

農産物直売所の成長のための研修プログラム

福島県農業総合センター 企画経営部 経営・農作業科

部門名 農業経営－農業経営

担当者 新妻俊栄・宮島 聰

I 新技術の解説

1 要旨

農産物直売所(以下、直売所)が成長を続けるための、運営主体や出荷会員に対する研修プログラムを策定した。本プログラムは、これまでの調査から策定した直売所のビジネスモデルを、組織的に学習するための研修資料として取りまとめたものであり、具体的な調査事例を示すことでビジネスモデルの理解を深め、組織の成長を促すためのOJLに依拠した参加型研修に活用出来る。

- (1) 研修の対象者は直売所の運営主体と出荷会員を想定し、研修時間は90分～120分で、研修の参加人数は30名程度を限度とする。
- (2) 研修プログラムは研修用スライドを用いて実施出来るよう設計し、研修用スライドは調査事例の写真データを活用し、研修の際に必要な情報を付加したもので、研修テーマや類型を選択することで、自動的にテーマや類型に合わせたスライドが選択される。
- (3) 研修の主催者側は、予め進行役(1名)と進行補助(適宜)を決め、参加予定者に合わせた研修テーマや類型の選択を行う。
- (4) 研修テーマは、ビジネスモデルに基づいて「会員との関係強化」「直売所の事業展開」「収益性の増大」とし、「直売所の事業展開」では、更に3類型に分けて研修出来るよう配慮した。
- (5) 研修は、以下のプログラムを主として進行される。

ア. 事例紹介:進行役はテーマに沿った調査事例の写真データを紹介する。参加者には自由に視聴してもらい、調査事例の情報を共有することをねらいとする。

イ. 話し合い:進行役はテーマに基づき話し合いの内容を決め、参加者はグループに別れて話し合った後グループ発表を行う。話し合いを通じた共同思考や共感のプロセスから、考え方や理解を深めることをねらいとする。

ウ. 振り返り:進行役はビジネスモデルと話し合いで出た考え方や理解を対応させて解説・補足し、参加者は研修での学びや気づきを振り返る。直売所における組織の具体的な行動を動機づけることをねらいとする。

2 期待される効果

農産物直売所の運営主体や出荷会員に対するビジネスモデルの考え方や理解を深め、具体的な行動を動機づけることで、農産物直売所の成長が期待出来る。

3 適用範囲

農産物直売所の運営主体等

4 普及上の留意点

研修用のマニュアルやスライドは、農林水産部DBから入手できる。なお、研修用スライドは、Microsoft PowerPoint2003により作成している。

II 具体的データ等

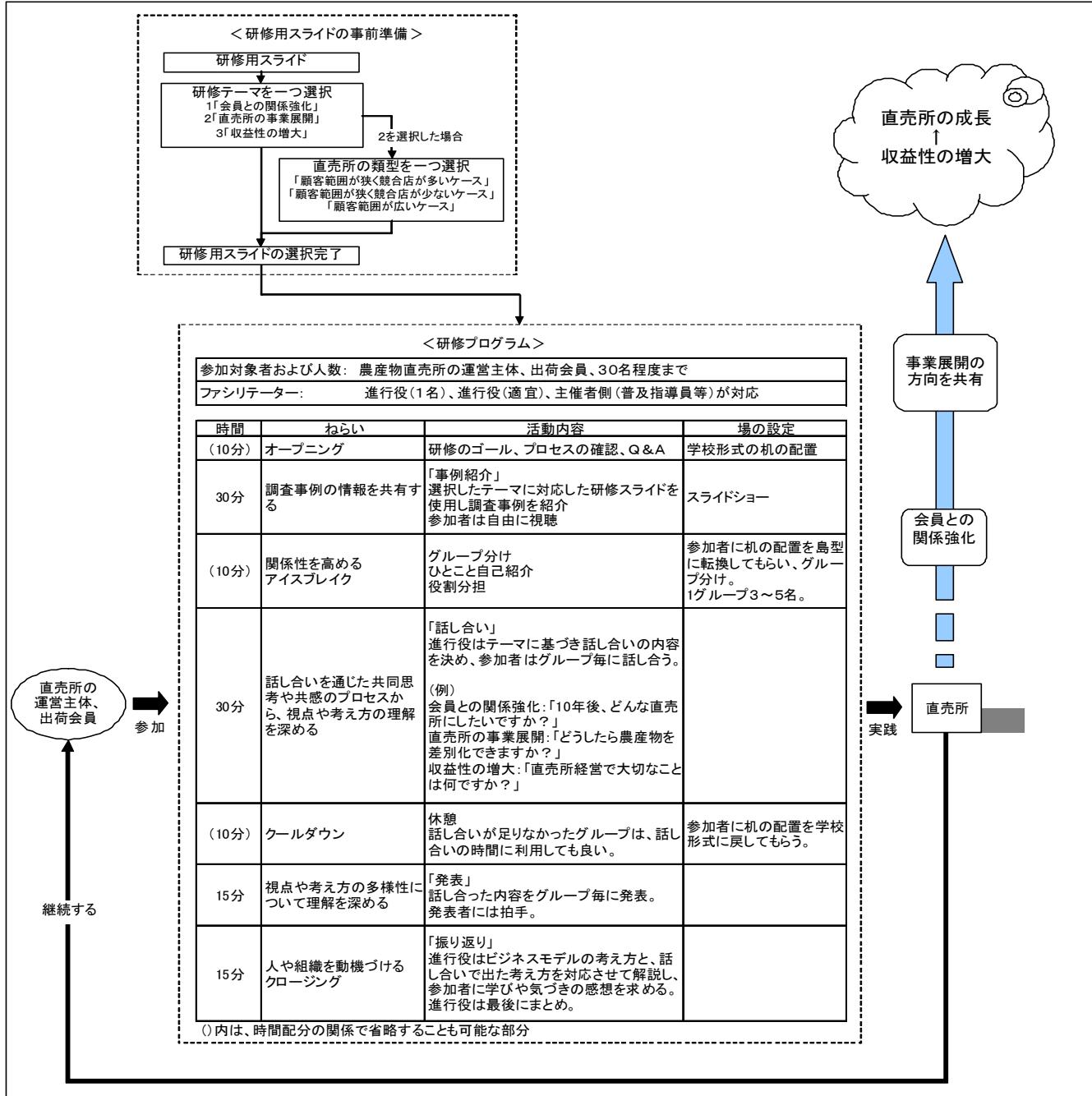


図1 農産物直売所の成長のための研修プログラム

III その他

1 執筆者

新妻俊栄

2 研究課題名

中山間地域における資源の利活用とアグリビジネスの展開方向

3 主な参考文献・資料

(1) 平成22年度 福島県農業総合センター試験成績概要(2011)