

平成25年度 農林水産省補助事業
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の開催



民間企業等派遣研修会 事業報告書



P A S O N A

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））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.14

・1 コース（東京会場）

平成25年11月18日（月）～11月22日（金） …… p.15

・2 コース（東京会場）

平成25年11月25日（月）～11月29日（金） …… p.35

・3 コース（東京会場）

平成25年12月9日（月）～12月13日（金） …… p.55

・4 コース（大阪会場）

平成25年12月2日（月）～12月6日（金） …… p.75

第3章 参加者アンケート調査結果 …… p.96

第1章

民間企業等派遣研修会の実施概要



事業の目的

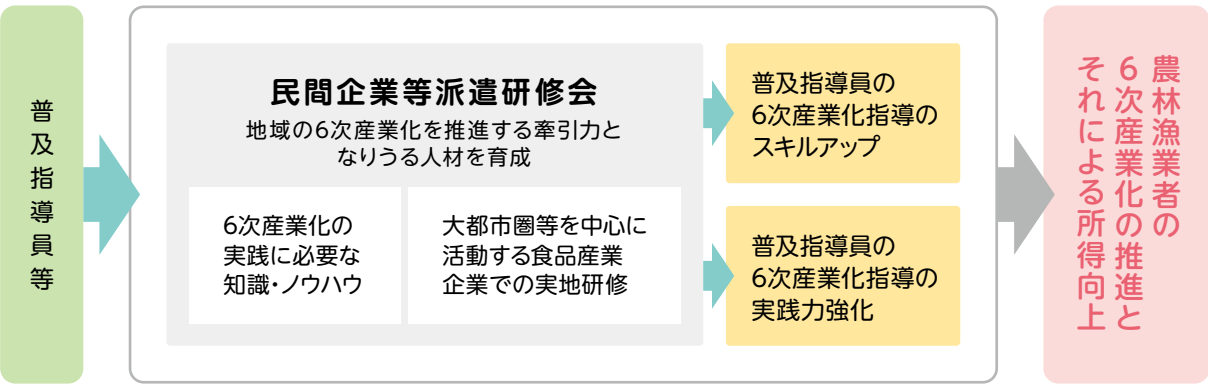
平成 23 年 3 月 1 日に施行された六次産業化法は、農林水産物等及び農山漁村に存在する土地・水その他の資源を有効に活用した農林漁業者等による事業の多角化及び高度化（農林漁業者による加工・販売への進出等の「6次産業化」）に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する施策（「地産地消等」）を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指している。

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）を、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・市場に商品を提供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】

加藤 寛昭 様 (委員長)	食と農研究所 代表	(50音順) (敬称略)
大宮 登 様	高崎経済大学 教授、 高崎経済大学 副学長	
木之内 均 様	有限会社木之内農園 会長	
高山 明彦 様	栃木県農政部農政課 農政戦略推進室 副主幹	
二瓶 徹 様	一般財団法人食品産業センター 振興部 主事	
松本 謙 様	株式会社ファーマーズフォレスト 代表取締役社長	
山本 公平 様	広島経済大学 准教授	
吉田 誠 様	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)	

○第1回 検討委員会

【開催概要】

日時：平成 25 年 9 月 11 日 (水) 17:00 ～ 18:30

場所：パソナグループ本部ビル 会議室 (〒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

日時：平成 26 年 3 月 13 日 (木) 10:30 ～ 12:00

場所：パソナグループ本部ビル 会議室 (〒100-8228 東京都千代田区大手町 2-6-4)

- 議事：1. 平成 25 年度「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がを目的に、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 次産業化の生産者が抱える問題点についてのグループワークを実施し、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ことを目的とし、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。
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 25 年 11 月 18 日(月) ～ 11 月 22 日(金)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
11 月 18 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）
11 月 19 日(火)	サッポロホールディングス(株)	サッポロビール(株) 千葉工場 （千葉県船橋市高瀬町 2 番）
	米屋(株)	米屋(株) 第二工場 （千葉県成田市新泉 32 番）
11 月 20 日(水)	(株)農業総合研究所 （スーパーマーケット内売場）	ダイエー新浦安店、パソナグループ本部（東京） （千葉県浦安市入船 1-4-1 他）
11 月 21 日(木)	(株)ライフコーポレーション	(株)ライフコーポレーション 江北駅前店、 パソナグループ本部（東京） （東京都足立区西新井本町 2-31-20 他）
	大丸東京店 （(株)フレッシュワン、(株)明治屋売場）	大丸東京店、パソナグループ本部（東京） （東京都千代田区丸の内 1-9-1 他）
11 月 22 日(金)	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）

2 コース（東京会場）

平成 25 年 11 月 25 日(月) ～ 11 月 29 日(金)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
11 月 25 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）
11 月 26 日(火)	パルシステム生活協同組合連合会	(株)パル・ミート 本社・習志野事業所 （千葉県習志野市実籾 2-36-10）
11 月 27 日(水)	アサヒビール	アサヒビール(株) 茨城工場 （茨城県守谷市緑一丁目 1-1）
	花王(株)	花王(株) すみだ事業所 （東京都墨田区文花 2-1-3）
11 月 28 日(木)	国分(株)	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 29 日(金)	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 25 年 12 月 9 日(月) ～ 12 月 13 日(金)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
12 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）
12 月 10 日(火)	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）
12 月 11 日(水)	国分(株)	国分(株) 三郷流通センター （埼玉県三郷市番匠免二丁目 215）
12 月 12 日(木)	キューピー(株)	キューピー(株) 五霞工場 （茨城県猿島郡五霞町小手指 1800）
12 月 13 日(金)	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 25 年 12 月 2 日(月) ～ 12 月 6 日(金)

研修日程	研修会場・受入先企業	研修場所
12 月 2 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 ）
12 月 3 日(火)	キューピー(株)	キューピー(株) 伊丹工場 （兵庫県伊丹市南町 4-7-1 ）
12 月 4 日(水)	大丸梅田店（(株)フレッシュワン、 (株)アイ・エム・シー 売場）	大丸梅田店、パソナグループ本部（東京） （大阪市北区梅田 3-1-1 他）
	ナナ・ファーム須磨（(株)高速道路開発）	ナナ・ファーム須磨 （神戸市須磨区外浜町 4-1-1 ）
12 月 5 日(木)	のじまスコーラ （(株)パソナふるさとインキュベーション）	のじまスコーラ （兵庫県淡路市野島臺浦 843）
12 月 6 日(金)	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 ）

【研修参加者数内訳】

コース	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 25 年 11 月 18 日（月） ～ 11 月 22 日（金）	11	4		1		1	2	2	1
2コース（東京会場） 平成 25 年 11 月 25 日（月） ～ 11 月 29 日（金）	10	1	2			1	2		4
3コース（東京会場） 平成 25 年 12 月 9 日（月） ～ 12 月 13 日（金）	8	1	2				1	1	3
4コース（大阪会場） 平成 25 年 12 月 2 日（月） ～ 12 月 6 日（金）	16	1		1	3	3	2	1	5
合 計	45	7	4	2	3	5	7	4	13

※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ご参照
(<http://www.maff.go.jp/j/org/outline/dial/kyoku.html>)

【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45名の普及指導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とおりとなります。

【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：45名（内訳：普及指導員45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：2013年11月22日、11月29日、12月6日、12月13日

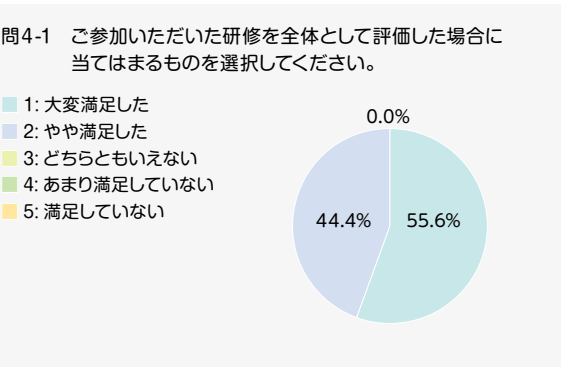
■回収数：45名（回収率：100%）

アンケート調査の結果については、第3章 96 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	25	55.6
2: やや満足した	20	44.4
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



研修の参加動機

	人数(人)	割合(%)
1: 研修受入先に興味があったから	15	33.3
2: 研修内容に興味があったから	22	48.9
3: 講師（1日目、5日目）に興味があったから	2	4.4
4: 地域の課題解決につなげなかったから	17	37.8
5: 6次産業化等に関わる知識や技術の習得	28	62.2
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	11	24.4
7: 上司等からの指示があったから	18	40.0
8: その他	1	2.2
9: 未回答	1	2.2

次回の希望業種

	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人	15	33.3
2: 食品製造業者	14	31.1
3: 流通業者	17	37.8
4: 小売業者	22	48.9
5: 外食・中食業者	24	53.3
6: 商社	21	46.7
7: ネット販売・通信販売	15	33.3
8: 観光・旅行業者	12	26.7
9: その他	10	22.2

【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.co.jp/pr/agri2013/>）に掲載を行う。

研修受入先・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次産業化とサプライチェーン研修)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 様	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 ヒューマンネットワークス(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 ボランティア・プランナー、中小企業診断士	11 月 19 日(火) 11 月 25 日(月) 11 月 26 日(火) 12 月 2 日(月) 12 月 6 日(金) 12 月 9 日(月) 12 月 10 日(火)
民間企業等派遣研修会のポイント(6次産業化とサプライチェーン研修)	ホライズンコンサルティンググループ(株) 代表取締役 庄司 和弘 様	6次産業化プランナー、食農連携コーディネーターとして、農林漁業者の所得向上を支援するため、各地域の資源を活用した 商品開発や産業連携、販売・生産計画の立案から販路開拓の支援等、6次産業化のアドバイザーとして全国で活躍。 震災後は笑顔プロジェクト、お悩みネットを立上げ、パソナグループとも連携し 水産加工会社、直売所等多くの事業再開を支援。 食の6次産業化プロデューサー レベル4 認定、キャリアカウンセラー(日本キャリア開発協会認定 CDA)、(社) 日本経営士協会 経営士(経営部門登録)、農林水産省 6次産業化ボランティア・プランナー、食品需給研究センター認定食農連携コーディネーター、財団法人みやぎ産業振興機構登録専門家	11 月 18 日(月)
商品開発に関する座学研修講師	元・花王株式会社 執行役員ヘルスケア事業本部長 今村 哲也 様	慶応義塾大学工学部計測工科学科応用物理研究室卒業 慶応義塾大学工学部計測工科学科論文博士 和歌山県花王石鹸株式会社入社後、アメリカ Lehigh University 留学、応用物理研究室室長、本社 F0 事業部事業部長、執行役員ヘルスケア事業本部長を経て、キッコーマン株式会社常勤顧問、早稲田大学 MOT 研究所客員教授、財団法人日本経済生産性本部新規事業開発コース委員長、三菱化学株式会社顧問、サントリー株式会社顧問を歴任。関東農政局の 6 次産業化関連事業の審査委員としても活躍している。 工学博士、元 花王株式会社執行役員ヘルスケア事業本部長、前 キッコーマン株式会社常勤顧問、前 早稲田大学商学研究客員教授、ミドルマネジャー教育センター常任理事	11 月 25 日(月)
ファシリテーター グループワーク講師	一般財団法人 食品産業センター 振興部 二瓶 徹 様	下記の取組について、主担当として従事し、企画・立案・運営等を実施。 (1) 農林水産省補助事業関係・平成 2 2 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 2 2 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 2 3 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 2 4 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 (3) 外部委員・所属等関係・全国中小企業団体中央会「農商工連携等人材育成事業」検討委員・講師・法政大学大学院「食と農研究所」特任研究員・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・日本フードシステム学会理事・一般社団法人すこやか食育エコワーク理事・「本場の本物」ブランド推進委員会事務局長 等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	11 月 18 日(月) 11 月 21 日(木) 11 月 22 日(金) 11 月 25 日(月) 11 月 27 日(水) 11 月 29 日(金) 12 月 9 日(月) 12 月 11 日(水) 12 月 13 日(金)
ファシリテーター	株式会社 ファーマーズ・フォレスト 代表取締役 松本 謙 様	平成元年に慶應義塾大学法学部を卒業後、自動車会社勤務を経て大型商業施設等の管理運営立上げや温泉施設等の再生支援事業に携わり、平成 19 年、宇都宮市に株式会社ファーマーズ・フォレストを創業設立、以降、農林公園ろまんちっく村や宇都宮ブランドアンテナショップ「宮カフェ」の経営をはじめ、栃木県の地域商社として農産物直売や特産品の流通などの直営事業を幅広く展開。 一方で、6 次産業化や農商工連携での研修講師、各委員など、日本全国の様々な地域での地域活性化プロデュース&コンサルに参画しながら、農業と食・地域資源の総合プロデューサーとして活躍中。農林水産省 6 次産業化プランナー、食農連携コーディネーター、また、平成 25 年よりスタートした内閣府の新しい国家戦略検定でもある「食の 5 次産業化プロデューサー 段位認定制度」のレベル認定委員 専門分野：地域活性化戦略、地域戦略構想書の作成、地域資源の利活用(未利用、観光資源等)、農業者と食品産業のマッチング、マーケティング戦略、地域ブランド戦略支援例；農商工連携コンサルティング、道の駅や農村交流施設の活性化や運営全般のプロデュース、産地直売、農村レストランの総合プロデュース、観光運動型アグリツーリズム、地域食材の販路支援、ブランドマーケティング、農業プロモーション・担い手支援	11 月 20 日(水)
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、現在に至る ＜業務経験＞発注元：農林水産省、厚生労働省、青森県をはじめとした地方公共団体対応業務内容農業者向け、新規就農者向け、観光施設・直売所の従事者向け研修事業(専門家を講師として派遣)の運営・各研修事業の教育理念(目的・指導方法)の決定、教育過程(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・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、食品衛生責任者	11 月 28 日(木) 12 月 3 日(火) 12 月 4 日(水) 12 月 5 日(木) 12 月 12 日(木)

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
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 様	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 19 日(火)
サッポロビール株式会社	本社購買部・フィールドマン 福嶋 禎久 様	1994 年、九州大学大学院農学研究科修了、サッポロビール株式会社に入社群馬工場にて製麦と原料大麦の調達、静岡工場にてビール醸造業務に携わる現在は本社購買部に在籍し、麦芽・ホップの調達を担当協働契約栽培のフィールドマンとしては欧州産大麦、東北産ホップを担当	11 月 19 日(火)
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 望月 佐和子 様	2005 年、東北大学大学院農学研究科卒業後、サッポロビール株式会社に入社。商品技術開発部門で、新商品の試験醸造や原料評価試験、生産技術試験などを行い、3 年を経て醸造技術や開発業務を学んだ後、本社の新商品企画部門に異動。主にビール類の新商品開発やエビスブランドなどの開発に携わり、現在は新価値開発部・第 1 新価値開発グループに在籍。	11 月 19 日(火)
米屋株式会社	品質保証部長 白鳥 正俊 様	東京農業大学卒業、資格は・管理栄養士・水質公害防止管理者を取得、品質保証部に所属、趣味はゴルフと千葉県では少々名の知れた銘柄米の『多古米』も手がける土日百姓。	11 月 19 日(火)
株式会社 農業総合研究所	代表取締役 CEO 及川 智正 様	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。「日本野菜ソムリ工協会」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、農産業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 1 2 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 20 日(水)
株式会社ライフコーポレーション	首都圏販売促進部 主査 1 級販売士 宮川 誠一 様	日興証券日本橋丸善支店営業課、(株)西友東大宮店衣料品課・樂鴨店衣料品係長、西友本部衣料品事業部バイヤー・チーフバイヤーを経て、(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 へ。販売促進部販売演出課長を経て、現在は販売促進部主査。 農水省・厚生労働省フードガイド検討委員会委員(2005 年)、日本スーパーマーケット協会販売促進委員会委員(2005 年)、農水省消費安全局消費者部屋懇談会委員(2006 年)、(財)食品産業センター主催(農林水産省後援)国内農林水産業の 6 次産業化を推進支援する 6 次産業化プランナー育成講座講師(流通・小売業)(2011 年、2012 年)、千葉商工会議所販売士会理事(2013 年)でも活躍。 【取得資格】登録講師一級販売士・中小診断士 1 次試験合格、食生活プランナー・衛生管理者・証券外務員 他	11 月 21 日(木)
大丸東京店 大丸梅田店	元・大丸松坂屋百貨店 本社食品部長 星加 嘉弘 様	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)、本社食品部長、東京店食品部部長等を歴任し定年で退職。現在は、㈱パソナ農援隊等において、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。	11 月 21 日(木) 12 月 4 日(水)
株式会社フレッシュワン(大丸東京店)	大丸東京店店長兼野菜バイヤー 堀内 靖之 様	—	11 月 21 日(木)
株式会社明治屋(大丸東京店)	小売事業本部 八重洲口ストアー 店長 布施 兼司 様	—	11 月 21 日(木)

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
パルシステム生活協同組合連合会	管理本部 共同人事推進室 高久 祐子 様	2008 年 4 月新卒で入協 2008 年 4 月～パルシステム東京にて営業担当 2010 年 4 月～システム部に異動 2013 年 4 月～共同人事推進室に異動業務内容：新卒採用の事務局、組織内研修の事務局	11 月 26 日 (火)
株式会社パル・ミート	習志野事業所 所長 藤木 好宏 様	—	11 月 26 日 (火)
株式会社パル・ミート	商品部商品開発課 小田 暁載 様	—	11 月 26 日 (火)
株式会社パル・ミート	商品部部長 江川 淳 様	1991 年日本大学農獣医学部（現生物資源科学部）畜産学科卒（在学中は畜産経営学を専攻） 1991 年 ㈱西友フーズ入社、西武百貨店や西友で食肉の仕入・販売等を担当、2000 年㈱パル・ミート入社製造・品質管理・商品担当などを経験（2010 年より現職務）	11 月 26 日 (火)
株式会社パル・ミート	品質管理部 課長 宮原 雅仁 様	1997 年北里大学獣医畜産学部畜産学科卒、2002 年株式会社パル・ミート入社、品質管理部門配属	11 月 26 日 (火)
アサヒビール株式会社	茨城工場 品質管理部 部長 古橋 良一 様	1991 年入社これまでの担当部署：業務：酒類研究所、東京工場、四国工場、神奈川工場、本店生産部、一貫して品質保証・品質管理を担当現在の担当業務：品質管理部統括、品質保証責任者	11 月 27 日 (水)
アサヒビール株式会社	茨城工場 品質管理部 担当副部長 神保 英一 様	1991 年入社これまでの担当部署・業務：酒類研究所酒類の開発及び中味品質の向上に従事現在の担当業務：品質管理部統括補佐	11 月 27 日 (水)
花王株式会社	執行役員 ヒューマンヘルスケア事業ユニット フード&ビバレッジ事業グループ長 安川 拓次 様	昭和29年（1954年）8月13日生まれ。出身地：長崎県、最終学歴：昭和54年3月名古屋大学修士課程農学農芸化学修了、昭和54年4月花王石鹼株式会社（現 花王株式会社）入社、平成9年2月食品研究所所長、同12年5月ヘルスケア第1研究所所長、同16年6月理事、同17年1月ヘルスケア事業本部長、同18年6月執行役員（現任）、同20年3月ヒューマンヘルスケア事業ユニットフード&ビバレッジ事業グループ長（現任）、大学時代の専攻は栄養化学。花王入社以来、一貫して食品の研究・事業開発に従事。	11 月 27 日 (水)
花王株式会社	ヘルスケア食品研究所 吉本 弥生 様	—	11 月 27 日 (水)
国分株式会社	営業推進部長 千木良 治 様	昭和 38 年 8 月 13 日生まれ。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。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、本年 9 月より営業推進部に異動。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。」	11 月 28 日 (木) 12 月 11 日 (水)
国分株式会社	生鮮統括部 課長 三保 一心 様	1985年広島修道大学商学部、昭和60年卒 1985年4月入社、1985年4月大森出張所配属、1986年5月東京第三支店販売業務課、1988年3月東京第三支店営業二課販売員、1989年5月大阪支店高松営業所販売員、1994年10月近畿支社第一営業部営業二課係長、2002年9月中国支社第一支店副支店長、2005年5月中国支社米子営業所所長兼山陰国分分出向、2009年4月山陰国分代表取締役、2011年9月酒類統括部課長、2013年1月生鮮統括部課長 モットー：新しい事に違和感を覚えないチャレンジャー。「一緒に将来の農業従事者と世界に誇れる農産物をグローバルに展開しましょう。」	11 月 28 日 (木) 12 月 11 日 (水)
国分株式会社	物流事業部 リーダー 小林 健人 様	卒業年度 2003 年 3 月。入社年度 2003 年。所属部署：業務：国分㈱九州支社第一支店受発注業務 2003/09-、国分㈱首都圏第二支社中央支店仕入業務 2004/06-、国分㈱東京支社販売業務担当仕入業務 2008/01-、国分㈱物流事業部物流管理 2012/06-現在。現在役職リーダー、現在業務：メーカー様からの調達物流改善、全社在庫管理業務、物流コスト管理・改善提案、新規拠点構築。モットー：卸売業の機能をメーカー様・小売業様・消費者様に理解していただき更なる流通の効率化や社会インフラとしての責務を全うしていきます。	11 月 28 日 (木)
国分株式会社	物流事業部 安藤 晃太郎 様	最終学歴：東京大学修士課程、卒業年度 2011 年 3 月。入社年度 2011 年。所属部署：業務：国分㈱近畿支社業務部受発注業務 2011/06-、国分㈱物流事業部物流管理 2013/06-現在、現在役職：担当、現在業務：物流コスト管理・改善提案・新規拠点構築。モットー：物流業務は新人ですが、現在現場・管理を習得中です。拠点改善、新規構築を通して卸売業の機能発揮に貢献してまいります。	12 月 11 日 (水)
国分株式会社	低温・フードサービス統括部課長（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（たかし） 様	—	11 月 28 日 (木) 12 月 11 日 (水)

テーマ、企業名	講師名	プロフィール	日程
キュービー株式会社	広報部 部長 森 佳光 様	—	12 月 3 日 (火) 12 月 12 日 (木)
キュービー株式会社	執行役員 研究開発本部 本部長 高宮 満 様	昭和 62 年 3 月東京水産大学水産学部修士課程修了。昭和 62 年 4 月キュービー株式会社入社、平成 17 年 7 月同社商品開発本部新規商品開発部部長、平成 21 年 8 月同社研究所商品開発センターセンター長、平成 24 年 2 月同社執行役員研究所副所長、平成 24 年 7 月同社執行役員研究開発本部本部長	12 月 3 日 (火) 12 月 12 日 (木)
キュービー株式会社	品質保証本部 食品安全科学センター センター長 宮下 隆 様	1994 年東京理科大学理学部化学科卒。キュービー株式会社入社、生産本部品質管理部配属、1996 年同社生産本部挙母工場製造課、2001 年同社品質保証本部食品衛生試験室、2006 年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 年同社生産本部仙川工場品質保証課課長、2011 年同社研究所食品安全技術センター微生物研究室室長、2012 年同社研究開発本部技術研究所食品安全技術部次長、2013 年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）、日本マイコキシソ学会（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）	12 月 3 日 (火) 12 月 12 日 (木)
株式会社フレッシュワ ン（大丸梅田店）	大丸梅田店長兼 野菜バイヤー 松田 全弘 様	—	12 月 4 日 (水)
株式会社アイ・エム・シー （大丸梅田店）	営業第一部 大丸 梅田店 店長 井上 裕紀男 様	—	12 月 4 日 (水)
ナナ・ファーム須磨（株 式会社高速道路開発）	株式会社高速道路 開発 ナナ・ファーム 須磨 部長 下川 晃生 様	—	12 月 4 日 (水)
のじまスコラ（㈱パ ソナふるさとインキュ ベーション）	株式会社パソナ農 援隊 取締役 青木 朋博 氏	北海道釧路生まれ、札幌育ち（45歳）。大学卒業後、アパレルの営業・マーチャンダイザーを務める。2008年10月パソナグループにて農業に従事。バジルの栽培・加工販売を行う[Basil Plus]を立ち上げる。2012年2月、株式会社パソナ農援隊取締役に就任。現職。いつのまにか、農業と日常が離れてしまった気がします。故郷の北海道では、自分の畑で野菜を育て料理するのが当たり前。農業は近くになり、とても健康的に感じていました。いつの時代も、光をあびた畑の匂いを感じる野菜は必要はす。食べるだけで、綺麗で健康になったと思うような食べ物を作りたい。加工品にこだわるのは、外にでられない人にもきちんと届けたいからです。「身体に本当の食べ物を届けろ」「添加物の少ない世の中をつくる」この二つに全力で向き合っていきたいと思います。	12 月 5 日 (木)
のじまスコラ（㈱パ ソナふるさとインキュ ベーション）	株式会社パソナグ ループ 新規プロジェ クトチーム リーダー 瀬川 康弘 氏	昭和 61 年（1986 年）生まれ、山口県下関市出身、兵庫県淡路市在住。2009 年 6 月～株式会社パソナ入社（株式会社パソナグループへ出向）東京本社にてチャレンジファーム事業の運営サポート、アーバンファームの立ち上げ業務等、2010 年 5 月～淡路島にて、農業インターンプロジェクトの立ち上げ、チャレンジファーム事業の運営、2011 年 4 月～淡路島にて、ここから村プロジェクトの運営、2012 年 1 月～淡路島にて、音楽ホール指定管理事業の立ち上げ、2012 年 4 月～淡路島にて、のじまスコラの立ち上げ・運営現在に至る。 現在の業務：のじまスコラの責任者として、同施設の企画・運営業務	12 月 5 日 (木)
株式会社ジーピーエス （パルシステム生活協 同組合連合会）	代表取締役専務 野村 和夫 様	—	12 月 10 日 (火)
株式会社ジーピーエス （パルシステム生活協 同組合連合会）	物流課長 江口 和広 様	—	12 月 10 日 (火)
株式会社ジーピーエス （パルシステム生活協 同組合連合会）	流管理部長 白崎 義彦 様	1986 年会員生協（北多摩生協）入協、配送業務担当、1991 年首都圏コープ事業連合（現パルシステム連合会）出向・移籍、担当：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。2006 年㈱ジーピーエス出向・移籍、担当：事業推進部（品質管理課・産直推進課）、物流管理部（品質管理課・物流課）～現在に至る	12 月 10 日 (火)

第2章

研修実施レポート



1コース（東京会場）

平成25年11月18日（月）～11月22日（金）

.....

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

株式会社農業総合研究所

株式会社ライフコーポレーション

大丸東京店（株式会社フレッシュワン、株式会社明治屋）

2 研修期間

平成25年11月18日（月）～11月22日（金）（5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 25 年 11 月 18 日(月)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月18日 (月)	パソナグループ 本部（東京）	13:00 ～ 13:20	オリエンテーション、 趣旨説明	株式会社パソナ	二瓶 徹 氏 （一般財団法人 食品産業センター 振興部）
		13:20 ～ 15:20	6次産業化概論、 フードチェーンに関する 座学研修	庄司 和弘 氏 （ホライズンコンサル ティンググループ株式 会社 代表取締役）	
		15:30 ～ 16:00	個人ワーク	二瓶 徹 氏 （一般財団法人食品産 業センター振興部）	
		16:00 ～ 17:00	グループワーク		
		17:00 ～ 17:30	事務連絡・質疑応答	株式会社パソナ	

【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。

■個人ワーク

本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいく
か(目標設定・アクションプラン)について個人ワークを実施します。

■グループワーク

グループワークもしくは全体にて、自己紹介 担当の仕事 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。

【研修の実施状況】

オリエンテーションにて事業の趣旨などについて説明の後、民間企業等
派遣研修会のポイント(6 次産業化とサプライチェーン研修)として、講
師にホライズンコンサルティンググループ㈱代表取締役庄司和弘氏を迎
え、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した。
続いて、個人ワークとして、ファシリテーターに一般財団法人食品産業セ
ンター振興部二瓶徹氏を迎え、本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだ
ことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか(目標設定・アクション
プラン)について個人ワークを実施しました。
続いて、グループワークとして、引き続き、一般財団法人食品産業センタ
ー振興部二瓶徹氏にファシリテーターをご対応頂き、グループワークもしく
は全体にて、自己紹介・担当の仕事・本研修で何を学ぼうと考えるか、学
んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか研修にかかる意気
込み等についてワークショップを実施しました。
最後に、質疑応答、及び、明日以降の実地研修について、5 日目のワー
クショップのテーマ提示、研修会後に提出していただく報告書類のフォー
マット提示等、事務局から説明しました。

【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】

民間企業等派遣研修会のポイント(6 次産業化とサプライチェーン研修)
の講義において、
(1) フードチェーンの流れの把握
(2) 生産者が 6 次産業に取り組む現状と課題の整理
(3) 6 次産業先進事例を知る
の 3 点が主に訴求されました。統計データや実際に取り組まれている内
容といった、理論と実践の両方の内容となっており、受講者には 6 次産
業を進めるにあたっての基本が学べた講義でした。



庄司和弘氏(ホライズンコンサルティンググループ株式会社)



二瓶徹氏(一般財団法人食品産業センター)



【受講者の研修での様子】

講義は真剣にメモを取りながら聞いており、質疑応答では実際に費用がかりそうなものを、どうコストダウンしながら対応することができるかなど、現場目線での質問がありました。

【研修の結果】

講義の狙いでもある6次産業化を進めるにあたっての基礎や先進事例を把握することができましたが、講義終了後のグループワーク（自己紹介担当の仕事本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか（目標設定・アクションプラン）、研修にかける意気込み等）において、「普及指導員として6次産業化はどう思うか」等を聞いてみたところ、「懐疑的である」「難しいと思う」といった意見が中にはありました。

また、先進事例を現場目線で考えると、「あのような取り組みはほんの一部である」ということから、零細規模の生産者が6次産業化に取り組むことの難しさを知ったと思われます。しかしながら、難しいという点を含め、現実を知ることができたのは非常にプラスであるため、今後につながると思われます。

グループワークでは、6次産業化の課題やこの研修に臨む理由を共有できたことは、同じ専門家であっても異なることが分かり、気付きになるにはいいプログラムだったのではないのでしょうか。実際に「6次産業化＝加工」と思われていた方もいらっしゃったので、そういう意味からも評価できます。



【受講者の声】

6次産業化について基本的な知識をもつことがで研修で何を学べばよいのか視点を絞ることができた。
グループワーク後、他の班の方と意見交換等がもっと行えると良かった。（→資料がいただけるとのことでした）全国各地の普及員の方から様々な意見を伺うことが出来、視野を広げたうえで研修に臨めると思います。
研修初日で盛り沢山でしたが、これからの方向性など詳しく説明していただき良かったです。班のコミュニケーションもできてやりやすい感じで良かったです。
グループワークの時間が少し短く感じました。6次化の課題について少し意見交換ができる時間もあればと思いました。
全体的な自己紹介時間があれば良いと思いました。話の流れ等スムーズで時間配分も良かったと思いました。
テストマーケティングの具体的な手法については実際に現場で役立てたい。各分野プロフェッショナルを知り、つながり、コーディネートするという視点を持ちたい。
「民間企業等派遣研修会のポイント」では第2章くらいから始めて頂ければ有り難かったような気がします。できれば知識・スキルについてもう少し詳しく伺いたかったです。
対話形式の講義で面白かったです。とても勉強になりました。商品開発を行う上でヒントがもらえました。

1コース(東京会場)平成 25 年 11 月 19 日(火)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月19日 (火)	サッポロホールディングス (株)	10:00 ～12:00	飲料製造・商品開発に 関する座学研修	・工場概要・品質保証： 石田 文人 氏 (サッポロ ビール株式会社 千葉 工場 品質保証部長) ・原料関連： 福嶋 禎久 氏 (サッポロ ビール株式会社 本社 購買部) ・ブランド関連： 望月 佐和子 氏 (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)	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所 代表)
		12:00 ～12:30	実地研修		
		12:30 ～13:00	意見交換会		
	米屋(株)	14:00 ～15:30	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 品質保 証部長)	
		15:30 ～16:45	実地研修		
		16:45 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■サッポロホールディングス(株)

原材料調達担当、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、6次産業化の飲料商品に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。

■米屋(株)

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。

【企業概略】

■サッポロホールディングス株式会社

株式会社サッポロホールディングスは明治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。

■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。

【研修の実施状況】

今回、午前中にサッポロビール株式会社にて実地研修を実施しました。

まず、千葉工場長吉田郁也様よりご挨拶を頂きました。

続いて、千葉工場品質保証部長石田文人氏に、サッポロビール千葉工場の概要をご説明いただいた後、実地研修として工場内を視察しました。

続いて、講師として本社購買部・フィールドマン福嶋禎久氏に、製造工程の説明・原料のこだわり(フィールドマンと呼ばれる原料の専門スタッフが、種まきの前から生産者とミーティングをし、収穫までの期間、何度も現地に足を運びながらビール原料をつくりこんでいくという地道な取り組み、生産者さまとの協働での原料の品質改善や安定供給への取り組み等、農業者の方との二人三脚での商品作り・こだわり) についての座学研修を実施しました。

休憩ののち、講師として新価値開発部・第1新価値開発グループ望月佐和子氏に、商品開発などに関するお話(原料の研究、麦やホップの育種、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等) についての座学研修を実施しました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、先方での研修を終了しました。バスにのり、先方を後にし、米屋株式会社の第二工場へ向かいました。

午後は米屋株式会社にて実地研修を実施しました。

まず、講師として品質保証部長白鳥正俊氏に、食品製造・商品開発に関して、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の座学研修を実施しました。

続いて、実地研修として、製造のこだわりの様子や品質管理・衛生管理の方法・ノウハウについて学ぶべく食品製造工場内を視察しました。最後に質疑応答・意見交換会を実施、この日の研修を終了しました。



石田文人氏(サッポロビール株式会社)



福嶋禎久氏(サッポロビール株式会社)



望月佐和子氏(サッポロビール株式会社)



白鳥正俊氏(米屋株式会社)



加藤寛昭氏(食と農研究所)

【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】

■サッポロビール株式会社 千葉工場

商品開発において、先ず要求品質を設定しそれに向かって設計品質が解発される、という先方のお話は、農業者にとって検討せねばならない課題として考えていただきたいと思います。

先方では、よい原料とは①良い産地、②良い品種、③良い作り手によって栽培されるものという考えのもと、ビールの原料となる大麦は全て契約栽培で行っており、国内だけでなく世界規模で展開されており、また、品質の管理は工場における工程管理に留まらず、原料の栽培管理から始まるとの考えから、先方ではフィールドマンが常に農場に出向いて契約栽培農家と栽培指導含めコミュニケーションをとっており、また、産地を廻ることで地域の生産者との交流も図れるとのことで、普及指導員と同様の動きを、事業の一環として民間会社が行っており、その志と手法は大変参考になったと思われます。先方ではお客様との信頼関係を構築するため、栽培履歴が分かるようになっています。また、安全性はすべての出発点であり、安全性×品質×コスト&デリバリーで多面的に考えて商品開発を実践しており、また、世界でたった一軒の農家が栽培するおおむぎを原料としたビール等も手がけ、お客様に安心且つ感動を与えるもの作りも志向しており、農業者への指導の現場で是非伝えて頂きたい内容です。

■米屋株式会社 第二工場

先方では、人と人、心と心を結ぶ、『華実を採るより先ず根を肥やせ』という徹底した理念に基づく経営を実践しており、事業の根本は経営理念にありと改めて考える機会となったと思います。また、先方は、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だと思います。また、先方が千葉県内の農業者との連携で実施している、地産地消・6次産業化の商品開発の取り組みに関してもお話され、原材料を受け入れる側から見た農業者への要望・課題を提起いただきましたが、これは千葉県ならずともどこの地域でも同様な事が言えることで、ある程度の量と品質の生産物を安定的に提供できるかが、食品会社との連携で課題になることが改めて確認できたと思います。

<受講者の研修での様子>

一見、農業とは縁のないように思える大手ビール会社が、予想外に農と近いところに存在していることに改めて気がついた人が多かったようで、質問も多方面に渡りました。

【研修の結果】

企業でも農業者でも事業経営に当たっては経営理念がいかに大切かを認識することができました。また、大手企業といえども食の出発点である農を重要視しており、6次産業化への取組に当たっては、受け手である食品会社（2次産業者）から見ると、1次産業者の農の取組姿勢が未だ十分でないことが指摘されました。上記の重要と思われるポイントの習得と合わせて、実りが多かったと思います。



【受講者の声】

■サッポロビール株式会社 千葉工場

お忙しい中、時間を調整していただき、また貴重なお話を伺うことができ、とても感謝しています。
実際に取り組まれた事例がとてもわかりやすく、熱い想いを聞くことができ、とても良かった。
サプライチェーン、バリューチェーンといった用語への理解が不足している中でのファシリテーターの先生から研修の視点を事前に与えられても、今一つ理解が進まなかった。 （サッポロビールでなく全体について）商品開発の手法（コンセプト作り）など大手企業の話は刺激的でした。品質管理手法など小資本の農業者にどう落とし込むのか考え所だと思う。
現場の最前線で働く方々、皆さん一様に企業への誇りが感じられました。すべての人が同じ想いで、こだわりをもっているからこそ、企業として成功されているように感じました。復興に携わる福島県の職員にも、一人一人の高い意識と強い想いが重要と再認識でき、非常に有意義でした。
企業理念やフィールドマン等の活動がとても参考になりました。外部には秘密にしたい商品開発の過程も教えて頂き勉強になりました。
サッポロビールでは質問時間が短かったです。望月さんの話はとても参考になりました。 （他の人もですが、今回のテーマから特に）成功事例の話はいつも後付けのことがほとんどですが、今回は企画から苦勞されていると理解できました。
日程調整の難しいフィールドマンの方をはじめ、皆様に丁寧にご教授いただきありがたかったです。
どれも大変勉強になる内容ばかりでしたが、特に望月さんの商品企画開発のお話が興味深かった。 まさにマーケティングがどのように商品につながっているのかを理解できた。もっと長い時間お話がききかったという点だけ残念だった。
大変詳しく御説明いただき有難うございました。製造の部分だけでなく、原料関連やブランド関連につきましてもパワーポイントの資料を頂ければ有り難かったです。
ビール工場という、オートメーション化の進んだ近代設備の裏（？）側にフィールドマンという血の通った人間の姿を見せて頂き、ファンになりました。質問時間がもう少し欲しかったです。

■米屋株式会社 第二工場

食品製造業者側から見た「6次化」の課題を率直にお答え頂き、ありがたかったです。生産サイドとのこのような溝を埋めていくことが行政支援として必要なことではないかと感じました。
当日も提案しましたが、総本店の売り方を見学すべきと感じました。こだわった商品開発で、店頭でどう売っているのか。ここまで見学して研修になります。残念です。
伝統を守りながら、新しいことも取り入れていく姿勢がすばらしい。発想の転換による新商品アイデア参考になりました。
農家による6次化等では目にすることのない商品規格書や品質保証の具体的な資料を提示していただけて良かったです。参考としたい。
徹底した品質、衛生管理がなされていることが体験できた。商品規格書をみて工業ベースで食品加工を行うリスク管理の重要性を感じた。新商品開発や国産原料利用のコストなど、もっときいてみたい部分が多かった。
大変詳しく御説明いただき有難うございました。もう少し時間があれば良かったのかという気がします。
今回私たちのために普通では見せていただけないところまで見せて頂き、大変有り難かったと思います。
細かいところまで教えて頂けたので、とても参考になった。企業の理念がしっかりしていて素晴らしいと思った。社員の方へしっかり教育がされているところはすごいと思った。
菓子生産は農業者が取り組む事例として多いものなので、原料の宅日性確保、商品開発コンセプトなど学ぶ点が多かった。
食という命を預かる産業であるという自覚と覚悟を見せつけられました。お客様の“安心”という信頼に応えるべく安全を徹底的に突きつめる最大の努力を払うその姿に感銘を受けました。 討議、意見交換の時間がほしかったです。

1コース(東京会場)平成 25 年 11 月 20 日(水)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月20日 (水)	㈱農業総合研究所(スーパーマーケット内売場)	10:00 ～11:30	実地研修	・実地研修：南 陽介 氏 (株式会社農業総合研究所) ・座学研修：及川 智正 氏 (株式会社農業総合研究所代表取締役 CEO)	松本 謙 氏 (株式会社ファーマーズフォレスト 代表取締役社長)
		14:00 ～16:30	流通・小売(仕入・販売)に関する座学研修		
		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

㈱農業総合研究所(スーパーマーケット内売場) 代表取締役 CEO 及川智正氏より、事業概要、農産物のステークホルダーに対しメリットを提供する『都会の直売所』の仕組み、集荷機能、顧客への訴求方法、今、消費者が農産物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。

農業者が価格設定・販売先選択ができ、収入安定につなげられる事業戦略、集客効果をもたらすような棚作り、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】

■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。

【研修の実施状況】

今回、株式会社農業総合研究所にて実地研修を実施しました。

まず、午前中、実施研修として、講師として株式会社農業総合研究所 南陽介氏に、流通・小売の現場における集荷機能、顧客への訴求方法など現場のノウハウ・こだわりを学ぶべく、ダイエー新浦安店内の先方の売場を視察しました。

その後、バスでパソナグループ本部(東京)へ移動し、午後は講師として株式会社農業総合研究所代表取締役 CEO 及川智正氏に、流通・小売(仕入・販売)について、事業概要、農産物のステークホルダーに対しメリットを提供する『都会の直売所』の仕組み、集荷機能、顧客への訴求方法、今、消費者が農産物に何を求めているか等についての座学研修を実施しました。

最後に質疑応答・意見交換会を実施、この日の研修を終了しました。



南陽介氏(株式会社農業総合研究所)



及川智正氏(株式会社農業総合研究所)



松本謙氏(株式会社ファーマーズフォレスト)



【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】

当該研修先においては生鮮を中心とした地域スーパーにおける産直インショップの展開という流通の選択肢を学習しました。生鮮の流通は、系統共販流通の他に、契約流通、直売所への出荷などの小規模流通という選択肢が存在しますが、今回の研修先事業は、地域スーパーでの直販ルートを網羅的に展開する、従来の流通形態にない中規模流通の本格的な展開事例であることが最大のポイントといえます。

当該企業の事例は、スーパーのインショップという薄利な事業フローでありながら、エリアを網羅する販路シェアを確保することで、企業、参加生産者ともにメリットを享受する仕組を構築しており、そのエリア的な販路カバーと、物流拠点を核としたその集荷配送システムは、農産物サプライチェーンの新たな可能性を提示したものであったと考えます。



【研修の結果】

産地間の中規模な流通形態のビジネスモデルに対する普及指導員の関心は高く、皆さんが熱心に質問しておられました。及川社長の熱意もあって、有意義な講義研修であったように思います。

参加した普及指導員は、生鮮の流通という馴染みの多い事例であり、且つ、産地間の中規模な流通形態の新しいビジネスモデルに対する関心は高く、非常に興味深げに研修を受けておりました。現場でも座学においても活発に質疑が展開され、各自が地元地域の流通事情と重ね合わせて、熱心に学習されていました。

【課題・その他】

現場実習を踏まえた上で、経営者による戦略的な展望についての座学というセット学習であったため、その場で疑問が解決できるカリキュラムとなっていました。当該研修の結果としては、産地間中規模流通という新たなサプライチェーンの可能性と、実際の先進的な取り組みを垣間見ることが出来たようであり、これからの農産物流通の選択肢の多様性について各自が実態感した研修になったように思います。

【受講者の声】

■株式会社農業総合研究所

現場を見ることができたおかげで、具体的な流れを理解することができた。インショップとのかかわりがあるので是非参考にさせていただきたいと思います。農業総合研究所さんが山形に進出したら山形の農業がかわると感じました。
大変ためになる研修でした。
普及指導員として栽培技術支援に携わっていますが、生産者のモチベーションの維持に苦慮しています。自らの経験をもとに、生産者にありがとうが届くシステムをつくられた及川さんの講義を受け、今後の活動のヒントが得られたように思います。
売場のPOP等参考になる点がほしかった。流通関係など興味深い話で、帰ってからも活用したい。
目からうろこの話が多くて、衝撃の連続でした。山口の産地はとても小さいところが多いのですが、今回のシステムが取り入れられると、みんなにとって良い関係が築けると思いました。是非山口にも参入してください。意見交換の時間がまだ長くても良かったと思います。
楽しい御講演ありがとうございました。
大変興味深く参考になりました。
ダイエーの店舗担当者から設置しているコーナーについての意見、感想を聞きたかったです。量販店にとってのメリット、デメリットについて生で聞ければと。
(及川先生) DVDの中で「集客力120%」と説明がありました。それに向けての努力、具体的な手法についてお知らせ頂ければと思います。
貴重なお話を伺いありがとうございました。今後もし指導をお願いします。
メモしながら受講したいので、できれば資料は事前に配布していただきたいです。

1コース(東京会場)平成 25 年 11 月 21 日(木)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月21日 (木)	(株)ライフコーポ レーション	13:00 ～13:20	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 レーション首都圏販売 促進部、1級販売士)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		13:20 ～15:20	実地研修		
	大丸東京店 (株)フレッシュワ ン、(株)明治屋売場)	15:30 ～16:00	流通・小売(仕入・販売) に関する座学研修	・座学研修： 星加 嘉弘 氏 (元・大丸松坂屋百貨 店 本社食品部長)・ 実地研修①： 堀内 靖之 氏 (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) ・実地研修②： 布施 兼司 氏 (株式会社明治屋 小 売事業本部八重洲口ス トアー店長)	
		16:00 ～17:00	実地研修		
		17:00 ～17:30	意見交換会		

【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

首都圏販売促進部1級販売士宮川誠一氏より、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、食育活動等について、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棚作り、農産物の見せ方、POP等の手法を習得して頂きます。

■大丸東京店(株)フレッシュワン、(株)明治屋)

元・大丸松坂屋百貨店本社食品部長星加嘉弘氏より、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)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。

【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。

■大丸東京店(株)フレッシュワン、(株)明治屋)

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。

【研修の実施状況】

今回、午前中に株式会社ライフコーポレーションにて実地研修を実施しました。

まず、講師として(株)ライフコーポレーション首都圏販売促進部1級販売士宮川誠一氏により、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の座学研修を実施しました。

その後、バスで移動し、実地研修として、上記の座学で話されたことが実際にどのように取り組まれているかを学ぶべく、(株)ライフコーポレーション江北駅前店を視察しました。

午後は、大丸東京店(株式会社フレッシュワン、株式会社明治屋)にて実地研修を実施しました。

まず、パソナグループ本部(東京)にて、講師として元・大丸松坂屋百貨店本社食品部長星加嘉弘氏により、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の座学研修を実施しました。

続いて、星加嘉弘様同行のもと、徒歩にて大丸東京店へ移動し、実地研修として、大丸東京店(株)フレッシュワン、(株)明治屋売場の視察及び、講師として(株)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、(株)明治屋小売事業本部八重洲口ストアー店長布施兼司氏により、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の座学研修を実施しました。

最後に、徒歩にてパソナグループ本部(東京)へ戻り、質疑応答・意見交換会を実施、この日の研修を終了しました。



宮川誠一氏(株式会社ライフコーポレーション)



星加嘉弘氏(元・大丸松坂屋百貨店)



【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】

■株式会社ライフコーポレーション

座学と実地研修の両面から、いわゆるスーパーマーケットの展開についての講義が実施されましたが、特にこの講義でのポイントは“売場の作り方（見せ方）”に重きを置いていたため、直売所を想起しながら拝聴できる講義でした。ただ単に陳列すればいいという考えは払拭されたと思います。

■株フレッシュワン

こだわりのある一次産品を扱う売場を拝見し、その後、店長のお話を聞きましたが、商品を扱うポイントの1つとして、「旬の前と後」というのは、受講者にプラスになったと思います。前半のスーパーマーケットと同じ小売でも扱う量やこだわり、見せ方、顧客によるアプローチ手法など、比較でき参考になったのではないのでしょうか。

■株明治屋

フレッシュワンと隣同士の店舗であり、グロッサリーなどを主に扱う店舗であったが、同じ環境で取り扱う商品アイテムが異なることで、どう対応が異なるかは非常に勉強になったのではないかと思います。また、同じ明治屋であっても、東京駅という立地のため、売れ筋が異なることも、地方のキーステーションで展開する際の参考になったと思われます。



【受講者の研修での様子】

今回は実地研修と座学を組み合わせていたこともあり、自分の地域の産品が扱われているかどうか、そして、扱われている場合も、その品質を細かくチェックしており、専門家としての気付きがあったようでした。

また、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ます。

【研修の結果】

座学において、「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大切なポイントが訴求されました。また、座学と実地研修の組み合わせと、同じ小売でも業態が異なる組み合わせのプログラムにされていたことは、受講生の頭の中で、業態毎の考え方、ターゲット、ターゲットに対する手法の比較検討ができ、とても有意義だったと思われます。この講義を無駄にしないためにも、しっかりと環境分析をし、どういうマーケティングをしていくかを組み立てていくことが大事だと思われます。

【受講者の声】

■株式会社ライフコーポレーション

普段、何気なくスーパーへ行くことが多かったのですが、色んな仕掛けがあるのだなと思いました。とても勉強になりました。
座学+見学がセットでとてもよかったです。
短時間に要点を絞ってご教授いただき有り難かった。スーパーと百貨店を比較することができてよかった。
大変勉強になりました。
貴重なお話を頂きありがとうございます。スーパーマーケットではいかにお客様に満足してもらい、また買ってもらうかを努力されていることを学びました。
売場の外周だけ見学しましたが、中心部のコーナーを見て、調味料や加工品等の売りを学びたかった。もう少し時間をとって欲しいです。
現地で先生の声が聞き取りにくかったような気がします。
対話形式の講義で面白かったです。とても勉強になりました。商品開発を行う上でヒントがもらえました。
POP等の技術について、現場を見て体感しながら学べて非常に勉強になった。スーパー、直売等を巡回する際の参考としたい。
理論からノウハウまでおしえていただき、大変参考になりました。地域で生産された農産物が店頭までどのような流れでとどいているか、という視点と販売のノウハウを直売所で活用したいという2つの視点で見ることができました。

■大丸東京店（株式会社フレッシュワン・株式会社明治屋）

スーパーでの棚作りとの違い（客層に合わせた動線の確保）など、具体的な戦略について店舗責任者よりお話を伺えて良かった。
大変詳しく教えて頂きありがとうございました。
現場で説明を受けると、改めてじっくりお店を見て回りたくなります。研修後、自分で行ってみます。ライフと大丸とで商品、価格に差がどの位あるのか？お客にあわせがちがいを知るために、調味料などテーマを持って比較してみるのもおもしろい。例えば、ライフのオリーブオイルは3種類でボスコなど、大丸は6種類で高級メーカー、量も少ない。など
貴重なお話をありがとうございました。百貨店で販売の苦勞を学ばせてもらいました。大丸ではなんと金時を取り扱って頂き、感謝しています。今後共、ご指導よろしくお願い致します。
スーパーと百貨店の戦略のちがいが理解できた。
＜座学＞御自身が“大丸”として話しているのか“農援隊”として話しているのか混乱する場面がしばしばあった。
本来口外してはいけないようなことまで教えて頂いて大変勉強になり有り難かったです。ご多忙中ありがとうございました。
座学と見学がセットされていてとてもよかったです。
現場に近いお話が聞けたのでとても参考になりました。東京の大丸へ商品を出す夢が持てました。

1コース(東京会場)平成 25 年 11 月 22 日(金)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月22日 (金)	パソナグループ 本部(東京)	9:00 ～12:00	グループワーク	二瓶 徹 氏 (一般財団法人食品産業 センター振興部)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		12:00 ～12:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ	

【研修の狙い】

実際に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、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。
また、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。

【研修の実施状況】

まず、ひとつめのテーマとして「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を立てる) のグループワークを実施しました。
続いて、ふたつめのテーマとして「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広
がりの観点から)」のグループワークを実施しました。
最後に、事務局より閉会挨拶と諸連絡をし、本研修を終了しました。

【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】

「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を立てる) のグループワークにおいて、今回両グルー
プとも「矢切ねぎ」の題材を選択しました(他には「練馬大根」があり)。
この講義のポイントは、1つの産品を6 次化するにあたって、①まずは、
自分で考える、②グループ内で SWOT をシェアする、③シェアしたもの
をグループ内でアイデアを創造し、落としどころを見つける、④グルー
プ間でアイデアをシェアする、ことである。このことにより、研修会后、
地域に帰り、1 人で一から6 次産業化を計画しやすくなると思われます。
続いて、「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広がりの観
点から)」のグループワークにおいて、初日に本研修会に臨むことや、6 次
産業化の課題など、個人としての意見、そしてそれぞれ受講者の意見を
シェアしましたが、研修会を通して、自分がそしてその他受講者が意識が
変わり、かつ知見を得ることができたか、さらに共有することが重要で
あり、プラスになったと思われます。

【受講者の研修での様子】

両グループワークの狙いどおりの姿勢で臨んでいたと思われます。同じ
テーマであっても、それぞれ独創的なアイデアを創造し、6 次産業化を
主体に街づくりまでの提案がありました。このアイデアはおそらく、矢
切ねぎの産地の行政にとっては、非常にプラスになる街づくり計画の材料
になったと思われます。

【研修の結果】

今回の受講者の特徴は、わりと和気あいあいとした雰囲気があり、最終
日のグループワークのアイデア創造は、それまでの講義を十分活かしつ
つも、観光や婚活などにつなげ、6 次産業化を中心にした街づくりまで広
げていたことは評価できますし、大きなアイデアを会得したと思われま
す。また、先に記載したように「6 次産業化＝加工」という認識している
方がいらっしまったので、それは今回で払拭されたことだと思われます。



二瓶徹氏(一般財団法人食品産業センター)



2 コース(東京会場)

平成 25 年 11 月 25 日(月) ～ 11 月 29 日(金)

1 派遣先企業等

パルシステム生活協同組合連合会(株式会社パル・ミート)
アサヒビール株式会社
花王株式会社
国分株式会社

2 研修期間

平成25年11月 25 日(月) ～11月29 日(金) (5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 25 年 11 月 25 日 (月)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月 25 日 (月)	パナソングループ 本部 (東京)	13:00 ～ 13:20	オリエンテーション、 趣旨説明	株式会社パナソ	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		13:20 ～ 14:50	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)	
		15:00 ～ 16:30	商品開発に関する 座学研修	今村 哲也 氏 (元・花王研究開発部 門理事)	
		16:30 ～ 17:00	個人ワーク	二瓶 徹 氏 (一般財団法人食品産 業センター振興部)	
		17:00 ～ 17:45	グループワーク		
		17:45 ～ 18:00	事務連絡・質疑応答	株式会社パナソ	

【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。

■商品開発に関する座学研修

「商品開発手法とフロー 製造業のモノづくりの実態に学ぶ」
「マーケティングの基本構造、手法の実践 ヘルシア緑茶の開発と新規事業の挑戦」
として、商品開発について研修を実施します。

■個人ワーク

本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか (目標設定・アクションプラン) について個人ワークを実施します。

■グループワーク

グループワークもしくは全体にて、自己紹介、担当の仕事、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。

【研修の実施状況】

オリエンテーションにて事業の趣旨などについて説明の後、民間企業等派遣研修会のポイント (6 次産業化とサプライチェーン研修) として、講師に食と農研究所代表加藤寛昭氏を迎え、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した。

続いて、商品開発についての研修として、講師に、元・花王株式会社執行役員ヘルスケア事業本部長今村哲也様を迎え、「商品開発手法とフロー製造業のモノづくりの実態に学ぶ」, 「マーケティングの基本構造、手法の実践 ヘルシア緑茶の開発と新規事業の挑戦」の 2 テーマで研修を実施しました。続いて、個人ワークとして、ファシリテーターに一般財団法人食品産業センター振興部二瓶徹氏を迎え、本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか (目標設定・アクションプラン) について個人ワークを実施しました。

続いて、グループワークとして、引き続き、一般財団法人食品産業センター振興部二瓶徹氏にファシリテーターをご対応頂き、グループワークもしくは全体にて、自己紹介・担当の仕事・本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか 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した。

最後に、質疑応答、及び、明日以降の実地研修について、5 日目のワークショップのテーマ提示、研修会後に提出していただく報告書類のフォーマット提示等、事務局から説明しました。

【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】

民間企業等派遣研修会のポイント (6 次産業化とサプライチェーン研修) の講義において、

- (1) フードチェーンの流れの把握
- (2) 生産者が 6 次産業に取り組む現状と課題の整理
- (3) 6 次産業先進事例を知る

の 3 点が主に訴求されました。食品の物の流れの構図を理解でき、実際に取り組まれている事例をその構図に当てはめ読み解くことで、課題などが浮き彫りにされました。また、6 次産業化を成功に導く構図なども説明され、理論だけでなく実践の活用できる内容となっており、受講者にはフードチェーンと 6 次産業を進めるにあたっての基本が学べ、且つ、本研修において民間企業で研修を受けていく際の視点や心構えなども訴求された講義でした。



加藤寛昭氏(食と農研究所)



今村哲也氏(元・花王研究開発部門)



二瓶徹氏(一般財団法人食品産業センター)

続いての商品開発の講義において、大手企業が取り組む製品開発やブランド戦略の考え方を教授できたのは、最大のポイントでした。地域資源ありきで開発等をするのではなく、売れるものをどう作るか。おそらく、他ではなかなか聞けない内容で非常に重要だったと思われます。

【受講者の研修での様子】

今村氏の商品開発の講義において、事前に事務局から受講者に対し「大手企業だからできるということではなく、その中からヒントを得てください」と伝えられていたので、そこは置き換えて考えていたと思われます。

【研修の結果】

会得した内容は上記のポイントになりますが、特に今村氏は知る人ぞ知る専門家の方ですので、本研修会終了後も相談するなどつながりを持てた人的財産も研修結果から得られたものではないかと思います。



【受講者の声】

研修会場が鏡ばりで緊張しました。

パワーポイント資料は、カラーで用意してほしい。

加藤先生のマーケティング活動の様式まとめやすい。

グループワークの時間が短かったと思う。

1日目に SWOT 分析の練習ができればよかった。

初日から企業へ研修でなく、6次産業に対する現状、事例を聞くことができ、明日からの研修の心構えができよかったです。

マーケティング研修も受けているが、忘れ去ってしまっているものあり、スワット分析などせっかく受講したものの、活かしてなかった。反省しました。

2 コース (東京会場) 平成 25 年 11 月 26 日 (火)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月26日 (火)	パルシステム 生活協同組合 連合会 (株式会社パル・ ミート)	10:00 ～ 12:00	流通・小売（仕入・販売） に関する座学研修Ⅰ	・高久 祐子 氏 (パルシステム生活協 同組合連合会 管理本 部 共同人事推進室)	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代 表)
		13:00 ～ 15:00	流通・小売（仕入・販売） に関する座学研修Ⅱ	・藤木 好宏 氏 (株式会社パル・ミート 習志野事業所 所長)	
		15:00 ～ 16:30	実地研修	・小田 暁載 氏 (株式会社パル・ミート 商品部 商品開発課) ・江川 淳 氏 (株式会社パル・ミート 商品部 部長)	
		16:30 ～ 17:30	意見交換会	・宮原 雅仁 氏 (株式会社パル・ミート 品質管理部 課長)	

【研修の狙い】

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、株式会社パル・ミートの事業担当者より、安心安全な牛肉・豚肉の精肉を主体に、国内産直産地との連携、食味を重視した高品質の製品を製造加工、HACCP に準じた厳格な衛生管理基準について、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、安心安全、且つ「おいしい」 を追求した畜産物の製造加工、品質・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（株式会社パル・ミート）

パルシステムグループは、首都圏を中心とした 1 都 9 県で活動する会員生協（地域生協）とパルシステム生活協同組合連合会、パルシステム共済生活協同組合連合会、子会社で構成された事業連合です。その中でパルシステム生活協同組合連合会は商品開発、カタログ企画、物流管理、商品検査、システム開発、データベース管理、営業支援等を担っており、組合員に安心・安全な食材・商品を提供するための後方支援を行っております。

株式会社パル・ミートは 1979 年設立、産直産地の安全で新鮮な国産肉と化学合成添加物を使用しない肉加工品の製造と卸を目的に、産直産地の原料肉仕入れと原料管理、牛・豚の精肉加工、ハム・ソーセージ等の製造加工等を行い、取扱商品はパルシステム生活協同組合連合会に出荷しています。

【研修の実施状況】

今回、パルシステム生活協同組合連合会の子会社である株式会社パル・ミートにて実施研修を実施しました。

まず、ファシリテーターの食と農研究所代表加藤寛昭氏より導入を実施した後、講師としてパルシステム連合会管理本部共同人事推進室高久祐子氏に、パルシステムグループの概要についての座学研修を実施しました。続いて、講師として㈱パル・ミート習志野事業所所長藤木好宏氏による、株式会社パル・ミート習志野事業所の概要についての座学研修を実施しました。

続いて、工場視察での注意事項説明後、2 グループに分かれ、一方は実地研修として精肉・加工工場を視察、一方は、講師として㈱パル・ミート商品部商品開発課小田暁載氏による、㈱パル・ミート山形事業所の概要の座学研修を時間交代で実施しました。

昼食の後、講師として㈱パル・ミート商品部部長江川淳氏による、株式会社パル・ミートの役割と機能についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として㈱パル・ミート品質管理部課長宮原雅仁氏による、畜産物の品質管理基準・その取り組みについての座学研修を実施しました。

最後に、全体を通しての質疑応答・意見交換会・研修のまとめを実施し、この日の研修を終了しました。



加藤寛昭氏(食と農研究所)



高久祐子氏(パルシステム生活協同組合連合会)



藤木好宏氏(株式会社パル・ミート)



江川淳氏(株式会社パル・ミート)



宮原雅仁氏(株式会社パル・ミート)

【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】

生活協同組合の事業と運動に対する理解の促進を図る事を狙いに講師陣を配置して頂きました。同時に個配事業で急成長したパルシステムの畜肉加工を担当する直接の子会社(株)パル・ミートにおいてその使命と現状の説明を受け、更にその工場の見学を通じて研修を受けました。下記に重要と思われたポイントを記載します。

- ・生活協同組合と一般企業（株式会社）との違いが明確になりました。
- ・パルシステムの目指す農との連携構築のあり方を学べました（バリューチェーンの確立）。
- ・畜肉加工における商品開発の進め方や衛生管理の実態を見学・研修ができました。また安全、衛生管理の展開に関しては、大手流通業者も見学に来場する等、細部に渡って総合的な管理体制が確立されていることを学べました。例えば、従業員一人ひとりのブラシが配布されており場内に入る前から異物混入防止策が徹底されていることなどは他では見られない取組でした。

また、製品開発においては、一切の食品添加物、着色料等を使用しないとの規格のもとで進められている現状を知り生協の求める品質の要求水準を知ることができました。

- ・パルシステムが単なる“もの”だけを要請しているのではなく常に消費者サイドの要求と生産者側の事情を考慮に入れた取引を実践し、地域の活性化に取り組んでいることを知ることができました（産地との包括協定を結んで取引、産直交流会の開催など）。

- ・早くから、飼料米の活用に取り組み、いわゆる“こめ豚”の飼育とその商品化に取り組んでいる実態を聞き、単なる物作りだけでなく、日本の食料自給率向上といった大きな課題に取り組んでいる現状を知ることができました。同時に、その価格設定に関しては生産者の再生産が可能な原価を受け入れていることも知ることができました。

パート社員の起用に関しては、例えばパート社員にも退職金を支給するなどの施策を導入しており、単なる安い労働力の調達といった面だけでなく、企業の社会的責任の遂行といった取組を実践していました。

以上の事によりパルシステムがいかに農業者との取引において、バリューチェーン構築に当たって、供給者と受けて双方の適正利潤の配分念頭に取り組んでいるかが良く分かったと推測されます。

【受講者の研修での様子】

質問は積極的に行っており積極的に研修に参加していました。



【研修の結果】

農産物の受け手である生協が、どんな品質の商品を要望しているかが把握できました。また、生協における要求品質の水準と商品開発における安全、安心への取組の現状を認識できました。

(株)パル・ミートでは、原価の計算まで答えて頂けるなど、全てをオープンにして頂いたことが印象的でした。

【受講者の声】

競争下での戦略について、様々な手法や計画を持ち、実践されている事に関心しました。現場（我々の対象である農業者）に対しても、利用活用可能なものが多く早速取り入れたいと思います。ありがとうございました。

ファシリテーターがまとめてくれるので研修内容がよく整理できた。工場見学はフルオープンでなおかつ熱く語ってもらってよかった。

品質管理や流通システムを学ぶ上では参考になる話はたくさんあった。欲を言えば、肉だけの深い分野より菓子加工や日配品加工に関する商品企画等についても話を聞きたかった。(6次産業化を学ぶ目的のため)

1日という長いスケジュールの中、概要から工場見学まで様々な研修を受けることができ、非常に有意義なものでした。食肉工場見学は初めてだったので、興味深く拝見しました。衛生管理面では大変参考になりました。

工場内を時間かけてご案内いただきとても参考になりました。白衣も自分で着用してみて毛髪を混入させてないための工夫を実感できました。

箱やそうじ用具などを色分けして管理する工夫や移動棚の利用は、農業の生産・加工現場でも簡単に活かそうだなと勉強になりました。

2 コース (東京会場) 平成 25 年 11 月 27 日 (水)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月27日 (水)	アサヒビール(株)	10:15 ～ 11:15	実地研修	・古橋 良一 氏 (アサヒビール株式会社 茨城工場 品質管理部 部長) ・神保 英一 氏 (アサヒビール株式会社 茨城工場 品質管理部 担当副部長)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		11:15 ～ 12:20	飲料製造・商品開発に 関する座学研修		
		12:15 ～ 12:45	意見交換会		
	花王(株)	14:30 ～ 16:00	商品開発・マーケティ ングに関する座学研修	・安川 拓次 氏 (花王株式会社 フード &ビバレッジ事業グ ループ長 執行役員) ・吉本 弥生 氏 (花王株式会社 ヘル スケア食品研究所)	
		16:00 ～ 17:00	実地研修		
		17:00 ～ 17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■アサヒビール(株)

アサヒビール茨城工場にて、アサヒグループの事業範囲や国内酒類事業の推移について、主力商品のビールを中心とした、酒類・飲料品製造へのこだわりや品質管理・衛生管理の手法について、見学を含めて研修を実施します。

6 次産業化の飲料商品にも活用できる、美味しさを追求した飲料製造・品質管理・衛生管理の手法を習得して頂きます。

■花王(株)

フード&ビバレッジ事業グループ長安川拓次氏より、企業理念・概要、商品開発へのこだわり、マーケティングを踏まえどのように特定保健用食品等の食品の商品開発を行っているか、また、ヘルスケアリサーチセンター（研究開発部門）、花王ミュージアム、お客様サービスセンターで、どのように商品開発研究がなされているか、品質・衛生管理、お客様の声をいかに取り入れ満足度向上をさせるか等について、見学を含めて研修を実施します。

商品の付加価値付けの必要性和特保食品の可能性の把握、農業者が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を習得して頂きます。

【企業概略】

■アサヒビール株式会社

アサヒビールは、全社員が“お客さまに「うまい!」と言っていただける商品を提供する“という原点に立ち返り、“価値の提供で選択される企業”を目指しております。ビールを中心とした、幅広い酒類のラインナップの展開を通じて、お客様の生活を豊かにしていきたいと考えております。

■花王株式会社

花王株式会社は1887年創業、「よきモノづくり」をコンセプトに4つの事業分野で暮らしに身近な製品から工業用製品まで、幅広い製品を製造しています。食品に関する研究も重ね、1990 年以降は、機能性を持った食品（ヘルシア等）の製造も行っています。

【研修の実施状況】

今回、午前中にアサヒビール株式会社にて研修を実施しました。

まず、実地研修として工場内を視察しました。

続いて、講師として茨城工場品質管理部部長古橋良一氏による、茨城工場の取組・特徴等についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として茨城工場品質管理部担当副部長神保英一氏による、酒類・飲料品製造へのこだわりや品質管理・衛生管理の手法等についての座学研修を実施しました。実地研修を含め、酒類・飲料品製造へのこだわりや品質管理・衛生管理の手法等について訴求いただきました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、先方での研修を終了しました。

バスにのり、先方を後にし、午後は花王株式会社にて研修を実施しました。

まず、講師として執行役員ヒューマンヘルスケア事業ユニットフード&ビバレッジ事業グループ長安川拓次氏による、企業理念・概要、商品開発へのこだわり、マーケティングを踏まえどのように特定保健用食品等の食品の商品開発を行っているかについての座学研修を実施しました。

続いて、実地研修として、花王ミュージアム、ヘルスケア食品研究所、エコーシステムの視察を行いました。エコーシステム含むヘルスケア食品研究所の視察では、講師としてヘルスケア食品研究所吉本弥生氏にご説明をいただきました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、この日の研修を終了しました。



安川拓次氏(花王株式会社)



二瓶徹氏(一般財団法人食品産業センター)



【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】

■アサヒビール株式会社

人口動態や消費者の嗜好変化に伴う取り組みがポイントとなりました。また、工場見学の案内をする社員の方の対応などは、地域の生産者等がお客様にどう接し、どう見せたらいいか、講義ではなかったが、参考になったと思われます。

■花王株式会社

今村氏の講義にあった製品開発とブランド戦略をベースに、技術力と戦略をどう結び付けているか、化学メーカーが食品産業に参入しどこに留意し成功したかなど、重要なポイントとなりました。

【受講者の研修での様子】

両講義とも積極的に受けていました。客観的に観て圧倒されていたような気もしますが、日本が置かれている変えられない潮流にどう対応しているかなど、積極的に質問をしていました。

【研修の結果】

上記のポイントが会得できたと思いますが、消費者の生活を変えず、必要にしている商品を開発するというコンセプトは、当たり前のようにそうでないポイントであり、改めて気づきがあったのではないかと思います。



【受講者の声】

■アサヒビール株式会社

もう少し質疑の時間をとっていただきたいです。
鮮度にこだわり商品改善し、おいしいビールづくりをされていることがよくわかった。消費者にはほとんどわからないことでも、少しでもよいものをというこだわりは製造者に必要なことだと思った。また製造工程全ての段階において各検査を行っていることにはびっくり。
品質管理を含めた、ブランド力向上はよくわかったが営業からの事業担当について知りたかった。
普段対応している農家の加工場と違い製造現場はほぼ機械で行い、人は監視・管理にいただけの大工場で圧倒されましたが一定の品質で安全なものを確実に消費者に届けるために工程ごとに検査、確認を徹底して行ったり、よりおいしさを追求するところに人の力が必要であることを感じました。
商品の特性を知ること、そしてそれを追求していくことがさらなる商品の売り上げを伸ばすことになるということが理解できた。
座学研修時間が短かった。

■花王株式会社

ヘルスケア食品研究所の設備が最先端のものであることがわかり勉強になりました。
商品開発にたずさわれた技術者ということでその熱意がすごく感じられました。あらためて、自信をもった商品づくりの上に、6次産業化があるということを感じさせられました。
花王の商品がこんなにたくさんあるということを改めて実感しました。長年にわたって販売されている商品がたくさんあり、それぞれシリーズ（ブランド）として確立されていて、消費者に認知、利用されていると感じました。生産者が商品開発することも、やみくもに商品を作るのではなく、コンセプトを決め、シリーズものとして展開していくことも検討したらよいと思いました。
機能性商品のPR販売について話をきくことができ、勉強になりました。
掘り下げて話をしてもらって大変参考になった。
課題がいつもあり、解決するための努力がよくわかった。
商品づくりを行う時の視点などを詳しく教えていただき、とても参考になった。販促やキャッチコピーの作り方などの話も興味深く、また私たちに参考になるようにと健康食品表示に関する直近の話題にも触れて頂きありがたかった。
大手企業の商品コンセプトの明確さと研究に感銘した。農業者がそこまではすることはできないが、もっと真剣に取り組むべきだと感じた。そのためにも、安易な気持ちでなく、自分のやりたいこと、目指すこと、消費者に届けたいことなどしっかりと考え明確にし取り組んでいくよう支援したいと思った。

2 コース (東京会場) 平成 25 年 11 月 28 日 (木)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月28日 (木)	国分(株)	10:00 ～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 営業推進部長)	(株)パソナ農援隊
		13:00 ～15:00	卸・物流に関する 座学研修Ⅱ	・三保 一心 (みほ かすみ) 氏 (国分株式会社 生鮮統括部 課長) ・小林 健人 氏 (国分株式会社 物流事業部 物流管理 リーダー)	
		15:00 ～16:30	実地研修	・阿部 敬嗣 (あべ たかし) 氏 (国分株式会社 低温・フードサービス 統括部課長(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кок三郷セ ンター長))	
		16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

営業推進部長千木良治氏等より、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。

【研修の実施状況】

今回、国分株式会社にて研修を実施しました。

まず、講師として営業推進部長千木良治氏による、国分株式会社の概要と機能について、及び、加工食品部門の特性と問屋の機能についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として生鮮統括部課長三保一心氏による、国分がすすめる「農産事業の取組み」についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として物流事業部リーダー小林健人氏による、国分の物流機能についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として、低温・フードサービス統括部課長（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кок三郷センター長）阿部敬嗣（たかし）氏によるご説明後、実地研修として、三郷流通センター内を視察しました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、この日の研修を終了しました。



千木良治氏(国分株式会)



三保一心氏(国分株式会社)



小林健人氏(国分株式会社)



阿部敬嗣氏(国分株式会社)



【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】

卸売業の機能の基本を抑えることができました。卸売業がいかに商品を展開させて消費者のもとに届けているかに触れることができたと思います。様々な商品の選定とラインナップ、有効な情報提供・提案、効率的且つ品質を維持した物流など幅広い事業展開を行っており、それぞれが付加価値を付けるために必要であり、それらを真摯に実践していることに感銘すら受ける内容だったと思います。

また、国分は農産部門を持ち、積極的に仕入れと流通・小売への働きかけを行っていることもポイントであり、農産物や農産加工品の仕入先・販売先や商品づくりの連携先、商品提案の仕方など、受講者の、指導の現場で活かせる内容が多く盛り込まれていました。

また、国分のポリシーや、仕入先・市場・流通小売業への想い、また、物流センター内も説明をしながら隅々まで案内されており、深い学びにつながったと思います。

【受講者の研修での様子】

卸売業という普段接点が少ないが大きい流れを作っている業態についての研修ということもあり、理解を深められ、得るものが多かったように思われます。また、農産部門の講義では、自らの業務に結びついたお話が多く、自分の地域の産品について質問したり、商品提案手法など気付きも多い様子で、積極的に講義に参加していました。

【研修の結果】

上記のポイントが習得できたと思うとともに、業態は違えど仕入れから消費者に届けるまでを実践しているパルシステムと合わせて考えることで、農産物・農産加工品の生産と販売に活かせる大切なポイントが見えてくると思われます。

また、受講者は講師へも積極的にアプローチしていた様子でしたので、そのネットワークが今後の地域農業の活性化につながっていくのではとも思います。



【受講者の声】

知りたかった問屋の機能について知ることができ大変満足した。特に三保さんの農産部門については今後仕事でお付き合いできる可能性があり、知ることができてよかった。小林さんの物流機能については少し専門的すぎたので、内容は1Hくらいで初歩的な内容に限定した方が良かったと思う。
仲卸業者の実態や市場、小売店に対する考え方について、話をきける良い機会になりました。勉強になりました。
JAの生産部会では仲卸や小売業者からの市場ニーズや産地への要望を聞くことはあったが、問屋の取り組みについてお話を聞くことができてとてもためになった。問屋が一次農産品を使った商品提案の事例が大変参考になった。
問屋という仕事と商品がどのようにして消費者のもとに届いているのかがわかりました。私の対応している加工グループ等では問屋を通して流通させられるような規模のところではありませんが、セット商品、ギフトなどいろいろな提案の仕方が勉強になりました。
農産物や農産加工品の販売先や商品づくりの連携先、商品形態などこれからの販売展開のヒントをたくさんいただきました。農産品とお酒（またはジュース）という売り方にはなるほどと思いました。地元で真似するにはまだ課題がありますが、考え方のヒントとして農業者へ伝えたいと思いました。
卸が担っている役割が物流以外にも多方面にわたっていることが今回の研修でよく理解できた。またそのノウハウを活用した新提案が新たな物流をつくりだし、WINWINの関係になると思う。
物流よりも農産事業の取り組みの時間を多くとってほしかった。
御社の業務形態の変遷等もう少し詳しく知りたいと思いました。熱意あふれる姿勢に感心いたしました。ありがとうございました。当方「市場法」に不明な点多く、また業界用語が意味するニュアンスまでくみ取る事ができなかった事をはずかしく思う次第でした。
いろいろお聞きすると国分さんも手探りの説明だったとこのこと。また聞く側にも知識のばらつきがあったので、食品の流通について（国分さんに特化したものでなど）一般的、基礎的な活用があって→そのうち国分さんはこうだといった進め方の方がよかったと思われました。

2 コース (東京会場) 平成 25 年 11 月 29 日 (金)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
11月29日 (金)	パソナグループ 本部 (東京)	9:00 ～ 12:00	グループワーク	二瓶 徹 氏 (一般財団法人食品産 業センター振興部)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		12:00 ～ 12:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ	

【研修の狙い】

実際に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、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。
また、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。

【研修の実施状況】

まず、ひとつめのテーマとして「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を立てる) のグループワークを実施しました。
続いて、ふたつめのテーマとして「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広
がりの観点から)」のグループワークを実施しました。
最後に、事務局より閉会挨拶と諸連絡をし、本研修を終了しました。

【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】

「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を立てる) のグループワークにおいて、今回両グ
ループとも「練馬大根」の題材を選択しました(他には「矢切ねぎ」があ
り)。この講義のポイントは、1つの産品を6 次化するにあたって、①まず
は、自分で考える、②グループ内で SWOT をシェアする、③シェアした
ものをグループ内でアイデアを創造し、落としどころを見つける、④グ
ループ間でアイデアをシェアする、ことです。このことにより、研修会后、
地域に帰り、1 人で一から 6 次産業化を計画しやすくなると思われます。
続いて、「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広がりの観
点から)」のグループワークにおいて、初日に本研修会に臨むことや、6 次
産業化の課題など、個人としての意見、そしてそれぞれ受講者の意見を
シェアしましたが、研修会を通して、自分がそしてその他受講者が意識が
変わり、かつ知見を得ることができたか、さらに共有することが重要で
あり、プラスになったと思われます。

【受講者の研修での様子】

この週の受講者は、前回(1 コース(東京会場))と異なり、事務局から提
示された情報を頼りにアイデアを創造していたと思われますが、それぞ
れのグループの特性を活かしたアイデアを創出していたと思われます。

【研修の結果】

受講者の課題として、普及指導員として地域に戻って、コーディネートで
きるかということが挙げられていましたが、SWOT 分析手法を会得した
ことは、どの産品にかかわらず活用できるので、今後に活かせるのではな
いかと思われます。
また、受講者の中から「普及指導員が SWOT 分析など、環境分析を知ら
なかったのが驚いた」という意見を頂きましたが、栽培指導等を専門に
している普及指導員ですが、その産品を売るためにはどうしたらいいかを
考えていかないと農業は活性化しないことから、この視点の講義は必
要不可欠だと思われます。





3 コース (東京会場)

平成 25 年 12 月 9 日 (月) ～ 12 月 13 日 (金)

.....

1 派遣先企業等

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)

国分株式会社

キューピー株式会社

2 研修期間

平成25年12月9日 (月) ～12月13日 (金) (5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 25 年 12 月 9 日 (月)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 9 日 (月)	パナソニックグループ 本部（東京）	13:00 ～ 13:20	オリエンテーション、 趣旨説明	株式会社パナソニック	二瓶 徹 氏 （一般財団法人 食品産業センター 振興部）
		13:20 ～ 15:20	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）	
		15:30 ～ 16:00	個人ワーク	二瓶 徹 氏 （一般財団法人食品 産業センター振興部）	
		16:00 ～ 17:00	グループワーク		
		17:00 ～ 17:30	事務連絡・質疑応答	株式会社パナソニック	

【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。

■ 個人ワーク

本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか (目標設定・アクションプラン) について個人ワークを実施します。

■ グループワーク

グループワークもしくは全体にて、自己紹介 担当の仕事 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。

【研修の実施状況】

オリエンテーションにて事業の趣旨などについて説明の後、民間企業等派遣研修会のポイント (6 次産業化とサプライチェーン研修) として、講師にホライズンコンサルティンググループ㈱代表取締役庄司和弘氏を迎え、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した。続いて、個人ワークとして、ファシリテーターに一般財団法人食品産業センター振興部二瓶徹氏を迎え、本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか (目標設定・アクションプラン) について個人ワークを実施しました。

続いて、グループワークとして、引き続き、一般財団法人食品産業センター振興部二瓶徹氏にファシリテーターをご対応頂き、グループワークもしくは全体にて、自己紹介・担当の仕事・本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか 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した。

最後に、質疑応答、及び、明日以降の実地研修について、5 日目のワークショップのテーマ提示、研修会後に提出していただく報告書類のフォーマット提示等、事務局から説明しました。

【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】

民間企業等派遣研修会のポイント (6 次産業化とサプライチェーン研修) の講義において、

- (1) フードチェーンの流れの把握
- (2) 生産者が 6 次産業に取り組む現状と課題の整理
- (3) 6 次産業先進事例を知る

の 3 点が主に訴求されました。食品の物の流れの構図を理解でき、実際に取り組まれている事例をその構図に当てはめ読み解くことで、課題などが浮き彫りにされました。そして、その構図は、それぞれの受講生が指導する農業者に当てはめて考えることができ、有用な考えるツールともなったのではないのでしょうか。

また、6 次産業化を成功に導く構図なども説明され、理論だけでなく実践で活用できる内容となっており、受講者にはフードチェーンと 6 次産業を進めるにあたっての基本が学べ、且つ、本研修において民間企業で研修を受けていく際の視点や心構えなども訴求された講義でした。



【受講者の研修での様子】

非常に熱心に研修を受けていましたが、日頃指導する農業者が抱える課題の1つである事業継承などにも触れられていたため、真剣だったように思えます。

【研修の結果】

会得した内容は上記のポイントになりますが、この研修のみならず、6次産業化を考えるうえでの物の流れの基礎が学べ、翌日からの実地研修前に頭の整理ができたのではないのでしょうか。



【受講者の声】

少し話についていけない部分もありますが、質問してついていくようにします。

国をあげて推進している6次産業化であるが、様々なリスクがあり課題も多い事がわかりました。

サプライチェーンとバリューチェーンという視点を頭に入れて、企業研修へ向かいたいです。グループワークで他の人の視点を聞けて大変参考となりました。

研修にかかる意気込みなどをグループワークし、他の方の考えをきくことはとても良かったです。自分の学ぶべきことを広げることができました。

学ぶ内容を整理してもらえて、今後の企業視察が効率的にできると感じました。6次化の課題について少し意見交換ができる時間もあればと思いました。

食品業者さんはライバル業者になるということを意識した目線で、明日からの研修に臨みたいと思います。

後工程の業者といかにつきあっていくかということが大切と感じました。そのためには、正しい価格決定のあり方や、情報共有、パートナーシップの大切さなど、改めて大切であると思いました。

企業研修の事前に課題を整理することができてよかった。加藤先生のお話はわかりやすい説明で大変参考になりました。

3 コース (東京会場) 平成 25 年 12 月 10 日 (火)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 10 日 (火)	パルシステム 生活協同組合 連合会	10:00 ～ 12:00	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修Ⅰ	・野村 和夫 氏 (株式会社ジーピーエス 代表取締役専務) ・(実地見学) 江口 和広 氏 (株式会社ジーピーエス 物流課長) ・白崎 義彦 氏 (株式会社ジーピーエス 物流管理部長)	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代 表)
		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】

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「個配」の現場・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 (株式会社ジーピーエス)

パルシステムグループは、首都圏を中心とした 1 都 9 県で活動する会員生協 (地域生協) とパルシステム生活協同組合連合会、パルシステム共済生活協同組合連合会、子会社で構成された事業連合です。その中でパルシステム生活協同組合連合会は商品開発、カタログ企画、物流管理、商品検査、システム開発、データベース管理、営業支援等を担っており、組合員に安心・安全な食材・商品を提供するための後方支援を行っております。

株式会社ジーピーエスは 1992 年設立、パルシステム生活協同組合連合会の産直青果・米の企画・仕入れ・販売・物流手配、農産加工品の帳合等を行っています。

【研修の実施状況】

今回、パルシステム生活協同組合連合会の子会社である株式会社ジーピーエスにて実施研修を実施しました。

まず、ファシリテーターの食と農研究所代表加藤寛昭氏より導入を実施した後、講師として株式会社ジーピーエス代表取締役専務野村和夫氏による、株式会社ジーピーエスの役割・機能と産地政策についての座学研修を実施しました。

昼食の後、工場視察での注意事項説明後、株式会社ジーピーエス物流課長江口和広様に先導頂きながら、実地研修として納品から出荷までの流れを学ぶべくセンター内を視察しました。

続いて、講師として株式会社ジーピーエス物流管理部長白崎義彦様による、農産物の品質管理基準・その取り組みについての座学研修を実施しました。

最後に、全体を通しての質疑応答・意見交換会・研修のまとめを実施し、この日の研修を終了しました。



加藤寛昭氏 (食と農研究所)



野村和夫氏 (株式会社ジーピーエス)



白崎義彦氏 (株式会社ジーピーエス)



【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】

生活協同組合の事業と運動に対する理解の促進を図る事を狙いに講師陣を配置して頂きました。同時に個配事業で急成長したパルシステムの農産物・米の調達・物流担当組織である㈱ジー・ピー・エスにおいて、その拠点となる岩槻センターの現場を視察しました。下記に重要と思われたポイントを記載します。

- ・生活協同組合と一般企業（株式会社）との違いが明確になりました。
- ・パルシステムの目指す農との連携構築のあり方を学べました。
- ・早い時期から取り組んできた産直システムの高度化を目指したいいくつかの取組の様子が聞くことができました。
- ・パルシステムが単なる“もの” だけを要請しているのではなく常に消費者サイドの要求と生産者側の事情を考慮に入れた取引を実践し、地域の活性化に取り組んでいることを知ることができました。
- ・取引きにおいて一方的な価格提示でなく、農家の再生産が可能な価格設定に配慮していることを知ることができました。
- ・公開確認会等を通じて供給側の農と受けて側のパルシステムがパートナーシップの構築に真剣に取り組んでおり、それに基づくウインウインの関係が醸成されている事を知ることができました。
- ・選果場においては、例えばミカンの階級では2L から2S までが同一規格であり、一般的な等階級にこだわらない、実利的な規格設定で運用されている事実を目の当たりにして、農産物の物流に対する問題点を改めて認識する機会を得ました。

以上の事によりパルシステムがいかに農業者との取引において、バリューチェーン構築に当たって、供給者と受けて双方の適正利潤の配分を念頭に取り組んでいるかが良く分かったと推測されます。

【受講者の研修での様子】

質疑応答の時間等において活発に質問が出されており、積極的に本日の研修に参加している様子が窺い知ることができました。

また、自分たちで懇親会を実践するなど人的ネットワークの構築にも取り組んでいました。



【研修の結果】

左記のポイントが習得できたと思われるとともに、特に、パルシステムが単にものだけを通じて農との取組を展開しているのではなく、常に産地とウインウインの関係構築を念頭に事業展開を図っていることを知ったことは成果だと思われます。

【受講者の声】

地域貢献度もかなり高いと思いました。 消費者と生産者への信頼関係の構築がポイントとなっていると感じました。
雇用労力が多い印象です。組合員ニーズに対応している印象です。新しい食の提案の様な取り組みができないでしょうか。 物流が課題と感じました。
生産者と消費者がともに納得のいく関係づくりに向けて中間的な役割を果たされている事がよくわかりました。特に生産者と消費者の信頼関係を構築するために農産物の品質にかかる様々なシステムを確立し、理念に基づく路線からぶれない様な取り組みを継続されている事がわかりました。また、一方的な意見にかたよることがない様、情報交流の機会設定などがあり、共生関係づくりには重要なことだと思いました。
パルさんについて知ることができた。但し、新規も難しく、少々がっかりしました。
内容が盛りだくさんで、もっとじっくり話を伺いたいと感じました。 パルシステム様が生産者にも消費者にも優しい企業であると感じました。
生協は消費者団体というイメージが強かったのですが、農業に関する知識を組合員全体で深めていることがわかりました。流通、特にコンテナリース等は興味深かったです。
物流がどのようになっているかをばくぜんとは知らなかったのですが、今回の研修でかなり具体的に知ることができました。
生協さんがこんなにも情熱をもって取り組んでいる組織だとは思っていなかったのが、驚いたのと同時に頼もしいパートナーであると感じました。 現場の見学はもっとじっくりと見てみたかったです。

3 コース (東京会場) 平成 25 年 12 月 11 日 (水)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12月11日 (水)	国分株	10:00 ～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 営業 推進部長)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		13:00 ～15:00	卸・物流に関する 座学研修Ⅱ	・三保 一心 氏 (国分株式会社生鮮統 括部課長) ・安藤 晃太郎 氏 (国分株式会社 物流 事業部 物流管理)	
		15:00 ～16:30	実地研修	・阿部 敬嗣 (あべ たかし) 氏 (国 分株式会社 低温・フ ードサービス統括部課長 (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))	
		16:30 ～17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

営業推進部長千木良治氏等より、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。

【研修の実施状況】

今回、国分株式会社にて研修を実施しました。

まず、講師として営業推進部長千木良治氏による、国分株式会社の概要と機能について、及び、加工食品部門の特性と問屋の機能についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として生鮮統括部課長三保一心氏による、国分がすすめる「農産事業の取組み」についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として物流事業部安藤晃太郎氏による、国分の物流機能についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として、低温・フードサービス統括部課長（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（たかし）氏によるご説明後、実地研修として、三郷流通センター内を視察しました。最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、この日の研修を終了しました。



千木良治氏(国分株式会)



三保一心氏(国分株式会社)



安藤晃太郎氏(国分株式会社)



阿部敬嗣氏(国分株式会社)



二瓶徹氏(一般財団法人食品産業センター)

【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】

普及指導員だけでなく、一般の消費者には見えない役割を担っている卸の役割を学べ、かつその役割が多岐にわたり、特に小売側の役割を果たされていることは、びっくりされたと思います。

また、農業事業にも進出していることから、企業目線で農業、6次産業化を捉えている意見は、同じ農業に携わる者としても、欠けている視点を捕えたのではないのでしょうか。

【受講者の研修での様子】

物を右から左に流す役割とされていたようで、受講者はその役割と業務内容にびっくりされ、全てを吸収することは難しそうな感じてしたが、どのように地域産品を提案していくかなどの視点は、かなり役立ったよう垣間見られました。

【研修の結果】

企業目線による農業と6次産業化について、受講者は知識・ノウハウを得られたと思われます。生産者が加工・販売等を行うことにより所得向上を目指すことが6次産業化ですが、中間業者がいる意味とその役割を理解でき、中間業者を排除するということではなく、場合によっては連携する、そのことの大切さに気付いたことは大きいのではないのでしょうか。



【受講者の声】

卸の機能について知ることができ、これまで必要とは思っていなかったが、必要性を感じることができました。

商品開発のヒントを得ることができました。

流通現場の話を聞いたのは初めてで、その仕組みについて研修する事ができ、大変満足しました。研修内容は複雑な物流の現状に理解不足の面もあったが、概要を知ることができただけでも今後の活動の参考になりました。

生産現場からの情報発信の必要性を感じました。

新しい発想で、数多くの提案を行い、その中から成功事例が出ると思いました。

また、今まで知ることができなかった商慣習を学ぶことはとても良かったです。

卸の役割がとても大切であると認識出来ました。

物流や小売店の動向が大まかに理解出来ました。

6次化、特に加工品等の開発等については首都圏で売り出したいのか、地域の特産品（おみやげ需要）として位置付けるのかをはっきりさせてから開発すべきと思います。

かなり専門的であり難しい部分が多かったです。

業界の慣習はとても興味深いものがありました。他にも色々ある世界だとわかりました。

問屋の仕事が、消費者の食生活の深い所まで調査された上で行われていることに、感銘を受けました。

消費者の購買スイッチを押すようなアプローチについては日頃から自分自身も意識していく必要があると思いました。また、具体性を持った「誰に対して」「どのように売るか」等の計画を持つ事が成功への近道だと学ばされました。

国分の営業方がやられているメーカーと小売りをつないだり、商品の掘り起こしをするといったコーディネートの仕事が我々普及の仕事と共通している部分だと感じました。

物流というしくみ自体が複雑で理解する事に苦労しました。しかし物流が担っている機能の多さとスーパーのバイヤーのような動きや提案力には驚いた。卸という仕事でのイメージが変わりました。

普段、問屋の仕事にふれる機会がなく今回の研修は大変勉強になりました。

十分理解しきれないところも多々ありましたが、何点か参考となることもありました。

とちぎのいちご「スカイベリー」について栃木県と共同企画ができればいいと期待しています。個人的には那須のナチュラルチーズの生産と販売に力を入れています。国分さんの扱う規模には達していませんので、販売戦略（MD）や物流（DC、TC）について参考にしたいと考えています。

3 コース (東京会場) 平成 25 年 12 月 12 日 (木)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 12 日 (木)	キューピー(株)	10:00 ～ 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 広報部部長) ・高宮 満 氏 (キューピー株式会社 執行役員研究開発 本部本部長) ・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)	(株)パソナ農援隊
		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】

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、営業補助食品等、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。

【研修の実施状況】

今回、キューピー株式会社にて研修を実施しました。

まず、講師として広報部部長森佳光氏による、事業概要・グループ説明についての座学研修を実施しました。続いて、講師として執行役員研究開発本部本部長高宮満氏による、マーケティング及び商品開発の説明（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等）についての座学研修を実施しました。

昼食の後、講師として品質保証本部 食品安全科学センターセンター長宮下隆氏による、品質保証、衛生管理等についての座学研修を実施しました。

続いて、上記内容を製造の現場でどのように取り組んでいるか学ぶべく、実地研修として工場内視察を実施しました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、この日の研修を終了しました。



森佳光氏(キューピー株式会社)



高宮満氏(キューピー株式会社)



宮下隆氏(キューピー株式会社)



【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】

ヨーロッパから技術・設備など良いものはどんどん取り入れ、戦後日本で、栄養価の高い商品として、食べることのメリットを享受できる商品として、マヨネーズ（野菜と一緒に食べることでβカロテン吸収）の製造を本格開始したキューピー。

6次化商品はあふれているが、良い原料は食品加工の原点として、キューピーは原料にこだわって、お客様目線で商品開発し差別化を行っており、その結果として、主力商品はもとより、主力商品の関連商品、原料を活用して付加価値を高めた商品、利用促進商品（カット野菜）など商品・事業展開を行っているとのことで、この点において、原料（農産物）自体にこだわることが、6次化商品の開発の一筋であることが、地域の農業者への指導の際にも伝えられることと思います。

また、商品開発のポイントとして、美味しさ・鮮度を保つためには酸素にいかに触れさせないか・取り除くかを重視すること、健康機能は付加価値ということ、強い商品を生むためのマーケティングフローなど、分かりやすく、且つ、実践に活用できる内容で話され、得るものが多かったと思います。

また、先方では、6次化商品を作るだけでなく、同業他社や協会と連携して6次化市場自体を喚起する動きも行っており、継続的な発展のためには地域のステークホルダーと連携することも大切ということを知ることができたのではないのでしょうか。

また、食を預かるものにおいて嘘は禁物であり、信頼を得るために誤配合を防止するシステムを独自で開発するなど、真摯に食品製造に取り組んでいる姿も見ることができました。

品質保証・衛生管理の講義では、細菌の基礎知識（細菌の特徴を含む）、異物混入リスク管理の取組みなど具体的に話され、参考になったと思います。また、原料品質企画書（原料情報、現場の衛生管理、製造手順など）の提出を原料生産者に求めており、一緒に品質保証に取り組むことで、良い製品ができ、消費者から信頼を得られ、消費により利益が適正に分配されるということも、指導でポイントにすべきことだと思われます。

食品の製造・販売は命を預かっており、先方のものづくりはベビーフードという理念のもと品質・衛生管理に取り組んでいることも、農業者の6次化において意識の柱にすべき点と思います。



【受講者の研修での様子】

商品開発においては、先方におけるターゲットの決め方や、商品開発の際に利用するアンケートの取り方、お客様の声の反映のさせ方等、品質保証・衛生管理においては、品質管理での先方におけるポイントや具体的な取り組みやなど、また、原料供給を受ける卵の契約農家の選定基準など、具体的に、地域での指導を念頭に置いた質問も多く、理解の深さと積極的な姿勢が見られました。

【研修の結果】

前述のポイントが習得できたと思うとともに、お客様視点・お客様の立場に立った安全なものづくりや、理念を含めた企業自体の姿勢に感銘を受けたとともに、先方の考え方と実際の取り組みに、気付きや指導に活かせるエッセンスを多く得られたのではと思われます。

【受講者の声】

企業が継続的に発展しつづけるために、「人」に視点をあて、各人のモチベーションを高めながらそれぞれの能力を引き出していく人材育成のあり方が大変勉強になりました。また、主軸となる商品を核として、関係事業を拡大していく中で、ぶれてはいけないこと、進化しなければならない点、そのための組織のあり方など6次化に必要なノウハウを学ぶことができ、貴重な研修内容でした。
会社の理念を大事にして、すごく好感の持てる皆さまでした。このブレなり軸、こだわりを持つこと、人を大事にすることや商品開発に関すること、品質管理など今後参考に出ることが沢山ありました。
基本理念の明確化と浸透が好循環をうみだしていると感じました。またわかりやすい言葉で表現することの意味に深さを感じました。素晴らしい企業、超一流を肌で感じることができました。
分かり易く説明してもらえ、理解しやすかったです。内部で意見の言い易い社風が伝わってきて、素直にいい会社であると感じました。
原料の調達に関して、納入先に法律以上の要望をしていないことに驚きました。社訓を社員、グループ会社、関係先をよく共有していると感じました。
商品開発を技術開発の重要性和進め方について勉強になりました。マーケティングブローの考え方など勉強になりました。マトリックス型の体制は、6次産業化を推進する上で興味深いです。食を扱う企業としての理念と安全安心の確保の取り組みは農産加工だけでなく、農業現場でも必要と考えます。
農業の世界とだいぶ違っているとイメージしていたが、根本的な考え方などは同じであると思いました。やはり「こだわり」が大切であること、「人材育成」は特に大切と感じました。
お話もとても分かりやすく、置き換え等の工夫をして頂いたので、大変参考になり、分かりやすかったです。お忙しい中対応して頂き、感謝です。
バリューチェーンの新商品開発において、商品に込められた強い商品コンセプトを明確にして、振れないために、組織で十分な検討がなされていると感じました。又、商品の原料調達～出荷するまでをしっかりして管理体制を構築されサプライチェーンの流れがしっかりしていると感じました。

3 コース (東京会場) 平成 25 年 12 月 13 日 (金)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 13 日 (金)	パソナグループ 本部 (東京)	9:00 ～ 12:00	グループワーク	二瓶 徹 氏 (一般財団法人食品産 業センター振興部)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		12:00 ～ 12:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ	

【研修の狙い】

実際に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、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。
また、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。

【研修の実施状況】

まず、ひとつめのテーマとして「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を立てる) のグループワークを実施しました。
続いて、ふたつめのテーマとして「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広
がりの観点から)」のグループワークを実施しました。
最後に、事務局より閉会挨拶と緒連絡をし、本研修を終了しました。

【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】

練馬大根を題材にした、「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を立てる) のグループワー
クにおいて、この講義のポイントは、1 つの産品を 6 次化するにあたって、
①まずは、自分で考える、②グループ内で SWOT をシェアする、③シェ
アしたものをグループ内でアイデアを創造し、落としどころを見つける、
④グループ間でアイデアをシェアする、ことです。このことにより、研
修会後、地域に帰り、1 人で一から 6 次産業化を計画しやすくなると思わ
れます。また、地域に戻って今回の研修内容を活かす前に、受講者同士
のグループワークを通して、6 次産業化のアイデアを創造したことは非
常に重要でした。
続いて、「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広がり観
点から)」のグループワークにおいて、初日に本研修会に臨むことや、6 次
産業化の課題など、個人としての意見、そしてそれぞれ受講者の意見を
シェアしてきましたが、研修会を通して、自分が、そしてその他の受講者
の意識が変わり、かつ知見を得ることができたか、さらに共有すること
が重要であり、プラスになったと思われます。

【受講者の研修での様子】

受講者同士も打ち解けており、楽しみながらアイデアの創造をしていま
した。SWOT や KJ の手法は、地域に戻った後、農業者と一緒にアイディ
アを創造する際に使用するため、“楽しみながら” かつ “間違いはない” と
いう点がポイントであるため、積極的に議論、アイデア創出をしていた
ように思えます。

【研修の結果】

自分自身が考えていた課題や想いを他の受講者と共有することにより、1
つのテーマであっても、受講者の人数分、知識とアイデアが得られたの
ではないでしょうか。また、地域で農業者を交えてどうコーディネートし
ていけばいいか、その手法を会得したと思われます。非常に積極的にア
イディアを創造し、かつ工夫を凝らしていたと思います。



二瓶徹氏(一般財団法人食品産業センター)



4 コース（大阪会場）

平成 25 年 12 月 2 日（月）～ 12 月 6 日（金）

.....

1 派遣先企業等

キューピー（株）

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）

ナナ・ファーム須磨（株式会社高速道路開発）

のじまスコーラ（株式会社パソナふるさとインキュベーション）

2 研修期間

平成25年12月2日（月）～12月6日（金）（5日間）

3 実施場所

パソナグループ本部（大阪府大阪市中央区）ほか

4 コース (大阪会場) 平成 25 年 12 月 2 日 (月)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12月2日 (月)	パソナグループ 本部(大阪)	13:00 ～13:20	オリエンテーション、 趣旨説明	株式会社パソナ	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代 表) (株)パソナ農援隊
		13:20 ～15:30	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)	
		15:30 ～16:00	個人ワーク	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代表) (株)パソナ農援隊	
		16:00 ～17:00	グループワーク		
		17:00 ～17:30	事務連絡・質疑応答	株式会社パソナ	

【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。

■個人ワーク

本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ日々の指導にどう取り組んでいく
か (目標設定・アクションプラン) について個人ワークを実施します。

■グループワーク

グループワークもしくは全体にて、自己紹介、担当の仕事、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。

【研修の実施状況】

オリエンテーションにて事業の趣旨などについて説明の後、民間企業等
派遣研修会のポイント (6 次産業化とサプライチェーン研修) として、講
師に食と農研究所代表の加藤寛昭氏を迎え、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した。
続いて、個人ワークとして、本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだこと
を踏まえ日々の指導にどう取り組んでいくか (目標設定・アクションプラン)
について個人ワークを、続いて、グループワークもしくは全体にて、自己
紹介・担当の仕事・本研修で何を学ぼうと考えるか、学んだことを踏まえ
日々の指導にどう取り組んでいくか、研修にかかる意気込み等についての
ワークショップを、ファシリテーターに引き続き食と農研究所代表の加藤
寛昭氏と、株式会社パソナ農援隊の佐藤元信氏にご対応頂き、実施しま
した。
最後に、質疑応答、及び、明日以降の実地研修について、5 日目のワー
クショップのテーマ提示、研修会後に提出していただく報告書類のフォー
マット提示等、事務局から説明しました。



加藤寛昭氏(食と農研究所)



【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 次産業化とサプライチェーン研修)
の講義において、
(1) フードチェーンの流れの把握
(2) 生産者が 6 次産業に取り組む現状と課題の整理
(3) 6 次産業先進事例を知る
の 3 点が主に訴求されました。食品の物の流れの構図を理解でき、実際
に取り組まれている事例をその構図に当てはめ読み解くことで、課題な
どが浮き彫りにされました。そして、その構図は、それぞれの受講生が
指導する農業者に当てはめて考えることができ、有用な考えるツールとも
なったのではないのでしょうか。
また、6 次産業化を成功に導く構図なども説明され、理論だけでなく実
践の活用できる内容となっており、受講者にはフードチェーンと 6 次産業
を進めるにあたっての基本が学べ、且つ、本研修において民間企業で研
修を受けていく際の視点や心構えなども訴求された講義でした。

【受講者の研修での様子】

非常に熱心に研修を受けていたが、日頃指導する生産者が抱える課題の1つである事業継承などにも触れられていたため、真剣だったように思えます。

【研修の結果】

会得した内容は上記のポイントになりますが、この研修のみならず、6次産業化を考えるうえでの物の流れの基礎を学べ、翌日からの実地研修前に頭の整理ができたのではないのでしょうか。また、グループワークでは、6次産業化の課題やこの研修に臨む理由を共有できたことは、同じ専門家であっても異なることが分かり、気付きになるにはいいプログラムだったのではないのでしょうか。



【受講者の声】

座学研修については大変勉強になりました。 グループ討議については他県の状況、他の人の研修に対する考えが学べるのもっと時間を持てるようにしてほしいです。
講義やグループワークを受けて、本研修の目標が少しずれていた事に気付きました。 これから、農において大きな存在となる異業種等の企業の考え方を知り、企業との接し方や自分の視野を広げられるように学んでいきたいです。
研修前に漠然と考えていた研修課題の整理ができて研修の参考となりました。
6次産業化ということで、これまで農業から見て加工を考えてきたが、他産業から見た6次産業化というものに気付かされました。
プロジェクターは最初から使って先生の話聞きたくてです。 農業者はコミュニケーション力が弱いなど日頃感じていたことが、先生のお話の中で出てきて、私が相手をしている農家さんだけではないと気付きました。
「どうやってやるか」方法を考えがちだが、「どう考えるか?」が大切だと思いました。
事前に考えていた内容と研修の目的が異なり、グループワークで頭が整理しきれなかった点が残念でした。
明日以降の研修を受ける際の心構えについて教えて頂き、今回の研修を有意義なものにできそうだと思います。
座学研修を通じて、研修の目的が確認できてよかったです。 事前アンケートが来た時は、正直「ゲッ!!」と思いましたが、研修への姿勢の点もふまええりを正す想いです。 5日間よろしくお願いします。
本研修では、マーケティングスキル等の習得を考えていたが、企業が商品を作る上で、どのように差別化しているか、どのような姿勢でバリューチェーンにのぞんでいるか、サプライチェーンを効率的にするには何が重要か、農をどうみているのか、付き合い方も含めて学びたいと思います。
本日の個人ワーク&グループワークの記入プリントの日付が「11/25」でした。どうでもいい事ですが・・・とても良い加藤先生のお話を伺って大変勉強になりました。ありがとうございました。
グループワークはまだ慣れない事もあり、うまく出来ませんでした。 講師の先生が言われた研修のポイントを確認し、明日からの研修に備えたいです。
サプライチェーンとバリューチェーン及び4Pの考え方、これらを活用して商品化を進めていければと思う。 気持ちを明確化し一方的に進めるべきでないと感じました。
今回の研修目的が思っていたのと少し違って、民間研修を通して違う視野を身につけてかえりたいです。 研修室までたどりつくのがわかりにくかったです。(早くついたら、受付のお姉さんが会場わからなかったなので・・・)

4 コース (大阪会場) 平成 25 年 12 月 3 日 (火)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 3 日 (火)	キューピー(株)	10:00 ～ 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 広報部 部長) ・高宮 満 氏 (キューピー株式会社 執行役員 研究開発本 部 本部長) ・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)	(株)パソナ農援隊
		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】

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、営業補助食品等、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。

【研修の実施状況】

今回、キューピー株式会社にて研修を実施しました。

まず、講師として広報部部长森佳光氏による、事業概要・グループ説明についての座学研修を実施しました。

続いて、講師として執行役員研究開発本部本部長高宮満氏による、マーケティング及び商品開発の説明（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等）についての座学研修を実施しました。

昼食の後、講師として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による、品質保証、衛生管理等についての座学研修を実施しました。

続いて、上記内容を製造の現場でどのように取り組んでいるか学ぶべく、実地研修として工場内視察を実施しました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、この日の研修を終了しました。

【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】

6次化商品はあふれているが、良い原料は食品加工の原点として、キューピーは原料にこだわって、お客様目線で商品開発し差別化を行っており、その結果として、主力商品はもとより、主力商品の関連商品、原料を活用して付加価値を高めた商品、利用促進商品（カット野菜）など商品・事業展開を行っているとのこと、この点において、原料（農産物）自体にこだわることが、6次化商品の開発の一筋であることが、地域の農業者への指導の際にも伝えられることと思います。

また、商品開発のポイントとして、美味しさ・鮮度を保つためには酸素にいかに触れさせないか・取り除くかを重視すること、健康機能は付加価値ということ、強い商品を生むためのマーケティングフローなど、分かりやすく、且つ、実践に活用できる内容で話され、得るものが多かったと思います。



森佳光氏(キューピー株式会社)



高宮満氏(キューピー株式会社)



宮下隆氏(キューピー株式会社)



また、お客様への付加価値として、及び、業務効率化のための容器包装改善について、お客様が利用しやすく、また、環境に配慮しつつ計量化で積載量も増やせるように取り組んでいることについても、新たな気付きとなったと思われます。

また、食を預かるものにおいて嘔は禁物であり、信頼を得るために誤配合を防止するシステムを独自で開発するなど、真摯に食品製造に取り組んでいる姿も見ることが出来ました。

その他、それぞれの組織でこだわりを持つことで、マトリックス型経営により、新しいものを生み出せるということ、そしてまとめとして「素敵なオーナーシェフ」を目指すとのことが網羅して考えられるというお話も印象的でした。

品質保証・衛生管理の講義では、細菌の基礎知識（細菌の特徴を含む）、異物混入リスク管理の取組みなど具体的に話され、参考になったと思います。また、原料品質企画書（原料情報、現場の衛生管理、製造手順など）の提出を原料生産者に求めており、一緒に品質保証に取り組むことで、良い製品ができ、消費者から信頼を得られ、消費により利益が適正に分配されるということも、指導でポイントにすべきことだと思われます。

食品の製造・販売は命を預かっており、先方のものづくりはベビーフードという理念のもと品質・衛生管理に取り組んでいることも、農業者の6次化において意識の柱にすべき点と思います。

【受講者の研修での様子】

品質保証・衛生管理においては、実地研修を含めて、異物購入を防ぐ取組や3時間毎に30分ほど洗浄するというかつ卵機の衛生の現場も見ることができ、また、同じエリアの異なるグループ会社の品質担当者が集まり品質改善につなげる取組など、品質管理での先方におけるポイントや具体的な取り組みに触れる事ができ、大変参考になっていた様子で研修を受けていました。

また、商品開発においては、ニーズの把握の仕方や、マーケティングの考え方、年間40,000件の問い合わせに対し、どう対応し商品開発に活かしているか等、また、原料供給を受ける卵やバジルの契約農家の選定基準や農業者に求めることなど、具体的に、地域での指導を念頭に置いた質問も多く、理解の深さと積極的な姿勢が見られました。

【研修の結果】

前述のポイントが習得できたと思うとともに、お客様視点・お客様の立場に立った安全なものづくりや、理念を含めた企業自体の姿勢に感銘を受けたとともに、先方の考え方と実際の取り組みに、気付きや指導に活かせるエッセンスを多く得られたのではと思われます。



【受講者の声】

事業規模の大小に関わらず、「良い原料が良い商品を作る」「正直者であれ」という考え方は、農業とも同じだと思いました。干し柿の産地化を目指し、昨年「目で見えるマニュアル」を作成したのですが、見える化のお話を聞けて、干し柿以外でも、同じように取り組みたいと思いました。
企業の経営理念がよくわかりました。食品企業として衛生管理や品質管理が徹底されていると感じました。マーケティングの4Pをすべて聞くことができました。顧客からの指摘に対する迅速な対応はどの職場でも同じだと感じました。
原材料を徹底的にこだわるコンセプトを具体的に明確化することがまず第一に重要であるという話を聞き、生産者の商品開発の際に着目していきたいと思いました。衛生管理では、生産者組織の場合は、人による作業が多いため「見える化」などを徹底する重要性を再認識しました。
食品製造から衛生管理、それを支える理念までいろいろな話を聞けてとても良かった。農家と一緒に動く上で十分に説明し、理解してもらってから動いているとのこと、共通の理解が重要なことがわかった。
企業の経営理念・商品のコンセプト、こういったものが重要であることを再認識しました。また、働く人の負担軽減から構築されたFAシステム、お客様の声を先優先事項に商品改善を行うミスがあった場合、人ではなく仕組みの改善を考えるなど、その対応のしかたは大変参考になりました。情報が集まってくるよう魅力的な人になれるよう努力したいと思います。
企業理念、衛生管理など、志の高さに大変感心しました。また、皆さんの来訪者への接し方が大変印象よく、加工販売の話だけでなく、企業運営の話でも大変参考になりました。
キューピーのどの方も（廊下ですれ違った方を含めて）とても気持ち良い対応をされていたのが印象に残った。それとサービス精神がおおせいだと思いました。商品づくりという視点もさることながら、会社全体の取り組みが仕事をする上で大変参考になりました。
とても分かり易く、ますますキューピーさんが好きになりました。自社の例を多く取り入れて話していただき、自分の事に変えて考える事ができました。マーケティングフローは実際に活用したいし、「守れないルールは無いに等しい」は心をうちました。皆が守れるルールづくり、見える化は本当にそうだと思います。
1日という長い時間にわたり研修をさせて頂いて非常に感謝している。おかげでキューピーの商品についても身近なものとして親近感がわきました。社訓がキューピーの商品に対する考えが会社全体でしっかり全社員に身につけて取り組まれていることにも大変驚きと感動を覚えました。
商品開発に関する考え方についてわかりやすく説明していただき、とても参考になりました。食品衛生に関わる話はかなり大きな規模ということもあり、農業の現場においてどのようにいかしていくことができるか悩むところもありました。
小さいことからのつみ上げが商品につながっていることが理解できました。規模は違っても商品（農産物）に対する想いをどれだけ込められるかも必要であると感じました。
企業の方（説明員）も生産するだけでなく、消費者の視点をもって説明されていた事や質問から今後の取り組みに活かせるものは活かして行うとする向上心、探求心が伝わってきたのがよかったです。
企業理念の大切さを痛感しました。商品はコンセプトを明確にすることを第一に開発の支援を行いたいです。キューピーはとてもすてきな企業だと思いました。説明していただいた講師の方だけでなく、ろうかですれ違う社員の方も挨拶を必ずされ、社風を肌で感じました。わくわくすること、やりたいです。
企業の経営理念を学ぶことができました。
経営理念にもとづいた企業経営は参考になりました。いろいろな視点からの点検はいろいろな意味で取り入れたいと思います。市場動向を見据えたなかでの商品作りは農業分野でも活かせることと感じました。

4 コース (大阪会場) 平成 25 年 12 月 4 日 (水)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12月4日 (木)	大丸梅田店 (株)フレッシュワ ン、(株)アイ・エム・ シー 売場)	10:00 ～ 11:30	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修	・座学研修： 星加 嘉弘 氏 (元・大丸松坂屋百貨 店 本社食品部長) ・実地研修①： 松田 全弘 氏 (株式会社フレッシュワ ン 大丸梅田店長兼野 菜バイヤー)	二瓶 徹 氏 (一般財団法人 食品産業センター 振興部)
		13:00 ～ 14:00	実地研修	・実地研修②： 井上 裕紀男 氏 (株式会社アイ・エム・ シー営業第一部大丸梅 田店 店長)	
	ナナ・ファーム須 磨 (株)高速道路開 発)	15:30 ～ 16:30	流通・小売 (仕入・販売) に関する座学研修	・下川 晃生 氏 (株式会社高速道路開 発 ナナ・ファーム須 磨部長)	
		16:30 ～ 17:15	実地研修		
		17:15 ～ 17:30	意見交換会		

【研修の狙い】

■大丸大阪店 (㈱フレッシュワン、㈱明治屋)

元・大丸松坂屋百貨店本社食品部長星加嘉弘氏より、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、㈱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。

■ナナ・ファーム須磨 (株式会社高速道路開発)

担当部長等より、兵庫県近郊の 300 軒もの農業者や漁業者、畜産農家と協力しての流通・小売・外食業の運営方法、コンセプト、店作り、商品仕入・管理、棚作り、顧客への訴求方法 (POP、リーフレット等)、今、都市近郊の消費者・観光客が農産物・農産加工品に何を求めているかについて、見学を含めて研修を実施します。

農産物・農産加工品の都市近郊の消費者・観光客のニーズの把握、農業者等を束ねることでのスケールメリットを活かした、また、飲食も絡めて収益を上げやすい事業運営手法、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、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)

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。

■ナナ・ファーム須磨 (株式会社高速道路開発)

ナナ・ファーム須磨は 2011 年開業、地産地消を基本とした生産地直売型の大型ショッブ業態として、農産物・海産物直売、及び、その新鮮食材を楽しめるレストランを設置、風光明媚なフードアウトレットファームとして運営。

【研修の実施状況】

今回、午前中に大丸梅田店 (株式会社フレッシュワン、株式会社アイ・エム・シー) にて研修を実施しました。

まず、パソナグループ本部 (大阪) にて、講師として元・大丸松坂屋百貨店本社食品部長星加嘉弘氏により、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の座学研修を実施しました。

続いて、星加嘉弘様同行のもと、徒歩にて大丸梅田店へ移動し、実地研修として、大丸梅田店 (㈱フレッシュワン、㈱アイ・エム・シー売場) の視察及び、講師として㈱フレッシュワン大丸梅田店長兼野菜バイヤー松田全弘氏、㈱アイ・エム・シー営業第一部大丸梅田店店長井上裕紀男氏により、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の座学研修を実施しました。

午後は、ナナ・ファーム須磨 (株式会社高速道路開発) にて研修を実施しました。まず、講師として株式会社高速道路開発ナナ・ファーム須磨部長下川晃生氏による、兵庫県近郊の 300 軒もの農業者や漁業者、畜産農家と協力しての流通・小売・外食業の運営方法、コンセプト、店作り、商品仕入・管理、棚作り、顧客への訴求方法 (POP、リーフレット等)、今、都市近郊の消費者・観光客が農産物・農産加工品に何を求めているかについての座学研修を実施しました。

続いて、上記内容を売場でどのように取り組んでいるかを学ぶべく、実地研修として店内視察を実施しました。

最後に、質疑応答・意見交換会を実施、この日の研修を終了しました。



星加嘉弘氏 (元・大丸松坂屋百貨店)



松田全弘氏 (株式会社フレッシュワン)



下川晃生氏 (株式会社高速道路開発ナナ・ファーム須磨)

【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】

■株式会社フレッシュワン

こだわりのある一次産品を扱う売場を拝見し、その後、店長の話をお聞きしましたが、商品を扱うポイントの1つとして、「旬の前と後」というのは、受講者にプラスになったと思います。

POPや陳列、対面販売など買ってもらうための売場作りや、ニーズ、商品の選定基準なども参考になったと思われます。

■株式会社アイ・エム・シー

フレッシュワンと隣同士の店舗であり、グロッサリーなどを主に扱う店舗であったが、同じ環境で取り扱う商品アイテムが異なることで、売場作りや対応がどう異なるかは非常に勉強になったのではないかと思います。また、現在の売れ筋やニーズなども聞くことができ、6次産業化の指導に活かせるのではないかと思います。

■ナナ・ファーム須磨（株式会社高速道路開発）

経緯から、農業者と積極的にコンタクトを取って、仕入れの拡充及びお客様のニーズを伝えて生産につなげてもらうなど、消費者を常に意識し売場を魅力あるものにするため実践していることは、大変参考になったと思われます。また、小売業の努力によって農業者が価格設定を自らできるようになり、それが良い生産につながり小売業に返ってくるという、ウインウインの連携の可能性を理解する良い機会になったと思います。

また、前半の百貨店と同じ小売でも扱う量やこだわり、見せ方、顧客によるアプローチ手法など、比較でき参考になったのではないのでしょうか。

【受講者の研修での様子】

今回は実地研修と座学を組み合わせていたこともあり、自分の地域の産品が扱われているかどうか、そして、扱われている場合も、その品質を細かくチェックしており、専門家としての気付きがあったようでした。

また、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ます。

【研修の結果】

座学において、「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大切なポイントが訴求されました。また、座学と実地研修の組み合わせと同じ小売でも業態や立地が異なる組み合わせのプログラムにされていたことは、受講生の頭の中で、業態や立地条件毎の考え方、ターゲット、ターゲットに対する手法の比較検討ができ、とても有意義だったと思われます。この講義を無駄にしないためにも、しっかりと環境分析をし、どういうマーケティングをしていくかを組み立てていくことが大事だと思われます。



【受講者の声】

■大丸梅田店（㈱フレッシュワン、㈱アイ・エム・シー）

売場担当者の方から直接意見を聞けて参考になりました。鮮度重視としての売る苦労や週間の気温などで売場を変えている事など、買ってもらえるための売場づくりが重要だと感じました。一般のお客さんや、従業員さんのいらっしゃる中での研修のため、場所をとってしまったかなと感じました。
出口の部分となる百貨店での意見を聞くことができ参考となりました。
もう少し現場売場の担当者との意見交換会が出来れば良かったです。
陳列方法等、参考になりました。百貨店＝対面販売という手法が青果やグロサリーまでとは思いませんでした。セット販売やPOPは直売所でもできると思うので、提案したいです。時間が短く残念でした。
もう少し見学時間があるとよかったです。 店長さんには本当にお忙しい中詳しくお話していただき申し訳ない気がしました。
日頃入れない包装作業や日頃気づかない陳列の工夫・努力を知ることができた。販売の基本は対面販売にあることを再認識しました。試食を進めるにあたり皆で試食してすすめ方を話合う等、売るプロとしての資質向上努力が感じられました。がまん強くあり続けることが売れていくコツという言葉を自分の仕事でも実践したいです。
売場作りの考え方が理解できました。
百貨店の客層、売場づくりの方針はスーパーや直売所、コンビニエンスストアとも全くちがっていることが再確認できました。高品質や珍しい品などだけでなく、日常品であっても試食されたり、セット売りされるなど、努力されている話は新鮮でした。
ウラ事情的なお話まで聞かせていただきありがたかったです。次には限定商品を紹介したりするバイヤーさんのお話をセットだとまた違った角度からの考えと比較できてよかったなと思います。
野菜バイヤー松田店長、そしてIMC井上様と2つの違う立場の人から意見を聞いたのは良かったです。青果と加工品は商品の特性が異なるが、販売のために情報連携を密にしていたりと協力している部分もあると知ることができました。
百貨店の販売に対する考え方を聞くことができてよかったです。高級感ばかりをだすものと思っていたが、必ずしもそうではなく特売等を設定しながら、幅広い単価設定をおこなっていることが理解できました。また、売ると決めた品目はとにかく売る努力を続けることが理解できました。
大丸での野菜等の販売現場が見れた事は大変おもしろく勉強になりました。ただもう少しゆっくり質問ができるとありがたかったです。
カレンダーマーケットに小売店が重点を置いているので、産地や行政もその点に重点を置いてアプローチをすると効果的であるという点でポイントを掴むことが出来ました。また、加工品についてはコストを手作り（手間をかけている）といいわけにせず、大手企業の商品と品質を徹底的に分析し、価格差が品質や特徴に見合うか消費者視点で据える大切さを学ぶことが出来ました。
明石から帰宅後、確認に戻りました。夕方の見切り品のセット販売、果物1050円、野菜400円くらいで、私も買いたくなるお得感でした。グロッサリーの品揃えは多く時間を忘れて見てしまいました。星加先生のお話は大変理りやすく、実地研修する上でも大変参考になりました。
星加先生のお話は最初から質問形式の方が良かったかもです。日頃聞きにくいことをもう少し聞きたかった。

【受講者の声】

■ナナ・ファーム須磨（株式会社高速道路開発）

お客様をワクワクさせるための品揃えという考え方は参考とさせていただきたい。
出荷している生産者とも話が出来れば良かったです。
しっかりした店舗コンセプトがあり、他の直売所との違いをうち出している所など参考になりました。店員さんもうすれば売れるのかという努力されている所がすごいと思いました。
割安感はなかったが、「適正価格で販売する」ということを実践していると思いました。あれだけ大きい店を手数料15%で運営するのは難しいと思います。POPは参考になりました。「売りきる」姿勢を地元でも浸透させたいです。これからもっと伸びていく直売所だと思うのでまた行ってみたいです。
JAの直売所とは違う直売所のあり方、やり方、日々改善されて現在に至っていること、まだまだ改善していかなければいけないと感じられていることなど参考になりました。お客様の声に対してすばやく対応されているお話も直接店長さんからお聞きすることができました。
民間による直売所として多くの工夫がみられた。一方で経営理念としての地産地消、良いもの売るという精神、新しい味の追求、住民間のコミュニケーションがよく伝わってきました。生産者、消費者、直売所がWINWINになるために、ロスはロスという厳しさがあることは印象的でした。
お客様に喜んでもらうための努力を感じることができました。特に、新しい品目を積極的に取り組んでいる点に参考になりました。
民間企業の直売所について、考え方をきくことができるいい機会でした。JA直売所から見ると消費者寄り、経営欲が強い、食の安全性の保障への意識差を感じました。JAは生産者にあぐらをかいでいた面もあるけれど、法への教育や、長年の栽培技術指導など、農家育成に貢献されてきた。民間直売所に農家を一本釣りされた時納得いかないのも理解できます。農家数は減り少ない農家を奪い合うのではなく、販売所だけでなく、農家育成支援を民間もやるべきだと思いました。
経緯が良く分かりました。生産者の確保に苦慮されているのが売場を見て伝わってきました。下川氏の説明にでていためぐみの郷（オートボックス）には生産者がどんどん流れていると聞きます。（JAから）そこもまたおもしろいかもしれません。
丁寧な御説明で詳しい内容まで聞けて大変勉強になりました。直売所ならではの苦勞、ライバル店との差別化、客にあきさせない工夫等、本当に勉強になりました。
道の駅等にある直売所とはまた違う直売所だと思いました。良い意味での田舎くささも悪い意味での田舎くささもなく都会的な感じがした。裕福なお客様が多いということも納得でき、神戸という立地を活かした店だと思いました。
農業者視点か消費者視点か直売所のバランスのとり方は参考になりました。
コンセプトを徹底し、コンセプトに共感した生産者とパートナーを組むことで互いに利点がありウィンウィンの関係を築けているとともに消費者ニーズとも合致した成功例について学ぶことができました。普及指導員として生産者や販売店、消費者ニーズを上手くマッチングさせることが強みであり、課題であると思いました。
表示等について「生産者、スタッフ」の研修は必須だと再認識しました。



4 コース (大阪会場) 平成 25 年 12 月 5 日 (木)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 5 日 (木)	のじまスコーラ (株)パソナふるさとインキュベーション)	10:00 ～ 12:00	外食・加工・小売に 関する座学研修Ⅰ	・青木 朋博 氏 (株式会社パソナ農援 隊 取締役) ・瀬川 康弘 氏 (株 式 会 社 パソナグ ループ新規プロジェク トチームリーダー)	(株)パソナ農援隊
		13:00 ～ 15:00	外食・加工・小売に 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】

事業担当者、売場担当者より、廃校をリノベーションし、どのような小売業・外食業(マルシェ・ベーカリー・レストラン等)を行っているか、地域農産物を活用した付加価値商品の開発、今、消費者・観光客が農産物・農産加工品に何を求めているか、観光業との連携、接遇・サービス、売場作り、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。農業者が農産物を活用した商品開発を行う上で、取り入れるべきブランディングを含めた付加価値化の手法、農産物・農産加工品以外の売上の柱としての観光業化、施設・飲食サービスのブランディング、集客の手法を習得して頂きます。

【企業概略】

■**のじまスコーラ (株式会社パソナふるさとインキュベーション)**
株式会社パソナふるさとインキュベーションは 2011 年設立、「地域活性のため、高齢化・過疎化の課題を抱える地方のために何ができるか」をミッションとして、地方の課題(人的課題／物的課題)に対するソリューションを提供すべく、兵庫県淡路市にて、廃校した野島小学校をリノベーションし、地域活性化のシンボルとしてあらたな観光、6次産業化のモデル施設として「のじまスコーラ」事業を運営、その他、地域の良さを活かしたイベントの企画・運営、セールスプロモーション等も行います。

【研修の実施状況】

今回、のじまスコーラ(株式会社パソナふるさとインキュベーション) にて研修を実施しました。
まず、講師として株式会社パソナ農援隊取締役青木朋博氏による、地域農産物を活用した付加価値商品の開発、今、消費者・観光客が農産物・農産加工品に何を求めているかについての座学研修を実施しました。
昼食の後、講師として株式会社パソナグループ 新規プロジェクトチームリーダー瀬川康弘氏による、廃校をリノベーションし、どのような小売業・外食業(マルシェ・ベーカリー・レストラン等)を行っているか、今、消費者・観光客が農産物・農産加工品に何を求めているか、観光業との連携、接遇サービス、売場作り、顧客への訴求方法等についての座学研修を実施しました。
続いて、上記内容を現場でどのように取り組んでいるかを学ぶべく、実地研修として施設視察を実施しました。
最後に、質疑応答・意見交換会を実施し、この日の研修を終了しました。



青木朋博氏(株式会社パソナ農援隊)



瀬川康弘氏(株式会社パソナグループ)



【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】

まず、淡路島で行っているバジルを核とした農業6次産業化の取り組みについて、生産、加工、販売ごとにポイントやこだわりを押さえながら講義がなされました。加工のパートでは、「新鮮さで勝負」「捨てる葉を使う」「地元企業コラボ」「無添加シリーズ」「基本は全て手作り、地元の雇用を生む」など、試食による体感を含めながら、6次化商品開発のバリエーションを知ることができ、指導を担当する農業者の状況に応じた切り口が提供されたと思われます。販売のパートでは、のじまスコーラを拠点にまず地元で愛されるように、そして想いを伝えるため外に行動を起こすという、販路開拓に必要な順序とアグレッシブさを認識することができたと思われます。

続いてのじまスコーラの取組では、廃校という地域資源を利活用することでのビジネスについて詳しく講義がなされた。特に、単に廃校を活用するということだけでなく、大切なことはお客様に利用して頂く事であり、料理教室など規模の小さいものから、地域で失われた盆踊り大会の復活など大きいものなど、イベントを切れ間なく行ったり、旅行会社との連携においても利用しやすい料理メニューを考えたり、顧客管理を徹底するなど、利用して頂くための仕掛けを行っていくとのことで、利用者目線で活発にアイデアを出し、そして形にしていくことの重要性を認識することができたと思われます。

また、のじまスコーラは「地域交流の場」をコンセプトに掲げ運営されており、こちらでもいかに地域に愛されるかが成功のカギということが想起されました。

【受講者の研修での様子】

受講者の地域でも課題となっていることもあり、熱心に聴講していました。また、取組自体もさることながら、取り組みを支える人材育成への関心も高く、また、地域へのいかに溶け込んだかなど、受講者のそれぞれの地域のことを念頭に置きつつ実際どうすれば解決できるかを確認するような具体的な質問も活発に行われました。

【研修の結果】

前述のポイントが習得できたと思うとともに、意見交換も含めのじまスコーラ側もオープンに話していたこともあいまって、6次産業化をキーワードとして地域の課題を解決し活性化させるにはどうしたらよいか、受講者の更なる意識の醸成が行われ、且つ、指導に活かせる課題解決の糸口に触れることができたのではと思われます。



【受講者の声】

人材育成に重点を置いて、地域と共に発展を目指していくというすばらしいテーマ、目標を抱げていることに大変感動しました。しかし、そこにいくまでには地域住民の反対やかなりの努力があったということを話の中で、良く知ることができました。最後、長い時間、質疑応答の時間を作っていただきましてありがとうございました。
農産物と何処でどういうストーリーを作って、どのように売っていくのか、バジルを通じたお話で大変理りやすく参考になりました。「ここから村」の卒業生のためにも是非のじまスコーラの取り組みを成功させてください。今後の経営発展を期待しています。ありがとうございました。
バジルを軸に事業展開を行っており、コンセプトを明確に実現し主軸から関連付けた事業展開を行っている点が成功している取り組みの共通点であると実感しました。また、廃校を利用し、インテリアは出来るだけ低コストに抑えていたり、創意工夫されている事例は増えてますが、実際に見聞したのは初めてだったので良かったです。
青木さんの話は、商品をつくってきた経緯や、販売する為のノウハウを詳しくお話し、いただき大変参考になった。今回6次化というテーマだったので、仕方ないのですが、パソナ農援隊のチャレンジファームなどの取り組み全体の話が前段としてあるともっとわかりやすかったように思います。
意見交換会の場はゆっくりと質問でき良い時間ができました。
何度かのじまスコーラに視察に来させていただきましたが、これだけじっくりというのはなかったのでとても興味深く聞かせていただきましたがその半面せっかくの淡路島なので、個人農家ででの6次化事例の研修もあってほしかった気がします。
加工場から施設までていねいに説明していただきました。 外部の企業が地域活性化に取り組むという新しい形について勉強できよかったです。
1つの素材（バジル）から様々な加工品が生まれるプロセス・商品のこだわりがわかりました。 販売先に見合う加工品作り（賞味期限の長期化、常温可）を行っている事がわかりました。 地域との調整、地域との連携した取り組みが不可欠である事を学びました。積極的な販促、地域や取引先、顧客とのコミュニケーションを大事にされている事がわかりました。
商品開発については、青木さんの想いがストレートに強く感じられ、最初の想いを消費者にどう伝えるかが6次産業化にとって重要だと改めて認識しました。 参入企業との関係について普及指導員としての関わりについて地元を持ち帰りよく検討したいと思いました。
実際に働いておられる方々の意見を聞いて良かったです。
農業を地域おこしの1つのツールとされているところは参考にさせていただきたいです。
企業参入による地域活性化について参考になりました。担当地域にも廃校があり、農業者で何かできないかと考えたことがありましたが、企業の力を借りながら活性化していく手法もあるのだなと視野を広げることができました。
商品開発していく工程のなかのプロデュース、コーディネート手法について非常に参考となりました。
母体が大企業であるがゆえの規模と方式だと感じました。地域活性化の手法を学べる場という考え方はいいと思います。例えば市町村からの出向（研修）とか受け入れがあるとよいと思いました。
のじまスコーラへは三度目です。いつもは買い物とランチに来ておりました。取り組みをお聞きしたのは初めてで、知らないことばかりだったのでとても良かったです。企業参入のイメージが変わりました。
1つの作物からのブランディングの考え方が参考になりました。 色々なものをやみくもに作るのではなく、1つの商品をじっくりと練りあげてつくっていく事が大事だと思いました。 生産者がどんどんアイデアを出せる環境を作りたいです。

4 コース (大阪会場) 平成 25 年 12 月 6 日 (金)

【研修のプログラム】

研修日程	研修会場 受入先企業	研修の 流れ	研修内容	講師役職 又は氏名	ファシリ テーター
12 月 6 日 (金)	パソナグループ 本部 (大阪)	9:00 ～ 12:00	グループワーク	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代表)	加藤 寛昭 氏 (食と農研究所代 表) 株パソナ農援隊
		12:00 ～ 12:30	閉会式、事務局連絡	株式会社パソナ	

【研修の狙い】

実際に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、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。
また、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。

【研修の実施状況】

まず、ひとつめのテーマとして「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を立てる) のグループワークを実施しました。
続いて、ふたつめのテーマとして「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広
がりの観点から)」のグループワークを実施しました。
最後に、事務局より閉会挨拶と諸連絡をし、本研修を終了しました。

【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】

矢切ネギを題材にした、「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を立てる) のグループワー
クにおいて、事前に与えられた情報に基づき、SWOT 分析手法を用いて
企画書までに展開をし、商品化及びコミュニケーション戦略の策定を体
験することができました。また、個人でなくグループで実施する事により、
他社との連携により推進することに意義があることも認識することがで
きました。また、作成した物を人の前で発表するといったプレゼン能力の
更なる向上も図れたと思います。
続いて、「本研修で得た気づき、学んだことはなにか(視点の広がりの観
点から)」のグループワークにおいて、初日に本研修会に臨むことや、6 次
産業化の課題など、個人としての意見、そしてそれぞれ受講者の意見を
シェアしてきましたが、研修会を通して、自分がそしてその他受講者の意
識が変わり、かつ知見を得ることができ、さらに共有することの重要性
を認識でき、プラスになったと思われます。

【受講者の研修での様子】

各グループとも役割分担を決めて実施し、また、絵を取り入れて説明する
等してコミュニケーションの効率を図っていたグループもありました。限
られた時間でしたが皆協力して、企画案を時間内に策定することができ
ました。

【研修の結果】

連携による企画推進の意義、重要性、及び一方でそのハードル等も感じ
てもらえたと思います。また、事業や商品開発など様々な面で活用でき
る SWOT 分析の実務への取り入れの契機となったのではないのでしょうか。



加藤寛昭氏(食と農研究所)



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45名（内訳：普及指導員45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：2013年11月22日、11月29日、12月6日、12月13日
- 回収数：45名（回収率：100%）

参加者アンケートの結果概要 全コース

当日参加人数	45人
--------	-----

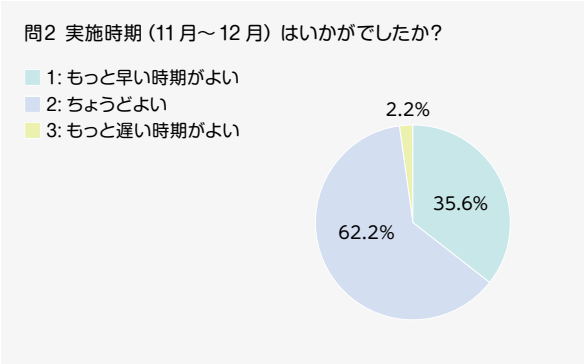
問 1 研修に参加された動機は何ですか。(複数回答可：3 つまで)

Q1	人数(人)	割合(%)
1: 研修受入先に興味があったから	15	33.3
2: 研修内容に興味があったから	22	48.9
3: 講師(1日目、5日目)に興味があったから	2	4.4
4: 地域の課題解決につなげたかったから	17	37.8
5: 6次産業化等に関わる知識や技術の習得	28	62.2

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	11	24.4
7: 上等等からの指示があったから	18	40.0
8: その他	1	2.2
9: 未回答	1	2.2

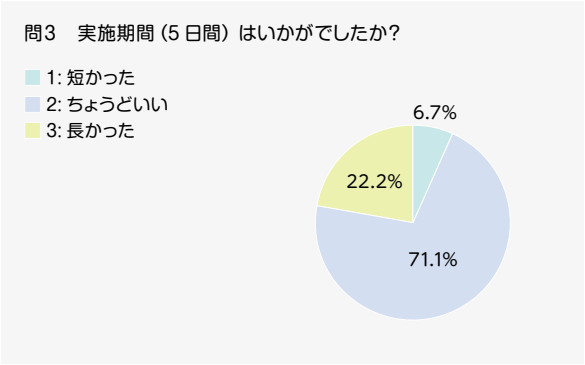
問2 実施時期(11月～12月)はいかがでしたか？

Q2	人数(人)	割合(%)
1: もっと早い時期がよい	16	35.6
2: ちょうどよい	28	62.2
3: もっと遅い時期がよい	1	2.2



問3 実施期間(5日間)はいかがでしたか？

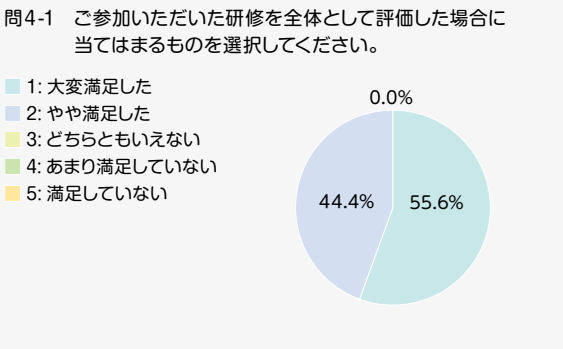
Q3	人数(人)	割合(%)
1: 短かった	3	6.7
2: ちょうどいい	32	71.1
3: 長かった	10	22.2



【研修の実施体制等の評価】

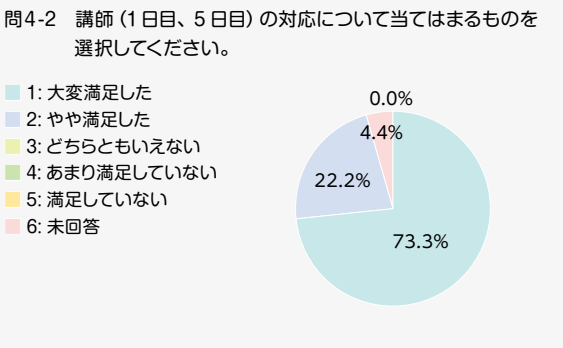
問4-1 ご参加いただいた研修を全体として評価した場合に当てはまるものを選択してください。

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	25	55.6
2: やや満足した	20	44.4
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4-2 講師(1日目、5日目)の対応について当てはまるものを選択してください。

Q4-2	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	33	73.3
2: やや満足した	10	22.2
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
6: 未回答	2	4.4



(理由・コメント)

【1コース】

- 1. 6次化が加工～流通～販売のみにとどまらず、地域活性化まで幅広く含むことがわかった。
- 2. 研修で学んだことをより実践に近づけていくことができました。
- 3. 大変詳しく教えていただきありがとうございました。
- 4. 大変わかりやすく説明いただけたり、参考になるヒントをいただけたと思います。
- 5. 方法の異なる流通の現場を見ることができた。また、第一線で活躍されている方のお話をきけて大変刺激になった。
- 6. どの講師も熱意をもって話し頂き、大変感動しました。良いお話でした。
- 7. <二瓶先生>現場の声を多く強くお持ちの方からの声は説得力あります。
- 8. わかりやすく話していただきました。
- 9. 講師だけでなく、ファシリテーターをおくことで、いろんな視点、角度から学ぶことが出来ました。

【2コース】

- 1. ファシリテーターがまとめてくれるのでわかりやすかった。
- 2. 丁寧にわかりやすい説明でした。
- 3. 6次産業を進めるにあたって持つべき視点の整理に役立ちました。
- 4. 研修内容のポイントについてヒントを頂けたので、そのポイントに沿って理解、整理ができた。

【3コース】

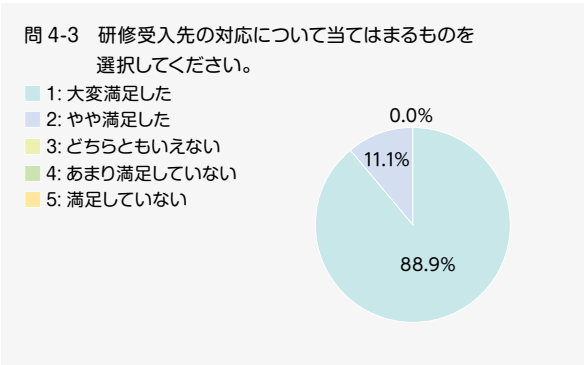
- 1. 研修先での目のつけどころポイント等をあらかじめ教えて頂き、効率的に話を伺う事ができました。
- 2. 企画内容について総論、現場（生協、問屋、メーカー）まとめて十分納得できるものでした。
パソナの担当の方のこまやかな対応も移動の多い中満足しています。
また、各企業の方々には業務多忙の中一日中対応して頂き感謝いたします。
もっとつつこんだやりとりが出来ればと思いますが、限られた期間の中、難しいので、他の機会を設定出来ればと考えます。
- 3. 丁寧な説明や解説で大変わかりやすかった。
- 4. 1日目は研修にあたっての留意点等道しるべを教示して頂きよかったです。5日目は研修をまとめるのにうまく誘導して頂きよかったです。
- 5. 演習を通じた学習はわかりやすかった。
- 6. グループワークを補助してもらいながら、スムーズに進める事ができた。
- 7. 研修効果を高めるような内容でよかった。

【4コース】

- 1. わかりやすく、6次産業化の課題解決のポイントがきけた。
- 2. 複数の業種の異なる企業から現場の声を聞き比較することが出来たため。
- 3. 本当に分かり易く、有意義な研修のための大切な時間であったと思います。
- 4. これまでに経験したことのない研修で知識を貯えることができた。
- 5. 6次産業化に自分がどう対応していくべきか、見えてきた。
- 6. 6次化の基本を教えてもらいました。適切なタイミングで必要な助言をたくさんいただきました。
- 7. 先生のかかわってこられたことをもっと教えてほしかったです。
- 8. 指導の実績、経験に基づいて話しておられるので納得できた。
- 9. 研修において企業のどのような点をみておくべきか、アドバイスいただけたことはより効率的な研修につながったと思う。
- 10.大きな視点で6次産業化としてめざすべき方向や考えを知ることができたため。

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。

Q4-3	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	40	88.9
2: やや満足した	5	11.1
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



(理由・コメント)

【1コース】

- 1. 貴重な情報をていねいにご教授くださったこと。多忙なご担当者がわざわざこのために機会を作ってくださいましたこと。
- 2. 普段聞くことの少ない話を聞くことができた。特に、サッポロビールの商品企画の話は参考になった。
- 3. お忙しいところ時間を調整の上、貴重なお話をいただきとても勉強になりました。
- 4. 大変丁寧に教えていただきありがとうございました。ただ、現場で声が聞こえにくかったのが残念です。
- 5. どの企業の皆様も貴重な時間をさいて一生懸命対応してくださったから。
- 6. どんな質問にも答えていただき、理解が深まった。
- 7. 貴重な時間をさいて責任者自身が現地研修や座学等対応していただいたので。
- 8. どの受け入れ先も心良く引き受けていただき、普段見せて頂けないところまで見せて頂きとても参考になりました。
- 9. 現場の赤裸々な真実についてお話しき大変参考になりました。
- 10.サッポロビールの望月さんの詳しい説明が聞けてよかった。米屋も高齢の方々が努力している感が伝わってきた。その他もよかったです。
- 11. どちらもあまり外に教えたくないような内容まで話していただき大変勉強になりました。

【2コース】

- 1. かなりふみこんだ話も聞けてよかった。
- 2. 特に、仲卸業者の考え方や産地に対する要望について話を聞く良い機会になりました。
- 3. 丁寧に業務内容を伝えようとしていた。
- 4. 忙しいなかにもかかわらず、質疑等もすべて答えていただきよく理解できた。
- 5. 花王さんの現地視察は、実際の工場を見学するのは無理と思うので、仕方ないが一般の見学コースは講座内容と重複するものが多くあえて見学しなくてもよいのではないかと感じた。
- 6. 全ての企業、担当者の方々真摯に対応いただきました。
- 7. 花王様、国分様については会社内容についての情報提供はもちろん、普及指導員の仕事にどう生かせるかといった視点についてもお話し頂き参考になった。
- 8. 非常に丁寧に親切にご対応頂き感謝しております。民間企業の皆様の対応を見習いたいと思います。
- 9. 普段は聞けないような事業内容や企業の体制、仕組みなどをころよく教えてもらい大変参考になった。

【3コース】

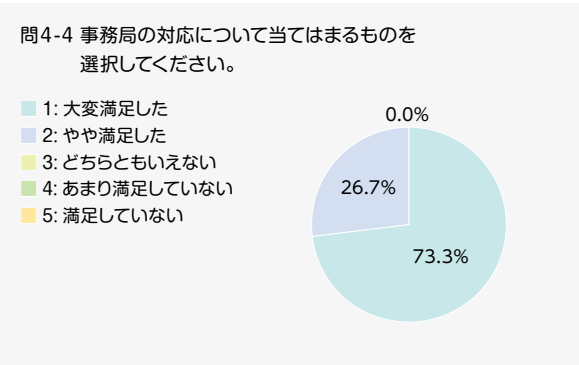
- 1. 派遣、という感じではなかったと思いますが、企業さんの理念等で理解するにとっては良い対応をして頂いたと思います。
- 2. 細かい所まで情報開示いただきたい。
- 3. 企業の考え方、取り組み方を知ることができた。忙しい中、対応いただき感謝します。
- 4. 企業側も真剣に対応して頂いたと感じた。
- 5. 誠実で大変よかったです。
- 6. 濃密な内容の研修を企画して頂き、充実した研修でした。
- 7. 部長、課長クラスの方がつきっきりになってもらえ、色々な話題に対応していただけて助かった。
- 8. 丁寧に対応して頂きました。

【4コース】

- 1. 要点を押さえた話を理りやすく説明頂き、今後の活動の中で活かしていきたいと思います。
- 2. プレゼンのあり方、勉強になりました。
- 3. 大丸さんが忙しい中受け入れてくださり、時間が少なめに感じました。
- 4. 皆さん、お忙しいのにていねいに教えてくださり、ありがたかった。また、キュービーさんでは特に働いている方が皆さん良い方で会社のあり方なども学べたように思う。
- 5. すごしやすい会議室、ていねいな対応でありがたかったです。
- 6. どの企業も丁寧にしっかり対応していただいた。商品コンセプトやコミュニケーションの具体的な事例を学ぶ事ができた。
- 7. どの研修先も丁寧に对应いただき、効果があがったと思う。
- 8. どんな質問にも丁寧に答えていただきました。
- 9. ていねいに対応していただきありがとうございます。
- 10. 短い時間のときもあったが、質疑応答の時間も設定して頂いて不明な点はなく勉強できた。他の参加者からの質問も大変勉強になった。
- 11. みなさん忙しい中、質問にも丁寧に对应いただいた。コーヒーの提供等にもご配慮いただいた。
- 12. やむをえないかと思いますが、大丸梅田店での担当者との意見交換の場所と時間がもう少しとれればよかったと思います。
- 13. 全ての研修先に丁寧に对应して頂いた。特に、質疑応答の時間を多くとってくれたので、たくさんの意見を聞くことができた。
- 14. ていねいな説明およびわかりやすい内容であったので理解できた。
- 15. ふだん設定のない方々との話ができてよかった。かなりの深い部分まで話をいただけて興味深かった。

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。

Q4-4	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	33	73.3
2: やや満足した	12	26.7
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



(理由・コメント)

【1コース】

1. 当日も首都圏に不慣れな参加者を丁寧に應對してくださったが、何よりもこの研修の内容の充実に感謝します。
2. 細かい気遣いで民間企業のサービスに改めて感激しました。
3. 親切丁寧にご対応気持ちよかったです。
4. 大変丁寧にガイドして頂き、ありがとうございました。
5. 研修前から終了時まできめ細かく配慮していただきました。ありがとうございました。
6. 各方面からまんべんなく学べるプログラムを組んでいただきまして感謝いたします。
7. 数多くの大企業、講師の調整は苦勞されたと思いますが、非常にスムーズな調整、進行等で気持ちよく研修を受講できました。
米屋の研修時、事前に女性の服装の注意点があるとなお良かったです。
8. 細かいところまでご配慮頂きありがとうございました。
9. 親切、丁寧ごまめな対応を頂き、大変心強かったです。
10. 参加者の立場で事前に詳しく説明していただきました。
11. プリントは朝一番に全員に確実に配るか、提出するものだけは色紙にして一番最初にすべて配布したほうが良いと思います。
(穴も全てあけておくど助かります。) メールで頂いた日程講師一覧表は字が小さすぎます。11/18 にも配布した方がよかったです。

【2コース】

1. 研修実施機関の周知をもっと早くして欲しかった。
2. 参加者は目上の方ばかりでしたが、気持ちよく参加できた研修だったと思います。ありがとうございました。
3. 丁寧に業務内容を伝えようとしていた。
4. 研修先、研修生、ファシリテーター、様々な面において配慮いただきありがとうございました。県職員として見習うべきことが多かったです。
5. 大変親身になってご対応頂きありがとうございました。
6. タクシー乗車の場合は、事務局の方が2人いらっしゃるときは、お一人が先に乗っていただいた方がよいと思います。
7. お世話になりました。

【3コース】

1. 気を使って頂き、感謝です。
2. こまやかな対応ありがとうございました。
3. とても優秀でしっかり研修フォローをして頂いた。
4. 丁寧な対応で大変良かったです。
5. 行き届いた対応に感謝しております。
6. 進行もスムーズでよかった。
7. 大変お世話になりました。

【4コース】

1. とても親切にお世話にいただいたから。
2. 本当にお世話になりありがとうございました。接遇の学びにもなりました。
3. 宿泊地、交通の案内など少し不明な点があった。
4. 5日目建物への入り方が分からなかった。
5. 細かい配慮がありがたかったです。
6. スムーズに最後まで集中して研修できた。お世話になりました。
7. もう少し早く工程を知らせていただくと助かった。全体としては、内容もわかりやすく考えてあり満足してます。
8. 親身に対応してくださりありがとうございました。企業で聞き漏らしたことやパソナについての質問にも答えてもらい参考になりました。
9. ご親切すぎるぐらいの対応、ありがとうございました。自分の身を反省しました。
10. ずっとつきっきりでスケジュールの組み立てもして頂き何の心配もなく研修に専念できた。
11. タイムスケジュールなど細かく説明いただいたり、現地においても無駄なく誘導いただいた。
12. パソナグループの取り組みが最後になって理解できたので、最初に説明して頂いた上で、農援隊などの話を聞くともっとスムーズに理解できたと思う。
13. 研修先までの案内、期間中のタイムスケジュール及び対応など不満がまったくないものでした。
14. 大変ていねいに対応していただきよかった。
帰りの行程が遅れると困る方もいたようなので終了時間スケジュールは厳密にしていいただければパーフェクト。

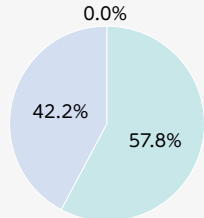
【研修の実施内容の評価】

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。

Q4-1	人数(人)	割合(%)
1: 大変満足した	26	57.8
2: やや満足した	19	42.2
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



(理由・コメント)

【1コース】

1. 視察先、講師選定等含め、他では学べないようなことを体系的に集中的にそれぞれを比較することでもき大変勉強になりました。
2. 6次産業化とどう結びつけて考えれば良いのかわかりづらい内容もあった。(私の理解不足もあるが)
3. 内容が濃かったです。座学のみでなく実地がありより具体的に理解することができました。
4. 基礎の部分から教えていただきありがとうございました。
5. 各企業の方々から大変濃い話を聞かせていただき参考になりました。
6. 基本から応用の実際まで学べた。
7. 普及指導員として生産現場の指導を行う中で消費者を意識するよう支援してきたが、より消費地のニーズ、企業の販売戦略をとらえることができたので。
8. 聞きたい話が聞けました。ボリュームも多かったのですが、実になる内容でした。
9. 広く浅くの研修でした。一部分でも深くほり下げた方がよいと感じました。
10. どちらの先生方もとても学ぶことが多く、現状に合った講義で勉強になりました。

【2コース】

1. できれば、企業的農家（農家生産法人等）も研修（内容）にいれてほしかった。
2. 一部営業面も含めた内容を入れて欲しかった。
3. なかなか見聞きすることのない大企業の話のを伺い見学できてよかった。
4. 加工、流通の大手の話を聞くことができ、知識が広がり、アイデア出しのヒントが得られた。
品質管理の話は、もう少し短めにし、農業法人の成功事例なども聞きたかった。
5. 他の6次産業に関する研修とはまったく視点が異なっており受講してよかった。

【3コース】

1. 生産現場（研修生） - 物流 - 加工 - 販売と食品産業の流れが見えるよううまく組んであったと思います。
2. 最先端の取り組みを行う企業のノウハウの一部を知ることが出来た。現場への応用も期待できる。
3. 企業の内容等日頃めったに聞けない話をきけて満足でした。
4. 流通、販売に関する知識がなく新鮮な情報として受け取ることができました。
5. 企業の考え方がきけて参考になった。

【4コース】

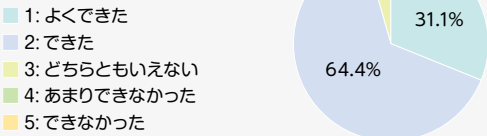
1. 最初にイメージしていた内容とは少し違ったが加工業側の意見を聞けて参考になった。
バリューチェーンの構築という目的をもっとわかりやすく示してあると良かった。
2. 複数の事例を短時間で学ぶ事ができ充実した研修だった。
3. 自分の6次化に対するイメージを拡大できてよかった。
4. 1度に小売（直売、百貨店）、食品製造、加工等複数の業態を視察できる機会はなかなか得られないのでよかった。

5. 講義で大まかな概要を勉強して、実地研修で目で見、質疑応答で不明な点を聞けるという非常に良い流れがあったと思う。
あとは自分の頭の中で整理するだけだが。
6. 普段お会いすることができない方々からいろんなお話を聞くことができ、視野をひろげることができた。
7. 生産、加工、販売それぞれの立場や組み合わせた取り組みについて話を聞くことができた。
8. 企業の概念や活動について非常に興味があったので、参考となった。

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、食品製造・加工、卸、物流、小売等、様々な役割があることの認識と商流・フードチェーン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。

Q6	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	14	31.1
2: できた	29	64.4
3: どちらともいえない	2	4.4
4: あまりできなかった	0	0.0
5: できなかった	0	0.0

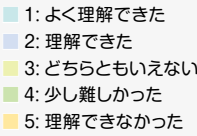
問6 フードチェーンの各段階を一体として行う6次産業化の実践に必要な、食品製造・加工、卸、物流、小売等、様々な役割があることの認識と商流・フードチェーンの体感ができたかについて当てはまるものを選択してください。



問7 理論だけでなく、実地研修により、食品製造・加工、卸、物流、小売等、フードチェーンの各段階の具体的な手法・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。

Q7	人数(人)	割合(%)
1: よく理解できた	15	33.3
2: 理解できた	23	51.1
3: どちらともいえない	6	13.3
4: 少し難しかった	1	2.2
5: 理解できなかった	0	0.0

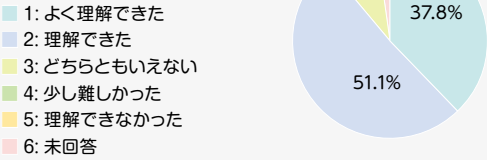
問7 理論だけでなく、実地研修により、食品製造・加工、卸、物流、小売等、フードチェーンの各段階の具体的な手法・ノウハウが理解できたかについて当てはまるものを選択してください。



問8 5日目の「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」のグループワークにより、様々なアイデア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。

Q8	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	17	37.8
2: できた	23	51.1
3: どちらともいえない	4	8.9
4: あまりできなかった	0	0.0
5: できなかった	0	0.0
6: 未回答	1	2.2

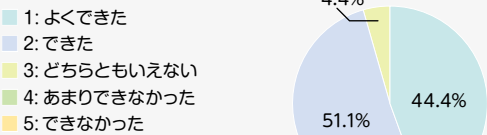
問8 5日目の「6次産業化商品の企画及び消費者に届けるまでの展開のプランニング」のグループワークにより、様々なアイデアを知ることができたかについて当てはまるものを選択してください。



問9 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。

Q9	人数(人)	割合(%)
1: よくできた	20	44.4
2: できた	23	51.1
3: どちらともいえない	2	4.4
4: あまりできなかった	0	0.0
5: できなかった	0	0.0

問9 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。



【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)

Q10	人数(人)	割合(%)
1: 参加経費の確保	8	17.8
2: スケジュールの確保	34	75.6
3: 実施場所	2	4.4
4: その他	3	6.7
5: 未回答	4	8.9

(理由・コメント)

【1コース】

1. 研修期間が長く、業務の進捗状況が気にかかる。
2. 5日間の日程を確保することに準備を要しました。
3. 遠隔地になるので、旅費額が大きくなります。
4. 当県では、普及指導員の旅費が十分確保されているわけではなく、参加したくても遠慮してしまいがちです。
5. 1週間職場をあけるのは、勇気のいることでした。しかし、一連の流れを学ぶにはこれくらいの期間は必要なのかなと思います。
6. もう少し時間にゆとりがあっても良いかなと思いました。(朝の開始を早めるなど)
7. 参加希望者が多く県内事務所レベルでのセレクションが行われています。
8. 特にありません。1週間なら何とかあります。
9. 自分の業務調整が大変でした。

【2コース】

1. はやめの周知をお願いしたい。
2. 特になし。
3. 5日間というまとまった期間 宿泊費、交通費。
4. 今週研修に出ていることによって来週急ぎでしないといけない仕事ができしまったのが、不安です。
(もっと効率的に仕事を進めていればよいのですが)

【3コース】

1. 1週間、事務所にいけないのはやはり大変です。
2. 1日事務所に出勤できれば全然違うのですが。
3. 普及員の研修費の確保が難しい。
4. 1週間職場と家を空けないといけないから。
5. もう少し早い時期に募集していただければ日程調整がスムーズにできたと思います。
6. 専指からの提案で参加することが出来ました。県の人数が決まっており、希望者が皆とはいかないようです。

【4コース】

1. 東京に行きたい研修先があったのですが、経費の関係で不可でした。
2. 12/4 はもう少し時間に余裕があるとよかった。
3. 上司の理解がなければ参加できない。上司への具体的な説明ができるかどうかのカギとなる。
4. 5日間職場を空けることは難しく感じた。ただ、研修の内容からすると5日間では足りないくらいであった。
5. 年度初め、4月ぐらいに研修の内容がわかれば普及指導員は計画を組みやすいと思います。
6. 1週間という時間を研修に当てるのは大変なことであったが、逆に経験してみればもっと時間を欲しい(質疑応答の時間等)とおもってしまった。
7. もう少し早く正式な案内があると参加しやすい。
8. 年末で普及や農家との活動が多くなる時期であり、時期の検討をお願いしたい。
9. 特になし。

【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。

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	2	4.4
2: 他の研修受入先に自分が参加したいと思う	19	42.2
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	25	55.6
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	19	42.2
5: 自分には決定権がないのでわからない	7	15.6
6: 参加する必要はないと思う	0	0.0

(理由・コメント)

【1コース】

1. 6次化に対する理解を担当だけでなく幅広く職員が知った上で産地指導にあたるべき。
2. 6次産業化にかかわるまた普及員は少ないので多くの普及員が参加し、知識を得るべき様々な企業を見た方がよい。
3. 異なった部門(卸等)のお話もうかがいたいです。
4. 大変詳しく基礎の部分から教えていただけるのでわかりやすいです。また、他県の方とも交流できるのが有難いです。
5. 普及指導員にとってこういう研修は必要だと思います。
6. 多くの人にうけていただきたい内容だから。
7. 若手普及員として参加の機会を頂き、非常に視野を広げることができた。
他県ベテラン普及員と交流の機会もあり数多くの視点、考え方を学ぶことが出来る為、他普及員にも積極的に参加してほしい。
8. 他のコースにも興味深い内容があったので、参加したいという気持ちはあります。ただ、今回の研修も県内で他にも参加希望があった中で選んでもらえたので実現的に難しいのかなと思います。
9. 6次化加工品ではなく、農家所得の向上の一手法をとらえるべき。そのためには停滞しつつあるも、いまだ大きなストリームである系統市場流通の改善を図ることも重要であると考えます。しかし、それを学ぶ場がありません。今回の研修は大変有意義です。
10. 流通などを知るきっかけとなる。若手が参加すべき。
11. とてもよい研修だったので。

【2コース】

1. 企業的農家(農家生産法人等)をお願いしたい。
2. 内容次第では、参加を前向きに考えたいと思います。
3. 決定権はないがおすすめしたい。
4. もう少し小売の現場を見たい気持ちはありますが、同じ研修にはたぶん参加できないと思います。

【3コース】

1. 上記のとおりです。来年も若者がお邪魔すると思います。
2. 志を同じくする者が多くいることで、事業はより進めやすくなる。
3. 充実した研修で他にも受けて頂きたいので。
4. 今回の研修報告をする事により他の普及指導員へも参加をすすめたいと思っています。
5. 今回得た基礎知識をもって、違う目線で他企業をみてみたい。
6. 大変勉強になり、参加して良かったです。自分には決定権はありませんが選択しました。

【４コース】

1. 事例が大変参考になったので是非他の方にも参加していただきたいと思います。
2. 2. を選択したいところですが、同じ研修に 2 回は不可なので 4. を選択しました。
3. 後輩、同僚に報告し、参加をすすめたい。
4. 6 次化に対して自分と同じイメージの職員もいるので、意識を変えるためには良い機会だと思う。
5. できるだけ多くの人と思いを共有するため。
6. 今回の研修内容は、県下の普及指導員へ伝達するので。
7. 次に自分が参加するのは、もっと流通関係の業務をしてから参加したい。今回は、業務で 6 次産業化の経験が全くなく参加したので。
8. 自分でも参加したいし、他の人たちも行ってもらいたいが、自分で決めることができない。
9. 非常に勉強になったが、時間的制約や県内への波及効果を考えると、1 人でなく、県内の他の普及員にすすめたい。
10. 個人のスキルアップにもつながり、さらに研修を受講してみたく思った。
11. 流通部門の考え方をもう少し学びたいと思った。今回はあえて大阪会場に参加させてもらったが、東京会場等でも良いので、若手の普及員からもっと参加してもらったほうがよい。

【派遣先として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。
(いくつかでも可)

Q12	人数(人)	割合(%)
1: 農協・農業生産法人	15	33.3
2: 食品製造業者	14	31.1
3: 流通業者	17	37.8
4: 小売業者	22	48.9
5: 外食・中食業者	24	53.3

Q12	人数(人)	割合(%)
6: 商社	21	46.7
7: ネット販売・通信販売	15	33.3
8: 観光・旅行業者	12	26.7
9: その他	10	22.2

(理由・コメント)

【１コース】

1. 6 次産業化の実践事例を見てみたい。
2. 輸出を手がけている商社の話を伺いたい。また、旅行業者さんが求める地域特産物についてのお話も伺いたいです。
3. 今回受講できなかった業種へ参加したいと思います。
4. 2、3、4、については普段の普及活動では知ることが難しいため、このような研修で詳しく知ることのできると思います。
5. 6 次産業にかかわるいろんな業種の方からお話を聞けてみたいと思いました。
6. 8 地域の人を引き込む手法。人的交流(ネタの提供) を行いたい。接点がいまだない。9 食文化を彩るスタンスで器、家具(机、いす) 照明、アロマ、全てのシーンに地域色を練りこみたい。
7. 青果や食品の卸会社、飲食店などに納める流通会社横浜丸青果南部支場、東京デリカフーズ、KIFA、ベジテック、衛生管理では、TFK (機内食メーカー) やメニュー企画、その他無印良品 (良品計画) などよいかと。今回、流通業者の研修がなかったのが残念です。
8. 農の 6 次化の顧客 (実需者) は今後 5 が大きいと思うので。2 は今回入っていたから OK。

【２コース】

1. 今回体験できなかったジャンル。
2. 生産法人など産地に根ざした優良事例も参考にしたい。
3. トマト加工について知りたい。農業生産法人の成功事例、外食産業での戦略。

【３コース】

1. 今回は、生産部門が抜けていましたので、その部分で受講者と情報交換する機会が少なかったです。
2. 先進的な取り組みを行う団体での研修を望みたい。
3. 今回の研修では学べなかった所についても勉強したいので。
4. 6 次産業に実績をあげている農業者の事例を学びたい。
5. サプライチェーンの最川下の業種もみてみたい。現場での売り方のノウハウも学びたい。
6. 通販ノウハウ、他業者の考え方。

【４コース】

1. 農業サイドの優良事例も見聞きたい。
2. 日頃関わる機会がない業種と接する機会になればありがたい。
3. ある程度のロットや産地をまとめて生産物を出荷する際、JA 全農、法人は絶対にはずせないです。
4. 人脈を構築したい。
5. 民間と地域農業 (生産部会) との関わりでの成功例を学ぶとまた新たな気づきがあると思うので①を選んだ。
6. 農業以外の分野から話を伺いたい。農業といった狭い範囲でなく、大きな視野で農業に活かせるヒントがあるかもしれない。
7. 食の流通の中心を担っている流通、輸入品を扱っている商社等の考え方を聞き、国産品、産地のよさを確認したい。

【波及効果の想定】

問13 みなさまが地域において、本研修で受講された内容を踏まえ、今後生産者への指導等により創出する効果として、考えられるものがありましたら具体的に
ご記入ください。

【１コース】

1. 6 次化に求める商工サイドの農業サイドへの要望をきちんとつなぐことをよりより質の高い 6 次化、産出額 UP につなげたい
2. 商品の企画・立案のサポートにより、プロダクトアウトからマーケットインへの視点を植えつけられる (つけたい)
3. 商談でロットが足りないということで話がそれ以上前に進まないこともあります。少数でもこだわって生産しておいしいものであればそれが武器になり得ることを知り、生産者をあと押し出来そうです。
4. 栽培履歴記帳は徹底するよう指導します。
5. 流通や小売りの方々から聞かせて頂いたことをお伝えすることで、取り組みが広がる可能性があるかと思いました。
6. 目揃会等、生産現場での指導において私自身消費者に売ることを意識して指導が行える。駄目なものは駄目と強く話ができるので、品質向上に寄与できる。他普及員への情報伝達、啓発。
7. 商品開発を行う際のヒントがたくさんあったと思います。
8. SNS 導入など情報発信 - 新しい価値の第三者による発見。
9. 出口から考えることを指導します。プロダクトアウトではなく。
10. 流通関係者との連携への助言方法を確立したい。

【２コース】

1. 合意形成が必要だが、マスカットの加工用原料の提供や地域づくりの一環としてデザート等加工品づくりなど。
2. 商品開発の際の消費者・小売のニーズをふまえたうえでのアドバイス。
3. 品質管理の重要性、その方法について。
4. 品質管理の考え方、実施例を紹介し、導入できる部分について導入するようアドバイスしたい。
5. 連携先に流通業者さんも視野に入れる。
6. コンセプトの明確化。
7. 2 次、3 次業者とのタイアップ。
8. 品質管理。
9. 商品開発の考え方 (こだわり、理念)、衛生管理のあり方など。
10. 商品コンセプトの提案。
11. 実需者の仕組みを踏まえた販売。
12. 商品づくり (原材料にこだわりのあるもの)。

【3コース】

- 1. まず、加工に取り組んでるお母様方と原価計算、マーケティング計画を組みたいと思います。
- 2. 作り手だけの都合ではなく、流通業者や小売りのメリットも考えた商品開発が出来るようになる。
- 3. 商品の物質システム、チーズの新しい品開発。
- 4. 経営理念の重要性 消費者起点の考え方。
- 5. コスト意識、危機管理意識の指導。
- 6. 高機能性農産物の付加価値化について、本研修で学んだノウハウを活用してみたいと思います。
- 7. 事業展開していく上で、理念をもったぶれない経営という観点からの指導を具体的におこなえる様になると思う。
- 8. 理念をもってもらう。雇用者の扱い。いいものを作ることの大切さ。他とのタイアップ。

【4コース】

- 1. 理念を明確に。チェーン確立への意識。6 次化商品のコンセプトをしっかりと。人脈の幅を広げる努力。
- 2. 強いコンセプトをまずつくることから始めるものづくりに合わせて、原価、人件費など再生産可能+利益のでる経営があって、持続可能事業になり、地域活性化につながると考えます。
- 3. 自分達の商品・組織・地域がどんな特徴があるのか魅力を掘り下げて発信できるように指導したい。
- 4. 主体的に考えて取り組んでいくよう働きかけていきたい。今回学んだノウハウ伝え。
- 5. 農産物を PR していくためのマネージングフローやアウトプットシーン等を生産者と一緒に考えていき、特徴をはっきりさせたいということです。何か、行動を起こせば結果はついてくると思う。
- 6. 商品のコンセプト（10 のポイント）を明確にすると積極的に売り込み対面販売の大切さを伝えていくこと。
- 7. 高齢化により労力不足の地域における労力確保対策を考えてみたい。
- 8. 生産者の考えを固める手伝い。
- 9. 原価計算をし直し、販路開拓に力を入れる。
- 10. 販売、流通関係業者への PR、情報発信をもっとしていくように生産者に強く指導していきたい。
- 11. 中山間地域の活性化に向けて、企業等の力をお借りして何かできないか考えていきたい。
- 12. 明確な理念、コンセプト、を作る（もってもらうこと）。
- 13. 県で、研修後に報告会で発表する予定なので、他普及員へ伝達すること。
生産者への指導の際に成功例として伝えてポイントをおさえてもらう。
- 14. 商品開発のプロデュース。
- 15. 生産者の想いを自ら発信する重要性。

【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14 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。

Q11	人数(人)	割合(%)
1: 自分が参加したいと思う	33	73.3
2: 他の普及指導員を参加させたいと思う	30	66.7
3: 自分には決定権がないのでわからない	7	15.6
4: 参加する必要はないと思う	1	2.2

（理由・コメント）

【1コース】

- 1. 農業総合研究所と講師に 6 次化担当者や地域の直売所を対象に実施したい。
- 2. 6 次化を多くの普及員に知ってほしい。今の研修レベルを納得できるのかは疑問。
- 3. 地元でもぜひ実施できたら・・・と思います。ただ、県単事業としては厳しいかも。
- 4. 旅費が少ないため、地元で開催されると参加できる普及員が増えていいと思います。
- 5. 農業を産業として考える意識を養うことが出来るため。
- 6. 県内であれば、自由に動けるので積極的に参加したい。他の普及員にも勉強して同じ視点をもってほしい。
- 7. 地元業者との繋がりが少ないので。
- 8. 普及指導員が必ず知っておく分野です。栽培だけやればよいわけではないと思います。そこに、逃げ込んでいる職員もいますが。
- 9. 身近な地元業者との連携を深めたいから。

【2コース】

- 1. 多くの人に受講してもらいたい。
- 2. 内容によって検討したいと思います。
- 3. 2 次、3 次の考え、求めているものを知ることは今後農業で必要なことであるので、その様な機会には参加すべきであると思う。
- 4. 決定権はないがすすめたい。

【3コース】

- 1. 上記のとおり。
- 2. 6 次化等々については、一人で取り組みでより数人で支援しながらより効率的に進めることが出来るため、数多くの人材を養成することが大切だと思います。
- 3. 地元の業者（企業、流通業者、小売等）の考え方をしたためたい。
- 4. 県での単独予算は厳しい面もあるので、農政局単位で実施していただければ幸いです。
- 5. 知識ではなく、体感することが大切だと今回感じ取った。他の職員にも行ってもらいたい。
- 6. 産地の人にもメーカーの取り組みをみて組織や個人活動に生かしてほしい。

【4コース】

- 1. 他県からの参加メンバーを見て、耕種ご担当の方々も積極的に参加されていること。
- 2. 関係することは良いと思うが、今回の技術の研修も誰が一人が参加すればよいという判断だったので。
- 3. 研修には参加したいと思いますが、他県の普及員さんとの意見交換も大変勉強になったので、その面では自県のみでは残念です。
- 4. 県単位でできれば、その後の付き合い（商談）等でより高い効果が期待できる。
- 5. 6 次化の研修の内容としてよかった。
- 6. できるだけ多くの人間で思いを共有したい。“一聞は一見にしかず” です。
- 7. 地元と企業との連携を構築していきたい。
- 8. 地元の企業についてもいろいろ知りたい。
- 9. 県内の民間企業について詳しく知らない普及員も多いと思うし、研修を機会にネットワークができる。
- 10. 農家指導を行うなかで、さらにスムーズに行っていく中で参加したい。
- 11. もう少し、別の地域の事例を知りたいとは思うが、都道府県単位では、視野、分野が狭くなりすぎると思う。

【民間企業等派遣研修会の参加者想定】

問15 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)

Q11	人数(人)	割合(%)
1: 若手生産者	29	64.4
2: 生産者 (1を除く)	18	40.0
3: 普及主務課担当者	11	24.4
4: 自治体の農林水産部門担当者	21	46.7
5: 地域のコーディネーターなど調整役、差配者	11	24.4
6: 地域の生産者団体、業界団体担当者	20	44.4
7: その他	4	8.9
8: 未回答	2	4.4

(理由・コメント)

【1コース】

- 6 次化に目をむけられる若い人材の育成が必要。進める上では市町村段階で 6 次化の内容をより詳しく知ってもらった方が定着しやすいと思う。
- 生産のみでなく、物流や販売現場についても勉強することは大切だと思う。
- 認識の中に共通する部分を構築することが大切だと思います。
- 他の普及員にも是非学んでほしいと思いました。県 1 人ではとてももったいないと思います。
- 誰でもよいと思います。心に小さくても炎がある人はどんな業者、人でも必ず集まる気がします。
- 及川社長のお話を系統流通分野に聞かせたい。嫌がると思いますが、手をあげる団体もあるはずだし、系統も変わるべき。
- 6 次化にかかわる関係機関や関心のある生産者に指導できる人材づくりが急務だから。

【2コース】

- JA 職員も参加させた方がよい。
- 農協の担当者の勉強すべき内容が多かった。
- 消費者ニーズにあわせた商品づくりを行いたいので、それにあわせた研修を。

【3コース】

- 是非、JA の方々に受けて頂きたいです。
- 先入観を持たないうちに勉強することは大切。
- (可能であれば) 我々普及と共有すべきだと考えるため。
- 若手の中でも、社会経験の少ない農家子弟にはぜひ勉強してもらいたい。

【4コース】

- 但し、生産者は、時間の余裕がないので、一日単発など。
- 6 次化に認定された農業者へ、認定を希望する農業者、現場の普及員は研修の機会があるが県庁の中で担当しているものは機会がないように思う。6 次化が何かわかってないと感じる。
- 今後の地域を担う農業者に見て考えてもらいたいです。
- 本来は普及が生産者に伝えるべきことと感じるが、なかなか企業を知らない部分もあるため。県外事務所の職員から要望を聞いたため。

- 若い生産者に出口の部分を見せることは必要だと考える。
- 生産者は小さなコミュニティの中で、生活している人が多いです。もっと外に目を向けて、どんどん自分を出す機会を作りたい。
- 販路開拓を考えいる農家 6 次産業化の認定者
- 生産者も若手はまだ意識が低いのでやめたほうが良いと思う。とにかく人材育成の面で強いリーダー気質を持った人が産地を引っ張っていく上で本研修を受講すべき。
- 農家 JA 担当者にも視野を広げてもらいたい。
- 地域活性化には、生産者の代表者、市、JA などが一体となって取り組む必要があるが、地域によっては意識や意欲に差があり、共通認識を持つためにも地域の主体となる人が参加すると波及効果が高いと思う。
- 事業計画を予定している主務課担当者に出席して欲しい。
- 地域でしっかり考えて発信していくことが大切と思うので。

問16 5 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。

【1コース】

- 研修内容と 6 次化をどうリンクさせて考えれば良いのか戸惑う内容もあったので、具体的な 6 次化の実践事例も内容に入れてほしい。
- 入り口から出口まで農産物の一連の流れを実地をまじえて勉強させていただきました。どの講師もどの研修受け入れ先のご担当者も真剣にご対応頂きとても有意義な研修でした。関係者の皆様方に心より御礼申し上げます。
- 大変有意義な研修でした。ありがとうございました。
- 原発被災地からの参加であったため、企業の PR 戦略や品質管理等を拝聴でき今後の県の PR、戦略にも活かせる情報を得ることができた。可能であれば、5 日間、1 日 1 企業で 5 日 5 企業とできれば情報の整理はしやすいように感じた。(1 回 2 企業も比較できるので良いが、初回と最終日の午前、午後の時間がもったいないように感じた。) 関係者、事務局、ファシリテーターの皆様にご感謝しております。ありがとうございました。
- 全体を通して意見交換の時間がもう少しあっても良かったと思いました。
- 大変お世話になりました。ありがとうございました。
- よい研修でした。他県職員とも知り合えてよかった。事務局、ファシリテーターの方々準備や対応に Grazie !! 一番大事と思う話が明治屋さんからありました。売りたい商品を今ある流通ルートにのせる努力。売り場の視点が多数研修でしたが、ルートも大事です。
- 講師、ファシリテーター共に、とても良かったです。ありがとうございました。

【2コース】

- 産地の信用、いいものづくりが一番重要と再認識しました。
- 講師の方々、また、事務局のパンナの方々、5 日間、濃い内容の研修、本当にありがとうございました。
- お世話になりありがとうございました。
- 普通では聞くことのできない企業の方のお話をたくさん聞かせていただき、ありがとうございました。今後の現場活動に活かしたいと思います。
- お世話になりました。地元で研修成果をじゃんじゃんバリバリ発揮したいと思います。

【3コース】

- どうもありがとうございました。今後ともよろしくお願いします。
- 5 日間連続はむずかしいので、2 日位ずつ 3 期に分けるなども検討してはどうか。
- 大変充実していた。但し、再度レポートを書く作業をしなければ身に付かないと思うが充実していた分だけその作業が大変そう。キュービーで学んだ理念の浸透ではないが、同じ者にでも何回も継続して学べる環境を提供して頂きたい。
- 大変収穫の大きな研修でした。大変お世話になりました。
- とても有意義な研修でした。お世話になりました。
- この研修をした上で、1 つの企業に長期間関わる研修をして知識を深められたら良いと思う。
- みっちり研修で、大変勉強になりました。

【4コース】

- 5 日間大変お世話になりありがとうございました。
- 本当にどうもありがとうございました。研修の盛りあがりとは裏腹になりますが、研修生の動向もあるでしょうが時間が守れないのが残念でした。
- きめこまやかな対応で気持ちよく研修が出来ました。本当にありがとうございました。移動するときは、グループ行動をしてもよかったと思います。隣の部屋の音がちょっと気になりました。

- 4. 長期間多くの御配慮をいただきありがとうございました。大変勉強になりました。
- 5. 本当にお世話になりました。よくコーディネートしていただき、スムーズな研修でした。しっかり県に帰って PR しておきます。
パソナの経営理念も知りたかったです。
- 6. アンケートの質問が難しいです。
- 7. 思わぬ出会いがありました。懐かしい方との再会もありました。
人とのネットワークがすごく大切だということを学びました。ありがとうございました。
- 8. 今回勉強させていただいたことは、絶対に無駄にはしません。必ず、今後の業務に活かして業務を行っていく上でつまづいた場合、悩んだ場合またこのような研修に参加したり、相談させていただきたいと思っています。
- 9. 今までの研修の中で、一番楽しく受講できました。民間産業の方とももう少しじっくりと討論できればよかったと思います。
- 10. 講師、ファシリテーター受け入れの皆様本当にありがとうございました。
- 11. 今までの研修の中で、一番楽しく受講できました。民間産業の方とももう少しじっくりと討論できればよかったと思います。
- 12. 研修内容も充実しており、最初にグループワークで目的を明確にし、最終日にきちんとまとめるという流れだったので理解しやすかった。



平成25年度 農林水産省補助事業
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26年(2014年3月)
実施主体:株式会社パソナ
〒100-8228東京都千代田区大手町2-6-4
Tel:03-6734-1151(平日 9:00~17:00) E-Mail: biz-partners@pasona.co.jp
事業担当:営業総本部 Dotank本部 担当:鈴木・岩田