



講義2は、東京都の大田市場で青果卸業を営まれている倉片氏より、講義が行われました。バイヤー目線から魅力を感じる商品、欲しいと思う農産物・加工品について現場の生の意見を知ることができました。特に質疑応答においては、事業者から無農薬商品についてどう思うかの質問が有り、生産者と消費者とに無農薬に対する価値観の違いなど、明確に回答されて分かりやすい講義内容でした。

■第2回 講義3 ■ 日時:令和5年7月28日(金) 13:30~16:30

【講義3】商品企画・販売戦略の基礎知識

講師:株式会社グルメデリカ 取締役 営業本部長 福田浩一 氏(神奈川県)



講義3は、中央プランナーとして活動している福田氏より、商品企画・販売戦略の基礎知識について講義が行われました。ローソンにおけるチルド弁当やスイーツでの成功事例を元に3大チェーンでいち早く実施することでマーケットシェアの獲得に繋がること。それには事業の規模感も非常に重要であることを学習しました。また、1次産業でのDXの可能性と6次産業化への加速として、生産・販売・物流におけるDXの可能性について学習しました。

■第3回 講義4・講義5 ■ 日時:令和5年8月10日(木) 13:30~16:30

【講義4】食品衛生に関する基礎知識

講師:株式会社サンリッチ 商品部 品質管理課 課長 川原章裕 氏(福岡県)

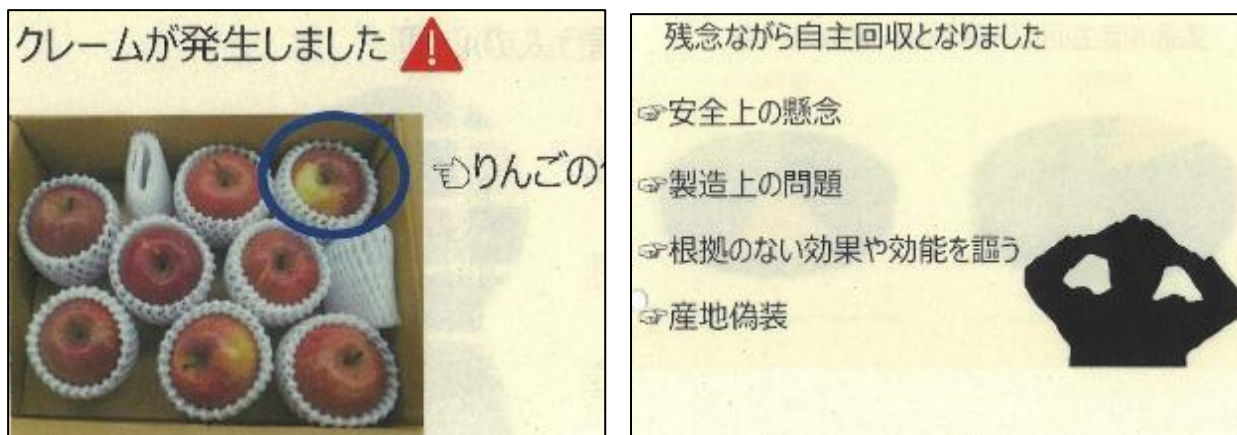


講義4は、山口県・大分県などで地域プランナーとして活動している川原氏より、一般的な衛生管理とHACCPに沿った衛生管理について講義が行われました。最も重要なのは5S管理で、整理、整頓、清掃、清潔、躰の徹底を再認識しました。また、加工所内での服装や持込品の制限及び継続的な従業員教育が

重要であることを再認識しました。

### 【 講義5 】クレーム対応と自主回収

講師:株式会社サンリッチ 商品部 品質管理課 課長 川原章裕 氏(福岡県)



講義5は、川原氏より、クレーム対応と自主回収について講義が行われました。クレームの原因などクレーム発生のメカニズムやクレームの予防方法(商品の基準の設定、検査記録、社内体制の整備)について非常に分かりやすい内容でした。仮に自主回収になった場合でも、その回収範囲を最小限にする方法。そもそも自主回収にならないように産地偽装など表示等に関する事前チェック体制の強化など、クレームに対する事前準備が必要であることが分かりました。

## ■第4回 講義6・講義7 ■ 日時:令和5年8月22日(火) 13:30~16:30

### 【 講義6 】食品衛生管理と HACCP 実践

講師:フーズテクニカルサービス 副代表 弘蔵周子 氏(大分県)



講義6は、大分県地域プランナーとして活動している弘蔵氏より、食品衛生管理と HACCP について講義が行われました。農産物やその加工品を手掛ける事業者にとって必要不可欠な講座で微生物等の衛生管理の基礎である「一般的な衛生管理」や「HACCP の考え方を取り入れた衛生管理」について実例を用いた詳しい説明が実施されました。衛生管理の基本は「人」であり、携わる人の安全・衛生意識次第で現場が大きく変わることを再認識しました。「起こるはずがない」から「起きるかもしれない」と衛生意識を変えて、まずはルールの設定・再確認の重要性を強く感じました。

## 【 講義7 】 食品の原料原産地表示

講師:フーズテクニカルサービス 副代表 弘蔵周子 氏(大分県)

**食品の表示は？**

- ◆食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため(食品表示法)
- ◆消費者に伝えるべき情報、**知っておいてほしい情報**、消費者が**知りたい情報**の伝達
- ◆事故の際の迅速な対応のために重要な情報源：**食品加工事業者の責務**
- ◆業者間取引についても、**適切な表示(商品情報)の伝達が規定**

**原材料名 (アレルギー表示：8+20品目)**

- 特定原材料(義務表示)  
卵、乳、小麦、えび、かに、そば、落花生、**くるみ**
- 特定原材料に準ずるもの(推奨表示)  
あわび、いか、いくら、オレンジ、キウイフルーツ、牛肉、**くるみ**、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン、ごま、**カシューナッツ**、アーモンド

「本品に使用しているタイはえびを食べています」  
「卵を使用した設備で製造しています」

講義7は、弘蔵氏より、食品の原料原産地表示について講義が行われました。食品表示の目的と食品衛生法等の法的根拠を学習し、加工食品において実例を用いた誤った商品表示等で非常に分かりやすい内容でした。具体的な食品表示として、アレルギー表示、添加物表示、原料原産地表示、内容量、賞味期限等の期限表示、保存方法、栄養成分表示等で、内容によっては商品回収となる誤表示について学習しました。食品表示は消費者と製造者をつなぐ唯一の情報源であり、消費者の安全と商品選択における重要な役割を担っていることを常に意識して、最新情報に注意しながら、正しい情報提供を行っていかねばならないと強く感じました。

## ■第5回 講義8 ■ 日時:令和5年9月5日(火) 13:30~16:30

### 【 講義8 】 経営の基礎知識 原価計算、損益分岐点

講師:株式会社アスリンク 代表取締役 廣木鑑治 氏



2.損益計算書・貸借対照表(法人)

●貸借対照表(BS) 会社の財務状況を表す1年間の成績表のこと。(財産目録)

**貸借対照表**  
(前2023年4月1日 後2023年3月31日)

株式会社A	資産の部	負債の部	純資産の部
流動資産	30,000	流動負債	20,000
現金及び預金	10,000	買掛金	4,000
売掛金	12,000	短期借入金	5,000
受取資産	8,000	未払金	1,000
固定資産	30,000	固定負債	20,000
有形固定資産	25,000	長期借入金	20,000
土地	5,000		
建物	15,000		
機械装置	5,000	株主資本	20,000
無形固定資産	4,000	資本金	5,000
投資その他の資産	1,000	利益剰余金	15,000
繰延資産	0		
資産の部合計	60,000	負債・純資産の部合計	60,000

講義8は、ふくおか6次産業化・農商工連携サポートセンターの統括企画推進員としても活動している廣木氏により、経営の基礎知識(経営、原価計算、損益分岐点等)、儲かる仕組み作りの理解を目的とした講義が行われました。損益計算書や貸借対照表の見方や消費税(本則課税、簡易課税)の計算方法やインボイスについて学習しました。また、実例を用いた収支計画での営業利益率、原価計算、売価設定、損益分岐点売上高を求める演習を行い非常に分かりやすい講義内容でした。ここで全てを理解したつもりになら

ず、今回の演習を再度実施(復習)することで理解度を深めることが、重要であると感じました。

■第6回 講義9 ■ 日時:令和5年9月14日(木) 13:30~16:30

【講義9】展示商談会に向けてのポイント、ビジネスプラン作成、FCPシート作成

講師:株式会社トータルオフィス・タナカ 代表取締役 田中美智子 氏(福岡県)



### ビジネスプラン、商談シートとは

○ビジネスプラン (事業計画書)

- 1.思い描いているやりたいことを整理し、目標や事業内容を具体化するため
- 2.資金の融資や投資を受ける、協力者を得るための際、事業の概要や魅力を伝えるため
- 3.事業を客観的に見つめ直し、改善するヒントを得るためのものでもある

○商談シート (取引をしたい・販路を拡大したい)

FCP展示会・商談会シートは、出展者の「伝えたい情報」と、バイヤーの「知りたい情報」を1枚にまとめることで、効率的に商談を進めることを可能にした統一シートです。(農林水産省ホームページより抜粋)

講義9では、田中氏により、展示商談会に向けてのポイントとして、ビジネスプラン(事業計画書)作成、FCPシート(商談シート)作成について講義が行われました。ビジネスプラン作成として、事業名(ビジネスコンセプト)、事業内容、思い(ミッション)、ターゲット市場、優位性・独自性、収益性、資金面、体制・スケジュールを一覧表(ビジネスプラン全体図)に纏めて見える化する事を学習しました。頭の中では、全ての項目に入力できそうでしたが、いざ入力してみるとなかなか入力出来ない項目が分かり、そこが課題であることが分かりました。FCPシート(商談シート)作成としては、全項目確実に入力して完成させることで、バイヤーが求める商談シートのフォーマットに対応することができ、展示会でのポイントとしては、目的をもって、誰と取引したいかを考えて出展し、「見積書」の依頼が来たら、すぐに提出して電話連絡を行うなどアフター対応の重要性を強く感じました。

■第7回 講義10・講義11 ■ 日時:令和5年9月29日(金) 13:30~16:30

【講義10】クラウドファンディングの活用法(マーケティング手法、ファン作り)

講師:大村和彦 氏(大阪府)



### クラウドファンディングを活用した販売戦略

プロジェクト終了後もページは残り、活用出来るのです!

プロジェクト終了後に自社販路サイトに誘導出来るページに設定可能

COMPRESSOR  
0対策に強い

COMPRESSOR  
A!

自社販路

自社販売サイトに誘導できる、SEO対策に強いページをたくさん

講義10は、CAMPFIRE パートナーキュレーターとして活動している大阪府の大村氏より、クラウドファンディングの活用法(マーケティング手法、ファン作り)について講義が行われました。購入型クラウドファンディングの活用方法としては、ファンを増やす、協力者を増やす、認知度を上げる、販売戦略として取り組む、メディアの1つとして活用することが重要で、十分な事前準備(インスタグラム等でのフォロワーの獲得やフォロワーへの周知)を行い、目標金額やリターンを設定して、決して失敗の実績を作らないことがポイントであると感じました。

**【 講義11 】 ビジネスプランの作成(Part2)**

講師:株式会社トータルオフィス・タナカ 代表取締役 田中美智子 氏 (福岡県)



講義11は、田中氏により。ビジネスプランの作成 Part2として、講義が行われました。前回に引き続きビジネスプラン作成のポイントについて復習を行ってビジネスプラン全体図の作成実習が行われました。参加者毎にビジネスプラン全体図の進捗状況を確認しながら、適切なアドバイスを受けながらの実習となり、参加者の理解も深まったと感じました。資金計画書についても説明があり、自己資金、支援者からの借入金、金融機関からの借入金等、資金の調達法を明確にしたことで事業イメージも具体化できたと感じました。

**■第8回 講義12 ■ 日時:令和5年 10月 5日(水) 13:30~16:30**

**【 講義12 】 売上げ拡大のための SNS の活用**

講師:ピンカンパニー 代表 辻山敏 氏 (福岡県)

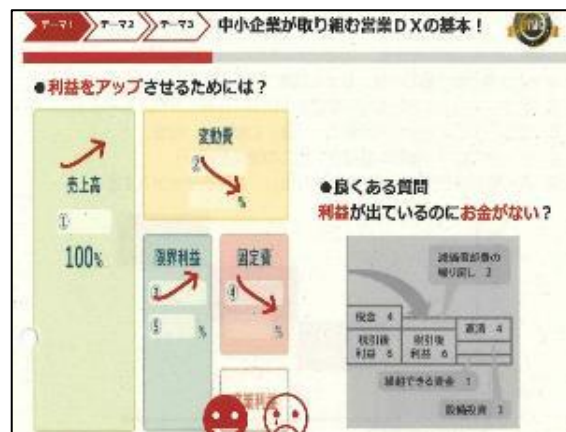


講義12は、福岡県の広告プランナーであり、大分県等の地域プランナーとして活動している辻山氏により、売上げ拡大のための SNS の活用について講義が行われました。Web マーケティングの導線や Web マーケティングの考え方など EC サイト運営に SNS を活用するメリットが紹介されました。特に Facebook や Instagram を用いたインスタグラムショッピングの開設や、LINE 公式アカウントによる情報発信についての講義も行われました。

■第9回 講義13 ■ 日時:令和5年11月8日(水) 13:30~16:30

【講義13】ECサイトを活かした販路拡大とオンライン商談

講師:株式会社 IT 武装コンサルティング 代表取締役 工藤崇氏(大分県)

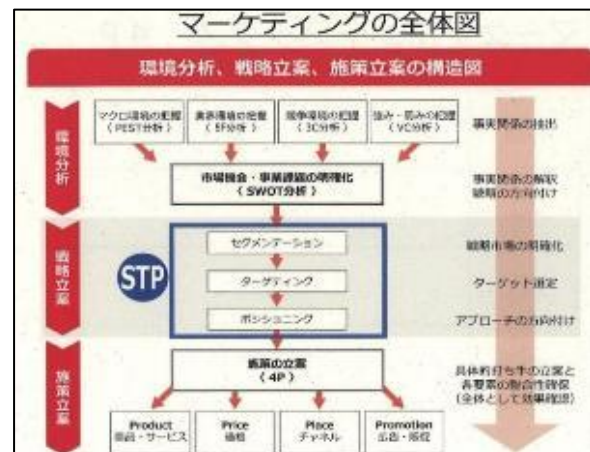


講義13は、大分県地域プランナーとして活動している工藤氏により、ECサイトを活かした販路拡大とオンライン商談について講義が行われました。ここからはじめる営業DXセミナーとして、事業者が取り組むべき、DX4段階フェーズが紹介されました。どうしていいかわからない場合は、ITツール導入からスタートする。次にデータ活用で「勘」に頼らない経営を行う。次にデータに基づく業務や商品サービスの改善を行う。最後に全く新しいビジネスモデルを生み出し、顧客価値を創造するといった内容でした。また、オンライン商談会を効率よく運営する工夫として、運営サイドに向けた専用ホームページの開設や参加者が誰でも簡単に使える仕組み等が紹介されました。

■第10回 講義14 ■ 日時:令和4年11月22日(火) 13:00~16:00

【講義14】振り返りとビジネスプラン作成・まとめ

講師:株式会社 トータルオフィス・タナカ 代表取締役 田中美智子氏(福岡県)



最終回では「振り返りとビジネスプラン作成・まとめ」と題して、第1回、第6回、第7回に行われた田中氏の講義内容の振り返りとまとめについて講義が行われました。事業に取り組む目的の明確化やものづくりが最終目的ではなく、売れるための商品づくりの重要性を再確認しました。また、世の中のことを知る、お客様のことを知る、自分自身の強みを理解することでビジネスプランの完成度を上げることが成功への近道であると理解しました。

そして研修生一人ひとりから、作成したビジネスプラン全体図について発表が有り、これからの自身の事業について、どのように進めていくのかなど具体的な展望が発表されました。研修開始当初から比較すると参加者全員に経営感覚を持って取組む姿勢が感じられ、経営者としての意識改革が強く感じられました。

■ インターンシップ研修 ■ 日時:令和5年 11月1日(水) 13:00~16:00

【 現地視察・講義 】 株式会社らいむ工房 加工所・JA 武蔵会議室

講師:代表取締役 佐藤朋美 氏(大分県)







### 販路拡大

- セミナーへ積極的に参加
- 国東市商工会の伴走型小規模事業者支援事業等を活用し展示会に出展【R2.11.10～FoodStyle九州】 【R4.2.6～ビューティーワールド】




### 個人消費(BtoC)から業者向け販路(BtoB)開拓

個人消費（BtoC）では販売量の拡大幅が狭い。  
より多くの方にむらさきもち麦の効果・喜びを伝えるためには、業者向け販路（BtoB）開拓が必要。

- 大分県6次産業化・農山漁村発イノベーションサポートセンター（（公財）分県産業創造機構に運営委託）の支援を受け、経営、加工等の専門家（アウン）派遣を受け販路開拓を行った。





「六次産業化・地産地消法」  
総合化事業計画認定証交付式

国東市にある株式会社らいむ工房 加工所及び JA 武蔵会議室にて佐藤氏によるインターンシップ研修が行われました。前半は加工所の視察、後半は講義及び試食会の2部構成で実施されました。加工所では、米・麦の乾燥工程、ネギの加工工程、むらさきもち麦の精麦工程等を各機械設備の機能も含めて説明が行われました。特にむらさきもち麦の精麦工程では品質管理面で強化した内容について説明が行われました。講義では、商品コンセプトを中心に商品開発や商談会での苦労話や成功体験等の説明が行われました。また、自社商品の試食会も行われ、参加者の皆さんからも商品に関する感想や質問等があり、和やかな雰囲気の下、インターンシップ研修を修了することが出来ました。

らいむ工房社では、むらさきもち麦をナチュラルローソン（関東）へ供給し始めたばかりで、大手メーカーが求める品質管理体制は、参加者の方々には非常に参考になったと思います。

大分県6次産業化・農山漁村発イノベーション サポートセンターでは、今後もこのような研修会を企画していきますので、皆様のご参加をお待ちしております。