を把握するのに早めの案内が必要。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q10	人数(人)	割合(%)
1: 参加経費の確保	1	14.3
2: スケジュールの確保(時期)	7	85.7
3: 実施場所	0	0.0
4: その他	0	0.0

(理由・コメント 回答 3)

1. 日程確定がもう少し早いとよい。
2. 通常業務がつみのこしでのこっていると思います。
3. 特になし

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q10	人数(人)	割合(%)
1: 参加経費の確保	0	0.0
2: スケジュールの確保(時期)	3	75.0
3: 実施場所	1	25.0
4: その他	1	25.0

(理由・コメント 回答 4)

1. 特になし
2. 申し込みが早かったので、自身で調整し、参加することができた
3. 4日間でも、前泊・後泊対象となるので、5日間でも良かったかもしれません。最終日、集合場所が研修が全て終わる場所と異なったため、荷物の扱いに苦慮しました。
4. 研修参加中の日常業務

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q10	人数(人)	割合(%)
1: 参加経費の確保	0	0.0
2: スケジュールの確保(時期)	4	80.0
3: 実施場所	1	20.0
4: その他	1	20.0

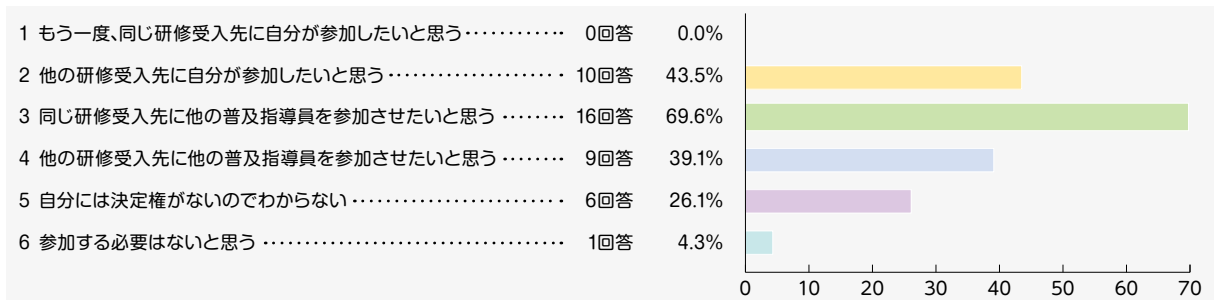
(理由・コメント 回答 16)

1. 研修期間は4日程度必要かと思うが、最終日の終了時間を早くすれば、尚、参加しやすいと思う。
2. 3コースにできれば参加したかったのですが、農業普及活動高度化全国研究会に参加したため、参加できませんでした。
3. 私個人としては特に課題となったことはない
4. 次年度の普及活動計画の策定時期に重なってしまった。農閑期に入ると各種会議や相談活動が増えてる傾向がある。(但し、担当項目にも影響されるため一概には言えませんが・・・)
5. 7月や8月なりの早い段階からコース(4選択) 照会があれば、もっと選択の幅も広がっていたと思います

【次回の参加希望と内容】

問 11 問10の課題が解決され、来年度も民間企業等派遣研修会を実施した場合、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を全てを選択してください。

<全体>



Q11	人数(人)	割合(%)
1: もう一度、同じ研修受入先に自分が参加したいと思う	0	0.0
2: 他の研修受入先に自分が参加したいと思う	10	43.5
3: 同じ研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	16	69.6
4: 他の研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	9	39.1
5: 自分には決定権がないのでわからない	6	26.1
6: 参加する必要はないと思う	1	4.3

<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q11	人数(人)	割合(%)
1: もう一度、同じ研修受入先に自分が参加したいと思う	0	0.0
2: 他の研修受入先に自分が参加したいと思う	3	60.0
3: 同じ研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	3	60.0
4: 他の研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	2	40.0
5: 自分には決定権がないのでわからない	0	0.0
6: 参加する必要はないと思う	1	20.0

(理由・コメント 回答 5)

1. 民間企業に触れることは公務員にとっても必要なことだから。
2. 異業種のことには勉強しなくてはいけないと思う。よき財産となる。
3. 以前あったおいしくすに興味がありませんでした。地域があるのでそんなとことか聞いてみたい。(一度地元で講義を聞いたときもっと詳しく知りたいと思いましたので)

4. 今回の研修先と比較して、いろいろな企業を見たい。
5. サプライチェーンやバリューチェーンを全体的に理解することは有意義だと思う。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q11	人数(人)	割合(%)
1: もう一度、同じ研修受入先に自分が参加したいと思う	0	0.0
2: 他の研修受入先に自分が参加したいと思う	5	62.5
3: 同じ研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	6	75.0
4: 他の研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	3	37.5
5: 自分には決定権がないのでわからない	4	50.0
6: 参加する必要はないと思う	0	0.0

(理由・コメント 回答 3)

1. 現場で関わっている方、本庁の流通関係の課の方が参加するのがよい
2. 販路に関してどこまで普及員が関わるべきなのか自分の中では明確な答えはないですが、普及員が流通を知る意義はとても大きい。この研修は流通を知ること最適だと思う
3. この様な研修は様々な普及員が経験すべきだと思います

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q11	人数(人)	割合(%)
1: もう一度、同じ研修受入先に自分が参加したいと思う	0	0.0
2: 他の研修受入先に自分が参加したいと思う	2	40.0
3: 同じ研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	4	80.0
4: 他の研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	2	40.0
5: 自分には決定権がないのでわからない	0	0.0
6: 参加する必要はないと思う	0	0.0

(理由・コメント 回答 4)

1. 充実した研修内容であったため
2. とても勉強になった(農業に参加させたいとおもうくらい)
3. 現在民間派遣でできる研修はこの研修しかないため
4. 特に企業が何を考えているのか一端を知ることができたため

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q11	人数(人)	割合(%)
1: もう一度、同じ研修受入先に自分が参加したいと思う	0	0.0
2: 他の研修受入先に自分が参加したいと思う	0	0.0
3: 同じ研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	3	60.0
4: 他の研修受入先に他の普及指導員を参加させたいと思う	2	40.0
5: 自分には決定権がないのでわからない	2	40.0
6: 参加する必要はないと思う	0	0.0

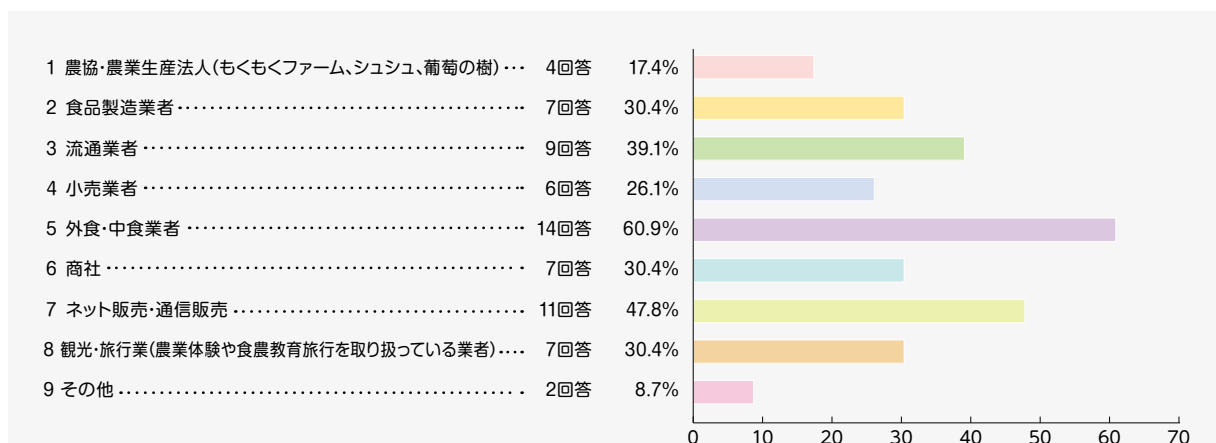
(理由・コメント 回答 4)

1. 企業の考え・事業内容を詳しく聴けることは、加工・流通に係る上でとても参考になるため、多くの普及指導員に参加してもらえればと思います。
2. 参加希望者などから意見を聞かれたら勧めます
3. 中小企業の優良事例があれば、もう少し身近に感じられるのではないかな。
4. 熊本県では、4月段階で国(普及指導員)研修の希望を提出しています。研修者決定権は県庁の農業技術課で最終決断されますので、参加については個人的に答えられません。ただ、今年の普及指導員研修では、「国の研修報告」もあるので、ぜひ受講すべきことは報告で添えられます。

【研修を実施してほしい業種・事業者名】

問 12 民間企業等派遣研修会において、研修を実施して欲しい業種や研修受入先はありますか。(いくつでも可)

<全体>



Q12	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人 (もくもくファーム、シュシュ、葡萄の樹)	4	17.4
2: 食品製造業者	7	30.4
3: 流通業者	9	39.1
4: 小売業者	6	26.1
5: 外食・中食業者	14	60.9
6: 商社	7	30.4
7: ネット販売・通信販売	11	47.8
8: 観光・旅行業 (農業体験や食農教育旅行を取り扱っている業者)	7	30.4
9: その他	2	8.7

<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q12	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人 (もくもくファーム、シュシュ、葡萄の樹)	2	40.0
2: 食品製造業者	1	20.0
3: 流通業者	3	60.0
4: 小売業者	2	40.0
5: 外食・中食業者	2	40.0
6: 商社	2	40.0
7: ネット販売・通信販売	4	80.0
8: 観光・旅行業 (農業体験や食農教育旅行を取り扱っている業者)	1	20.0
9: その他	0	0.0

(理由・コメント 回答 4)

1. ディズニーランド・6次化成功例・アマゾン or ヤフー
2. これからはネットがのびるから。地方に来てもらう(インバウンドも東京など都市集中) ため。
3. 東京でなくていいので、もう少し中小も興味があります。地元のものを仕入れている業者とか。
4. いろいろな企業がどのように食品産業に関わっているかを見たい。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q12	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人(もくもくファーム、シュシュ、葡萄の樹)	1	12.5
2: 食品製造業者	2	25.0
3: 流通業者	2	25.0
4: 小売業者	1	12.5
5: 外食・中食業者	7	87.5
6: 商社	2	25.0
7: ネット販売・通信販売	4	50.0
8: 観光・旅行業(農業体験や食農教育旅行を取り扱っている業者)	2	25.0
9: その他	1	12.5

(理由・コメント 回答 2)

1. カット野菜の動向について知りたい
2. 市場にも聞いてみたいです。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q12	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人(もくもくファーム、シュシュ、葡萄の樹)	1	12.5
2: 食品製造業者	2	25.0
3: 流通業者	2	25.0
4: 小売業者	1	12.5
5: 外食・中食業者	7	87.5
6: 商社	2	25.0
7: ネット販売・通信販売	4	50.0
8: 観光・旅行業(農業体験や食農教育旅行を取り扱っている業者)	2	25.0
9: その他	1	12.5

(理由・コメント 回答 4)

1. 6次産業化に関連する業種であるため
2. りんご狩りやさくらんぼ狩りに外国人を呼ぶ取り組みが県内各地で盛んになっているため
3. 物流形態の課題・展開方向について研修したい
4. 輸出入について学べるため

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q12	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人(もくもくファーム、シュシュ、葡萄の樹)	1	20.0
2: 食品製造業者	2	40.0
3: 流通業者	1	20.0
4: 小売業者	2	40.0
5: 外食・中食業者	4	80.0
6: 商社	1	20.0
7: ネット販売・通信販売	2	40.0
8: 観光・旅行業(農業体験や食農教育旅行を取り扱っている業者)	3	60.0
9: その他	1	20.0

(理由・コメント 回答 5)

1. 今後、契約に基づいた生産の割合は増加していくと思われ相互の理解が重要となる。
2. 輸出を考えている農業者も多いため、輸出についてのハードル、ポイントなどを学びたいため。
3. 普段の視察研修などでいけないところに興味がある。7は新たな事業展開の参考になりそう。8はグリーンツーリズムなどに関連するため
4. 海外輸出関連
5. 6次産業化の成功事例やつまづき事例(原因を明らかにした失敗事例)を紹介してほしい。

【事業継続と社会コスト投入の意義】

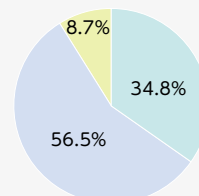
問13 本事業を今後も実施しようとした場合の社会コスト投入の意義について、お考えに当てはまるものを選択してください。

<全体>

Q13	人数(人)	割合(%)
1: 大いに意義を感じる	8	34.8
2: 意義を感じる	13	56.5
3: どちらともいえない	2	8.7
4: 意義をあまり感じない	0	0.0
5: 意義はない	0	0.0

問 13 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: どちらともいえない
- 4: 意義をあまり感じない
- 5: 意義はない



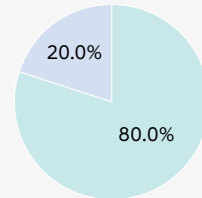
<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q13	人数(人)	割合(%)
1: 大いに意義を感じる	4	80.0
	全国平均34.8%	
2: 意義を感じる	1	20.0
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均8.7%	
4: 意義をあまり感じない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 意義はない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 13 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: どちらともいえない
- 4: 意義をあまり感じない
- 5: 意義はない

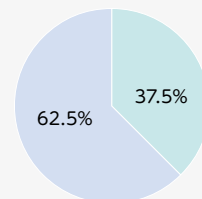


2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q13	人数(人)	割合(%)
1: 大いに意義を感じる	3	37.5
	全国平均34.8%	
2: 意義を感じる	5	62.5
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均8.7%	
4: 意義をあまり感じない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 意義はない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 13 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: どちらともいえない
- 4: 意義をあまり感じない
- 5: 意義はない

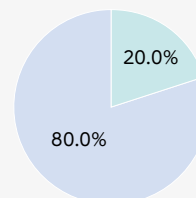


2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q13	人数(人)	割合(%)
1: 大いに意義を感じる	1	20.0
	全国平均34.8%	
2: 意義を感じる	4	80.0
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	0	0.0
	全国平均8.7%	
4: 意義をあまり感じない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 意義はない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 13 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: どちらともいえない
- 4: 意義をあまり感じない
- 5: 意義はない

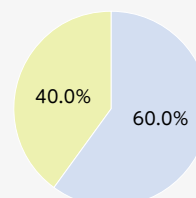


2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q13	人数(人)	割合(%)
1: 大いに意義を感じる	0	0.0
	全国平均34.8%	
2: 意義を感じる	3	60.0
	全国平均56.5%	
3: どちらともいえない	2	40.0
	全国平均8.7%	
4: 意義をあまり感じない	0	0.0
	全国平均0.0%	
5: 意義はない	0	0.0
	全国平均0.0%	

問 13 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: どちらともいえない
- 4: 意義をあまり感じない
- 5: 意義はない



【波及効果の想定】（回答20）

問14 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記入ください。

<会場別>

2015年10月19日（月）～2015年10月22日（木） 東京会場（回答4名）

1. 生産、技術だけではなく流通（物・商流）やトレンドを意識した視点が得られた。「理念のない事業は長くは続かない」→これを自信をもって言えるようになった。
2. 強みのつきつめ 商品づくり
3. 理念のつきつめ 事業方針
4. リスク管理
5. 今すぐにはないかもしれないが、担当地域で6次化の動きや手法について具体的に研修したいとなった際に二瓶様をはじめ今回の講師の先生と相談することができ、より専門的な意見を聞くことができる。

2015年11月09日（月）～2015年11月12日（木） 東京会場（回答5名）

1. 専業体としての根本となる考え方を備えることにより、経営が安定する。
2. 研修等で6次産業化を考える団体が必要な準備ができる。
3. 私は直接担当ではないが、県産農産品「あんぼ柿」の販路拡大などは検討できるか、上席に相談したい。
4. また、福島の出産復活をテーマにした活動を行うのでニーズと捉えていきたい
5. J-GAP を取得した経営体に対して、それを有効にいかすように指導していきたい
6. いかに販路を開拓していくのか、消費者が何を求めているのかを知ることが、生き残る上で必須。企業側もこういう機会でないところまで話はしてくれないと思う。
7. 販売戦略の前提として、どこに売られているか、そして産地で何をするかというのは現場が考えるべきです。
8. 販売チャネルの提案で収益確保

2015年11月16日（月）～2015年11月19日（木） 東京会場（回答5名）

1. 付加価値の高い商品開発
2. 現在の消費者動向、それに伴う販売戦略について。
3. 商品流通形態の情報提供など
4. WEB販路の開始。 都心の百貨店への提案
5. 時代の変化に応じて、対応する考えの熟成
6. 商談会など参加のアドバイスなど
7. 当方は直接生産者の方へ指導する立場にはないのですが、そういう立場にある方々（県・市町村・団体など）と話をする際の引き出しが増えたこと

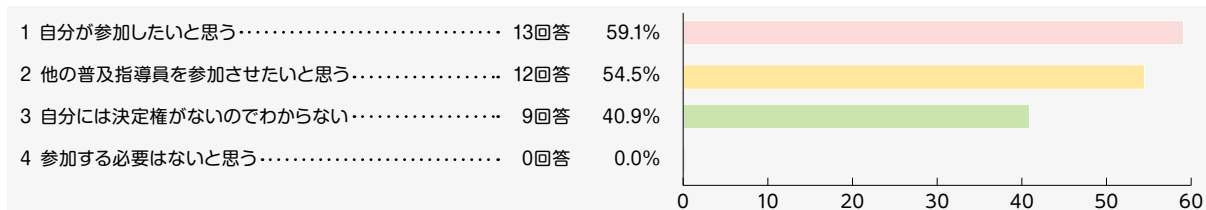
2015年11月30日（月）～2015年12月03日（木） 大阪会場（回答5名）

1. 商品開発のノウハウ、顧客管理、囲い込みの手法はすぐにでもまねができる。
2. 生産者が生産
3. 加工したものを消費者まで流通させる方法として、バリューチェーン・サプライチェーンを意識した方法を伝えることができるのではと感じました。
4. 6次化などで加工品を販売する際に、どういう理念で、どこに売りにいくか、考えていく手法（バリューチェーンの考え方や、コンセプトを明確にし、そこから広げていくやり方）は是非使ってみたい
5. 経営者能力の向上、農業者、産地、地域が主体となった儲ける農産業の実現。
6. フードチェーン及びバリューチェーンの流れとそれぞれの考え方を自分たちの現状からみてもらう。
7. 馬路村の差別化戦略←「田舎だからできない」ことを理由にせず、「田舎だから実現できる」見方を紹介して欲しい。

【民間企業等派遣研修会の都道府県単位での実施可能性】

問15 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）で課題が解決されて実施できるとした場合、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。

<全体>



Q15	人数(人)	割合(%)
1: 自分が参加したいと思う	13	59.1
2: 他の普及指導員を参加させたいと思う	12	54.5
3: 自分には決定権がないのでわからない	9	40.9
4: 参加する必要はないと思う	0	0.0

<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q15	人数(人)	割合(%)
1: 自分が参加したいと思う	5	100.0
2: 他の普及指導員を参加させたいと思う	3	60.0
3: 自分には決定権がないのでわからない	1	20.0
4: 参加する必要はないと思う	0	0.0

(理由・コメント 回答 4)

1. 地産地消の取り組みは進むので。
2. 問 12 にもありますが、より身近によく感じるところも知りたいです。
3. 参加したいとは思いますが、研修先次第だと思います。
4. 作る側からの発想が多い事業で成功するためには明朗な理念と winwin の考え方が必要であり、それを学ぶことが出来る

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q15	人数(人)	割合(%)
1: 自分が参加したいと思う	6	75.0
2: 他の普及指導員を参加させたいと思う	4	50.0
3: 自分には決定権がないのでわからない	4	50.0
4: 参加する必要はないと思う	0	0.0

(理由・コメント 回答 1)

1. 研修計画に県予算で位置づけられていたが削減され、現段階での対応となっている。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q15	人数(人)	割合(%)
1: 自分が参加したいと思う	0	0.0
2: 他の普及指導員を参加させたいと思う	2	50.0
3: 自分には決定権がないのでわからない	2	50.0
4: 参加する必要はないと思う	0	0.0

(理由・コメント 回答 2)

1. 栽培指導をするにしても流通に対する知識は必要と思う
2. 流通の仕組みは学ぶべきだと思います。

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q15	人数(人)	割合(%)
1: 自分が参加したいと思う	2	40.0
2: 他の普及指導員を参加させたいと思う	3	60.0
3: 自分には決定権がないのでわからない	2	40.0
4: 参加する必要はないと思う	0	0.0

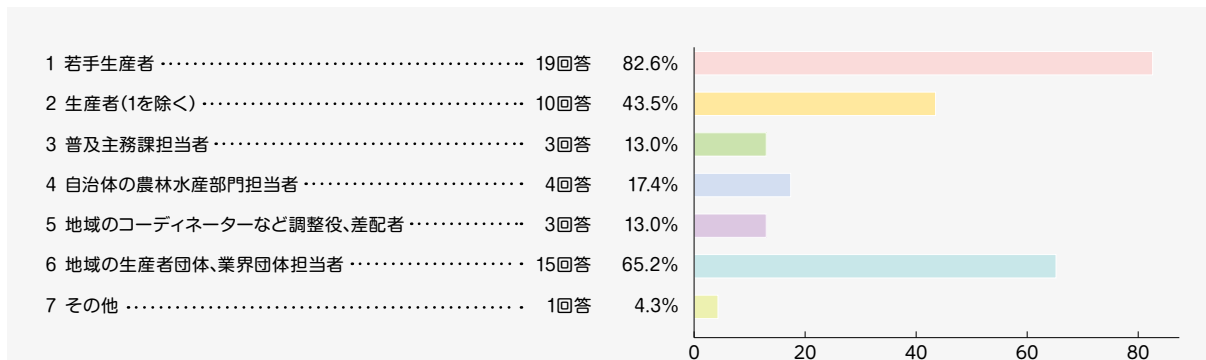
(理由・コメント 回答 2)

1. より身近な企業の考え方が聞けたり、つながりができることになれば、中央研修よりも効果的な研修になるかもしれない
2. 普及指導員の育成段階で研修を実施することで、幅広い知識を得ようとする潜在的な意識づけになると思う。
3. 意見としては主管課へ上司を通して伝えられるが、実際に実施するには予算と時間が必要。

【民間企業等派遣研修会の参加者想定】

問16 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)

<全体>



Q16	人数(人)	割合(%)
1: 若手生産者	19	82.6
2: 生産者 (1を除く)	10	43.5
3: 普及主務課担当者	3	13.0
4: 自治体の農林水産部門担当者	4	17.4
5: 地域のコーディネーターなど調整役、差配者	3	13.0
6: 地域の生産者団体、業界団体担当者	15	65.2
7: その他	1	4.3

<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場

Q16	人数(人)	割合(%)
1: 若手生産者	4	80.0
2: 生産者 (1を除く)	2	40.0
3: 普及主務課担当者	1	20.0
4: 自治体の農林水産部門担当者	1	20.0
5: 地域のコーディネーターなど調整役、差配者	0	0.0
6: 地域の生産者団体、業界団体担当者	4	80.0
7: その他	0	0.0

(理由・コメント 回答 5)

1. 県だけがそう思っても、生産者 JA 等と共有できなければ動かないから。
2. 是非 JA の若い職員に視野をひろめてもらいたいです。農業者はもちろんですが。
3. 若くなくてもこれから 6 次化に農業者とか。
4. 今回の研修先に限ると生産者についてはなかなか研修する機会がないところなので。
5. 今後リーダーになっていく人が、サプライチェーンやマーケットインの考え方を知っておくことは必要である。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場

Q16	人数(人)	割合(%)
1: 若手生産者	6	75.0
2: 生産者(1を除く)	2	25.0
3: 普及主務課担当者	1	12.5
4: 自治体の農林水産部門担当者	2	25.0
5: 地域のコーディネーターなど調整役、差配者	2	25.0
6: 地域の生産者団体、業界団体担当者	4	50.0
7: その他	1	12.5

(理由・コメント 回答 4)

1. 自分達に何が必要か、民間企業との差などを実感させてほしい。
2. 若手生産者はこれまでの販路をなぞるだけになることが多い。研修の機会が必要。
3. 産地に関わる関係者は学ぶべきだと思います。(一部だけでは温度差を埋められないケースが多い)
4. 考え方が柔軟な若手の方に現状を知ってもらいたい。

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場

Q16	人数(人)	割合(%)
1: 若手生産者	5	100.0
2: 生産者(1を除く)	3	60.0
3: 普及主務課担当者	0	0.0
4: 自治体の農林水産部門担当者	0	0.0
5: 地域のコーディネーターなど調整役、差配者	0	0.0
6: 地域の生産者団体、業界団体担当者	4	80.0
7: その他	0	0.0

(理由・コメント 回答 5)

1. 生産者が直接聞くことにより、すぐに実践できる内容が多くあったため
2. 農家は生産以外のことを知らない。若手農家は特に消費者に届くまでの過程を知るべきと、本研修に参加して感じるものです
3. 経営の決定権がないので現段階では難しいと思うが、セミナー形式でも経営主、後継者参入などが参加での仕組みづくりができればと考えている。
4. JAなど
5. 生産者の方に、企業が何を考えているか知ってもらいたい

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場

Q16	人数(人)	割合(%)
1: 若手生産者	4	80.0
2: 生産者(1を除く)	3	60.0
3: 普及主務課担当者	1	20.0
4: 自治体の農林水産部門担当者	1	20.0
5: 地域のコーディネーターなど調整役、差配者	1	20.0
6: 地域の生産者団体、業界団体担当者	3	60.0
7: その他	0	0.0

(理由・コメント 回答 4)

1. 生産者が事業を拡大・ブラッシュアップしていく上でヒントになると思うため。
2. 可能であれば、より幅広い人が参加できればいいと思う。内容的にも普及員以外の方が参考になると思う。
3. 但し、あまり大企業すぎると、実際の取り引きがイメージしにくくなる恐れがあるので、企業の選択に留意が必要。
4. コーディネーター役については、こういう企画や機会も多く、逆の考え方ですが、若手農業者や生産団体に実際見れる機会も少ないと思います。

問17 4日間の研修へのご意見、ご要望、ご感想などございましたら、ご記入ください。
(回答20)

<会場別>

2015年10月19日(月)～2015年10月22日(木) 東京会場(回答4名)

1. 県単位でやるのなら、〇〇地域担当の県職員、市町村担当、JA 職員がワンユニットで同時に参加できると、より共有できそうだなと思いました。毎日丁寧に対応していただき、嫌な顔1つせずしめていただきまして、とても気持ちのいい、ためになる研修でした。佐藤さんをはじめ、皆様ありがとうございました。アクションを起こしたいとおもいます。
2. 大変お世話になりました。
3. 大変いい経験になりました。ありがとうございました。
4. 4日間お疲れ様でした。6次化産業というものについて実際の現場を見ることで理解することができました。今後ともよろしくお願いいたします。

2015年11月09日(月)～2015年11月12日(木) 東京会場(回答7名)

1. アンケートを書く時間が少ない。
2. 大変有意義な研修でした。ありがとうございました。
3. ありがとうございました
4. 4日間ありがとうございました。
5. つめこみすぎてバクシそうですが、なんとか考えをまとめて現地へいかしたいと思います。
6. 大変お世話になりました。今後ともよろしくお願いいたします。
7. 大変有意義でした。お世話になりました。
8. 長期研修の企画、運営おつかれさまでした。勉強になりました

2015年11月16日(月)～2015年11月19日(木) 東京会場(回答3名)

1. 非常に内容のある研修でしたので、大変かと思いますが、今後も開催して頂ければと思います。ありがとうございました。
2. 大いに勉強になりました。ありがとうございました
3. 生の声を聞けることは、大変参考になりました。

2015年11月30日(月)～2015年12月03日(木) 大阪会場(回答5名)

1. コーディネーター、事務局、参加者の皆様には大変お世話になりました。秋田に来た際はご一報いただければと思います。ありがとうございました。
2. 丁寧に対応いただきありがとうございました。
3. 初日の開始時間を遅く、最終日の終了時間を遅くして頂くと参加しやすいと思う。
4. 大変刺激の多い研修内容でした。コスト的には課題も多いとは思いますが、少人数での研修は緊張感も途切れずよかったと思います。毎回のアンケート、研修シートの記入(手書き)が少々苦痛でした。
5. 最初は「長い」と思っていた研修期間も訪問先や座学の内容を考えると「短かくて濃厚」だったと思います。
6. 予算上、どうしても各県1名が限度かと思います。なるべく多くの方が受講できるように続けて欲しいと思いました。



平成27年度 農林水産省補助事業
6次産業化サポート事業 6次産業化人材育成支援事業
民間企業等派遣研修の開催
(事業所管:農林水産省 生産局技術普及課 研修指導班)

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いただき、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28年(2016年3月)
実施主体:株式会社パソナ農援隊
〒100-8228 東京都千代田区大手町2-6-4
TEL:03-6734-1260(平日 9:00~17:30) E-Mail: agri@pasona-nouentai.jp
事業担当:コンサルティング事業部 担当:佐藤・政久