

## 食の6次産業化プロデューサー育成に取り組む教育機関①

高校生から事業者まで県内の地域ブランド創出人材の育成に取り組む

### 福島大学 地域ブランド戦略研究所

#### 1 福島大学地域ブランド戦略研究所の取り組み

##### (1) 高校生向け育成プログラムの実施

福島大学地域ブランド戦略研究所では、平成26年8月4日、7日、8日の3日間にわたって県内の高校生向けに「高校生のための“6次産業化”学習講座」を開催した。この講座の内容は、「食の6次産業化プロデューサー」（以下「食Pro.」）レベル2向けの内容となっている。食Pro.のレベル2は、大学の農学部、農業大学の学生を想定したレベルであり、これまで高校生がレベル2の認定を受けた実績はない。（平成26年8月現在）

この講座は、福島県内の農業科や食品科のある高校に呼びかけ、高校生44名、教員6名、福島大学の学生3名の合計53名が受講した。高校生が夏休みを活用し、他の高校の生徒や大学生と交流しながら、6次産業化や財務管理、マーケティング、グループワークでの事業計画策定などについて学ぶという非常に貴重な機会となった。

最終講義では各グループに分かれ、「修学旅行先として全国から福島に来てもらうために県内で求められる取り組みや工夫とは?」「福島県産の果実・野菜を活かした若者に受けるスイーツまたは食品は?」などというテーマについて、6次産業化をキーワードにしてビジネスプランを作成するグループワークを行い、それぞれ発表を行って終了となった。

この講座の修了生の多くが食Pro.レベル2の認定を受け、講座で学んだことを活かして、福島県の農業再生のために活躍していくことがこの講座の本当の目指すところである。そのために事務局では、受講した高校生に対するフォローアップも検討しているという。

##### (2) 実施の経緯

福島大学地域ブランド戦略研究所では東日本大震災の直後に、福島県の農業の復興を目指して農業再生復興プロジェクトを立ち上げており、その一環として、県内の農業高校と連携したプロジェクトに取り組んできた。例えば、安達東高校ではセシウム検出ゼロを目指した温室を活用したサクランボの栽培実験が一昨年から行われ、この取り組みにより、大学—高校—農家という連携がすでに出来上がっていたことが、高校側が今回の「高校生



福島大学 金谷川キャンパス



「高校生のための“6次産業化”学習講座」の様子

のための“6次産業化”学習講座」への参加呼びかけに快く応じてくれた大きな要因である。当初は受講する高校生が20名くらいと想定していた主催者側も40名以上の参加者に驚いていた。

また、福島大学は平成25年度より、文部科学省の地（知）の拠点整備事業（大学COC事業）（※）において「原子力災害からの地域再生を目指す「ふくしま未来学」の展開」というテーマで採択されており、この事業予算を活用して講座の運営を行うことができたことも成功の要因の1つである。

主催した福島大学地域ブランド戦略研究所では、今後も高校生向けの育成プログラムを実施していくことを検討している。

※「地（知）の拠点整備事業（大学COC事業）」は、大学等が自治体を中心に地域社会と連携し、全学的に地域を志向した教育・研究・社会貢献を進める大学等を支援することで、課題

解決に資する様々な人材や情報・技術が集まる、地域コミュニティの中核的存在としての大学の機能強化を図ることを目的としています。（文部科学省ホームページより）

## 2 福島大学地域ブランド戦略研究所について

### (1) 設立の経緯

この取り組みの中心人物は、福島大学地域ブランド戦略研究所長である西川和明氏である。西川所長は日本貿易振興会（ジェトロ、現在の日本貿易振興機構）、通商産業省（現在の経済産業省）を経て平成12年に福島大学経済学部の教授に就任している。平成8年からのジェトロ福島（福島県郡山市）の所長時代には、地域の中小企業支援に奔走していた。そのころに福島大学の教官公募があって、それに応募して教授の道を歩むようになった。

この当時から、地域産業の振興のために地域内の資源に着目し、自治体・企業・グループが「地域ブランド」を育成していくことへの支援を行っており、様々なプロジェクトに関わっていた。その中の1つが、平成15年に関わったそば焼酎「福島風の出逢い」の開発プロジェクトである。福島県飲食業生活衛生同業組合に加盟している蕎麦屋の経営者からの依頼により、産学連携共同研究事業として取り組み、会津産の玄そば100%を原料にした焼酎を完成させた。このプロジェクトでは、計画を推進する主体として株式会社プロジェクトF21という法人組織を立ち上げるなど西川所長の手腕が発揮された事例であった。

そして、平成20年に福島大学において、社会的要請の高い分野での自主的な研究活動の強化等に資することを目的として「プロジェクト研究所」の設置が認められ、西川所長は平成21年に地域ビジネス支援に関する全般的な調査研究、特に地域ブランド化、特産品創出、組織化に関する支援を行うことを目的として、地域ブランド戦略研究所の設置を申請した。

### (2) これまでの取り組み

福島大学地域ブランド戦略研究所では、県内各地域において農産物のブランド化等の支援を行ってきた。地域ブランドを創出するにはその地域の事業者をリードし、コーディネートし、合意形成を図っていくリーダー的な人材が必要であるが、受け身の姿勢でリーダー的な人材が出てくることを待っては地域は活性化しない。そこ



西川 和明 所長

で西川所長は地域のリーダー的な人材を自ら育てていくことを目指し、福島大学地域ブランド戦略研究所では平成22年度から「地域ブランドクリエイター養成講座」を開催している。

この講座を修了した者は「地域ブランドクリエイター」として認定され、経営戦略研究会の会員になることができるが、現在のアクティブなメンバー約20名の中には、自治体の職員や商工会、JAの職員、企業経営者などバラエティに富んだ様々なメンバーが県内全域から集まっている。この地域ブランドクリエイターが仕掛けるイベントも県内で定着してきており、今後より一層の活躍が期待されている。

### (3) 食Pro.に取り組むきっかけ

平成25年度に入り、福島大学地域ブランド戦略研究所では食Pro.の育成プログラムに取り組むこととなる。そのきっかけは、普段から連携して活動している福島県中小企業団体中央会の職員からの紹介であった。

その職員から「食の6次産業化プロデューサー」という国が進めるキャリア段位制度が始まっていることを聞き、その育成プログラムを福島大学地域ブランド戦略研究所で作成して運用できないかという打診があった。

そこで西川所長は食Pro.の事務局である一般社団法人食農共創プロデューサーズに相談しながらレベル3（事業主・法人スタッフコース）までの育成プログラムを作成し、申請書を取りまとめ、平成25年8月に認証を得るに至った。

## 3 平成25年度の育成プログラムについて

### (1) 平成25年度の取組みスキーム

平成25年度は福島県の事業予算を活用し、11月から翌年

福島県 福島大学地域ブランド戦略研究所

3月までの全14回のスケジュールで、農業者・商工業者など一般の方を対象に食Pro. レベル3対応の講座を開催した。以前から開催している「地域ブランドクリエイター養成講座」に食Pro. 認証プログラムという価値が加わったことになる。

講座の運営にあたったのは、西川所長が顧問を務める一般社団法人ふくしま人材・企業リンケージシステムである。定員20名のところに18名の受講生が参加した。県内のホテルや飲食業の方が参加されたが、その大半を占めたのが、隣接する伊達市にある農業生産法人種まきうさぎ株式会社の方たちである。

(2) 受講生の紹介：農業生産法人種まきうさぎ株式会社

福島大学地域ブランド戦略研究所が実施した平成25年度の育成プログラムには、伊達市にある農業生産法人種まきうさぎ株式会社（以下、「種まきうさぎ」）の経営者をはじめ従業員13名全員が参加した。

種まきうさぎの岡崎靖取締役によると、毎日単純作業や重労働に追われる農業の世界の中で、国家認定制度としての食Pro. を取れることを従業員のモチベーションアップのきっかけにしたかったこと、そして経営者のアイデアだけで商品開発に取り組むのではなく、従業員の意見も取り入れていきたいという2点が、会社全体で講座を受講した大きな理由である。

実際に講座を受講した従業員からは、家で試作した商品を会社に持ってきたり、休憩中にアイデアを出し合ったりする方々が現れるなど確実な変化が見られつつある。

岡崎氏自身も長年農業生産から食品加工・販売まで取り組んできている6次産業化の実践者であるが、改めて体系づけて学ぶことができてよかったという感想であった。講座で築いた人脈を活かして、修了生同士でいろいろなテーマをもって勉強会を行うなど継続的な活動が続いているという。

種まきうさぎは元々伊達市の特産品である「あんぼ柿」を主力商品としている有限会社岡崎が母体となっている。東日本大震災による原発事故により「あんぼ柿」の生産と出荷を自粛していたが、3年ぶりに出荷を再開したのがちょうどこの講座の受講時期だった。その他にはトマトや小松菜、ホウレン草、こんにゃく、変わったところではパイヤや蜂蜜の生産にも取り組んでいる。

種まきうさぎでは、従業員を積極的に採用し、東京や埼玉、青森からも研修生を受け入れるなど、門戸を広げ

ている。採用時には履歴書だけで判断せず、まず一連の仕事すべてを体験してもらい、それぞれの作業の向き不向きを判断し、作業分担をしている。それまで消極的であった人にも、責任のある仕事を与えることで表情から変わってくることもあるという。種まきうさぎでは人を大切に、人材が育つ風土が出来上がっている。

岡崎氏によると今後の会社の目標は、一般に利益率の低い農業の世界の中で、儲かる仕組みを作っていく、従業員が幸せになれる会社を目指したいとのことであった。岡崎氏は、負けず嫌いな性格なので食Pro. のレベル4にもチャレンジしたいと話していた。

種まきうさぎは、食Pro. が食と農に関わる企業での人材育成の手段として活用されている好事例である。



種まきうさぎ株式会社の岡崎靖取締役



種まきうさぎ株式会社でのあんぼ柿出荷の様子

#### 4 福島大学地域ブランド戦略研究所の今後の展開

福島大学地域ブランド戦略研究所の西川所長によると、ここ数年若者の地元回帰の傾向が顕著に表れているという。福島県でも例外ではなく、地元での就職を希望する学生が多いという。

そこで、地元の中小企業をもっとよく知るために、ゼミの学生に県内の中小企業15社を回らせ、レポートを作成させている。西川所長によると、地元にはあまり知られていないが、優良企業が数多く存在しているという。このような活動により、地元の中小企業と地元での就職を希望する学生をつなぐ橋渡し役も果たしている。これも地域の産業を盛り上げるための手段の1つである。

今回行われた「高校生のための“6次産業化”学習講座」やこれまで行ってきた「地域ブランドクリエイター養成講座」など、西川所長は幅広い年齢層に対して、地域ブランド創出を担う人材の育成に取り組んできた。今後は国家認定制度である食Pro. を活用することによって、福島県全域での人材育成を行っていく予定である。すでに平成27年度以降の実施に向けて、県内の各自治体と連携を模索し始めている。各市町村での予算が確保できれば、食Pro. レベル3の講座を県内各地で開催していくことになる。

それには課題もいくつか存在している。まず、高校生向けの講座では法律や財務などの難しい講義において

事例を多く交えたり、マンガ形式を採用したり、なるべく分かりやすくコンテンツを改良する必要がある。また、食Pro. 制度自体の認知度がまだまだ低いため、自治体との交渉などの営業活動において苦勞することが多いとのことで、より積極的な広報に取り組むなど認知度を上げていく必要がある。

福島県においては福島大学を中心に、地域ブランドクリエイターや食Pro. というキーワードのもと、高校生から事業者まで人材の輪が広まりつつある。こうして縦のつながり、横のつながりができ、その中からリーダー的人材が輩出されることで福島県において数多くの地域ブランドが創出され、復興に向けての力強い歩みとなることが期待される。



福島大学地域ブランド戦略研究所  
〒960-1296 福島県福島市金谷川1番地  
<http://d.hatena.ne.jp/fukushimachi/>

農業生産法人種まきうさぎ株式会社  
〒960-0701 福島県伊達市梁川町五十沢字株木9  
<http://www.tanemaki-usagi.jp/>

平成26年8月28日

執筆：一般社団法人食農共創プロデューサーズ 植松 謙

