3(2) 日系農業者団体女性部の女性活躍推進研修

日系農業者団体女性部を対象に、食品製造、花き栽培、販売等の分野で、日本の農村における女性農業者の農産物の高付加価値化等の取組について学ぶ研修をオンライン方式で実施した。

No.	日程	コース	講師
1	[1] 12 月 11 日（金）8:00-9:30 [2] 12 月 22 日（火）8:00-9:30	商品パッケージ改善	江藤 梢（㈱コトリコ）
2	1 月 8 日（金）8:00-9:30	規格外農産物による地域活性化	辻本 京子（遊子川ザ・リコピンズ）

⑤ 商品パッケージ改善

1）基本情報

講師	江藤 梢（株式会社コトリコ代表）
期間	[1] 令和 2 年 12 月 11 日（金）8:00-9:30 [2] 令和 2 年 12 月 22 日（火）8:00-9:30
場所	オンライン方式（Zoom）
参加者	日系農業者：合計 85 名（ブラジル 57 名、アルゼンチン 1 名、パラグアイ 10 名、ボリビア 5 名、ペルー1 名、コロンビア 3 名、メキシコ 2 名、ドミニカ共和国 1 名、ウルグアイ 1 名、不明 4 名）　※参加者人数は重複除く 2 回の合計
内容	講師は農業や地域に関するデザインを専門としており、商品のブランディングやデザインなどを手掛けている。セミナーでは現在販売している商品をどのようにすれば人目を引き買いたいと思わせることができるか、パッケージ改善の手法や販売の工夫について学ぶ。

2）参加者

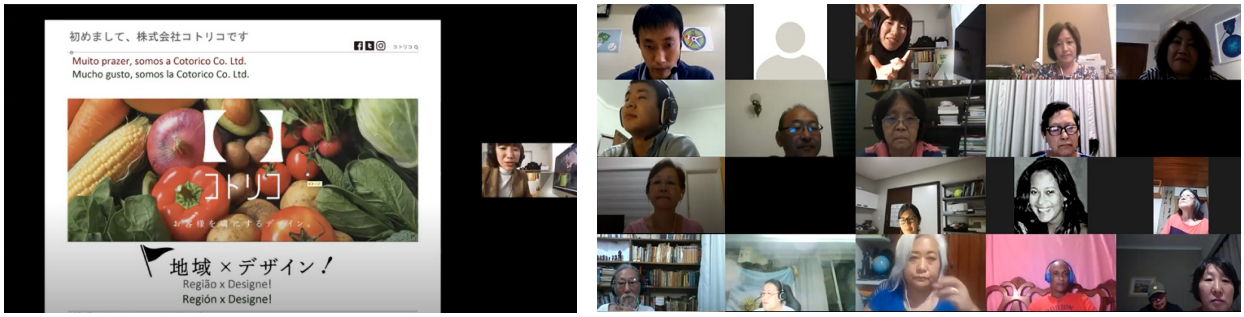
[1] 12 月 11 日

ブラジル(55)	APPC 農協(4)、Castanheiras 農場(1)、Cogemate (1)、Gaia Produtos Selecionados (1)、Invest Paraná (1)、Joycegardens Plantas e Flores (1)、Kamino 農場(1)、Malwee (1)、Produtos naturais e artesanais de alimentos (1)、Sweet fruits 農場(1)、Uniplac (1)、イビウナ農協(1)、イビウナ日伯文化協会(1)、サンジョアキン農協(1)、サンフランシスコバレー文化スポーツ協会(2)、生長の家(1)、トメアス農協(1)、ノバアリアンサ農協(1)、バストス地域鶏卵生産者協会(3)、兵庫県ブラジル事務所(2)、ピラールドスル(1)、ブラジル農協婦人部連合会(11)、モジダスクルーゼス農村組合(1)、ラーモス文化協会(1)、ラポーザ地域日伯協会(1)、リオグランデドノルテ日伯文化協会(1)、レジストロ地域農業生産者協同組合(1)、経済学者(1)、農業技師(1)、自営業(5)、不明(4)
アルゼンチン(1)	AgroArgentinaJapon (1)
パラグアイ(8)	イグアス日本人会婦人部(2)、イグアス農協(1)、コルメナアスンセーナ農協(1)、ピラポ農協(1)、個人(1)、不明(2)
ボリビア(4)	サンフアン農協(3)、個人(1)
ペルー(1)	農家(1)
コロンビア(3)	バイオアグロ(1)、日本コロンビア協会(1)、無所属(1)
メキシコ(1)	Tapachula, Chiapas (1)
ドミニカ共和国(1)	ASOARTEP(1)
ウルグアイ(1)	ウルグアイ ORT 大学(1)
不明(4)	不明(4)

[2] 12 月 22 日

ブラジル(27)	APPC 農協(3)、Castanheiras 農場(1)、Kamino 農場(1)、Produtos naturais e artesanais de alimentos (1)、Sweet fruits 農場(1)、イビウナ日伯文化協会(1)、サンフランシスコバレー文化スポーツ協会(2)、トメアス農協(1)、ノバアリアンサ農協(1)、バストス地域鶏卵生産者協会(1)、ピラールドスル(1)、ブラジル農協婦人部連合会(6)、モジダスクルーゼス農村組合(1)、ラーモス文化協会(1)、リオグランデドノルテ日伯文化協会(1)、レジストロ地域農業生産者協同組合(1)、自営業(2)、不明(1)
アルゼンチン(1)	AgroArgentinaJapon(1)
パラグアイ(9)	イグアス日本人会婦人部(2)、イグアス農協(1)、コルメナアスンセーナ農協(1)、全パラ

	グアイ日系婦人団体連絡協議会(1)、ピラポ農協(1)、ラパス日本人会婦人会(1)、個人(1)、不明(1)
ボリビア(4)	サンファアン農協(4)
コロンビア(2)	Bioagro 社(1)、日本コロンビア協会(1)
メキシコ(1)	iAgroS 社(1)
ドミニカ共和国(1)	ASOARTEP(1)



セミナーの様子

3）実施概況

- 日系団体女性部で販売している手作りの加工品（菓子、弁当、ジャムなど）の外観・デザインやパッケージを改善したいという声はこれまでにも上がっており、日本での研修の際にも商品のパッケージに感心する声が多く聞かれた。このセミナーではパッケージのデザインを工夫し、消費者の目に留まるようにする方法、販売におけるロゴ・ネーミング等の工夫による差別化などについて講義をしてもらう内容とした。
- 講師は、農業・地域といったテーマを中心に、お客様を虜にするデザインを掲げ、ブランディングやクリエイティブ制作を提供している株式会社コトリコのデザイナー。動画教材の中では、加工品を製造販売する手づくり工房・四季の家の商品デザイン、若手農業者グループである東京ネオファーマーズのブランドデザインによるグループ活動推進に取り組んできた事例を紹介した。
- セミナーは2回に分けて実施した。第1回は商品をきちんと消費者に説明することの重要性について説明し、ポイントとして5W1H（When,What,Who,Where,Why, How）について明確にすることで、消費者にインパクト・興味を与えることができるという説明があった。作る側は当たり前のようにやっている工夫やこだわりを、きちんと消費者に伝わるようにするべき、講師の言葉から差別化に繋がるヒントが参加者に伝わったと思われる。
- 第2回では商品のキャラクター（らしさ）を色の印象や容器の形状によって商品イメージを表現することを紹介した。商品イメージ、食べる場面、容器の形状など、どのような「らしさ」を持つ商品としたいか、イメージをしてデザインしていくことを説明した。
- ロゴやデザインの重要性、商品にあるストーリーを伝える大切さなど、パッケージの素材だけではなく、商品価値を高めるブランディング、商品を見つめ直すことによってできる改善は参考になったようであった。参加人数は86名と多く、続編をしてほしいという声も聞かれ、新たなアイデアが沸き上がった人、さらには講師にデザインを依頼したいという人もいて、参加者からの反響が大きかった。今後さらに継続して実施していくとより発展性のあるテーマであると感じられた。

4）講師所感

- セミナー受講者数が多かったということから、やはり「“つくる”を得意とされる方々は“売る”の方法がわからない」は万国共通なのだと感じた。ゆえに概念的な考え方よりも研修動画の日本人農業者等の売る技術や工夫含め、“受講者の現場で即時必要とされる情報”を求められていることを強く感じた。
- 2 回のセミナー参加者の反応から、差別化するためには手を動かす前に頭を動かす重要性（＝初心者はある程度のルールに沿って組み立てること）を伝えたことで、驚きと共に理解を進ませる

ことができたと受け取った。ディスカッションや公開質問の時間があったことで、受講者内で商品の情報を拡散すると声が挙がったような国を越えての交流が生まれていたのは予想外で、とても素敵なことだと感じた。

5）研修生所感

- たいへんはっきりとしたコンセプトを教えていただいた。現地に合わせた質問、アドバイスが的確で丁寧で有益であった。またインタラクティブなやり取りがとてもよかった。今後の活動に活用しやすいことをたくさん学ぶことができた。また他の方々の商品を見ることも勉強になった。またオンラインでラテンアメリカの他国での取組がわかったこともよかった。続編を希望したい。
- 色やパッケージの形が消費者に与える商品イメージの大切さを改めて認識することができた。パッケージデザインの再確認、かけられるコストの再計算、ボリビアで消費者がパッケージの色や形に感じる事を日本と比べどのような違いがあるのか、改めて調べる必要があると感じた。田舎の家庭から出た商品が全国規模の有名ブランドになるまでの過程を理解できる事例などがあれば知りたい。
- 紹介文や色を活用して製品の見せたいところをアピールする方法は興味深い。事例紹介や質問に対するアドバイスは聞いていて参考になった。今回の研修で得た知識を活用してパッケージ改善に段階的に投資したい。半年、もしくは1年後に皆さんがどうパッケージに工夫したか、またその効果についてのセミナーを希望する。
- 研修コースは商品のビジュアル改善について重要な情報をわかりやすく説明してくれた。パッケージデザインを通じて地域の歴史・文化といったストーリーを紹介するというのは非常に興味深かった。セミナーによって、色々面白いアイデアが浮かび上がり有意義な時間だった。
- 商品のパッケージのデザインを改善し、顧客の目を引かせ競争相手にないものをアピールすることは効果的だと感じた。とても良い講演に感謝したい。
- 講演は非常に素晴らしいものでした。しかしながらパッケージやブランドを開発するのには専門家のデザイナーが必要。残念ながら地方の小規模農家のニーズを満たすデザインや広告会社は少なく、組合や協会は質の悪いサービスを高額で提供する問題がある。講師に直接依頼することができないものかと検討している。
- 色に変化をつけるという単純な方法で大きな違いをもたらし、シンプルなアイデアが大きなアイデアを生み、パッケージの投資に商品に大きな影響をもたらすと学んだ。またパッケージの種類、色の選び方、ロゴマークも余裕のあるときに段階的に投資することによって変化が得られると教えられた。デザインの重要性を農家達に広めるためにこのような研修はもっとやってもらいたい。
- 商品の売り方のコンセプトによってパッケージの形状や色の選び方が変わると学んだ。農産物の付加価値向上のセミナーに続いてこのセミナーに参加したので、商品の開発、ロゴのデザイン、オリジナルラベルを作り販売したいと考えている。

⑥ 規格外農産物による地域活性化

1）基本情報

講師	辻本 京子（遊子川ザ・リコピンズ代表）
期間	令和３年１月８日（金）8:00-9:30
場所	オンライン方式（Zoom）
参加者	日系農業者：合計 34 名（ブラジル 19 名、アルゼンチン４名、パラグアイ８名、ボリビア１名、ウルグアイ１名、不明１名） 関係機関：合計４名（JICA、日本企業）
内容	遊子川ザ・リコピンズは愛媛県の山間にある遊子川地区で、規格外のトマトを活用したトマト酢を作り、さらにケチャップ・ポン酢などの商品を販売している。女性の力で特産品を開発し地域を盛り上げていく事例を学ぶ。

2）参加者

ブラジル(19)	APPC 農協(3)、Kamino 農場(1)、Sul Brasil (1)、サンフランシスコバレー文化スポーツ協会(2)、トメアス農業振興文化協会(1)、兵庫県ブラジル事務所(1)、自営業(1)、ブラジル農協婦人部連合会(4)、モジダスクルーゼス農村組合(1)、ラーモス文化協会(2)、レジストロ地域農業生産者協同組合(1)、農家(1)
アルゼンチン(4)	AgroArgentinaJapon(1)、社会開発庁(2)、Ovop Argentina(1)
パラグアイ(8)	Foodies S.A. (1)、イグアス日本人会婦人会(3)、イグアス農協(2)、パラグアイ日系農協中央会(1)、ラパス日本人会婦人会(1)
ボリビア(1)	サンファン農協(1)
ウルグアイ(1)	ウルグアイ ORT 大学(1)
不明(1)	不明(1)
関係機関(4)	JICA(2)、JICA アルゼンチン(1)、NTC インターナショナル株式会社(1)

動画教材

セミナーの様子

3）実施概況

- 前年度事業で地域活性化というテーマで専門家として中南米に派遣し、女性団体から好評だった遊子川ザ・リコピンズの辻本代表に講義をしていただいた。教材動画では、遊子川ザ・リコピンズ発足の経緯や商品開発・販売の苦労、今後の目標について話してもらい、中南米で活動する女性団体と同じような規模で取り組んでいることが伝わるように心掛けた。
- 日本での農家の後継者不足問題、過疎化の話題はかなり前から言われてきたことだが、中南米の農業地域でも同様の現象が始まっている。セミナーは商品開発から雇用創出、次世代定着、人口増加を視野に地域一体となって真剣に取り組んでいる事例であったが、参加者に「もったいない」から始まった加工品づくりが次々と連鎖していく過程によって、課題解決になりうることを感じてもらえたと思われる。
- コロナ禍でどの団体も活動を制限されているが、食堂からお弁当デリバリーに切り替えて事業を継続している積極性にエネルギーをもらった人も多かった。世界的に難しい状況下ではあるが、女性団体同士の交流という意味でも、日本と中南米で励まし合い、活動推進の活力に繋がったと思われる。

4）講師所感

- オンラインでの講演というのは初めてではあったが、距離はあっても中南米の参加者が身近に感じられた。前年の1月にブラジルを訪問してから1年程度が経つが、こういった世界情勢の中でも再会できたことを嬉しく思う。中南米の方々とはぜひ今後も交流を続けていきたい。
- 動画の中ではトマト加工品を作るに至った経緯を説明すると共にコロナ禍で取り組む弁当デリバリーの新たな取組を紹介した。地域活性化の事例として様々な受賞をしたり講演活動をしたりしてはいるが、今現在も試行錯誤をしながら地域のために活動しているのは参加者とも変わらない。地域で力を合わせて取り組んでいる姿勢を見せることができたら幸いである。

5）研修生所感

- 講師のエネルギーそして周りの地域の方々をまとめる姿勢は素晴らしい。辻本さんの歩みを知り、私達の地域の生産物を見る目も変わった。地域で活動するにあたり周囲の人間をいかに巻き込むのかという点をきちんと考えることが重要だと考えている。
- トマトを育てた農家が自らの手で加工品やお料理やお弁当を販売までしているのが素晴らしい。扱っている商品の中でも特にこどもケチャップが印象的だった。トマトは様々な形でお料理に使用されているが、意外と子供はトマトが苦手なことが多い。子供向けに工夫されたケチャップを作るという発想に拍手を送りたい。コロナ禍の中、女性の活動も徐々に再開していくと思うので、今回のセミナーで聞いた活動を参考に、女性の力を試していきたいと思った。個人的には子供も喜ぶケチャップを作ってみようと思う。マイクとカメラをオフにしての参加が可能なセミナーのため、気軽に参加でき、ありがたかった。
- 立ち上げから現在に至るまでの経緯は全て興味深かった。地域で映画まで作ったとは驚いた。過疎化、地域おこし、付加価値、6次産業化といったキーワードは従事しているアルゼンチン一村一品プロジェクト（JICA）との関連性が高いので活用させていただきたい。今日のセミナーは地域おこし・一村一品といったプロジェクトでも十分に活用可能な内容だった。
- 辻本さんの話は本当にためになり、彼女のエネルギーに圧倒される。コロナ禍で自粛を余儀なくされている状態ではあるが、辻本さんのお陰で方法を工夫することによってできることがあると教えてもらえた。
- 女性の加工品を作る情熱に圧倒された。粘り強さと発想力で新しいビジネスの可能性を見出す姿は素晴らしい。農協や団体の管理職に女性が積極的に就けることが重要だと思っている。
- 辻本さんの言葉は励みになる。農業のことを全く知らないのに旦那さんと奈良県から愛媛県まで移住してトマト栽培を始め、苦労もたくさんあったと思うが、遊子川を盛り上げるための活動をしていることには脱帽する。ただ待っているだけでなく夢を追いかけることが重要だと教えられた。私も農業関係の仕事を始めたいと思っており、地域活性化に貢献したいという気持ちを辻本さんに後押してもらえた。
- 過疎化の中で地域で皆が知恵と力を合わせて頑張っている姿がとても印象的で感銘を受けた。町おこしとして何かやりたいとは思うが中々手が出せない現状がある。その中でも大きなヒントをもらえた気がする。リーダーが情熱をもってしっかりと皆をまとめているのがよく分かった。力と元気をもらえたことに感謝。