

~ いろどり農業に学ぶ ~

官民連携人材育成モデル事業 報告書

平成23年3月

株式会社 いろどり



~いろどり農業に学ぶ~ 官民連携人材育成モデル事業

不報告書

平成23年3月

株式会社 いろどり

- ■官民連携型人材育成普及実証研究事業
- ■総務省地域力創造グループ 人材力活性化・連携交流室
- <調査研究委託先>
 - ・株式会社 いろどり
- <協 カ>
- ▪徳島県上勝町
- ·特定非営利活動法人 TOSS
- ・(株)スコープ・インターナショナル

平成23年3月発行



~ いろどり農業に学ぶ ~ 官民連携人材育成モデル事業

~ いろどりがあって幸せ ~

こんな幸せな生活はないわ

- ◆ 大黒さん(横石さん)のおかげでようけ儲けさせてもろた ほなけど福の神(おばあちゃんたち)もおらなんだら銭は入ってこんけんな
- ◆ いろどりは楽しいけんな 世界中さがしたってこんな楽しい仕事はないな
- ◆ どう使うてくれよるか見たときは この値段に合う高級なもの出そうと思ったなあ
- ◆ やりたいことがいっぱいあって忙しいわ
- ◆ ほりゃあこんな幸せな生活はないわ

故下坂美喜江さん(初代いろどり部会長)語録より



彩大幸福 無病息彩 彩器晩成

笠松和市 徳島県上勝町長

"21世紀持続可能な地域社会を目指して"

上勝町は、総面積109k㎡、人口約1,800人、町民の約半数が65歳以上の高齢者、こんな小さな町に国内外から毎年約4,000人の視察見学者が訪れ、人口一人当たりの視察見学者は世界一と言われています。木の葉をお金にするいろどり農業やゼロ・ウェイスト宣言(ゴミの34分別資源化、リユースやリメイクショップ)、5つの第三セクターなどで、高齢者医療費は県内で1番低い高齢者の笑顔が絶えない元気な町です。

我が町の長期目標は次世代の社会モデル「持続可能な日本で最も美しい村(集落)」を目指しています。

地域資源を活かすことで国際化、地球温暖化、少子高齢化が進展する社会に対応するため真善美を追求し「持続可能な地域社会モデル」を担う人材の確保と育成が最も重要な時代となりました。地域の高齢者には多くの知識や知恵があり本町では緑のふるさと協力隊やインターンシップ生など多くの方が高齢者から体験を通して学んでいます。

東北関東大震災の福島第一原子力発電所を見て解るように化学物質による利便性、お金、物快楽など目の前の経済を追い求めるこれまでのGDPという経済指標=経済効率優先社会から、「地域資源」を利活用して「職場」をつくり、地域の住宅に「住」むという「地・職・住」の政策を推進し、GNHという幸福指標=幸福社会実現へと発想を転換する必要があります。地球温暖化を未然に防止、経済成長は少なくてもリスクが少ない安全安心感が得られる幸福社会を実現し「持続可能な社会モデル」を築きたいと思っています。

この度の、官民連携人材育成モデル事業は、まさに「地・職・住」の政策を目指す上勝町のいろどり農業にとって的を得た「人材育成プログラム」であり、多方面で活用されることを願っています。結びに大変ご多忙の所この報告書をまとめられました関係者の皆様に心より感謝申しあげます。

向山洋一 TOSS代表 日本教育技術学会会長

かつて秋田県の蜂浜村の村長さんは私にこう言いました。

「村を出て行った青年は再び村に帰ってきません。後には子どもを育てた両親が残されます。やがて年をとってジジ・ババになっていきます。誰がめんどうを見るのですか。成績の良かった子ほど、戻ってこないのです。」

子どもを立派に育てれば育てるほど、村を離れ、村には戻らないというのです。

そんなことがあっていいはずがありません。

もっとふるさとのことを学び、理解し、誇りを持ち、やがて村で事業をおこしていけるような人材を育て る必要があります。

今の日本は確かに平和な時代です。大きな戦争もありません。飢えて死ぬようなこともありません。 しかし、高齢化による限界集落の問題や、多くの若者がやる気をなくしているなどの問題も大きくなっています。

こうした社会では、人々は「豊かさ」を求めることよりも、「生きがい」を求めるようになります。

「いろどり農業」は徳島の農村の人たちを活性化させました。

上勝町には若者がたくさんあつまるようになっています。

その事実をつくり出した知恵と、TOSSがこれまでに培ってきた教育技術を融合させ、日本の他の地域でも応用できるような「人材育成プログラム」を私たちは開発しました。

このプログラムが多くの地域で活用され、多くの方々の役に立つことを願っています。

官民連携人材育成モデル事業について

■ 社会背景と考え方

経済のグローバル化は大規模・省力・効率発想の競争社会を生み経済圏を拡大したため、従来からあった 地域循環型の経済が立ち行かなくなりました。その結果、地域商業はもとより農林業も土木建設業も工業も地場 産業も衰退して、地方には働く場さえなくなってきました。

また地方自治体の財政難と自治体合併は、きめ細かな住民サービスの低下を生み、地域住民の共通利益のために組織化された自治会や町内会も、生活様式や就業形態の多様化で組織維持の出来ない地域が急増しました。更に価値観の多様化は地域活動の低下とともに地域文化の崩壊につながり、地域の絆や結いの精神までも崩壊させております。

こうした中で上勝町のいろどり農業はグローバル化を逆利用し、規模や売り上げにこだわらず、地域住民の絆や心の文化を大切にしながら、個人所得の向上と幸せな生活を目指して事業を進めてきました。

こうした事業の考え方や活動が多くの方々の共感を得、全国から注目されるようになりました。

本調査・研究事業では、小中学校教師の教育研究団体であるTOSSのノウハウを活用し、上勝町のいろどり農業の人材育成(後継者及びリーダー育成)システム開発を行います。また、本事例を参考に他地域、他業種への汎用マニュアル及び教材(テキスト)を作成いたします。

社会背景 経済のグローバル化と地域崩壊

- ・ 大都市、地方中核都市への人口集中
- 大規模・省力化・効率発想の競争社会
- ・グローバル型企業の台頭
- 金融資本主義、情報洪水社会
- 無縁社会、隣人も知らない都会の生活
- ・ 国や地域のあり方(グランドデザイン)を描けない
- ・絆の重要性と日本固有の精神文化を理解出来ない リーダー(政治家、首長、経済人等)の増加
- 好きなことで競争すればいいという競争社会発想
- ・地域の絆や文化よりも経済発展やNPOという風潮
- ・すべては"お金"で解決する日本社会に

- ・農山村からの人材流出、高齢化が進む
- 地域循環型経済の崩壊、地域生活産業の衰退
- 農山村地域の農林業は崩壊
- ・地域商工業の低迷
- ・限界集落の急増
- 地方自治体の財政難
- ・自治体合併で住民サービス低下
- ・地域企業(土木・建設、地場産業)の経営難
- ・地域文化(伝承文化、食文化、伝統行事等)の崩壊
- ・地域の"絆"や"結い"の精神の崩壊
- 自治会や町内会活動組織崩壊の危機

上勝の背景

- ・冷害で主要産業のミカンが全滅
- ・地域に仕事がない
- ・町には女性と高齢者ばかり
- ・生き甲斐もなく、昼から飲酒と他人の噂話しばかり
- 耕地の少ない地域の小規模農業は崩壊
- ・IT社会など縁のない町民
- ・大規模省力化農業、6次産業化は困難

いろどり農業

- ・上勝では「まず 仕事ありき」
- ・高齢者と女性の仕事づくり
- 高齢者と女性の出番と居場所をつくる
- · 少量多品種、高収益、小規模集約型知的農業
- ・個人所得確保と生き甲斐づくりの農業
- ITの活用にこだわる
- ・調理師の手間を省く、グローバル型農業へ

いろどりも人材育成は急務

本調査・研究事業

■ TOSSの教育技術 ■

- ・いろどり農業マニュアル
- いろどり農業テキスト
- •指導方法研究

いろどり農業の人材育成(後継者、リーダー)マニュアル、教材

汎用版の人材育成マニュアル、教材(テキスト)の制作

■ 本調査・研究(官民連携人材育成モデル事業)の背景

- ① 地域力を高めるためには地域の人材育成が最も重要
- ② 過去の人材育成事業の多くは短期間のリーダー養成に止まり、充分とは言えない
- ③ 地域で最も重要なことは後継者育成だが、後継者育成のシステムが研究開発されていない
- ④ 人材育成マニュアルは数多く出ているが、地域での活用方法が理解されていない
- ⑤ いろどり農業は、生産者の個々人の技術に委ねられており、栽培から出荷技術に格差が出ている
- ⑦ いろどり農業はもとより、上勝町のすべての農林業や産業で優良技術があっても、移転できない 状況にある。全国の農山村も同様
- ⑧ いろどり農業の効用は多岐に渡り、農山村における農業、産業のあり方のモデルとしていきたい
- ⑨ いろどり農業の後継者育成、リーダー育成も急務となっている
- ⑩ TOSSは全国の優良な教育技術(指導方法、教材)を集め、研究・整理し、これを全国の教育現場にフィードバックする「教育技術法則化運動」で、大きな成果を上げている

■ 本調査・研究の目的

- ①上勝町における優良農業技術(いろどり農業)の人材育成
- ②教育研究団体TOSSとの連携による、優良農業技術教材の開発・指導方法の研究
- ③本モデルで構築した人材育成のノウハウを他分野・他地域へ移転

■ 本調査・研究の手法

- ①いろどり農業の後継者育成(人材育成)
 - ・いろどり農業基礎マニュアル作成
 - ・いろどり農業営農モデル作成
- ②いろどり農業リーダー養成
 - ・いろどり農業テキストの作成
 - いろどり農業リーダー養成
- ③汎用版マニュアル
 - ・いろどり農業を参考に 他地域、他業種で活用出来るマニュアル作成

■ 汎用版マニュアルの考え方

地域人材育成と言っても幅広いし漠然としています。 本調査・研究では以下の点を考慮してマニュアルを作 成致します。

- 1. 上勝町のいろどり農業の成功例をもとに作成
- 2. いろどり農業の例を参考に地域産品開発手法を研究
- 3. いろどり農業の例を参考に事業創造を研究
- 4. いろどり農業の例を参考に人材育成手法を研究
 - ・後継者育成・プロデューサー育成

官民連携人材育成モデル事業

いろどり農業人材育成

- 1. いろどり農業マニュアル作成
- 2. いろどり農業テキスト作成
- 3. いろどり農業人材育成(リーダー育成)
- 4. いろどり農業人材育成(後継者育成)

目的

いろどり人材育成 上勝町人材育成



幸せな生活の実現 上勝町活性化

地域人材育成(全国各地)

- 1. いろどり農業に学ぶ汎用版マニュアル作成・地域産品開発マニュアル
- 2. いろどり農業に学ぶ汎用版テキスト作成

目的

地域事業創造 地域人材育成



幸せな生活の実現 地域活性化

汎用版マニュアルの考え方

いろどり農業に学ぶ 地域産品開発手法の研究 事業創造手法の研究



いろどり農業に学ぶ 後継者・プロデューサー育成



地域人材の育成 地域活性化

~ いろどり農業に学ぶ ~ 官民連携人材育成モデル事業

目 次

第1章 官民連携人材育成事業の考え方	6
・本事業の考え方と取り組み内容	
第2章 いろどり農業の概要 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	10
(1) いろどり農業の概要	
(2) いろどり農業成功の秘訣	
(3) いろどりの考え方	
(4) いろどり農業の善循環構造	
第3章 いろどり農業に学ぶ地域人材育成	22
(1) いろどり農業の営農モデル	
(2) いろどり農業の品目別営農マニュアル	
(3) 地域産品導入マニュアル	
1. 地域産品とは	
2. 地域産品導入の条件	
3. 地域産品導入の手順	
4. 地域産品導入8つのポイント	~ * * * * 7 4 = 0 +
(4) ~横石知二氏に学ぶ~ 地域プロデューサ	一で成切する15の刀
1. 地域プロデューサーで成功する15の力	
2.15の力を生かす8つの場面	
(5)成功法則と他地域での応用	
1. 戦略と戦術の立て方 2. 7つの成功法則	
2. 7 つの成功伝則 3. 他地域・他産業での"いろどり型コミュニティ	スエデル "
3. 他地域・他産業 (の) (いつとり空ゴミューティ 4. いろどり型コミュニティと夢の描き方	~ / /v
1. Vャラこう主ーマエーティこ多ック間で方	
<u>第4章 すべては人材力</u> · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	50
(1) 人材育成の考え方	
1. 「人材育成のしくみ」が、なぜ必要なのか	
2. 技術と技能を伝えていくためのTOSSのノ	ケハウ
3. 「豊かさ」の社会から「生きがい」の社会へ	
(2) いろどり・TOSS型人材育成	
1. 「いろどり・TOSS型人材育成」とは	
2. いろどり農業人材育成モデル 全体構造図	
3. いろどり農業人材育成モデル	
(3) 地域人材育成マニュアル	11. 期11. 足 大小 マュロー)
① 汎用版地域人材育成マニュアル(プロデュ	
② 汎用版地域人材育成マニュアル(生産者)	引以マーユノ/V兄 <i>平</i>)

まとめ



官民連携人材育成事業の考え方

1. なぜ人材育成が必要か

- ①人が価値を生み出す
 - ・ヒトはモノ(商品、サービス)・カネ(資金)・ハコ(施設、設備)・コト(情報、ソフト)を 生かして新たな価値を生み出すことができる
- ②人は努力すれば成長する
 - ・モノ・カネ・ハコ・コトは劣化するが、人は努力すればどこまでも成長することができる
- ③人の力で組織は成長する
 - ・人が成長すれば価値は増幅し、組織は成長し続ける
- ④モノ、カネ、ハコ、コトは人の力で生きる モノ・カネ・ハコ・コトは劣化しても、人の力で生かすことが出来る

2. 誰を育成するのか

- ・地域人材と一口で言っても立場も事情も違う
- いろどり農業で考えると
- (1)いろどり生産者
 - ・いろどり農業で生活している人
 - ・UIターンの後継者
- ②いろどりのスペシャリスト
- ・花木の切り枝、葉ワサビ高設栽培、飾りシリーズ、 翠、南天のハウス栽培など技術的牽引者
- ③いろどりマネージャー
 - ・組織をまとめ、長期にわたっていろどり農業を 発展させていくためのマネージャー
- ④経営者(プロデューサー型リーダー)
 - ・いろどり事業のプロデューサーで、いろどりのマーケティングから地域づくりまで幅広く考えられるスーパーマン的人材(横石氏)
- 以上の人々の育成が必要になりますが、生産者 (後継者)とプロデューサーの育成が急務です。

3. どのように育成するのか

- ①いろどり生産者
 - ・基本を理解し、栽培から出荷までの技術力を高める指導をする
 - ・途中で挫折することなく、長期的に所得の確保が可能な営農モデルを指導
 - リーダーやスペシャリストを目指していくような指導をする
- ②いろどりのスペシャリスト
 - ・農業試験場、工業試験場、大学などと連携して新たな技術研究を行う
 - ・外部の専門家を招聘しての技術講習を行う
 - ・外部からの技術導入や、技術をもった人材誘致も必要
- ③いろどりマネージャー
 - ・組織のまとめ役としての研修を行う(企業の役員・幹部研修)
 - ・生産者の志気(モチベーション)を上げていくマネージャー育成が重要
- (4)経営者(プロデューサー型リーダー)
 - ・最も重要な人材であるが、この人材の育成は最も難しい
 - ・自ら、いろどり生産の経験を経たうえで横石氏(師匠)につき、仕事の手法を 盗んで覚える徒弟指導方式が効果的
 - ・後継者候補に人材育成の担当にすることから始めても効果的
 - ・新たな新規事業プロジェクトの経験をさせることも必要

4. 人は仕事の中で育つ

人材育成を行う場合、最も効果的な方法は、仕事を通じて教育することです。 昔から、「現場がすべて」「人は仕事の中で育つ」と言われますが、単に話を聞いたり、 マニュアルを見るだけでは身に付きません。

実際に仕事を進めながら、先輩や専門家の話を聞いたり、マニュアルで基本技術を身に付けていくことが、効果的です。「仕事をしながら・・・・・」が効果を上げる方法です。

5. 研修体系づくり ~知識教育·技術教育·意識教育~

①いろどり生産者

- ・いろどり営農マニュアル(マニュアル誌・マニュアル映像)
- ・営農技術研修(いろどりの知識、技術教育)
- ·IT技術研修
- ・意欲(モチベーション)を上げるための意識教育

②いろどりのスペシャリスト

- •専門技術資料収集
- いろどり技術マニュアル(マニュアル誌・マニュアル映像)
- •外部専門技術研修への参加

③いろどりマネージャー

- ・リーダー育成マニュアル(マニュアル誌)
- ・リーダー研修(マーケティング、心理学、ITなど)

④経営者(プロデューサー型リーダー)

- ・いろどり生産実務研修(1年以上)
- ・横石氏の徒弟指導(1年以上)
- ・いろどり人材育成担当
- ・新規事業プロジェクト2年以上

以上の研修体系づくりが必要になりますが、具体的 には来年度以降に検討します。

本事業では、いろどり生産者向けのマニュアルと汎用 性のあるプロデューサー養成マニュアルを作成します。

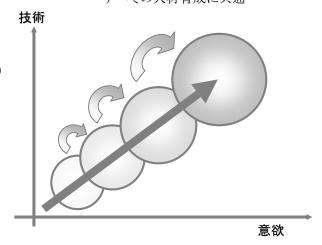
6. 研修に必要な教材

研修に必要な教材は以下の通りです。

後継者育成のための教材

- 1. いろどり農業マニュアル
 - ・いろどり農業の基礎知識、営農モデル、マニュアル
- 2. いろどり農業に学ぶ地域人材(プロデューサー)育成マニュアル
 - ・いろどり農業に学ぶ地域産品導入マニュアル
- 3. 映像による品目別営農マニュアル(来年度以降)
 - •DVDマニュアル

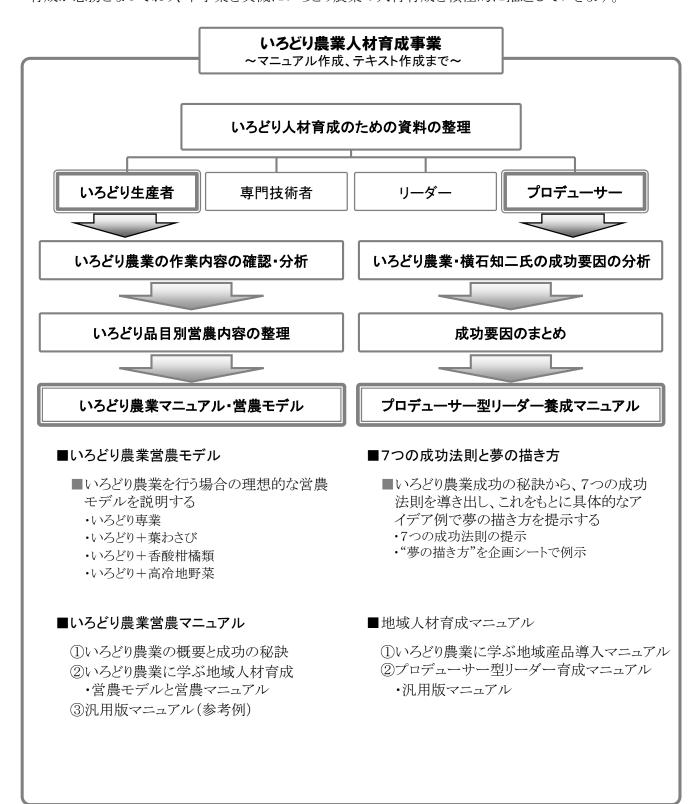
技術と意欲を高めていく すべての人材育成に共通



7. 本事業での取り組み

いろどり農業が始まってから24年間、一時期落ち込みがあったものの販売額は順調に伸び続けてきました。しかし、生産者の高齢化が進む一方、UIターンによる新規参入希望者も急増しており、その環境も変化しております。

女性・高齢者農業の全国的モデルとなっている"いろどり農業"を今後も発展させていくためには、後継者育成が急務となっており、本事業を契機にいろどり農業の人材育成を積極的に推進していきます。





いろどり農業の概要

1. いろどり農業の概要

いろどり農業:「いろどり素材=つまもの」の生産・加工

いろどり: 上勝町のコンセプト

人をいろどり、地域をいろどり、心をいろどる上勝

(株)いろどり: いろどり農業のマーケティング会社(横石知二社長)

① いろどり農業とは

料理に使われる "つまもの(権、交、かいしき、掻敷)"などを"いろどり"ブランドとして開発。南天やモミジ、 笹、花木の切枝など約300種類を超える商品を開発し生産、出荷しています。

女性や高齢者の仕事として約200名が参加しており、「葉っぱで稼ぐおばあちゃん」「葉っぱ御殿が建った」などの話題で全国的に有名になりました。

リーダーの横石氏は世界的な社会起業家としてアントレプレナー大賞を受賞しております。

② いろどり農業導入の背景と目的

主要産業のミカンが冷害で全滅し、地域農業存亡の危機の中で、農協の営農指導員をしていた横石氏が、料理店でモミジの葉っぱを持ち帰る女性を見てひらめいたことから始まりました。

地域に残る女性や高齢者の「仕事づくり」「出番と居場所づくり」を目的に事業を推進しています。

③ 上勝の資源

ミカン全滅の後、新たな農業として高冷地農業を導入して成功しました。 また、花木の枝物の生産者が居り、この生産者4名から"いろどり農業"は始まりました。

当初は梅、桃、桜などの花木のほか、南天、もみじ、うらじろ、くりの葉、松葉、椿の葉など地域にある葉っぱから始まりました。また、花木の生産者のもつ"ふかし"の技術なども効果的に活用されました。

④ 夢を描き、仲間と議論し、調査する

横石氏は料理店での体験を元に、時には高級料亭にまで通ってつまもの情報(川下情報)を集め、また、地域をくまなく歩き産地情報(川上情報)を収集し、メンバーと議論を重ねました。そして描いた夢が間違っていないか、市場や料理店などをまわり綿密に調査しました。

⑤ いろどり農業の現状

いろどり農業を始めて24年、年間300種類を超える"いろどり商品"が出荷され、売り上げも順調に伸び続けています。現在、いろどり農業後継者とプロデューサー型リーダーの育成とが課題になっていますが、今後は新規需要の創造とマーケティング機能の強化が不可欠です。



2. いろどり農業成功の秘訣

① 地域を知っているからできた

地域で育ったお年寄りは、里山の植生に敏感で、「ここの土にはこの植物が合っている」「この植物とこの植物は相性が良い」ということを熟知しています。また、風や日光などが葉っぱの表面に影響することも知っています。自然とともに生活してきたお年寄りだから季節の移り変わりにも敏感です。いろどり農業は、地元のお年寄りだから出来たと言っても過言ではありません。

そして、いろどり農業は自然と共に生きる心豊かな暮らしを実現させてくれました。

② 個人所得が上がる営農モデル

上勝では、高付加価値のいろどり商品を少量多品種、安定的に生産・出荷することに徹してきました。 大規模・少品種・大量生産、効率主義、共選・共販体制で、販売量や販売総額、市場シェアにこだわる全国の 営農モデルとは大きく異なります。

いろどり農業の特徴は、生産者個人の知恵と技術を生かし、個人所得を高める努力をしていることです。 農業を大規模化してコスト競争を始めれば、日本の農業は必ず破綻します。いま日本の農業に必要なことは 安定した生産者所得の確保を基本とした営農モデルの研究です。

③ 最強のプロデューサーの存在

いろどり農業は、株式会社いろどり社長の横石知二氏の存在抜きには語れません。

横石氏は、需要情報(川上情報)と生産情報(川下情報)を把握、分析し、お客様(料理人)の立場に立って、 商品を供給していくというプロデューサーです。

横石氏は「農業は営農指導や販売活動も重要だが、お客様の立場に立って的確に商品を提供することが 最も重要だ」と言い、自らを最強のプロデューサーと自負して事業を実践されてきました。

横石氏の手法で際立つのは、生産者間に競争意識をもたせ、常に生産者の頭をフル回転させハラハラドキドキさせながら、個人が儲かるシステムをICTを活用して構築してきたことです。

④ 強力なリーダーの存在

いろどり農業が今日の地位を築いた裏には、横石氏とともに下坂美喜江さん(故人・初代彩部会長)という女性リーダーの存在があります。

いろどり農業は当初下坂さんはじめ4名の農家でスタートしましたが、この方々は生け花用花木の切り枝を出荷していました。この切り枝を小さく切り、料理に添えたのが「いろどり」の原点です。

新しいことをすれば必ず反対意見や意見の衝突があり、困難な事態も起きますが、地域の人々をまとめ、忍耐強く事業を進めていく強力なリーダーの存在は欠かせません。横石氏が農協に辞表を出したとき、一夜にして160軒もの生産者から嘆願書を集めたパワーは、真のリーダーの存在を教えてくれました。

横石氏と二人三脚で、いろどり農業を推進し、生産者の意欲を高めた下坂さんは、現代版の"篤農家"であったと言えます。

⑤ 高度な技術で生産・加工

プロの料理人が納得する高品質の商品を、45日早い季節の先取り商品として安定供給していくことは簡単なことではありません。梅や桃、桜の切り枝の"ふかし"の技術や、紅葉、南天の芽かき、柿や紅葉の接ぎ木など切り枝用花木栽培で培われた高度な技術が生かされて、はじめてできることです。また、細工物や飾りシリーズの加工技術は料理人さえも驚く高レベルの作品として喜ばれてきました。 更に、季節を届けるツマモノだからこそ必要な鮮度保持技術なども確立しました。

⑥ 需要情報把握と的確な対応

料亭や飲食店などが必要とする商品や、必要な時期、数量などの需要情報を常に把握し、こうした情報の提供や、市況、受発注情報を常に生産者のパソコン端末に提供しています。この情報は毎日更新され、前の情報はどんどん消えていくため、80代のいろどり生産者でも1日3回はパソコンの画面を見ると言います。パソコンの活用で、迅速に、的確に受注に対応でき、需用者や卸売り会社からも高い信用を得ております。上勝では80代のおばあちゃんでも生活習慣の中でパソコンを使いこなし、IT立国を先取りしています。

⑦ 産地情報提供

(株)いろどりでは需要者である料理人に対し(卸売り会社を通じて)、生産品目や出荷見込みなどの、きめ細かな産地情報を提供しています。

この情報提供が販売促進につながり、卸売業者を通じた新たな需用者の開発にもつながっています。

⑧ 新需要開発

(株)いろどりでは、料亭や飲食店向けの細工物や飾りシリーズのほか節の行事商品などの研究・開発・提案をし、既存需要者の需要を拡大しています。

また、ホテル・旅館や結婚式場、菓子業界など、常に新たな需要を開拓し続けています。

⑨ 話題づくり

「おばあちゃんが葉っぱで 1,000万円稼ぐ」「葉っぱ御殿が建った」「生涯現役で働く"いろどりばあちゃん"」などのインパクトの強い言葉で常に話題をマスコミに提供していますが、このような話題づくりが、いろどりの販売促進に高い効果を上げています。

また、横石氏は自身が社会起業家として注目され、テレビ出演や新聞、雑誌の取材、講演などで、全国を飛び回り、いろどりと上勝の広報マンになっています。

⑩ 地域アイデンティティ

いろどり農業の創生期、葉っぱを売るのは気が引けるという意見があったため、「葉っぱを生産し出荷する農業を行うとともに、料理を食べていただく人々の心を彩り、地域を彩り、生活を彩る農業にしていこう」という議論をしました。その時の、いろどり農業のコンセプト(基本的な考え方)が、「心を彩るいろどりのまち上勝」です。これが上勝の地域イメージとして、国内外に幅広く知られるようになり、いろどり商品との相乗効果を上げております。



※ 本項は "いろどりマニュアル" (㈱いろどり) から抜粋・加筆

3. いろどりの考え方

いろどりは「人は誰でも主役になれる」という想いのもと、その地域(上勝町)、その地域の人(女性・高齢者)を主役にしたコミュニティビジネスを展開しています。

中山間地域、高齢化比率50%という条件を最大限に活かした産業をつくっていくことによって結果として景観保全や老人医療費の削減といった好循環が生まれていきます。

このように、その地域に根ざした産業は地域に負担をかけず持続可能で、その地域のひとを生きいきと笑顔に する力をもっています。

地域ごとに異なる「地域の顔」「ひとの顔」にこだわった地域資源産業を考えます。

上勝には、「まず、仕事ありき」という考え方があります。仕事があって初めてその地域が生きていくことができます。どんなに素晴らしい地域も、仕事がなければ生活が成り立ちませんので、そこに住み続けることが出来ません。 人が住まなくなれば、やがて学校もなくなり環境を守ることもできません。

仕事があって初めて、その地域が存続できるのです。

地域づくりは"仕事づくり"からはじめましょう。

("いろどりマニュアル"(㈱いろどり)から抜粋)

地域づくりは"仕事づくり"

1. 寂れていく農山村 仕事がない→生活出来ない→人材流出で人口減少 →環境悪化・地域荒廃・人心荒廃

2. 仕事をつくる まず仕事づくり そうだ!葉っぱを売ろう 町内の花木生産者に相談 つまものを持ち帰る光景で閃く 地域資源活用いろどり農業研究

3. 出番をつくる 出番をつくる 商品は人を映す 人=商品 出番→評価→自信 輝いている人が作る商品は魅力的 ヒットをつなぎ自信を持たせる

4. 人の気を動かす ひとの気を動かす 生活習慣の中に落とし込む 仕組みが人の意識を変える PCで情報を得ることが生活習慣 新たな仕組みで人は磨かれる

5. 個人所得を増やす 所得を増やす 所得があれば地域で働く 気持ちにゆとりが生まれる 売上げより所得を増やす 生活出来る所得の確保 善循環構造で、より良い方向に

6.人が輝き、輝く人が集まる 成功物語が生まれる 注目されて生産者が輝く 輝く人が集まる 成功者の物語を話題に 生産者個々人が輝いてくる 輝くUIJターン者が集まる

7. まちが輝く 環境を守る
 景観整備
 地域が輝く

 地域の環境を守ることが出来る
 人の力で景観も良くなる
 美しいまちができる



※ 本項は "いろどりマニュアル" (㈱いろどり) から抜粋・加筆

地域づくりは仕事づくり

1. 寂れていく農山村

全国の農山村地域では、過去数十年にわたって莫大な投資をして道路や河川、ダム、住環境などを整備して豊かな地域づくりに取り組んで来ました。しかし人材は流出し続け、少子高齢化は一層進み、最近では限界集落と言われるように、集落崩壊が始まっています。

農山村に人が居なくなると、環境を守ることも国土保全も行政が対応せざるを得ません。しかし行政は財政難で予算確保は出来ません。

経済のグローバル化とともに地域循環型の経済が成り立たなくなり、地域産業や農林業は、とおの昔に崩壊し、大工さん、左官さん、理美容師さんなども居なくなりました。

市町村合併により、行政の住民サービスも低下したため、地域を守ってきた自治会組織も崩壊寸前です。 地域の環境は悪化し、荒れ放題の土地が増え、人心も荒廃しております。益々寂れていく地域を誰が守っ て行くのでしょうか。

30年前にミカンが冷害で全滅し、働く場もない上勝の人々は生き甲斐もなく、60~70代の男性は朝から酒を飲んで、国が悪い、役所が悪いと言い、女性や高齢者も仕事がなく、愚痴や他人の悪口ばかり話している町でした。いま、日本中の農山村でもこうした現象が見られるようになっています。

仕事さえあれば、愚痴や悪口を言っている暇はないし、忙しく仕事をしていれば、この悪循環から解放されるのです。

2. 仕事をつくる

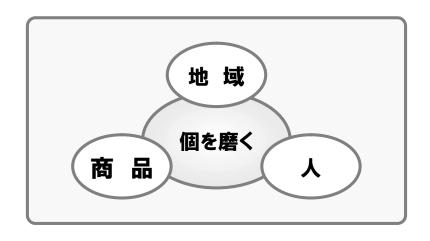
上勝には、『まず仕事ありき』という考え方があります。 **『地域づくりは"仕事づくり"からはじめる』**これが上勝流です。

少子高齢化、過疎化、農林業の衰退、人材流出などで疲弊する農山村には仕事がありません。地方分権と 言われても仕事がなければ生活が成り立たず、町に住み続けることも、地域を守ることもできません。仕事が あって初めて、その地域が存続できるのです。

24年前に料理店で「そうだ!葉っぱを売ろう」と閃き、町内の花木生産者に相談したことから"いろどり農業"が始まりました。当時の横石氏は、「女性と高齢者を活用した新しい仕事をつくりあげる」と言われていました。

いろどり農業は、上勝だから出来る仕事です。女性や高齢者でなければならない仕事です。地域(上勝)と地域の人(女性や高齢者)に合った仕事でなければ長続きしないし、すぐに真似されてしまいます。

いろどりのような仕事は、住んでいる地域と自らに、自信と誇りを与えてくれます。



-/

※ 本項は"いろどりマニュアル"(㈱いろどり)から抜粋・加筆

3. 出番をつくる

いろどり農業は、上勝だから出来る仕事です。女性や高齢者でなければならない仕事です。いろどりは、住んでいる地域と自らに、自信と誇りを与えてくれます。

また上勝では「人が商品」と言っていますが、輝いている人がつくると商品も輝いているからです。つまり、洗練された商品をつくるためには、つくる人自身も洗練されて(磨かれて)いなければできないということです。

それでは具体的に「つくる人に磨きかける」にはどうすれば良いでしょうか。

「こんな田舎にいたら何をやってもダメだ・・・・」「新しいことをはじめたって無駄だ・・・・・」。このような不満を抱きながらも現状を変えることには抵抗感をもち、進んで考える習慣のない人たちを磨くには、まず、その人の出番をつくっていくことです。

いろどりも、おばあちゃんたちの得意な仕事をつくり、「わたしにもできるんだ!」と思ってもらうことが第一歩でした。今まで出番のなかった人たち(田舎の人や、女性、高齢者)に**出番を与える**ことが重要になります。

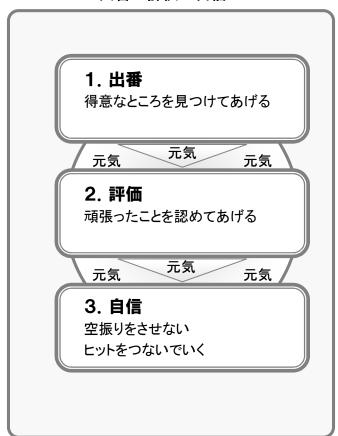
そして、ホームランではなく、"ヒット"をいくつも打たせて**評価をする**ことが必要です。

これが続くと自信が持てるようになり、次のステップへつながっていきます。

田舎の人や高齢者には、一度ダメになると自信を失い、もう何をやってもダメだと悪い方へ一気に流れる傾向があります。

そうならないように、常に出番を用意し、評価をして褒め励まし、自信を持ってもらうことが高齢者には必要です。

出番→評価→自信へ



※ 本項は "いろどりマニュアル" (㈱いろどり) から抜粋・加筆

4. 人の気を動かす

出番と評価によって自信をつけた人が、次のステップへ挑戦していくようにするためには、その人の「気を動かすこと」が必要になります。これは「ハッパをかける」とか「後押しする」ということに似ています。

いろどりは、「**気」を育てることの積み重ね**で、少しずつ確実に売り上げを伸ばしてきましたが、人の気を動かす「ハッパをかけていくこと」は非常に重要なことです。

日常生活に落とし込むことの強さ

いろどりが流す情報は365日更新されます。出荷がない日でも更新されますから、毎日見なければ前の情報はどんどん消えてしまう仕組みになっています。そのため、80代のいろどり生産者でも1日に3回はパソコンの画面を覗くと言われます。

こうなってくると脳はどんどん活性化されます。思考力が高まり、記憶力・判断力・想像力が養われ、情報と時間が自分のものになってきます。

日常生活の習慣でこれだけのことをしていたら、どんどん能力が高まり、情報を活かす力が育ちます。

仕組みが人の意識を変える

いろどりを始めるまでは生産者のおばあちゃんたちも考えることをしませんでした。与えられている環境の中で言われた通りの単純作業を繰り返すということが仕事でした。

しかし、こうした仕組みを日常の中に組み込むだけで、徐々に自分で考える習慣ができ、「わかる→わかるとおもしろい→それでは更にあれもやってみよう→これはどうかな」という興味が湧き善循環が生まれます。

さまざまなことを「自分のこと」として問題意識をもって捉えていくことができるようになるのです。

このように、仕組みを取り入れることで人は磨かれていき、商品に対する演出力を養うことが可能になります。

田舎のITの使い方

前述のように田舎では、やる気を高めたり自信をつけたりといった"ひとづくり"にITを活用することができます。 また、これまで出番がなかったり、ITとつながりのなかった高齢者が、ITと融合することで、田舎の環境そのも のや、高齢者の知識、経験が発揮されるような新しい出番をもたらしてくれます。

今まで出番のなかった人たちの出番づくりにITを利用するのが、これからの新しいITのあり方だと考えます。

情報過疎の悪循環を防ぐIT

田舎におけるこのような"ひとづくりのIT"には、もう一つ"情報過疎を防ぐ"という重要な意味があります。 一人一人がITによって情報を得ることで、新たな気づきや理解につながり、次の行動にうつることができます。 このように「情報を得る→新たな気づき・理解→行動」ということを繰り返す中で、個人の能力が上がり善循環 の習慣ができ、情報過疎や情報格差を防いでいくことができます。





※ 本項は "いろどりマニュアル" (㈱いろどり) から抜粋・加筆

5. 個人の所得を増やす

日本の農業は大規模化を積極的に推進しています。しかし上勝には耕地がないので、大規模化などほど遠い状況です。農業振興策や地域産品開発で間違うのは「大規模・省力化して、売り上げが上がれば儲かる」という発想です。

いろどりは全体の売り上げは小さくても、**個人所得を増やす**ことに努力しています。また、少品種・大量生産ではなく、多品種少量生産のため、全体でのリスク負担が小さくなります。

一言で「いろどり」と言っても、南天のプロ、葉ワサビのプロ、花木のプロ、ハウス栽培の青もみじのプロ、ふきのとうのプロ、ウラジロのプロ、飾りシリーズのプロ、柿の葉のプロ、草花類のプロなど、各々に得意な分野を開発し計画的に生産・出荷していることで信用を得、24年間も伸び続けているものと思います。

所得があれば気持ちにゆとりが生まれ、新たないろどり品目への挑戦を行うようになります。

6. 人が輝き、輝く人が集まる

いろどり農業で所得が増えても、贅沢をする人はおりません。その代わり、子どもや孫をUターンさせるために 住宅を新築したり子どものために仕事をつくるおばあちゃんも居ます。

『葉っぱで1千万円稼ぐ』とか『いろどり御殿が建った』という成功物語が話題になることで、いろどりの生産者も輝きます。

おばあちゃんたちの笑顔が話題になり、全国に発信されることで、いろどりが一層有名になります。 いろどりの報道を知って、「上勝は素晴らしいまちだ」と、夢を抱く多くの方々が集まってきます。 つまり、町民が輝き、輝いている人々が訪れる町になってきているのです。





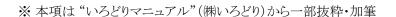
7. まちが輝く

上勝の『ゼロウエイスト運動(ゴミゼロ運動)』は、環境運動として全国的に有名ですが、いろどりも環境保全や国土保全に貢献しています。いろどりは地域の遊休地や山林を活用して栽培していますが、料理に使われるために農薬は極力抑えざるを得ません。そのため、地域の生態系が守られ、環境の保全にもなります。

また、いろどりに使われる花木類は花が咲くため、春になると山が花色に染まり、素晴らしい景観になります。町では『日本で最も美しい集落』事業を始め、いろどりの町にふさわしい集落景観づくりを進めています。







4. いろどり農業の善循環構造



いろどりでUIターン者が急増

いろどりで健康増進 農産物ブランドカUP いろどりで健康増進・生涯現役

いろどりで健康維持増進 いろどりで医療費抑制

いろどりで里山再生

いろどりで心の健康 いろどりで生涯現役

いろどりで内需拡大 いろどりで消費拡大

住宅新築で内需拡大

こどもや孫が帰ってきたよ~ いろどりでしあわせ!

いろどりで知的学習

いろどりで知的学習の推進

いろどりでパソコン習得

いろどりで情報発信

地域での消費拡大

Uターン・Iターン促進

いろどりで交流促進 いろどりで交流促進・産業振興

いろどりツーリズム創造

月ヶ谷温泉利用拡大

視察•交流促進

美しい景観を創造

いろどりは無農薬栽培

いろどりで国土保全

いろどりで山林・遊休地活用

生物多様性を保全 山林・農地の保全進

いろどりで環境保全 いろどりは環境保全型産業

遊休地の有効活用

山林への広葉樹植栽



いろどり農業は幸福生活農業

食をいろどる いろどり農業で生活 健康で生涯現役で働く 美しい町をつくる 仲間と共に刺激しあい 多くの人々と交流する UIターンを促進し 内需拡大にもつながる

いろどり人生 バンザ~イ!



ばの肌



季節の変化と年中行事を、そして、里山の植生を教えてくれました。 葉っぱが

人々の心を豊かにしてくれました。人々の生活を豊かにしてくれました。 葉っぱがまちを豊かにしてくれました。

いろどり農業は 多くの人々に幸福をもたらす幸福生活農業(産業)です。



※ 本項は"いろどりマニュアル"(㈱いろどり)から一部抜粋・加筆

いろどり農業の善循環構造

1. いろどりで 所得向上

上勝には「まず、仕事ありき」という考え方があります。いろどり農業は、働く場のない農山村での 女性や 高齢者の仕事をつくりました。

そして、200戸のいろどり生産者の平均年収140万円という所得を上げる大きな産業に成長しました。

2. いろどりで 健康維持増進

いろどり農業は、女性や高齢者でも、無理なく適度に体を使い頭を使う仕事です。 多くの方々が生涯現役で元気に働き、健康維持増進につながり、医療費も低水準(徳島県最低水準)に あります。

3. いろどりで 知的学習

いろどり農業はパソコンを利用して市況などの情報の受発信をしているため、ITの活用は必須です。 つまり、いろどり農業は頭で考え、ITを利用する力がなければ出来ない知的ビジネスです。 仕事とIT学習が一体となった知的生涯学習産業とも言えます。

4. いろどりで 国土保全

いろどり農業は、山や野原にある葉っぱを採取するのではなく、"つまもの"になる植物を栽培する農業です。 いろどり農業の推進で荒れ地や耕作放棄地はなくなり、里山、農地の活用、保全ができました。 また、いろどり用植物の植栽で、美しい景観創造ができます。

5. いろどりで 環境保全

いろどり農業は料理に使われる"つまもの"の栽培であり、農薬の使用は極力控えなければなりません。無農薬、低農薬で栽培されているため、地域の生物多様性の保全や環境保全につながる理想的な農業です。

6. いろどりで 交流産業振興

いろどり農業が全国的に話題になったことで視察者が増加し、観光交流関連産業の振興につながっています。また、町が有名になることで一般観光客も増加しています。宿泊客や日帰り脚が増えることで、料理の食材はもとより、地域の特産品も売れ、農業振興にもつながっています。

7. いろどりで 内需拡大

いろどり農業による所得の向上で、家の新築、増改築も増えています。そして、家具や家電製品など住宅 関連、家電製品などの内需拡大につながっています。

おばあちゃん達も小遣いができて地元商店での買い物が増え、商店の活性化にもつながっています。

8. いろどりで UIターン促進

いろどり農業で所得が増えたことから、町を出て行った子どもや孫のUターン減少が生まれ、3世代家族も増えています。また、20代、30代の若年Iターン移住者も急増して子どもが増えたため、小学校も維持されています。

以上のような、いろどり農業の善循環構造は地域の女性や高齢者、地域住民に夢と希望を与え、幸せな生活の実現に貢献しています。

MEMO

第3章

いろどり農業に学ぶ地域人材育成

「地域人材を育成する」と言っても漠然としているため、ここでは「後継者育成」と「プロデューサー(プロデューサー型リーダー)育成」について、いろどりの事例を参考にそのポイントを提示します。

地域づくりで成功された方々の話を聞くと口を揃えたように「マニュアルなんかは役に立たない」と言われますがそれは結果として成功された方々にマニュアルがなかっただけです。こうした方々の地域に伺うと確かに素晴らしいことをされていて他地域とは異なります。

しかし**成功した事業のノウハウの多くはリーダーの頭の中**にあり、**後継者の存在しない地域がほとんど**です。 職人の世界では徒弟制度があり、長い年月を費やして寝食を共にしながら修行して一人前に育ち、技能を継承してきましたが、いまでは通用しません。全国の伝統工芸の中には後継者不在でマニュアルもなく、技能継承もできずに消えていくものも出てきました。

企業では必ずマニュアルを整備し、社員が交代しても同一レベルの仕事が継続して行えるようにしていますが、 短期間で後継者を育てるためにはリーダー自身が独自のマニュアルをつくり、後継者のためにノウハウを残して いくことが必要です。

そのマニュアルも具体的で、分かり易く、効果を上げるものでなければなりません。

ここでは上勝町の"いろどり農業"を参考に、全国で通用する汎用版マニュアルとしてまとめるため、「地域では役に立たない」という声も出ると思いますが、このマニュアルを参考にして地域独自のマニュアルを作成し、地域に合った人材育成をしていただきたいものです。

第2章で「いろどりの考え方〜いろどり農業の善循環構造〜」を入れましたが、これは地域で事業を推進する場合の、夢を描く段階(第一段階)、事業計画段階(第2段階)、事業段階(第3段階)のすべてにわたる考え方の基本で、いろどり農業成功の原点はここにあります。第3章の人材育成手法の各項目と合わせて確認して下さい。

地域人材育成のためのマニュアル内容

後継者育成

1. いろどり農業の営農モデル

いろどり農業参入のための品目や栽培面積、収益目標などを例示します

後継者育成

2. いろどり農業の品目別営農マニュアル

後継者のために残していくいろどり農業の主要品目別の営農マニュアルです

プロデューサー育成(事業計画)

3. 地域産品導入マニュアル

地域プロデューサーのための、地域産品導入の作業手順とポイントです

プロデューサー育成(すべての基本)

4. 横石知二プロデューサーに学ぶ地域プロデューサーで成功する15の力 いろどり農業を成功させた横石氏の行動や資質などを分析し紹介します

プロデューサー育成(事業の発想方法)

5. 成功法則と他地域での応用

「7つの成功法則」をまとめ、これを基本とした地域事業発想法を紹介します

1. いろどり農業の営農モデル

本章では、いろどり農業の後継者育成のための「営農モデル」を示し、「いろどり農業品目別営農技術」の一部を紹介し、次章ではこの手法で「栃木のいちご」及び「山梨の干し柿」の人材育成マニュアル(簡易版)を紹介することにしました。

本事例を参考に農林業や特産品づくり、直売所運営や農業の6次産業化、コミュニティビジネス等の人材育成(後継者育成)にも活用出来る手法を例示します。

いろどり農業を始めたくても、どのような品目をどれくらいの面積で栽培すれば生計が立てられるのか、他の 農作物との複合経営の場合はどうかなど見当がつきません。

こうした情報は生産者独自のノウハウであり、後記の営農ノウハウとともに外部には提供したくない情報ですが、この情報がないと、後継者は育ちません。

後継者が居なくなると市場の要求に対応出来ず、いろどりブランドを守ることもできないため急速に衰退してしまいます。ここでは、いろどり農業後継者の指針となるような、代表的な営農モデルを示します。

1) いろどり専業

- 1. 品 目 ①南天 ②もみじ
- 2. 栽培面積 南天10アール・もみじ20アール
- 3. 栽培本数 南天7000株・もみじ150本
- 4. 収穫量 南天22.000PC・・もみじ22000PC
- 5. 販売額 南天358万円・もみじ374万円
- 6. 初期投資 種苗、機械、設備·備品、肥料等 南天22万円、

- 7. 生産・加工・包装・出荷経費
 - ①栽培・収穫 南天35万円・もみじ35万円 ②包装・出荷 南天112万円・もみじ114万円 輸送費・手数料等
- 8. 専従者 2名
- 9. 粗収入 南天189万円・もみじ181万円
- 10. 所得目標 南天250万円・もみじ250万円
- 11. その他

2) いろどり+葉わさび

- 1. 品 目
 - ①南天
 - ②葉わさび
- 2. 栽培面積 南天10アール・葉わさび5アール
- 3. 栽培本数 南天•7000株
- 4. 収穫量 南天22,000PC·葉わさび10トン
- 5. 販売額 南天358万円・葉わさび250万円
- 6. 初期投資 種苗、機械、設備・備品、肥料等 南天22万円・葉わさび92万円

- 7. 生産・加工・包装・出荷経費
 - ①栽培・収穫 南天35万円・葉わさび
 - ②包装・出荷 南天112万円・葉わさび12万円
 - ③輸送費・手数料等
- 8. 専従者 2名
- 9. 粗収入 南天189万円・葉わさび200万円
- 10. 所得目標 南天250万円・葉わさび250万円
- 11. その他

3) いろどり+すだち

- 1. 品 目
 - ①南天

②すだち

- 2. 栽培面積 南天10アール・すだち20アール
- 3. 栽培本数 南天7000株・すだち266本
- 4. 収穫量 南天22,000PC・・すだち4トン
- 5. 販売額 南天358万円・すだち280万円
- 6. 初期投資 種苗、機械、設備・備品、肥料等 南天22万円、すだち60万円

- 7. 生産・加工・包装・出荷経費
 - ①栽培・収穫 南天35万円・すだち8万円
 - ②包装・出荷 南天112万円・<mark>すだち</mark>20万円 輸送費・手数料等
- 8. 専従者 2名
- 9. 粗収入 南天189万円・すだち120万円
- 10. 所得目標 南天250万円・すだち200万円
- 11. その他

4) いろどり+ゆず

- - ②ゆず
- 2. 栽培面積 南天10アール・ゆず30アール
- 3. 栽培本数 南天・7000株・ゆず399本
- 4. 収穫量 南天22,000PC・ゆず3トン
- 5. 販売額 南天358万円・ゆず180万円
- 6. 初期投資 種苗、機械、設備・備品、肥料等南天22万円・ゆず99万円

- 7. 生産・加工・包装・出荷経費
 - ①栽培・収穫 南天35万円・ゆず12万円
 - ②包装·出荷 南天112万円·ゆず30万円 輸送費·手数料等
- 8. 専従者 2名
- 9. 粗収入 南天189万円・ゆず51万円
- 10. 所得目標 南天250万円・ゆず100万円
- 11. その他

5) いろどり+花木

- 1. 品 目
 - ①南天

②花木(黄金ヒバ)

- 2. 栽培面積 南天10アール・花木30アール
- 3. 栽培本数 南天•7000株
- 4. 収穫量 南天22,000PC·花木3500本
- 5. 販売額 南天358万円·<mark>花木</mark>42万円
- 6. 初期投資 種苗、機械、設備·備品、肥料等 南天22万円·花木30万円

- 7. 生産・加工・包装・出荷経費
 - ①栽培・収穫 南天35万円・花木
 - ②包装·出荷 南天112万円·花木35万円
 - ③輸送費・手数料等
- 8. 専従者 2名
- 9. 粗収入 南天189万円 · 花木63万円
- 10. 所得目標 南天250万円·花木100万円
- 11. その他

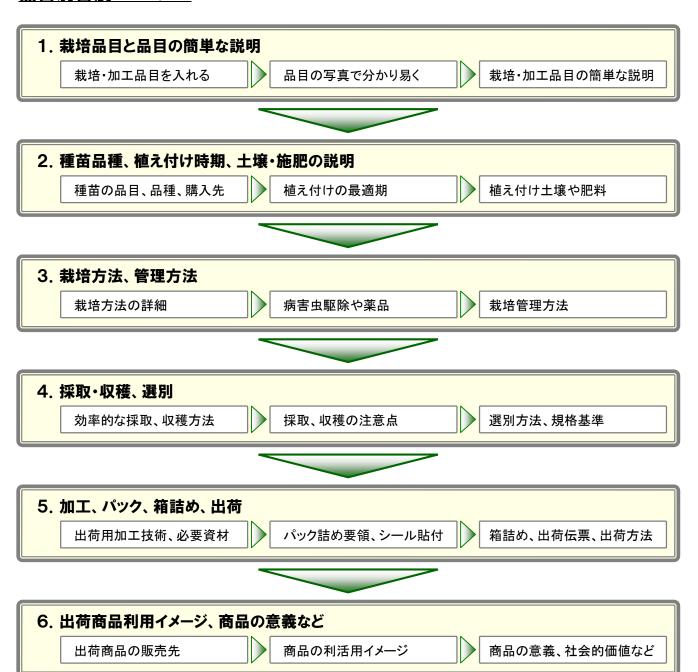
2. いろどり農業の品目別営農マニュアル

いろどり農業の基本的な知識や栽培、加工、出荷などの技術は、生産者の頭の中にあり、その生産者が居なくなると長年培った技能は失われてしまいます。

いろどりは暦よりも45日前に出荷するための"ふかし"の技術をはじめ、"いため"や"芽つぎ"などの技術があります。初代いろどり部会長の下坂美喜江さんは、シャガの葉を使った"翠シリーズ"や"かざりシリーズ"を独自の手法で創造し、専用のモノサシまで開発されました。

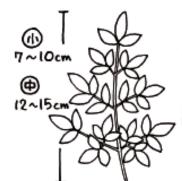
このような営農技術を後継者に伝承していくための人材育成マニュアルを以下の手順で整理します。

品目別営農マニュアル



いろどり営農マニュアル

1年を通して大量に出荷される、 敷き葉として欠かせない商品。 赤南天もある。







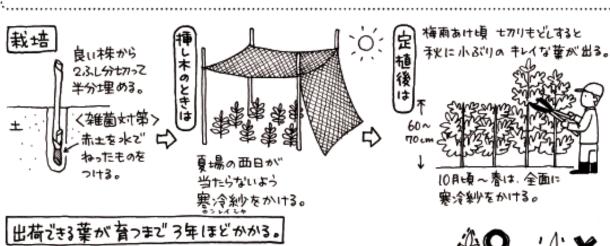
側 10枚

例 20枚

挿し木は、鹿沼土や雑菌の少ない 土に植える。定植は水はけがよく、 西日の当らない、日当たりのよい 場所を選ぶ(日差しが強すぎると 葉が赤く焼けてしまう)。

2月中旬~3月中旬に「姫南天」 (山南天ではない) の親株を購入し て植えるか、2年めの良い株から 3~4月に。

定植前の土に堆肥・鶏フンをすき 込んでおく。植付け後は毎年3~4 月頃に鶏フン・化成肥料(3要素)を、 とって挿し木する。定植は1年後の 3 梅雨の頃に化成肥料を施す。葉を色 濃くするために、様子をみて梅雨の 終わりにもう―度化成肥料を。







11)=7~10cm

(Ф)=12~15cm

= 30 cm以上





☆ ⑩=10枚

●=10枚

濡らしたスポンジを敷いたトレイに 葉の元が右下になるように置く。



必ず キリ吹きを する。

出荷のしかた

標準的な商品化 (バック→ケース) から 出荷の流れ。(一部の品目を除く)

① ラップをかける



- ・トレイの ウライ則が 汚れていないかっ
- •葉がめくれたり、トレイからはみ出していないか。



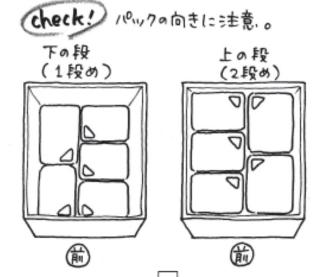
② バックの右下に三角シールを貼る



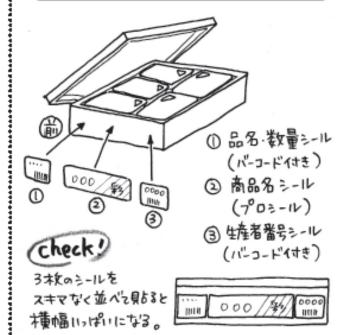
10トレイ(パック)で"



③ ケースに並べる

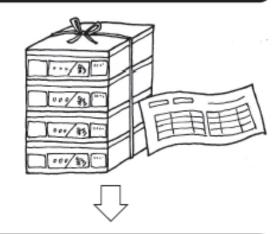


④ 各種シールを貼ってフタをする



 \Box

⑤ 伝票を記入し、ケースを束ねる



⑥ JA 東とくしま集荷場へ



いろどりの意味

いろどりがなぜ料理に使われるのか?季節感の演出のほか縁起などの意味を説明します。



南天葉·実

南天が料理に使われる意味

南天は中国原産のメギ科の常緑低木で、西日本から九州にかけて自生し、庭木として多く利用されている木です。漢名の「南天燭」(なんてんしょく)の略で、南天の実の赤いことから由来します。「南天」とは文字通り、南方の天にのぼった太陽の光の輝きを燭台の火のように灯している様を表わしています。太陽は万物に生命力を与える源である太陽と同じように大切なものとたとえられているのです。

災厄の元凶であるとされる魔や邪霊は、太陽が昇っている時には潜むことしかできません。地上における小さな太陽としての赤い実は、邪気を祓い、魔を寄せ付けず、災難を福にも転じる効果があるとされ、「難を転じる」ことから「ナンテン」と呼ぶ説もあり、人に幸せを招く実として、今でもその意味が伝えられています。

日本には三種の神器といわれるものがありますが、朝鮮半島にも同じように神器として知られているものがあります。そのうちのひとつが「鈴」で、神を招く神器です。この鈴は元々、神の宿る木に成る実が、鈴鳴りに成るということにも関連しています。たくさんの実がなると、まるで、鈴が音を奏でるように、私たちには聞こえなくても、神様には聞こえ知らせ呼ぶ音がするということです。

南天の実はその代表的なものとされ、赤い実が神を招くような玲瓏(れいろう)な音を奏でることによって、天の神を降ろし、神聖な天の気を招きます。大地において、南天の赤い実は、神の依り代だからこそ、邪気を寄せ付けず人に福を与える実なのです。

庭木としては通常裏鬼門に植えることで、邪気の侵入を防ぐことができるといわれています。喜ばしい祝いごとには、南天の実を添えるだけでも、幸せ度がぐっと高まるといえるでしょう。実のなる木は、遠からず同じような意味がありますが、南天は名前からもそのまま霊性が伝えられてきたといってよいでしょう。

成分的には薬効があるため、少量でも殺菌作用があり、邪気祓いの効果があります。邪気祓いの植物とよばれてきたものには、ほとんどこのような殺菌作用が見られますが、南天はその代表例です。南天の葉は南天葉といって、料理のかいしきに使われます。葉は生薬で健胃、解熱、鎮咳の作用が知られ、葉に含まれるシアン化水素が食品の防腐剤として役立つため、古来よりかいしきとして使われています。生き物を調理した料理の邪気を防ぐことにより、体内に邪気が入るのを防ぐといわれています。

厄除けを願う時や祝儀の際に用いるのが最も一般的です。



3. 地域産品導入マニュアル

~いろどり農業に学ぶ地域産品導入のポイント~

1. 地域産品とは

本項では、いろどり農業を参考に「地域産品導入の基礎知識」について具体的にまとめました。 夢を描く段階から事業計画段階まで、一般的な事業計画の知識ではなく、地域で計画する場合のポイントや 上勝方式の考え方などを解説していきます。

地域産品とは

地域産品の定義は専門家の方々から各種の考え方が 発表されていますが、ここではいろどり農業の実践事例から 以下のように定義します。

地域の特色を生かし 地域で生産された農林水産物 及び 地域で生産された農林水産物を原料として 地域で加工された商品

◆地域の特色とは

- ◇上勝の"いろどり"は、南天やハランなど地域にあった植物に人の手を加えて栽培しています。
- ◇ 江戸時代からあった<u>地域の伝統野菜を復活</u>させて成功した事例もあります。 伝統野菜を活用した料理の提供で話題になった地域もあります。
- ◇地域の<u>伝統的な食文化、「祭り食」「行事食」などを商品化し</u>、地元民や訪問客に販売して成功した事例もあります。
- ◇地域住民がもつ特殊な技術や、地域の歴史・文化を生かした地域産品の商品化も考えられます。

◆なぜ地域の特色を生かすのか

- ◇ 地域産品の開発には大きなリスクが伴います。 上勝の"いろどり"も、何もないところから始まったわけではありません。一部の農家の方が、花木の枝物 栽培をしており、この方々の栽培ノウハウや流通関係者の支援が大きな力になっています。
- ◇ 上勝では南天やもみじ、シャガ、ハランなど庭に植えられているものや山に自生しているもので、<u>地域の</u> 気候、土壌にあった植物を商品化したわけです。地域にあった植物なら、栽培リスクも軽減されます。
- ◇ 昔から食べていた伝統食品を開発・商品化する場合、初期のお客様は地元住民です。地元住民に受け入れられれば、地域の出身者、地域への訪問者にも売れます。
- ◇ 地域の特色を生かした地域産品は真似されにくい商品であり、有利に販売することが出来ます。 いろどりも、上勝での成功を見聞きし、類似商品が各地で出ておりますが、上勝の特色を生かした商品 は、るぎない地位を築いています。

2. 地域産品導入の条件

一口に地域産品といっても多種多様であり、原材料の栽培方法も加工・製造方法も販売方法も様々です。 地域産品導入にあたっては、以下の基本要件を考慮した事業化を検討したいものです。

- 1. 地域の特色を生かす
- 2. 付加価値の高い商品
- 3. 独創的な商品

この3つの要件を満たし、地域のイメージアップや経済的効果、雇用促進などをもたらすものが地域産品です。

■ 地域の特色を生かす

いろどりは地域にある植物に、独自の技術をもって、人手をかけて栽培、加工、出荷されています。 地域の気候、土壌、素材(原料)はもとより、歴史や文化や地域住民の持つ生産・加工技術など地域の特色を生かして商品化されたものが、地域産品です。

■ 付加価値の高い商品

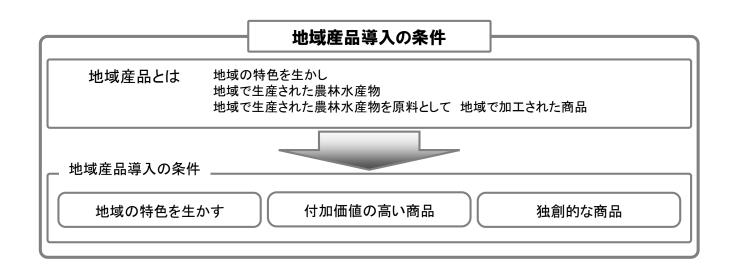
いろどりは、人の手を加えて美しい状態に育て、料理の"つまもの"として飾られるシーンを考えてカットし、 鮮度保持も含めて利用者(調理師)の便宜を図る"いろどり商品"として供給されます。

地域産品の開発には、品質や安全性、法規制はもとより、販売顧客や販路を考慮した商品価値が要求されます。

■ 独創的な商品

いろどりでは、シャガや笹、ハランを加工した"翠シリーズ"が開発されていますが、このような独創的な商品は料理の付加価値を上げる素材として喜ばれています。

他に出来ない独創的な味や品質やデザインの商品開発が地域産品成功の秘訣でもあります。





※ 本項の一部は"いろどりマニュアル"(㈱いろどり)から抜粋・加筆

3. 地域産品導入の手順

いろどり農業に学ぶ

地域産品導入の流れ

プロデューサーを決める

第1段階 目的を明確にする

第一の目的は 仕事をつくる

そのうえで 地域や 事業者の事情を考慮

- ◎ 余剰作物の活用
- ◎ 連帯感を深める
- ◎ 生き甲斐づくり
- ◎ 地域をPR etc

第2段階 資源を探す・夢を描く

仲間と

議論

強い思い 情報 ひらめき 地域の資源を探す~ヒト・モノ・コト・バ~

商材を見つける ~ 自分ごとで考える~

夢を描く(仮説を立てる)

どのような地域産品を どのように商品化しどんな組織で、どこの誰に、いつ、どこで、 どのような方法で提供するのか

第3段階調査をし・企画する

~専門家に聞き、初歩的なミスを防ぐ~

組織をつくる

~個人が儲かる事業組織~応援団をつくる~

第4段階 事業を計画する

事業計画 ~小さく始めてコツコツ稼ぐ~

- ◇施設計画
- ◇投資計画
- ◇販売計画
- ◇収支計画
- ◇販売促進計画
- ◇資金計画
- ◇運営計画 ◇組織計画
- ◇人材育成計画
- ◇法律・規制など

商品計画

~売れてはじめて商品になる~

- ◇農林産物
 - 物 ◇コンセプトづくり
- ◇ネーミング ◇パッケージ

- ◇栽培方法 ◇原料調達
- ◇製品から商品へ◇ブランドイメージ
- ◇デザイン

- ◇加工方法
- ◇商品特性
- ◇ロゴマーク

- ◇加工技術
- ◇訴求ポイント
- ◇価格設定

第5段階 事業化の準備

~投資とコスト(経費)は最小限に~

技術研修

各種制作物発注

各種許認可申請

事業資金調達

栽培実証試験

事業施設設置

人材募集·育成

営業活動

第6段階 販売する

第7段階 需要をつくる

~誰に売るのか~

~誰に・何を・いつ・どこで・誰が・なぜ・どのように~

販売を促進する ~SP(セールスプロモーション) ~ ~PR(パブリックリレーション)・AD(アドバタイジング) ~

~新たな需要を創造する~



第8段階 地域を売る・地域で売る

~地域を有名にし、地域の名前で売る~



4. 地域産品導入8つのポイント

第1段階、目的を明確にする・プロデューサーを決める

①目的を明確にする ~まず仕事ありき~

なぜ地域産品を開発するのか?目的を明確にします。

上勝ではまず仕事ありきです。

仕事がなくて収入もなければ地元で生活することが出来ません。

全国の農山村においても上勝町同様に**「仕事をつくる」**ことが最も重要です。

特産品開発を担当する地方自治体の職員の中には「仕事をつくって儲けよう」という言葉に抵抗感をもたれる方も多いようです。「役所が支援して補助金を出す事業は儲けなくてもいい」と、平気で言われる方が少なくありません。この方々は毎月決まった給料も出るしボーナスも出るため一生生活に困りません。 そのため地域の農林業などで働く女性や高齢者の気持ちを理解出来ないのでしょう。

いろどり農業は横石氏が大阪の料理店で、若い女性が料理に添えられていたモミジの葉を持ち帰るのを見て、「これはビジネスになるかも知れない」と考えたことから始まっています。

各地の農業生産者の中からは、捨てられていた規格外の作物や余剰作物の有効活用を図ろうという意識の 高まりが出ています。これは、捨てられるものを活用して少しでも収益を増やそうとする地域産品導入です。

また地域の女性グループを中心に、仲間と楽しく働ける事業を起こし、「少しでもおこづかいを稼ごう」という考えからはじめる例も見られています。

目的

仕事をつくる

新規事業の開発

- ・新しい事業の創造
- ・地域産品導入を、地域の新たな事業として位置づける

余剰作物の活用

- ・規格外の農産物や余剰作物を有効活用して地域産品を開発する
- ・同様の取り組みをする地域が多いため独自性が要求される

連帯感を深める

- ・女性や高齢者の生き甲斐づくりのために行うもので、無理なく働くことが条件
- ・直売所等での販売を通じて少しでもこづかいができ、連帯感を深めたい

地域イメージの向上

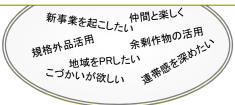
- ・地域産品を通じて地域のことを多くの人々に知っていただくために開発
- ・地域の伝統文化や祭り、イベント、観光などと関連した地域産品導入

②プロデューサーを決める

横石氏のプロデューサーとしての存在が重要であったことは、前項まででご理解いただけたと思います。地域 産品導入に取り組む場合、リーダーは必ず居りますが、プロデューサーのことは考えません。

最近、企業では「プロデューサー型リーダー」の存在が重要視されていますが、プロデューサー型リーダーは、 横石氏のように、地域においても、欠かせない存在です。

いろいろあっても 仕事をつくる ことが第一



- 🖊

※ 本項の一部は"いろどりマニュアル"(㈱いろどり)から抜粋・加筆

第2段階、資源を探す・夢を描く

①強い思いと情報とひらめき

横石氏は営農指導員として、冷害で全滅したミカンに変わる地域産品導入のために、徳島の青果市場の卸売り担当者に相談に行きました。そして、標高が高く耕地の少ない上勝の気候や土壌を生かした高冷地野菜の導入を進めました。

「なんとかしなければ」という強い思いがあったからこそ市場に行って相談し、市場で得た情報から高冷地野菜を栽培するという"ひらめき"が生まれたわけです。その経験が、いろどりの導入につながっています。 どのような事業でも、強い思いと情報とひらめきが第一歩となります。

②地域の資源をさがす

思いと情報とひらめきがあっても地域の事情が分からなければ"絵に描いた餅"になりかねません。ひらめきを 具現化するためには足元にある地域の資源をさがすことからはじめます。

上勝には、花木の切枝を簡易ハウスで早く開花させる"ふかし"の技術がありましたが、この技術がいろどり事業の大きな原動力になりました。これは地域住民のもつ技術資源です。

地域の資源を大きく分類すると以下のようなヒト・モノ・コト・バになります。

- ①人:住民のもつ特殊な技術や知恵や知識、出身者、有名人、事業をする当事者、協力者、支援者など
- ②物:素材、原料、農林水産物、加工品、余剰産物、工業製品など
- ③事:歴史、文化、食文化、伝説、伝統芸能、まつり、イベントなど
- ④場:地域環境、生産場所、加工場所、販売場所(観光施設、直売所、小売店)、利用場所(飲食店、旅館)など、地域を歩くとき最も重要なことは**身近に感じてもらう**ことです。地域の人と仲良くなれば自然に情報は入ります。

③商材を見つける

地域資源はあっても、商材がなければ事業にはなりません。横石氏は料理店で「そうだ!葉っぱを売ろう」と、 閃いたわけですが、いつ、どこにヒントがあるかわかりません。

問題意識を持ち続け、常にアンテナを張り巡らせ、自分のことに置き換えて考え、チャンスを逃がさない目をも つことが商材に気づく力です。

④仲間と議論

「三人寄れば文殊の知恵」と言われるように、一人で考えるよりも複数の仲間と議論したほうが良い考えが浮かぶものです。しかしメンバーが多すぎるとリスクを恐れてマイナスの意見を出す人が増えてくるため、この段階では生産の当事者に、企業経営者や自営業者など異業種の方々との議論が効果的です。

横石氏は地元の花木生産者4名に声を掛けたことから、いろどり農業を始めました。

⑤夢を描く(仮説)

地域産品導入に取り組む場合、単なる思いつきを頭に描くだけではなく、具体的な夢を描くことが重要です。 これは事業計画を策定する前に、事業の概要を検討するために行うもので、以下のような点をまとめます。

- ① 地域産品の概要(一次産品か?加工品か?)・・・・・・・・(例)料理のつまものの栽培、加工
- ② 生産者、加工者は誰か? …………(例)女性、高齢者
- ③ どこの誰に販売するのか ・・・・・・・・・・・・・・・・(例) 関西圏の高級飲食店、料亭、和風旅館
- ④ いつ・どこで・誰が・どのような方法で販売するのか・・・・・(例)農協から市場の仲卸を通じて販売
- ⑤ 初期投資はいくら必要か、資金はどうするか・・・・・・・・・・(例)生産者ごとに苗木、種苗、資材購入

第3段階. 調査をし・企画する・組織をつくる

①調査をし・企画する ~専門家に聞く~

「そうだ!葉っぱを売ろう」と閃いたら第2段階で夢(仮説)を描きました。次は夢にもとづき現状を調査・分析しより具体的に事業を検討します。この段階では事業の概要や考え方を関係者に説得できる資料をまとめます。

調査をする場合、各分野の専門家に聞いてみるだけでも多くの課題があることが分かったり、思っていたほど難しくはないことなどが分かります。

地元の商工会や会計士、工業試験場、農業試験場などに相談することが近道です。

②組織をつくる ~個人が儲かる組織~

企画が出来たら生産者を説得し、組織化に向けた準備をします。生産体制を個人にするか集合組織とするかの選択は重要で、いろどりでは生産は個人にまかせ、個人が儲かる仕組みをつくっています。個人生産体制を徹底するために生産者番号とバーコードで管理しています。

いろどりは当初4名からスタートし、1年半後には44軒の農家が参加して"彩部会"ができました。彩部会では、 規格や品質、新技術、新商品の講習会や情報交換などを行っています。そしていま200軒の農家が参加してい ます。

いろどり農業には多くの応援団がいるのも特徴です。JAや行政、商工会、県などはもとより、市場の仲卸や調理師などは商品化や市場(マーケット)情報などで協力してくれます。生産には試験場のほか種苗、肥料・薬品、資材などのメーカーが、ブランド化やデザイン、パッケージなどのデザイナー等々幅広い支援者の組織づくりは欠かせません。各分野の専門家の方に相談することは初歩的なミスを防ぐために欠かせません。

第4段階、事業を計画する・商品を企画する

①事業を計画する ~小さく始めてコツコツ稼ぐ~

企画書にもとづいて関係者の合意ができたら、次に事業計画を作成します。地域での事業成功の秘訣は投資とコスト(経費)を極力抑え、利益率の高い事業にしていくということです。

最初は「小さく始めてコツコツ稼ぐ」がいろどり流です。着実に成果を上げていくことが信用を得ることにつながります。また、地域産品を導入する場合、収穫時期が限られるため、生産・加工時期も一時期に集中することになります。いろどりは年間を通じてできる仕事をつくって効率の良い事業をしています。

特産品を開発する場合、生産体制には力を入れるものの、販売については商品が出来てから考えるという地域がほとんどです。事業計画の中では特に販売計画を慎重に立てていきたいものです。

②商品を企画する ~売れてはじめて商品になる~

商品計画では、「売れるものをつくる」ことが原則です。そのためには、その商品を使う人々の気持ちになって商品開発をしなければなりません。いろどりは季節によって使われる商品が変わりますが、調理師さんの気持ちになって作り続けています。また、ブランド化も重要ですが、マークやデザインだけが目立つこともマイナスです。いろどりでは鮮度保持と商品そのものの美しさを引き立たせるパッケージづくりをしています。

いろどりでは「商品づくりで大切なことは"演出力"である」といっています。生かされる場面のない商品(いろどり)は売れません。商品が使われる「場面」を考え、そこに「価値」をつけ「情報」を流し「仕組み」を構築します。葉っぱの値打ちは5%、あとは場面、価値、情報、仕組みの渦が95%です。そして、「売れてはじめて商品」です。





第5段階. 事業化の準備

投資とコスト(経費)は最小限に

地域産品を開発する場合、補助金や低利融資の制度が充実していますが、補助金が出るからといって大きな施設をつくればランニングコストも増加します。

前項で「小さく始めてコツコツ稼ぐ」が"いろどり流"という説明をしましたが、いろどり農業は最初からあまり大きな投資をしません。最低の投資でも高い効果のある商品づくりを進め、コツコツとヒットを続け、儲かったら少しずつ投資をしていくことにしています。いろどりは花木生産者が居たことと、JA集出荷場を活用出来たことで大きな負担を負うことなくスタート出来ました。

事業化の準備段階で、こうした考え方を明確にすることが重要です。また、新しい作物を導入する場合は、実証実験と技術講習会の開催はもとより、販売先との安定的な需要見込みを立ててから栽培することも必要です。

第6段階、販売する・販売を促進する

①販売する ~誰に売るのか~

商品の売り先で最も大切なのは"ひと"です。信頼のおける相手に売り込んでいくのが鉄則です。 販路の開拓は、生産体制とのバランスを考えて行います。商品を生産しても需要がなければ売れません。逆に 需要があっても生産体制が追いつかなければ信頼を損ないません。 特に以下のような商品では、このバランスが重要です。

- 鮮度が重要な商品は在庫として置くことができず、売り切らなければ商品価値がなくなってしまいます。
- 隙間商品の場合は、必要な人にとってはなくてはならなくても、必要のない人にとってはゴミでしかありません。 いろどりは、隙間商品で、鮮度が命という非常に難しい商品ですが、これが逆に競争に勝つ強みでもあります。

②販売を促進する ~上勝=葉っぱのまち~

いろどりでは年間パンフレット、月別カレンダー、15日ごとのお知らせ、祭事・イベントごとのチラシと数種類のパンフレットを用意し、絶えず情報発信を行うことで販売促進につなげています。

また、いろどりでは絶えず新しい情報をマスコミに提供し、記事として取り上げられるように務めています。マスコミでの情報は計り知れない価値があるため、非常に重要になります。今では上勝=葉っぱのまちとして全国的に有名になり、いろどりの販売促進にも、UIターンの促進にもつながっています。

第7段階. 需要をつくる ~需要は創造して拡大することが出来る~

新たな需要を創造する

上勝のいろどり商品は300種類以上ありますが、これは24年間事業を続けてきた結果、上勝の知名度と信用を得、マーケット(調理師)の需要に応えてきたからです。そして、いろどりの分析力、マーケティング力を生かして新たな需要を創造し安定的に商品を提供していることが、売り上げを伸ばし続けてきているわけです。

季節とともに、時代とともに変化していくマーケットに対し、需要を創造し続けていくことは容易ではありませんが需要創造なくして発展はありません。今後は、全国の菓子店や結婚式場などへの参入も検討しています。

第8段階、地域を売る・地域で売る

①地域を売る・地域で売る

商品が売れ、マスコミにも取り上げられるようになってくれば、自ずと成功事例として視察者が増えてきます。この視察者は、宿泊、食事、おみやげ、交通・・・・・と地域経済に連動します。視察者を地域全体のお客様として捉えていきます。

また視察者は地域に帰ってから宣伝してくれます。丁重にお迎えしファンになって頂くことが重要です。

②地域で売る

"いろどりのまち"と宣伝しても、地域にいろどりがなければ話題にもなりません。上勝の月ヶ谷温泉では、地場産の素材を料理に生かし、その料理のいろどりもふんだんに利用してPRしています。売店では、菌床しいたけ、ポン酢、神田茶、加工品など多くの地場産品が販売されています。

~横石知二プロデューサーに学ぶ~

4. 地域プロデューサーで成功する15の力

いろどりの成功の要因は横石氏というプロデューサーの存在です。横石氏は、いろどり農業のプロデューサーであり、地域プロデューサーでもあります。

プロデューサーの育成が最も重要でありながら一方でその育成は最も難しいことから、ここでは横石氏の25年間の実績と行動分析から地域プロデューサーのあり方を研究、提示していきます。

■ 生産者(後継者)の育成

いろどり農業が本格的に始まって25年になります。当時50代後半の女性リーダーの中には現役で活躍されている方も居られますが引退される方々も出てきました。いま上勝のいろどり農業は世代交代の時期に来ており、後継者育成のための準備を進めています。

長い年月をかけて培ってきた技術やノウハウも途絶えてしまうため、本事業を契機に、いろどりの技術を後継者に伝承するためのマニュアルづくりを始めています。

全国の多くの地域で農林業や地域産品開発、直売所の運営などに携わって来られた方々の知恵や技術なども同様に、世代交代を進めるためのシステムづくりと後継者の育成が必要です。

■ リーダーの力、町長の力

いろどり農業には、初代彩部会長の下坂美喜江さん(故人)はじめ花木栽培農家の方など強力な女性達が居られました。

特に下坂部会長は、いつも笑顔で愚痴も言わず黙々と働き、メンバーをまとめていく力があり、他方で楽しいことも率先して進めていく方でした。下坂さんの姿勢は女性リーダーの鏡であったと言えます。

そして、横石氏(プロデューサー)と二人三脚でいろどり農業を支えるリーダーは次々に育っています。

いろどり農業を支えた最強のリーダーは三代にわたる上勝町長の存在です。大久保常雄町長、山田良夫町長、そして現在の笠松和市町長が一貫して、いろどり農業と横石氏を支えて来られました。

首長が変わると担当も替わり、それまで行われていた事業には力を入れずに新しいことにばかり挑戦していく 地域が多いなか、上勝は町長の人材に恵まれていたと言っても過言ではありません。

■ プロデューサーの仕事と資質

プロデューサー(producer)とは、本来は「映画・演劇・放送などで作品の企画から完成までの一切を統括する制作責任者」(大辞林)のことです。直訳すると、「モノ(商品)やコト(ソフト、サービス)をプロデュースする人」になります。20世紀後半からはイベントをはじめ、広告、映像、Web、出版、ゲーム、空間演出などの幅広い分野でプロデューサーが活躍されていますが、最近は企業におけるプロジェクトマネージャーや社内起業家がビジネスプロデューサーとして注目されています。

いろどりの横石氏もビジネスプロデューサーになりますが、上勝町にはなくてはならない存在の地域プロデューサーでもあります。

- 一般論として、成功されているプロデューサーのイメージを上げると以下のようになります。
- ① 大きな夢と高い志をもつホラ吹き人間
- ② 常に物事を良い方向に考える上昇志向
- ③ 理屈ではなく、鋭いカン(第六感)で判断する
- ④ 異常と思えるほど燃え続ける
- ⑤ 自分の事業で、人々が幸せになることを考える
- ⑥ 成功するプロデューサーは素晴らしい人脈がある

横石氏の著書にもあるように、いろどり農業を推進した25年間は大きな夢を見続け、その自信から"ホラ吹き"といわれても過言ではないほど"いろどり"への思い入れは強いものでした。 どのような時にも悲観的な発想はせずに、ものごとをプラス思考、上昇志向で考え、理屈ではなく鋭いカンで判断してきました。

そして一旦決めたことに対しては異常とも思えるほど燃え続け、自らの収入や幸せよりも、いろどり生産者のおばあちゃんたちが喜ぶこと、幸せになることに全力を上げてきました。

結果として多くの人々から慕われ、それが話題になることで横石氏も有名になり、多くの一流の成功者の 方々との交流ができ、更に相乗効果を上げています。



1. 地域プロデューサーで成功する15の力

いろどり農業を推進してきた横石知二氏は、(株)いろどりのリーダー(社長)であり、いろどり農業(ビジネス)のプロデューサーです。そして、最近は上勝町の地域プロデューサーとしての役割も果たしています。

筆者は23年前からその行動を観察してきましたが、地域力を高めるために必要なプロデューサーの要素の全てを身につけられていると言っても過言ではありません。

ここでは横石氏の行動や発言のなかから、地域プロデューサーとしての横石氏がもつ15の能力を紹介します。

1. 直感力・気力 優れた五感

優れた五感に鋭いカン、そして常に強い思いで行動し挑戦していく気力

2. 想像力·創造力

飲食シーンを想像しながらお客様に季節を届けるいろどり商品を創造する力

3. 調査力·研究力

料亭に客として行き、その実態を調査したり、地元では花木農家と地道に研究

4. 構築力·企画力

事業を構築し、全体像を書類で具体的に示すことで、関係者を説得しやすくなる

5. 説得力·情報力

的確な情報提案と、発言力のある農家を見方につけることで説得力を増す

6. 組織力·対話力

おばあちゃんへの一言メッセージや声掛けによる絆が、いろどり農業を支えている

7. 指導力

忍耐強く、責任感と決断力があり、強引さも持ち合わせた指導力が成功へ導いた

8. 商品開発力

調理師さんから情報を得、調理師さんも驚くような商品開発をしてきた

9. 広報力・交渉力

生産者に有利な条件で継続的に取引していくために、群を抜く交渉力で対応した

10. マーケティングカ

必要な商品を必要な時期に必要な量だけ出荷し続ける高度なマーケティングカ

11. 分析力·判断力

料理店の調理師がどのような商品を求めているか分析し、的確に出荷する判断力

12. マネージメント力

生産・品質・流通管理はもとより、組織を維持、発展させてきたマネージメントカ

13. 持続力・体力

24年間、事業を諦めずに続けたことが成功の要因。健康で体力もないと続かない

14. 人間力・良縁力

生産者の生活や健康を思いやり深い愛情で接する。人間的な魅力にあふれている

15. 行動力·開運力

運は自らの行動力(実践力)で開けるという自信が、開運力を高めている



1. 直感力·気力

大阪の飲食店で、もみじの葉を持ち帰る女性を見て、「そうだ!葉っぱを売ろう」と考えたことがきっかけで、いろどり農業が始まったことは有名な話しですが、普通の人なら気にも留めないことでしょう。

当時の横石氏は農協の指導員として、冷害でみかんが全滅したあと何か儲かる農業はないものかと色々な農産物や新事業の情報を探していたために、鋭い勘が研ぎすまされて、その光景から上勝の葉っぱに結びついたものと思います。

地域づくりにはヨソモノの見方が必要だといわれますが、プロデューサーには広い視野で社会を観る観察力、 時代感覚を見通す先見力と優れた五感に鋭いカン(第六感)が必要だという事例です。そして、最も重要なこと は常に強い思いで行動し挑戦していく"気力"です。これが度胸と図太さにもつながります。

2. 想像力·創造力

つまものとしてのもみじの葉っぱに興味を持たれた女性は、その場で大いに話しが弾んだと思いますが、家に帰っても「葉っぱ」が話題になったことでしょう。

お客様(消費者)が料理に添えられた葉っぱに対して、どのように反応してくれるか、その想いを徹底的に分析して、いろどりの商品化に反映させていることを語られることがありました。

お客様が一枚の葉っぱで季節を感じて喜んで頂けるなら、飲食店も儲かります。

今でも忘れられない横石氏の言葉があります。『素晴らしい生き方をしている方の葉っぱは素晴らしい』『葉っぱを素晴らしいと思う。だから葉っぱが素晴らしい』。この言葉が全てを物語っています。

お客様の飲食シーンを想像しながら、お客様に季節を届けるいろどり商品を創造し、提案し続けているプロデューサーには卓越した想像力と創造力が必要だという例です。

3. 調査力·研究力

葉っぱを持ち帰るシーンを見たのは偶然のことですが、これは一軒の飲食店でのことであり、これが全ての店で提供されている訳ではありません。

横石氏は「卸売市場の仲卸や、飲食店、料亭の調理師に聞いて回りましたが、誰一人つまもののノウハウを教えてくれる人は居なかった」と言われています。料理の文献にも、つまもののことについてまとめたものはありません。そこで、自身の給料を使って料亭に客として行き、料理とつまものを写真に撮ったりメモをして、その実態を調査・研究していったわけです。

地元では、花木を栽培されている方々と花木の切り枝の需要についても研究しました。 つまり、地元のことを知り尽くしているからこそ出来たことです。 こうした地道な調査・研究が、 いまのいろどり農業を支えているわけです。

4. 構築力・企画力

料理のつまものに使う"葉っぱを売る"ことを考えて地元に帰って相談しますが周りからは「葉っぱなんか売れるわけがない」「使う人がなかったら捨てるしかない」「葉っぱを売るほど貧乏ではない」等々、反対する方々も多く、簡単には進まなかったと言われました。

そこで横石氏は花木の生産者のところに相談に行き、この方々と事業を進めることを考えました。

花木の生産者は梅や桃や桜の小枝が売れれば無駄もなくなるし輸送費も安価で済むため、すぐに理解され 事業に賛同してくれました。

そして事業を具体的に構築し、企画書にまとめて生産者に説明していきました。単なるアイデアや思いを語るのではなく、事業の全体像を具体的に示すことで、関係者を説得しやすくなるということを教えてくれました。

5. 説得力·情報力

事業の全体像を生産者はじめ、農協や役場、卸売業者、需要者(調理師)にまで、全ての関係者に対して具体的に提案、説明し、説得して行かなければ事業は進みません。当時はまだ若かった横石氏は、地域で信頼されている花木の生産者を巻き込み、この方々と共に農家に説明に回りました。

自身で説得するよりも、地域で発言力のある強い味方をつくることも説得力を高める重要な要素です。

また、事業を提案していくうえで欠かせないのが情報(受発信)力です。的確な多くの情報は説得力を高めます。 横石氏は「おばあちゃんが葉っぱで1,000万円稼ぐ」などの分かり易い言葉を編み出し、いろどり情報を発信し 続けています。



6. 組織力・対話力

いろどり農業を始めた24年前には横石氏は農協の営農指導員をしていたため、農家とのコミュニケーションは比較的取りやすい立場にありました。彩部会(生産部会)の組織化も、当初から花木の生産者が積極的に参加してくれたため、全く新しい事業を始めることを思えば、予想以上にうまく進んだようです。

事業のスタートにあたっては、種苗会社はもとより、肥料、農薬、パッケージ、印刷、仲卸、調理師など幅広い専門家やマスコミの方々を"いろどり応援団"に巻き込んでいきましたが、プロデューサーには、こうした幅広い分野の方々との対話力(コミュニケーション力)と組織力が要求されます。

そして、横石氏の素晴らしさは、生産者に送り続けられる「ひとことメッセージ」と、おばあちゃんへの声掛けにあります。生産者との親子以上の絆が、いろどりを支えていると言っても過言ではありません。

7. 指導力

一般的にプロデューサーと聞くと個性が強く派手で目立ちたがりの方が多いと思われますが、実際に活躍されて実績を残しているプロデューサーは地味で目立たない方が多いようです。しかし、重要な場面では多くの方々を説得し、決断力も要求されるため、忍耐強く、責任感があり、強引さも持ち合わせた指導力のある方でないと務まりません。

行政や企業には、冒険をせずに、無難に事を済ませようと、上手に調整されている方々も多いようですが、これでは新規事業などはいつまでたっても進みません。

地域のことはもとより、社会情勢や市場(マーケット)を知り尽くし、企画をまとめ、自信を持って対応出来るプロデューサーでなければ、誰もついてきません。

8. 商品開発力

いろどり商品は300種類以上あります。商品といっても料理に添えられるものであり、基本的には季節の料理を彩る葉っぱ(もみじや南天や柿の葉など)や花木の切り枝(梅、桃、桜など)が多用されます。

しかし上勝ではシャガなどの葉を加工した"翠シリーズ"や、稲穂を加工した"飾りシリーズ"などのほか、竹を切って作る"器"など、本来は調理師が手作りで行っている加工商品まで出荷しています。

調理師の手間を省くための商品開発には現場の意見は欠かせません。横石氏は、時間があれば飲食店に立ち寄り、調理師さんから意見を聞いたり、情報を得、調理師さんも驚くような商品開発をしています。

また、営農指導員の経験から農業には精通しているため、新作物の導入や栽培に対する知識があることも、商品開発力を高めたと言えます。

9. 広報力·交渉力

いろどり商品は特殊な分野の農産物であり、飲食店や仲卸業者への広報活動や交渉力は非常に重要になってきます。特に生産者に有利な条件で継続的に取引していく高度な交渉力は欠かせません。

横石氏は一見柔らかな物腰ですが、群を抜く広報力と交渉力をもって対応しています。

交渉を成功させるためには、いろどり商品の内容、出荷可能数量、出荷時期などの基本条件が常に頭に入っていなければならないし、競合産地との比較、上勝のいろどり商品の特徴を知らなければ説得出来ません。 高い広報力・交渉力をもつには、自分の商品をよく知ることが原点です。

10、マーケティング力

野菜や果樹などの農産物は市場を通じて出荷され、価格の高低はあっても余程悪いものでなければほとんど 完売します。

しかし、いろどり商品は市場に出荷しても、飲食店が必要としないものは廃棄せざるを得ません。葉っぱや花木の切り枝は廃棄するにも処理料がかかります。

上勝では、市場の仲卸を通じて飲食店と情報交流をし、その情報を生産に反映させ、必要な時期に必要な量の"いろどり商品"を出荷し続けるという、高度なマーケティング力で事業を成功させてきました。

いろどり商品の物流、商流はJAで行っていますが、いろどり農業のマーケティングは(株)いろどりが行っています。今後は農業にも地域産品開発においてもマーケティング力は欠かせません。



11. 分析力・判断力

いろどりの利用者(主な購入者)は調理師です。飲食店やホテルの調理師は常にお客様に喜んで頂くための料理を考案しているわけですが、これに季節のいろどりを添えるのが葉っぱや花です。

横石氏と飲食店に行くと、必ず料理の写真を撮ります。また、卸売り市場にも顔を出して出荷状況や売れ筋商品を観察し、関係者からの情報収集を怠りません。

こうした努力が長期にわたるいろどり農業の成功につながっています。

12. マネージメント力 ※ マネージメント(経営などの管理をすること)

24年前と現在とでは、いろどり商品の品目も品質も数量も全く異なります。300種類を超える少量多品種の、いろどり商品の生産管理、品質管理、流通管理はもとより、生産組織を維持、発展させてきた卓越したマネージメント力は参考にしたいものです。

これは、彩部会(生産部会)、物流・商流を担当するJA、そしてマーケティング、広報、販売を担当する(株)いるどりの三者の機能分担が上手にできているためと思います。

13. 持続力・体力

横石氏がいろどり事業をひらめき、4軒の花木生産者に相談したのが昭和61年10月ですから、今年で事業 が始まって24年になります。

以来、事業を諦めずに続けたことが成功の要因であったと言えます。成功者の方々に、成功の要因は何ですか?と聞くと「諦めないで続けたことです」と言われます。

どのような事業でも何度も壁にぶつかるもので、ここで挫折してしまうケースは多いものですが、いろどり農業は24年間も続けてきました。続けることがいかに難しいことであるか、最も感じているのは横石氏本人ではないでしょうか。プロデューサーは健康で体力もないと、思いだけでは続かないからです。

14. 人間力·良縁力

横石氏がよく話す言葉の中に、「朝起きたときにやらなければならないことがあるということが高齢者には特に大事です」「どの人も居場所と出番を与えれば輝き、そして主役になれる」ということがあります。親しみのある手書きのファックスレターでいろどり生産者の方々を励まし、一人住まいや出荷が止まっているおばあちゃんの所には顔を出して励ましています。このような行動が生産者の「気」を動かして益々やる気に火がつくわけです。

いろどり事業の範疇を超え、常におばあちゃんたちの生活や健康のことを思いやり、深い愛情をもって接している、人間的な魅力にあふれたリーダーであることを強く感じます。

横石氏は年間100回以上の講演で人気を集めています。また、鳩山前総理が呼び掛けられた「新しい公共」 の委員をはじめ、多くの重要な会議にも参加されます。そこに集まる方々は常に前向きに物事を考えている一流 の方々ですが、人間として素晴らしい方は、良い縁を起こしていくということです。

15. 行動力・開運力

どんなに優秀な能力をもち、どんなに努力しても報われない方が多いものです。しかし横石氏は自らの努力で 運を切り開いていく力をもっています。

多くの成功者は「最後は運だ」と、よく言われますが、よく分析すると「運を天にまかす」のではなく、運を自ら開く開運力をもっています。

必死に努力しても出来ないときは出来ない理由があります。それは「他力に頼る」部分があったからです。 強い運を開く横石氏には他力を変える力があります。

運は自らの行動力(実践力)で開けるという自信が、開運力を高めているのです。



2. 15の力を生かす8つの場面

※()内は15の力の①~⑮

横石氏が"いろどり農業"を始められてから24年間の歳月を経て「15の力」を身につけられた訳ですが、これは全ての事業を進めていくうえで欠かすことの出来ない能力です。

いろどり事業をひらめき、事業化し、軌道に乗せ、そして現在までの経過を整理すると大きく8つの段階を経ていますが、その段階で15の力が発揮されることになります。

第1段階 目的を明確に。気力で第一歩

ミカンが冷害で全滅してから横石氏は上勝農業の復権を目的に、徳島青果市場の方のアドバイスを受けて切り干しイモ、分葱(ワケギ)、ほうれん草、野沢菜などの高冷地野菜の栽培を拡げていきました。とにかく短期的な現金収入を得ることを目的とした農業を進めていきます。しかし横石氏は、町の大きな労働力である"高齢者や女性が主役になって所得を上げられる農業の導入を目的として、強い思いと気力(①)をもって第一歩を踏み出しました。

第2段階 ひらめく。資源を探す。夢を描く

横石氏が、強い思いと明確な目的をもつ中で、いろどり農業をひらめき、夢を描いたのは24年前です。 鋭い観察力と先見力があるから"ひらめく"わけですが、ひらめきを事業化できるという直感力(①)と、第一歩 を踏み出す勇気・気力(①)、地域の資源を探し、想像(②)しながら事業を組み立てていく卓越した創造力(②) で、具体的な夢を描くのが第2段階です。

第3段階 調査・企画する。組織をつくる

「そうだ葉っぱを売ろう」と夢を描いたら、次は需要と生産の両者の現状を調査・分析し、具体的な事業計画を 企画していかなければなりません。この段階では調査力(③)、企画・構築力(④)が重要になります。

企画ができたら生産者を説得(⑤)し、組織化(⑥)を図る必要があります。いろどりは、4名のからスタートし、1 年半後には44軒の農家が参加して彩部会ができました。これは優れた指導力(⑦)があってできることです。

第4段階 生産・加工する。事業を計画する

次は商品開発と事業計画の提示が必要になります。葉っぱや花木の枝物を利用してくれる調理師さんからの情報収集(⑤)や、対話力(⑥)が重要で、こうした情報を集約しての高度な商品化計画(⑧)が必要となります。また、企画概要を具現化するための事業計画を策定し、経営的な視点で事業案を検証していきます。そのためには構築力(④)、情報力と説得力(⑤)、指導力(⑦)、そして多方面との交渉力(⑨)が必要となります。

第5段階 販売する。販売促進を行う

販売段階になると最も重要なことは高度な交渉力(⑨)です。いろどりは、直接消費者に販売するのではなく、調理師に取り扱っていただくため、商品知識はもとより、料理の専門的な知識がないと説得出来ません。一例を上げると、いろどりは季節を45日先取りして料理に添えられますが、それを知って交渉することで有利な販売が出来ます。そして継続して販売促進を図るためには、マーケティング力(⑩)、分析力・判断力(⑪)が不可欠です。

第6段階 広報・宣伝する

継続的に販売していくためには広報・宣伝が必要です。横石氏は「おばあちゃんが葉っぱで1千万円稼ぐ」「葉っぱ御殿が建った」などの分かり易い言葉を考案し、マスコミを通じて話題づくりを行ってきました。

また横石氏自身は「いろどりの物語」を出版したことで、年間100回を超える講演活動や、各省庁の委員会などで、いろどりを宣伝しております。こうした行動力(⑮)、良縁力(⑭)が、いろどりの広報・宣伝につながっています。

第7段階 需要を創る

上勝のいろどり商品は300種類以上ありますが、これは24年間事業を続けてきた(⑩)結果、上勝の知名度と信用を得たからです。そして、いろどりの分析力・判断力(⑪)、マーケティング力(⑩)を生かして新たな需要を創造し安定的に商品を提供していることが、売り上げを伸ばし続けてきている秘訣です。

季節とともに、時代とともに変化していく社会に対し、需要を創造していくことは容易ではありません。

第8段階 地域を売る。地域で売る

「心を彩る"いろどりの町"上勝」は、マスコミなどの紹介により徐々に有名になりました。横石氏の頭の中には、単に商品を売るだけではなく、「美しい心を持った人の商品は美しい」「美しいまちのいろどりは美しい」という発想があります。つまり、自然の美しさに彩られた上勝で、幸せに素敵な生活をするいろどり生産者が、素晴らしい"いろどり商品"を出荷していく」ということです。人々の幸せを考える人間味あふれる(⑭)横石氏の夢は続きます。

~いろどり農業に学ぶ成功法則~

※ 本項の一部は"いろどりマニュアル"(㈱いろどり)から抜粋・加筆

5. 成功法則と他地域での応用

いろどり農業のおばあちゃんたちの平均収入は、140万円にもなります。80歳を超えても働くことを楽しみにしており、上勝町は高齢者の医療費も県下最低です。

子どもや孫のために家を建て、地デジの大型テレビを買い、出荷のない日は買い物に出かけ、おしゃれもしています。コンピューターで市況などの情報が配信されるため、毎日2~3回はパソコンを開いています。

いろどりのお陰で遊休地は減り、環境保全にも、国土保全にもつながっています。

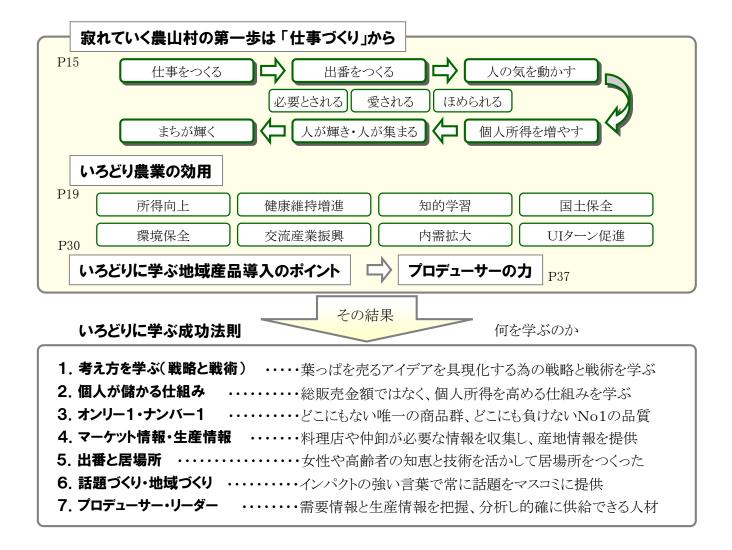
そして、UターンやIターンが増え、町の人口減少も止まりつつあります。

いろどり農業は単に葉っぱを出荷する農業ではなく、人々に幸せな生活を導いてくれる心の産業です。

人をいろどり、暮らしをいろどり、町をいろどる。そして、"心をいろどる いろどりのまち上勝"の考え方は24年前も今も変わりません。

ここでは第1章で紹介した、いろどり農業成功の秘訣を参考に、他地域、他産業で応用できる事業創造の発想法とアイデアを提案します。この発想法を参考に、地域独自の事業を研究していただきたいものです。

いろどり農業に学ぶ成功法則



1. 戦略と戦術のたて方

「葉っぱを売る」というアイデアをそのまま真似しても上勝の24年にわたる歴史と技術と知恵と知名度には勝てません。ここで重要なことは、「いろどり農業の考え方を学ぶ」ということです。

葉っぱなら軽いし、女性や高齢者でも出来る。料理店向けに「そうだ!葉っぱを売ろう」という横石氏の閃きは、「仕事をつくる」手段としてのアイデアのひとつでした。そのアイデアをもとに「考え方」を構築していくわけです。 それは戦略と戦術です。「葉っぱを売る」ということはアイデアのネタのひとつで、これは戦略ではありません。 いろどり部会が設立された当時、コンセプト(基本的な考え方)を、『人をいろどる・暮らしをいろどる・町をいろどる。 そして、~心を彩るいろどりのまち上勝~』としました。 いろどり農業は人々の心をいろどるものでなければならないということです。

そして戦略は『彩食健美』です。

この戦略(彩食健美)を実現する具体的な方策が戦術です。戦略と戦術が、いろどり農業成功の法則ですがこの戦術から、地域で事業を推進するための考え方を紹介します。

2. 7つの成功法則

成功法則(1) 考え方を学ぶ

いろどり農業の成功から何を学ぶのか。これは本研究で最も重要なポイントです。過去、多くの視察者や大学、シンクタンクの専門家などが研究されてきましたが、核心に触れる成果は出ておりません。それは"いろどり農業"の表面部分だけを見ているからです。ここでは、いろどり農業の成功法則を他地域、他産業に応用するためのヒントを提案致します。

料理店向けに「そうだ!葉っぱを売ろう」という横石氏の閃きは、女性・高齢者のための「仕事をつくる」手段としてのアイデアのひとつでした。そのアイデアをもとに**「考え方」**を構築していくわけです。

それが戦略と戦術です。

アイデアを導入する大きな**戦略**があり、これを実現する具体的な方策として**戦術**があります。 いろどりの戦略と戦術を参考に、地域での事業を発想していくことが成功への第一歩です。

成功法則② 個人が儲かる仕組み

いろどり農業の特徴は、生産者個人の知恵と技術を生かし、**個人所得を高める**努力をしていることです。 上勝では高付加価値のいろどり商品を**少量多品種**(年間300種類以上)、マーケット(料理店等)の需要に応え、 安定的に生産・出荷することに徹してきました。

大規模・少品種・大量生産、効率主義、共選・共販体制で、販売量や販売総額、市場シェアにこだわる全国の営農モデルとは大きく異なります。

成功法則 ③ オンリー1・ナンバー1

プロの料理人が納得する**高品質の商品を、45日早い季節の先取り商品**として安定供給するためには高度な 栽培・加工技術が要求されますが、上勝独自の技術や商品も次々に開発されています。

"ふかし""芽かき""接ぎ木""傷め"などの栽培・加工技術はもとより、細工物や飾りシリーズの加工技術は調理師さえも驚く高レベルの作品として喜ばれてきました。更に、季節を届けるツマモノだからこそ必要な鮮度保持技術なども確立しました。

こうした技術がオンリー1商品を揃え、その積み重ねがナンバー1の産地(ブランド)になった訳です。



成功法則 ④ マーケット情報・生産情報

料理店(調理師)や仲卸が必要とする商品や、必要な時期、数量などの需要情報を常に把握し、こうした情報の提供や、市況、受発注情報を常に生産者のパソコン端末に提供しています。

また、需要者である料理店(調理師)に対し(卸売り会社を通じて)、生産品目や出荷見込みなどの、きめ細かな産地情報を提供しています。こうした情報提供が販売促進につながり、新たな需用者の開発にもつながっています。

(株)いろどりでは、細工物や飾りシリーズのほか節の行事商品などの研究・開発・提案をし、既存需要者の需要を拡大するとともに、ホテル・旅館や結婚式場、菓子業界など、常に新たな需要を開拓し続けています。

成功法則 ⑤ 居場所と出番

いろどり農業は、女性と高齢者の時間と手間を活かして成り立っています。地域で育ったお年寄りは、里山の植生や土壌、気候、日照、風向きなどを熟知しています。「ここの土にはこの植物が合っている」「この植物とこの植物は相性が良い」ということが分かっています。自然とともに生活してきたお年寄りだから季節の移り変わりにも敏感です。また、小さな葉っぱの扱いは男性よりも女性や高齢者の方が得意です。

いろどり農業は、地元のお年寄りや女性だから出来たと言っても過言ではありませんが、**女性や高齢者の知恵と技術を活かし、居場所と出番をつくった**ことが成功の要因だと言えます。

成功法則⑥ 話題づくり・地域づくり

「おばあちゃんが葉っぱで 1,000万円稼ぐ」「葉っぱ御殿が建った」「生涯現役で働く、光ファイばーちゃん」などのインパクトの強い言葉で**常に話題をマスコミに提供**しつづけています。

横石氏は自身が社会起業家として注目され、テレビ出演や新聞、雑誌の取材、講演などで全国を飛び回り、いろどりと上勝の広報マンになっていますが、このような努力が、いろどりの販売促進に高い効果を上げています。

また上勝町の総合計画には、いろどり部会が設立されて以降、「**心を彩る いろどりのまち上勝」**という言葉も入り、地域イメージとして、国内外に幅広く知られるようになり、いろどり商品との相乗効果を上げています。

成功法則 ⑦ プロデューサー・リーダー

いろどり農業は、株式会社いろどり社長の横石知二氏の存在抜きには語れません。

横石氏は、**川上情報(需要情報)と川下情報(生産情報)を把握、分析**し、お客様(調理師)の立場に立って、商品を供給していく**プロデューサー**です。

横石氏の手法で際立つのは、生産者間に競争意識をもたせ、常に生産者の頭をフル回転させハラハラドキドキさせながら、個人が儲かるシステムをICTを活用して構築してきたことです。

また、いろどり農業が今日の地位を築いた裏には、横石氏とともに下坂美喜江さん(故人・初代彩部会長)という女性リーダーの存在があります。

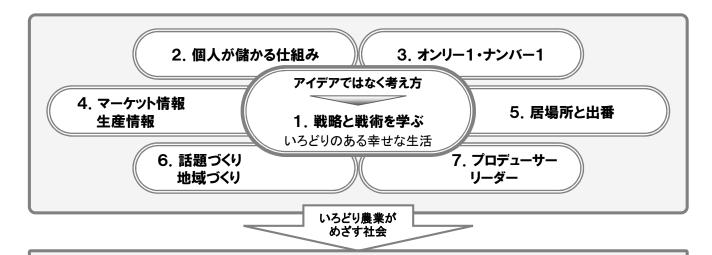
新しいことをすれば必ず反対意見や意見の衝突があり、困難な事態も起きますが、地域の人々をまとめ、忍耐強く事業を進めていく強力なリーダーの存在は欠かせません。

いろどりは下坂さんの後継者としての**強力なリーダー**と、**高度な技術を持った各分野のプロ農家**の方々が強固な基盤をつくり、支えています。

3.他地域・他産業での"いろどり型コミュニティモデル"

いろどり農業が築いてきた成功法則は「いろどり農業」に限られたものですが、いろどり農業を参考に他地域・ 他産業で、いろどり型の生活を実現する社会を「いろどり型コミュニティ」と名付けました。

高齢化社会の中にあって、高齢者や女性のための地域づくりモデルの一つとしてご提案致します。



いろどり型コミュニティ

地域の女性や高齢者を対象とした、いろどり型コミュニティをめざして、他地域・他産業で何が できるか?この場合も「仕事づくり」が前提

農業コミュニティ

地域の女性や高齢者、新規参入者を対象とした新たな農業コミュニティの構築を提案します ① 各種農業コミュニティ ② 直売所コミュニティ ③ オーナー制度・貸農園・観光農園コミュニティ

農村文化コミュニティ

農山村で失われつつある伝承文化を、農村文化コミュニティとして構築し、地域活性化につなげます ④ 農村伝承文化コミュニティ(伝承技術、伝承料理、祭り食) ⑤ まつりコミュニティ

キャリアコミュティ

定年退職した技能士や、教師、医師等の技術・技能を活かしたキャリアコミュニティを構築します

- ⑥ 住宅保全サービスコミュニティ ⑦ 退職技能士コミュニティ(シルバー人材センターのキャリア版)
- ⑧ 退職教師コミュニティ ⑨ 退職医師コミュニティ

余暇活動(ホビー&レジャー)コミュティ

趣味の活動を行っている人々のネットワーク化を図り、新たなコミュニティを構築、地域活性化につなげます ⑩ 趣味の○○コミュニティ ⑪ 旅行コミュニティ ⑫ 一坪ショップコミュニティ

工芸・アートコミュティ

伝統工芸品の産地などで工芸家、アーチストのためのコミュニティを構築、後継者育成を図ります (13) 伝統工芸コミュニティ (4) 工芸・アーチストコミュニティ etc

※このように、いろいろなコミュニティモデルが考えられます(地域、主体者によって異なる)

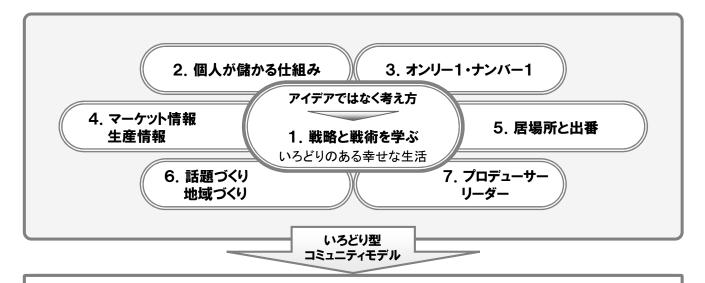
類似事例(参考)

- ・全国の直売所(農林水産業)・シルバー人材センター(生活サービス)・しぶや大学(生涯学習) ・サロネージュネット(趣味)・ふしぎな花倶楽部(趣味)・クラブツーリズム(旅行)・新治村たくみの里 ・各地手作り村 ・各地手づくり食品工房 ・労働協同組合 等々のような事業をいろどりコミュニティ方式で

4. いろどり型コミュニティと夢の描き方

いろどり農業の成功から各地域では何を学べばいいのか?

本項ではいろどり型コミュニティ実現のためのモデルを列記し、更に人材育成につながる事業手法 アイデアの一部を紹介します。



いろどり型コミュニティ例

夢の描き方① 押し葉の里(押し葉コミュニティ)

- いろどりの新需要開発のひとつです
- ・上勝は押し花愛好者が多く10年ほど前までは「彩(あや)工房」という押し花展示場もありました
- ・世界初の"押し葉の里"を計画します
- ・全国の押し花愛好者(推定100万人)に対して、押し葉材料及び加工品を供給します
- ・押し葉愛好者に対して、案内人付きの押し葉材料の葉っぱ採取ツアーを行います。
- ・月ヶ谷温泉での展示・販売のほか、押し葉工房、講習会、展示会、大会などを行い、押し葉を 通じた交流の場と機会づくりを企画します
- ・世界押し葉協会の本部を設置し、押し葉ファンの移住者を募集します

夢の描き方② 集落まるごと友縁地(ゆうえんち)

- ・集落で**縁**が結ばれ**友**(仲間)ができる「友縁地」。ここに来れば縁が生まれる集落を目指します。
- 手法は数多く考えられますが、以下の名称と一行ヒントで発想を広げて欲しいものです。
- 農村工芸集落・道楽村
 - ・既存の伝統工芸館や手づくり村の延長で、農村工芸や趣味の手づくりを体験できる場です。
- 商い村・アート工房
 - ・起業家やアーチストを誘致し、地域住民を巻き込んで新たな集落ビジネスを創造します。

夢の描き方①

いろどりを 押し葉として販売する 戦略と事業

・・・・・・・・・葉っぱを他に活用。全国的な組織と連携し、販売促進 ■戦略・戦術

■個人が儲かる仕組み ・・・・・個人出荷、押し葉採取案内人、押し葉芸術家移住 ■オンリー1/ナンバー1 ・・・・全国唯一、最大の「押し葉生産と押し葉文化基地」

■マーケット情報、生産情報 ・・押し花の全国組織と連携し、需要情報に基づく生産

■居場所と出番 ・・・・・・・・・・愛好者、生産者、案内人の居場所と出番をつくる

■話題づくり・地域づくり ・・・・・・ 葉っぱのまちが始める世界初の押し葉芸術の里

■リーダー・プロデューサー · · 押し葉芸術家が集う場のプロデューサーと生産リーダー

・・・・・・・押し葉文化と押し葉産業、そして押し葉で交流基地 ■交流を促進

押し葉芸術用の葉っぱの新需要創造につなげます。

押し葉芸術コミュニティ いろどりのまち 押し葉芸術の里

事業概要

・全国の押し花愛好家の交流の場提供 ■目 的

・押し花愛好家への押し葉材料の販売

上勝町の活性化

■コンセプト 押し葉で主役になれる

■対 象 ①押し葉の指導者(団体の本部講師)

②押し葉の地域講師及び受講者

③押し葉ファン

押し葉の総合情報基地 ■事業概要

①情報収集•提供

②教育事業

③イベント事業

④押し葉材料販売

⑤押し葉作品展示

※全国の押し花愛好者数推定100万人

■事業主体 ・上勝町有志による起業

・(株)かみかついっきゅう

・(株)いろどり

■誘客目標 年間 5,000名

押し葉生産者 20名 ■生産者数

押し葉採取案内人 20名

■販売目標 ①押し葉素材@1.000円×1万セット

②押し葉素材卸売

@500円×6万セット

③押し葉採取案内

@500円×10名

× 200グループ

事業イメージ 情報収集•提供 ■ Webサイト開設 ■ 広報活動 イベント事業 教育事業 Web·出版·広報 ■ 全日本押し葉葉書コンクール ■ 月ヶ谷温泉押し葉講座 ■ 押し葉葉書展 情報収集・提供 ■ 押し葉セミナー ■阿波の押し葉絵大賞 ■ 押し葉出前講座 ■ 上勝押し葉の里ツアー セミナー・講座 コンテスト・展示会 教育事業 イベント事業 押し葉事業 押し花・押し葉 月ヶ谷温泉 押し葉材料販売 押し葉展示 押し葉材料販売 押し葉展示 ■ 押し葉材料の栽培・採取・出荷 ■ 月ヶ谷温泉での作品展示 ■ 押し葉材料の加工・出荷 ■ 月ヶ谷温泉での個展受入れ ■ 押し花愛好者組織と連携 ■ 上勝町内各所で展示

夢の描き方②

新たな

集客装置を考えてみる 知的財産を町の収益源に ■居場所と出番・・・・・・・ 工芸家、アーチスト、農村起業家の活躍の場をつくる

■主役になれる・・・・・・・ 技術、技能、知恵で主役になれる

■生涯現役で働く・・・・・・・農村工芸、アート、農村企業で生涯現役

■明日やる仕事がある・・・・・ 工芸村運営、工房の維持管理、長期計画づくり

■個人所得を増やす····・・・農林業起業家、IT起業家として所得を生む

■幸縁をつくる・・・・・・・・・農村起業家同士の縁、お客様との縁を起こす

■夢の苗を植える・・・・・・・ 農村工芸、アートの後継者育成、新たな徒弟制度 ■交流を促進 ・・・・・・・・ 工芸家、アーチスト、起業家と、訪問客との交流促進

いろどりの新需要創造、販売促進につなげます。

現状と課題

- ① いろどり事業が全国的に注目を浴びる
- ② 環境政策や持続可能なまちづくりも注目されて
- ③ 年間5,000名を超える視察者が来町
- ④ 移住希望者は殺到しているものの働く場がない
- ⑤ 就業の場づくりは急務
- ⑥ いろどりのまちも観光・交流資源が少ない
- ⑦ 観光交流事業の促進は有望

対応策

- ① いろどり事業への視察者対応の強化
- ② 持続可能な地域社会づくりへの視察者対応の
- ③ 月ヶ谷温泉の平日宿泊客誘客の強化
- ④ 日本で最も美しい集落事業の魅力づくり
- ⑤ 起業を目指す移住希望者の誘致は有望
- ⑥ 観光・交流事業の促進
- ⑦ 魅力ある農林業の提案

集落まるごと友縁地 **悠友工房村 企画アイデア**

的 ・新しい縁をつくる場の創出 目

農村伝承技術の継承

上勝での起業、起業家誘致

名 称 悠友工房村

- 事業内容 ① 道楽村集落&農村工芸集落
 - ② 商い村集落&アート工房村集落
 - 持続可能な工房村事業
 - ・旅行会社提携による商品化
 - ・知的財産で生きる町をめざす

象 ・縁をつくりたい女性層(幅広い世代) 対

• 定年退職者

誘致人材 全国から希望者を誘致

販売目標 ·工房分譲&事業収益

•知的財産事業収益

・特産品・グッズ収益

金 •初期投資: 資

•経

道楽村集落・農村工芸集落

- ・趣味の手作りや農村工芸を楽しみ伝承する場
- ・従来からある伝統工芸館、手づくり村の延長で、農村工 芸、趣味の手作り作品、伝承料理などを体験できる集落

コンセプト ここに来れば華になれる。縁ができる

的 ・趣味の手づくりファンの交流の場

農村工芸の伝承の場

新しい縁をつくる場の提供

事業内容

①イベント :道楽村まつり、道楽塾 ②通信教育 :BB通信講座、通信販売 ③情報発信:Webサイト、話題づくり ④土産品開発:産品&グッズ開発 ⑤事業開発 : 道楽村起業協会

商い村集落・アート工房集落

- 農村起業家のインキュベーション集落
- ・アーチスト工房の集積
- 世界に向けてのビジネスを起こし、発信していく

コンセプト 知財で稼ぐ商い村起業

的 ・農村起業家、アーチスト起業家を集める

・農村起業版シリコンバレーの創造

・世界に向けての農村起業発信基地上勝

事業内容

①起業条件 :農村型農林業ベンチャー ② " " 農村型ITベンチャー他

③ " " 農林業新技術・新商品他

④事業支援 :税制優遇/起業資金支援 (5) // // 町と共同で知的所有権取得



すべては人材力

1. 人材育成の考え方

1.「人材育成のしくみ」が、なぜ必要なのか

①「まち」と「ひと」とを生き生きさせるしくみ

高齢化社会が進み農村が疲弊しています。就職率が下がり、若者がやる気を失っている現状もあります。 現在の日本は確かに平和で豊かな社会ではありますが、「まち」と「ひと」とが活気を失っています。 今、「豊かさ」を求める社会から「いきがい」を求める社会への移行が求められています。「まち」を生き生きさせるためには「ひと」を生き生きさせなければなりません。

農村のコミュニティが健在だった時代とは違い、地域の「人を育てる教育力」は低下しています。 放置しておけばおくほど地域は力を失っていくでしょう。「ひと」を生き生きとさせ、「まち」の力を回復させる ためには、意図的な「しくみ」をつくる必要があります。それが「いろどり・TOSS型」の人材育成システムです。

②消えていく「技術」と「技能」を次世代に伝承するしくみ

地域を支えてきたお年寄りたちは、それぞれが素晴らしい技術と技能を持っています。「いろどり」の生産者が持っているノウハウはその代表です。農業でも、林業でも、あるいは子育てでも、あらゆる分野にそのような「技術」と「技能」が存在します。それを「伝承」していくためのしくみがありません。このまま放置すれば、人類の貴重な財産である有形無形の「技術」と「技能」は、お年寄りの引退とともに消えてなくなってしまうでしょう。それを明確に残していくしくみをつくることが必要です。

2. 技術と技能を伝えていくためのTOSSのノウハウ

TOSSとは

子どもにとって価値ある教師(教え方のプロ)になるための教育研究組織です。すぐに役立つ教育技術・指導法を開発し、自らの授業の技術を高め、教育現場で生かしていくことを目的に、全国で700サークル約12,000名の小中学校教員が活動しています。総務省との連携による「まちづくり教育」や観光庁との連携で「観光立国教育」の推進にも取り組んでいます。http://www.tos-land.net/

①「教えてほめる」・・・これが基本

指導の基本は「教えてほめる」ことです。初歩的なことを習得させなければならない初期の段階から、「自分で考えなさい」「自分で工夫しなさい」といい、できなかったら叱るという方法を多くの人はとりがちです。これでは人はやる気になりません。とりわけ、子どもや若者たちの1割はいると言われている発達障害の人たちは、「教えられてほめられる」ことで、その潜在的な能力を何百倍にも伸ばすことが知られています。基本的なことをおしえ、具体的にほめることが、人を指導する場面での基本です。

②「授業の腕をあげる法則」・・・教える技術には原則がある

教える技術にはいくつかの原則があります。これをまとめて向山洋一氏は「授業の腕をあげる法則」を提唱しました。次の十項目です。

第一条 = 趣意説明の原則(指示の意味を説明せよ)

第二条 = 一時一事の原則(一時に一事を指示せよ)

第三条 = 簡明の原則(指示・発問は短く限定して述べよ)

第四条 = 全員の原則(指示は全員にせよ)

第五条 = 所時物の原則(活動させるためには、場所と時間と物を与えよ)

第六条 = 細分化の原則(指導内容を細分化せよ)

第七条 = 空白禁止の原則(たとえ一人の子どもでも空白の時間を作るな)

第八条 = 確認の原則(指導の途中で何度か達成率を確認せよ)

第九条 = 個別評定の原則(誰が良くてだれが悪いのかを評定せよ)

第十条 = 激励の原則(常にはげまし続けよ)

このような原則を知り、使いこなすことで、指導の効果は非常に高くなります。

③「跳び箱を跳ばせる技術」・・・できるようになるにはポイントがある

人に何かを教えて、できるようにさせるためには、教えようとするその技能の「ポイント」を指導者がつかんでいる必要があります。たとえば、跳び箱が跳べない子に対して、どんなに指導をしても、そのポイントを外している限り、決して跳べるようにはなりません。

「踏切を強くしなさい」

「手をもっと遠くにつきなさい」

「助走を勢いよくしなさい」

「思い切って跳びなさい」

このような言葉がけをどんなにしても、跳び箱を跳べるようにはなりません。

跳び箱が跳べるようになるためには「腕を支点とした体重移動」の感覚を上手に体験させることが必要なのです。そのポイントを知り、指導するための言葉がけと補助の仕方を身につけている指導者が指導すると、跳び箱の跳べない子は3分で跳べるようになるものです。

このような「指導のポイント」がすべての「技術」「技能」にも存在します。

④「TOSS授業技量検定」・・・技能を身につけるしくみがある

「技術」と「技能」とでは伝承のしくみが異なります。

「技術」は一定のフォーマットを決めて、テキスト化や映像化することで伝えることができます。

「技能」はそのような文字や映像だけでは身につきません。

スポーツやお稽古ごとの技を身につけることと同じです。

「技能」を身につけるためには次の条件が必要です。

第一に、緊張感のある場面での実習。

第二に、自分より上の人による代案の実演を伴った指導。

第三に、何をどれくらいやればいいのかという目安。

TOSSではこの三つの条件を備えた「授業技量検定」のシステムを作りました。現在約3,000名が受験し、授業技量を実際に向上させています。

⑤「教材」・・・わかりやすいテキストがある

「知識」や「技術」を教えるために、教材としてのテキストを作成する必要があります。

テキストを作成するためには次のような要件が必要です。

第一に、教えようとする内容が網羅されていること。

第二に、それらが細分化されていること。

第三に、ポイントが整理され、重要度によって配列されていること。

第四に、その上でレイアウトや図解など、学習者にとってわかりやすい工夫がされていること。

3.「豊かさ」の社会から「生きがい」の社会へ

①みんなに「居場所」と「出番」がある

以上に述べてきた「教えるためのしくみ」を取り入れるとともに、学習者の視点に立った「学びやすい環境」を提供することも大切です。

中でも大切なのは、「居場所」と「出番」です。

どの人にも安心できる「居場所」が一つでもあることと、自分の力を発揮してみることのできる「出番」が繰り返し 用意されていることが必要です。

②みんなが必要とされ、自己肯定感をもてる

「自分は何でもできる」という空想的な万能感は必要ありません。自分の限界を知りながらも、「これなら自分は得意だ」「これならやってみたい」というような感覚を持つこと。そのことで他の人から認められ、感謝され、「人の役に立った」という自尊感情を持つことです。自分に対する自信を持ち、自己肯定感を高めながら、生き生きと活動できるような場が必要です。

2. いろどり・TOSS型人材育成

1.「いろどり・TOSS型人材育成」とは

①いろどり農業の人材育成をTOSS型人材育成システムで

「いろどり農業」が成功した要因として、次のような点が指摘できます。

(1) 種類が多い。

300種類ものいろどりがあり、それをたくさんの生産者たちが担当している。 そのことによって、より多くの人の「出番」を保証することができる。 それはTOSS型指導における「場所」と「時間」と「モノ」を保証する原則と同様である。

(2) 作り方のノウハウを持っている。

生産者たちは、いろどりを作るための、きめ細かな技術を持っている。

その技術を細分化し、手順がいくつあるのかを特定し、時系列に整理し、さらにそれぞれのポイントをわかりやすく描写する必要がある。

それはTOSS型指導における「細分化の原則」「趣意説明の原則」や、テキストを作成するためのノウハウと同様である。

(3) 生産者たちの「知恵」「技能」がある。

いろどりの生産者は、いわば「職人技」的な技能を身につけている。

それは、紙のテキストや、映像による学習では、決して身につかない。

そのような技能を後継者に伝承していくためには、TOSS授業技量検定のようなしくみが必要である。つまり、「緊張感のある現場」で「上の人から直接指導」を受け、「何をどれくらいやればいいか」という目安を示されることである。

(4) IT技術を駆使している。

いろどり農業ではパソコンとインターネットを活用して、情報のつながりを生み出している。 TOSSが十年前から開発してきたTOSSランド(http://www.tos-land.net/)や、SNSによる情報共有システムで培ってきたノウハウと同様である。

(5) 健全な競争がある。

いろどりの生産者たちは、情報が公開されることで、いい意味での競争原理の中で仕事をしている。 そのことが、高齢者になっても頭を活性化させ、迅速で確実な生産活動を実現している。 人材育成システムにおいても、評価基準を明確にし、段級位を上がっていけるような仕組みが必要である。

②いろどり農業人材育成モデルの考え方

必要なことは、「仕事」をつくり、「出番」を保証し、「評価」することで自信を持たせるようなしくみです。 そのため、いろどり・TOSS型人材育成モデルでは、Aクラス(生産者)、Bクラス(生産者スペシャリスト)、C クラス(マネージャー)、及び「経営者プロデューサー型リーダーの4つにクラス分けし、それぞれで必要な技術と技能を明示するようにしました。

それぞれのクラスを五段階にわけ、どのような技術と技能を持てば、どのような仕事ができるようなるのか、その目安を具体的に示しました。

③いろどり農業人材育成モデル内容の説明

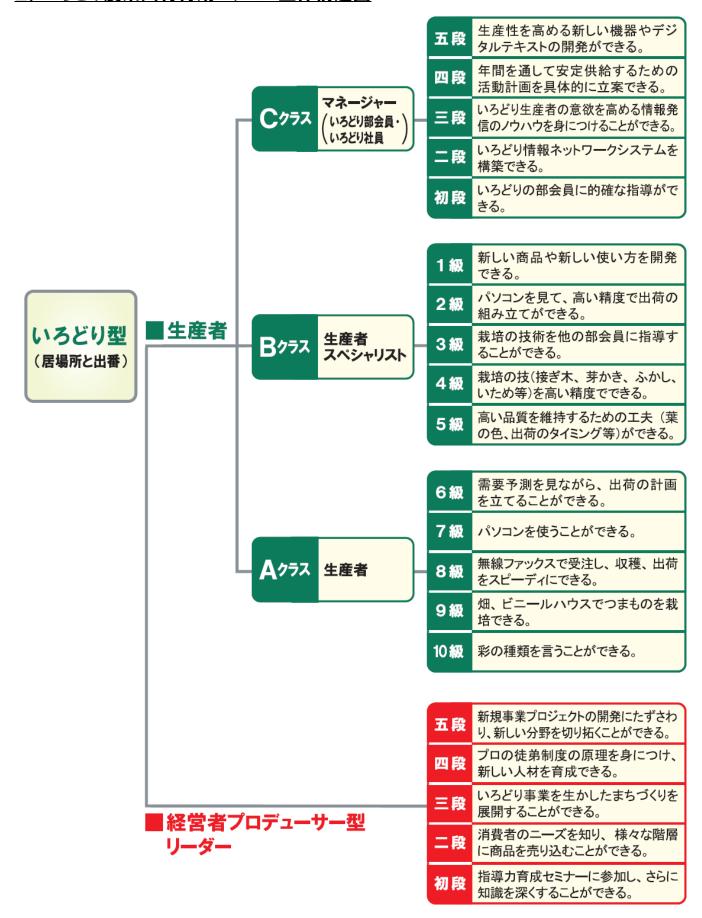
たとえばAクラス(生産者)の10級は「いろどりの種類をいうことができる」です。

いろどりの種類は300種類以上あります。まずは種類と品種がわかるということからスタートします。

9級は「畑、ビニールハウスでつまものを栽培できる」という具体的な技能です。

いろどりを最初やり始めた当時は、葉っぱを集めるだけのやり方でしたが、今では、ほとんどが栽培になっています。そのため、どこに、どんなものを、いつ植えるか、ということが、非常に重要なポイントになっています。このような内容をそれぞれのクラスと段階ですべて整理し、ポイントを示し、ビジュアルにまとめたものが「いるどり農業人材育成モデル」です。

2. いろどり農業人材育成モデル 全体構造図



3. いろどり農業人材育成モデル

生産者

クラス

マネージャー (いろどり部会員・いろどり社員)

初段 いろどりの部会員に的確な指導ができる。

現在いろどり部会員は、184名。生産農家が多いということは、短期間に大量のものを出荷できるメリットがあります。しかし逆に生産農家が多いと品質にバラッキが出るのが、一番の課題になっています。生産農家への的確な指導が必要です。



B クラス

生産者スペシャリスト

1 級 新しい商品や新しい使い方を開発できる。

いろどりは、常に新しい商品の提供がすごく大事な部分です。生産者の中には、昔からの知恵があり、まだまだ新しい提案ができる方もいます。妻物以外としてお菓子用や装飾用としての可能性があります。



A クラス

生産者

6級 需要予測を見ながら、出荷の計画を立てることができる。

いろどりで所得を上げて行くには、需要が予測できる かどうかが、大きな決め手になります。毎日パソコン に出てくる出荷量と目標値を見ながら、その目標数 量に応じて出荷の計画を立てていくことが重要です。



経営者プロデューサー型 リーダー

初段 指導力育成セミナーに参加し、さら に知識を深くすることができる。

指導力を高めるためのセミナーに積極的に参加して、個々の能力を高めていくこと。知識を深くもたなければ、指導することはできません。経営者として素直に学ぶ姿勢が求められます。



3. 地域人材育成マニュアル

汎用版地域人材育成マニュアルについて

TOSS教師が作成した経営者プロデューサーおよび生産者を育成するための、具体的なマニュアルの事例を紹介します。

(1)経営者(プロデューサー型リーダー)育成マニュアルについて

Aクラス(生産者)、Bクラス(生産者スペシャリスト)、Cクラス(マネージャー)の各クラスとは別に「経営者(プロデューサー型リーダー)を育成するためのマニュアルを作成しました。

その豊富な経験を生かし、大きな枠組みで物事を見ながら、各地域の人材を組織し、新しい分野の事業を 興していける力を持っているのが、プロデューサー型のリーダーです。

そのためにはプロデュース力の基礎を高め、仕事を具体的に実現させ、自らが人とのつながりを切り開いていくことができなければなりません。

プロデュース力の基礎を高めるためには、知識を持ち、様々な人材との関係をつくり、信用を高め、まわりの 人たちに感動を与えるような力も必要です。

あるいは、目的を明確にして伝えることのできるプレゼン力や、現場に足を運ぶ行動力、新しいシステムを作ることができるような提案力も欠かせません。

こうした力は簡単には身につきません。

そこで、「いろどり農業」の成功事例と、TOSS型の指導の原則をふまえ、そのようなリーダーが育つための必要要件と、学習の目安を示した経営者(プロデューサー型リーダー)育成マニュアルを作成しました。

くマニュアル事例>

●プロデューサー型リーダー養成マニュアル(谷 和樹 先生)

②生産者育成マニュアルについて

また、TOSSではいろどり農業を参考にしながら、他地域の様々な事業で使用可能な生産者育成マニュアルも、各地で作成しています。

実際の作業手順をもとに、「いろどり農業」が実現しているポイントをふまえて作成することで、高い効果を生み出すことが期待されています。

全国で数十のマニュアルを作成しましたが、その中から代表的な事例を紹介致します。

<マニュアル事例>

- 1. 栃木 「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 力 先生)
- 2. 山梨 「干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造」(雨宮 久 先生)
- 3. 富山「チューリップ生産者人材育成マニュアル」(五十嵐勝義 先生)

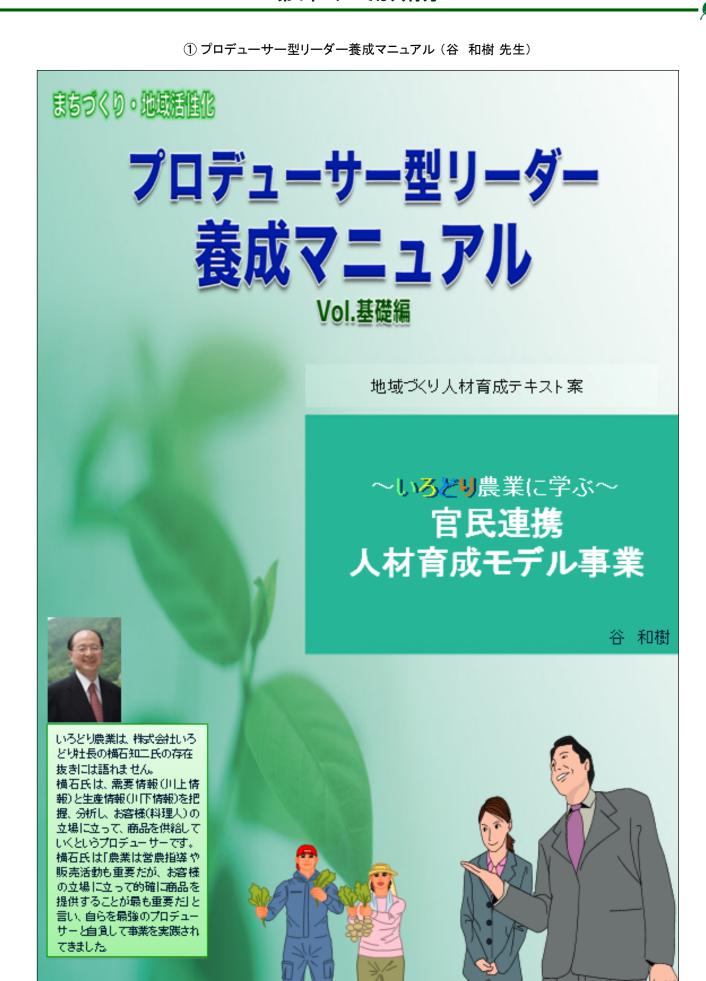
◆人材育成セミナー資料

●いろどり人材育成セミナー資料(2011.01.28、手塚 美和 先生)

1

経営者(プロデューサー型リーダー)育成 マニュアル事例

●プロデューサー型リーダー養成マニュアル(谷 和樹 先生)



まちづくりプロデューサーとしての キソキホン

Ⅰ プロデュースの基礎を高める

5つのカ

Ⅱ 仕事をカタチにする

6つのポイント

Ⅲ 人とのつながりを広げる

3つのステップ

Ⅳ <事例>廃棄野菜を学校給食へ



Ⅰ プロデュースの基礎を高める 5つのカ

- 1. 知識を得る
- 2. 関係をつくる
- 3. 信用を高める
- 4. 情報を伝える
- 5. 感動を与える

プロデュースの基礎を高める 5つの力

1 知識を得る

プロデューサーはその分野の知識について、 「短期間で」「意図的に」精通しなければなりません。

ある分野の知識を得る時の基本手順

<第一段階>

- 1. できるだけ多くの知識を列挙する(網羅する)
- 2. 分類する
- 3. 重要度でランクづけする

<第二段階>

- 1. 重要部分を取り出す
- 2. それをできるだけ小さく細分化する
- 3. 解釈する(意味づけする)
- 4. イメージ化する(人に伝わりやすい言葉に変換する)

(例 向山式跳び箱指導法)



プロデュースの基礎を高める 5つの力

2 関係をつくる

二つの力が必要です。

- 1 内部の組織をつくる力
- 2 外部の人材とつながる力
- 1 内部の組織をつくる力

仕事の種類を分ける

- ①必ず必要な仕事
- ②創造性を生む仕事

仕事の方向を分ける

- ①数値によって評価する仕事
- ②動きによって評価する仕事

参考『学級を組織する法則加子ともを動かす法則加

2 外部の人材とつながる力

異なる立場の人にアプローチする(つながりをひろげる)



プロデュースの基礎を高める 5つの力

3 信用を高める

商品それ自体が「単体で魅力的」であることが必要です。 オンリー1のもの ナンバー1のもの

例 いろどり 五色百人一首

売れてはじめて商品になります

1.商品計画では、「売れるものをつくる」ことが原則です。

2.その商品を使う人々の気持ちになって商品開発をしなければなりません。いろどりは季節によって使われる商品が変わります。調理師さんの気持ちになって作り続けています。 3.ブランド化も重要ですが、マークやデザインだけが目立つことはマイナスです。いろどりでは鮮度保持と商品そのものの美しさを引き立たせるパッケージづくりをしています。 4.いろどりでは「商品づくりで大切なことは"演出力"である」といっています。生かされる場面のない商品は売れません。商品が使われる「場面」を考え、そこに「価値」をつけ「情報」を流し「仕組み」を構築します。葉っぱの値打ちは5%、あとは場面、価値、情報、仕組みの過が95%です。

5.「売れてはじめて商品」です。





プロデュースの基礎を高める 5つの力

4 情報を伝える

(1)内部向けには、

全体へ伝えるべき情報が確実に伝わるしくみが必要です。 (全員の原則)

例 ML、SNSの活用

(株)いろとりでは、科学や飲食店などが必要とする商品や、必要な時期、数量などの需要情報を常け把握しています。 この情報や、市況、受発注情報を毎日生産者のパソコン端末に提供しています。毎日情報はどんどん消むていてため、80代のいろどり生産者でも1日3回はパソコンの画面を見ると言います。 上勝では80代のおばあちゃんでも生活習慣の中でパソコンを使いこなし、IT立国を先取りしています。

また、需要者である料理人に対しては生産品目や出荷見込みなどの、きめ細かな産地情報を提供しています。この情報提供が販売促進につながり、卸売業者を通じた新たな需用者の開発にもつながっています。

(2)外部向けには、

話題作りに役立つインバクトの強い情報を きめ細かに流すしくみが必要です。

- 例 ①わかりやすいWebページの構築
 - ② 定期通信の発行
 - ③ふれあい便り(地域から都会へ出た人へ)

(株)いろどりでは、「おばあちゃんが葉っぱで1,000万円稼ぐ」「葉っぱ御殿が建った」「生涯現役で働く"いろとりばあちゃん"」などのインパクトの強い言葉で常に話題をマスコミに提供しています。このような話題で入りが、いろとりの販売促働に高い効果を上げています。また。横石氏は自身が社会起業家として注目され、テレビ出演や新聞、雑誌の取材、講演などで、全国を飛び、回り、いろとりと上勝の広報マンになっています。

プロデュースの基礎を高める 5つの力

5 感動を与える

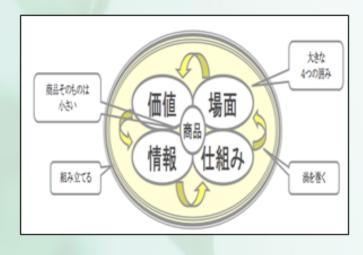
- その商品にかかわるストーリーをつくる。 (ドラマを演出する。)
- 2. 子どもやお年寄りの目線になる。
- 3. 自然エネルギー、エコ、生物多様性など、 テーマ性をさぐる。

「商品づくりで大切なことは"演出力"」です。 生かされる場面のない商品は売れません。

- ①「場面」を考える。
- ②「価値」をつける。
- ③「情報」を流す。
- ④「仕組み」を構築する。

商品の値打ちは5%

あとは場面、価値、情報、仕組みの渦が95%です。





8

Ⅱ 仕事をカタチにする

6つのポイント

- 1. 目的を明確にする
- 2. 地域のマイナスをプラスにする
- 3. 現場を歩く
- 4. 師匠につく
- 5. 自分がやる
- 6. 技術と技能をシステム化する

仕事をカタチにする

Ш

6つのポイント

目的を明確にする

集団を率いて行く時には原則があります。

最後の行動まで示してから動かせ、向山洋ーローとセを動かす法則ノ

例 余剰作物を活用しておいしい野菜を子どもたちに届ける。

つまり「ゴール(目的)をクッキリとイメージ させる」のです。

- 1.何をするのか端的に言い切る。
- 2.やり方を決める。
- 3.どれだけやるのか具体的に示す。
- 4.個別の場面をとりあげて褒める。
- 5.最後までやり通す。

「やることを示せ」

集団を動かすためには、どの方向に動かすのかはっき りしていなければならない。しらなれば目標である。こ れは具体的であった方がいい。目標によりほり込み」を かけ、初めて現実生活に作用する。

「やり方を決める」

何を誰がいつやるのかを明確にさせること。ただ 計画をしても、やり方がわからないという事態が生じる。こ んな時は、言って開かせ、やってみせて、やらせてみて、 ほめてやればよい。それでもできないときは、もう一度 「言って聞かせ」「やってみせる」こと、繰り返すしか方 法はない。

「最後までやり通せ」 最後まで、やり通すため口は、進行状況のチェックがな ければならない、組織の中に「チェックする」(くみ)を作 るのが一番よいが、リーダーが時々、とりあげることで もよい

(株)いろとり農業の目的

主要産業のミカンが冷害で全滅し、地域農業存亡の危機の中で、農協の営農指 導員をしていた横石氏が、料理店でモミジの葉っぱを持ち帰る女性を見てひらめ いたことから始まりました。 地域に残る 女性や 高齢者に「仕事をつくる」「出番と居 場所をつくる」ことを目的に事業を推進しています。



仕事をカタチにする

Ш

6つのポイント

2 地域のマイナスをプラスにする

普通は誰も目を向けないような、 「マイナス資源」を「ブラス資源」に転化する発想が大切です。

< 例>

- 1. 葉っぱを彩りに
- 2. 廃棄野菜を給食に
- 3. 土をブランドに
- 4. 雪を体験に
- 5. 廃校をアトリエに
- 6. 砂浜を美術館に

上勝の資源

ミカン全滅の後、新たな農業として高冷地農業を導入して成功しました。 花木の枝物の生産者が居り、この生産者4名から"いろどり農業"は始まりました。 当初は梅、桃、桜などの花木のほか、南天、もみじ、うらじる、くりの葉、松葉、椿の葉など地域にある葉っぱから始まりました。

- ① 上勝の"いろとり"は、南天やハランなど地域にあった植物に人の手を加えて栽培しています。
- ② 江戸時代からあった地域の伝統野菜を復活させて成功した事例もあります。伝統野菜 を活用した料理の提供で話題になった地域もあります。
- ② 地域の伝統的な食文化、「祭り食」「行事食」などを商品化し、地元民や訪問客に販売して成功した事例もあります。
- ④ 地域住民がもつ特殊な技術や、地域の歴史・文化を生かした地域産品の商品化も考えられます。
- ⑤ 上勝では南天やもみじ、シャガ、ハランなど庭に植えられているものや山に自生しているもので、地域の気候、土壌にあった植物を商品化したわけです。地域にあった植物なら、栽培リスクも軽減されます。
- © 地域の特色を生かした地域産品は真似されにくい商品であり、有利に販売することが 出来ます。いろどりも、上勝での成功を見聞きし、類似商品が各地で出ておりますが、 上勝の特色を生かした商品は、ゆるぎない地位を築いています。



仕事をカタチにする

Ш

6つのポイント

3 現場を歩く

足を運んで現場を体験することが大切です。

- 1. 川上(生産者)から川下(消費者)まで
- 専門家に聞く。初歩的なミスを無くす。
- 3. 現場へ「手伝い」に行く

情報を集める

横石氏は料理店での体験を元に、時には高級料亭にまで通ってつまもの情報(川下情報)を集めました。

また、地域をくまなく歩き産地情報(川上情報)を収集し、メンバーと議論を重ねました。

そして描いた夢が間違っていないか、市場や料理店などをまわり綿密に調査しました。

地域を知っている人に会う

地域で育ったお年寄りは、里山の植生に敏感で、「ここの土にはこの植物が合っている」「この植物とこの植物は相性が良い」ということを熟知しています。

また、風や日光などが葉っぱの表面に影響することも知っています。 自然とともに生活してきたお年寄りだから季節の移り変わりにも敏感です。 いろどり農業は、地元のお年寄りだから出来たと言っても過言ではありません。

いるどり農業は自然と共に生きる心豊かな暮らしを実現させてくれました。



仕事をカタチにする

Ш

6つのポイント

4 師匠につく

「暗黙知」を体感しなければ力量はあがりません。

「本当のところは、本物を真似することによって得られる実感でしかわからない」のです。

(暗默知の次元,芸道の教育)

人材育成を行う場合、最も効果的な方法は、仕事を通じて教育することです。昔から、「現場がすべて」「人は仕事の中で育つ」と言われますが、単に話を聞いたり、マニュアルを見るだけでは身に付きません。実際に仕事を進めながら、先辈や専門家の話を聞いたり、マニュアルで基本技術を身に付けていくことが、効果的です。「仕事をしながら・・・・・」が効果を上げる方法です。

- 成功した事業のノウハウの多くはリーダーの頭の中にあり、後継者の存在しない地域がほとんどです。
- 2. 職人の世界では徒弟制度があり、長い年月を費やして寝食を共にしながら修行して一人前に育ち、技能を継承してきました。
- いまでは後継者不在でマニュアルもなく、技能継承もできずに消えていくものも出てきました。
- 4. 企業では必ずマニュアルを整備し、社員が交代しても同一レベルの仕事が維続して行えるようにしています。
- 短期間で後継者を育てるためにはリーダー自身が独自のマニュアルをつくり、後継者のためにノウハウを残していくことが必要です。

成功しているブロデューサーのイメージは 次の6つです。

- ① 大きな夢と高い志をもつホラ吹き入間
- ② 常に物事を良い方向に考える上昇志向
- ③ 理屈ではなく、鋭いカン(第六感)で判断 する
- ④ 異常と思えるほど燃え続ける
- ⑤ 自分の事業で、人々が幸せになることを 考える
- ⑥ 成功するブロデューサーは素晴らしい人脈がある



仕事をカタチにする

Ш

6つのポイント

5 自分がやる

- 1. 「自分がやる」という当事者意識を持つこと
- 2. メンバーのひとりひとりがもうかるしくみをつくること
- 鎌虑さを持ち続けること

ひとりで需要を開拓できるリーダー

- のいろどり農業を始めて24年、年間300種類を超える"いろどり商品"が出荷され、売り上げも順調 に伸び続けています。
- ②現在、いろどり農業後継者とプロデューサー型リーダーの育成とが課題になっています。
- ②今後は新規需要の創造とマーケティング機能の強化を率いることのできるリーダが不可欠です。

個人所得が上がる営農モデル

- の上勝では、高付加価値のいろどり簡品を少量多品種、安定的に生産・出荷することに徹してきました。
- ②大規模・少品種・大量生産、効率主義、共選・共販体制で、販売量や販売総額、市場シェアにこだわる全国の営農モデルとは大きく異なります。
- ③いろどり農業の特徴は、生産者個人の知恵と技術を生かし、個人所得を高める努力をしていることです。
- 、。。 ②農業を大規模化してコスト競争を始めれば、日本の農業は必ず破綻します。いま日本の農業に必要なことは安定した生産者所得の確保を基本とした営農モデルの研究です。

「自分が自分が」からの脱却(横石さんの話)



地域でやっていく時に「自分が、自分が」 という気持ちだけでは伸びていかない。 謙虚さのリュックを背負い続けていって ほしい。

いま、若者がチャレンジできる場は「地域」という舞台で追い風が吹いている。 勇気を出して始めの一歩を踏み出してほ しい。



14

仕事をカタチにする

Ш

6つのポイント

6 技術と技能をシステム化する

- 技術の細分化と技能の細分化をする。
- スキルスタンダードシステムを構築する。(例 TOSS授業技量検定)
- 評定システムの構築による技術と技能の「メタ認知」を図る。
- 力量を試せる「出番」をつくる。
- 5. 励まし続ける。

出番をつくる

のいろとり農業は、上勝だから出来る仕事です。女性や高齢者でなければならない仕事です。いろどりは、住んでいる地域と自らに、自信と誇りを与えてくれます。上勝では「人が商品」と言っています。輝いている人がつくると商品も輝いているからです。洗練された商品をつくるためには、つくる人自身も洗練されて(磨かれて)いなければできないのです。

②具体的に「つくる人に磨きをかける」にはどうすれば良いでしょうか。「こんな田舎にいたら何をやってもダメだ・・・・」「新しいことをはじめたって無駄だ・・・・」。このような不満を抱きながらも現状を変えることには抵抗感をもち、進んで考える習慣のない人たちを磨くには、まず、その人の出番をつくっていくことです。いろどりも、おばあちゃんたちの得意な仕事をつくり、「わたしにもできるんだ!」と思ってもらうことが第一歩でした。今まで出番のなかった人たち(田舎の人や、女性、高齢者)に**出番を与える**ことが重要になります。

のそして、ホームランではなく、"ヒット"をいくつも打たせて**評価をする**ことが必要です。 これが続くと**自信が持てる**ようになり、次のステップへつながっていきます。田舎の人や 高齢者には、一度ダメになると自信を失い、もう何をやってもダメだと悪い方へ一気に流れる傾向があります。そうならないように、常に出番を用意し、評価をして褒め励まし、 自信を持ってもらうことが高齢者には必要です。



Ⅲ 人とのつながりを広げる 3つのステップ

1.わくわくメンバー を大切にする

2. 各やもやメンバー を変化させる

3.ふわふわメンバーを取り込む

Ш

人とのつながりを広げる

3つのステップ

1 わくわくメンバー を大切にする

「わくわくメンバー」とは

- 1. "コア"なメンバーです。
- 「この指とまれ」で最初に集まってくれる人たちです。
- ほとんど説明がいらない人たちです。
- 4. 当初の事業の核になる人たちです。
- 中核の会議・ブレーンストーミングで「志」を共有化する必要があります。
- 6. SNS等、日常的に情報交換できるツールを活用することも必要です。

「三人寄れば文殊の知恵」と言われるように、一人で考えるよりも複数の仲間と議論したほうが良い考えが 浮かぶものです。

しかしメンバーが多すぎるとリスクを恐れてマイナスの意見を出す人が増えてくるため、この段階では生産の当事者に、企業経営者や自営業者など異業種の方々との議論が効果的です。 横石氏は地元の花木生産者4名に声を掛けたことから、いろどり農業を始めました。

組織を入ろげる

いろとりは当初4名からスタートしました。 1年半後には44軒の農家が参加して"彩部会"ができました。 彩部会では、規格や品質、新技術、新商品の講習会や情報交換などを行っています。

そしていま200軒の農家が参加しています。

いろどり農業には多くの応援団がいるのも特徴です。

JAや行政、商工会、県などはもとより、市場の仲卸や調理師などは商品化や市場(マーケット)情報などで協力してくれます。 生産には試験場のほか種苗、肥料・業品、資材などのメーカーが、ブランド化やデザイン、パッケージなどのデザイナー等々幅広い支援者の組織づくりは欠かせません。

各分野の専門家の方に相談することは初歩的なミスを防ぐために欠かせません。



1.

人とのつながりを広げる 3つのステップ

2 もやもやメンバーを変化させる

「もやもやメンバー」とは

- "セミコア"なメンバーです。
- コアなメンバーを見て、少し後からやってくる人たちです。
- この人たちを変化させる必要があります。
- そのためのマニュアルとテキストが必要です。
- 現場での作業による「体験」の共有化が必要です。
- 6. サークル(QC・TOSSサークルのような)の活用が必要です。
- ML等で情報を定期・不定期に交換します。

集落まるごと友縁地(ゆうえんち)

- ①集落で縁が結ばれ友(仲間)ができる「友縁地」。こ こに来れば緑が生まれる集落を目指します。
- ②手法は数多く考えられますが、以下の名称と一行と ントで発想を広げて欲しいものです。

■ 農村工芸集落・道楽村

既存の伝統工芸館や手づくり村の延長で、農村工芸 や趣味の手づくりを体験できる場です。

■ 商い村アート工房

起業家やアーチストを誘致し、地域住民を巻き込んで 新たな集落ビジネスを創造します。



人とのつながりを広げる

3つのステップ

3 ふわふわメンバーを取り込む

「ふわふわメンバー」とは

- 1. "周辺"にいる人たちです。
- 2. 働きかけないとなかなかこない人たちですい。
- この人たちをできるだけ多くとりこんで、 かかわってもらうことが大切です。
- 4. セミナー等を開催し、事業の良さを知ってもらうことが必要です。
- 読み物やニュースレター、無料小冊子等を頒布します。
- 定期通信や季節のお便り、メールマガジン等を発行します。
- 7. HPは検索上位にくるよう、アクセスしやすくします。

押し花の里

- ① いろどりの新需要開発のひとつです。
- ② いろどりの需要拡大と全国の押し花愛好者(推定100万人)の全国組織をつなぎます。
- ③ 上勝は押し花愛好者が多く10年ほど前までは 「彩(あや)工房」という押し花展示場もありました。
- ④ 上勝の素材を押し葉に加工し、全国組織を通じて全国のファン層に販売します。
- ⑤ 月ヶ谷温泉での展示・販売のほか、押し業工房、 講習会、展示会、大会などを行い、押し業を
- ⑥ 通じた交流の場と機会づくりを企画します。



<事例>廃棄野菜を学校給食へ チャレンジコミュニティ2009

ソーシャルビジネスエコシステム創出ブロジェクト

~地域若者チャレンジ大賞~

地元野菜の美味しさを 子どもたちに伝えたい。

●インターン先:株式会社 健幸食品 ● 期間 2008年2月~2008年8月

拓さん 新潟大学 法学部法学科2年



2009 CHALLENGE COMMUNITY PROJECT REPORT 実践型インターンシップが拓く 地域と若者の新たな"関係性"

「仕事の現場」を通じ、師匠と 呼べる大人や周囲との「つな が切の中で、若者と大人が互 いに創発しあいながら成長で きる場をつくり出すことを目指 している。



形が悪くて市場に流 れない野菜を農家か ら仕入れて、 学校給食に使用する システムを構築。 大学生ながら年商4 000万円で黒字化を 果たした。



2009年基調講演/審査員 横石知二氏

IV

<事例>廃棄野菜を学校給食へ

- 目的を明確にする
- 2 地域のマイナスをブラスにする
- 3 現場を歩く
- 師匠につく 4
- 自分がやる 5

嶋社長に強く惹かれた。

という、熱い想いを持った長 「民間の力で学校給食を変え

- ※ここまですべてを、ほぼ満たしている

家に1日同行し、

感じたこと・考えた

長に挑戦セヨ!」)では、新潟の起業

社長に会いにゆきます」(現・「社

ことをプレゼンする。そのイベントに

ルが大学生活を大きく変えていく。「い

学2年の秋。1通のイベント告知メー らない毎日に不安を感じ始めていた大 と考えていた漠然とした将来像。 ていた。公務員にでもなればいいかなど に入学してから、ずっと違和感を感じ

変わ

農家への営業

野菜の

道は決して平坦ではなかっ

値決め、

伝票などの管理シ

新潟大学法学部宮澤拓さんは、

大学

6 技術と技能をシステム化する ※これが意識されることが必要

れることにした。「食には、子どもの んとの二人三脚がこうしてスタートす 留学』を知り、 ころから興味があった」という宮澤さ どうするか考えている時に インターン生を受け入 『起業家

菜 流 通 の 仕 組 心みに 挑

もの野菜嫌いも、 場に流すだけ。自分たちは野菜を買っ 給食に使えば地産地消ができる。子ど て料理をつくるだけ。それだと何も進 席する中で、感じていることがあった。 フードサービスは、 で変えられるのではないか」 「農家は作るだけ。農協は仕入れて市 園の給食などを手がける会社であ 長嶋社長が経営する株式会社総合 社長は市の地産地消推進会議に出 農家から直接野菜を仕入れて 新鮮で美味しい野菜 新潟市の学校や幼

動

年商4千万円で黒字化を果たした。 嶋社長は「農家に限らず、関係性を作っ する仕組みをつくった。そして事業は を農家から仕入れて、 ていくことがとても大切。 人れるかだけでなく、 とうしたら子と 市場に流れない形の悪い野菜など 0 後は順調に取引先農家を増や 学校給食に使用 いくらで仕

あ ٠٤, れる お店を創

クッキーを焼いて、 込もうと、3月14日のホワイトデーに な課題だった。何とか早く社内に溶け に手渡した。徐々にスムーズなコミュ ーケーションができていった。 社員とのコミュニケーションも大き 社員ひとりひとり



宮澤さんを支えたスタッフの方々

さんの反応として返ってくる。

に挑戦。いま、未来を見つめて言う。「飲 舗運営を行う2回目の『起業家留学』

食店は自分がやったことがすぐにお客

意識をリレーしていきたいね」と語る。 もが野菜好きになるか仕組みづくりの

宮澤さんはその後、

別の飲食店で店

感動を生んでいけるお店を創りたい」。

人生の新しい扉を、

宮澤さんは自ら開



素直な質問が心を開いた



2

生産者育成マニュアル事例

- 1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 カ 先生)
- 2. 山梨「干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造」(雨宮 久 先生)
- 3. 富山「チューリップ生産者人材育成マニュアル」(五十嵐勝義 先生)

②-1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 カ 先生)

いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル(全体構造) 松崎カ TOSS栃木

1. いちごを作る。

「作る」ために必要なこと。

- 】 いちご作りの基礎を習得しよう
- 2 毎月の仕事を覚えよう ...
- 3 栽培に取り組もう。
- (1) 施設をそろえよう。

の土作り ②ビニールハウス作り ②散水施設作り。

(2) 準備をしよう。

①土地 ②種・苗(地域を考えていちご苗を選択する)②肥料 ④ミツバチ。

(3) 栽培の技術を習得しよう。

の種まき ②苗植え ②子株分け ④植え付け

の肥料やり の受粉

まずは、いちごを選択する□ (地域を考えて選ぶ)□

三重県 とよのかっ

栃木県 女峰 とちおとめ とちひめっ

宮城県 雷峰」

北海道 雷峰 エッチエス 138(夏実)』

夏娘(カレイニャ)。

山形県 雷峰」

愛媛県 レッドパール 。

奈良県 アスカウェイブ アスカルビュ

愛知県 あかねっ娘(ももいちご)。

新潟県 越後姫(えちごひめ)。

福岡県 福岡 S6号(あまおう)。

1 いちご作いの基礎を習得しよう。

むいちご」はバラ科の植物で多年草。種子ではなく、ランナーと呼ばれるツルを育てて植えつける。。

②生育には 10~25 度 ○位の温度が最適。真冬でも室内で凍らなければ十分冬越しできる。寒い地域では ワラや寒冷紗などを乗せて防寒対策をする。夏に苗を育て10月に畑に植え付け、冬越しをして暖かくなっ た4月ごろ花が開き、5月に赤い実をつける。。

②3多年草ですので毎年実をつけますが、同じ株ですと年々実は小さくなる。毎年新しい苗を育てて植え替

2 毎月の仕事を覚えよう。 1月 2月 3д 4д 7я 8я 9я 10я 11я 12я 5月 6月 1年目苗の植えつけ 収穫 育苗 2年目ランナーの発生 2年目苗の植えつけ 防寒・マルチ 子苗の移植・日よけ 中耕・土寄せ 中耕・土寄せ 防寒 追肥 元肥 追肥

②-1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 カ 先生)

3 実際の仕事をやってみよう

1 土作い□

親苗を植え付ける場所。日当たり、風通しが良くて、雨が降った時も水溜りができないような排水の良い所が理想的。植付け予定地に肥料を施して土とよく混ぜておく。この作業は植付けの1週間前までに済ませておく。肥料の量は1平方メート制当り、石灰類 100~200g、化成肥料 50g 位が目安。肥料を混ぜる作業はスコップなどを使って 20cm以上深く耕す。平らにした所に苗を植え付ける。株間は 50~60cmとし、深うえ、浅うえに注意する。』

2 苗作い

苗作りは4~5月から始まる。初夏にランナーから出てきたら、子株のランナーを切らずに植え付けてそのまま育てる。親株から一番目の子株は大きくなりすぎていることと親株の病気が終っていることもあるので苗として使うのは2番目以降の子株にする。子株が大きく育ってまたら9日頃にランナーを切り離し他の場所に仮植えする。その後10月頃に定植を行う。

3 植え付け√

植え付けは、10月頃行う。植え付けの注意点は、株元のクラウン(短い茎の部分)を土に埋めて しまわないように浅植えにすること。この部分を埋めてしまうと生長点(実のできる部分)を埋め てしまうことになり、最悪の場合生長が止まってしまうことがある。ポット苗は白い根がぴっしり とまいてしまっている場合は根をほぐしてから植え付けると、株がぐらつかずに安定する。。

4 肥料ペル

. 肥料・植付け予定の 10 日前までには施して土と良く湿ぜておく。肥料の量は 1 平方の当り、化成 肥料 100g、石灰類 100~200g。有機質肥料(堆肥、骨粉、油粕など)を多く施用すると甘いいち ごになる。。

5 安粉↓

受粉が均一でない場合、果実の成長はいびつで商品価値の劣る実となってしまう。。 ビニールハウス内での栽培に関しては、自然環境中の生物による受粉だけでなく栽培者が育成する。ミッパチなどによって受粉が行われる。ハウス栽培ではミッパチだけでなく、ミッパチより低温でもより活動するマルハナパチによる授粉も行われる。。

6 病害虫対策↓

【うどんご病】。

(症状)地上部のほとんどに発生する。日当たりの悪い、雨の当たらない場所で、〔湿度が低くて』

- も)多く発生する。発病した部分は表面が白い粉状のもので覆われて、葉が巻いて立ってくる。』
- (対策) 1週間おきに2~3回、ムラのないように薬剤を散布。(トリフミン水和剤・ミラネシン水 和剤・モレスタン水和剤など)。

【炭そ病】。

(症状) 高温の時期に発生しやすい。 (イチゴの品種の中でも、女峰、とよのか、とちおとめ、は弱

い)葉やランナーに黒色のだ円形の病斑ができる。クラウン部(芽)が侵されると枯れ

(対策) 病象の発生した株、枝葉を切り取って処分。 。

【灰色力ド病】 。

(症状) 低温多湿で発生しやすく、灰色のカビが発生し株が枯れることもある。』

②-1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 力 先生)

2 地域に入る。

JAに加入しよう。

(1) JA加入の目的を考える√

①協働事業の振興。

仲間と協働で仕事をすることで、自分の技術力を上げるとともに、販売ルートを確保する。。

②農業の生産能率の向上。

企画等の借用などが可能になり、新しい品質を提供してもらうことが可能になる。 。

②経済状態の改善。

事業を立ち上げるときの資金調達の協力をしてもらうことが可能になる。 ...

@社会的地位の向上。

JAに加入することにより、近隣農家からの信頼を勝ち取ることができる。」

(2)可能となる事業を考える。↓

①生産資材・生活用品の供給。

ビニールハウスやマルチなどに必要な資材などの供給が可能になる。」

②共同利用施設の設置。

畝を立てるときのトラクター・受粉を可能にするミッパチなどの媒体を共同利用できる。。 いちご苗の低温保管用の冷蔵庫を利用できる。。

②農産物の運搬・可能・貯蔵・販売。

生産したいちごを運搬し、販売ルートを開拓し、紹介してくれる。。

②農業技術・農業経営向上の数育。

3 いちごを売る

1 マーケティングミックス (4P) を考える♪

(1)Product (製品)

- の製品を安定して作るためには、どのようなことをしたらよいかを考える。』
- ②サービスについて、消費者にどのようなことができるかを考える。』
- ③より良いいちごを生産するには、どうしたらよいかを考える。』
- **④製品を販売ルートに載せていく際に、デザインとしてどのような工夫をすればいいかを考える。**。
- 動プランド品として、価値を高めていくためには、どのような工夫をすればよいかを考える。。

(2) Price (価格) √

- の価格は、どの程度が適正化を、他の販売物との比較で考える。」
- ②割引などを効果的に行うためには、どうしたらよいかを考える。。
- ②現金の他に、カード等での支払い方法などを考える。』

(3) Place (流通) ...

- のJAを利用した輸送法などを考える。。
- ②流通させる範囲は、どの程度がよいか、商品販売のためインターゲットはどこかを考える。。

(4) Promotion (プロモーション)

②-1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 カ 先生)

2 販売の影響を考える↓

(1)店舗販売を考える √

①固定店舗 ...

店を構えて販売する。。

②催事販売 。

各種デパート等での催事において販売を行う。。

②移動販売 。

自動車などで移動をして販売をする。。

④推奨販売 。

生産したいちごを後々の販売ルートを確保するために、 消費者に商品の存在を売り込む方法を考える。。

(2)無店舗販売を考える

①実演販売。

各種デパートなどにお願いをして、店頭等で実演をしな。 がら商品を販売する。 。

②通信販売 。

カタログなどを開発して、ダイレクトメール等を通して。 商品を広く告知する。。

②訪問販売 。

商品をもって、各消費者宅を尋ねて実際にいちごを試食してもらい販売する。。

④電話勧誘販売 。

電話等を利用して、商品の存在を知ってもらい販売する。。

3 パーソナルスランドを確立する。

(1)生産者の印象を残らせるビジネスツールの開発。

- ①一度印象に残ると、生産者と消費者の信頼関係が築かれ、長い付き合いが可能になる。
- ②パーソナルブランドとして、生産者の顔を全面的に押し出す。商品にオリジナルの名前などを、 付けると良い。。

(2)ホームページの立ち上げ↓

- の商品の案内を行う。。
- ②生産の様子を紹介する。。
- ②製品の安全性を紹介する。。
- ④生産者の家族などを紹介して、アットホーム的な雰囲気を醸し出す。。

4 顕実関係管理の徹底。

(1)データの管理

(2)顧客へ保証の充実↓

マーケティング↓ コミュニケーション能力を↓ 発揮する↓

の実演。

人の前で販売を実演するのであるから、場慣れが必要になる。単 独で行うのではなく、複数の人数 で行うようにする。』

ゆ展示会。

仲間を誘い、多くの商品を展示して販売する。...

ゆポップディスプレイ。

商品の良さを短い言葉で表現す

②-1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 力 先生)

4 いちごの作り方を覚えよう。

良い土を作ろう。

の ややアルカリ性の土が適し ている。堆肥や石灰をあらか。 じめ退せておく。。

②土壌消毒には太陽光と、堆 肥・米ぬかをかくはんしたも ので微生物の活動を活性化 させ微生物の力で消毒する。。。

水の与え方に注意しよう。

- のいちごは大変水を好むが、やっ りすぎると根腐れを起こす。 乾燥すると根痛みを起こす。。
- ②農薬を使用するときには『電 気分解水』を使えば、強酸性 🗄 水が殺菌効果で農業の量を 通常の半分程度にできる。。

正しく肥料を与えよう。

- の植え付け3週間後と2月下 旬に1回化学肥料を株元に 少量与える。骨粉や米ぬかも 良い。。
- ②環境に配慮し、オガクズを主 原料にして、食材の残りを混 ぜた物を配しても良い。。

苗を育てる。









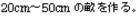
まずは、土作りから。

4~5月に購入した苗を植え付 ける。ランナーが出てきても、 切らずにそのまま育てていく。

10月頃、植え付けを行う。株元のクラウンを土に 埋めないように浅植えをする。この部分を植える と、成長点が埋まってしまう。』

畝を作る。





畝に苗を植えていく。

常に温度を低く保つ

収穫は、気温の低い早朝か ら始める。10時前までに 終わらせる。4時頃から収 穫する人もいる。「常に温 度を低く保つこと」が品質 の安定 したいちごを収穫 する秘訣だ。



1・2・3番花を育てる



11月に入ると親株に1番 花が咲きはじめ、さらに葉 のつけ根から「腋花」とい う小さな花芽が出る。元気 な花芽だけを残して他は整 理する。.





1・2番花は、約 10 個の花 を咲かせる。3番花位にな ると親株自体に力が無くな るため、花の数を整理し形 や大きさの良い物を残す。

安定した収穫を目指す。

頂果 (1番果) 収穫の終盤で、2番果が少しずつ 色づき始める。1番果から2番果、3番果と収穫が 休みなく連続するよう栽培することが、安定した 経営に不可欠である。。





②-1. 栃木「いちご生産者(後継者)人材育成マニュアル」(松崎 カ 先生)

5 収穫してから、出荷までの手順を覚えよう。

①冷蔵庫で合やす。



いちごは、鮮度が大切。

収穫したら、すぐに冷蔵庫で 保管する。パック詰めするい ちごは、3℃の温度で、2時 間以上冷やす。こうすること で、柔らかい果肉のいちごが 傷むのを防ぐことができる。』

②イチゴの大きさで分ける。



取り扱い注意

いちごは、果肉が柔ら かいので、少し力を入 れただけで傷が付い てしまう。。

"いちごの大きさを見分けるのは、大変難しい。い "ちごの種類によって違うが、規格が 12等達に分か. "れているいちごや、S·M·L·2L·3L·グランデ・デ **"ラックス・エクセレント**などに分がれているいちごが。 "ある。これらを瞬時に見分けなければならない、 "もし規格外の物が混入していると検査時にはじか" "れてしまうので気を付けたい。」

③2段につめる



以前は3段につんで いたが、果肉の柔らか いいちごが増えたの で、今は **2 段が主流**。 となっている。。

経に3つ、核に5つずつ。 きれいに並べる。

- "JAでは、いちごの詰
- 『め方講習会などを開
- "催しているところも
- "あるので、ぜひ参加し
- "て技術の取得を目指
- "してほしい。_…



3ビニールをかける。



いちごの表面をビ ニールで覆う。現在 は、ビニールの 🔼 **隅に難**が付いてい るので、簡単にビニ ールをかぶせるこ とができる。。

5.再び冷蔵庫で冷やす。



再び3℃の冷蔵庫に入れて鮮 度を保つ。出荷までの間は、 十分に冷やす。。



帽子などをかぶって、髪の毛 などがイチゴにつかないよ うに、気を付ける。。。

(6)JA集荷場へ ...





7.検査のポイント5項目。

出荷前に確かめよう。

- ①大きさがそうっているか。
- ②ポリューム感が基準を満たしているか。
- 3億んが潰れたしていいか。
- (4)異物の混入や病虫害果が含まれていないか。
- 5.過熱果や未熟果が含まれていないか。。



検査に引っ掛かる と、生産者に戻さ れる。特にいちご の傷みに対して、 厳しくチェックさ れる。。

②-2. 山梨「干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造」(雨宮 久 先生)

干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造 雨宮久TOSS山梨

1 柿の実を手に入れる

(1) 柿の種類(主な渋柿)



甲州百目・蜂屋 (山梨県)

百匁(300グラム)ほ どにもなる。富士柿、蜂 屋柿ともよばれる。

市田 (長野県)

ー個あたり100 グラムと小ぶり。 食べると強い渋み を感じる。

三社 (富山県) 直径10センチ、重 さ350kgにもなる。 果肉がつまっている のが特徴。



ころがき **枯露柿って何?**

- ① 「柿」には、生食できるものと 「渋柿」がある。「渋柿」は、 そのままでは食べられない。
- ② 「渋柿」は、渋みを取るだめに 天日に干すことで甘みが増し、 食べることができる。
- ③ 「渋柿」にする柿は、「百目 (百匁)」(ひゃくめ)が適し ている。
- ④ 山梨県では古来より百目柿が栽培されていた。特に甲州百目は有名。
- ⑤ 百目柿は、「不完全甘柿」であり、熟しても渋みが残る。干し柿の材料となる。
- 山梨県では干し柿のことを「枯露柿」という。

自分で生産するか、百目柿を生産している農家やJAなどから取り寄せる。



自分で収穫する場 合は、竹で作った 道具(左)を使う。



ハサミで枝を左 のように切りそ ろえておく

(2) 干し柿の良さ

柿は、ビタミンC、βカロチン、カリウムの栄養成分を含んでいます。それを干した干し柿は、日本古来の「ドライフルーツ」健康食品です。ビタミンCは、風邪予防や美肌効果、βカロチンは抗酸化作用があります。タンニンはアルコールを分解する作用、カリウムは利尿作用があります。

(3) 干し柿のできる仕組み

渋柿のタンニンが渋みの元。熟しても「可溶性」であり、唾液などに溶け出し、 渋みを感じる。干すことでタンニン同士が密度が濃くなり「不溶性」となる。 渋みを感じなくなり、甘みを強く感じるようになる。砂糖の1.5倍の甘さとなる。 ②-2. 山梨「干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造」(雨宮 久 先生)

2 柿の皮をむく

(1) 柿の「肩」の部分の皮をむく







ポイント

ヘタの外側の部分を取る。 手で取っても、ハサミで丸 く落としてもよい。

へ夕の部分の周りの皮を丸くむく。 大量に作業するには専用の皮むき器を利用する。

(2) 柿の「全体」の部分の皮をむく



ピーラーをつかって縦にむいていく。 全部手作業となる。機械を使い丸くむく 場合もあるが、基本的には縦にむく。

ポイント

柿を手でまわしながら向いていく。 仲間をつくり共同で作業するとよい。

ここで必要な道具



使い慣れ た包丁



剪定ばさみ (あれば)



بر حاجات

地域のJAに加入すると

①協働事業の振興

同じ地域で農業をする仲間が増えることで、自分の技術力の向上が保障されるとともに、 販売ルートを確保できる。

②農業商品の生産能率の向上

技術や、企画等の共有化が可能であり、新しい方法や情報を提供してもらうことが可能となる。またJAから技術指導を受けることができる。

④社会的地位の向上

JAIC加入することで、近隣の農業従事者から信頼を得ることができる。

②-2. 山梨「干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造」(雨宮 久 先生)

3 つるすための糸を通す

糸を柿の枝(T字型)にかける

二つ一組にしてつるす場合は、 左図のようにして糸を通す。 糸の長さは30cm~40cmほど。 一度にたくさん干すときは、 ねじった糸を使用する。糸と へた(枝)を直角にする。



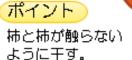














4 燻蒸する

殺菌のため硫黄燻蒸する



干した柿の周りをビニールシートや板などで囲み、硫黄で燻蒸する。 転校にもよるがおよそ15分ほど行う。

天候や気温、柿の量によって燻蒸の量や回数が変わってくる。熟練の技が必要なのでJAからの指導や熟練した農業従事者と仲間になり、学習会を開くとよい。

ここで必要な道具

糸(タコ糸等) または荷造り用 ロープ等





燻蒸用硫黄 カセットコンロ ピニールシート等

5 つるす

竿などに糸をかけてつるす。

ポイント

柿と柿が触らないようにずらしてほす。





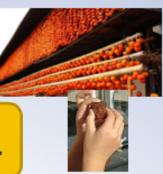
②-2. 山梨 「干し柿生産者人材育成マニュアル全体構造」(雨宮 久 先生)

6 干す

(1) 20日間ほす間手もみをする

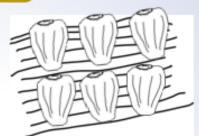
風通しをよくする。雨などの湿気は避ける。

あめ色になったら、手で揉む。 柿の繊維を切るために行う。 周りからやさしく始めて中心に向かって行う。 12月まで2~3回行う。



(2) 平干しする





柄から切り、糸からはずして平らな所で干す。 12月になったら枝から切る。平らな所に並べて2~3日に1回、手でやさ しく揉む。上下左右に揉む。毎日裏表を返し、日光に十分当てる。

収穫、出荷、販売

(1) 拾いこむ

柿に白い粉(糖分)がついたら拾いこむ。やわらかい歯ブラシを利

(2) カタチを整える

くぼみを入れて先をとがらせる。

ポイント

用する。

白い粉を取らないように 注意する。





真ん中にくぼみをいれる。 先をとがらせる。

ポイント

竹べらなどを使うとよい。

(3) 箱詰めをする

1つずつセロ ファンで包ん でから箱に詰 める。





柿の大き さによっ て箱が違



(4) 出荷・販売する

1 JAを通して出荷する。

JAに加入することで販売ルートが保障される。

2 独自の販売ルートを開発する。

ホームページをつくり、通信販売等独自で販売する。

催事販売・自営販売を行う。





新たな産地を担う人材育成のために 何をするのか

I 魅力ある産業としての

4つの戦略

Ⅱ 達成目標としての

1つのテーマ

Ⅲ 目標を具体化するための

4つの方針

Ⅳ 具体的な方策(一例)

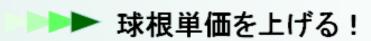


魅力ある産業としての4つの戦略

- 1. 直売比率を高める
- 2. 富山県球根の差別化
- 3. 需要拡大
- 4. 年間雇用の確立

Ⅱ 魅力ある産業としての4つの戦略

1 直販比率を高める



直販比率を高め、生産者所得を上げる

- ① 直販比率を高める
 - •個人顧客、法人顧客への直販
 - ・植物園、公園、自治体・花の会などへの直販
- ② 直販顧客のメリットをどのように訴求するか
- ③ カタログ販売とWebサイトを連動させた、 ダイレクトマーケティングの充実
- ④ 輸入球根や他植物の有効活用
- ⑤チューリップフェアーの有効活用

個人顧客への対応

・ガーデニングコンテスト開催などによる密な顧客との関係作り

法人顧客への対応

特別のお客様であるという優越感を与える対応

植物園・公園への対応

•球根販売+αの対応、話題性・動員力情報

自治体・花の会への対応

・品質・品種・情報・サービスで差別化

魅力ある産業としての4つの戦略

2 富山県産球根の差別化



▶ さすが富山!

オランダと同品種で価格が高ければ売れない 富山産としての付加価値をどうつくるか

- ① 生産→流通→販売の一貫した品質保証をする
- ② 球根 + サービスで差別化
- ③日本チューリップ協会の活用で差別化

品質保証

- 一定数以上購入者には発芽保証などの品質保証をする 球根+サービス
- ・球根販売+品種や品質、植栽・栽培技術などのサービス 強化.

日本チューリップ協会の活用

・協会と、公園・植物園などが連携して協働事業を行う

魅力ある産業としての4つの戦略

3 需要の拡大



➡ 球根利用数を上げる!

富山産球根の需要拡大が最大の課題

- ① 個人顧客の需要拡大
- ② 法人顧客の需要拡大
- ③ 植物園、公園、テーマパークの需要拡大
- ④ 自治体・花の会などの需要拡大
- ⑤社会密着型需要の拡大

個人顧客

- 稀少品種提供、楽しみ方の提供、贈答利用の提案 法人顧客
- ・贈答利用の提案、社屋・工場前などへの植栽

植物園・公園

- ・長期連続開花の植栽方法、花絵花壇などの新技術提案
- 自治体・花の会への対応
- ・品種と植栽方法の提案、イベント提案など

补会密着型需要

花育活動など

Ⅰ 魅力ある産業としての4つの戦略

4 年間雇用の確立



経営を安定させる!

後継者育成のためには周年を通した経営基盤が必要

- ① チューリップ球根 + チューリップ切花・鉢植え + 稲作
- ② チューリップ球根+ 花卉牛 産+稲作
- ③組合委託栽培

後継者向けビジネスモデル確立

- +チューリップ切花・鉢植え+稲作
 - ・非出荷球を利用した冬場の有効利用
- + 花卉生産+ 稲作
 - ・他の花卉類生産による複合経営

組合委託栽培

・組合で必要な販売・イベント用の切り花や鉢植え栽培を生産者へ委託し双方メリットを活かす



達成目標としての 1つのテーマ

Bulbs₁₈

~ 付加価値球根の販売割合を 18パーセントに ~

 \blacksquare

達成目標としての1つのテーマ

Bulbs18

~付加価値球根の販売割合を18パーセントに~

具体的な目標

付加価値球根数の販売割合を 10% 二二 18%

- ·現状では原体球根の単価 16.5円×2,570万球
- ·付加価値球根の単価は 25.0円× 300万球
- →付加価値球根を18%に増加させると平均単価18円/球となる

地域ブランド支援事業導入で実現





目標を具体化するための 4つの方針

Bulbs18 実現のために

- 消費者発想で新商品開発を 行う。
- 2. 直販顧客の分析と組織化に よる販売促進を図る
- 3. オリジナル品種
- 4. 球根(産業)発展につながる 専門家ネットワークをつくる

<資料>

 Bulbs18
 実現のための
 具体的な事業アイデア

 事業内容

■ 目標を具体化するための 4つの方針

Bulbs18 実現のために

1. 消費者発想での新商品開発

- ① 顧客ターゲットの明確化による商品 開発
- ② 産地としての販売戦略。生産者の顔 が見えるという安心感
- ③ 既存商品+a による商品提案

Ⅲ 目標を具体化するための 4つの方針

Bulbs18 実現のために

- 2. 直販顧客の分析と組織化に よる販売促進を図る
 - ① 直販顧客、大口顧客、卸小売店を対象
 - ② 取引先名簿の分析・整理・アンケート 調査・結果分析
 - ③ 結果に基づく戦略構築と事業化(個別事業に活用)



目標を具体化するための 4つの方針

Bulbs18 実現のために

3. オリジナル品種

- 1 育種・増殖・生産の効率的な体制の 構築
- ② 種苗登録や商標登録による差別化や 許諾料による新たな収入

■ 目標を具体化するための 4つの方針

Bulbs18 実現のために

- 4.球根(産業)発展につながる 専門家ネットワークをつくる
 - 球根産業の発展につながる専門家 を集める
 - ② チューリップ文化の創造、普及に つながるネットワーク
 - ③ 観光産業など異業種との交流ネットワークづくり



<資料>Bulbs18 実現のための 具体的な事業

富山の球根産業の現状から

- 販売促進が最優先課題
- 既存事業を効果的に活用
- 限られた予算で最大の効果
- 強さを伸ばす
- 従来の取引先の掘り起こし

☑ Bulbs18 花の黄金期計画

目的:付加価値球根を18%・平均単価25円に 基本方針

- 消費者発想で新品種・新技術開発を行う
- 直販硬容の分析と組織化による販売促進を図る
- 主な事業を60周年事業として位置づける
- 球根発展につながる専門家ネットワークづくり

※富山県花卉球根組合資料

花卉球根組合60年 60歳からが花の貴金期

チューリップ文化の創造と普及

新品種·新技術開発事業

- 防衛品種開発と既存品種強化
- 流通ストレス耐性調査・研究
- ― 冬季咲チューリップの開発
- 新プリザーブドフラワー商品化

販売促進事業

流通・販売チャネルの活性化 水耕栽培キットなど新商品開発 チューリップ祭キットの開発

モザイク花壇システム開発

60周年記念特別事業

・記念式典・バーティ記念誌 ・60周年記念品種認定 ・会員制度発足と各種事業 ・球根品種コンテスト開催

専門家ネットワーク

- 球根研究者ネットワーク
- 流通・販売ネットワーク
- 球根文化創造普及ネットワーク



富山県育成 |気品種 黄小町









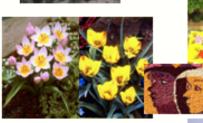
水井栽培チューリップ

水耕栽培チューリップ

エディブルフラワー



花形の変化や花色の変化をカタログで訴求



原種系ミニチューリップ



モザイク花壇システム開発(花び6絵)



モザイク花壇システム開発(花絵花覧)

②-3. 富山「チューリップ生産者人材育成マニュアル」(五十嵐勝義 先生)

※富山県花卉球根組合資料



具体的な方略(一例)

● 公園・植物園 向け

『モザイク花壇システム』

【花絵花壇】・【トリック花絵花壇】・【水上花壇】

トリック花絵花壇

『花壇が円柱の鏡に映ると!』

- ●世界初!花壇に円柱鏡を立てると 絵が浮き出ます(図)
- チューリップトリック花絵花壇キット制作

<監 修>

◆ 富山県立大学 中田崇行先生(工学博士)







【トリック花絵花壇キット制作・販売】

- ◆ ゆがみ絵シート、円筒鏡、球根、説明書
- ◆ オプション: 培養土、肥料



チューリップ花絵花壇

『チューリップで花絵が!』

- ●チューリップで花絵を描く
- ●原画をドット絵に変換し、これに 合わせて球根を植栽



【花絵花壇キット制作・販売】

- ◆ 花絵シート、球根
- ◆ オプション:培養土、肥料



<硼波市花と緑の銀行> ◆ となみチューリップフェア



チューリップ水上花壇

● 水上にチューリップ花壇を浮かべる

【水上花壇キット制作・販売】

◆ 浮体構造物、芽出しチューリップ、関連資材



16



②-3. 富山「チューリップ生産者人材育成マニュアル」(五十嵐勝義 先生)

※富山県花卉球根組合資料



【Ⅳ】具体的な方略(一例)

● 公園・植物園 向け



「冬咲きチューリップ」の提案

名前のとおり、冬に咲かせるチューリップです。

この冬咲きチューリップは、まず球根に特殊な冷蔵処理を施し、通常のチューリップよりも 早い段階で花が咲くように調整されています。今まではハウスなどで加温する必要がありまし たが、自然気候のもと露地栽培で開花するという、化石燃料の使用がない環境に優しい新しい タイプと言えます。

秋の温暖な時期に萌芽し冬の寒い季節にゆっくりと生長し、理論的には関東では2月~3月 の期間で開花をコントロールすることが可能です。また、比較的涼しい時期ですので通常より も花持ちが良く 2 週間以上花を楽しむことができます。季咲きの普通の球根も一緒に植え込め ば4月まで連続してチューリップを楽しむことも可能です。



②-3. 富山「チューリップ生産者人材育成マニュアル」(五十嵐勝義 先生)

※富山県花卉球根組合資料



具体的な方略(一例)

● 園芸店向け

チューリップ神社

チューリップ神社の開花祝い

~ 庄下保育所園児による写生大会~

富山県花卉球根農業協同組合では、昨年秋(平成20年10月9日)に組合創立60周年を記念して砺波市内の「八 咫壺(やたつぼ)神社」にて球根生産者と庄下保育所園児にて植栽したチューリップの開花を祝い写生大会を開催する。

富山のチューリップの生みの親である木野豊造氏の鎮守の杜である「八咫壺神社」にてこれまでの収穫感謝と将来 の発展を願い球根を奉納した。今回開花したのは毎年恒例の砺波市より皇室に献上している富山オリジナルの5品 種。「チューリップ神社」として親しんでもらい、郷土文化を知ってもらう「花育」事業の一環でもある。





人材育成セミナー資料

●いろどり人材育成資料(2011.01.28、手塚 美和 先生)



手塚 美和 先生



谷 和樹 先生





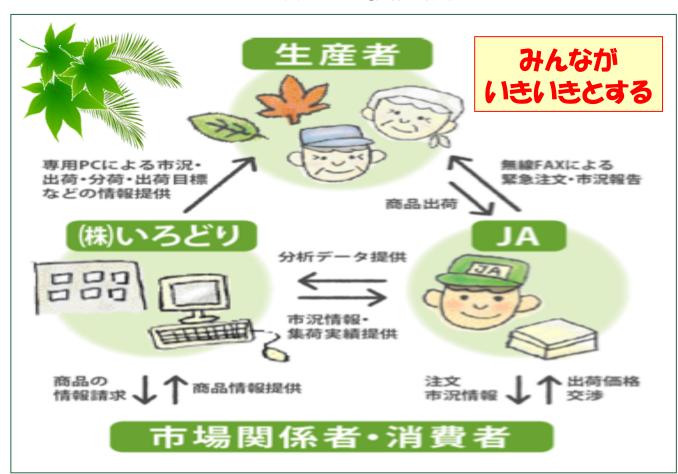












あたたかくつながる

(いうとり出荷着人) (明日出かり山下かけり、) かんかていくないへ) こんばんは、計學くなって計ないへ、会えに人でくるって

×思います、まで咳れるみです。特に小サイズは動きやかなです



みんなが いきいき とする







まとめ

- 1 みんなに出番がある
- 2 技(わざ)がある
- 3 つながるしくみがある
- 4「競争」がある
- 5 みんな「居場所」がある。



南天

南の天にのぼった太陽

光の輝きを火のように灯しているようす太陽は万物に生命力を与えるみなもと

「難を転じる」ことから「ナンテン」 災難を福にも転じる





300種類を超える商品







本事業に参加して

谷 和樹 玉川大学教職大学院 准教授

上勝町は人口2,000人弱の町。そのうち48%がお年寄りです。

その小さな町で、夜の19:00から開かれた講演会に、なんと120人以上の人が詰めかけ、会場は熱気にあふれていました。

3分の2以上がお年寄りですが、いろどり関係の若者の姿も多く見られます。インターンでたくさんの若者がいろどりに入っています。上勝での定住をめざしている人もいます。

「自分たちの町をよくしたい」という気持ちが、ストレートに伝わってくる会でした。

TOSSは社会貢献活動や観光立国教育やまちづくり教育などを進めています。

TOSSの教師たちは積極的に町に出かけ、子どもたちと「子どもTOSSデー」を開催したり、五色百人一首の大会を実施したりしてきました。観光立国教育では1,810の自治体すべての授業テキストを自分たちで開発し授業を行っています。

「技術」と「技能」は放置しておけば消滅します。しくみをつくり、人々が実際に動くことで、それらを伝承させ、多くの地域を活性化させたいと思っています。

TOSSと「いろどり農業」とが結びつき、人材育成モデルを開発することで、全国の多くの「まち」と「ひと」とがより生き生きとすることを願っています。



手塚美和 静岡市 小学校教諭

この事業との関連で、上勝町での講習会に参加しました。

上勝町では、会う人、会う人が、自分の仕事に誇りを持っていました。生きる気力が、内面から湧き出てきているのを感じました。

81歳のおじいさんが、「土地を買うんじゃ」と勢いよく話をされていたり、半身不随になったおばあさんが「今が、一番幸せ」とおっしゃっていました。

横石氏は、「上勝の町おこしをしよう」と思ったことはないと話されていました。その横石氏がしたことは、 「徹底していいところを褒めること」「あんたがおらなあかんというメッセージを伝えること」だったそうです。 また、横石氏は、おじいさんやおばあさんの好きなことや嫌いなことを徹底して調べて、分からない時は、 何と、家に泊まらせてもらいに行ったと伺いました。

そのようなまちづくりがされてきた上勝町は、とてもとても美しい町でした。

人の手が隈無く入る居心地の良さをあちこちに感じます。

この上勝町で生まれた「いろどり農業」とTOSSが連携したこの事業は、本当に素晴らしいものだと思います。



松崎 力 栃木県 小学校教諭

人材を育成することは、これからの地域活性化にとって極めて重要なことです。

私の仕事からの経験上、子どもたちを育てるということは、いろいろと考えられます。

ニュアル(いちご生産者人材育成マニュアル)の作成には、大変苦労をしました。

しかし、農家の人たちを育てていくのは、どうしたらいいのか。今回は、それを考え抜きました。 自分自身、今できることをふりしぼった感じです。

わたしの実家は、いちご農家です。いちごの生産に関しては知識があり、JAに関する知識もあります。 ただ、それが知識という程度であって、自分自身がいちご生産に携わったわけではないので、このマ

できるだけ難しい言葉使わないように言葉を吟味し、それぞれの項目の解説を入れて、具体的に何をすればいいのかも挿入しました。

総務省といろどり、そしてTOSSとの連携による事業に、他の多くのTOSS仲間とともに、参加できたことはとても光栄です。



本事業に参加して

横石知二 (株)いろどり代表取締役

いろどり農業を本格的に初めて25年になります。高齢者と女性の豊富な経験と知識と知恵を生かして独自の技術と技能、システムとマーケットを構築し、いまでは200名の生産者が300種類を超える商品を出荷する農業に成長しております。そして、いろどり農業は高齢者や女性の所得の向上はもとより、幸せな生活を実現してくれる農業として、マスコミなどで紹介されて全国から注目されてきました。

しかし、いろどり農業を推進してきた方々も高齢化し、後継者の育成が急務となっております。

25年にわたり営々と築かれてきたいろどり農業の技術や技能も、後継者に伝承していかなければ、存続させることも困難になります。しかし、そのためのマニュアルもテキストもありません。

私は常々TOSSの先生方の教育技術(教え方)と、マニュアルやテキスト作成の高度なノウハウをいろどり農業の人材育成に活用できないかと考えていただけに、本事業には助けられました。

プロジェクトチームでは客観的な目で、いろどり農業の成功の秘訣を分析し、これをもとにTOSSの先生 方にいろどり人材育成システムを構築していただきました。そして、上勝町民の前でいろどり農業の初歩的なノウハウの模擬授業を行い、更に、いろどり農業の考え方と営農マニュアルを参考に他地域、他産業で展開する場合の初歩的なマニュアルの作成もお願いしました。

今後、本事業で培ったノウハウを参考に、いろどり農業の人材育成に生かしていきたいと考えております。 全国の農林業や地域づくり人材育成にも活用できるノウハウであると確信しております。



鈴木俊博 プロデューサー

「大黒さん(横石さん)のおかげで、ようけ儲けさせてもろた。ほなけど福の神(おばあちゃんたち)もおらなんだら銭は入ってこんけんな」「いろどりは楽しいけんな、世界中さがしたってこんな楽しい仕事はないな」上勝町への最初の訪問は1,988年(昭和63年)6月で、当時営農指導員をされていた横石知二さんとの出会いは翌年の1,989年でした。TOSSの向山洋一代表とのご縁も1,989年に始まります。

それから22年経った昨年、「いろどりの成功の秘訣とTOSSのもつ教育技術のノウハウを地域の人材育成に活用できないだろうか」ということになり、総務省の人材育成担当者にご相談させていただき実現したのが本事業です。

本事業で整理できたことは、"寂れていく農山村では、まず仕事ありき"で始まるいろどりの考え方(P 14)とともに、どこにも真似のできない、いろどり農業の善循環構造(P19)ができあがっていること。そして横石知二さんの卓越した15の能力(P37)の三点が、いろどり農業の成功の秘訣であるということです。

一方、TOSSでは授業技量検定システムと高度な教材作成ノウハウを確立しており、このノウハウを活かして考案されたのが"いろどり人材育成モデル(P54)"と、"いろどり営農マニュアル(P26)"です。このマニュアルを参考に、全国のTOSSの先生方から、各地域の農業や直売所などのマニュアルが提案されました。全てをご紹介することはできませんが、このノウハウは全国の農林業や商工業の人材育成はもとより、まちづくり人材育成マニュアルとしても転用が可能となります。転用の手法やその詳細につきましては一層の研究を重ね、近い将来に発表したいと考えております。



編集・デザイン

高野一彦 (株)スコープインターナショナル

上勝町は徳島県奥地の小さな町でありながら、そこで暮らす人々の「いろどり農業」に従事することへの "働く喜び"が伝わってきます。しかも、少子高齢化という大きな課題を抱える日本で、それをあざ笑うかのようにお年寄がITを使いこなしながら、生き生きと活躍し、収入を上げるという、信じられないような現実に 圧倒されます。一人ひとりが持つ知識や技術や技能を束ねて確固たる営農モデルに築き上げた横石知 二氏のプロデュース力には、ただただ驚かされるばかりです。

本書の編集に携わって感じたことは、いかにIT技術が進歩しようとも、やはり鍵を握るのは"人"であり、 "人づくり"の重要性でした。

本事業は、「いろどり農業」の永続的な継承と更なる発展を目指し、横石氏の卓越した理論にTOSSの 先生方の秀でた"教え方"を取り入れるという画期的な試みであり、その事業に何らかのかたちで参画でき たことは、わたし自身にとって大変な栄誉に思うとともに、常日頃、郵便教育や食育などでご協力いただい ているTOSSの先生、そして鈴木プロデューサーと一緒に新たな事業に取り組めたことも大きな喜びです。 ありがとうございました。