

# 令和6年度三重県農業大学校評価シート

第1回自己評価委員会:令和6年7月10日(水)、第1回学校関係者評価委員会:令和6年7月30日(火)

第2回自己評価委員会:令和7年2月18日(火)、第2回学校関係者評価委員会:令和7年3月7日(金)

## 1 設置目的

農業に関する高度な技術及び経営について実践的な教育により、優れた農業経営者等の養成及び農業者等の研修を行うため、三重県農業大学校を松阪市に設置する。(三重県農業大学校条例第1条)。

## 2 教育方針・研修方針

本県農業及び農村地域の中核的な担い手として、広い視野から判断し、行動できる経営感覚に優れた人材等を養成するため、農業技術の高度化及び経営の革新に対応できる技術能力や経営判断能力、明日の農業を拓くために必要な創造力や実践力などを身に付けることに重点を置いて実践的な教育を行う。

## 3 本年度に取り組む重点目標

(1)意欲ある学生の確保 (2)学生教育の充実 (3)就農就職支援の強化 (4)農業農村をリードする人材の育成

## 4 評価項目と具体的方策・評価

重点目標:(1)意欲ある学生の確保

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
<p>〈現状〉</p> <p>【学生への農業大学校の魅力発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・定員である二年課程30名、一年課程10名の確保に向けて、①県内全高校の訪問(年2回)、②学校見学会(年2回、6月に実施)、③オープンキャンパス(年2回、8月に実施)での学校体験、④PR動画の作成、⑤SNSによる学校生活の発信などに取り組んできたところである。</li> <li>・これらの結果、過去5か年平均で、二年課程は26名、一年課程は10名の入校があり、定員の90%の充足となっている。</li> <li>・また、近年は、普通科や商工高等学校など、農業高校以外からの入校生が約50%を占めるなど、多方面から農業に対する関心が高まっている。</li> </ul> <p>【農大ファンの拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当校産農産物の販売に関して、顧客接点の機会は、農大マルシェ(水曜販売)に限られていたが、R5年度より近隣直売所2箇所(旬前耕房ごん豆:権現前営農組合直売所、おおきんな:ぎゅーとら直売所)と新たに契約を締結し、ごん豆では、野菜、果樹、花きの専攻で延べ12回販売を行った。</li> <li>・若者層への訴求力が高いInstagramによる発信をR4年度から開始し、R5年度は81回、R6年度は7/8現在で47回投稿している。</li> </ul> <p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農業経験が少ない入校希望者を対象に、農業や農大のカリキュラムに関して、分かりやすく丁寧な発信に留意するとともに、地域住民など多様な方を対象にしては、農大に対する理解を深めてもらう取組が必要である。</li> <li>・マルシェは地域のシニア層を中心に根強いファンがいるものの、知名度は決して高くなく、客層はほぼ固定客に限られている。発信を強化するとともに、誰でも気軽に立ち寄れる運営への改善が不可欠である。</li> </ul>	<p>農大の魅力を発信する手法の改善</p>	<p>①オープンキャンパスにおける学生主体の発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・実習や講義の体験において、専攻紹介や作業説明などの場面で、学生主体の発信に努めるとともに、作業体験時における参加者のフォローも行うことで、入校希望者と学生のコミュニケーションが深められるような場を積極的に作り出す。</li> <li>☞全6専攻で学生主体の発信を実施</li> </ul> <p>②農大体験コンテンツの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各専攻の実習施設や、実際の実習の様子を収録した動画をHPに掲載し、学校見学会やオープンキャンパスに参加できない場合でも、いつでもどこでも農大体験が可能となるような環境を整える。</li> <li>☞全6専攻のバーチャル農大ツアー動画をHPに掲載</li> </ul> <p>③各種媒体を活用した発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高校への資料提供、HPへの掲載のみならず、TVやラジオのスポットCM、タウン情報誌、JAの広報誌などを活用し、オープンキャンパスや入試の情報を発信する。</li> <li>☞5媒体での広報の実施</li> </ul>	<p>①オープンキャンパスにおける学生主体の発信の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校説明会やオープンキャンパスでは、体験時の参加者のフォローなどを学生が行うとともに、農業高校による本校視察では、卒業生による専攻や施設の紹介、学校生活に関する質疑応答なども行い、入校希望者にとって親しみを持てるような発信を積極的に行った。</li> <li>☞全6専攻で学生主体の発信を実施</li> </ul> <p>②農大体験コンテンツの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県のインターネット放送局において、各専攻を紹介する動画を掲載した。</li> <li>☞全6専攻の動画を掲載</li> </ul> <p>③各種媒体を活用した発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県の広報チャンネル(TVやラジオのスポットCM、タウン情報誌への掲載)の活用のみならず、JAや市の広報誌、関係機関の掲示コーナーも活用し、オープンキャンパスや入試に関する情報を発信した。</li> <li>☞9媒体(チャンネル)を活用し広報を実施(①TV、②ラジオ、③タウン情報誌、④JA広報誌、⑤市の広報誌、⑥市地域振興局、⑦県庁舎デジタルサイネージ、⑧生涯学習センター、⑨郵便局)</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農大体験コンテンツなど、本校をPRする各種媒体が揃ってきたところであり、まずは、それらの内容のブラッシュアップを図る。</li> <li>・さらに、学生の出身高校の進路ガイダンス等への参加を促すなど、学生主体による発信や卒業生による出身高校への直接的な発信を強化する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チームウェアは、学校の一体感醸成につながるのはもちろん、その一体感や、学校の雰囲気、が伝わるので農大ファン拡大につながる。様々な場面で活用してほしい。</li> </ul>
<p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・マルシェは地域のシニア層を中心に根強いファンがいるものの、知名度は決して高くなく、客層はほぼ固定客に限られている。発信を強化するとともに、誰でも気軽に立ち寄れる運営への改善が不可欠である。</li> </ul>	<p>農大ファンの拡大</p>	<p>③マルシェ改革</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新たにデザインしたPR媒体(チラシなど)の配布、開催日の校舎前市道や農業研究所東西門ののぼりの設置などを通じ、地域へのPRを強化するとともに、入場方法や導線など運営方法の改善、年間販売スケジュールのHPの掲載などにより、マルシェの魅力発信に努める。</li> <li>☞7月よりリニューアル開催を実施</li> </ul> <p>④SNS発信のさらなる充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・職員向けの投稿方法や動画作成の研修会を行い、専攻間で偏りがないようにキャンパスライフの発信を行う。また、学生主体による発信も行うとともに、卒業生の活躍の様子も紹介し、農大を深く知ってもらう発信も積極的に行う。</li> <li>☞Instagramの投稿回数200回、卒業生の活躍の発信6回</li> </ul> <p>⑤直販所での販売の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・花き専攻で、「おおきんな」での販売を試行的に開始するとともに、「旬前耕房ごん豆」では、ミカン詰め放題などのイベント色の強い販売を充実させる。</li> <li>☞「おおきんな」での花きの販売(5回)、「旬前耕房ごん豆」でのイベント販売の実施(5回)</li> </ul>	<p>③マルシェ改革</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来場者アンケートの結果を踏まえ、これまで容認していた場所取りを2月より禁止とし、初めての方でも来場しやすい方法に改善するなど、マルシェ改革を進めるとともに、年間販売スケジュールをHP等を通じて発信し、マルシェの魅力発信に努めた。これらの結果、来場者数が昨年と比較して約20%増加した。</li> <li>☞7月以降、随時リニューアル</li> <li>☞来場者数(6~1月の1日当たり):R5年35.4人→R6年42.8人</li> </ul> <p>④SNSのさらなる充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・動画の活用など、各専攻とも工夫を凝らしたSNSの発信を継続して行うことができ、フォロワー数が大幅に増えるなど、着実に農大の認知度向上につながっていると思われる。</li> <li>☞Instagramの投稿回数117回(2/26現在)、卒業生の活躍の発信5回</li> <li>☞Instagramフォロワー数:R5年度末約300人→2/26現在680人</li> </ul> <p>⑤直販所での販売の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ごん豆」での販売は、農大商品の販売を楽しむに声を聞くなど、農大ファンの増加、水曜販売の新たな顧客の確保につながっている。また、地域のイベントに出店し、マルシェや直販所以外の顧客接点の機会を設けた。</li> <li>☞「旬前耕房ごん豆」での販売:5回 「おおきんな」での販売:1回</li> <li>☞地域イベントでのマルシェ出店:1回(こどもふくりユース)</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、マルシェ改革や直販所での販売の充実を進めるとともに、SNSでの発信は学生主体による発信を強化する。</li> <li>・新型コロナウイルスの5類感染症に移行に伴い、地域のイベントへのマルシェ出店依頼を受ける機会が増えてきている。定例の水曜日開催のマルシェとは異なる客層に対して販売する機会を積極的に設け、学生のマーケティング感覚の磨き上げを図る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Instagramの発信は、非常に中身が充実してきているが、水曜販売の告知など、簡単な内容のものをもっとアップしてもいいのではないかと。</li> <li>・イベント出店での来場者が、定例の水曜販売への来場につながる仕組みを作ってほしい。</li> </ul>

重点目標:(2)学生教育の充実

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
<p>〈現状〉</p> <p>【学生の多様化への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卒業後の進路は、法人就農や民間企業・公務員への就職を希望する者が増加するなど、多様化が進んでいるため、シラバスなどを随時見直してきている。また、職員が多様なニーズに応えられるよう、教育委員会の協力を得るなど、資質向上研修を行っているところである。</li> <li>・一方、急激な社会情勢の変化に伴い、将来への不安を抱く学生が増えていることから、令和元年度よりスクールカウンセラーを配置し、相談体制を強化してきている。</li> </ul> <p>【卒業論文、プロジェクト(課題解決演習)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卒業論文は、就農すると仮定した場合の経営試算がテーマであるが、独立自営就農者がほとんどいない二年課程の学生にとっては、自分事としてとらえにくい状況(いわゆる絵に描いた餅で、作成に向けてモチベーションが上がりにくい状況)にある。</li> <li>・プロジェクトも、学生の論理的思考、仮説検証力を磨く良い機会となっているが、教育計画のスケジュール上、技術の効果の検証にとどまっている。</li> </ul>	<p>学生の多様化への対応</p>	<p>①職員の資質向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コーチング、主体的・対話的で深い学び(いわゆるアクティブラーニング)、価値発見力など、重要な教育手法について学ぶ職員の資質向上研修の他、ベテラン職員の匠の技の共有や若手職員の学生指導上の課題や悩みの意見交換を通じて指導力向上につなげるOJT研修も、引き続き実施する。</li> <li>☞資質向上研修:6回、OJT研修:6回</li> </ul> <p>②特別な配慮を要する学生への対応力の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スクールカウンセラーとは、意見交換を随時行い密な連携を図るとともに、ハローワークや教育委員会(特別支援教育課など)との連携の強化や、学生の家族や出身高校との情報共有も進めながら、職員の対応力の向上を図る。</li> <li>☞ハローワーク、教育委員会との連携(意見交換会など):6回</li> </ul>	<p>①職員の資質向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・教育手法に関する職員研修を行うとともに、OJT研修により、ベテラン職員からの教育指導手法の伝授や学生指導上の課題についての意見交換等を行った。また、令和7年4月施行予定のハラスメント防止に関する基本方針の策定を通じ、職員の意識向上を図った。</li> <li>☞資質向上研修5回(①発達障害者サポーター養成、②特別支援教育プログラム、③生活指導、④価値発見力、⑤ハラスメント防止)</li> <li>☞OJT研修6回(①効果的な学校PR、②MBTI診断の教育での活用、③卒論から見る信頼関係構築、④コーチング基礎、⑤効果的な販売実習、⑥授業に関心を持ってもらう工夫)</li> </ul> <p>②特別な配慮を要する学生への対応力の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・配慮が必要な学生のみならず、問題行動の多い学生に関して、スクールカウンセラーとは密に意見交換を行い対応策を協議するとともに、特別支援学校との連携や、出身高校等との情報共有も進めながら、職員の対応力の向上を図った。</li> <li>☞関係各所との連携(意見交換):6回(①、②特別支援学校、③障害者就労支援事業所、④出身高校、⑤松阪署若年生活安全課、⑥県警少年サポートセンター)</li> </ul>	A	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまで、各種研修を通じて資質向上を図ってきたところであり、特に、話を分かりやすく伝える力は向上してきている。さらに、指導力の底上げを図るために、教育の基本である①聞く姿勢を作らせる力、②伝えたことが理解できているか確かめる力の習得をめざす。</li> <li>・公開授業の試行、学生の本音を引き出せるような設問に工夫したアンケートの実施を検討する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・配慮を要する学生に対する対応は、すぐに改善できるものではなく、掲げ続けるべき課題であり、引き続き取り組んでほしい。</li> </ul>
<p>〈課題〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当校の特殊性(県内に同様の組織がない等)から、職員の資質向上に向けた交流や情報交換の機会が非常に少ない。</li> <li>・プロジェクトで取り上げた素材の経営評価を卒論に盛り込むなど、卒論、プロジェクトの連携について、引き続き検討していく必要がある。</li> </ul>	<p>卒論改革</p>	<p>③卒論とプロジェクトの連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・早期からの卒論ガイダンス、農家実習で卒論の素材探索を促すレポートなどを通じ、学生の関心事を引き出しつつ、就職就農先の農業法人における経営改善、プロジェクト素材を柱とした経営試算など、多様な卒論テーマがあることの気付き深める取組を進める。</li> <li>☞「自分事としてとらえられる卒論」作成を促す取組(ガイダンスなど):3回</li> </ul> <p>④卒論のあり方検討</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上記、卒論とプロジェクトの連携強化を模索しつつ、その連携の最適解など卒論のあり方を協議するとともに、令和7年度の教育計画へ反映させる。</li> <li>☞卒論のあり方検討:3回</li> </ul>	<p>③卒論とプロジェクトの連携強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・卒論ガイダンスを5月、9月に行い、スケジュール感や、プロジェクト(課題解決演習)の結果を盛り込むなど、多様なテーマ(切り口)で卒論が作成が可能であることの気付きを深める機会を設けた。</li> <li>☞「自分事としてとらえられる卒論」作成を促す取組(卒論ガイダンス、農家実習で卒論素材探索を促す働き掛け):3回</li> <li>④卒論のあり方検討</li> <li>・上記取組の効果を検証するとともに、卒論のあり方を検討し、令和7年度の教育計画(カリキュラム)への反映を検討した。</li> <li>☞卒論のあり方検討:2回</li> </ul>	B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・課題解決演習=卒論(卒業研究)とする農大がほとんどの中で、就農に関する経営試算にフォーカスした卒論を導入していることは本校のカリキュラムの特徴と言える。</li> <li>・学生や卒業生の意向把握も行いながら、引き続き、卒論のあり方を検証し、より効果的な教育となるよう検討する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プロジェクト活動での実験は、実践性を高めることができるので、重要なカリキュラムである。プロジェクトと従来の卒論を融合させるようなこの方針は引き続き進めてほしい。</li> </ul>

重点目標：(3) 就農就職支援の強化

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
<p>&lt;課題&gt; ・先述のとおり、農業高校以外からの入校生や農業経験が少ない入校生が増加する中、卒業後の進路については、多様化が進んでいる。さらに、卒業後の農業との関わりについて、明確なイメージが持てない学生も増加している。 ・そのため、キャリア教育プログラム（「キャリアデザイン」の必須科目化、キャリアコンサルタントによる面談など）、就農ガイダンス、専攻での個別面談、ハローワークによる相談会、意見発表のカリキュラム化などを通じ、将来ビジョンの具体化、就農就職に向けて支援してきている。 ・これらの取組の結果、過去5か年平均で、就農率は40%、農業関連就職率は80%となっている。</p> <p>&lt;課題&gt; ・本校の設置目的に則し、就農率・農業関連就職率をさらに高めるためには、早期から気付き・学びの場を提供し、学生自らが主体的にキャリアデザインを描くための支援が重要である。 ・社会情勢の大きな変化から、多様な企業が当校に関心を示すようになってきている。それら企業との情報交換を密にし、企業が求めている人材象の把握に努めながら、企業と学生のマッチングを進める必要がある。</p>	<p>進路の早期決定の支援の強化</p> <p>就農就職率の向上</p>	<p>①就農就職意欲向上のための取組の充実 ・先進的な農業経営者や同年代の就農を志す学生との交流を深める学外研修等への参加を促すとともに、就職活動を進める際の留意点について気付き深めるガイダンスを実施するなど、就農や就職に向けた意欲向上のための取組の充実を図る。 ☞学外研修への派遣：1年生から8名 ☞就職活動ガイダンス：1年次に2回 ②就職就農のために必要なカリキュラムの検討 ・農業研究所が実施している卒業生へのアンケート調査を基にした人材育成に関する研究等や県立専修学校へのベンチマーキング等を通じ、就職就農する人材にとって必要な、かつ、農業法人と学生のミスマッチの削減につながるようなカリキュラム（講義、実習、資格取得など）を引き続き協議していくとともに、令和7年度の教育計画へ反映させる。 ☞検討会の開催：3回</p> <p>③企業との連携強化 ・農業改良普及センターなどの関係機関との会議や当校主催のリカレント研修等を通じ、人手不足の農業法人等に対して、当校への求人票の提出や企業説明会の開催を働きかけるとともに、求人票提出企業と連携し、学生が関心ある企業とコミュニケーションを図れるような合同企業ガイダンスを実施し、企業と学生のミスマッチを避けることができるような就職支援を行う。 ☞合同企業ガイダンスの開催：1回 ④就農者のフォローアップ ・一年課程を中心とした独立自営就農した卒業生に対して、訪問調査などを通じ、定着に向けた助言支援を行う。また、訪問調査等の結果をもとに、当校における就職支援の手法を検証する。 ☞現状確認調査：90名（平成25年以降の1年課程修了者） ⑤採用試験対策の実施 ・近年、希望者が増加している公務員や、昨年度より農大卒が受験資格に加わり関心が高まっている高校実習助手について、採用試験の解説や卒業生の体験談の紹介を行うガイダンスを実施するとともに、試験対策の特別講義を実施する。 ☞採用試験対策夏期集中講座の実施</p>	<p>①就農就職意欲向上のための取組の充実 ・学外研修への参加を促すのみならず、参加者による研修報告（発表）の機会を設け、プレゼンテーションを通じ、自身の将来ビジョンを再確認する場とした。 ・ハローワークによる就職ガイダンスの開催、学生向けの就職活動層の作成配布を通して、就職活動の基本的な流れやスケジュール感、活動を進める上での留意点を再確認するとともに、就職就職に向けた意識を高める機会を設けた。 ☞学外研修への派遣：1年生より6名 ☞就職活動ガイダンス：1年次に2回 ②就職就農のために必要なカリキュラムの検討 ・農業研究所の人材育成に関する研究や県立専修学校へのベンチマーキングを通じ、特に法人就農を目指す学生を育てるために特化した教育計画（カリキュラム）を検討した。 ☞検討会（意見交換）の開催：2回</p> <p>③企業との連携強化 ・新たに求人希望があった企業に対して、企業説明会の実施を働きかけるとともに、すでに求人を出している農業法人や企業15社の参加による合同企業説明会を実施し、学生が関心ある企業と積極的にコミュニケーションを図ることできる機会を設け、企業学生それぞれが、お互いの意向を確認できる場を設けた。 ☞合同企業説明会（15社参加）：1回開催 ☞個別の企業説明会の実施：4社（うち2社から採用） ④就農者のフォローアップ ・地域農業改良普及センターと連携しながら、当該卒業生の状況把握に努めている。また、独立自営就農する一年課程に対して切れ目なくフォローするため、営農計画をプレゼンする発表会に農業改良普及センターの参加を促した。 ☞現状確認調査：172名（これまでの1年課程修了者に全員に発信、詳細を調査中） ⑤採用試験対策の実施 ・公務員や高校実習助手について、仕事の内容や採用試験受験の際の留意点を紹介するガイダンスを実施するとともに、特に公務員試験については、夏期休暇を活用し受験対策の集中講義を実施した。 ☞公務員採用試験対策集中講義の実施（6回）4名受験中3名合格</p>	B	<p>・昨年度より、農業の思いや将来の夢などを発信する校内意見発表会をカリキュラム化するなど、進路の早期決定を支援しているところであるが、講義の中でのグループワークなど、自身の考えを言語化する機会をさらに設け、将来ビジョンの具体化につながるような取組を進める。 ・労働法、職業安定法など、就職活動に関連する法令の知識を高めるなど、職員の意識向上を図る。 ・学生と年齢が近く、価値観など考え方を共感しやすい世代の卒業生（就農者）の経験談を聞く機会を、積極的に設ける。</p>	<p>・就職就職支援についても、継続して行っていくべき課題。そのため、毎年同じような取組を継続するのも構わない、かえって大きく変えようとする、本質から離れる場合があるので注意が必要である。</p>
				A	<p>・卒業生が就職した企業、求人があった企業へのヒアリングを通じ、企業側の意向、本音を把握し、ミスマッチを回避に向けた取組を検討する。 ・引き続き、必須講義のキャリアデザイン等を通じ、進路の早期決定の支援を行うとともに、まずは学生が自分事としてとらえ、早期に主体的に活動を行えるよう働き掛けをする。</p>	<p>・今の社会情勢であれば、就職しても将来的に兼業農家として戻ってくる場合も多く、地域は大変動かっている。農業から離れた職に就いた卒業生に対して、そのようなフォローもお願いしたい。</p>

重点目標：(4) 農業農村をリードする人材の育成

現状と課題	項目	具体的方策と評価指標	取組経過と実績	自己評価	今後の改善方策	学校関係者評価委員会の意見提言
<p>&lt;現状&gt; ・農業をビジネスとして展開する起業家や、農業法人のビジネスマネージャー等を育成するため、「みえ農業版MBA養成塾」を平成30年に開講。PRイベントや各種農業フェアでの出展などを通じ、塾生の募集に取り組んできた。 ・定員の3～5名を確保できていない状態が続いていたため、半期コースの設置、法人の従業員や親元での事業継承予定者も対象とするなど、制度の見直しを図ってきたところ、令和6年度は3名入塾に至っている。 ・社会人向けに開講しているリカレント研修は、農耕用牽引車両やアシスト機能付トラクターの操作研修、環境制御システムの技術習得研修など、社会情勢の変化に則した研修を行ってきている。</p> <p>&lt;課題&gt; ・養成塾については、塾生確保に向けて、あり方を見直し、制度を再構築する必要がある。 ・リカレント研修については、一部研修で応募がない状況もあったが、昨年度は、社会情勢の変化や現場ニーズに合わせた内容へのブラッシュアップを図り、全ての研修が実施に至っているところである。</p>	<p>養成塾の効果的な運営</p> <p>リカレント研修の効果的な運営</p>	<p>①制度の再構築 ・当校の1年課程、農林水産支援センター主催の「みえ農業経営社長塾」との連携をさらに強化し、新規就農者や若手経営者の発展段階に応じた切れ目ない支援体制を構築するため、引き続き、「みえ農業版MBA養成塾」のあり方を検討する。 ☞再構築に向けた検討会の開催（2回以上） ②入塾生の確保 ・あり方を検討した上で、農業改良普及センターと連携し、法人従業員や親元就農者など入塾候補生に対し、個別訪問を行い、入塾メリットを明確に発信しつつ、入塾生の確保を図る。 ・一年課程の在校生のみならず、入校希望者に対しても、一年課程修了後の入塾のメリットを積極的に発信する。 ☞入塾候補生に対するアプローチ 5名</p> <p>③リカレント研修のブラッシュアップ ・これまでの研修を継続するとともに、昨年度の受講生の意見などを踏まえ、より現場ニーズに即した、かつ、昨年度当校で整備した施設等を活用する新たな研修を検討する。 ・さらに、当研修に対する潜在的なニーズは高いと思われるため、SNS等を積極的に活用するなど、PR方法も改善していく。 ☞新規企画の研修の実施 1件</p>	<p>①制度の再構築 ・今後の方針として、当初の設立趣旨に則し、農業経験の無い新規就農希望者について、個性的なアイデアを持つインベーターとして育成しつつ、農業に関する知識や経験の基盤ができていない若手の農業経営者や親元就農者、農業法人のビジネスマネージャーを志す人などをメインターゲットとするなど、柔軟な制度とすることの合意が得られた。 ☞再構築に向けた検討会：2回 ②入塾生の確保 ・農業改良普及センターや財団法人三重県農林水産支援センターと密に連携し、制度の周知を図るとともに、入塾候補者の選定、個別訪問等を行った。 ☞令和7年度入塾生予定者：3名 ☞入塾候補生に対するアプローチ：11名</p> <p>③リカレント研修のブラッシュアップ ・これまで実施している農耕用牽引車両や先進農業用機械・施設の技術習得研修に加え、農業者から幅広いニーズに対応できるよう、先進農業用機械の導入を検討し経営発展をめざす農業者向けに、自作地における操作実践研修を新たに開催した。 ☞新規企画の研修の実施 1件（4回実施、6名が受講）</p>	A	<p>・農林水産支援センター主催の「みえ農業経営社長塾」との連携を強化し、新規就農者や若手経営者の発展段階に応じた途切れのない支援体制を構築を検討していく。 ・一年課程の修了生に対する入塾の推進を強化するとともに、引き続き、農業改良普及センターや農林水産支援センターと連携した現地へのアプローチを強化し、塾生の確保に努める。</p>	<p>・起業家マインドの醸成の他にも、例えば、米の販売に関する投資収益率など、具体的なビジネス管理手法に関しても学べるようにしてはどうか。</p>
				A	<p>・受講生や意見や要望を参考に、現場での課題やニーズに即した研修内容となるよう、ブラッシュアップを図る。 ・引き続き、多くの方に受講してもらえよう、HPの掲載や関係機関への周知以外に、SNSやメディアとの連携等の効果的な発信方法を検討する。</p>	<p>・（上記の米の販売に関する投資収益率の推定手法など）研究機関と連携し、そこで蓄積された知見を生かすようなリカレント研修を行うことができれば、この情勢下ではニーズが高いのではないかと。</p>