

6次産業化の推進に向けた普及指導員等

# 民間企業等への派遣研修 ～実施メソッド～



食品チェーン研究協議会



# 本書作成の狙い

農業・農村の6次産業化による戦略的取組を推進するためには、農業者が主体的に加工に進出する取組への支援に加え、販売戦略の策定に対する支援が必要であり、農業者に対する指導の中核となる者のビジネス面での指導力強化が必要です。

農林水産省では平成23年度より6次産業化の推進に向け、都道府県を単位とした支援事業体（サポートセンター）を設置するとともに、6次産業化プランナーを配置することで、6次産業化の取組につながる案件の発掘や六次産業化法の認定申請から事業化のフォローアップまで、総合的なサポート体制の構築を進めています。

一方、地域には、既存の枠組みとして、農業者に直接関わり、農業技術の指導や担い手育成、農産物等の生産・加工・販売等への指導および経営相談など、農業技術や経営を向上するための支援を専門とする『普及指導員（国家資格をもった都道府県の職員）』が存在します。

このように、地域には、6次産業化施策により配置されている6次産業化プランナーと、従前から生産者とのかかわりを持った普及指導員の中核人材がおり、両者が地域で連携して生産者支援を行うことで、より効果的な活動の推進が可能となります。

本事業では、農林水産省の支援により、地域の中核人材（普及指導員等）を対象に、ビジネス面での指導力強化を目的として、外食・中食・食品製造業・量販店等へ派遣する研修を計画するとともに、実践的な取組を通じて民間企業等が取り組んでいる消費者・実需者ニーズの把握、販売戦略の策定等の知識の習得を図る研修（民間派遣研修）を実施して参りました。

本書では、事業をとおして得た研修実施の手法を取りまとめ、今後、地域等で民間派遣研修等の実施を計画される際の参考として、受け入れ先となる民間企業の抽出・選定、研修のプログラムやカリキュラム作成、実施計画の策定など、研修実施のためのノウハウを取りまとめています。

民間派遣研修では、受入先の企業が持つビジネスノウハウを知り、参加者の業務に利活用することが主目的となりますが、実施方法や研修内容によっては、それ以上の効果をもたらす可能性があります。一般に考えられる研修の実施マニュアルとしてではなく「参加者と企業とが信頼構築を構築し、その後の活動に寄与するのか」など、テクニックやポイントを盛り込んだ内容としています。是非、各所での民間派遣研修のノウハウ本として、お読みください。

## 目次

1 研修計画の企画立案	・・・4
2 研修受入先との調整	・・・6
3 プログラムやカリキュラムの作成	・・・8
○サンプル：本事業で検討・構築された研修プログラムの実施例	・・・10
4 研修の実施	・・・12
○民間派遣研修に係る準備・実施のためのチェックリスト	・・・14
○サンプル：研修実施マニュアル	・・・15

# 1 研修計画の企画立案

## (1) 研修の狙いと研修期間、研修の方法

研修の狙いと研修期間を想定するとともに、研修受入先の状況に対する配慮も必要。



現在、普及指導員を始め、地域の行政担当者、コーディネーターなどを対象とする各種の民間派遣研修が各所で実施されています。

その研修の目的は、出向等による長期の派遣により派遣先の業務を詳細にわたり理解するためのものから、現地視察など短期間で事業者の実務をある程度把握するものまでさまざまです。

民間派遣研修を企画立案する場合には、派遣する人材のニーズや派遣研修後、実務に復帰した後の効果等を想定し、効果的な計画を検討する必要があります。

また、派遣先（受入先）の実情を踏まえ、業務に支障をきたすことなどに配慮する必要があります。

研修計画を立案する際には、派遣の目的を俯瞰的に捉え、その狙いについて精緻な検討が必要となります。例えば、長期研修（出向等）であれば、派遣先の企業や所属部署等の業務実態を詳細に把握することが可能ですが、短期研修の場合には、派遣先の業務概要を知るだけであるのか、もっとその先にある事項について知りたいのかなど、研修の戦略性（ポイント）を絞り込むことが重視されます。

研修期間	研修の狙い
長期(数か月～数年)	○精緻に体験する、理解する 主に出向や交流人事等により、派遣先(受入先)企業の業務の詳細について理解を深めることが可能。
中期(1週間～数週間)	○見る、聞く、感じる・考える、理解する 派遣先(受入先)企業の何を知りたいのか、また、受入先において、その期間で派遣の目的を達成することが可能であるのか、事前の検討が必要となる。
短期(1日～数日)	○見る、聞く いわゆる現地視察のレベルでの派遣。

研修の狙いにあわせ、『見る』『聞く』『感じる・考える』『理解する』を用意する。

現在、国内各所で実施されている人材育成研修では、有識者や実務者を講師として主に講義（座学）による取り組みが実施されています。

しかしながら、このような方法では研修の参加者が「聞く」のみで、研修本来の目的を達成できるか判断しがたいものです。

近年では、上記に加え、ロールプレイング等を用いて実際の場面をモデル化した研修などが行われています。

民間派遣研修の場合、上記に加え、実際に現場を見ることが可能です。しかし見るだけでは「現地視察」といった内容にとどまり、参加者の知識を増やすのみとなるケースが考えられます。

もし、これから派遣研修等を企画立案される場合には、むしろ、派遣先で「感じること」や「考えること」、また、参加者の職務に置き換え「理解すること」などを促す方法をご検討いただければと思います。

## 参考：本事業の研修では・・・

本事業では、6次産業化の推進や農と食との連携等において、生産サイドにおける加工や販売など、生産者が事業の多角化や高度化を目指す際の指導方法のスキルアップを目的に、新規的なビジネスノウハウなどについて、講義、グループワーク、ロールプレイングなど一連の座学研修に加え、現地での見学や実習・作業、さらには受入先担当者との企画や実際の商品作りなど、種々のメソッドを駆使したプログラムを用意し、単なる現地視察にならないような研修計画を各社ごとに立案しました。

また、研修の期間は、受入先の業務の繁忙度や実情を踏まえ、4日～8日間での短期集中プログラムといたしました。



企画立案検討のボード



企業とのグループワーク



実際の商品試作の様子



試作された商品

## (2) 実施主体者と各者の役割

受入先と事務局および参加者を結ぶ中間人材（アテンドやコーディネーター）を配置する

複数の受入先との間で、上記を整理し、研修の内容を検討して行くには、基本的に受入先1社に対して、1名の担当を研修のアテンドとして配置することが望まれます。

これらの担当を、計画全体を差配調整する担当の下に置き、業務を遂行することで、各受入先における研修活動の整合性を図ることが可能になることに加え、1社ごとの研修戦略検討が可能となります。

また、これらの人員とは別に、参加者や受入先との事務作業にあたる人材の配置も必要です。この事務作業人材は、企業との契約・覚書の締結や参加

者への連絡告知、研修全体のスケジュール管理などを行うこととなります。

本事業では、各受入先担当として、各地の食農連携に関わる「食農連携コーディネーター（FACO）」を配置しました。このような担当に相当する人材として、地域には各種のコーディネーターやアドバイザーがいます。このような人材を有効に活用することで、細部にわたる企業との事前検討やプログラム・カリキュラムの策定に加え、普段やり取りのない民間事業者と参加者との交流を促すなど、研修のレベル向上を図ることが可能となります。

### [民間派遣研修における地域コーディネーター等の利活用の意味]

民間派遣研修の受入先と参加者との間には、これまで交流が無いものと思われます。また、数日の研修期間において、受入先との交流が図られたとしても、研修終了後に各員が積極的に交流機会を次なる業務やビジネスに展開できるとは限りません。

このような課題を埋める中間的人材として、地域のコーディネーター等を利活用すれば、研修後、受入先と地域との交流を継続したり、また、コーディネーター自らが持つ案件のために、両者とのコラボレーションを促す可能性も考えられます。地域において民間派遣研修を立案される際には、研修終了後も地域と繋がる人材をアテンドとして利活用しておくことが有用です。



## 2 研修受入先との調整

### (1) 派遣先(受入先)企業の選定と抽出

受入先の業務内容に加え、受入先がもつ研修ノウハウなどの情報収集が必要。また、研修参加者の派遣先ニーズとのマッチングも重要。

民間派遣研修の受入先は、研修の目的を達成する上で非常に重要なファクターとなります。そもそも研修をどのように、どの程度の期間実施するか、また、その受入先として、どの程度の研修ノウハウを受入先が有しているかなど、事前の情報収集と検討が必要になります。

そのためには、研修の狙いとなるべき事項を項目として整理し、それにそつ受入先を選定・抽出することが求め

られます。

実際の選定・抽出作業には、受入先となる企業情報を事前に有している必要があるのとつ、研修の参加者に対し、派遣先のニーズを聞いておくことも必要です。

ニーズ把握は、研修計画立案時に潜在的な参加者アンケート等を行うことで解決できますが、受入先情報は日頃の業務などで整理しておく必要があります。

#### 参考：本事業の研修では・・・

##### [企業の選定と参加者ニーズとのマッチング]

本事業では、先ず、右に示した項目を1)～6) 事前整理しました。次に、事業を推進するためのアテンドとして配置したFACOに項目情報を伝え、各FACOが日頃から業務等で関わる企業を選定してもらいました。

別途、農林水産省で普及指導員向けに実施したニーズ調査の結果を参考に、適合する企業の有無について検討を行い派遣先の対象としてリスト化を行いました。

##### [研修実施のための事前調整]

リスト化された企業を対象に、研修の趣旨説明、受入の可否、さらに研修に活用できそうな資料等の有無について、事前の調整等を行うことで、研修実施の具体化に向けた精査を行っています。

##### [企業の思いと研修の実施理念]

今回の企業はすべて、地域の食や農に企業としてご関心の高い組織です。このため、研修の実施については、各社とも積極的なご協力をいただき、CSR活動の一環として、無償でのご協力をいただきました。

1)地域農産物等の利活用を展開する食品製造業者等

- ケンコーマヨネーズ(株)
- ヤエガキフード&システム(株)

2)地域農産物等の利活用を展開する流通・小売業者等

- イオンリテール(株) フードアルチザン
- パルシステム生活協同組合連合会
- 六本木農園(連携:七里ヶ浜商店他)

3)素材・原料へのこだわりを持つ外食企業

- 日本サブウェイ(株)

4)ネット販売や通信販売等を通じた地域産物の利活用

- オイシックス(株)
- (株)ぐるなび(連携:東京海洋大学)

5)地域資源を有効に活用した地域発信型観光ビジネス

- 富洋観光開発(株) the Fish

6)地域資源を活用した飲食との連携ビジネス

- 西日本高速道路(株)
- (連携:西日本高速道路サービス・ホールディングス(株))
- (株)ノバレーゼ



趣旨にご賛同いただいた各社とも、研修の受入担当者に加え、役員の方々など組織をあげてのご対応をいただきました

## (2) 受入に係る諸事（契約書や知的財産・個人情報等の取り扱い）

参加者受入に係る諸事は、事前に受入先となる企業の間で契約や協定・覚書等を取り交わし、企業への迷惑をかけない配慮が必要

民間派遣研修は、あくまで実施する側の要望に企業が受入先として協力していただく関係にあることを忘れてはいけません。

研修では、外部の参加者が企業の組織内や関連施設に入ることになりますので、研修の実施場所以外に入ったりすることはもちろんですが、企業が研修でご提供くださる資料（特に企業のノウハウに関するもの、知的財産に関するもの、個人情報に関するもの）の

外部漏えいの可否などには注意が必要です。

また、研修期間中の労務災害等に関する事項についても、派遣先となる企業の担当者、人事管理者などと事前の整理を行っておく必要があります。

実施主体となる機関や組織においては、派遣契約や覚書などの必要性など、受け入れていただける企業の立場に立った対応が求められます。

### 参考：研修業務協定書・覚書の一例

下記の研修業務に関し、研修実施者〇〇〇（以下「甲」という）と研修受入先〇〇〇〇株式会社（以下「乙」という）とは次のとおり協定・覚書を締結する（取り交わす）。

（研修業務）

第1条 甲は「〇〇〇〇」の研修を乙にて実施し、乙はこれを受託するものとする。

（研修の内容）

第2条 研修の内容は甲・乙協議の上、別途定めるものとする。

（研修の期間）

第3条 委託研修の期間は、20XX年XX月XX日からXX月XX日までとする。

ただし、必要のあるときは、甲・乙協議の上、その期間を変更することができる。

（参加者の受入れ）

第4条 甲はこの協定に基づく研修を受けさせるため、別紙〇〇に基づく研修生（以下「研修生」という）を乙に派遣するものとする。

（勤務時間・休日）

第5条 前条の規定により派遣された研修生の勤務時間は、乙の勤務時間に従うものとする。

研修生の研修期間中の休日は甲・乙協議の上、設定するものとする。

（費用負担）

第6条 研修生の研修期間中における給与・諸手当は、甲の給与規定により、甲が負担するものとする。

研修生の研修期間中の旅費交通費・研修費等については、甲の規定に基づき甲が負担するものとする。

（災害補償）

第7条 研修生が研修の期間中に災害を受けた場合は、甲の就業規則の規定に基づき措置するものとする。

（守秘義務）

第8条 甲は研修生に対し、研修の期間中に知り得た乙及び第三者の営業秘密及び乙が取り扱う個人情報について、研修の期間中はもとより、研修終了後においても、守秘義務を負わせるものとする。

（指示に服する義務）

第9条 研修生は委託研修の期間中、乙の定める者の指示に従うものとする。

（報告）

第10条 甲は研修生に対して、研修の期間中、研修状況を報告させることができるものとする。

（その他）

第11条 この協定に定めのない事項及びこの協定に関して疑義を生じた事項については、甲・乙協議して定めるものとする。

この協定を証するため、本書を2通作成し、甲・乙両者記名捺印の上、各自その1通を保有するものとする。

20XX年XX月XX日 甲 ④ 乙 ④



### 3 プログラムやカリキュラムの作成

#### (1) 受入先との調整作業とプログラム検討

企業との調整は、先ず何を伝えたいのかを整理。それに係る既存資料等を用意し、さらに研修に必要な資料等を作成する。アテンド担当はできる限り企業負担の軽減に努める。

研修の実施準備については、派遣先となる企業との綿密な打ち合わせや意見交換が必要となります。

先ずは、研修において「参加者に何を伝えたいのか」などの上位概念を整理し、そのための研修プログラム（骨子）を検討します。

研修プログラムを遂行するための資料は、協力していただく企業の負担をできる限り軽減するため、既存の事業

パンフレットや関係資料、企業自社内で行われている社員研修用の資料などの有無について整理を行います。

さらに、研修プログラムに併せ、各セクションを誰が担当するのかなどについて綿密な調整を行います。

また、研修のアテンドとなるコーディネーター等が持つノウハウやスキルも利活用し、プログラム全体をとおして臨場感のある内容とします。



オリジナリティーあるプログラムを研修内容に盛り込む。研修期間を有効に使うのも一つのアイデア。

ステップ	企業との調整手順
ステップ1	○研修の実施理解 民間派遣研修の趣旨・目的を伝え、受入の協力を得る。 ！ポイント：なるべく企業内で決定権のある方にお話を聞いていただき、理解を得ることが重要。
ステップ2	○実施体制の整備 企業の担当者を最低2名（実施統括と事務連絡係）を配置していただくとともに、ステップ3以降で構築するプログラムにあわせ人員の拡充を要請する。
ステップ3	○研修の最上位概念の確認・合意 研修参加者の受入れにあたり、企業として「何を伝えたいのか」について確認を行い、研修のプログラム骨子を整理する。 ！ポイント：事前にアテンド担当が企業の特徴を理解し、研修の趣旨・目的に沿った研修プログラムを用意しておくこと。その内容を企業担当者との間で調整する。
ステップ4	○研修期間や日程の調整 企業の繁忙期等やイベント等を踏まえ、研修実施期間や日程を調整する。
ステップ5 （目安） 研修1か月前まで	○プログラムに沿った内容の検討 研修プログラムに記された骨子をもとに、研修期間中のスケジュールや研修項目、講義担当者などについて整理を行う。 ！ポイント：講義のみではなく、グループワーク、実習、現地見学、商品開発試作、イベントへの参加等、研修期間を十分に使い、参加者の満足が満たされる内容をアテンドから提案を行ってゆく。
ステップ6	○内容の精査、オリジナリティーの創出 研修の内容を高めるため、ゲストを呼んだり、他者では体験できないことを企画したり、さらなる精査を行う。

#### 参考：本事業の研修では・・・

一般的な研修のプログラムに加え、企業が業務として関わる取引先や有識者などをゲストとしてお呼びいただいたり、商品の試作、研修実施地域のイベント視察、さらには「社食で昼食体験」などを盛り込んでいただきました。



研修期間中に実施されていた企業イベントへの参加（震災復興フェア）



時間を有効に使うアイデア！：現地への移動時に講義を実施する

## (2) カリキュラム作成と内容の精査

カリキュラムは企業が持つ既存資料、アテンド担当者の作成資料、公開されている資料等の利活用で対応が可能です。

計画された研修プログラムに対し、実際の研修ではそのプログラムに適するカリキュラムを用意することが必要です。先にも記しましたが、用意するカリキュラムは、企業が持っている既存の資料を有効活用することで、企業の作業軽減を図ることができます。

また、冊子になっていなくても、日ごろ企業担当者が使っているパワーポイントの資料なども、より具体的な業務を知る上での参考になります（なおこの場合、資料の情報が外部漏えい可能であるのか等の確認が必要となりま

す）。

さらに、参加者どうしが行うグループワークやロールプレイング等の研修では、研修の進行役となるアテンドや企業担当が実施のための手法（メソッド）を理解しておく必要があります。

アテンドや担当者が持つノウハウやスキルを活用することが望まれますが、食農連携などの分野では、過去の支援事業等により、公的機関がメソッドを公開している場合もあり、このような資料を利活用することも一つの方法です。

参考：研修で利活用可能なメソッドの一例

メソッドのテーマ		資料の概要
コーディネータ 手法戦略構築		農商工等連携や食農連携を推進する連携体や枠組の中で、関係者が合意形成を図り、発生する課題等を解決していくためには、関係する機関・組織・事業者等が理念として共有できる『ビジョン・戦略』が最も重要であり、コーディネーターが先ず行わなければならない活動ともいえます。 本書では、その一つの方法として、ビジネスの現場で利活用されているブレインストーミング（BS）、SWOT分析などの手法をアレンジし、農商工等連携や食農連携の取組を推進する連携体や枠組におけるビジョン形成や戦略構築のためのメソッド（手法）を紹介しています。
地域ブランド		地域全体の活性化につなげる有効な方法の一つとして、地域ブランドの構築があります。地域に入ったコーディネーターが広い視野のもと、進めていかなければならないテーマといえます。 本書では、農商工等連携における地域ブランドの構築の方法から、ブランドコミュニケーションの仕方やブランド管理の必要性まで、地域ブランド形成に必要な手法を一通り紹介しています。
マーケティング 戦略		農商工連携や食農連携によって生み出される様々な新商品や新サービスが変化の著しい現代マーケットにおいて、持続可能な成長モデルになるためには、正確に商品やサービスの特性を把握し、適切なマーケティング戦略に基づいた意思決定を行う必要があります。そのためにも、広い知見とノウハウを持つコーディネーターの客観的なサポートが求められています。 本書では、そのような地域ブランドや地域発信型商品・サービスのコーディネータに必要な実践的なマーケティング手法を紹介しています。
新商品開発		食農連携における新製品開発は、地域の食品企業や農業者、研究機関等のそれぞれの持つ強みを結集し、足りない資源や技術を異業種から導入して、新たな製品開発を実現しようというものです。大企業であれば、自社の力のみで実現できるかもしれませんが、中小企業であれば、このように地域内での連携体による新製品開発を目指すことが必要です。 本テキストでは、食農連携における新製品開発において、それを実施するコーディネーターや開発担当者が注意すべき点を示しています。

各資料は農林水産省総合食料局補助「食農連携機能高度化支援事業」において社団法人 食品需給研究センターが作成し、公表しています。資料は右のアドレスから無料ダウンロードが可能です。http://www.fmric.or.jp/facobank/kenshu/kyozai.html

## 本事業で検討・構築された研修プログラムの実施例

参考ケース1：パルシステム生活協同組合連合会での研修プログラム

[コンセプト:パルシステムとは、人と人との助け合いが原点です]

第1日(火)	第2日(水)	第3日(木)	第4日(金)
9:30 集合 10:00 実地研修オリエンテーション ・事業について FACO加藤・カリキュラム 小林課長 10:30 講義山本伸司理事長「パルシステムの歴史・理念・ビジョンについて」 12:00 質疑応答	8:00 津田沼駅集合 8:30 車中にて和郷園視察に関する予備講義 講師:FACO加藤 10:10 講義「和郷園の事業概要」 講師 伊藤忠明課長 10:50 カット野菜・出荷場見学 11:20 リサイクルセンター視察	9:45 東川口駅に集合 10:30 講義 講師 野村和夫専務「ジーピーエスの役割・機能について」 11:15 質疑応答 11:30 講義 講師 工藤友明本部長「ジーピーエスの販売機能と産地政策について」 12:15 質疑応答	9:30 パル本部に集合 10:00 普及指導員全員による特産品の模擬セールス プレゼン 15分 質疑応答 5分 ①石川県 トマト 現物あり ②鳥取県 日本酒現物あり ③愛媛県 干柿 現物あり ④長崎県 ハウス琵琶 ⑤宮崎県 キンカン(生・加工品) 現物あり パルシステム対応者 高橋英明課長、堀籠克衛人事部部長
12:30 昼食 13:30	12:00 直売所風土村にて 13:00 昼食(和郷園直営)	12:30 昼食 13:30	
13:30 講義 高橋宏通部長「パルシステムの食料農業政策について」 15:00 質疑応答 15:30 休憩 15:45 講義 高橋英明課長「パルシステムの商務機能について」 16:45 質疑応答 17:45 本日の振り返り FACO 18:30 交流会	13:10 例糖野菜工場視察 14:15 契約農家の圃場視察及び質疑応答 15:10 和郷園併設のザ・ファーム視察(農業宿泊体験施設) 16:100 車中にて本日の振り返り FACO 加藤 18:00 津田沼駅にて解散	13:30 センター内視察(納品から出荷まで) 14:30 質疑応答 15:00 休憩 15:15 講義 講師 畑信彦品質管理課長代理「放射能に対する考え方について」 16:15 質疑応答 16:45 本日の振り返り 17:30 終了	

参考ケース2：株式会社ケンコーマヨネーズでの研修プログラム

[コンセプト:中食産業における企業の戦略]

	第1日(火)	第2日(水)	第3日(木)	第4日(金)
午前	○実地研修オリエンテーション ○概略:顔合わせ、自己紹介 事業目的の共有、ケンコーマヨネーズ(株)の紹介 ○教材 プリント資料 ○担当者:FACO高橋修一郎、ケンコーマヨネーズ(加藤他)	○中食事業座学① ○概略:食品企業が事業運営をしていくなかで注意していることを伝える。 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(加藤)	○商品開発実習① ○概略:持ち込み製品を使った商品の開発。コンセプトシートの作成。 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(中島)	○工場見学および成果プレゼンテーション ○概略:試作品の試食をし、ディスカッションを行う。 各自学んだことをまとめ、発表を行い、学びを共有する ○教材:プリント資料 ○担当者:FACO高橋修一郎
昼食	ケンコーマヨネーズ(株)社内食堂にて			
午後①	○所沢工場視察① ○概略:ケンコーマヨネーズ(株)の施設見学 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ株式会社(日下)	○中食事業座学① ○概略:商品開発の際にどのようなことが考えられているかを学ぶ。コンセプトシートについて。 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(加藤)	○商品開発実習② ○概略:コンセプトシートの内容もどに商品の試作を行う。 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(中島)	
午後②	所沢工場視察② ○概略:ケンコーマヨネーズ(株)の施設見学 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ株式会社(日下)	○実地見学 ○概略:サラダの中食salad cafeを見学し、座学の内容を実施している現場を理解する。○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ株式会社(加藤)	○商品開発実習③ ○概略:試作した料理のプレゼンテーションを行い、商品をお客様に届けるポイントを学ぶ。 ○教材:プリント資料 ○担当者:ケンコーマヨネーズ(株)(中島)	

参考ケース3：六本木農園(株式会社umari)での研修プログラム  
 [コンセプト:6次産業化の出口戦略とプロデュース手法を学ぶ!]

1日目(火)7:20~17:00	2日目(水)11:00~17:00	3日目(木)10:00~17:00	4日目(金)10:00~13:00
7時20分 東京駅新丸ビル 10Fエコツェリア集合  (早朝NGの方は 9:30に 六本木農園に集合)  7時半 朝大学農業クラス視察 10時 オリエンテーション 今回の目標とゴール の設定と共有	11時 JR鎌倉駅 西口集合 終日 鎌倉市内  フィールドワーク① ・鎌倉ブランド野菜の流通と 鎌倉連売所などの視察を 通じて消費者のブランド認 識を体感する	10時 六本木農園集合 終日 六本木農園  アウトプット学習 ・視察体験の整理 ・コンテンツの作りこみ手法 ・多様な農業コンテンツの可能性 ・グループワークの準備	10時 六本木農園集合 終日 六本木農園  プレゼンテーション ・個人別発表 ・全体講評  13時 終了・解散
13時 総論講義 ①6次産業化と地域連動 ②マーケティングとプロデュースの 違いについて 15時 六本木農園における ビジネス戦略 ①六本木農園の活動 ②農家のこせがれネットワーク 18時 懇親会(六本木農園) 本音でナイト!  20時 六本木農園で解散	14時 七里ヶ浜商店  フィールドワーク② ・高級住宅街で意識の高い消費 者の多い七里ヶ浜エリアのマーケテ ィングを体感する  フィールドワーク③ ・地域密着型マーケティングと消費者 コミュニケーションの現場学習 ・ポイントの整理と意見交換  17時 鎌倉駅で解散	13時 グループワーク① ケースによるアウトプット ・地に域ブランドが根付くための方 策を検討します。  15時 グループワーク② テマ設定によるアウトプット  17時 六本木農園で解散 ※各自宿泊先で発表準備	/

参考ケース4：イオンリテール株式会社での研修プログラム  
 [コンセプト:消費者が認める価値とは! 売するための戦略!]

【事前勉強】	第1日(水) 13:30~17:30	第2日(木) 10:00~17:30
物産展でイオンフードアルチザンが応援する 商品について、「何故、イオンフードアルチザ ンがこの商品を応援するのか」、「他の商品と の違いは何か」など一連の研修会をとおして キーワードとなる事項について、事前の情報 収集を行っていただきます。	13:30 集合 イオンリテール(株)本社 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1 最寄駅:JR京葉線 海浜幕張駅 14:00 研修開始(講義) ・研修オリエンテーション(30分) ・研修全体を踏まえた講義(120分) 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール(株)本社(前日同) 10:10 研修開始(講義、グループワーク) 売り方コンセプト作り グループワークによる商品の見せ方、 売り場イメージ、セールスコピー等 の 検討 17:30 終了
第3日(金) 13:30~17:30	第4日(土) 10:00~17:30	第5日(日) 集合なし
13:30 集合 イオンレイクタウン店 埼玉県越谷市東町2-8 最寄駅:JR武蔵野線 越谷レイクタウン駅 13:45 研修開始(実地研修) ・売り方コンセプト確認① ~岩手フェア視察&調査~ 16:30 終了 → 海浜幕張へ移動	10:00 集合 イオンレイクタウン店(前日同) 10:10 研修開始(実地研修) ・売り方コンセプト確認② ~岩手フェア視察&調査~ 13:00 (社)食品需給研究センターに移動 ・結果の整理・意見交換 17:30 終了	◇各自の宿泊先にて研修結果の整理 ◇都内近郊の地域産品小売見学(各自) ※なお、宿題作成のために、参加者どうしが グループごとに集まって検討を行う際には、 (社)食品需給研究センター(東京都北区 西ヶ原3-1-12)の施設を開放します。 最寄駅:JR京浜東北線 上中里駅 地下鉄東西線 西ヶ原駅
第6日(月) 13:30~17:30	第7日(火) 10:00~17:30	第8日(水) 10:00~15:00
13:30 集合 イオンリテール(株)本社 13:40 研修開始(発表) ・検討結果発表(120分) ・商品開発に向けた意見交換(90分) 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール(株)本社 10:10 研修開始(講義、グループワーク) ・商品コンセプト作り 午前中は講義、午後はグループワーク 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール(株)本社 10:10 研修開始(発表) ・商品コンセプト発表 ・フードアルチザンの狙い(まとめ) 15:00 終了・解散

## 4 研修の実施

### (1) 参加者への事前対応

#### ① 事前学習の実施

派遣される企業情報は参加者自身が事前学習として整理しておく。



民間派遣研修では、参加者に対し、事前に派遣先となる企業の概要、実施業務、研修の趣旨・目的との連動性等について情報提供を行うことが望まれます。参加者の研修実施の初日に企業の概要を知るといったことは避けるべきです。

このような事前情報の収集と参加者

自身における整理のため、最低でも企業のホームページを閲覧しておくことや事前の情報収集を促すことが必要です。

できれば、企業担当者とアテンドとの間で、関連する資料等を整理し、参加者に送り、事前勉強を行っていただくのも一つの方法となります。

#### アイデア① ～参加者のアイスブレイクのために～メーリングリストを作成する

研修では、参加者も、受入企業も、アテンド、その他関係者などすべての人が初めて会うばかりです。事前学習の実施以外にも、研修に関わる全ての人が事前に自己紹介できるための手段として『メーリングリスト』等を作成し、情報交換を行うもの一つの方法です。

#### アイデア② ～参加者から派遣企業への質問を行う～

事前学習で参加者が感じた疑問や派遣先の企業に聞きたいことなどを、上記のメーリングリストを使い、アンケートを実施するもの一つの方法です。回答は、研修初日に行うなどで、参加者の「なるほど」といった思いを引きだすことが可能となります。

#### ②実施スケジュールの告知

研修の集合場所や集合時間、研修場所の移動方法などは、早めに参加者に告知する。

参加者の中には遠方から研修に参加される方も多くいます。そのような参加者のスケジュール確保などのために、研修のプログラムや実施スケジュールは早めに確定させておくことが必要です。

特に宿泊場所や交通費積算の関係から、初日の集合場所と時間、工場見学など他の場所で研修を実施する場合の移動手段、集合時間などは、できるだけ早めに確定し、参加者への告知を行っておく必要があります。

#### ③参加者が準備するものの告知

研修参加者が各自持ち寄るものは、早めに告知する。

一般的な講義を中心とした研修や見学を中心とした研修では、研修を実施する側が関係資料等を用意するだけでよいのですが、例えば、実際のシュミレーションや商品試作など、参加者に農産産物をサンプル提供をお願いする場合やグループワークやロールプレイング等による企画検討を行うにあたり

各自のパソコンを用意してもらうなど、参加者が事前に準備する必要があるものがある場合にも、できるだけ早めに内容を確定し、参加者への告知を行っておく必要があります。

## (2) 研修の実施マニュアルを作成する【必須】

民間派遣研修では、研修全体を整理した『実施マニュアル』の作成が必須。



研修では、各プログラムで実施するカリキュラム以外に、研修全体をとおしての『実施マニュアル』を作成することが必須です。

このマニュアルに研修の趣旨・目的、研修のスケジュール、集合場所（地図）、企業の概要や事前に告知しておくべき情報、各研修プログラムの概要、

担当者のアドレス、緊急時の連絡先などを掲載しておくことで、研修に参加する各員の不安解消につながります。

マニュアルは企業との調整時にアテンドが作成し、企業の内容確認を行う基礎資料としても重要です。

アイデア③ ～参加者のアイスブレイクのために～マニュアルに参加者の顔写真を入れる

マニュアルでは、研修に係る全てのことをできるだけ盛り込んでおくことが必要です。例えば、参加者の顔写真などを入れることで、研修初日の待ち合わせや関係者全員の事前認知につなげることが可能です。

研修実施マニュアルのサンプルを後段p〇〇でご紹介します

## (3) 参加者と企業との懇親を深める

参加者と企業との信頼関係を構築することで、研修実施後の波及効果を創出する。

数日間の研修では、特に参加者と企業、アテンドなどとの関係を構築することが重要です。そのためには、懇親を深める機会をできるだけ多く設定することが求められます。

研修終了後の懇親会は単なる宴席ではなく、各員の意見交換の場として活用するだけでなく、企業が関係する他の事業者や有識者等との交流の機会を創出するなど一つの方法です。

また、研修期間中の昼食は個別にとるのではなく、できるだけ全員で、また、企業の社食などを利用し、企業の社風などを知る機会とすることも魅力

的な研修を演出するための手段となります。

研修の趣旨・目的を理解し、日々の業務に役立てることはもちろんですが、研修終了後、参加者が企業やアテンドとの連携関係を構築することで、地域の6次産業化などに係る生産者や製造業者への指導などのきっかけをつかむことができます。

民間派遣研修では、研修実施のアウトプット以上に、実施後の関係構築などアウトカムを是非考えていただければと思います。



アイデア④ ～研修終了後のアウトカム創出のために～

研修終了後、ある程度の期間においてOB会などを開催し、その後の各員の情報交換等を行うことも一つの方法です。研修実施にあたり作成したメーリングリストなどのツールを活用することで、研修終了後の機会を創出することが可能となります。

## 民間派遣研修に係る準備・実施のためのチェックリスト

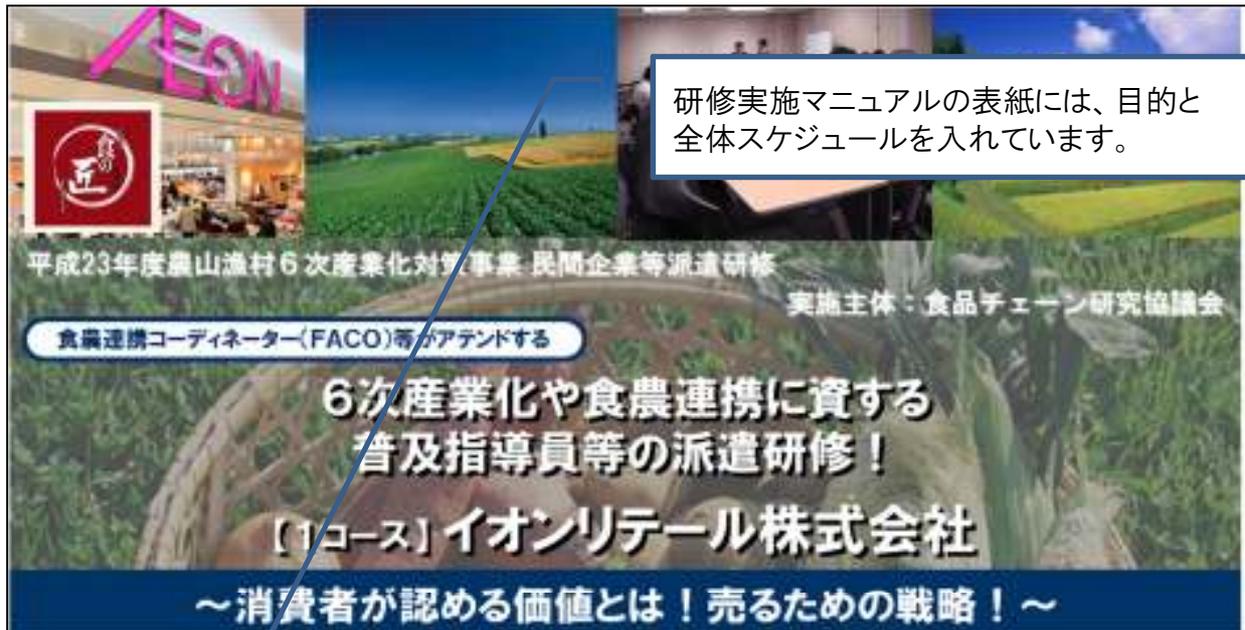
今後、民間派遣研修を企画立案、計画遂行されるみなさんを対象に、本書で解説してきた内容を整理し、事前の準備や企業との調整、研修実施のためのチェックリストを作成いたしました。

チェック	民間派遣研修において確認しておくべき事項、配慮すべき事項
1 研修計画の企画立案	
<input type="checkbox"/>	・研修の狙いは分かりやすく整理されているか
<input type="checkbox"/>	・研修に派遣する人材(参加者)のニーズ(派遣先や研修内容)は把握しているか
<input type="checkbox"/>	・研修終了後の効果(アウトプット)や成果(アウトカム)を想定しているか
<input type="checkbox"/>	・研修の実施方法や期間、実施時期等を全体計画として整理しているか
<input type="checkbox"/>	・研修事業実施の総括担当者、企業担当者等は適切に配置されているか
<input type="checkbox"/>	・研修の派遣先(受入先)となる企業のリストアップは可能か。不可能な場合の対応は可能か
2 研修受入先との調整	
<input type="checkbox"/>	・受入先企業との間で研修の趣旨・目的について理解が得られているか、合意形成ができているか
<input type="checkbox"/>	・企業の特徴を捉え、研修の実施場所として適切であると判断できているか
<input type="checkbox"/>	・参加者の受入にかかる契約や協定、覚書等の取り交わしは必要か
<input type="checkbox"/>	・知的財産や個人情報の漏えいに関するリスク回避が、研修実施者と企業との間で合意できているか
<input type="checkbox"/>	・そもそも企業は前向きに対応してくれそうか
3 プログラムやカリキュラムの作成	
<input type="checkbox"/>	・企業側において、担当配置(窓口、事務連絡)の受入体制が整ったか
<input type="checkbox"/>	・企業として研修で「何を伝えたいのか」といったコンセプトは固まったか
<input type="checkbox"/>	・企業との間で研修期間や日程の調整ができたか
<input type="checkbox"/>	・研修の骨子となるプログラムを作成し、企業との合意ができたか
<input type="checkbox"/>	・研修プログラムに沿った研修項目や研修内容、講義担当者、視察受入先などの整理はできたか
<input type="checkbox"/>	・研修プログラムに沿ったカリキュラムは用意できたか、カリキュラムの説明担当者等の確認含む
<input type="checkbox"/>	・オリジナリティーあるカリキュラムを盛り込むことができたか
4 研修の実施	
<input type="checkbox"/>	・参加者との関係構築はできているか(情報連携や意思疎通など)
<input type="checkbox"/>	・企業情報などを事前学習させることが可能か
<input type="checkbox"/>	・実施スケジュールや参加者が準備するものの告知は適切に行っているか
<input type="checkbox"/>	・上記全体を踏まえた事項を整理した『研修実施マニュアル』は作成できたか、参加者に事前送付したか
<input type="checkbox"/>	・企業担当者等の間で、研修実施前の最後の確認をマニュアルを用いて行うこと!
<input type="checkbox"/>	・参加者と企業など研修に関わるメンバーの関係構築のための演出を組んでいるか
<input type="checkbox"/>	・研修実施後の関係者との情報連携等について想定しているか

※最低でも上記の項目のすべてを満たした研修の実施が求められます。



## サンプル:研修実施マニュアル(実例)



研修実施マニュアルの表紙には、目的と全体スケジュールを入れています。

### 【研修の目的】

イオンリテール フードアルチザンでは、地域の魅力的な食材を消費者のみならずにお届けするため、作り手の想いやストーリー性を重視した商品提案を行っています。  
研修では10月28日からイオンレイクタウンにて開催される「岩手三陸沿岸復興フェア」を舞台として、フードアルチザンとして取上げた商品の見せ方、物産展における売り場

イメージ、セールスコピーなど売り方コンセプトについてグループワークにて検討していただきます。グループワークで整理した検討結果を実際の物産展を視察し検証するとともに、物産展終了後、更なるコンセプト戦略の検討などをロールプレイングするなど、地域の魅力的な商品の開発と売り方戦略を学んでいただきます。

### 【研修のスケジュール】

【事前勉強】	第1日(10/26(水))13:30~17:30	第2日(10/27(木))10:00~17:30
物産展でイオンフードアルチザンが応援する商品について、「何故、イオンフードアルチザンがこの商品を応援するのか」、「他の商品との違いは何か」など一連の研修会をとおしてキーワードとなる事項について、事前の情報収集を行っていただきます。	13:30 集合 イオンリテール株式会社 千葉県千葉市美浜区中瀬1-6-1 最寄駅:JR京葉線 湊浜幕張駅 14:00 研修開始(講義) ・研修オリエンテーション(30分) ・研修全体を踏まえた講義(120分) 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール株式会社(前日同) 10:10 研修開始(講義、グループワーク) 売り方コンセプト作り グループワークによる商品の見せ方、売り場イメージ、セールスコピー等の検討 17:30 終了
第3日(10/28(金))13:30~17:30	第4日(10/29(土))10:00~17:30	第5日(10/30(日))集合なし
13:30 集合 イオンレイクタウン店 埼玉県越谷市東町2-8 最寄駅:JR武蔵野線 越谷レイクタウン駅 13:45 研修開始(実地研修) ・売り方コンセプト確認① ～岩手フェア視察と調査～ 17:30 終了	10:00 集合 イオンレイクタウン店(前日同) 10:10 研修開始(実地研修) ・売り方コンセプト確認② ～岩手フェア視察と調査～ 13:00(社)食品需給研究センターに移動 ・結果の整理・意見交換 17:30 終了	◇各自の宿泊先にて研修結果の整理 ◇都内近郊の地域産品小売見学(各自) ※なお、宿題作成のために、参加者同士がグループごとに集まって検討を行う際には、(社)食品需給研究センター(東京都北区西ヶ原3-1-12)の施設を開放します。 最寄駅:JR京浜東北線 上中里駅 地下鉄東西線 西ヶ原駅
第6日(10/31(月))13:30~17:30	第7日(11/1(火))10:00~17:30	第8日(11/2(水))10:00~15:00
13:30 集合 イオンリテール株式会社 13:40 研修開始(発表) ・検討結果発表(120分) ・商品開発に向けた意見交換(30分) 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール株式会社 10:10 研修開始(講義、グループワーク) ・商品コンセプト作り 午前中は講義、午後はグループワーク 17:30 終了	10:00 集合 イオンリテール株式会社 10:10 研修開始(発表) ・商品コンセプト発表 ・フードアルチザンの狙い(まとめ) 15:00 終了・解散

※なお、本研修の実施にあたっては、事業の推進にご賛同頂きましたイオンリテール株式会社の経営により、研修の実施に係る経費に対しCSR活動の一環として同社よりご支援をいただいております。

研修期間中のタイムテーブルを示すとともに、集合場所を地図で表示しています。

【研修期間中のタイムテーブル】

日時	集合場所	備考
10月26日(水) 13:30～17:30	イオンリテール株本社 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1 最寄駅:JR京葉線 海浜幕張駅	・集合は、本社2F受付カウンター前 入館手続き等がありますので、担当FAO(長谷川)およびイオン担当がお待ちしています。 ・初日の研修終了後、交流会を開催 終了後幕張周辺にてイオンフードアルチザンメンバーとの交流会を開催します。
10月27日(木) 10:00～17:30		・二日目以降は初日に作成した入館証をご提示ください。 ・昼食は周辺の飲食店等をご利用いただけます。
10月28日(金) 13:30～17:30	イオンレイクタウン店 埼玉県越谷市東町2-8 最寄駅:JR武蔵野線 越谷レイクタウン駅	・集合は、駅前エスカレーターを上った2F入口 入館手続き等がありますので、担当FAO(長谷川)およびイオン担当がお待ちしています。
10月29日(土) 10:00～17:30		・レイクタウンにて昼食後、電車にて常盤センター(東京都北区)に移動します。
10月30日(日)	各自宿泊先等にて研修結果の整理 集合はありません	宿題作図のために、参加者どうしがグループごとに集まって検討を行います。 (社)食品供給研究センター(東京都北区西ヶ原2-1-12)の施設を開放します。
10月31日(月) 13:30～17:30	イオンリテール株本社 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1 最寄駅:JR京葉線 海浜幕張駅	・初日に作成した入館証をご提示ください。
11月1日(火) 10:00～17:30		・初日に作成した入館証をご提示ください。 ・昼食は周辺の飲食店等をご利用いただけます。
11月2日(水) 10:00～15:00		・初日に作成した入館証をご提示ください。 ・昼食は周辺の飲食店等をご利用いただけます。

【イオンリテール株式会社 本社】



集合場所:イオン本社 2F受付カウンター  
JR京葉線 海浜幕張駅(北口)から徒歩10分  
※海浜幕張駅までの時間の目安  
東京駅から京葉線各駅停車で45分(快速で35分)

【イオンレイクタウン店】



集合場所:イオンレイクタウン 2F駅前エスカレーター入口  
JR武蔵野線 越谷レイクタウン駅  
※越谷レイクタウン駅までの時間の目安  
東京駅から京浜東北線 南浦和駅 乗換えで65分

事前学習のために、企業のHPアドレスや関連する施策等を紹介しています。

民間企業等派遣研修の準備

2. 民間企業等派遣研修の準備

事前学習

今回の研修は、イオンリテール フードアルチザンの取組をとおして、消費者が認める価値や売るための戦略について学んでいただきます。

研修の骨子は大きく、①売り場コンセプトプランニングの検討(10/26～27)、②売り場コンセプトの実地検討(10/28～30)、③商品コンセプトプランニングの検討の3つに分かれています。

研修は、イオンリテール 紳ご担当者さまや関係者さまを交え、基本的に①講義→②グループワーク→③検証→④発表→⑤苦言をいせといった順に進んでいきます。

今回の研修では特にグループワークを実施する際など、みなさんの知識やアイデアを駆使して、検討を行うといった場面も多数ご用意させていただきました。

なお、売り場コンセプトや商品開発プランニング等でご検討いただく対象商品は、同社フードアルチザンが岩手三陸沿岸復興フェアで取り扱う商品(岩泉ヨーグルト)をサンプルとして研修を実施します。日頃より、生産サイドへの指導等を行っている普及指導員等のみなさまにとっては、馴染みのないものと思われる。

今回の研修において「何故、イオンフードアルチザンがこの商品を応援するのか」、「他の商品との違いは何か」、「地域産品を取扱う上での戦略視点」などキーワードとなる事項について、事前にリサーチを行っていただければと思います。

つきましては、研修にご参加いただく上での事前学習として、下記の事項についてインターネット等を活用し、情報収集等を行っていただければと思います。

【そもそもイオン フードアルチザンとは?】

民間企業では、そもそもその商品きどのような目的でブランド化してゆくのかなど、明確なコンセプトを持っています。ここでは、イオンが展開する商品群として、『TOPVALU』、『Let's食育』などのコンセプトと、『フードアルチザン』のコンセプトとの違いを知って下さい。

- イオン 各種商品ブランドのページ  
<http://www.aeonretail.jp/kodawari/index.html>
- イオン フードアルチザンのページ  
<http://www.aeonretail.jp/kodawari/artisan/index.html>
- イオン フードアルチザンのネットショップ  
<http://www.aeonshop.com/contents/artisantop/index.html>



【6次産業化?】

当該プロジェクトでは、6次産業化の推進や農と食との連携など、現在、国が進める施策を背景として、地域で業務を遂行されている普及指導員等のみなさまを対象に、生産サイトにおける加工や販売など、生産者が事業の多角化や高度化を目指す際の指導方法のスキルアップを目的としています。ここでは、施策背景等をご理解いただくため、農林水産省の関連サイト等をご紹介します。

- 農林水産省6次産業化のページ  
<http://www.maff.go.jp/j/soushoku/sanku/6jika.html>
- 農業・農村の6次産業化に資する普及指導員の活動事例(生産局農産部技術普及課)  
[http://www.maff.go.jp/j/eisan/gzyutu/hukyu/h\\_ziroi/h02\\_6j/index.html](http://www.maff.go.jp/j/eisan/gzyutu/hukyu/h_ziroi/h02_6j/index.html)



毎日の研修スケジュールを整理して記載しています。  
赤文字では、企業やアテンドが用意する資料等を表示。

民間企業等派遣研修の実施

3. 民間企業等派遣研修の実施

ご提供できるものは『実態に基づいたノウハウ』  
お持ち帰りいただくものは『知識と人脈』

第1日 10月26日(水) [知る]

13:30 集合

イオンリテール株式会社 千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1 2F受付カウンター  
(詳細はp3でご確認ください)

13:40 研修開始

(1)研修のオリエンテーション

挨拶 生産局技術普及課 研修指導班

事業説明 食品チェーン研究協議会 長谷川 潤一

諸注意 イオンリテール㈱

□資料1(農水省)

□資料2(長谷川)

□資料3(イオン・人事部)

【セッティング】  
PC、プロジェクター  
※資料データ等を入れておく

14:20～17:20

(2)研修全体を踏まえたキックオフ(講義)

①農や食をとおした地域活性化(50分)

□資料4(長)

社団法人食品需給研究センター 食料産業クラスターチームリーダー

主任研究員 長谷川 潤一 (食農連携コーディネーター (FACO))

・なぜ今、6次産業化や農商工連携が施策となっているのか、農や食をとおした地域活性化とはどのようなものであるのか、全体の概略をご説明します。

②地域の農や食に関わるイオンの活動(仮)(60分)

イオンリテール株式会社 執行役員 エリア政策推進担当

□資料5(イオン)

・イオンリテール㈱の概略および地域の農や食に係る活動に対し、イオンリテール㈱がどのような取組を実施しているのかご紹介を行います。

～10分休憩～

③イオンフードアルチザンの活動紹介(60分)

□資料6(イオン)

イオンリテール株式会社 エリア政策推進 フードアルチザングループ マネージャー

・イオンフードアルチザンは、どのようなコンセプトでこれまでどのような活動を推進してきたのか、具体的な事例を紹介しながら取組を解説いたします。

・イオンが選ぶ商品とは・・・イオン基準・イオン規格および食品衛生法や優良認証等への対応について解説いたします。

17:20～17:30

(3)本日のまとめと明日の説明事項

交流会の開催

□資料7(イオン)

・第1日の研修終了後、今回の研修に関わるみなさんとのアイスブレイクを目的に、イオンフードアルチザンメンバーも参加した交流会を実施します。

・実施場所は幕張周辺で調整中、交流会は会費制で実施します。

研修の実施イメージを分かりやすく解説。  
写真などを入れ込むことで臨場感ができます。

民間企業等派遣研修の実施

【グループワークの実施方法】

自己紹介 → プレインストーミング

事前学習や研修開始以後の座学(講義)により種々の情報を入手したかと思えます。しかし、個人の理解には差があり、それがコンセプトを考える上でのミスマッチに繋がることも考えられます。

ここでは、参加者のみなさまに検討のためのグループを形成していただき、認識の共有化を図っていただきます。物産展に出展する商品コンセプトのプランニングを目的に、作り手や販売先の想い、原料・製造方法へのこだわりや差別化要因など、その商品が持つ強みや弱み、背景、狙い、アピールポイントや実際にご購入いただく方の想定など、思いつくことを発言する「プレインストーミング(プレスト)」をおこなってください。



- 自己紹介(仲間を知る)！  
これから、研修を行ってゆく仲間の形成です。まずは、グループ内での自己紹介を行いましょう。内容はどんなことでもかまいませんので、ご自身をアピールしましょう！
- プレインストーミングの準備  
グループのリーダー(1名)を決めてください。リーダーはグループワークの進行役、補佐役は議論が脱線しそうな時に軌道修正を行う役です。
- プレインストーミングの実施  
対象商品の強み、弱み、背景など思いつくことを発言しましょう！

コンセプトメイキング

プレストで出た意見をもとに、岩泉ヨーグルトを販売するために、どのような戦略と手段を講じるべきかについて検討を行ってください。

検討の結果は、下記に示したコンセプト表に整理しグループ内での意見調整を行ってください。

なお、プレストで出た意見をそのままコンセプト表に表すのは至難の技です。

みなさんの意見を「見える化」するために、みなさんが日頃から生産者さんとの間で進めている事業計画等の立案方法を駆使してください(相互にどのような方法をもって業務を遂行されているかの参考になると思われます)。



- どのような方法で議論を進めるか？  
種々の方法の中からどのような方法を用いることが最適なのか、リーダーの腕の見せ所です。
- 相手の意見を尊重しつつ、全体の合意形成を図る！  
人はどうしても自分の意見を押し付けたいくなるもの、でもこれでは最適なコンセプトは検討できません。相手の思いやりましょう。
- 議論の出口(アウトプット)を見据えた議論を行う！  
議論の時間は限られています。あくまで今回の議論は「コンセプト表」の作成であることを忘れなく…

検討結果発表

各グループで検討した結果について、1グループ15分で発表していただきます。

フェアにのぞむ岩泉ヨーグルトの見せ方、売り方等の方法や展示ブースのレイアウトイメージ、セールスコピーなどについてグループで検討した結果を報告してください。



- どのような方法で発表を行うか？  
特に発表の方法は指定いたしません。グループ内で整理された内容を各自役割分担等を決めて発表してください。

現地視察場所や見学場所は、事前に写真を撮り、マニュアルに入れておくことで参加者もイメージしやすい

イオン 越谷レイクタウン店のご紹介



レイクタウン\_集合場所付近(エスカレーター上です)



レイクタウン\_店舗内の様子①



レイクタウン\_店舗内の様子②



レイクタウン\_店舗内の様子③



レイクタウン\_食品売り場の様子



レイクタウン\_物産展の様子

研修期間中の日曜日を使い、都内にある地域物産館などのショップ等を紹介。地図を入れておくとともに、順路も考える。

民間企業等派遣研修の実施

第5日 10月30日(日) 【調べる】

集合はありません。

各自の宿泊先等にて、これまでの研修結果の整理と宿題を行なってください。

※なお、宿題作成のために、参加者どうしがグループごとに集まって検討を行う際には、(社)食品開発研究センター(東京都北区西ヶ原3-1-12)の施設を開放します。必要な場合には、前日終了時までにはグループ単位で申し出てください。

※研修結果の整理を行なう上で、イオンレイクタウン店で行われた物産展だけを参考にするのはなく、折角、東京にいるのだからイオンの他の店舗、他の小売店、みなさんの都道府県のアンテナショップなどを見て廻るのも一つの方法かも知れません。

【参考:都道府県のアンテナショップ、他の小売店、需給センターへのアクセス・マップ】



秋田ふるさと館 東京都千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館1F  
JR有楽町駅 徒歩2分



かしま遊楽館 東京都千代田区有楽町1-6-4 千代田ビル1~3F, 9F  
JR有楽町駅下車晴海通り日比谷方面へ 徒歩10分



ぐんまちゃんの家 東京都中央区銀座5-13-19  
地下鉄東銀座駅 徒歩2分  
JR有楽町駅下車晴海通り築地方面へ 徒歩15分



宮城ふるさとプラザ 東京都豊島区東池袋1-2-2 東池ビル1~2F  
JR池袋駅東口 徒歩2分

グループワークの発表や、有識者によるワークショップなども研修に盛り込む。内容がわかりやすくなるよう整理して記載。

民間企業等派遣研修の実施

第6日 10月31日(月) 【発表する・検証する】

13:30 集合

イオンリテール株式会社

13:40 研修開始

(1)検討結果発表

①検討結果発表方法の説明(10分) 長谷川

○第2日で整理した商品コンセプト、売り場イメージ、キャッチコピーと第3～4日で実際に経験した商品コンセプトや展示ブースとの違い。

○お客様のニーズに対して、小売(販売)はどのようなアイデアで「モノ」を売っているのか？特に地域の食材、産材に視点をあてて整理(事例なども含む)

○消費者が求める価値とは何か

○地域商品を流通イオンに価値を正しく伝えて、お客様に喜んで頂く売場を作ってもらうには、どうしたら良いのか

○このような背景を踏まえ、これから普及指導員等(コーディネーター含む)が生産者への指導として何を行うべきか、また地域の魅力的な生産物をどのようにアピールしてゆくのか

※グループ全体での発表時間は30分とさせていただきます。

整理の仕方や発表の方法は自由です。

②検討結果の発表(30分×2)

～10分休憩～

15:00～17:15(結果発表のフォロー)

(2)商品開発に向けた意見交換

①検討結果発表をテーマとしたワークショップ(75分)

今回の『岩手三陸沿岸復興フェア』および商品の目利きなど、コンサルティングを行っている岩手県のFACOをゲストスピーカーにお呼びし、イオン担当マネージャーにもご参加いただき、今回の結果発表についてご意見等をお伺いします。

消費者が認める価値とは！売るための戦略！

コメンテーター

岩手県の食農連携コーディネーター(FACO)

イオンリテール株式会社 エリア政策推進 フードアルチザングループ マネージャー

研修のグループリーダー

司会進行

社団法人食品需給研究センター 長谷川 潤一(食農連携コーディネーター(FACO))

～15分休憩～

質疑・意見交換(45分)

どのようなことでもかまいませんので、今回の研修において感じたこと、気づいたこと、さらに本題である『消費者が認める価値とは！売るための戦略！』等について、ご質問やご意見をいただきます。

17:15～17:30

(3)本日のまとめと明日の説明事項

参加者の顔写真を入れる(ここでは抜いてあります)。  
また、研修の諸注意も企業と相談の上、必ず記載する。

#### 4. 研修参加者および関係者のご紹介

【参加者:6名(3名×2グループ編成)】


#### 5. 研修に参加する上での諸注意

- ① 担当者の指示に従い行動してください。  
研修実施場所への集合、移動等については、時間厳守をお願い致します。  
研修実施期間中は、研修全体の進行を行なう担当者の指示に従うようお願い致します。
- ② 研修において知りえた情報の守秘義務について  
研修で知りえた情報(受入企業が守秘とする情報や第三者の個人情報等)については、研修期間中はもとより、研修終了後においても守秘義務の遵守をお願い致します。  
守秘義務が発生する配布資料等については「部外秘」等を入力するか、研修終了時に回収させていただく場合がありますのでご理解ください。
- ③ 研修中の事故対応等(労災)について  
研修生は、研修中の事故又は傷害を未然に防止するために、担当者の指示に従い研修を受講し、安全の確保を図って下さい。なお、万が一、研修期間中に事故等が発生し、傷害等を負った場合には、各所属機関が定める各種制度(地方公務員の場合には地方公務員災害補償法に基づく災害補償制度)の申請をして頂くこととなりますので、その場合には各所属機関に照会願います。
- ④ 経費負担について  
研修に参加するための旅費・交通費、宿泊費、食事代等、参加者個人に係る経費は、すべて参加者もしくは参加者が所属される組織・機関のご負担となります。なお、研修に必要な教材、資料等の費用は、当該事業からの負担となります。
- ⑤ その他の事項  
その他、当該研修の実施に関するご質問・お問合せについては、事業主体もしくは事業所管までご連絡ください。

6次産業化の推進に向けた普及指導員等

## 民間企業等への派遣研修～実施メソッド～

---

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頂き、利活用の方法等を明示された後にご利用いただけます。

実施主体：食品チェーン研究協議会（社団法人食品需給研究センター内）

〒114-0024 東京都北区西ヶ原3-1-12 TEL (03)5567-1991 FAX (03)5567-1960

事業担当：深澤 友香、長谷川 潤一

---