

6次産業化へのマインドを醸成して、 売れる商品開発のテクニックを学ぶ！

株式会社ヒルズ

●普及指導員派遣研修の狙い

地域の生産者、消費者とのつながりによるまちづくり

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

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

6次産業化はテクニックではなくマインド

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

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

ともに歩み、ともに笑う。
ヒルズでつながる地域の笑顔

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

株式会社ヒルズ ホーム

● 事業内容紹介 [詳しくはこちら](#)

- 養豚**
 ● 養豚事業
 養豚一貫経営による飼育により、徹底した飼養管理、衛生管理を実現しています。「薬に頼らず、健康に育った豚はおいしい」という考えの基、安心・安全な豚を育てています。
- 温泉**
 ● 温泉事業
 源泉かけ流しの天然温泉が楽しめる日帰り温泉です。美肌の湯でゆったりとお過ごしください。
- 店舗**
 ● 店舗事業
 直営農場で育てた安全安心な「和豚もちぶた」をはじめ、地場産品を豊富にそろえています。
- どぶろく紹介**
 ● 自家製どぶろく「男桜/女桜」
 自社生産のお米を使った「どぶろく」は、ピリっとした味わいの「男桜」、甘みが広がる「女桜」が楽しめます。

●実施準備・検討過程

今回のヒルズ研修参加者は、普及指導員3名（専門技術員3名：福井県、群馬県、山形県、畜産・果樹担当）と地域のコーディネーター1名の計4名でした。各参加者たちは、日頃、地域の生産者指導や原材料を利活用した新商品開発、更には地域における食と農との連携を推進しています。

このような方々が取扱う商品の多くには、原材料の特徴や魅力、作り手の思いなどが詰まっています。しかしながら、この思いを商品として形にし、流通担当者（特にバイヤー）やお客様に伝えるには、商品の魅力を最大限引き出す戦略や戦術が必要となります。このため、研修ではこれまでヒルズが行ってきた地域の他の資源を活用した商品開発という視点、地域を巻き込む商品開発の大切さを伝えること研修を行いたいと思いました。

(1)生産者や中小企業者、消費者との連携づくり

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

ということを基本コンセプトに研修内容に落とし込みました。

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

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

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



産直施設内には地元生産者の食材が並ぶ



佐藤社長から会社の取り組みについての説明風景

ヒルズ研修のプログラム 実施期間：平成24年2月5日～2月8日

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

(2)売れる商品開発の手法を学ぶ

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

研修参加者が商品開発について学んでいただきたいことを

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

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

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

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



ヒルズと玉松味噌醤油の共同開発による商品

(3)養豚の現場から学ぶ

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

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



豚舎の見学

(4)顧客目線の商品開発の実践

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

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

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



受講者が持ち寄った地域の素材をテーマにした商品開発ワーク

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

●研修の実施状況

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

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

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

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

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

「今までの商品開発の考え方が180度変わった」

「狭い目線で考えるのではなく、もっと柔軟に考える必要があることが分かった」

上記は研修参加者の方々から頂いた感想です。

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



ヒルズ佐藤社長より事業活動の概要を説明いただく



養豚場での視察。豚舎内の見学は貴重な体験となった



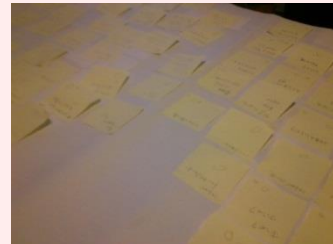
産直施設での見学ではたくさんの商品開発のヒントをいただいた



玉松味噌醤油株式会社阿部工場長(左手前)渡辺氏より事業活動に対する説明



T-FARM代表高橋氏と研修生との意見交換



新商品のアイデア出し。たくさんのアイデアが創出された

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

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

文：民間企業等民間派遣研修 [株式会社ヒルズ担当]
ホライズンコンサルティンググループ株式会社
代表取締役 庄司 和弘
(食農連携コーディネーターFACO)

