

IV.本年度事業の成果と次年度に向けて

1. 本事業の効果とその分析
2. 次年度に向けた示唆

IV. 本年度事業の成果と次年度に向けて



1. 本事業の効果とその分析

■ 地域農業を牽引する成長意欲の高い観光農園経営者が発掘された

- ✓ 講座でのワークや経営改善プラン作成に対する個別支援のなかで感じた取り組み姿勢、出欠や振り返りシートの提出状況、現場指導の場として用意したジャパンハーヴェストなどへの参加意向を通じて、本研修の目的でもあった地域農業を牽引する成長意欲の高い観光農園経営者が明らかになった
- ✓ 成長意欲があると感じられたのは、農業経営年数5年以下の経営経験が少ない層あるいは40代以下の若い層である。講師やTAからの意見や視察先の取り組み内容を素直に受け入れる傾向があり、経営者として成長する可能性が高い
- ✓ また、参加者の一部は「SAITAMAトラベルマート2020」に参加し、新たな連携先と接点を持つ機会となった

■ 経営改善の手段を決めるために自社農園の軸を見直す場となった

■ 参加者の87%は本研修に参加して「考え方や行動に影響や変化があった」と回答しており、参加者の1人は行動を起こして昨年比約2.1倍の売上を実現した

- ✓ 本研修は3年目の事業であることから、実践することに重点を置いた研修を行ってきた。また、経営者として判断するために「農園の強みを活かすこと」「価値を提供するターゲットを定めること」の重要性を説いてきた
- ✓ コース名である「情報発信」や「ホスピタリティ」の言葉から、手段を学ぶために参加した方も多かったが、講座でのワークや経営改善プラン作成を通じて、経営改善の手段を決めるために、「目指す農園の姿」「農園の強み」「ターゲット」などの自社農園の軸を決める必要性を認識することとなった
- ✓ また、研修後アンケートを確認すると、参加者の87%が本研修に参加して「考え方や行動に影響や変化があった」と回答しており、実践に向けて行動を起こすきっかけとなる研修となったといえる
- ✓ 実際に■■■■氏は、講師やTAの意見を踏まえて経営判断を行ない、視察先の取り組みを自社農園に応用したことで、令和2年1～2月期は昨年比約2.1倍*の売上を実現した

* 令和元年1月：約370万円、2月：約710万円 令和2年1月：約500万円、2月：約1,100万円
(観光農園での入園料・園内での商品販売のみ計上、本人への研修後ヒアリングにより確認)

■ 観光農園経営者同士が自主的に交流する雰囲気を生み出した

- ✓ 第四回講座以外の各講座では参加者2～5名でディスカッションをする機会を設け、第三回講座後にも交流会を行なったことで、第二回講座以降は講座時間外でも参加者同士で自主的に情報交換や意見交換をする姿が見られた

IV. 本年度事業の成果と次年度に向けて



2. 次年度に向けた示唆

- 観光農園経営者が達成したい目標から考えた研修テーマの設定
- 観光農園を観光・ツーリズムの視点からみられる経営者の育成
 - ✓ 今年度は、観光農園経営者から課題があるとの声が多かった「情報発信力強化コース」と「ホスピタリティ強化コース」の2コースを設定した
 - ✓ 「ホスピタリティ強化コース」については、当初インバウンド対応に課題を抱えている方を想定して集客を行なったが、「インバウンド客は少ないため対応を考える段階にない」との回答が多く、参加者は10名であった。しかし、インバウンド対応を行っていないためにインバウンド客が来訪していない可能性も考えられる
 - ✓ 上記のように、手段を研修テーマにすると観光農園経営者の研修機会を狭めてしまうため、観光農園経営者が達成したい目標から研修テーマを設定する必要がある
 - ✓ また、本研修を通じて「消費者の視点から自社農園をみること」、「消費者の1日に価値を与えるために地域内で連携すること」の重要性を伝えており、振り返りシートや研修後アンケートの回答から参加者からも理解を得られたといえる
 - ✓ 既存の観光農園の在り方にとらわれず、観光・ツーリズムの視点から自社農園がどうあるべきかを考えられる経営者を育成することが、埼玉県の地域活性と課題解決につながると考える

- 参加者の学習意欲を高める研修の構成
 - ー参加者同士の交流、連続講座
 - ✓ 前掲のように、参加者同士で自身の考えを話すことで情報を整理し、他の参加者の考えを聞くことで自身の考えをより深められるようにディスカッションの時間を設けた。加えて、今年度は他の参加者の前で発表をする回を設け、他の参加者の取り組みや取り組みに対するアドバイスも共有することができる有益な講座となった
 - ✓ 次年度以降も参加者同士の交流機会、あるいは観光農園に限らず地域内の観光に関わる異業種との交流機会を設けることは有効だと考える
 - ✓ また、2コース各2回の講座よりも1コース計4回の連続講座として行なった方が、参加者の習熟状況によって研修内容や進度を調整することや、講座間のフォローを通じて参加者との信頼関係を強めることができるため、参加者の学習意欲を高めることができると思う

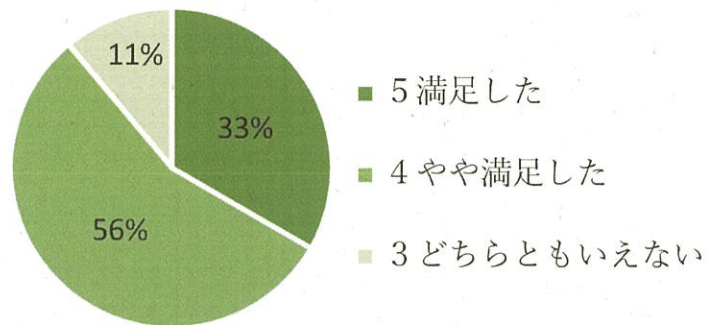
IV. 本年度事業の成果と次年度に向けて

(参考) 研修後アンケートの結果



1. 本研修の満足度

(回答者9名/参加者25人)



▼具体的に満足した点 (満足しなかった場合はその理由)

満足した理由

本質を学ぶことができた	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信力強化コースでは、より本質的な魅力や、尖ったサービスを発信することで、他の数多ある観光農園と差をつけるためにどうするのかといった内容で、SNSの使い方といった甘い内容ではない点、とても意義深かった 最も基本的な、何のために、だれのために、何を提供するのかといった大元のところを見つめ直すことが出来る研修だった 講師の方々の実際の取組事例が非常に勉強になった。自分には持っていないものを持っていく気がした。経営視点での基本的な考え方を学ぶことができた。チェックリストは参考になった
行動に移すことができた	<ul style="list-style-type: none"> 色々と刺激になり、改善しなければならないことや、もっと農園を良くする為にしなければならないこと等、分かっているけどなかなか行動できずにいた部分等、研修を通してズバリ言われることで行動に移せた 他の農園の方々との交流により発想の違いや考え方、悩みどころ等たいへん参考になった。東京ストロベリーパークの視察会により、自分の目指すべき方向が間違っていないことが確信に変わり(第一に美味しい苺を作ること)、現在の盛況につながっている 顧客の絞り方、仮説の立て方、問題の抽出等実用的な内容が多かった
交流の中で新しい視点を得られた	<ul style="list-style-type: none"> 現状を露出することにより、外部(異業種等)からの新鮮な見解やアドバイスがいただけた点 他社の売りやそれに関わるツール等、当社内でも利用できる可能性を見つけることができた点
危機感を持つことができた	<ul style="list-style-type: none"> おもてなしの心について今まででは全然足りておらず質をもっと上げていかなければと危機感を持つことができた

満足しなかった理由

目指す像が異なる	<ul style="list-style-type: none"> 成功している2社の講演は目指すものが高すぎて参考にならなかった
----------	---

IV. 本年度事業の成果と次年度に向けて

(参考) 研修後アンケートの結果



2. 各講座の満足度

(凡例)

満足した 5 ----- 4 ----- 3 ----- 2 ----- 1
 どちらともいえない 満足しなかった

講座	内容	参加者数	回答者数	平均満足度
情報発信力強化コース	第一回講座 観光農園経営者にとって大切な考え方とは？地域に人を呼び込む実践者が教える取り組み方法	20人	7人	4.0
	第二回講座 県外の観光農園が実行している、自社の強みと地域の強みを活かした集客ノウハウ	17人	7人	4.3
ホスピタリティ強化コース	第一回講座 多くのインバウンド客を受け入れる事業者が考える、観光農園・観光サービスの真髄	8人	1人	5.0
	第二回講座 インバウンド客が求める“おもてなし”とは？ホテル従業員にも研修する講師が教える実践術	3人	1人	5.0
コース合同	第三回視察 先進農園への視察&交流会	8人	5人	4.4
	第四回講座 自社農園の魅力発信チャレンジ	7人	2人	4.5

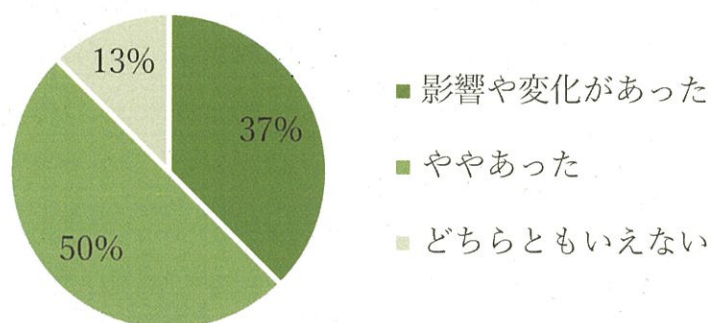
IV. 本年度事業の成果と次年度に向けて

(参考) 研修後アンケートの結果



3. 研修参加後の考え方や行動への影響または変化

(回答者9名/参加者25人)



▼具体的な変化のきっかけや変化したこと（変化がなかった場合はその理由）

変化があった

消費者への意識が変わった	<ul style="list-style-type: none"> お客さまのことを今まで以上に見て、思いを感じてくみ取っていけるようになった とにかくお客さんをもっとワクワク楽しい気持ちにさせる空間を作らなければならないと思ひ、受付スタッフの装飾や最終回のときに指摘があった駐車場の整備、スタッフの意識改革（お客さまの休日をいただいているということ意識するように）等、モチベーションも上がった
今後の行動が明確になった／考えるきっかけになった	<ul style="list-style-type: none"> 今後の行動が明確になった ホームページの充実が必要と感じ、チェックリストを活用して仕上げていきたい 自分の農園は今後どうしていけばよいか考えるきっかけになった まだ経営していないが、顧客ターゲットの絞り方は大いに実践できそうである。自分たちの強みを最大限に活かしたい
自社の強み・弱みなどを再認識した	<ul style="list-style-type: none"> 当社の持つ有用性を生かし切れていないことが分かった 現状農園の状況を見つめ直すきっかけを与えてもらった。コンセプト、集客方法、弱み、等を再度確認できた 社内の一部の慣例に「？」が持てた点（悪い意味ではなく、改善の余地があると感じた点
今後活かそうだと感じた	<ul style="list-style-type: none"> 農園を経営する立場ではないが、JTB中澤講師のターゲットをとにかく細かく絞りストーリーメイクに繋げる等(第二回講座)は、シティブロモーション等町政に活かせることも多かったように感じた

変化がなかった

開業前のため参考になる	<ul style="list-style-type: none"> 実際に観光農園を開業している方であれば、現状の改善点等を洗い出す事ができ、有益であるように思うが、これからビジネスモデルを検討する段階ではアイディアの参考となった
-------------	---

IV. 本年度事業の成果と次年度に向けて

(参考) 研修後アンケートの結果



4. 講座の構成や内容、開催場所や時間帯への感想や意見

構成や内容など

参加者同士で意見交換をしたかった	<ul style="list-style-type: none"> 最初の2回で話を聞いたり、ディスカッションをしたりできたのは有意義であったが、ある程度自分たちの問題点を把握できた後半にも、ディスカッションがあってもよかったのではないか。また、発表時、他の参加者からも質疑できる方がよかったと思う
質問時間を多く欲しかった	<ul style="list-style-type: none"> 質問時間がもっと欲しかった
状況に近い講師が良かった	<ul style="list-style-type: none"> 講師の方が我々とはかなりかけ離れている感じがした
事業家の話は参考になった	<ul style="list-style-type: none"> 実際に事業をやられている方の話は参考になった

開催場所や時間など

会場（秩父）が遠かった	<ul style="list-style-type: none"> 埼玉県各地から受講者が来る為やむを得ないと思うが、秩父開催は少し遠く感じた 川越や大宮付近で開催して欲しい。秩父は遠い。半日程度でよい 場所は遠い。17時までだと子どもにお迎えに間に合わなかった <p style="text-align: right;">など 計6名</p>
-------------	--

5. 今後、経営力強化に向けて期待する研修内容や支援

観光農園に限らない農業経営を学びたい	<ul style="list-style-type: none"> 観光農園ではなくても他の経営者の講義がよいのでは 小さくても成功している人や特別なコネクションが無くても経営されている方の苦労話や新規開拓等を聞きたい GAP取得や法人化、クラウドファンディングの方法等を学びたい
現場を見て学びたい	<ul style="list-style-type: none"> 視察数を増やしたい
目指せそうな観光農園から学びたい	<ul style="list-style-type: none"> 視察は気のでらった所ではなく、等身大のところでもよいのでは。等身大の観光農園を見たい

6. その他、意見や感想

参加者同士で意見交換できる機会を増やして欲しい	<ul style="list-style-type: none"> 研修生は人それぞれ悩みを持っていたり、様々な経営方針がある。それを研修生同士もっと交流して話を聞きたい。今回は視察後の懇親会でしかざっくばらんに話せなかったが、そのような研修生同士交流できるようなカリキュラムを研修に組み込んでほしいのではないか もう少しセミナー参加者がいれば、もっといろんな情報交換ができたかもしれない
行政にも介入して欲しい	<ul style="list-style-type: none"> 行政の支援なくして観光農園は上手くいかないのでは、売上や来場者のチェックだけでなく現地を確保して苦労しているよう点等を調査し行政に活かして頂きたい
開催時期を変更して欲しい	<ul style="list-style-type: none"> 毎年のことだが、開催時期がイチゴが忙しい時期でなかなかしんどかった