

2. 研修・交流事業

若手農業者等及び日系農業者団体女性部を日本に招へいし、座学と実習を通じた研修を実施するとともに、我が国から農業・食産業分野の専門家を派遣し、現地研修を実施する。

2.①若手農業者等の育成研修および 2.②日系農業者団体女性部の女性活躍推進研修の日本で実施する研修は以下の手順で研修テーマ決定および研修生選定を行い、成果の確認を行った。

1) 研修テーマの決定

- a. 過年度事業から要望のあった専門研修に関して、2.①若手農業者等の育成研修の枠の中で、事務局から専門研修のテーマ候補を提案し、第1回PMC（平成30年6月20日）で検討した。
- b. 第1回日系農業者等連携強化会議（平成30年7月25日）の際に会議参加者に意見を求め、候補の8テーマを決め、研修生の応募のあったコースから、最終的に5テーマ（直売所、野菜、飼料、加工、花）での実施となった。これに加えて、特定のテーマを設定せず、幅広く日本の農業分野の技術や農業ビジネスについて学ぶ「グループリーダー研修」も加えて、2.①若手農業者等の育成研修から6つのコースを設定した。
- c. 2.②日系農業者団体女性部の女性活躍推進研修からも希望者がいれば、同時期に実施する専門研修に一部参加することを認めた。

2) 研修生選定の手順

- a. 第1回日系農業者等連携強化会議（平成30年7月25日）にて事業全体の概要及び研修について説明し、研修生の応募を依頼した。
- b. 応募期限（平成30年8月25日）を設け、随時各農協等から推薦研修候補生の情報を収集した。
- c. 選定された研修候補生情報（氏名、出身地、所属組織）を日本側事務局へ連絡した。
- d. 平成30年9月7日の第2回事業推進委員会で承認した。

3) 選定基準

- ・参加希望者の熱意を優先とする。
- ・次世代の育成を考え、若手に機会を多く与えるとともに、既に指導的な立場にある農業者も含めることで、日系農業者団体同士の横の連携も強化する。
- ・候補者の人数比率に応じて、各国からバランスよく研修生を選ぶよう努める。

4) 成果の確認

a. 事前レポート

研修生は研修の意識づけのための事前レポートを作成して研修開始前に提出し、研修の目的や現在抱えている課題を明確化したうえで研修に臨む。

b. 研修報告書

研修生は研修中の所見や考察について報告書を作成し、研修の実施記録を残す。今年度は、本邦滞在中に共同でグループ報告書を作成し、帰国後に個別報告書を作成して提出することとする。併せてアンケートにより、研修への満足度や意見を聞き取る。

c. アクションプラン

帰国後に具体的にどういった行動を起こすか、研修の最後にアクションプランを作成し、研修の中で発表するとともに、帰国後に所属先等での報告を義務付ける。

実際の実施内容について次に述べる。

2.① 若手農業者等の育成研修（日本への招へい）

農業・食産業の組織やビジネスを牽引する役割を担う次世代リーダーとして見込まれる者を対象に、農産物の高付加価値化、6次産業化等について学び、日本国内における農業関係者との交流を深める研修を実施した。なお、研修は幅広く日本の農業分野の技術や農業ビジネスについて学ぶ「グループリーダー研修」に加えて、5つの専門研修「直売所」「野菜」「飼料」「加工」「花」を設けて、以下の通り実施した。

コース	日程	研修生
(1) グループリーダー研修	平成 30 年 9 月 29 日～10 月 21 日	6 名（ブラジル 5 名、ボリビア 1 名）
(2) 専門研修：直売所	平成 30 年 10 月 7 日～10 月 27 日	3 名（ブラジル 2 名、パラグアイ 1 名）
(3) 専門研修：野菜	平成 30 年 11 月 9 日～11 月 30 日	3 名（ブラジル 3 名）
(4) 専門研修：飼料	平成 30 年 11 月 17 日～12 月 7 日	3 名（ブラジル 3 名）
(5) 専門研修：加工	平成 30 年 11 月 17 日～12 月 7 日	3 名（ブラジル 2 名、ボリビア 1 名）
(6) 専門研修：花	平成 31 年 1 月 13 日～2 月 3 日	2 名（ブラジル 1 名、アルゼンチン 1 名）
		合計 20 名（ブラジル 16 名、アルゼンチン 1 名、パラグアイ 1 名、ボリビア 2 名）

(1) グループリーダー研修

1) 基本情報

日程	平成 30 年 9 月 29 日～10 月 21 日（計 23 日間）
場所	東京都、長野県、千葉県、茨城県、群馬県
研修生	6 名（ブラジル 5 名、ボリビア 1 名）
内容	本研修ではより多くの農業の現場を訪問すると共に、展示会視察や企業訪問によって日本の農業分野の新しい技術を学び、ビジネス展開の可能性を検討した。さらに次世代農業者に取り組む養成塾や農業ビジネスの起業家と交流を深めた。

2) 研修生

No.	性別・年代	国	組織	業務
1	男性 30 代 3 世	ブラジル	ユニオンカストレンセ農協	組合員
2	女性 20 代 3 世	ブラジル	バルゼアアレグレ農協(CAMVA)	組合員
3	男性 30 代 非日系	ブラジル	サンジョアキン農協 (SANJO)	組合職員
4	男性 50 代 2 世	ブラジル	パラナ州日伯アリアンサ文化協会	会員
5	女性 40 代 2 世	ブラジル	ノバアリアンサ農協 (COANA)	組合員
6	男性 20 代 3 世	ボリビア	コロニア沖縄農協 (CAICO)	組合員

3) 日程

日数	日付	曜	内容	場所
1	9 月 29 日	土	サンパウロ発	
2	9 月 30 日	日	台風の影響で飛行機遅延	
3	10 月 1 日	月	羽田空港着	東京
4	10 月 2 日	火	東京国際包装展 2018	東京
5	10 月 3 日	水	食品開発展 2018	東京
6	10 月 4 日	木	イミー株式会社、片倉機器工業株式会社	長野
7	10 月 5 日	金	岡田農園、ホクト株式会社、須長食菌	長野
8	10 月 6 日	土	高寺農園、関観光農園	長野
9	10 月 7 日	日	パラナ日伯商工会議所	長野
10	10 月 8 日	月	東京へ移動	東京
11	10 月 9 日	火	大田市場、住友ベークライト株式会社	東京
12	10 月 10 日	水	次世代農業 EXPO（※合同）	千葉
13	10 月 11 日	木	次世代農業 EXPO、房の駅草刈（※合同）	千葉

14	10月12日	金	木内酒造、ふれあいファーム芳野（※合同）	茨城
15	10月13日	土	ひたちなか海浜公園、中間総括（※合同）	茨城
16	10月14日	日	群馬へ移動	群馬
17	10月15日	月	こんにやく工房 迦しろう、田村農園（※合同）	群馬
18	10月16日	火	野菜くらぶ、ぐんまフロントランナー養成塾（※合同）	群馬
19	10月17日	水	JA 邑楽館林、東農園・斉藤農園・尚香園（※合同）	群馬
20	10月18日	木	JA 農産物直売所 ぼんぼこ（※合同）	群馬
21	10月19日	金	研修総括、農林水産省報告会（※合同）	東京
22	10月20日	土	帰国準備	東京
23	10月21日	日	羽田空港発、サンパウロ着	

※若手農業者等の育成研修「専門研修：直売所」と合同で実施



展示会の視察



りんご農園の見学

4) 研修の成果・考察

- 農産物の高付加価値化が求められる昨今、日本の農家は少しでも収益を上げるため、6次産業化の取組を行っていた。研修生は、取組をそのまま真似ることはできないが、現地に適応させる方法を考えていく必要がある。
- 展示会では日本全国の農業・食品関連企業が一同に集まるため、南米に関心のある日本企業の掘り起こしや意見交換には最適である。研修生も最初は物怖じしていたが、慣れてくると多くの企業と意見交換ができるようになった。**展示会は日本企業とのマッチングにおいては非常に有効**であり、今後も積極的に利用していくと良い。
- 研修生の関心がある日本の企業がいくつかあったものの、初めての輸出先となる場合、申請書類の準備等で手間がかかるため、南米へ輸出しないと考える企業が多かった。南米の輸出入手続きに関する資料を提示できるとビジネスマッチングがより具体的に進むと考えられる。
- 日本の生産者は、消費者一人一人のことを大切に思っており、研修生にとっては非常に印象に残ったようだった。量より質を考える日本市場と、質より量を求める南米の市場は正反対ではあるものの、高品質の農産物がブラジルでも徐々に導入されてきているので、今回の研修で学んだような**農産物の差別化・ブランド化**の取り組みをぜひ実践してもらいたい。
- 本研修では専門的・集中的に特定のテーマにフォーカスせず、日本の農業の取組について広く全般的に学ぶような内容とし、さらに東京国際包装展2018、食品開発展2018、次世代農業EXPOという**3つの展示会視察**を組み入れて、日本企業とのビジネスマッチングをより意識させる内容とした。結果として、2月に農業ビジネスセミナーに派遣した鮮度保持フィルム企業と本研修生の所属農協の間で商談が始まった。研修生による報告書にも、日本企業への関心が記載されており、学びだけではなく、ビジネスに繋がりを図ることができたといえる。

5) 研修生による報告書（原文表現尊重）

a. 有益であった点・特に印象に残った点

- 商品に付加価値を付けること、ニッチ市場をターゲットにすること、生産物の多様化の可能性も考えることができた。国内市場の需要を満たすために、農協や生産者の経済的持続性を目指して、中長期的な計画に導入されるべきである。
- 商品の多様化。年間通して農家の収入を多くするために、一種類の栽培に固執せず、種類を増やすことである。今回訪問したリンゴの農家では、リンゴ以外にも桃や米、アスパラガスも栽培しており、興味深かった。生産物を多様化すれば、同じ地域で様々な商品があり、遠い地域から商品を運ぶ必要もなくなる。自分の地域で取れたものであれば新鮮な状態で提供もできる。例えば、果物の場合は熟す少し前に収穫すれば、消費者には甘くて新鮮で美味しい状態で提供できる。また、遠いところまで運ぶ必要性はなくなるので安く提供できる。
- 直売所は今後ブラジルでも可能性のあるアイデアだと思う。実際に実行しているところもあるが、まだ少ない。ブラジルではまだCeasa（中央卸売市場）等に商品を持って行って販売するのが一般的である。直売所では消費者とのコミュニケーションにより、必要とされている情報をすぐに知ることができ、次に新しい商品のパッケージや量も考えることができる。そして、収入もすぐに手に入る。個人組織や農協でも直売所を運営し、消費者に常に新鮮な商品を提供できる。
- 商品のブランド化で、生産者が自身の商品にプライドを持って紹介していたのが印象的だった。直売所では、消費者の信頼を得るため、そしてブランドを覚えてもらうために、各商品にはそれぞれの生産者の顔写真と商品の食べ方のレシピも備えられていた。多くの消費者は一度その商品を気に入れば目移りしない。また、若手農業者が自身の商品を紹介する際に、栽培や加工そして商品の販売をすることの満足感と喜びで、目が輝いているように感じた。
- 日本で実際に経済的に使える土地は小さいにも関わらず、日本の最先端技術は農業に多く活用され、お米の栽培は自給が可能だと思った。野菜作りにも技術が導入され、若手の生産者が仕事できるように投資があることも印象的だった。
- 直売所では、生産者が決められた場所に商品を並べ、値段を決める。売り上げの約15%~20%が手数料として引かれる。この方法で最も興味深かったのは生産者の顔が商品と一致するようになっていて、品質の良い商品作りに力を入れることである。この販売方法では生産者は良い商品を生産するようになり、直売所では消費者に対してより良い対応を提供することが印象的だった。
- 一番印象に残った訪問先は群馬県庁のぐんまフロンタランナー養成塾。次世代の農業を担っていく群馬県の若者を育てることを目的とした、無料で受けられる塾である。日本農業の現状、経営の仕方、販売戦略等、様々な知識をこの塾で得ることができる。さらに、講師の方が親身になり、分かりやすいように生徒一人一人に説明していたのが印象に残った。

b. 南米と日本とのビジネスの可能性

- イミー(株)の発芽技術はビジネスの可能性があると考えた。例えば、非遺伝子組み換え大豆を発芽させ、国内外の市場に出す可能性、また、自分たちの地域ではコーヒーの栽培はないが、州の北部地域では栽培されているので、発芽コーヒーとしてコーヒー豆に付加価値を付ける可能性はあると考えた。詳しい情報やブラジルとのパートナーシップの可能性も探してみたい。例えば、当地域で栽培されている商品の輸出、または新しい商品開発等が検討される。CCIBJ（日伯商工会議所）を通して、投資してくれる企業等をリサーチしたり、原材料を供給して頂く生産者を探す。
- パレット包装機、ドローンでのモニタリング技術、自動芝刈り機、クッキーの自動生産とパッキング機械、コンピュータデザインによる自動印刷機と包装のカット機械、そして新鮮な野菜を長い時間保つことができる包装等が印象に残った。
- 住友ベークライト(株)に関心がある。私たちが必要としているニーズ（果物の消費期限／賞味期限を長くすること）に応えてくれる要素があるからである。これにより、私たちのブランドの生産物は、鮮度の良いものとして消費者まで届けることができ、美味しい状態で商品を消費してもらい、再び商品を購入してもらえることが考えられる。サンプルのテスト結果が良ければ、将来的にはプラスチック製造会社に自分の地域の気候、気温、ロジスティクスに合わせて依頼したい

と思っている。

- 最も印象に残ったのはハサミを製造しているサボテンという会社である。帰国してからハサミのテストができるように、4種類のハサミを頂いた。早速農協のメンバーとテストしたところ良い評価が得られた。サボテンや他の農業資材メーカーのカタログを見ていたところ、ハサミを長持ちさせるために専用のクリーニング製品もあることを知った。これは、ブラジルでは見たことがない。
- 土壌改良のGs酵素の輸入ができれば、とても良いと思った。またGS酵素を鶏に使用して、鶏糞の臭い・乾燥・硬さの変化やハエの増減を確認する。最初の試験は自分の鶏舎で行い、良い結果が得られたら、環境にも優しいGS酵素を所属する農協の組合員に薦めたい。

c. 帰国後の所属先・地域での改善・新たなビジネスの可能性

- 商品のブランド化が必要であるとわかった。特に、若者世代には彼らが食べている卵はその州にある卵会社が生産していることを知ってもらいたい。ホームページ作成を通して、私たちの卵と食べている卵の原点を伝えたい。また、グリーンツーリズムを通して、私たちの養鶏場と生産を紹介することができる。この方法であれば生産者も消費者も刺激される。
- パラナ州のロンドリーナ市で毎年6月に、最も大きいイベントExpoJapãoが行われる。最も良い農産物や生産者、そして加工食品が審査委員会から選ばれる。それらの生産者とコンタクトを取り、直売所の説明を実施する。
- ブラジルの国内市場のためにパッケージ袋が必要だとメーカーにアピールする。私たちの農協では、昨年から国内市場での売り上げが伸びている。これはブラジルのみでなく、私たちの気候と似ている国々の生産者も抱える悩みである。実際にプラスチックで商品の袋詰めをする人々は丁寧に物を扱わないので、袋のコストは高くないのが望ましい。



展示会会場の様子



こんにゃく製造工房の見学



生産者訪問



農協直売所の視察

(2) 専門研修：直売所

1) 基本情報

期間	平成 30 年 10 月 7 日～10 月 27 日（計 21 日間）
場所	東京都、千葉県、茨城県、群馬県、鹿児島県、宮崎県、熊本県、福岡県
研修生	3 名（ブラジル 2 名、パラグアイ 1 名）
内容	本研修では道の駅や観光農園といった生産者による直売の取り組みに特化した。さらに展示会視察や企業訪問によって日本の農業分野の新しい技術を学び、ビジネス展開の可能性を検討した。また次世代農業者に取り組む養成塾や農業ビジネスの起業家と交流を深めた。

2) 研修生

No.	性別・年代	国	組織	業務
1	男性 50 代 3 世	ブラジル	バストス地域鶏卵生産者協会	会員
2	女性 20 代 3 世	ブラジル	サントイザベル・サントアントニオドタウアー地域生産者組合	組合員
3	男性 30 代 3 世	パラグアイ	ラパス農協	組合職員

3) 日程

日数	日付	曜	内容	場所
1	10 月 7 日	日	サンパウロ発	--
2	10 月 8 日	月	羽田空港着	東京
3	10 月 9 日	火	オリエンテーション	東京
4	10 月 10 日	水	次世代農業 EXPO（※合同）	千葉
5	10 月 11 日	木	次世代農業 EXPO、房の駅草刈（※合同）	千葉
6	10 月 12 日	金	木内酒造、ふれあいファーム芳野（※合同）	茨城
7	10 月 13 日	土	ひたちなか海浜公園（※合同）	茨城
8	10 月 14 日	日	群馬へ移動	群馬
9	10 月 15 日	月	こんにやく工房 迦しょう、田村農園（※合同）	群馬
10	10 月 16 日	火	野菜くらぶ、ぐんまフロントランナー養成塾（※合同）	群馬
11	10 月 17 日	水	JA 邑楽館林、東農園・斉藤農園・尚香園（※合同）	群馬
12	10 月 18 日	木	JA 農産物直売所 ぼんぼこ（※合同）	群馬
13	10 月 19 日	金	アンテナショップ、農林水産省報告会（※合同）	東京
14	10 月 20 日	土	休日	東京
15	10 月 21 日	日	鹿児島へ移動	鹿児島
16	10 月 22 日	月	東康夫養鶏場、道の駅えびの	宮崎
17	10 月 23 日	火	株式会社ジェム、A コーポ八女店、水本オレンジガーデン	熊本
18	10 月 24 日	水	ココロファーム、JA 熊本みかん生産者、選果場	熊本
19	10 月 25 日	木	果実の国カップルズ、道の駅阿蘇	熊本
20	10 月 26 日	金	研修総括	東京
21	10 月 27 日	土	羽田空港発、サンパウロ着	

※若手農業者等の育成研修「グループ研修」と合同で実施



農協経営の直売所



イチゴ観光農園

4) 研修の成果・考察

- ▶ 日本での直売所の運営において共通していたものは「消費者を大切にすること」及び「生産者との関係を良好にすること」だと、研修生は学んでいた。さらに、直売は消費者と生産者を直接繋ぐ役目があり、それによってトレーサビリティが確立され、消費者は安心感が得られ、生産者も自らの生産物に誇りを持つことができるwin-winのシステムだと感じていた。
- ▶ 直売所は、雇用の創出や観光客を誘致することができ、地域活性化に繋がる可能性があることを学んだ。可能な限り、地域の関係者を巻き込むことがポイントであるものの、研修生からは信じていた人に裏切られた経験から、地域との協力体制を構築することが難しいという課題も挙げた。
- ▶ 本研修では「直売所」をテーマにし、様々な経営手法の直売所を視察した。直売所の運営主体は大きく分けて以下の5つになる。①民間企業、②生産者グループ、③JA、④NPO法人、⑤個人（観光農園）。それぞれの長所と短所を見比べることができた。帰国後は日本の良い例をコピーするのではなく、各研修生の地域に合った直売所の運営方法を検討する必要がある。
- ▶ 帰国後にすでに地元で直売所開設の可能性を現実的に検討している研修生もいて、農産物を自ら消費者に販売できるという直売所の有効性を理解してもらい、実践に繋がりうる成果を残すことができたと思われる。

5) 研修生による報告書（原文表現尊重）

a. 有益であった点・特に印象に残った点

- ▶ 日本の生産者は、限られた資源・面積・原料を最大限に活用し、農業を行う傾向がある。厳しい目を持つ消費者のために、生産者が厳しい基準で商品を選別している。品質の低い農産物は加工品の原料やレストラン等へ割り当てられる。生産者は常に農産物の差別化を追求し、利益向上のために、選別基準を変えながら新たなニッチ市場を求める等、戦略を取っている。新たなブランドやマーケティング方法を作成したり、商品の付加価値化や加工等を行ったりしながら、その商品に見合う消費者をターゲットにする。1つの農産物から様々な商品を生み出すことが可能である。例えば、落花生は加工されて様々な形の商品に生まれ変わっていた。
- ▶ 6次産業化（生産、農産物の付加価値化と加工、消費者への販売を結びつけること）の取組や、高付加価値の農産物（特に、卵）を見て、自分の生産した卵の販売方法の改善（利益が増えるように、且つ他社より目立つように）が可能だと考えさせられたこと。野菜・果物のブランド化が印象的だった。6次産業化するのなら、ブランド化はやるべきだと思った。「良い物を作って売る」でも良いが、やはり加工するのが一番良い方法だと思う。
- ▶ 直売所の経営方法には、企業／組合／農協が経営する方法や行政が関わらない経営方法も可能ということから、自分の地域の販売方法を見直すきっかけとなったこと

b. 南米と日本とのビジネスの可能性

- ▶ 次世代農業EXPOでは革新的な製品が多く展示されていた。メディアでも多く取り上げられている技術もあった。ソーラーエネルギー、ドローン、灌漑システム、生鮮品の包装資材、有機栽培システム、植物の育成を促す照明、大規模の水耕栽培、日常の農資材まで幅広く展示されていた。高価だが、最も革新的な商品だと思ったのは発泡ガラスである。発泡ガラスを土に混ぜると、水分が多い土壌では水を吸収し、乾燥している土壌では土が乾かないように水分を保持する。
- ▶ 次世代農業EXPOではその他に、日産スチール工業が取り扱っている「フレッシュママ」というプラスチックフィルム（卵や果物の鮮度を長時間保つ機能性フィルム、生鮮食品の出すエチレンガスを分解する）、住化積水フィルムのプラスチックフィルム（果物や野菜等から発生するエチレンガスを吸着透過し、鮮度を長持ちさせる）、株式会社SUMIDAの耐久性10年の農業用シート、など、組合員に紹介し、コストが合えば輸入を検討する。こちらサンプルを頂いたので、テストをする。

- ブラジルの商品に興味を持ち、輸入したいと言っていた(株)野菜くらぶへ、組合員の商品の輸出ができると考えている。つまり、SINPRIZは中間役として両者を繋ぐことができる。また、パラ州の代表的な商品の輸出の促進も可能になる。さらに、外国からの労働者の受け入れにも興味を示していたので、需要の人数が明確になれば専門会社にコンタクトすることもできる。
- 日本の企業とのビジネスは難しいと思う。最先端の機械や資材等が欲しくても、日本からの輸入が難しいからである。たとえ、機械等を持って来れたとしても、その機械等の技術者が必要不可欠である。そのため、南米に日本企業の支店があれば一番良い。日本に対してビジネスを行うとしたら、パラグアイで大量に作っている大豆や小麦等の作物の輸出が挙げられる。

c. 帰国後の所属先・地域での改善・新たなビジネスの可能性

- 直売所の重要性を示し、会員のためのプロジェクトを企画したい。消費者を引き寄せるためには、ブランドを立ち上げ、品質基準を作ることが必要である。商品の販売促進のために、イベントや試食会、デモンストレーション等を行う必要もある。これは長期間のプロジェクトになるので、できるだけ多くのバストス市民を巻き込んで、小規模生産者へ農業ビジネスの可能性を示したい。
- 個人的には組合ではなく企業経営型の直売所を作りたい。地域のユニークで高品質な商品に価値を付ける。そして、商品の販売や加工を増やし、他の生産者の商品も扱いながら幅広くやりたい。また、同じ場所にガソリンスタンドや魚釣場、レストラン、そしてレジャースペース等を設置する、など。
- 直売システムは、ラパス農協でも取り入れている。しかし、売れ残りが目立つので、加工の方にもっと力を入れたい。地域でできた「野菜・果物等の加工品」のブランド化をすれば面白いと思った。



道の駅の視察



コッコファーム

(3) 専門研修：野菜

1) 基本情報

期間	平成 30 年 11 月 9 日～11 月 30 日（計 22 日間）
場所	東京都、群馬県、埼玉県
研修生	3 名（ブラジル 3 名）
内容	本研修では主に農家研修によって野菜の栽培技術、包装、販売などに特化して学び、さらに受入農家との交流を深めた。直売所を視察して地産地消の取組を知ると共に、農業用機械の企業、植物工場といった農業分野における技術革新を学んだ。

2) 研修生

No.	性別・年代	国	組織	業務
1	男性 30 代 2 世	ブラジル	カップボンボニート農協	組員
2	男性 20 代 3 世	ブラジル	レジストロ地域農業生産者組合	組員
3	男性 20 代 3 世	ブラジル	モジダスクルーゼス農村組合	組員

3) 日程

日数	日付	曜	内容	場所
1	11 月 9 日	金	サンパウロ発	
2	11 月 10 日	土	羽田空港着	東京
3	11 月 11 日	日	高崎へ移動	群馬
4	11 月 12 日	月	オリエンテーション（自然塾寺子屋）	群馬
5	11 月 13 日	火	自然塾寺子屋 農家研修：茂木農園（さといも収穫）	群馬
6	11 月 14 日	水	自然塾寺子屋 農家研修：茂木農園（マルチ設置）	群馬
7	11 月 15 日	木	自然塾寺子屋 農家研修：茂木農園（玉ねぎ植付）	群馬
8	11 月 16 日	金	自然塾寺子屋 農家研修：茂木農園（直売所視察、イチゴ栽培）	群馬
9	11 月 17 日	土	自然塾寺子屋 農家研修：吉田農園（下仁田ネギ収穫）	群馬
10	11 月 18 日	日	自然塾寺子屋 農家研修：吉田農園（富岡市産業祭）	群馬
11	11 月 19 日	月	自然塾寺子屋 農家研修：吉田農園（有機農業、ぼかし）	群馬
12	11 月 20 日	火	自然塾寺子屋 農家研修：吉田農園（有機農業、長ネギの手入れ）	群馬
13	11 月 21 日	水	自然塾寺子屋 農家研修：高野農園（イチゴ）	群馬
14	11 月 22 日	木	自然塾寺子屋 農家研修：高野農園（レタス）	群馬
15	11 月 23 日	金	自然塾寺子屋 農家研修：高野農園（下仁田ネギ祭り）	群馬
16	11 月 24 日	土	自然塾寺子屋 農家研修：高野農園（ナス）、報告会	群馬
17	11 月 25 日	日	休日	群馬
18	11 月 26 日	月	株式会社ティー・エス（ネギ）	埼玉
19	11 月 27 日	火	タイガーカワシマ（農業用機械）、農産物直売所ぼんぼこ、大気社植物工場ベジファクトリー	群馬
20	11 月 28 日	水	研修総括	東京
21	11 月 29 日	木	羽田空港発	
22	11 月 30 日	金	サンパウロ着	



マルチの設置作業



イチゴ栽培ハウスの見学

4) 研修の成果・考察

- 12日間という集中した期間での農家研修は今年度初めての試みだったが、研修生達は熱心に農作業に取り組み、充実した研修となったようであった。受け入れてくれた農家さん達も農作業で忙しい中、研修生に教えるという時間を取ってくれただけでなく、それぞれ食事をふるまったり資材店へと連れて行ったりと、研修生をもてなしてくれ、その人的交流も研修生達にとっては大きな財産となった。
- 技術的には、マルチの設置、小規模農家用の耕作機械の使用、有機肥料（ぼかし）の作り方といった日々の農作業を手伝うことで、自分達の地域で行うのとは違う農法に触れて新たな学びとなった。
- ビジネスという視点からは、農業用機械のタイガーカワシマ社を訪問し、細かい点まで助けてくれる精米機に感心する他、野菜等の洗浄機はブラジルでも需要があるということであった。残念ながら同社は現在東南アジアでの事業を展開し、南米への事業展開までは検討できないという状況であるようだった。タイガーカワシマ社の製品以外でも、研修生達が農作業で使ったような小規模農家用の農業機械はブラジルでも需要があるとのこと。日本の農業機械は引き続き南米日系農業者とのビジネスマッチングの候補となりうる。
- 日本と南米では気候や土壌が異なるため、栽培技術自体は直接活用できるわけではないかもしれないが、有機肥料の作り方などは現地の材料を使って応用しうると考えられる。一方で、研修生が農家の作業を手伝う中で目にした生産計画や品質管理は、彼らの生産性向上に役に立っていくであろう。

5) 研修生による報告書（原文表現尊重）

a. 有益であった点・特に印象に残った点

- 小規模農家用の機械が豊富であり、様々な機械（畑づくりとマルチ張りを同時にできる機械、玉ねぎの苗を植える機械、土を表面の肥料と混ぜる機械、回転式の鍬で畝間の雑草をとる機械、温室のコンピュータ温度管理や自動開閉等）や器具（温室の温度調整器、背負い型肥料撒き器等）といった特定の作業用の機械を使って、効率的に農作業を進め、生産性を高めている点が印象的だった。
- 組織（JA等）が栽培の技術支援（例えば土壌分析に基づいた肥料の推奨等）および販売支援（販路をつなぐ）を行うこと。さらに生産サイクルが一年を通して計画・実行されることも印象に残った。植え付けから収穫まで四季それぞれの気候の特徴を作物の性質に合わせて活かしている。生産・販売計画の大部分は各地方に支部があり、加工、保管、輸送、資材の販売、場所によっては地元の製品の販売まで行っているJAによって行われている。青果物が長持ちするように適切な温度に調整された空間での保管の仕組みを持つ優れた流通システムを有している点。
- 農産物の品質の高さ。栽培から商品化まで、厳しい選別基準に従い（大きさ、形、色、重さ、衛生状態等）、農産物に付加価値を付ける包装で厳しい消費者の要求に応えている。

b. 南米と日本とのビジネスの可能性

- タイガーカワシマを訪問する機会があり、野菜洗浄の機械が興味深かった。ブラジルでは最低限の洗浄だけをした状態の野菜が販売されているが、今後は野菜の洗浄、品質、効率性を改善するため、こういった機械の導入も選択肢になりうる。ビジネスという点では、ブラジルの野菜加工の会社との間で可能性があると思う。モジダスクルーゼスのカット野菜企業で使われている機械はドイツ、オランダ、アメリカなどからの輸入品である。
- その他のビジネスチャンスとしては日本の小型の農業機械が挙げられる。これはブラジルで「家族経営」のカテゴリーに入り政府から機械購入時に補助金を受け取ることができる多くの生産者にとって利用価値があるものである。

c. 帰国後の所属先・地域での改善・新たなビジネスの可能性

- 商品の付加価値化をめざして農家や組織（組合）が導入できるよう包装の仕方や食品の規格を開発し農家を指導する。商品の見栄えがよりよくなり消費者受けするように改善する。
- 道路脇の交通量が多いところに直売所（道の駅）を作る可能性を所属先や地域で検討する。より大きな利益と雇用を地域に生む。
- 生産計画の策定。まず生産性が最も上がる季節を考え他の生産者と一緒に計画を行い、植え付けに最適な時期とそれぞれが植えたい作物、その可能性を探すようにする。



レタスの出荷作業



長ネギの規格の確認



農産物直売所の視察



植物工場の見学

(4) 専門研修：飼料

1) 基本情報

期間	平成 30 年 11 月 17 日～12 月 7 日（計 21 日間）
場所	東京都、神奈川県、茨城県、群馬県、千葉県
研修生	3 名（ブラジル 3 名）
内容	本研修では特に、穀物（大豆、トウモロコシ等）の付加価値向上のため、濃厚飼料の品質を向上させる技術を学ぶことを目的とした。さらに展示会視察や企業訪問を組み入れて日本の農業分野の新しい技術を紹介することで、ビジネスマッチングを図った。食品リサイクルによる飼料製造といった先進的取組や、牧場・養鶏場といった畜産現場を訪問した。

2) 研修生

No.	性別・年代	国	組織	業務
1	男性 20 代 4 世	ブラジル	コパセントロ農協	生産者
2	男性 40 代 3 世	ブラジル	アダマンチーナ文化体育協会	農業技師
3	男性 20 代 2 世	ブラジル	農業技術普及交流センターIPTDA	生産者

3) 日程

日数	日付	曜	内容	場所
1	11 月 17 日	土	サンパウロ発（※合同）	
2	11 月 18 日	日	羽田空港着（※合同）	東京
3	11 月 19 日	月	オリエンテーション（※合同）	東京
4	11 月 20 日	火	EXPO アグロ・イノベーション 2018、野菜・果物ワールド（※合同）	東京
5	11 月 21 日	水	大田市場、アンテナショップ視察（※合同）	東京
6	11 月 22 日	木	日本フードエコロジーセンター、マルキョ果樹園、直売所ベジタペーな（※合同）	神奈川
7	11 月 23 日	金	休日	東京
8	11 月 24 日	土	休日	東京
9	11 月 25 日	日	筑波へ移動	茨城
10	11 月 26 日	月	国際農林水産業研究センターJIRCAS（日本の畜産）	茨城
11	11 月 27 日	火	農研機構畜産研究部門（肉の輸入、家畜の消化）	茨城
12	11 月 28 日	水	農研機構畜産研究部門（飼料製造、TMR：混合飼料）	茨城
13	11 月 29 日	木	農研機構畜産研究部門（畜産インテグレーション、6 次産業化）	茨城
14	11 月 30 日	金	農研機構畜産研究部門（畜産の課題）、東京へ移動	茨城
15	12 月 1 日	土	松井牧場	群馬
16	12 月 2 日	日	休日	東京
17	12 月 3 日	月	奈良養鶏園、豊橋飼料(株)千葉工場	千葉
18	12 月 4 日	火	休日	東京
19	12 月 5 日	水	農水省表敬訪問（※合同）	東京
20	12 月 6 日	木	研修総括（※合同）	東京
21	12 月 7 日	金	羽田空港発、サンパウロ着（※合同）	

※若手農業者等の育成研修「専門研修：加工」と合同で実施



牧場の視察



飼料工場の原料船

4) 研修の成果・考察

- メインは茨城県つくば市の研究機関（JIRCAS、農研機構）での飼料に関する5日間の講義。鳥、豚、牛といった家畜の濃厚飼料に関する講義・ディスカッションをし、専門的なテーマに取り組んだ。残念ながら、家畜感染症予防のために農研機構の飼育現場は見ることはできなかったが、飼料分野の新技术や潮流について学ぶことができた。
- 畜産の現場としては、群馬の牧場や千葉の養鶏場を視察した。特に鶏卵生産者の研修生にとっては、自家配合飼料によるこだわり卵が、通常の卵より5倍以上の値段にもかかわらず売れていくのを目の当たりにしたことは大きな驚きとなり、付加価値によって差別化された商品を作ること検討する機会となった。
- 飼料の製造についても、豊橋飼料を訪問し、原料輸入からペレット化した配合飼料の成形まで一連の作業工程を見学した。日本の配合飼料の製造から消費までの流通過程や、配合についての買い手側の注文に対して工場側がどのように対応しているかを学んだ。
- 食品リサイクルの飼料工場では、食品残渣から豚用の液体飼料を製造する過程を見学した。食品残渣を有効活用して食品ロスを減らし、家畜飼料にするという先進的事例は印象的な訪問のひとつとなった。
- 本事業でも以前から話のあった、日本に対して飼料用作物を輸出するという点で、ビジネスマッチングに繋げることは今回できなかったが、研修生の報告書にあるように、ベータカロテンの含有率が高いトウモロコシや、蒸気と圧力を利用するペレット製造テクノロジーを用いれば、ブラジル産トウモロコシが日本で利用される可能性はあると考えられる。今回日本の飼料事情についての情報を持ち帰り、また今後の展開へ繋げていくことが必要である。

5) 研修生による報告書（原文表現尊重）

a. 有益であった点・特に印象に残った点

- TMR（Total Mixed Ration混合飼料、完全飼料）という繊維質や濃厚飼料を含み、長期保存が可能となるように包装・圧縮・密封し梱包する技術の飼料。TMRは、日本でも新しいテクノロジーで、反芻動物にのみ有効である。ペレット化する前に圧力と高温で処理することにより消化性を高めることを目的とした、ペレット製造のテクノロジーについても学んだ。このテクノロジーは、あらゆる畜産システムにとって有益である。
- 食品廃棄物（弁当、パン、麺類、野菜等）をリサイクルして、豚用飼料（液体、ペースト）製造する方法は興味深かった。
- アグロ・イノベーション2018で、製紙やセルロース生産の廃棄物を反芻動物用飼料の原料としてトウモロコシやエネルギー源の代わりに活用する革新的な研究。牛用飼料のコスト削減につながる。
- ビタミンが豊富な卵といった、こだわった飼料を使って育てたものを差別化して販売する点が興味深く、ブラジルでも一部の消費者向けに販売することができると感じた
- 飼料製造工場（豊橋飼料）では、地域の多くの生産者のために飼料を製造しており、生産能力も極めて高い。さらに、品質管理が非常に厳しく、常に混合物の分析や他の様々な分析を行い、家畜用飼料の安全性を保証している。

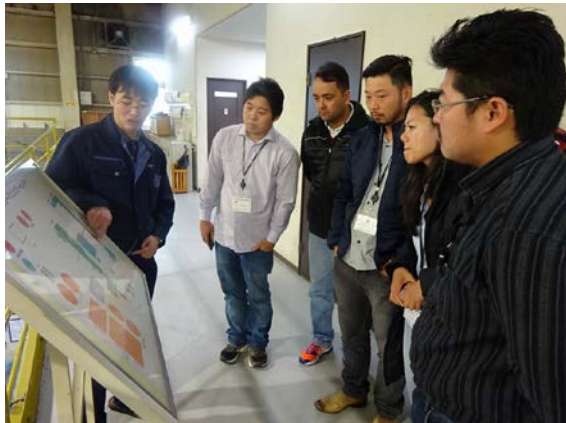
b. 南米と日本とのビジネスの可能性

- 日本では黄身の色が濃い卵を消費者が好むため、採卵鶏用の飼料にパプリカを加える手法が一般的となっているとのこと。コパセントロ農協にとっては、飼料の原料としてブラジル産のトウモロコシを日本に輸出することが一つの機会となり得るであろう。ブラジル産のトウモロコシは、色合いのバリエーションが豊富であるが、アメリカ産のものに比べると、ベータカロテンの濃度が高いためにオレンジがかった色のものが多い。ベータカロテンの含有率が高いトウモロコシを与えれば、卵黄の色が濃くなり、飼料にパプリカ等の他の原料を加えなくてもよくなると思われる。

- ブラジルから日本への牛肉及び豚肉の輸出にとって大きな制限となっているのは、口蹄疫による衛生面の問題であるとのこと。サンタカタリーナ州の牛肉のみ日本へ輸出可能であるが、コパセントロからの積出港はサンパウロ州あるいはパラナ州の港となるため、日本政府が認めない地域を通過することになり、輸出は不可能である。
- 飼料製造会社はペレット状の飼料を製造するテクノロジーを有することから、特に牛用飼料の製造向けにブラジル産トウモロコシを輸出することは一つの可能性である。ブラジル産トウモロコシはアメリカ産のものに比べて、デンプンが少ない。しかし、蒸気と圧力を利用するペレット製造テクノロジーを用いれば、ブラジル産トウモロコシもアメリカ産トウモロコシと同じように消化されやすくなるため、その利用の可能性も高まる。
- アグロ・イノベーション2018では、日本のアグリビジネス分野の多くの企業について知ることができ、また、ブラジルではまだ製造されていない様々な機械を見ることができた。展示会で複数の企業の連絡先を入手したので、将来的に、機械の商談や情報交換等を検討する可能性がある。

c. 帰国後の所属先・地域での改善・新たなビジネスの可能性

- コパセントロ農協では、穀物（大豆、トウモロコシ）の集荷、選別、保管、出荷を行っている。実施可能な改善としては、出荷する製品や、選別、乾燥、洗浄の過程で生じる副産物に付加価値をつけることである。また副産物を飼料の原料として活用する方法の模索と、その市場の開拓。
- ビタミン類の分量を増やした濃厚飼料を用いて、より黄身の色の濃い卵を作り、付加価値を高めることに取り組みたい。「アグロ・イノベーション」で得た知識を活用し、コーヒーの粉を家畜の排泄物に混ぜて悪臭を取り除く新しい方法を学んだ。また自分の地域に大規模な製紙工場があることから、トウモロコシの代わりにセルロースを使った飼料について研究を行う可能性を検討する。



食品残渣による飼料工場



農研機構での飼料講義

(5) 専門研修：加工

1) 基本情報

期間	平成 30 年 11 月 17 日～12 月 7 日（計 21 日間）
場所	東京都、神奈川県、長野県
研修生	3 名（ブラジル 2 名、ボリビア 1 名）
内容	本研修では果物の付加価値向上のため、減圧乾燥といった加工技術やブランディングに特化した。さらに展示会視察や企業訪問を組み入れて日本の農業分野の新しい技術を学び、ビジネス展開の可能性を検討した。また地元の特産品を活用した商品開発の取組について学んだ。

2) 研修生

No.	性別・年代	国	組織	業務
1	男性 30 代 3 世	ブラジル	モジダスクルーゼス農村組合	組員
2	男性 40 代 3 世	ブラジル	トランスアマゾニカ農協	組員
3	女性 40 代 2 世	ボリビア	サンフアン農協	組員

3) 日程

日数	日付	曜	内容	場所
1	11 月 17 日	土	サンパウロ発（※合同）	
2	11 月 18 日	日	羽田空港着（※合同）	東京
3	11 月 19 日	月	オリエンテーション（※合同）	東京
4	11 月 20 日	火	EXPO アグロ・イノベーション 2018、野菜・果物ワールド（※合同）	東京
5	11 月 21 日	水	大田市場、アンテナショップ視察（※合同）	東京
6	11 月 22 日	木	日本フードエコロジーセンター、マルキヨ果樹園、直売所ベジタバーナ（※合同）	神奈川
7	11 月 23 日	金	休日	東京
8	11 月 24 日	土	休日	東京
9	11 月 25 日	日	湘南台へ移動	神奈川
10	11 月 26 日	月	茶来未 農産物加工研修（減圧乾燥）	神奈川
11	11 月 27 日	火	茶来未 農産物加工研修（減圧乾燥）	神奈川
12	11 月 28 日	水	茶来未 農産物加工研修（品質管理）	神奈川
13	11 月 29 日	木	茶来未 農産物加工研修（包装）	神奈川
14	11 月 30 日	金	茶来未 農産物加工研修（商品開発）、東京へ移動	神奈川
15	12 月 1 日	土	休日	東京
16	12 月 2 日	日	休日	東京
17	12 月 3 日	月	川中島平ファクトリー	長野
18	12 月 4 日	火	共和園芸農協、長野牛乳（果物加工部門）、あんずの里アグリパーク	長野
19	12 月 5 日	水	報告書作成、農水省表敬訪問（※合同）	東京
20	12 月 6 日	木	研修総括（※合同）	東京
21	12 月 7 日	金	羽田空港発、サンパウロ着（※合同）	

※若手農業者等の育成研修「専門研修：飼料」と合同で実施



展示会の視察



農産物直売所

4) 研修の成果・考察

- 都道府県のアンテナショップでは、地域毎に異なる特産品を見て、農産物の加工や販売戦略について学んだ。また北海道のアンテナショップでは、ルーキーズと称して新たな商品をトライアルとして置いて、売れるかどうかを調査するという取り組みも行われており、大消費地の東京で各地方の産品を販売する取り組みを見ることができた。
- 茶来未では果物の減圧乾燥に加えて、厳格な品質管理、さらには付加価値を見つけ出してストーリーを作り出すことによる商品開発・ブランディングの話聞いた。本来なら切って新しくするような数十年前の茶の木を、神奈川でこんなに歴史のある茶の木はないということに価値を見出して、ブランドにしていくような販売戦略は、通常とは異なる発想の転換が必要である。同じ物を見方の変化によって新たな価値を見出していくという考え方が印象に残った。
- 長野では地域の農家を支援するために、B級品の果物を買って加工し、ジャムやジュレといった加工品にして販売するNPO法人信州川中島平ファクトリーを訪問した。販路開拓には苦労しつつも、長野県内の材料・協力のみで製品を作るこだわりによって、地域でもその取り組みへの理解を得て、長野駅構内に販売スタンドを設置するまでにいたっている。農家を支援し、地域を活性化するための団体があることに強い感銘を受けた。
- 果物加工の技術に加えて、果物を活用した特産品の開発、地域活性化のための起業が大きなテーマとなったが、発想の転換や商品開発といったテーマは研修生に大きな刺激を与え、自国で活動する際のヒントになると思われる。また、今回は多様な加工技術を有する企業とのマッチングについては十分に組めなかったが、日本企業の技術を紹介してビジネスマッチングに繋げる意図でも、展示会や加工機械メーカーの訪問を多く組み入れることには価値があると考えられる。



みかんの減圧乾燥の作業



ドライフルーツの工場見学

5) 研修生による報告書（原文表現尊重）

a. 有益であった点・特に印象に残った点

- 仕事のオーガナイズ（日程表）やオペレーションマニュアル（工程ごとの手順の詳細）といった業務の進め方が参考になった。
- 食品加工をするうえで衛生管理、品質管理が非常に重要であること、さらに細菌検査や水質検査も重要であることを学べたのは良かった。
- 発想の転換によって、普通の商品に価値を見出してストーリーを作るという茶来未の講義から学ぶことが多かった。
- 長野の地域の取り組みや加工場の見学は大変有意義でした。地元の果物農家を支援するため、NPO法人信州・川中島平ファクトリーと長野牛乳(株)が連携して、売り物にならないB級品の果物に付加価値を付けるために、農家から買い取って、ジュレやジャムなどに加工し、発売していると

いう、地域振興に積極的に取り組んでいるところが素晴らしい。

b. 南米と日本とのビジネスの可能性

- アグロ・イノベーション2018を視察した際、イノフィス社の腰補助スーツに非常に興味をひかれた。この補助スーツをつけることで腰に負担をかけずに重いものを持ち上げることができる。私の町やその他一部地域では農業に従事する人の多くが高齢者であるので、この装具は高齢者の生産者にとって大いに助けになるものだと思う。100個の注文がまとまればブラジルにも送ってもらえるとのこと。

c. 帰国後の所属先・地域での改善・新たなビジネスの可能性

- モジダスクルーゼスはアグリツーリズムの分野で成長しているため、まずは地域のツーリズムを強化し、規格外品を利用した果物加工品で新たな商品を作り出す。例えば、規格外の柿を干し柿にする、もしくはその他の方法で加工することを検討する。
- 例えば卵の販売が落ち込んでいる問題で並行化して、流通と販売専門の組合を作ってもいいのではないかと思う。長野でリンゴ農家の共和園芸農業協同組合がそのようなシステムを取っていた。

(6) 専門研修：花

1) 基本情報

期間	平成 31 年 1 月 13 日～2 月 3 日（計 24 日間）
場所	東京都、栃木県、埼玉県、富山県、神奈川県
研修生	2 名（ブラジル 1 名、アルゼンチン 1 名）
内容	本研修では花の加工（アレンジメント）について学ぶことに特化し、付加価値を付けた花の販売方法について学んだ。さらに花を商材とする日本企業から花ビジネスの講義を受けて新たなビジネス展開の可能性を検討する他、生産・流通・販売・観光までの日本における花卉産業の動向を幅広く学んだ。

2) 研修生

No.	性別・年代	国	組織	業務
1	女性 30 代	ブラジル	ブラジル農協婦人部連合会（ADESC）	生産者
2	男性 30 代	アルゼンチン	メルコフロール（Mercoflor）	生産者

3) 日程

日数	日付	曜	内容	場所
1	1 月 11 日	金	サンパウロ出発（※合同）	
2	1 月 12 日	土	機中（※合同）	東京
3	1 月 13 日	日	羽田到着（※合同）	東京
4	1 月 14 日	月	とちぎ花センター、あしかがフラワーパーク（※合同）	栃木
5	1 月 15 日	火	オリエンテーション（※合同）	東京
6	1 月 16 日	水	ファームインさぎやま（※合同）	埼玉
7	1 月 17 日	木	オザキフラワーパーク、鶴仙園、青山フラワーマーケット	東京
8	1 月 18 日	金	日比谷花壇、店舗（Hibiya-Kadan Style、WONDER FLOWER）（※合同）	東京
9	1 月 19 日	土	休日	東京
10	1 月 20 日	日	富山へ移動	富山
11	1 月 21 日	月	ジャパンフラワーコーポレーション（フラワーアレンジメント：寄せ植え）	富山
12	1 月 22 日	火	ジャパンフラワーコーポレーション（フラワーアレンジメント：花束）	富山
13	1 月 23 日	水	ジャパンフラワーコーポレーション（フラワーアレンジメント：ボックス）	富山
14	1 月 24 日	木	ジャパンフラワーコーポレーション（チューリップ四季彩館、生産者訪問）	富山
15	1 月 25 日	金	ジャパンフラワーコーポレーション（花ビジネス）	富山
16	1 月 26 日	土	休日	東京
17	1 月 27 日	日	休日	東京
18	1 月 28 日	月	中間総括（※合同）	東京
19	1 月 29 日	火	株式会社クラシック、日本フローラルマーケティング協会	東京
20	1 月 30 日	水	株式会社大田花き（大田市場）	東京
21	1 月 31 日	木	花関連イベント（小田原梅まつり）	神奈川
22	2 月 1 日	金	研修総括、農水省表敬訪問（※合同）	東京
23	2 月 2 日	土	羽田出発（※合同）	東京
24	2 月 3 日	日	サンパウロ到着（※合同）	

※日系農業者団体女性部の女性活躍推進研修と合同で実施



フラワーアレンジメント講習



日比谷花壇の店舗

4) 研修の成果・考察

- 中心となったのはフラワーアレンジメントといった花の加工で、寄せ植え、花束、ボックスなどの講習を富山県のジャパンフラワーコーポレーションで受けた。花卉生産者である研修生は、商材である花を加工によって変化をつけて販売する方法を学び、今後の業務の中で活かしていくことが期待される。とちぎ花センターで体験したハーバリウムも、帰国後に材料を仕入れて販売をしたいという研修生もいた。
- さらに日本における花卉産業全体を学ぶため、生産現場、流通（大田市場）、切り花輸入商社、小売店を訪問し、一連の花卉産業の流れを押さえた上で最終消費者を意識することの重要性を学んだ。研修生からは、花卉業界のリーディングカンパニーである日比谷花壇で聞いた、花はただの品物ではなく人生の大切な場面を彩るもの、という言葉によって視点の転換があったという声があった。
- とちぎ花センターやあしかがフラワーパーク、小田原梅まつりといった施設・イベントの訪問し、多くの人を呼び寄せる観光資源という観点での花の価値に気づく機会となった。さらにあしかがフラワーパークの、冬という花の種類が限られる時期であっても、イルミネーションによって集客をするという発想が印象的であった。
- 切り花輸入業者のクラシックからは、ブラジルやアルゼンチンから日本に輸入するには、距離的に遠いことから難しいが、希少な品種があれば候補になりうるとの話があった。
- 本研修では時期的な都合から展示会訪問を組み入れられず、結果としてビジネスマッチングが十分でなかったことが反省として挙げられる。南米との取引に関心を持つ日本企業の発掘にも展示会が有用であることが確認されたことから、今後は展示会に合わせて研修時期を組むことが大きなポイントになると思われる。

5) 研修生による報告書（原文表現尊重）

a. 有益であった点・特に印象に残った点

- あしかがフラワーパークで見た季節ごとの空間のアレンジ。この公園は特に春の時期の美しさで知られているが、咲き誇る花のない冬の時期は光のアレンジと「取り換える」ことで訪れる人の目を楽しませる。藤の花は見られなくともライトアップで人を呼び寄せることができるという発想が印象的。
- ブーケ、押し花、ドライフラワー、ハーバリウムといった新しい技術を覚えることができたこと。これらはすぐにでも実際に活用することができる。
- 一番のインパクトは、日比谷花壇での講義後に自分の見方が変わったこと。自分の仕事はただ花を売っているのではなく、誕生・結婚・死といった人生の最も大切な場面で気持ちを贈るための花を売っていると気づいたこと。自分がこの仕事をやっている本当の目的を研修を通して再発見できた。

b. 南米と日本とのビジネスの可能性

- 切り花を輸入している会社からの話を聞いた上では、アルゼンチンから日本への切り花の輸出は輸送コストがかかるためできる可能性は極めて低い。きわめて希少価値が高い花、ネイティブフラワーのようなものでなければ難しい。

c. 帰国後の所属先・地域での改善・新たなビジネスの可能性

- 商品の見栄えを、新しい包装と販売用スタンドを使って変更する。このアイデアは日本で商品が非の打ち所のない様子が展示され、それによって顧客が「目で買い物をする」というのを見ることで感化された。
- 材料を仕入れて、ハーバリウムを作り、販売したい。



ハーバリウム作り体験



大田市場（花卉）の見学

(7) 過去の研修生の調査

平成25年から平成29年に同様の研修に参加した83名の研修生の役職の変化についてヒアリングを行った結果は以下の通り。

	役職の変化	計 83 名	割合	割合 (退職者は除く)
A	研修参加時から昇進	35 名	42.2%	45.5%
B	リーダーである役職変化なし	17 名	20.5%	22.2%
C	組合員（役職なしのまま）	25 名	30.1%	32.5%
D	退職者	6 名	7.2%	---
	役職の維持または昇進（A+B）	52 名		67.5%

この結果から、67.5%が研修後の役職の維持または昇進となったことがわかった（所属先を退職した者は除く）。研修生の所属先・役職の詳細については資料編に記載する。