

事業提案

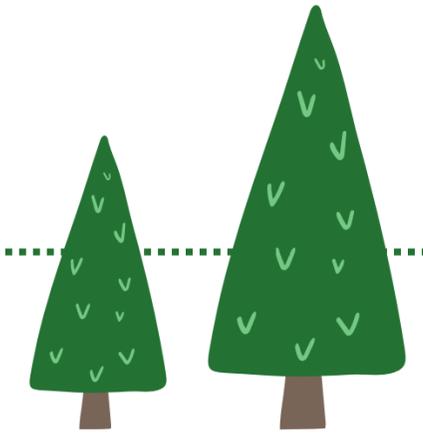


# JA職員様向け 研修プログラムの 企画書案



# 目次

---



- 01 研修プログラムの目的
- 02 研修プログラムによる効果
- 03 研修プログラムの特徴
- 04 研修プログラムのイメージ
- 05 その他の研修プログラム

## Table of Contents

# JA職員様が 学ぶべきことって？

01



01

## 研修プログラムの目的

# マーケティング 思考を身に付ける

JA職員様には農家さんに対する優れた営農指導力があります。

その力を最大限に生かすには、消費者ニーズを適切に把握し、そのニーズに対して最大限の価値を提供できるようなマーケティング思考が必要です。



# 02

なぜマーケティング思考が  
必要なの？



マーケティング思考が必要な4つの理由

1. 営業が不要になる

2. 消費者の顔が見える

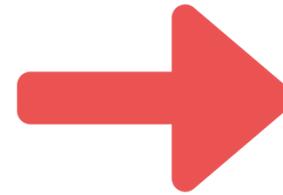
3. 挑戦する意識の醸成

4. ライバルとの競争

# 02

## 研修プログラムによる効果②

### 理由1. 営業が不要になる



これまでは営業で農産物を買ってくれる人を探していた

消費者ニーズが高い農産物を生産すれば放っておいても買い手が見つかる

## 理由2. 消費者の顔が見える



農家さん



JA職員様



市場関係者等

農家さんの多くは直接消費者の顔を見ることができない

→ 消費者ニーズを把握できる立場にいるJA職員様の役割が超重要！

## 理由3. 挑戦する意識の醸成

~~前例踏襲  
旧態依然~~



JA職員様



異業種の企業等

こんなこと  
できますか？

消費者が求めていることなら初めてのこともでも  
「やってみよう！」という意識を醸成できます。

理由4.ライバルとの競争



JA職員様



異業種からの参入者たち



マーケティング思考を身に付けないと、**経営感覚を**  
**持った企業や新規就農者に負ける**かもしれません

## 研修後のJA職員様のイメージ

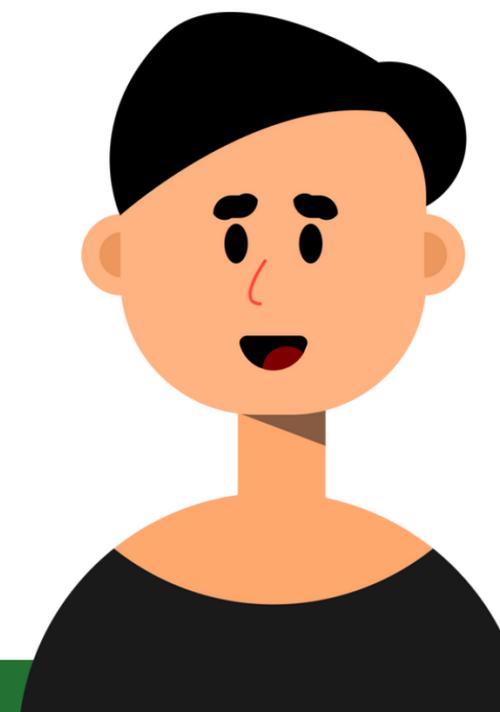
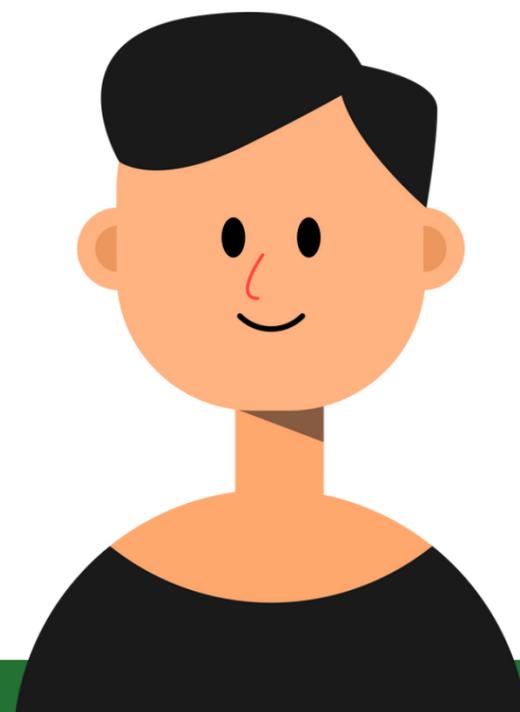
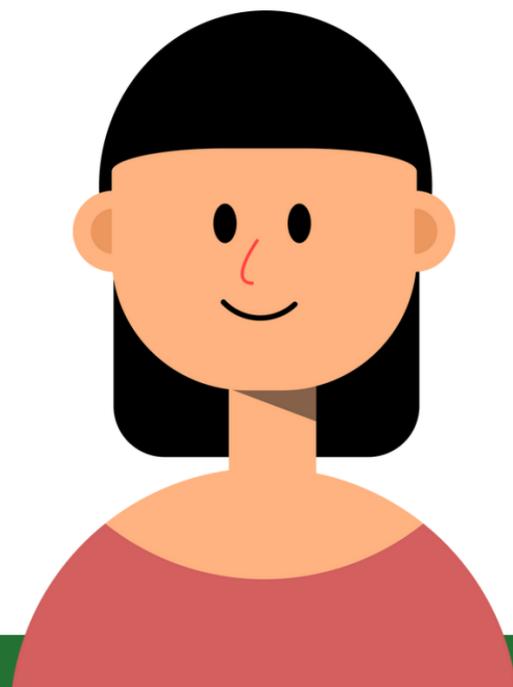
直売所で消費者のニーズを観察し、出荷者へニーズの高い品目に関する提案ができた

市場関係者と密に連絡し、市場ニーズから逆算して営農指導することができた

新しい企業とコラボして、消費者が本当に欲しいと思える特産品を開発できた

妻が何をしてほしいか考えるようになり、夫婦関係が円満になった

プライベートも充実！



# 03

でも、マーケティングって  
なんだか難しそう...



大丈夫！JA職員様にも理解しやすい内容です！



## 1. 農業特化型

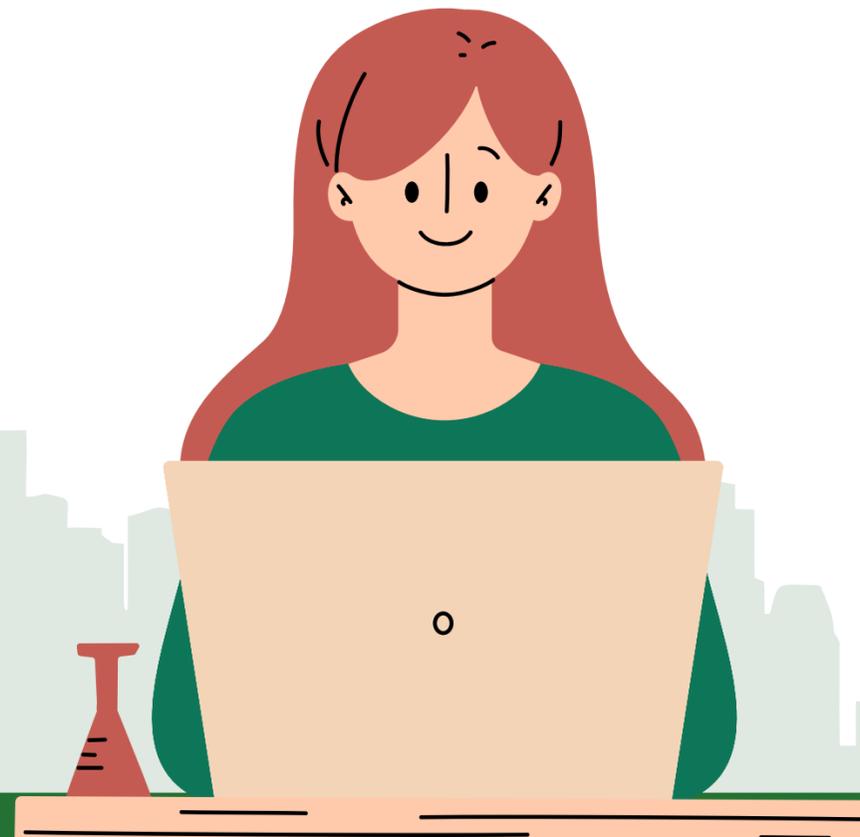
JA職員様にも身近に感じていただけるように農業や農産物を事例として取り上げます。



## 2. 楽しく学ぶ

研修にありがちな真面目で古臭い内容ではなく、お野菜のゆるキャラたちが楽しく解説します。

具体的には  
どんな感じなの？



04

研修動画の  
イメージ

## 規格

- ・簡単なアニメーションを付けた動画形式で提供いたします。
- ・ご希望の研修時間に合わせます。

## 解説

- ・トマトさんとナスさんの掛け合いで進行します。
- ・ナレーションもご用意いたします。

## 工夫

- ・飽きないように研修途中にクイズをご用意いたします。
- ・現場で使えるワークシートもプレゼントいたします。

# プログラム構成例

事例として、長野県の信州高原レタスがなぜ日本一の出荷量とブランド力を持つのか、以下の構成で解説します。

## 消費者ニーズ

**01** 夏の暑い日は加熱調理を避けて、生野菜やサラダを食べたいというニーズが増加

## 価値

**02** みずみずしくシャキッとして生で使えるおいしい野菜という価値

## 強み・差別化

**03** みずみずしさやおいしさを担保できる信州高原の気候、3大消費地を狙える立地という強み

## まとめ・一貫性

**05** 消費者ニーズに対して価値を届けるまでの一連の過程における一貫性の美しさ

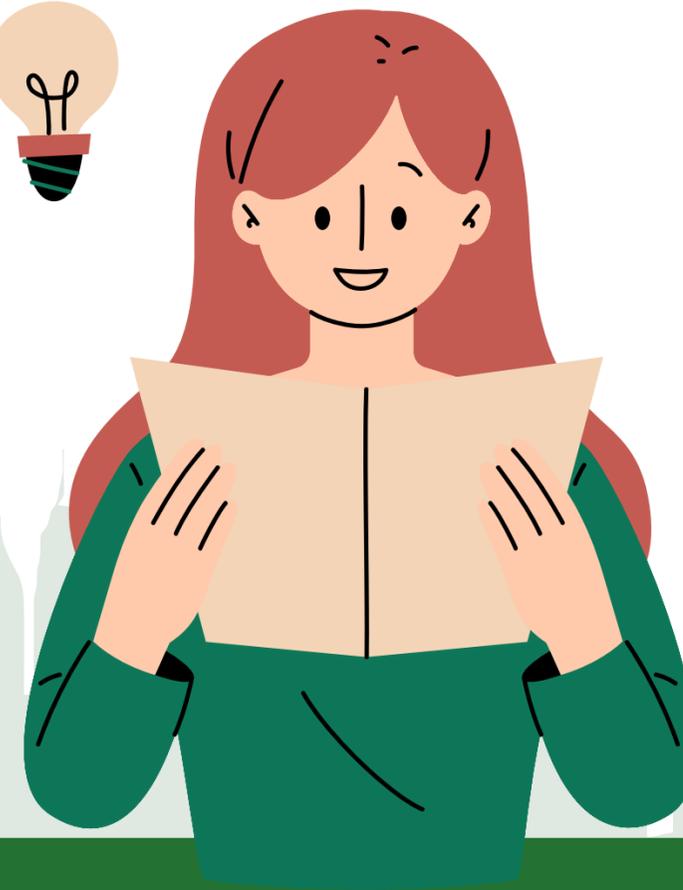
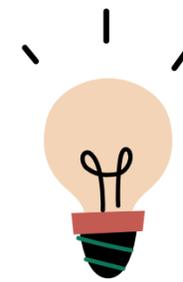
## 環境整備

**04** スピーディーな流通システムや真空冷却装置など、価値を最大限に引き出す環境整備



他にどんなことが  
学べるの？

05



## 研修内容の例

具体例として挙げたマーケティング基礎講座に加え、マーケティングの各要素に特化したプログラムも対応可能です。

### ニーズと価値

マーケティングの基本となる消費者ニーズと提供価値の関係について学びます。

### 環境分析

市場における競争や自社の強み・弱みについて分析する手法を学びます。

### 戦略立案

自社商品の価値を最大限に高めるような戦略の立て方について学びます。

### ブランド化

他社と差別化し、顧客から共感を得られるようなブランド化の手法について学びます。

### 商品づくり

特産品や新商品を開発するうえで押さえておきたい4つのポイントを学びます。

### ファンづくり

近年、重要視されている顧客とのコミュニケーション戦略について学びます。

etc.



**THANK YOU!**

ありがとうございました