

オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾

(実施期間：平成 21～25 年度)

実施機関：東京農業大学（総括責任者：横濱 道成）

プロジェクトの概要

オホーツクの潜在的な地域資源を最大限活用するため、地場産品を利用した食品開発に関する知識・技術力・創造力を有する人材を養成する。本プログラムの特徴は、商品開発能力のみならず、ビジネスやマーケティング能力も併せ持つ人材を養成する点にあり、総合的なビジネススキルを有する地域のリーダー的人材を養成する。2年間の教育期間で展開される本事業は、1年目はビジネスやマーケティング等について幅広く学び、2年目は農水産加工実習や商品販売実習など、実際に「商品開発」と「販売」を想定した実践・実習により農水産資源の利用、マーケティング戦略等の基礎的知識から商品開発や販売まで、幅広く知識や技術を習得させる。5年目の事業終了時には40名以上の人材の養成を目指す。

(1) 評価結果

総合評価	目標達成度	人材養成手法の妥当性	実施体制・自治体等との連携	人材養成ユニットの有効性	継続性・発展性の見通し	中間評価の反映
A	a	a	a	a	a	a

総合評価：A（所期の計画と同等の取組が行われている）

(2) 評価コメント

地域再生に向けたリーダー的人材の養成を目指す意欲的な取組で、修了が見込まれる受講者から商品化・事業化された成果例が出ていることは評価できる。今後は、世田谷キャンパスのアンテナショップから得られるマーケット情報を対策・改善に活かし、現状に甘んじることなく他地域との差別化、地域ブランド化に向けた海外販売戦略も考慮した高い目標に向け努力され、真に地域再生に貢献できる人材の輩出を期待する。

- ・ **進捗状況**：修了者の見込みは目標数を超えていることは評価できる。既に多くの商品開発がなされているが、市場において真に成功するためにより厳しいマーケットリサーチを行うとともに、地域イノベーションや人材流出防止、雇用創出につなげるよう、一層の努力を期待する。
- ・ **人材養成手法の妥当性**：ビジネスマーケティングに重点を置いた取組は期待できるが、6次産業化人材、サポーター人材、予備軍といった人材育成に、トップリーダーやマネジメント人材の育成も併せ必要である。今後は、開発された個々の商品のロングセラー化、継続的に新規商品を開発できる仕組み、域外に販売するビジネスモデル化などを実現するための人材を育成することも期待する。
- ・ **実施体制・自治体等との連携**：金融機関や自治体、商工会議所等との連携は評価できる。今後は、連携機関が売上ノルマ等の高い目標設定を要求するなど、地域再生に有効な指摘なども行

われることを期待する。

- ・ **人材養成ユニットの有効性**：文理融合でビジネスマーケティング分野に重点を置き、地域の農水産資源から高次加工により付加価値を向上した商品化に成功している点は評価できる。今後は、地域再生につながる商品化・事業化を高い指導力を持って牽引できる「オホーツクものづくりマイスター」の称号にふさわしい人材が継続的に育成されることを期待する。
- ・ **継続性・発展性の見通し**：事業終了後に大学院社会人コースを新設することや、オホーツク実学センターを中核として修了者のサポート体制を維持する計画は評価できる。今後は、マーケティング関連カリキュラムの持続・展開、地域のブランディングづくりや域外販売の仕組みなどの構築に取り組みながら、修了者一人ひとりの小規模な商品開発が発展的に集約され、真のリーダーも養成されて大きく開花することを期待する。