

地域農業サポートシステム研究事業

研究組織 宇都宮大学農学部・栃木県農業会議
代表担当者 宇都宮大学農学部農業経済学科 教授 斎藤 潔
栃木県農業会議 主査 渡辺 一俊

1. 本事業の目的とこれまでの活動経過

本事業は宇都宮大学と栃木県農業会議とのコラボレーション（関係強化）により、栃木県農業の未来を担う若手農業者を対象として、その経営者能力養成を目的としたセミナーを開催することを主活動として設計されている。

本事業は長期間継続的に取り組まれており、平成15年度から平成21年度までは宇都宮大学農学部と栃木県農務部経営技術課との連携により活動してきた。平成15年度には、日本とアメリカの農業普及教育に関する国際シンポジウムを宇都宮大学において共催し、本事業の基本理念と方向性を確認した。そのうえで平成16年度からは県内全域の農業振興事務所普及部において、農業普及指導員を対象とした経営コンサルティング研修を開催するとともに、管内農家に対して農家家族カウンセリング調査を実施し、その報告会を行ってきた。

この間、研究代表者斎藤潔は平成18年度にアメリカのアイオワ州立大学に客員教授として1年間赴任し、そこで経営コンサルティングの理論と実践手法を学んできた経緯がある。

これらの実績をベースとして、平成22年度からは、連携機関を栃木県農業会議に移行して県内の若手農業者を対象に、その人材育成を目的とした農業者セミナーを継続的に実施してきた。

2. 農業者セミナーの基本方針

本事業で企画した農業者セミナーは平成22年度から26年度まで5年間、毎年継続して開催してきた。この間の受講者数は60名を超えている。農業者セミナーの基本方針は、以下に示す5点にまとめられる。

- ①農業ビジネスにおいて学習を継続する(生涯学習) ことの大切さを個人学習、グループ学習などの参加型学習活動を通じて、実感的に体験できること。
- ②農業ビジネスに求められるスキル習得の全体像を示し、その習得に向けた学習の糸口を与えること。
- ③グループ活動を通じて、常識の殻を打ち破る柔軟な発想力と論理的な思考力を習得すること。
- ④自分自身の価値観を確かめ、それを農業ビジネスの経営理念に反映させ、自らビジネスプランを作成できる能力を習得すること。

- ⑤今年度でセミナー開催が5年目を迎えるに当たり、これまでの活動実績を取りまとめて、農業者の人材育成の教材開発に取り組むこと。

セミナーを通じて育成すべき農業経営者像を「農業ビジネスに新たな価値を創造できる変革的リーダー」とし、セミナーの行動指針として「たくさんの失敗を経験しながら、頭で汗をかくことの爽快さを実感し、農業経営者の視野を広げる」と定めた。

3. 教材化の課題

農業者セミナーを5年間継続して実施してきたなかで、受講生の要望を反映して、新たに浮き上がってきた課題として、農業者セミナーで作成したプログラム、その資料を教材化して、広く情報発信することがある。本年度はこの課題を実現すべく、本事業に取り組んだ。

4. 農業者セミナーで開発したプログラム

農業者セミナーは5年間継続実施されてきたが、そのなかにフォローアッププログラムを組み込んでおり、セミナーを受講した反応や感想を確かめ、毎年プログラムをバージョンアップしてきた。その過程で、50種以上の教育プログラムを開発してきたが、それらをカリキュラムに落とし込み、効果的なセミナーを実現することに努めた。最終的なセミナーカリキュラムは下記のものに落ち着いた。それぞれのモジュールは1日単位での実施ユニットになっており、これを毎週1-2回のペースで計5回実施するようにデザインされている。

モジュール1： No1-No.6プログラム

- | | |
|------|---------------------|
| No.1 | 開校式、講師紹介、セミナー運営の確認 |
| No.2 | 受講生の自己紹介とアイスブレイク |
| No.3 | 講義「未来農業を考えよう」
昼食 |
| No.4 | 演習「チームビルディング実践講座」 |
| No.5 | 演習「農業者への基本質問」 |
| No.6 | 今日の気づきと振り返り、次回確認 |
-

モジュール2： No.7-No.12プログラム

- No.7 オープニングと前回の復習
- No.8 講義「ロジカルシンキングを楽しむ」
- No.9 講義「農業のビジネスモデルを学ぶ」
昼食
- No.10 演習「聴く力とコミュニケーション力」I
- No.11 演習「ビジネスプランニング実践講座I」
- No.12 今日の気づきと振り返り、次回確認

モジュール3： No.13-No.18プログラム

- No.13 オープニングと前回の復習
- No.14 講義「家庭から食卓が消えていく」
- No.15 演習「経営数値の見方、使い方」
昼食
- No.16 演習「経営理念、経営ビジョンを確かめる」
- No.17 演習「ビジネスプランニング実践講座II」
- No.18 今日の気づきと振り返り、次回確認

モジュール4： No.19-No.23プログラム

- No.19 オープニングと前回の復習
- No.20 講義「農業とワークライフバランス」
昼食
- No.21 演習「発想法」
- No.22 演習「ビジネスプランブラッシュアップ講座」
- No.23 今日の気づきと振り返り、次回確認

モジュール5： No.24-No.27プログラム

- No.24 オープニングと前回の復習
- No.25 ビジネスプラン発表会と360° 評価
昼食
- No.26 ビジネスプラン発表会(続き)と講評
- No.27 セミナーの気づきと振り返り

それぞれのモジュールは受講生を経営者として育成するために以下のような意図を有している。

モジュール1：学習への誘い、セルフエスティメーションで自己成長のきっかけを与える。

モジュール2：ロジカルシンキングの効果とビジネスモデルのフレームワークを学ぶ。

モジュール3：ビジネスプランニングの基礎としてミッションービジョンーアクションの視点を学ぶ。

モジュール4：視野を広げ、働き方のダイバーシティを学び、その視点をビジネスプランに取り込む。

モジュール5：ビジネスプランを発表し、それを受講生が様々な視点から360° 評価するプロセス。

4. カリキュラム設計のバックボーン

本セミナーのカリキュラム作成にあたって、そのバックセオリーとしているのは、経済産業省が提唱している「社会人基礎力」の習得である。若手農業者（ビギニングファーマー）が農業経営者に成長するための基礎力として、「社会人基礎力」は基礎的なスキルになると考えている。社会人基礎力は2006年に経済産業省が示した指標であり、(1)前に踏み出す力として主体性、働きかけ力、実行力、(2)考え抜く力として課題発見力、計画力、想像力、(3)チームで働く力として発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力を総合化した指標である。セミナーでは、これらの指標を数値化し、受講生の現在の社会人基礎力を測っている。この指標を伸ばしていくことが経営者としての成長を可視化することになると考えている。

5. 本セミナーの将来像

本事業は、連携先との協議により、来年度も継続して実施することが決定している。

本セミナーはプログラム内容からすると、「エントリーコース」と位置づけられ、そこでは「社会人基礎力」に基づいたビジネスベーシックスキルの習得を狙っている。セミナー受講生から毎年受講できるようなカリキュラム作成の要望があることを受けて、プログラムの発展形態として、中級レベルとしてビジネス戦略コース、マーケティングコース、ファイナンシャルマネジメントコース、経営継承・人材養成コース、そして上級レベルとして地域リーダー養成コースというプログラムの作成を企画している（図1）。

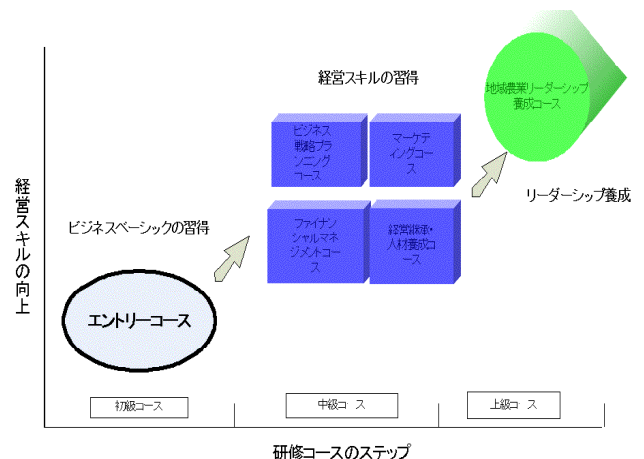


図1 プログラムの全体構成イメージ

これまで5年間継続して取り組んできた農業者セミナーは、萌芽的な取り組みから出発して、徐々に小さいながらも質の高い成果を生み出し始めている。このようなラピッドリザルツ（目に見える小さな前進）を積み上げていく先には、農業経営者のニーズを満たす教育プログラムを企画開発し、実践する戦略的な地域教育センターが構想される。それを農業者教育センターと位置づけると、将来的にはそこを拠点として、多様な研修教育プログラムの開発提供、さらにはe-ラーニングなどの開発と活用などが期待できる。

参考資料： 受講生のビジネスプラン例



いまだからこそ、漬物
～漬物製造と販売プラン

なぜ漬物か？

- 高齢者世帯の増加、子育て世代の共働き増加
- 惣菜や半調理品の市場は急成長
- 健康志向は高く、機能性食品、健康食品は定着
- 野菜への関心

？
『手軽に美味しく、体にも良いものを取り入れたい』

なぜ漬物か？

- 多品目の作付け経験(年間60～70種)
- 有機栽培
- 消費者の声が直に聞ける

↓

「豊富なバリエーション」
「自然志向の製品」
「消費者の声の届く製品」

提案

既存の商品	これからの漬物
<ul style="list-style-type: none"> ■ 昔からの味付け ■ 似たようなパッケージ ■ 添加物が多い ■ 家族向けと思われる大容量パック ■ 塩分が気になる ■ 洋食が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 多様な味 ■ 斬新なパッケージ ■ 自然派嗜好 ■ 2人で1回～2回で食べられる量 ■ 薄めの味付け、塩分表示 ■ 洋食やパンにも合う ■ 漬物をとり入れた食生活の提案

計画

	資金	人員	販売数量(p/月)	売上/利益(月)
1年目	漬物づくり研究			
2年目	借入れ	パート1名 雇用(週32時間)		
3年目	販売促進		1000	50万円/20万円
4年目	初期費用回収	パート1.5人雇用	1500	75万円/55万円
5～8年目	新加工所建設(機を見て)	パート1.5人雇用	2000	

新提案漬物イメージ



事業の将来像

- ・学童や学校と連携
子供たちに食べ物をつくる経験を提供。
- ・地域の高齢者や子育て世代の参加
ex. 畑つき保存食づくりクラブ