

食の6次産業化プロデューサーに挑む「地域資源活用の会」

多様な協働による、食の6次産業化に向けて取り組むチーム

一般社団法人地域資源活用の会

1 一般社団法人地域資源活用の会の取り組み

(1) 取組の経緯

「地域資源活用の会」は、任意団体として2013年10月に発足し、「チームT勉強会」と称して毎月30名ほどの会員が全国各地から集い、「食品に関する商品開発とマーケティング」について“手弁当の会”として1年半にわたり続ける中で、数々の実績を積み上げてきた。定例会の他に分科会があり、個別のご相談に応じてきた実績を持つ。

これは熱心に6次産業化という明確な目的を持って地域活性化をしたいというチームメンバーの想いの成果であり、毎月延べ約20回以上、毎回3～4時間に及ぶ熱心な勉強会では、各地域のメーカーの困っていることを皆で聴き、翌月の分科会で課題に応える専門家が約2時間応えるという方式で、必要に応じて現地に赴くことも随時行っていたという。

「チームT勉強会」ではさらに活動を広げ、責任を持って取り組むため、当組織は2015年3月3日より非営利型社団法人「一般社団法人地域資源活用の会」として、多様なバックボーンを有する人たちとの協働により、活動の質をより一層高めていく方針だとしている。

(2) 地域資源活用の会の目的

「一般社団法人地域資源活用の会」は、日本各地の「地域資源を活用」し、食に関する商品の魅力を高めて新たな販路を拡大する取り組みを多様なネットワークと協働のもとに推進することで、地域の魅力ある「おいしい食品」を国内外に発信し、地域の元気、食の豊かさを広げ、企業経営の発展と雇用の創出、地域振興と社会経済の健全な発展に寄与することを目的として活動を行うとしている。

2 メンバーの紹介

(1) 東海林 義和 氏

地域資源活用の会では、顧問として会の運営から企業の経営課題へのアドバイスをはじめ、個別課題では、主として商品開発から事業化推進のマネジメントや公的支



日本の地域の良いものを
国内外に紹介拡売します
6次産業化
農工商の連携を
推進します

代表理事 高橋正之 (株)フードビジネスネットワーク

酒類・食品の商社である国分株式会社にて商品開発とマーケティングに長く関わる。2013年以降、それまでの多様なネットワークを生かし、全国各地の良いモノづくりの発掘・支援を行う「地域資源活用の会」をスタートさせる。

理 事	鬼澤宏幸 (株)幸田商店 代表取締役社長 濱野孝治 (株)マルタカ 代表取締役
顧 問	東海林義和 理学博士 五月女敏範 農学博士 根岸哲朗 市場開拓アドバイザー、元国分執行役員
事 務 局	未弘隆雄 販路拡大、営業代行担当、フーズエコ代表 清水由紀子 販路拡大、営業代行担当、 歯屋インターナショナル(株)代表 坂本鉄男 販路拡大、営業代行担当、元三越伊勢丹バイヤー 桑原康介 デザインマネジメント担当、(株)桑原商店to+代表

援制度の活用等を支援しています。参加企業の相談や希望をよく聞き、企業が真に何を求めているのか、その課題解決には何が役立つのか、多角的な視点で支援することを心がけています。

これまでに、未利用規格外農産物の高付加価値化有効活用や、機能性が注目される食品素材の活用などによる新商品開発、差別化商品の品質管理の改善対策、地域特産品の販路開拓ネットワーク支援などで成果を上げています。

また、「大麦は日本を救う、世界を救う！」をスローガンに、健康機能が注目される大麦食品への取組を推奨し、各分野での普及活動を支援しています。

環境とエネルギーに配慮した新しい農業、産業振興にも取り組んでおり、限られた原料、設備、体制の中で、企業の目指すべき方向を共に描きながら、効果的に実現する道をプロモートしていきます。



東海林義和（しょうじよしかず）
理学博士、日本総合技術研究所所長
元食品・化学品素材メーカー執行役員。研究開発から商品開発、マーケティング、事業化までの幅広い経験を活かして、産学連携の各種プロジェクトのコーディネーションを推進。地域資源活用の会で企業の潜在的な資源（もの、ひと、熱意）を引き出し、新商品開発と事業化を支援している。



桑原康介（くわばらこうすけ）
株式会社桑原商店 to+代表
これまで各国際芸術祭を通じた地域作りや商品ディレクションに携わる。開発したアイテムは、グッドデザイン賞を始め、国内外のデザイン賞を多数受賞し、新規マーケットを開拓している。各地で講演や勉強会も開催する。

(2) 桑原 康介氏

地域資源活用の会では、クリエイティブディレクターとして、デザインマネジメントを担当しています。私はこれまで、全国各地で開催されている国際芸術祭を契機に、地方の名産品と若手クリエイターの才能に光を当て、持続可能な地域振興に結びつける協働プロジェクトに携わってきました。

今、消費者の間で、地方固有の素材を見直す動きがあり、潜在的な価値はあるものの、その力を活かしていない地域の名産品をリノベーションする必要があると考えています。

そのためには、外部の諸力を生かしたきめ細やかな計画・実施・検証のサイクルが必要であり、マーケティング能力や販路開拓の力が不可欠です。本会では、地域の文化・伝統・素材を活かした商品づくりを行い、地域の食、農産品等のブランドイメージを創出していくことが可能です。そのために、資金的、時間的、人材のリソースを集約し、良質なブランディングやマーケティング、クリエイティブソリューションに出会う機会を作り出します。

デザインとは、パッケージなどの視覚的なものだけではなく、それらの仕組みを構築することこそがデザインです。地域にある魅力的な食文化、名産品を国内外へ発信するべく、新しい価値観を取り入れながら活動してまいります。

3 食の6次産業化プロデューサー取得に挑む

同法人の目的を達成するためには、同法人に参加している各種の専門家がキーであると代表の高橋氏は語る。

同法人には高橋氏を含め、販路拡大、商品企画開発・デザイン、食品加工技術、マネジメント、各種補助金等といった様々な分野の専門家がおおり、案件に応じて対応している状況だという。

同法人の会員が食の6次産業化プロデューサーの存在を知ったのは、同法人の会員であり、食の6次産業化プロデューサーレベル4の河村がきっかけとなっている。

河村から「食Pro.」の話聞いた高橋氏をはじめ、専門家の皆さんは、今後、「一般社団法人地域資源活用の会」として活動していく上で、食分野で新たなビジネスを創出するための職能レベルを客観的に評価される「食Pro.」を取得することは、各自の意識改革・専門性のブラッシュアップにつながるとともに、会全体の信頼性の向上につながると思ったようである。

特に高橋氏をはじめ、中核となる専門家の皆さんは、他との差別性を発揮するための柔軟な「発想力」や「創造力」、計画したものを「効率的に遂行する能力」を普段から求められており、それを実証できる公的な検定制度としての「食Pro.」を強く意識したようであった。

また、同席していた全国各地から来た食品加工メーカーの関係者の皆さんも、「農林水産物を高付加価値化する事業の企画に携わり、市場開拓を先導する・できる人材育成」といった観点で、「食Pro.」の持つ意義を理解したようだった。

今後、同法人は会全体で「食Pro.」取得に向けた取り組みを推進し、会員同士が切磋琢磨することによってますます発展していくことを期待する。

多様な協働
相互に尊敬し合う
高いチーム力
双方向に情報享受
双方向にプラス

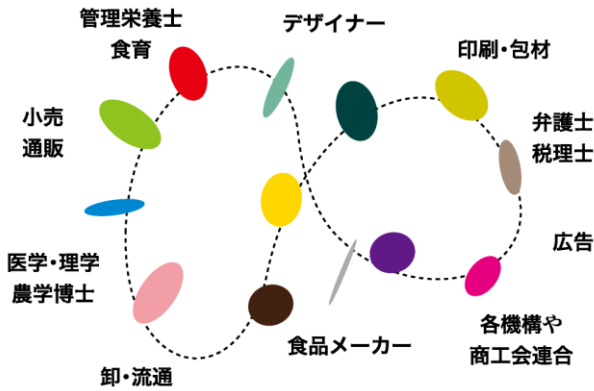


支援先には
ドラマがある

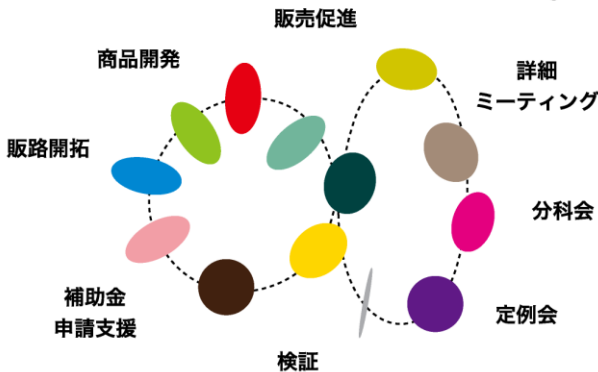


現場体験を
重要視したい

*商品開発中のため、実際の商品と仕様が異なる場合があります



各アイテムの
個性にあわせて
展開する活動
新しい情報
発想
持続可能な
販路拡大



パッケージデザイン

事例紹介

- 地方メーカーの首都圏営業(商談)代行
数十店舗への新規取引決定
展示会の準備、設営までの指導
- 商品規格書作成支援
価格体系、販売先の設定など
- 農林水産省6次産業化中央サポートセンタープランナー
が事務局に複数名在籍
地域生産者及び加工業者の訪問支援、指導多数実績あり
- 新規マーケットの開拓及び、海外市場向けのパッケージ
デザインの制作
- 各種助成金の申請支援、獲得実績多数
- 農業体験ツアーの催行など

一般社団法人地域資源活用
<http://chikatsu.to-plus.jp/>

平成27年3月

執筆：株式会社河村地域活性研究所 河村 守信
(食の6次産業化プロデューサー レベル4)