

6次産業化の出口戦略とプロデュース手法を学ぶ！

六本木農園・とちまるショップ

●普及指導員派遣研修の狙い

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

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

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

この度の研修にご協力をいただいた「六本木農園」は、飲食業界に「農業実験レストラン」という全く新しいジャンルを築き、期間限定で若手やこれから就農する生産者、または地域ブランディング、マーケティング等をトータルでプロデュースし、六本木農園プロジェクトとして、社会を変える新しい見方を提案する様々なプロジェクトを仕掛けられております。

研修でお世話になった総合プロデューサーの株式会社UMARI代表取締役の古田秘馬氏は、日頃より全国様々な地域において食と農業を通じた地域活性化の仕掛けや社会貢献に意欲的に参画されており、研修を通じて惜しみなくご自身のプロデュース手法を提供いただきました。

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

六本木農園プロジェクト（株式会社umari）

農家実験レストランとして2009年に六本木に開業して以来、農家の若者たちのインキュベーション機能を果たしながら、様々なイベントを通じて食と農業の新たなビジネスモデルを発信し続けております。六本木農園プロジェクトは、六本木の路地裏から社会を変える新しい見方を提案する、「日本トラベルレストラン」「東京晩餐会」「インターナショナル寺子屋」などのプロジェクトの他、「丸の内朝大学」など多彩なプロデュースを通じて地域活性化の新しいアイデアを具現化し続けております。

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



とちまるショップ（株式会社ファーマーズ・フォレスト）

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

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



「とちぎ」の魅力を
まるごと届け!

●実施準備・検討過程

今回の研修カリキュラムを作成するにあたって、古田氏との打ち合わせで、「六本木農園」においては、食と農業を通じたサービスコンテンツの多様性を学んでいただくために、六本木農園プロジェクトとして実践される様々なプロデュース手法の体感とともに、シェフ、農家それぞれの視点から、出口戦略と消費者コミュニケーションを学ぶ討議を中心とした座学カリキュラムを設定することとしました。

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

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

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

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

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

研修プログラム 実施期間:2013年1月21日～1月24日

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

(1)徹底して知る「座学」

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

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

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

(2)自分事化する「フィールドワーク」

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

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

(3)思考を深める「グループワーク」

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

FACOとゲスト講師がファシリテーターとなって、グループディスカッション中心の発想力を高めるワークを設定、課題抽出と、課題解決の方向性における出口戦略やプロデュースの活用について、自分の考えを話し、それぞれの考え方を聞く。このような時間をたっぷりと設定いたしました。



古田氏と比嘉シェフ質疑応答中



村田さんによる接点創造の座学



農家のブランド化事例講義中



農家のこせがれネットワーク座学

(4)伝え共有し繋がる「プレゼンテーション」

研修の最終プレゼンテーションは、グループ毎ではなく個人プレゼンテーションとしてグループ討議を基に導いたそれぞれの各担当地域課題の解決のために、自らがプロデューサーの視点に立った場合に、どのように出口戦略をとらえ、プロデュース手法を活用するかを発表していただくことにしました。

これにより、それぞれの地域課題の共有と普及指導員としての役割の再認識や発見、そして普及指導員同士の新たなネットワークの形成や連携の可能性を認識していただく事を目的とした有意義なプレゼンテーションになるように企画を致しました。



ふくい南青山291館長の話聞く



グループワークでアツク討議中



とちまるショップを視察中の風景



最終プレゼン実施中の風景



【研修に協力いただきました方々】

上段左より:

古田秘馬氏・比嘉康洋氏・村田麻美さん(以上:六本木農園)

脇坂真吏氏(農家のこせがれネットワーク)

下段左:井上義信氏(ふくい南青山291館長)

下段右:亀田泰志氏(農援団団長)



●研修の実施状況

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

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

●研修の結果(アウトプットとアウトカム)

今回の研修を通じて伝えたかったことは、「出口戦略の重要性」「6次産業化の裾野の広さ」そして「地域のつなぎ手の重要性」です。

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

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

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

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

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



文：民間企業等民間派遣研修〔六本木農園・とちまるショップ担当〕
株式会社ファーマーズ・フォレスト
代表取締役社長 松本 謙 (食農連携コーディネーターFACO)