

まちづくりプロジェクト01

特別栽培野菜



メンターシップ



- 当プロジェクトの目標は「まちづくり」ですが、この活動で目指すべき方向は「**後継者への知恵と技術の伝承による可能性への期待**」であり、ここでは「まちづくり」は後継者づくりの延長線上にあるものと捉え、彼らの今後の活動を支援するための基盤づくりが私たちの重要課題になります。
- その活動の第一段階が「**特別栽培野菜**」の生産販売への取り組みです。

メンターシップの魅力 【後継者育成・技術指導・知恵の伝授・アドバイス・サポート】

メンターシップとは、年令の上下に関係なく経験豊富な先輩（メンター）が後輩（メンティー）の成長を支援する関係性や制度のこと。専門知識やスキルだけでなく、キャリア形成全般（人生の歩み方）について、対話を通じて助言・指導・相談に応じ、自発的な発達を促す「二人三脚」のようなサポート体制です。これにより、メンティーは課題解決やスキル向上を図り、メンター側も教えることで自身の成長を実感できる、相互にメリットのある人材育成手法・スタンスを指します。

自己成長の促進

メンターシップにより、経験豊富な指導者から素直な気持ちで知識やスキルを学ぶことで、自己成長が大きく加速します。

目標達成のサポート

個人的な目標を明確にし、アドバイスやフィードバックを受けることで、目標達成の可能性がより確実になります。

ネットワークの拡大

メンターシップは、それぞれの知人友人と接点を持てることで双方とも新しい人脈やネットワークを広げる絶好の機会を提供します。

生きがい創出

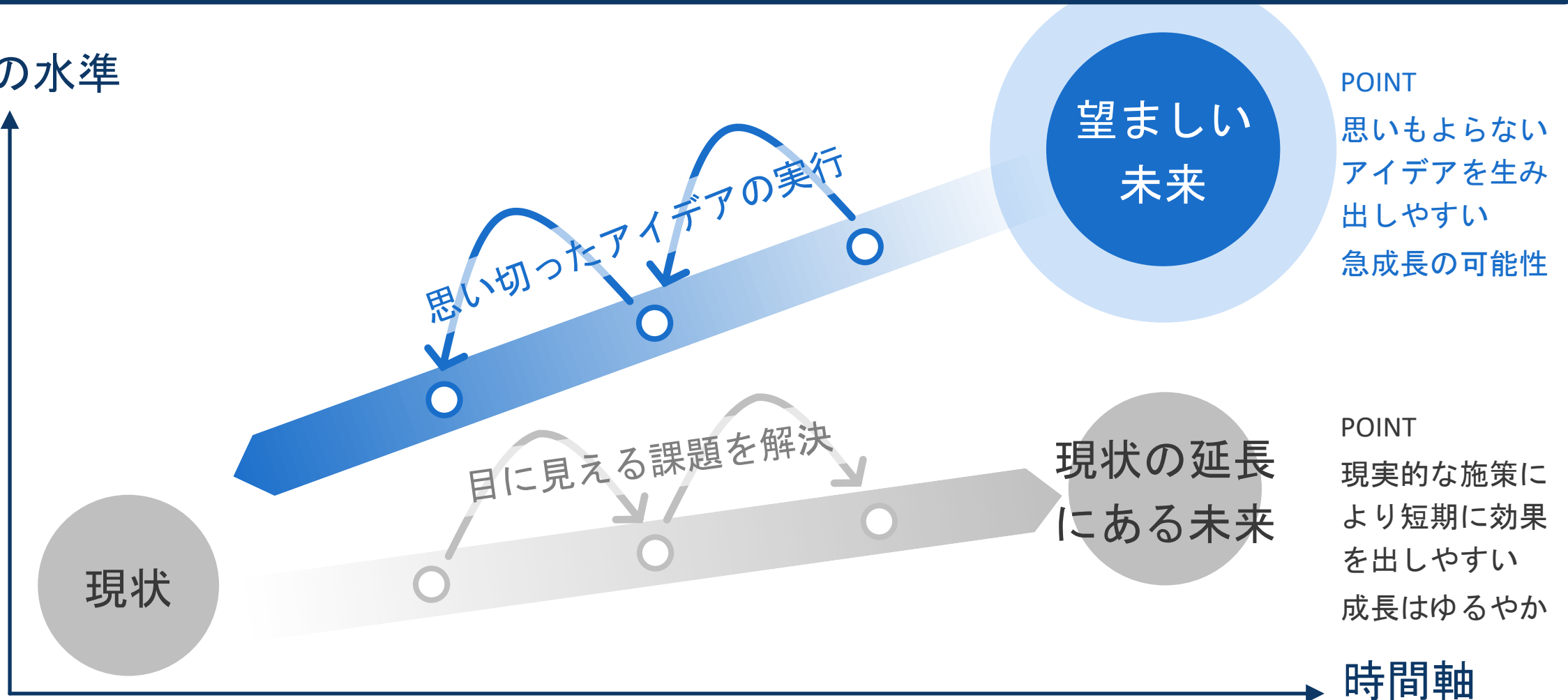
メンターのうち特に高齢者の場合は周囲から必要とされることで社会貢献性を再認識でき自らの生きがい創出につながります。



フォーカスティング vs バックキャスト

- ・ フォーカスティング：現状見える課題に対する解決手段を考える思考法
- ・ バックキャスト：望ましい未来からやるべきことを考える思考法

目的の水準



計画策定におけるフォーカスティング vs バックキャスト

フォーカスティング：

現在や過去の実績を基に未来を現実的に予測する考え方です。ビジネスでは、業績目標の達成見込みを分析する「業績目標管理」として使われ、現状の進捗状況から目標達成の可否や不足分（ギャップ）を予測します。

主な意味と用途

一般的な「予測」：「今週は雨が続くはずだ」といった日常的な予測もフォーカスティングの一種です。

ビジネスにおける「業績目標管理」：

過去の営業実績や現在の状況を分析し、売上などの目標達成見込みを予測します。

目標値と予測値の差（ギャップ）を最小化するために、具体的な対策を講じます。

製造業での活用：需要予測に基づいて生産計画や資材調達、在庫管理を最適化します。

バックキャスト：

理想とする未来像を最初に設定し、そこから逆算して現在取るべき行動や計画を立てる思考法です。現状を起点に未来を予測する「フォーカスティング」とは対照的に、不確実性が高く、現状の延長線上にはない革新的な目標や課題解決に有効です。ビジネスでは、中長期的なビジョンの策定や、新しいアイデアの創出、SDGsなどの長期的な計画策定に活用されます。

バックキャストの特徴

未来からの逆算：理想の未来をまず描き、そこから「そのために今何をすべきか」を考えます。

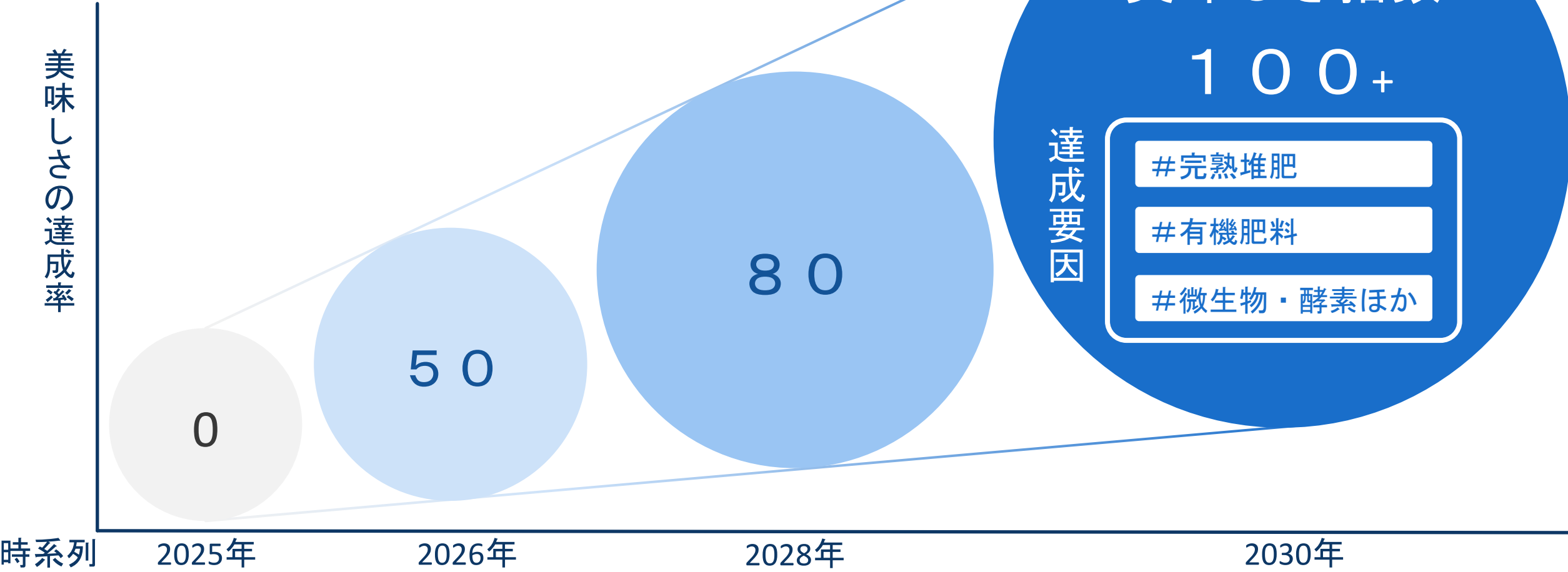
革新的な発想：現状の制約にとらわれないため、革新的な商品やサービス、ビジネスモデルの創出につながりやすいです。

不確実性への対応：予測が難しい未来や、劇的な変化が求められる状況に適しています。



野菜栽培における最重点目標である美味しさ達成率推移

一般的な家庭菜園的栽培における美味しさの基準を0として、そこから年次段階的な手法向上により、5年後に完遂との目標設定をする。



野菜の安全と美味しさを高める方策と相乗効果



生産者と消費者の価値観を共有

安全で美味しい野菜の栽培と販売、調理メニュー開発と生ごみの酵素&堆肥化への取り組みを一元化することの意味「健康維持・食費低減と収入による相乗的経済効果(使用と販売)・食の楽しみ・循環型社会への認識」のそれぞれを把握し、それら一連の作業における関連的有用性を理解した上で、それらの価値観を共有することにより相互の信頼感を高めます。



栽培技術の公開と普及拡大

安全性と味覚（旨さ）を高めるための基本的な知識と実践を公開することで、その意義が周知されることを意図し、そこから、完熟堆肥・有機肥料・人体に安全な農薬・微生物と酵素の重要性と生産資材の活用方法及び一連の管理技術の実践的指導により、安全で美味しい野菜栽培への興味を喚起し、関わる人々それぞれの意識高揚につなげます。

也帯や集落を歩いて地域の宝を発見！ くしまフット



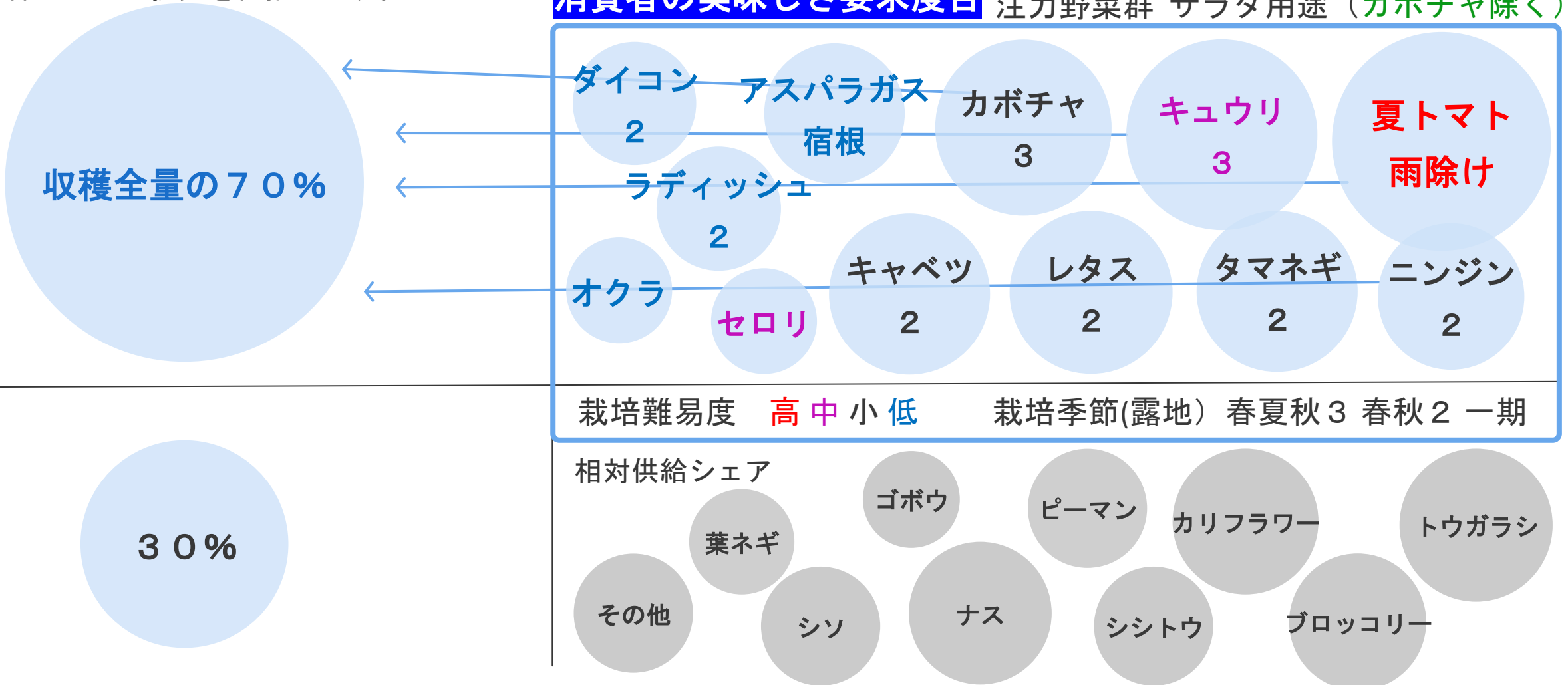
バックカスティングによる目標設定

食は全ての人々の身体を造り成長させる命の根源であり、その奥深さは無限であることから、その果てしない可能性を探求するとの意識を常に持つことで、最終到達点を目標とした数々のアイデアを生み出すことにつながる。そこから具体策の段階設定と実践により新たな差別化的食の魅力を引き出すことが期待できます。(例＝木炭ピザ窯・野菜サラダ等体験直売所)

野菜品目別のポジショニング

上段記載の野菜は市場成長率は高いものの、味や安全性についての要求度合は一部を除き高くない状況です。これら商品は、調理用途としてサラダの主要野菜となり素材の味が重要視されることから、それを踏まえターゲットを明確化した上で、販促活動を強化し、特別栽培野菜としての認知度と導入率の向上を図ります。さらに、野菜の差別化や改善を通じて競合優位性を確立し、顧客満足度を高めることで継続利用と口コミを促進。結果としてシェア拡大を実現し、販売主要商品としての拡充を目指します。

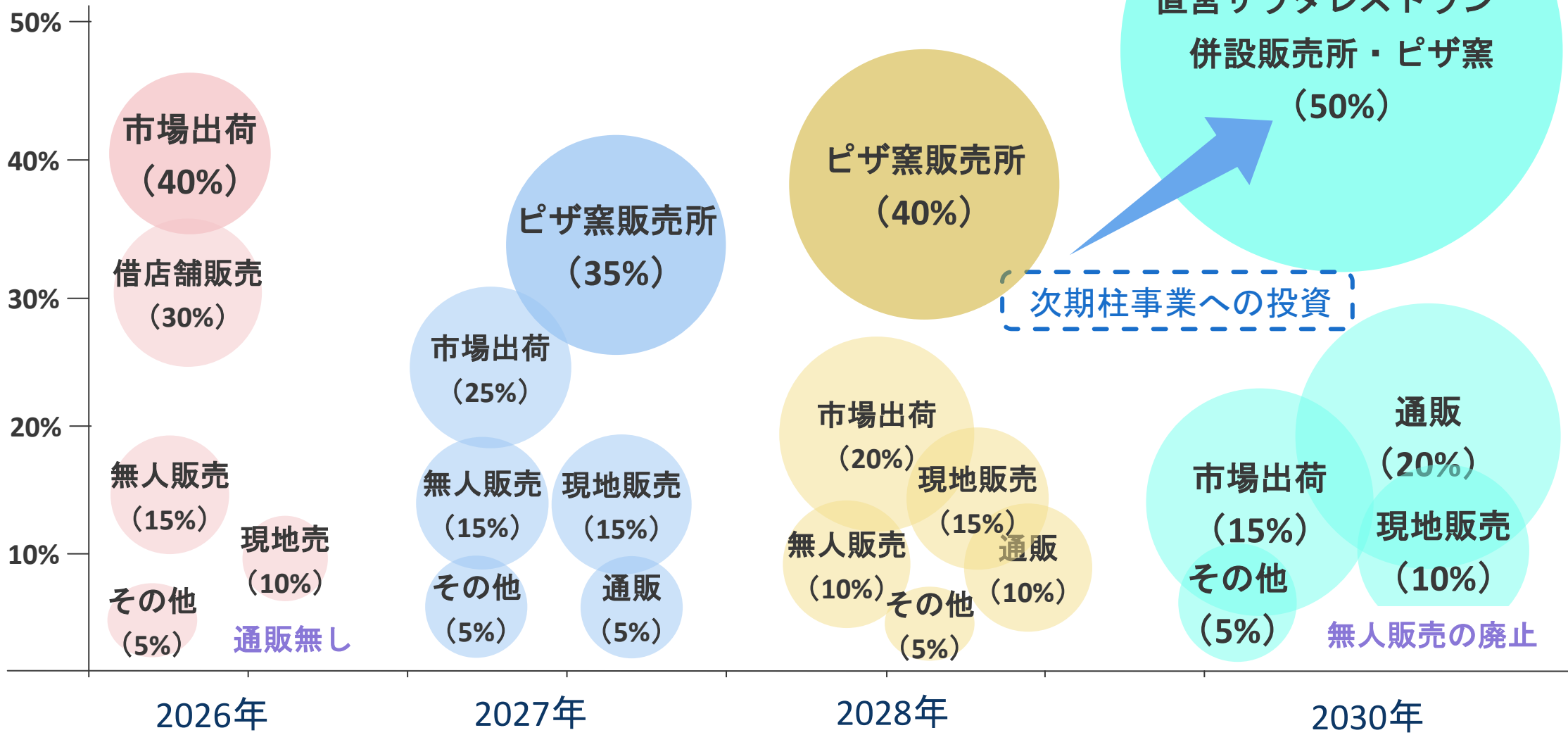
消費者の美味しさ要求度合 注力野菜群 サラダ用途（カボチャ除く）



販売におけるポジショニング

特別栽培野菜の販売手段の年次別割合と販売額の推移

特別栽培野菜販売シェア



販売規模の年次推移



ICTネットワーク（デジタル）の構築と集発信

現代社会の主流となるのがinformation・communication・technologyを組み合わせたICT（情報通信技術）によるネットワークシステムです。インターネットによるSNSやWEBページなど瞬時に双方向の情報通信ができ、決済システムによる通販も積極的に展開されています。テレワーク、テレビ会議やファイルの共有及び制作など利便性が高い反面、個人情報保護法により、一般の個人や団体が不特定多数からプライバシー情報を得るには高いスキルを要します。そのためイベントの参加者に恩恵を付加しメールアドレス登録へと誘導することや、口コミや知人紹介からの登録などによりユーザー拡大を図る必要があります。

この情報通信アイテムのスキルを高め拠点を確立することが重要です。

アナログネットワーク（クチコミ等）による周知活動

情報の信頼性が最も高いのが知人間による口コミです。それとテレビや新聞などのマスメディアがあります。これらの情報はイベントの場合は一過性で終わることがほとんどですが、食べもの関することではわざわざ連れ添って出かけるなどで広がる例が多く見られます。要は機会を逃さずできるだけ多方面に周知することが望まれ、それを口コミを含めたSNSで行うことでより多くの人々に伝えることができます。

栽培計画と実績記録

[illegible][illegible]

栽培圃場区画割り（水田）

3年を目安に換地



道路

個人栽培と共同栽培及び営利栽培エリア

個人栽培エリア

堆肥や種苗は当方で提供し耕起も行いますが、植付や種まき、除草、灌水などの管理は個人で行います。収穫分の5割を自由に利用でき、その中から販売することもできます。残りの5割は当方が現地販売し経費分を差し引き還元します。

共同栽培エリア

キュウリやトマトなど主要作目を管理の便宜上、一定のエリアに同一品目を栽培します。堆肥や種苗は当方で提供し耕起も行います。植付や種まき、除草、灌水などの管理などは全て共同で行い、作業時間に応じ野菜引換券を配布します。

営利栽培エリア

主要作目を営利用として広い面積で栽培します。このエリアの管理は全て当方で行いますが、手伝ってもらうことで作業内容に応じ報酬か野菜引換券を提供します。

家庭菜園の支援

家庭菜園として栽培している圃場に特別栽培野菜を作りたい方々に対し、堆肥の提供や技術指導を行います。作業内容によっては料金が必要なものもありますが、収穫物は全量使用できるほか、当方の販売所で販売することもできます。

