特　集

農業研修



――企業が注目する人材育成効果

昨今、企業が人材育成の場として農業に注目している。従来のリラクゼーション効果を狙った収穫体験とは、一線を画すものだ。企業が農業研修に求めているものは何か。また、研修を受け入れている生産者にとってのメリットは何か。本特集では、契約栽培取引の関係にある青果物流通業と生産者、異業種の企業の研修の受け入れを事業化している生産者、現在受け入れ準備中の生産者に、取り組みの意義を聞いた。　（構成・文／平井ゆか）

人材育成
- コミュニケーション能力の向上
- チームワークの醸成
- リーダーの育成など

農業体験に対する企業の主なニーズ

CSR（企業の社会的責任）
- 社会貢献活動（労働力提供）
- 環境保護（緑化、耕作放棄地解消）
- 地域社会などとの良好な関係構築

福利厚生

従業員の余暇活動の一環として行なわれている

1 企業が採用する農業研修は「対話型・体験型」の側面が強い

企業研修の２パターン

	座学型研修	対話型・体験型研修
形式	レクチャー中心	ワークショップや農業体験など
主体	講師	参加者
特徴	体験型研修より伝えられる情報・知識が多い 受動的になりがち 理解度の浸透は参加者自身の意識にも影響する	座学型研修より伝えられる情報・知識が少ない 能動的になる 実践を伴うため、参加者の理解度はある程度一律化する

表出典：農林水産省「企業向け農林漁業体験導入マニュアル」

Case 1

異業種からの
研修受け入れ

農業をツールとした人材育成プログラムを提供

株式会社えと菜園（神奈川県藤沢市）

農作物だけでなくプログラムを売る――。㈱えと菜園は、２０１４年から人材教育の場として企業から注目され始めた。４月になると、製造業の上場企業や、製薬会社、ＩＴ企業などが、新人教育やリーダー育成教育のために社員を送り込んでくる。えと菜園にとって、企業の研修はいまや、農業と並んでひとつの事業になっている。代表取締役の小島希世子氏に、何が企業に響くのか、話を聞いた。

えと菜園は、神奈川県藤沢市で、自然栽培や無農薬有機栽培の野菜を生産、いわゆる都市農業を営んでいる。小島氏が家族とともにこの地に移り住み、夢だった農業を始めるため、えと菜園を立ち上げたのは２００９年のことだ。それから４年後には、企業が農業の研修に訪れるようになった。

農業で人が変わるということが注目される

企業から声がかかるようになったきっかけは、小島氏が09年に立ち上げた「農スクール」の活動が認められたからである。「農スクール」は、ホームレスの人が農業を学ぶ場をつくり、人手不足で困っている農業者とマッチングするという社会復帰の支援をしてきた。

この活動に注目したのが、小杉俊哉氏という人物である。小杉氏は、マッキンゼー、アップルを経て、慶應義塾大学大学院理工学研究科の特任教授となり、数社の社外取締役や顧問を務めている。

小杉氏が注目したことにより、企業などから講演の依頼が来るようになった。14年、著書『ホームレス農業』（河出書房新社）を出版すると、さらに講演の数が増えていった。

やがて、講演を聴いた企業から、今度は農業現場に行きたいという声が挙がるようになる。企業に加え、人材育成プログラムを企業に提供しているコンサルティング会社からも声がかかるようになっていった。

「他業種の企業様から『農業で人が変わる』という点に着目していただき、活用していただけるということは、本当にありがたい話です」

企業の要望に合わせたプログラムを提供する

こうして始まった企業向けの研修は、現在、２つの形で提供している。ひとつは、企業に出向いて行なう講演で、もうひとつは、農業現場で行なう体験と座学である。

講演の場合は、自己啓発を目的としたものが多い。なぜ失敗を恐れずに飛び込むことができたのか、どうしたらチャレンジ精神を持てるのかといったものだ。

農業現場の場合は、マネジメントやチームビルディングなど。初めて管理職になる人の研修として、どう部下の才能を引き出すか。新入社員の研修として、仕事とは何か、どう結束を固めるか。また、自発的な人材を育成したいという要望もある。なかには、根性論で、ひたすら肉体労働を課したいという場合もある。

企業が求める人材も一律ではないという。協調性があり、やれと言われたことをやる人なのか、自発的にクリエイティブな仕事ができる人なのか。

こういったさまざまな要望に合わせて、それぞれ研修の内容を変えている。研修プログラムはかなりの時間をかけてつくり込む。その企業がどんな企業なのかリサーチすることから始め、担当者と話し合い、目的や求める人材像を把握する。

そのうえで、テキストを作成する。希望があれば、レポートをまとめて


小島希世子氏

◆㈱**えと菜園**　無農薬野菜生産・販売、農作業を活用した企業研修、農福連携導入サポート、貸し農園・体験農園の運営、野菜づくりセミナーの開催、直売所運営。生産と体験農園を含め1.5ha。

◆**小島希世子氏**（代表取締役）　1978年、熊本県生まれ。慶應義塾大学卒業後、企業に就職。退職後、独立し、2009年に会社設立。11年、体験農園のコトモファームを始める。現在、えと菜園の経営のほか、NPO法人農スクールの代表を務める。研修の受け入れのほか、企業や大学で、農業、起業、農福連携などについて講演を行なっている。

企業に渡す作業も請け負っている。ときには、近隣の研修会議室や宿泊場所、食事の紹介もしている。

「新人研修の依頼が多い。これからビジネスマン人生を始める大事な時期です。お金を払ってまで時間を費やしてもらうので、責任を持って研修を準備したいと思っています」

参加者からは、「苦手な上司と仲良くなれた」「自分で考えて動くことの大切さを学んだ」「同期の人たちとのチームビルディングにつながった」といった反応がある。

研修は、事業として行なっているので、その対価はきちんといただく。基本的には研修時間6時間が1単位。いちばん多いのは、座学を入れて6時間の日帰りプログラムだが、1泊2日、2泊3日、いちばん長いのでは4泊5日というケースもある。1グループ、10名から50名まで対応。1人90分当たり5000円に人数と研修時間を掛けた料金が研修費の総額になる。研修に使う圃場は、えと菜園の一部なので、圃場の使用料も含まれている。


貸し農園・体験農園、企業の研修用農園、自社の農園。自社の農園と貸し農園を隣接させることによって、貸し農園で作業する人たちに気を配りながら、自分も作業することができる。



熊本から仕入れている農産物や加工品の販売所「くまもと湘南館」

「農業と研修受け入れは、分けたほうがよいと考えています。研修では、その企業のニーズに合わせて、プログラムを作成することを大切にしている。私たち農業者は、野菜を売っていますが、企業の農業研修を受ける場合は、企業に農業をツールとしてプログラムを売るという考え方で、企業のお役に立てるようなプログラムの構築に力を入れています」

農業現場が、企業の研修を受け入れるのはハードルが高そうだ。

「農業者の皆さんは、私よりずっと農業について詳しい方々なので、3つのポイントを押さえれば、企業の研修はできると思います。1つめは、研修においての商品は、野菜ではなく、プログラムだということを心に置いておく。2つめに、プログラムは、その農場がお持ちの知識や設備、長所が活かされる形で構築していくと良い。3つめは、ご依頼くださった企業のニーズと向き合ったうえでプログラムを提供するとさらにいい研修になる。農繁期以外でしたら(笑)、微力ながら農作業を活用したプログラムを構築するお手伝いなども業務として請け負わせていただくことも可能です」

農の力を社会に活かす信念が源

小島氏は、冒頭で紹介した「農スクール」にも力を注いでいる。その原点は、幼少期に、テレビのドキュメンタリー番組を見て、海外の食糧難の人たちに食べさせてあげたいと思ったことである。

「農業は、世の中の大概のことを解決できると思います」

「農スクール」では、ホームレスの人たちの社会復帰に加え、障害を持った人、引きこもりになってしまった人、仕事で鬱になってしまった人などを支援している。そうやって少しずつ社会復帰の道を開いているのである。農業を仕事にしたいと思った人は、人手が欲しい農業者に紹介し、一緒に仕事をしてもらう。

「彼らは、一時的に働けない状態にいるだけで、得意なことを持っている。それを一緒に見つけるのが仕事です。現代は、多様性を認めず、排除しようとします。でも、能力に気づきさえすれば、その人の人生が変わります」

これまでに、「農スクール」から、31人が就職した。就職した人のなかには、大勢とコミュニケーションをとることが苦手でも、上司1人だけの牛舎という職場で、うまくいった人もいる。そこで、他の人よりも牛の体調の変化に気づきやすいといった能力を発揮している。

「野菜づくりとか、通販とか、研修とか、農スクールとか、いろいろやっていますが、私の根底にあるのは、農で誰もが幸せになるという考えです」

人々、ひいては、社会の幸せのために農の力を活かそうという信念が、企業の人材教育にもつながっている。

Case 2

取引先からの
研修受け入れ

生産者の思いを知ってほしい 深夜収穫で農家の姿勢を見せる

古原 和哉（長野県川上村、レタス生産者）

取引先に品質へのこだわりを理解してもらう――。長野県川上村でレタスを生産する古原和哉氏は、青果物流通業・㈱まつのの従業員研修を受け入れている。研修の内容は、一緒にレタスの収穫をすることだ。まつのが期待していることも理解したうえで、古原氏は、研修時にどんな姿を見せ、何を伝えているのか。

長野県川上村は、八ヶ岳の裾野に広がる高原地帯である。標高は、取引先である㈱まつのの集荷センターのあたりで約1250mあり、夏でも冷涼な気候がレタスの栽培に適している。

川上村では戦後間もなくのころから、駐留米軍向けにレタスの作付けが始まり、以来、主要産地としての地位を築いてきた。川上村に入ると一面にレタス畑が広がっている。

川上レタスの収穫シーズンの6月から9月は、深夜2時ごろから作業を始める。まだ暗いので、照明を使って明かりをとりながらの作業である。気温が上がりレタスの芯温が上がる前に作業を終え、契約で決まっている量を、その日のうちに出荷し、その日のうちに各地の流通センターに届けるためである。

品質にこだわる姿を研修者に見せる

古原氏は、規格どおりのサイズのほか、品質へのこだわりも強い。有機肥料を投入した土づくりに始まり、定植、防除、収穫まで、食味と形の美しさにこだわっている。

研修に参加したまつのの従業員たちには、土づくりの方法や、その土がレタスの食味を良くするメカニズムを伝えている。

また、古原氏は、収穫作業は、最後にレタスの品質が決まってしまうときだと考えている。手間がかかっても、定植にも収穫にも機械を使わない。機械を使うと、自分が目指す品質を保つことができないからだという。

「畑の上では同じ作物でも、生産者によって取引先に届いた荷姿がまったく違うことがある」

レタスの切り口が斜めになっていたり、泥がついていたり、剥がす外葉が多すぎたり少なすぎたり、箱詰めされたレタスがきれいに並んでいなかったり、箱に泥が付いていたりするものを、お客様に届けてはいけない。古原氏は、レタスの生産者のなかで、誰よりもきれいな荷姿で出荷したい、みんなの見本になりたいと考えている。

古原氏たちの収穫作業は、まさに職人技で、しかも仕上がったレタスは美しい。家族や従業員とともに、手際よくレタスの外葉を剥がして圃場に並べていく。そのスピードが速く、カメラのシャッターを押すタイミングが間に合わないほどだ。

「一人前に収穫できるようになるには、3年かかります」

しかし、研修に来るまつのの従業員にとっては、生まれて初めての作業だ。古原氏は、彼らに何を求めているのだろう。

「まつのさんは、流通センターで従業員の皆さんが、商品を丁寧に扱うようになることを期待しているでしょう。私もそうしてもらえたらうれしい。レタスは、土づくりから始めて、種から収穫までは60日から70日という長い時間をかけている。さらに、青果物流通業・㈱まつのの従業員研修を受け入れている。研修の内容は、一緒にレタスの収穫をすることだ。まつのが期待していることも理解したうえで、古原氏は、研修時にどんな姿を見せ、何を伝えているのか。


古原和哉氏

◆小川グリーン研究会（長野県川上村） 2001年に、㈱まつの長野川上集荷センター設立とともに結成し、まつのとの契約栽培を始めた。現在、構成農家4軒、契約栽培の1日の出荷量は、レタス約230ケース（12個入り）、サニーレタスとリーフレタス約50ケース、ロメインレタス約30ケース。

◆古原和哉氏 1961年、長野県川上村生まれ。高校卒業後、18歳で就農。まつのアグリ事業部生産管理顧問、小川グリーン研究会代表。販売会社の㈱フレッシュ和伸代表取締役。小川グリーン研究会のなかで、レタスとサニーレタスを担当。長年、レタスの食味を上げるため、有機肥料による土づくりに力を注いでいる。古原氏の農場は、約12ha。本人のほか、従業員は、長男夫婦、社員1人、中国人技能実習生4人。






レタス収穫作業。レタスを小刀で切り取る。（左上）外葉を剥がす。（右上）
噴霧器で水洗浄する。（右下）箱詰めしたレタスをトラクターで
牽引するバケットに積み、集荷センターに運び込む。（左下）

に収穫から箱詰め、冷却、出荷まで気配りしている。私たちのそんな姿を見て、生産者の思いを知ってほしいのです」

取引先の従業員にも遠慮なく指導する

研修は、自分たちが作業を始める深夜2時に来るように伝えている。夜に作業している姿も見せたいからだ。各自、カッパと長靴、手袋を持参するように伝えている。

作業前にひととおり説明をするが、作業しながらも、気になることがあれば、遠慮なく注意する。

「真っすぐ切れ。外葉は2枚剥がせ。外葉は、付けすぎても剥がしすぎてもいけない。きれいに洗え。箱に泥をつけるなと、うるさく言い続けます」

相手は、取引先の従業員で、高校を卒業したばかりの新入社員もいる。それでも指導の手を緩めることはない。

「そのレタスは、最後は、お客様の口に入るからですよ」

まつのの従業員にも、古原氏のこの言葉は伝わっているだろう。



集荷センターに設置された真空冷却装置に約20分入れ、芯温を下げる。
季節によって温度は調整する。
この後、配送トラックが指定の流通センターに配送する。

Case 3

研修企業の立場から

農作業の体験が仕事に活きる 個人の成長が組織の成長につながる

株式会社まつの（東京都大田区、青果物流通業）

Case2の農家で研修している企業の視点から――。外食産業向けの青果物を扱う㈱まつのは、レタスの調達先、長野県川上村で生産者と一緒にレタスを収穫する従業員研修を行なっている。農業研修を導入している企業のなかでも、農業・農作物が自社の事業に直結することから、この研修を重く捉えている企業である。農作業の経験は、従業員ひいては会社にとってどんな意義があるのか。研修を担当している大村欣氏と岩淵洋司氏に話を聞いた。

㈱まつのが、レタス調達先の川上村の集荷センターを稼働させたのが2001年。その後、取引先の農家を視察するようになった。従業員研修として1泊2日のプログラムを組んだのが5～6年前である。

産地での研修は、代表取締役の松野貞文氏（60歳）の発案だ。松野氏は、会社は誰でも働ける場であり、社員が長所や得意なことを活かせることを大切にしている。社員は18歳から60代まで年齢・国籍・学歴問わず、留学生や日本在住の外国人、障がい者と多様だ。毎年、従業員から選抜されたメンバーが川上村で農業の研修を受けている。

生産者と同じ作業を体験する

まつのの農業研修は、レタス収穫のスタートから最盛期にかけての、6～7月に実施する。レタスは高温に弱いため、川上村では、陽が昇り気温が上昇する前、深夜2時ごろから9時にかけて収穫作業を行なう。収穫されたレタスは、真空予冷機で急速冷却した後、大型冷蔵庫で保冷され、冷蔵車で出荷される。片づけなどを含め、作業が終わるのは11時ごろである。

まつのの従業員も、川上村の生産者が作業を始めるのと同じ深夜2時ごろから参加する。

手袋と長靴、白いカッパを身に付け、畑に膝をついて黙々と作業する。慣れないため時間はかかるが、丁寧に扱う意味を体で覚えていく。

レタスの根元を小刀でカットし、外葉を剥ぎ取って、切り口を上にして圃場に置く。噴霧器で水をかけて泥や切り口から出るサポニンという液を洗い落としたら、12個ずつ箱詰めしていく。

この一連の作業を、生産者たちと隣合わせで手分けしながら繰り返す。作業の方法はもちろん、なぜ、外葉を剥がすのか、なぜ水をかけるのかといった理由も聞きながら作業する。

実際の作業は約1時間。農作業の実体験が研修プログラムのメインではあるが、1時間にとどめるのには理由がある。

「私たちは、農作業自体を身に付けるのではなく、体験を通じて、生産者の想いを知るということに重きを置いています。慣れない作業で疲れ切ってしまい、ただ疲れたという感想だけになってしまうのは避けたいと思っています」

1泊2日の研修プログラムは、レタス収穫のほかに、作業の前後に生産者の説明を聞いたり、市場や道の駅などを見学したり、サクランボ刈りなどのレクリエーションを入れたりしている。

また、代表取締役の松野氏の講話を聞いたり、直接会話したりする機会も盛り込まれている。

「研修では、農業のすべてを知ることはできません。でも、農業の本当の姿や苦労や楽しさを知りたいと思



社長室室長：大村欣氏（39）と
経営管理本部マネージャー：岩淵洋司氏（41）

◆㈱まつの　外食産業向け青果物および生鮮品・加工品を供給。1983年、前身の㈱フレッシュマルゴ設立、93年、現称に改称。88年に長野県菅平高原、2001年に同川上村で、真空予冷機と大型冷蔵庫を備えた自社集荷センターを稼働、産地直結のコンテナ輸送を開始し、コールドチェーンを構築した。東京都大田区に本社および関東流通センター、大阪府茨木市に関西流通センターを置く。年商約190億円（2017年）。取引先店舗数約1万件。社員335人、パート・アルバイト220人。

っています。生産者の方には、普段やっているとおりの姿、農業はそんなに簡単なものではないということを見せてほしいと思っています」

農業者の苦労や想いを知ると社員の行動が変わる

「こんなに収穫作業が大変だとは思わなかった」

「膝や腰が痛くて大変だった」

研修から帰ってきた社員たちからは、正直な声が聞かれる。大村氏は、管理者側の立場として、この農業研修の目的を次のように語った。

「私たちは、単にお客様に商品を提供するだけではなく、川上から川下までの間をつないでいる立場です。お客様に川上である産地をどう伝えるかに重きを置いています。将来、営業を担当したとき、産地のことを説明できるようにもなってほしい。生産現場ではどういうふうに農産物をつくっているのか、生産者はどんな苦労をしているのか、どんな気持ちで出荷しているのか、研修を通して正しい知識や生産者の想いを従業員に知ってもらうことが主な目的です」

この目的は、あえて研修を受ける従業員たちには伝えていない。しかし、会社に戻ってきた参加者たちには、期待どおりの変化がある。一大産地の広大な畑で、商品としての作物の生産現場を体験したからである。それは、農業をまったく知らない従業員たちはもちろん、農業高校卒の社員も同じだ。

「まず、顔つきが変わります。目に見える行動の変化としては、商品の扱い方が変わります。商品への思い入れが変わるからでしょう。私たちも最初に『丁寧に扱え』と教えますが、丁寧の度合いには個人差があります。研修後は、産地からお客様に商品をつないでいるということを理解して、商品を傷つけないようより丁寧に扱うようになります」

研修後は、何を感じたのか、参加者たちはレポートを書いて提出する。そこには熱の込もった言葉が並ぶ。なかには、産地と直接関わる調達部門で働きたいと申し出る従業員もいる。前述の目的はあるものの、研修で何を感じ、どう行動するか、社員それぞれの自己啓発になるという側面もある。

人事を担当している岩淵氏は、研修の機会を次のように捉えている。

「日ごろ、従業員は流通センターの中で仕事をしています。しかし、単純に仕事をするだけではなく、生産現場を見ることによって、自分は、この会社のなかで何ができるだろうと考えながら仕事するようになります。つまり、自分の成長が、会社の成長につながります。個人の仕事の枠は狭くても、研修を機に、同じ部署の他の人の仕事や、他の部署の仕事にも興味を持った風通しの良い、同じ目的を持った組織になれば、会社は強くなっていくと思います」



東京都大田区の関東流通センターのピッキング（仕分け）作業。各取引先の担当チームが産地から届いた農産物を出荷先ごとに必要な数量を店舗別に仕分けしている。荷受けした商品は大型冷蔵室で保管し、低温の倉庫でピッキング作業することにより、コールドチェーンをつないでいる。365日24時間稼働。農産物が届いてから出荷まで平均1.5日以内。


産地から入荷したレタス。収穫時の鮮度を保ったまま店舗に届ける。

Case 4

立ち上げ時の試行錯誤

「リアルな農業体験」をスタート 事業化の意図と今後の課題

西阪農園（大阪府貝塚市）

プログラムをつくっても企業側が受け入れるとは限らない――。西阪農園は、一般市民のボランティアの受け入れから始め、昨年の秋、企業の社員研修を受け入れる態勢を整えた。ひとつの野菜の播種から収穫まで「リアルな農業体験」というプログラムを提案している。しかし、企業側の要望との隔たりなどの課題を抱え、試行錯誤中だ。代表の西阪和正氏と、立案した水田達也氏に、この事業を始めた意図と、課題を解決するための計画を聞いた。

大阪府南西部（泉州地域）の貝塚市にある西阪農園は、住宅地と工場、農地が混在する場所にある。泉州地域では比較的経営規模が大きいほうで、軟弱野菜農家としてその名が知られている。

２０１５年に携帯電話会社から西阪農園に転職した水田氏は、代表の西阪氏の農作業を補佐しながら、広報・宣伝活動を担当することになった。さっそく始めたのが、農業ボランティアの受け入れだ。

「正直、人手不足の解消にもなるし、農園の宣伝にもつながると思いました」

農園内には、休憩や着替えをする場所やトイレも完備して、受け入れ態勢を整えた。現在、ひと月に1人か2人、多いときは3～4組が訪れる。主に大阪市街地に勤める女性たちや、履修単位にボランティアが組み込まれている大学の学生たちだ。期待どおり、作業が立て込んでいるときは戦力になっているという。

「リアルな農業体験」でファンをつくる

次に考えたのが、農業体験を売ってお金を稼ぐ事業である。コンサルティング会社に相談するうちに、企業研修という切り口は面白そうだという話になったのがきっかけだ。

その研修の特徴は「リアル」な農業体験である。「リアル」というのは、自分たちがやっている農作業と同じ作業をやってもらうという意味だ。ひとつの野菜の播種から収穫まで企業に委ね、できた野菜は社員に食べてもらう。

農業のヒーリング効果やエンターテイメントを目的とした観光農園とは一線を画す。

なぜ「リアル」なのか。その理由は、転職で農業を始めた水田氏だからこそ、農業が持つ、ある価値に気づいたからだ。

「農業は、ひとつの作業自体は単純作業が多い。でも、何のためにこの作業をするのかということを考えなければなりません。農業は、かかる時間がコストです。例えば収穫の際、いかに後の工程である袋詰め作業をやりやすい状態にしておくかということを考えながらやれば、出荷時の生産性が上がります。また、収穫と出荷は分担して行なうこともあるため、より能率性を高めるよう農園内でのコミュニケーションと連携も大事になってきます。企業向けのプログラムでは、研修一日の作業が農園の売上に相当する仕事ができるかどうかを、我々から与えるミッションにしています。そのことによって働いてお金を稼ぐということを可視化する目的もあります」

企業も、チームビルディングやコミュニケーションが重要視されている。農作業を体感することによって、気づくことがあると水田氏は言う。そのための「リアル」だ。

「我々の側のメリットは、まず我々の仕事を知ってもらう。そして農業



左から水田達也氏、西阪和正氏、西阪氏の家族

◆西阪農園　キクナ、コマツナ、ミズナ、ホウレンソウ、シロナの土耕栽培。ハウス22棟、露地60a。年商約1,500万円。従業員は代表本人、妻、母、社員１人、パート１人。

◆西阪和正氏（代表）1987年、大阪府貝塚市生まれ。江戸時代から続く先祖代々の土地を父から受け継ぎ、20歳で農業を始める。**水田達也氏**（従業員）2015年、携帯電話会社から西阪農園に転職。代表の西阪氏は、水田氏のひと回り年下。２人は周りの人から「いいコンビ」と称されている。

の現状や魅力を伝える交流の場になればいい。それが規模拡大による収益増を目指す農業とは異なる農業経営スタイルになると思っています。幻の野菜や他より美味しい野菜をつくったり、生産性を高め続けるというのは限界があります。普通だけれども、他とはちょっと変わっている顧客志向の農園として差別化し、ファンを増やしたい。それが、この農園の規模とスタンスに合うと思います」

研修の費用対効果を企業にどう伝えるか

企業研修を受け入れ事業は、16年に発案し、昨年の秋までに態勢を整えた。先行投資で研修専用の圃場を確保し、全天候に対応できるようハウスも2棟建てた。企業には、ひとつの野菜を収穫するまでの約3カ月間、ハウス1棟を貸すという仕組みをとる。また、基本的なプログラムも用意した。

ハウス1棟の土地と管理費に、研修1回当たりの費用を加えた額が、企業に求める研修費用だ。播種や収穫の作業体験だけ行なう企業の場合、日々の栽培管理は西阪農園が行なう。自分たちが同じ土地で生産した場合を上回ることはなくとも、リスクヘッジとして、ひとつ安定した収益を得られるビジネスモデルにするための料金を設定した。

「そうやって準備はしましたが、そうたやすくありませんでした」

水田氏は、昨年の秋から、企業に新人研修として活用しないかと声かけを始めた。しかし、人事担当者からは、なかなか良い返事はもらえない。農業という切り口は面白いが、研修にかける予算が合わないとか、なぜ作業だけなのかとか、社員は何を学べるのかといった返事が返ってきた。残念ながら、今年の新人研修のシーズンには、企業研修は決まらなかった。

そこで、コンサルティング会社と相談しながら、料金を何度も熟考した。そして、土地と管理費で30万円～に設定、それに研修1回当たりの料金を加えることにした。

「ただし、いかに費用対効果の信ぴょう性を示すか、いかに企業の予算との折り合いをつけるかなどの課題が残っています」

企業の多様な要望にどう応えるか

基本プログラムは、オリエンテーションと作業準備、実作業、農園の人とのコミュニケーションなどで構成している。企業の要望に合わせて、どの作物にするか、研修は何日間か、どんな目的で、どんなプログラム内容にするかカスタマイズすることにした。また、新人研修だけではなく、マネージャーも対象にすることにした。農業をしていれば自然と必要になるチームビルディングは、リーダー研修にも向いていると考えたからだ。

基本プログラムは、地域の担当の農業技術普及員に頼んで人を集めてもらって試し、課題も洗い出した。しかし、企業の声を聞くうちに、ある発見があった。

「じつは、企業には、プログラムの中身を詳細に伝えるより、研修が果たすわかりやすい効果のほうが重要だということです」

企業からは、人材の定着率につなげたい、社員のモチベーションを保ちたい、ハードワークを通して精神を鍛えたいといった声が聞かれる。あらゆる要望を効果としてカタチにすることは容易ではない。農業者であって人材育成のプロではないからだ。企業側の目的に沿った人材教育をするという点においては、突き詰めれば専門性に欠ける。

「我々は、あくまで農業のプロとしての仕事を伝えることに徹して、人材育成の視点は、プロに任せてコラボレーションしようと思います。そうやって、より研修効果の高いプログラムをつくっていきたい。企業には、『体感型の新たな人材育成プログラム』として取り入れてほしい。まずは、モニター募集もしながら、広くこの取り組みを知ってもらいたいと思います」

代表の西阪氏は、水田氏の発案と奮闘を支えながら、次のように話した。

「研修専用のハウス2棟を建ててほしいと言われたときは驚きました。でも、これが成功すれば、農園のひとつの柱の事業になると思っています」


研修専用のハウス