

## 1 テーマ名

ビジネス本を自らの経営に活かしてみよう

## 2 目的

農業経営者が自らの経営と向き合い、経営への意識づけを図る。

## 3 調査研究の内容

- (1) 対象者3名に対して農業経営者の経営に対する意識等を聞き取り
- (2) 対象者と一緒にビジネス本のYouTubeまとめ動画を視聴
- (3) 対象者が視聴で得た知見などを経営に活かせるよう意見交換
- (4) 対象者の経営に対する行動変化を聞き取り

## 4 成果

動画視聴の前後で、対象者3名の経営に対する行動変化が見られた。

## 5 普及指導活動における活用方法

農業経営者が自らの経営について考えるきっかけにしよう。

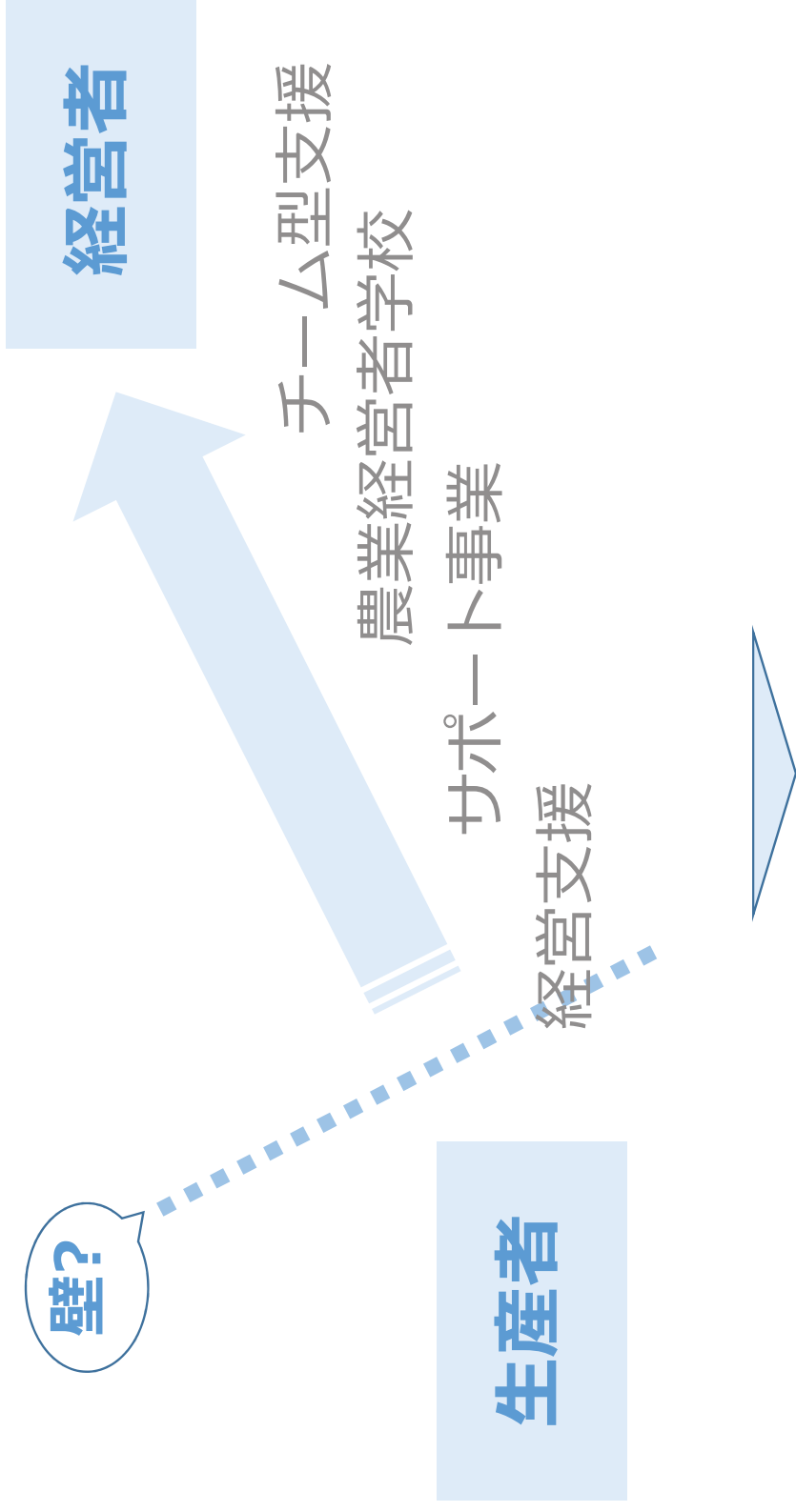
## 6 留意事項

別紙スライド資料を参照

# ビジネス本を自らの経営に 活かしてみよう

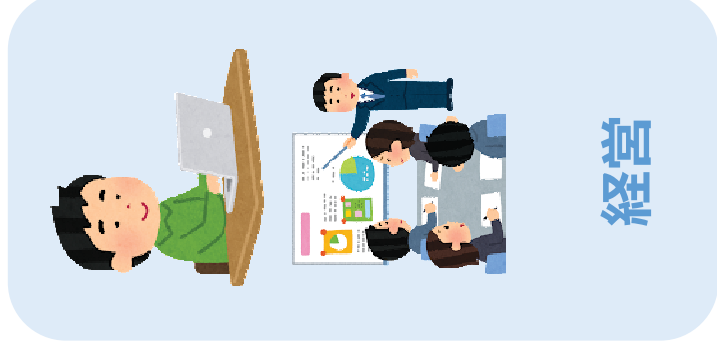
西部農業技術指導所

## 背景と課題①



“経営者”に向かうためのきっかけが必要ではないか

## 背景と課題②



になりがち…



自らの経営と向き合う時間が必要ではないか

## 目的

農業経営者が自らの経営と向き合う時間を設けることで、  
経営が重要であるという意識づけにつながり、  
視点や行動を変えることができるとはなないか？

対象者	Aさん	Bさん	Cさん
年齢	30歳代	30歳代	30歳代
就農後年数	5年目	6年目	8年目
主な品目	こまつな	こまつな	ほうれんそう
従業員数	パート2名	なし	パート6名位
受講済 カリキュラム	経営者学校 (先進地視察コース)	経営者学校 (チャレンジコース)	チーム型支援 農業MBA
ビジネス本を 読むか？ (事前アンケート)	ほぼ読まない	年に5～6冊	年に1冊位

## 選定理由

- ①単価下落により経営モデルの検討が必要，
- ②発展意欲がある，③若い

## 方法 YouTubeまとめ動画の使用



**【要約】USJを劇的に変えた、たった1つの考え方 成功を引き寄せるマーケティング入門...**

8.5万 回視聴 1年前 #本要約 #森岡毅 ...その他

 フェルミ漫画大学 87万

 1632 |   リミックス  オフライン

ビジネス本を15分程度の動画に  
まとめである

◎ 担当者に経営的なノウハウ  
があまり必要ない

◎ 資料を作成する時間が大きく  
省ける

△ 動画によっては製作者

(Youtuber)によって原著の

内容からずれている場合もある

# 視聴中の風景



Bさん

iPad Airで  
経営本のまとめ動画を視聴  
(YouTube)

Aさん



# 視聴中の風景

iPad Airで  
経営本のまとめ  
動画を視聴  
(YouTube)



## 方法 概要

### [視聴する当日]

- 農業経営者と一緒にビジネス本のYouTubeまとめ動画を視聴
- 視聴後に自らの経営に役立てられる部分を意見交換

### [視聴した後日]

- 視聴で得た知見などを経営にどう活かすかフォローアップ
- 経営に対する**行動変化を確認**

# 方法 当所が作成した補足資料

## 動画視聴した後の意見交換の場 でレジメとして使用

### ◎普及指導員が資料を作りこむ 必要がない

#### USJを劇的に変えたたった一つの考え方

著：森岡梨  
動画：フェルミ映画大学

USJを劇的に変えたたった一つの考え方 ⇒ 「消費者視点」という価値観と仕組み

マーケティングとは売れる仕組みをつくること

- 商品が売れるためには、良い商品であるだけでなく、適正な価格、販売場所・提供方法、販促活動の組み合わせが必要 … 顧客の満足度を上げる工夫
- マーケティングの最大の仕事は、消費者の中に「選ばれる必然」をつくること、そのための活動を「ブランディング」と呼ぶ。
- 商品が売れるためには、ビジネスドライバー（売上を伸ばすために必要なビジネスの本質）は何かを特定すること
- 「どう戦うか」の前に「どこで戦うか」を正しく見極めること

一番重要な改善点を見つける

- USJが変えたもの  
旧) 映画だけのテーマパーク  
↓ TDR との差別化 … 意味のある差別化がで差別化は母教を減らす  
新) アニメやゲームなどを含めたエンターテインメントパーク  
大人から子供まで楽しめる。

マーケティングの本質は徹底したお客様目線

- お客さんが喜ぶもの ≠ お客さんが喜びそうなもの
- 自分で体験してみる … アニメ、ゲーム、講師

広告で視聴者の頭の中に良いイメージを植え付ける

- 自分の商品を知ってもらう
- ブランド名を見聞きした時にいいイメージを連想 … ブランディング

## 紹介したビジネス本①

対象：AさんとBさん



### タイトル USJを劇的に変えた たった1つの考え方

著者 森岡毅

テーマ マーケティング，戦略論

内容 日本を代表するメーカーによる，実践的なマーケティング入門書

- ✓ できた野菜を売るのではなく，売れる仕組みを作るというマーケティングの考え方が必要
- ✓ 森岡さんはメディア露出も多く，対象者がより深く知ろうとしたときに情報が出てきやすい。

選定理由

YouTube  
チャンネル

フエルミ漫画大学（登録者数87万人）

## 紹介したビジネス本②

対象：AさんとBさん



タイトル ビジョナリーカンパニー 時代を超える生存の原則

著者 ジム・コリンズ

テーマ 組織づくり

内容 超一流企業になるには経営者のカリスマ性ではなく、組織文化や仕組みが重要

選定理由

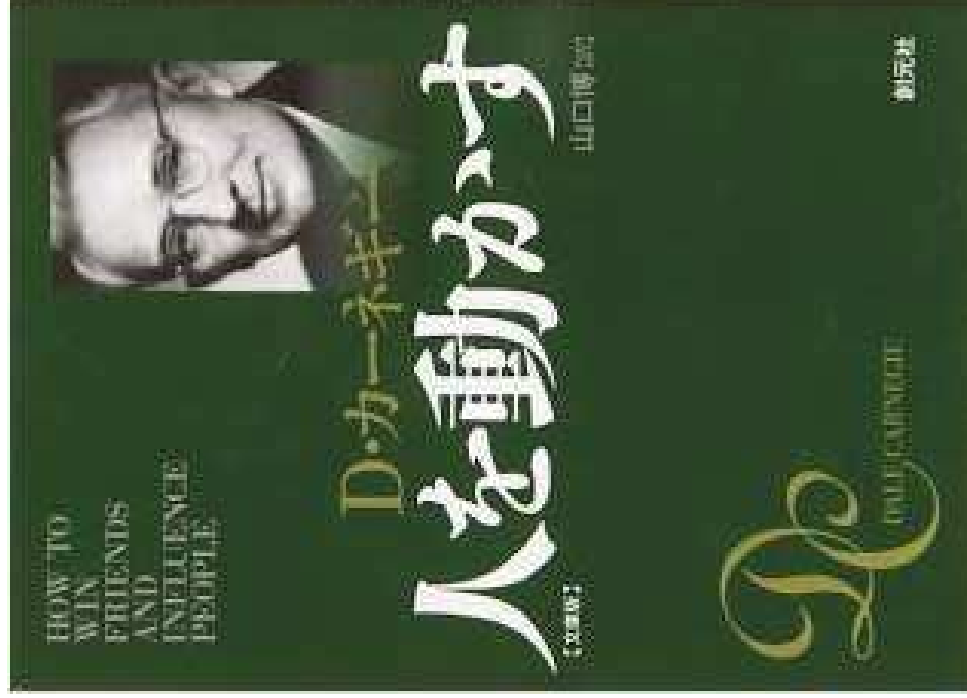
- ✓ 対象者に企業そのものを高めることが重要なことを伝えたかったため。

YouTube  
チャンネル

フェルミ漫画大学（登録者数87万人）

## 紹介したビジネス本③

対象：AさんとBさん



タイトル 人を動かす

著者 D・カーネギー

テーマ 人間関係づくり

内容 人が生きていく上で身に着けるべき人間関係の原則

- ✓ Aさんから、従業員を動かす方法を勉強したいと求められたため
- ✓ 従業員などと円滑な人間関係を形成し、より良い組織にしてみようため

選定理由

YouTube  
チャンネル

フエルミ漫画大学（登録者数87万人）



タイトル 顧客起点マーケティング

著者 西口一希

テーマ マーケティング

内容 顧客視点が重要。1人の顧客にインタビューをして、カスタマージャーニーを理解する。

✓ Cさんの話を聞いていると、自らがやりたい事業内容が多く、顧客視点が不足していると感じたため。

選定理由

✓ 事業をすすめる上で具体的な顧客をイメージすることとは重要。

YouTube スパイク山本のビジネスマーケティング本  
チャンネル 要約と解説ch (登録者数4,500人)

## 対象者がどのビジネス本の動画を視聴したか

ビジネス本①

**USJを劇的に変えたたった1つの考え方**

マーケティング, 戦略論



ビジネス本②

**ビジョナリーカンパニー**

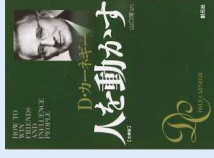
組織づくり



ビジネス本③

**人を動かす**

人間関係づくり



ビジネス本④

**顧客起点マーケティング**

マーケティング



Aさん

✓

✖

✓

Bさん

✓

✖

✓

Cさん

✓

✓ 普及指導員が立会 ※ 本人のみで視聴



## この取組において普及指導員に求められるであろうスキル

コーチング  
スキル

…相手の思いや課題を引き出すために  
一定程度は必要



経営  
スキル

…内容を全て理解しなくても、  
一緒に勉強するスタンスでOKでは  
(原著は読んだ方がいいかも)

# Aさんの反応と成果

ある小売店では消費者が小さい束のこまつなを手を取っていた。こまつなを製品として差別化するのは難しいが、量目などの工夫は自分でもできるのでは



本①

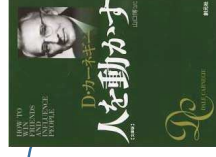
カリスマ的指導者ではないほうが良い経営者になるという話が出ていた。自分の強みを生かした経営をしていきたい。



本②

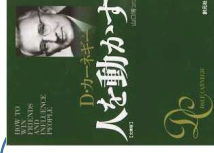
## マーケティング視点でコマツナを分析すること (R5年夏を予定)

従業員が働くのは当たり前だと思っ  
てしまっているかも。他の農業経営者  
はどのようなふるまいで従業員と接  
しているのだろうか？ 先進経営体に  
聞いてみる



本③

人を動かすというが、結局は自分次第。  
他人は変えられない。自分が変わるこ  
とで環境が変わる。自分が変わったほ  
うが結果的に速い



本③

## 経営者学校（視察コース）の効果向上

## Bさんの反応と成果

地産地消をブランド化するケースがあるが、価格設定が高すぎる。うちとしては、地元の野菜をおいしく、毎日気兼ねなく食べられる価格で販売したい



本①

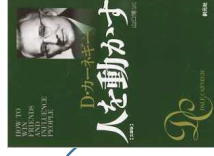
お客さんは市場？消費者？  
消費者は品質を評価するのではないか



本②

### ▶ 経営理念に「お客様視点」が加わった

どのような従業員を雇うのか、人の選  
び方が重要だと感じる



本③

ただ生産しても利益は出ないので、経  
営的な観点は持たざるを得ない

## Cさんの反応と成果

知り合いの農業経営者から、直売した顧客情報を記録しておくよう言われていたが、理由がわかった



本④

勉強せにゃあいけんですね

顧客の情報を活用することになった

農業MBAでペルソナの設定はしていたが、何のためにやるのかわかっていなかった



本④

## まとめと今後の展開

- ビジネス本のまとめ動画（YouTube）を視聴することにより、対象者の経営に対する行動変化がみられた。YouTubeまとめ動画を使うことで、第3者が伝えた形になり説得力が増した可能性がある
- 普及指導員が取り組む際には、経営スキルを対象者と一緒に勉強しながら進めてみよう
- 今回の対象者3名には今後も取組を継続するとともに、他の生産者への取組も少しずつ進めていきたい

## USJを劇的に変えたたった一つの考え方

著：森岡毅

動画：フェルミ漫画大学

USJを劇的に変えたたった一つの考え方 ⇒ 「消費者視点」という価値観と仕組み

### マーケティングとは売れる仕組みをつくること

- ✓ 商品が売れるためには、良い商品であるだけでなく、適正な価格、販売場所・提供方法、販促活動の組み合わせが必要 …顧客の満足度を上げる工夫
- ✓ マーケティングの最大の仕事は、消費者の中に「選ばれる必然」をつくること、そのための活動を「ブランディング」と呼ぶ。
- ✓ 商品が売れるためには、ビジネスドライバー（売上を伸ばすために必要なビジネスの本質）は何かを特定すること
- ✓ 「どう戦うか」の前に「どこで戦うか」を正しく見極めること

### 一番重要な改善点を見つける

- ✓ USJが変えたもの
  - 旧) 映画だけのテーマパーク
  - ↓ TDRとの差別化 … 意味のある差別化か？差別化は母数を減らす
  - 新) アニメやゲームなどを含めたエンターテインメントパーク
  - 大人から子供まで楽しめる

### マーケティングの本質は徹底したお客様目線

- ✓ お客さんが喜ぶもの ≠ お客さんが喜びそうなもの
- ✓ 自分で体験してみる。…アニメ，ゲーム，猟師

### 広告で視聴者の頭の中に良いイメージを植え付ける

- ✓ 自分の商品を知ってもらう
- ✓ ブランド名を見聞きした時にいいイメージを連想 …ブランディング
- ✓ 旧) 関西，映画専門のテーマパーク，大人しか楽しめない
- 新) 関西，面白いエンタメを集めたテーマパーク，誰でも楽しめる

### 良いものを提供して口コミを起こす

- ✓ 想像以上の満足度が得られるとリピーターになる
- ✓ 本当に消費者が喜ぶものを提供する

### 当てずっぽうで動くな、しっかりと情報収集しろ

- ✓ 取り組む前にお客さんが何を求めているのか情報収集  
街中で叫べるという非日常体験 ⇒ リアルなゾンビ

### 自分の持っている資源を1点集中する

- ✓ 資源は常に不足している。何に資源を集中投下するか、何が一番重要なのか

### ライバルとの差を上手く活用する

- ✓ USJ にできて TDR にできないこと …ディズニーキャラ以外とのコラボ
- ✓ 弱みを強みに変換する

### 値段を上げれば価値をもっと上げられる

- ✓ お客さんはチケット代ではなく、楽しいか楽しくないかに価値を感じていた。改善すべきなのは値段ではなく価値。値下げは悪循環
- ✓ マーケティングとは、お金を払う価値があることをお客さんに伝えること

### ×いいものが売れる ⇒ ◎売れるものがいいもの

- ✓ 企業が生き残るためには「技術力」と「マーケティング力」の両方が重要。

## 調査研究（経営本を自らの経営に活かしてみよう）

### ●【直前】アンケート …動画をみる直前に実施

1. 日常的にビジネス書などを読むことはありますか？
2. ある場合、年間何冊くらいですか？読む理由は？
3. ない場合、読まない理由は何ですか？

### ●【直後】アンケート …動画を見た直後に実施

4. 見た感想は？
5. 自分の経営に活かせそうな部分はあった？それはどういう点？
6. もっと知りたいと思った部分は？
7. 次のテーマの希望は？

### ●【事後】アンケート …動画を見て3か月後に実施

1. 著者の書籍や他の動画などを見てみた？
2. ビジネス書の内容を自分の経営に活かしてみた？活かそうとした？
3. ある場合、それはどのような部分？
4. ない場合、その理由は？
5. 今後、ビジネス書を読む時間は増えそう？