

地域再生人材創出拠点の形成 中間評価
「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」

機関名：東京農業大学

代表者名：横濱道成

連携自治体：網走市

実施期間：平成21年度～平成25年度

目次

| | |
|--------------------------------|----|
| I. 計画の概要 | 1 |
| II. 成果の概要 | 4 |
| 1. 進捗状況 | |
| 2. 人材養成手法の妥当性 | |
| 3. 実施体制・自治体等との連携 | |
| 4. 人材養成ユニットの有効性 | |
| 5. 継続性、発展性の見通し | |
| 6. 採択時コメントへの対応 | |
| III. 所要経費 | 7 |
| IV. 成果の詳細 | 8 |
| 1. 中間目標の達成度 | |
| (1) 養成人数の中間目標と実績 | 8 |
| (2) 養成人数以外(拠点形成)の中間目標と実績 | 10 |
| (3) 客観的な情勢の変化等への対応 | 12 |
| 2. 人材養成手法の内容 | |
| (1) 地域のニーズ | 13 |
| (2) 人材養成の手法・方法と実施結果 | 14 |
| (3) 被養成者の到達度認定の仕組みと実施結果 | 16 |
| (4) 人材養成システムの改善状況(被養成者の評価等の反映) | 17 |
| 3. 実施体制・自治体等との連携状況 | |
| (1) 実施体制の内容 | 19 |
| (2) 自治体等との連携状況 | 19 |
| 4. 人材養成ユニットの有効性 | |
| (1) 養成修了人材が地域で活躍する仕組み | 21 |
| (2) 波及効果 | 21 |
| (3) 情報発信の状況 | 22 |
| 5. 成果の発表状況 | |
| (1) 養成された人材による成果 | 24 |
| (2) 人材養成ユニットに関する成果 | 24 |
| V. 今後の計画 | |
| 1. 本プログラム終了時の達成目標について | 25 |
| 2. 本プログラム終了後の取組み方針・見通し | 25 |

I. 計画の概要

- プログラム名:地域再生人材創出拠点の形成(中間評価)
- 課題名:オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾
- 区分:A
- 機関名:東京農業大学
- 代表者名(役職):横濱 道成(生物産業学部長)
- 連携自治体:網走市
- 実施期間:5年間
- 実施経費:これまでの総額 105百万円(間接経費込み)

1. 課題概要

地域の現状と地域再生に向けた取組状況

北海道網走市は、農業・水産業・観光業が盛んな地域である。網走市では地域再生に向けて、関係団体や地元企業が東京農業大学と連携しながら、「オホーツクブランド」商品の開発に取り組んでいる。しかし、現状においては地域の農水産資源を活用した全国的に認知されている商品は少なく、原料供給基地からの脱却に向けた競争力の高い商品を開発することのできる人材「現代の榎本武揚」の養成が求められている。

地域再生人材創出構想

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。

自治体との連携・地域再生の視点

地域再生にあたっては同業種連携＋異業種連携の実現を目指し、網走市をはじめとして各産業のコーディネーター役を担う、地域の農協、漁協、商工会議所、観光協会、消費者協会、地域の企業等と連携体制を構築し、地域が一体となって人材養成事業を展開する。

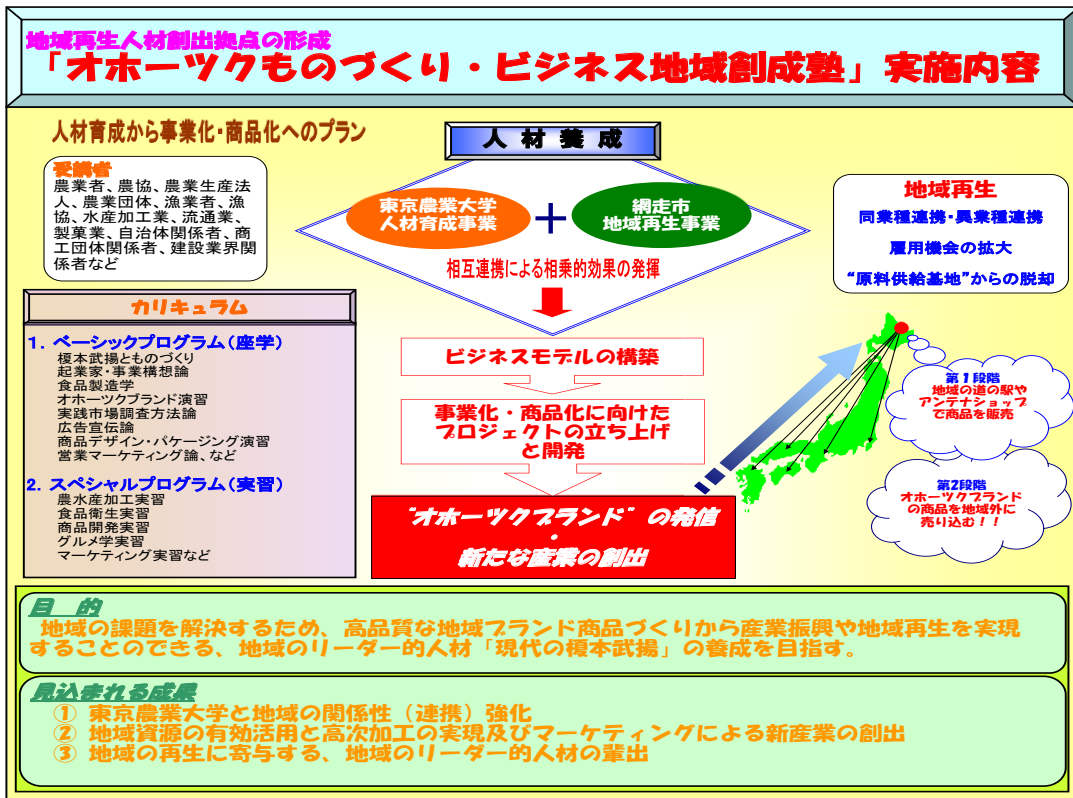
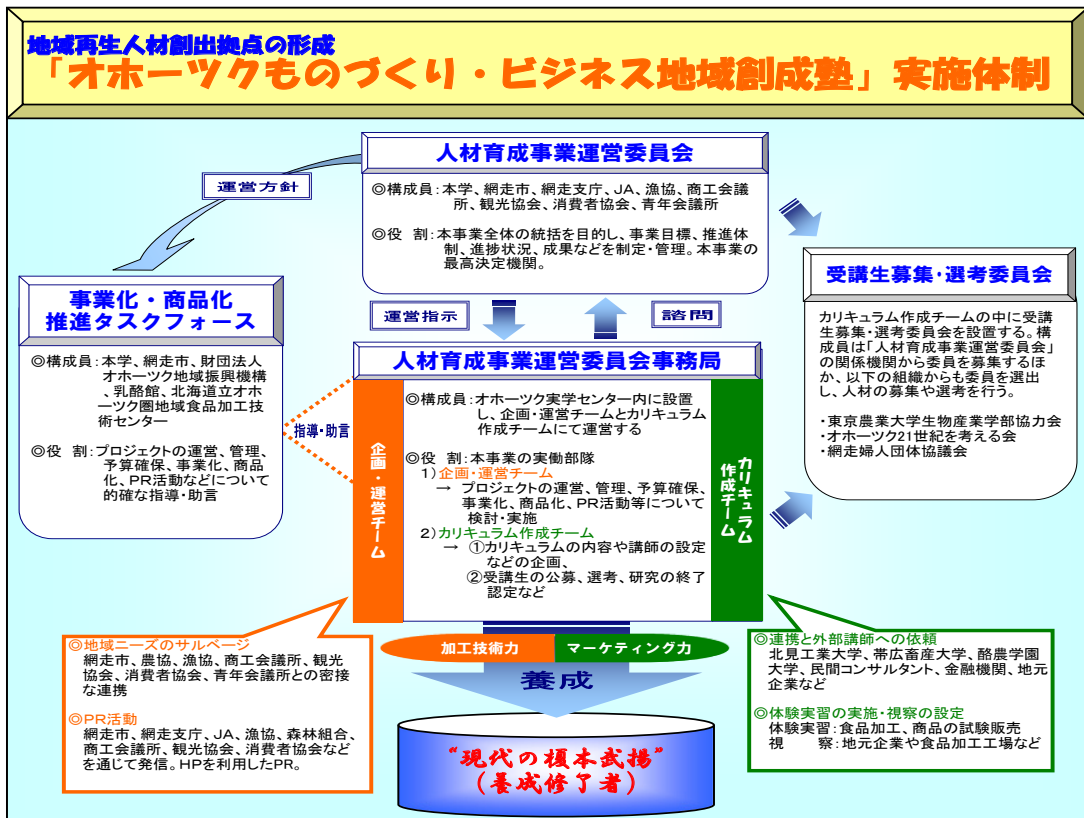
また、地域活性化や雇用拡大といった地域のニーズに応えるために、「オホーツクブランド」を代表する商品開発を担うことのできる人材を養成する。すでに網走市では新産業創造を地域再生の大きなテーマとした「ものづくり」の支援事業を展開している。本事業では単なる「ものづくり」とどまらず、市場調査や商品コンセプトの明確化など、十分なマーケティングを経てから、自ら地域資源に付加価値をつけてビジネスモデルを構築し、地域再生を目指すものである。

ミッションステートメントの概要

本事業はオホーツクの地域資源を有効活用するため、地場産品を活用した食品開発・販売能力を有する人材「現代の榎本武揚」の養成を目指すものである。

2年間の教育期間で毎年15名(2年目よりプログラム開始)の人材を養成する。3年目の養成修了目標人数は15名であり、5年目の事業終了時には通算40名以上の修了者を地域に輩出することを目標とする。修了者は地域資源を活用した商品開発、地域住民への技術・知識の提供、新規事業化等の面で地域活性化に貢献する。

また、本プログラムに関わっては、5年間で6品目以上の地域資源を活用した商品を開発することを目指している。



ミッションステートメント

(1) 地域再生人材創出構想の概要

北海道網走市は、農業・水産業・観光業が盛んな地域である。これまで網走市では、産学官連携による地域の農水産資源の高付加価値化に向けた取組みを行ってきたが、未だに大部分が原料供給や低次加工に留まり、競争力が弱いことが地域の課題である。こうした点を背景に、オホーツクの地域資源を最大限活用するため、「オホーツクブランド」の商品開発による地域産業振興を目指すことのできる人材「現代の榎本武揚」を養成する。

(2) 3年目における具体的な目標

本事業では2年目よりプログラムを開始し、2年間を一つの教育プログラムとして、農水産資源の利用方法、マーケティング戦略などの基礎的な知識と実践・実習により技術を身につけた人材を育成する。毎年15名の受講生を募集し、3年目終了時には第1期の修了生が15名誕生する。本事業の従事者による研究開発及び受講生による新商品開発の成果としては、3品以上の地場産品を活用した商品開発を目指すものとする。

(3) 実施期間終了時における具体的な目標

事業終了時(5年目)には、地場産品を利用した商品開発、地域住民への技術・知識の提供、新規事業化などといった面で地域活性化に貢献することのできる、40名以上(最大45名の修了者が誕生)のスペシャルプログラム修了者を地域に輩出することを目標とする。また、商品開発の面においては、本事業の従事者による研究開発及び受講生による新商品開発の成果として、6品以上の地場産品を利用した商品を開発して、地域再生に結びつけることを目指す。

(4) 実施期間終了後の取組

本事業で養成される「現代の榎本武揚」は、優れた加工技術とマーケティング力を備えた人材であり、これまで培われてきた産業基盤をもとに様々な変化やニーズに対応できる人材である。本事業終了後は、東京農業大学が主体となって関係機関と連携しながら、地域のニーズに応じた人材養成事業を継続的に展開する。また、実施期間終了後は養成修了者のサポート体制を強化し、商品開発に関するアドバイスや協力などの面で継続的に支援を行っていく。

(5) 期待される波及効果

本事業は、これまで網走市を中心に展開されてきた産学官連携による「ものづくり」事業を拡充することによって、新たな「オホーツクブランド」商品の開発、同業種連携・異業種連携の強化、新たな産業の創出、雇用機会の拡大等を図るものである。これまで展開されてきた“原料供給基地”としての「ものづくり」にとどまってきた事業を見直すために、市場調査や商品のコンセプトの明確化ができる人材を養成することで、「オホーツクブランド」を代表する商品の開発が期待される。また、産業の面においては、地場産品の高付加価値化を実現することができれば、地域の基盤産業である農業や水産業の活性化や、関連産業における雇用の拡大も期待できる。

2. 採択時コメント

本提案は、豊富な農水産資源を有する網走という地域の特性を踏まえて、高付加価値な商品づくりから産業振興をめざす地域のリーダーの養成を行うものであり、地域ニーズに見合った養成プログラムとして評価できる。また、東京にも拠点をもつ教育機関が実施することで、新製品開発に結びつけられるような人材養成が期待できる。実施に際しては、マーケティング、ビジネスプランの策定などに関するカリキュラムや演習時間の一層の充実や、具体的な販売チャネルの開拓策が望まれる。また、他の地域活性化のモデルとなりうる意欲的な取組みを期待する。

II. 成果の概要

1. 進捗状況

本事業「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」は、採択2年目の2010年度より第一期生を受け入れて養成プログラムを開始し、2年間を一つの養成期間としていることから、3年目終了時点において輩出される第一期生の養成人数の目標を15名としている。

2011年8月現在、第一期生の修了予定者35名のうち、修了要件の一つである8割以上の出席要件を満たしている受講生は23名である。ただし、養成修了者には優れた加工技術とマーケティング力を備え、具体的な商品開発やビジネスモデルの立案に関するプレゼンテーションを行えるレベルを求めている。そこで、1年目終了時に受講生のビジネスプランの進捗状況についての「中間報告会」を実施し、プレゼンテーション能力を採点方式により評価している。この採点方式は5段階評価とし、発表者32名のうち、「4 良い」が19名、「3 普通」が12名であった。これらの結果に加えて、2月に実施される最終試験でのプレゼンテーションや受講生の事業化・商品化の実績や進捗状況を評価に加え、総合的に判断して修了者を決定する。

また、本事業においては、3年目に事業を継続的に取り組むための事業内容およびカリキュラム内容の評価と見直しを行うとともに、網走市の「事業化等スタートアップ支援事業」等のサポート体制の見直しや強化を実施する。そのことによって養成修了者が事業化・新商品開発を行いやすい地盤の形成につなげる。カリキュラム内容の評価と見直しについては、カリキュラム作成チームの検討や受講生からの要望調査の結果を踏まえて、ビジネスプランの設計について充実を図るべく、カリキュラムの一部改訂作業を行っている。

さらに本事業の従事者による研究開発及び受講生による新商品開発の成果として、3品以上の地場産品を開発して地域の市場に流通させることを中間目標として設定している。2011年8月現在で商品化されたものは、以下の3品目4事業である。①ポケットブック「自然が集う」、②スイーツ「じゃがいもスイートポテト」、③網走産またたびしろつぶ漬。とくに前者の2品目は在籍中の受講生による成果である。さらに、事業化の成果として、①abashiri 天都山アンテナカフェの開業、②菓子店「き・き」の開業、③飲食店「喜多夢楽」の開業、④あばしりガイドウォークの4事業があげられる。前者の3事業は在籍中の受講生による成果である。特に、受講生同士の連携ネットワークが活発で、「塾生会」のネットワークを通じて受講生同士の意識の高揚や連携する力が醸成されている。例えば、食材の提供や販路開拓にもそれらが活かされており、受講生個々の積極的な事業化・商品化といったビジネス展開に大いに反映されている。

なお、上記の3商品4事業の他に、試作段階から試食段階へと進んでいる商品予備軍は7品目となっている。このため、2012年3月の3年目終了時点には10品目の商品化が見込まれており、当初計画を上回るペースでの成果が期待できる。現在、更なる商品化に向けた製造拠点の確立と販路開拓として、地元の道の駅、(株)東京農大バイオインダストリーのアンテナショップ、世田谷キャンパスの生協、どさんこプラザ(札幌、東京、大阪)、新千歳空港(イーストマルシェ)などでテスト販売を実施するための準備や調整を行っている。

2. 人材養成手法の妥当性

二年間の養成プログラムは、一年目から二年目にかけて、全般的な基礎知識から技術や経営の応用知識、地域商品の創造と開発という段階的に学ぶ体系と文理融合型の体系性を整えており、加工実習を含めた技術・加工分野に加え、ビジネス・マーケティング分野に重きを置いたカリキュラム構成とした。

一年目の養成プログラム(ベーシックプログラム)では、基本編として、地域産業論、食品加工論、マーケティング論、ブランド戦略論等の座学と加工実習を通じて、地域経済の現状や食品生産・販売を行うために必要な知識を身に付ける。応用編として地域資源の分析、商品デザインやパッケージング、営業のノウハウ、広告宣伝といった地域の商品開発・販売を戦略的に学ぶ構成になっている。二年目の養成プログラム(スペシャルプログラム)では、「商品開発」を主体とした農水産加工実習等で構成され、グループワーク形式を取り入れた演習もあり、実践的なカリキュラム構成になっている。

なお、受講生は、事業化・商品化プランをたて、それをプレゼンテーションできる能力を強化するために授業以外の時間帯で、受講生は自らの事業化・商品化プランの課題解決に向けた「課題研究」に取り組み、その成

果や進捗状況を「中間報告会」でプレゼンテーション報告をしている。また、受講生の事業化・商品化プランの実現に向けた支援については、3人の担当研究員が定期的に個別面談を実施し、合わせて受講生の専門知識や技能の習得状況の把握に務めている。

本事業で養成される地域のリーダー的人材「現代の榎本武揚」は、このような2年間の養成期間を通じて商品の企画・開発から販売までの一連の知識・技術を有し、優れた加工技術とマーケティング能力を備え、これまで培われてきた産業基盤をもとに様々な変化やニーズに対応し成長することのできる産業の振興を担う。

3. 実施体制・自治体等との連携

本ユニット実施体制は、生物産業学部長(生物資源開発研究所長)が総括責任者を務め、運営にあたってはオホーツク実学センター長を中心とした人材育成事業運営委員会を組織し、事業全体の目標、推進体制、進捗状況、成果などを管理する。学内の担当教職員26名と地元自治体をはじめとする各産業のコーディネーターを担う農協、漁協、商工会議所、観光協会等20名の協力により実施されている。

事務局は、生物資源開発研究所内のオホーツク実学センターに設置し、プロジェクトの運営・管理、予算検討、事業計画、PR活動などを担う企画・運営チームと、カリキュラム内容の検討・改善や講師選定を実施するカリキュラム作成チームを編成して、主に学内の教員を中心として構成されている。なお、オホーツク実学センターには、事業実施の中核を担う専任の研究員を3名(①プログラム運営の統括・管理、②フードビジネス分野の専門知識、③食品加工分野の専門知識・技能)配置している。地域や地元企業からのニーズを反映したカリキュラムの運営や新事業・商品開発に向けたサポート支援を行うほか、受講生の習熟度の把握やビジネスプランづくりにおいて3名の研究員によるクラス担当制を採用しており、個別相談等に応じ、きめの細かいフォローアップが可能となっている。

事業化・商品化推進タスクフォースは学内外の委員により構成され、本事業の従事者による研究開発および受講生による事業化・商品化に対して指導・助言する組織である。

一方、連携自治体である網走市の地域再生計画では、「潜在的な地域資源を創造的に活用するリーダー的人材養成計画」を掲げている。本学の「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」と連携させることによって、従来から網走市で実施している「ものづくり」に関する事業者支援を拡充し、優れた加工技術とマーケティング力を備えた地域のリーダー的人材「現代の榎本武揚」の養成につなげ、地域産業の課題である地場産業の高次加工や販路開拓・マーケティング能力の高い人材を養成することによって、地域産業の活性化へつなげる。

具体的には、本事業の事業目標、推進体制、進捗状況、活動成果などを統括する中核組織としての人材育成事業運営委員会に網走市職員(企画調整課長)が参画し、必要とされる人材養成や加工品開発、地域再生に対して積極的な提案を行う。さらには受講生募集・選考委員会や事業化・商品化推進タスクフォースにおける検討委員会にも参画することで、本事業における人材の養成人数と商品開発の目標達成に向けた支援体制を確立した。その他にも、養成修了者が中心市街地において起業する際には、店舗改修費や家賃補助等の支援策を設けるなど、本事業と網走市の関与は高いものとなっている。

4. 人材養成ユニットの有効性

本ユニットが所在する北海道網走市は、豊富な農畜水産資源に恵まれ、製造業に占める食品製造業の位置づけは高いものの、16.9%という付加価値率は、全国平均の35.2%に比べると18%ほど低く、高次加工による付加価値向上は、雇用の創出と地域活性化を図るうえで不可欠である。東京農業大学では、産学官連携による地場農水産資源の高付加価値化の取り組みとして、地元企業との共同研究を積極的に行い、地場産品を用いた商品開発に取り組んできた。しかし、「オホーツクの顔」と呼ぶことのできるブランド展開力を持った商品はまだまだ少なく、商品のマーケティング力やデザイン力、さらには営業能力の不足などの課題がある。

本ユニットが「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」を開講することにより、第1に受講生によるオホーツクの地場産品を活用した人気商品が誕生している。具体例として、「小清水じゃがいもスイートポテト」は、受講生が試作やイベントでのリサーチを行って女性客をターゲットに形状や保存方法、パッケージを改良するなどして商品化されたものである。

第2に網走市を中心としてオホーツク地域の製造業や販売小売業に加え、素材原料を供給する農業者や漁業者など幅広い業種における人材の相互交流や異業種間連携の基盤が形成され、育成されたリーダーが中心となって事業展開を行っている。具体例としては、受講生が網走市のスタートアップ支援事業を活用した新商品開発および地域社会雇用創造事業の採択を受けて事業化に取り組んで、「abashiri 天都山アンテナカフェ」を開業しているが、食材の提供者には本事業を受講している受講生を中心に様々な業種とのネットワーク形成がこの事業展開に活かされている。このカフェを開業し定期的にイベントも実施することにより、それまでに未利用であった網走市の施設に訪れる利用客が増加し、新しい観光拠点やコミュニティの場として機能している。

第3に本事業の従事者による研究開発および受講生による事業化・商品化に向けたタスクフォース委員会を外部関係者を交えて毎月1回定期的に開催することにより、受講生の商品化に向けた製造技術上の課題や販売戦略が検討され、従来にはなかった大学のシーズをマッチングさせた新商品の企画・開発のシステムが構築されている。

これらの成果は、本事業のカリキュラムのフォローアップ体制や毎月定期的に行われている事業化・商品化検討委員会における専門家の指導・助言の他、カリキュラム以外における「課題研究」への取り組み、受講生同士の連携ネットワーク力によるサポート体制が功を奏したものと云える。本人材養成ユニットより「オホーツクものづくりマイスター」の称号が授与された修了生には優れた加工技術とマーケティング能力を備え、事業化・商品化による地域活性化を担う人材養成の拠点がオホーツク地域に形成されつつあると云える。

5. 継続性・発展性の見通し

本事業の終了時(5年目)には、地場産品を利用した商品開発、地域住民への技術・知識の提供、新規事業化などといった面で地域活性化に貢献することのできる地域のリーダー的人材を40名以上(最大45名)の地域に輩出することを目標としている。また、商品開発の面においては、本事業の従事者による研究開発及び受講生による新商品開発の成果として、6品以上の地場産品を利用した商品を開発して市場に送り出し、地域の活性化に貢献することを目指している。

本事業終了後においても関係機関と連携し、本学の生物資源開発研究所において人材育成事業を担当しているオホーツク実学センターを中核としながら、地域のニーズに応じた人材養成事業を継続的に展開する方針である。具体的には養成修了者のサポート体制を維持し、商品開発に関するアドバイスや様々な情報提供などの面で継続的に支援を行い、地域の商品開発・販売から地域活性化を目指すことのできる地盤を形成するために、学内の生物資源開発研究所とオホーツク実学センターの改組に向けたワーキング委員会を定期的に開催している。カリキュラムの継続に向けては、大学院の社会人コースを新たに設け、継続的に地域資源の高付加価値化に資する人材養成プログラムとして実施する計画である。

また、在籍中から受講生による「塾生会」が発足し、専用ホームページ(<http://souseijuku.web.fc2.com/>)も公開されている。受講生同士の交流ネットワークが組織され、養成修了者の継続的なフォローアップ環境が整いつつある。

6. 採択時コメントへの対応

東京に拠点を有する教育機関としては、2010年6月18日から東京農業大学世田谷キャンパス「食と農」の博物館で、オホーツクキャンパスの技術協力によって開発された地域産品を展示する展示棚「オホーツク物産物語」を設置した。また、これらの商品約40品目を学内の生活協同組合の販売コーナーを拡充した「オホーツク物産コーナー」で一般購入することが可能となっている。今後は、これらを活用し、受講生の開発した試作品や商品等も展示やモニタリング調査も予定しており、アンテナショップとしての機能のより一層の充実をさせる。

マーケティング、ビジネスプランの策定については、カリキュラム作成チームでカリキュラムの検討・改善を行っており、二年目の商品開発実習のコマ数を2コマ増やし、全体で36コマとする対応を行っている。外部講師のなかでもとくに実績のある川辺亮氏(農都共生総合研究所)と三ツ村光彦氏(エム・アール企画)には複数の日程と多くのコマ数を設定し、グループワーク形式での授業(演習)を取り入れながら、マーケティングや地域ブランド戦略の重要性やビジネスプランづくりを実践的に習得できるようにカリキュラムの改善を行っている。

Ⅲ. 所要経費

(単位:百万円)

| 補助対象経費 | 21年度 | 22年度 | 23年度 | 24年度 | 25年度 | 備考 |
|------------|-------------|--------------|--------------|------------|------------|------------------------------|
| 1. 人件費 | 8.5 | 17.7 | 19.1 | 17 | 17 | |
| (1)業務担当職員 | 6.1 (3名) | 13.5 (3名) | 13.9 (3名) | 13 (3名) | 13 (3名) | |
| (2)補助者 | 2.4 (2名) | 4.2 (2名) | 5.2 (2名) | 4 (2名) | 4 (2名) | |
| 2. 設備備品費 | 17.7 | 2.9 | 0 | 5 | 5 | H21 試験用 |
| (1)教育環境の整備 | 17.7 | 2.9 | 0 | 5 | 5 | 冷風乾燥機 他8件 実習・試作の ため |
| 3. 事業実施費 | 5.6 | 5.3 | 4.8 | 9 | 9 | |
| (1)消耗品費 | 1.8 | 1.7 | 1.5 | | | H22 石臼式 |
| (2)国内旅費 | 1.1 | 1.0 | 1.6 | | | 摩砕機 他1 |
| (3)諸謝金 | 0.2 | 0.8 | 0.7 | | | 件 |
| (4)会議開催費 | 0.1 | 0 | 0 | | | 実習・試作の |
| (5)通信運搬費 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | | | ため |
| (6)印刷製本費 | 1.4 | 1.3 | 0.4 | | | |
| (7)雑役務費 | 0.9 | 0.4 | 0.4 | | | |
| (8)借損料 | 0 | 0 | 0.1 | | | |
| 4. その他 | | | | | | |
| 6. 間接経費 | 9.5 | 7.8 | 6.0 | — | — | |
| 計 | 41.3 | 33.7 | 29.9 | 31 | 31 | 総計 |
| (内、自己資金) | () | () | () | () | () | 166.9 () |

| | | | | | | |
|---------|---|---|---|---|---|-----|
| 補助対象外経費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 総計0 |
|---------|---|---|---|---|---|-----|

注:人件費は、補助金により人件費を支出している本人材養成業務に従事する者を職階(教授、准教授、主任
研究員、研究補助員等)に分けて、年度毎に従事人数とともに記入

注:1. ~5. 項の〇〇は各項目の小合計。

IV. 成果の詳細

1. 中間目標の達成度

(1) 養成人数の中間目標と実績 (3年目)

| 人材養成のカテゴリー (コース等) | 養成修了者数(3年目) | | | 目標*(3年目) |
|----------------------|-------------|-----|----------|----------|
| | 実績* | 予定* | 計(実績+予定) | |
| ・第一期生(2010年度入塾) | 0人 | 35人 | 35人 | 15人 |
| 合計 | 0人 | 35人 | 35人 | 15人 |

※「実績」は、成果報告書作成時点で既に修了している実績数(予定は含まない)

※「予定」は、成果報告書作成時点では修了していないが、3年度目末までに修了する予定数

※「目標」は、採択時コメント対応して見直した場合は、その目標数

本事業は、採択1年目はカリキュラムの構築および第一期生の募集に充て、採択2年目より第一期生を受け入れて養成プログラムを開始し、2年間を一つの養成期間としていることから、3年目が終了する時点において第一期生の修了者が輩出され、その養成人数の目標を15名としている。定員数を15名とした背景には、北海道で先行実施している北見工業大学や帯広畜産大学の「地域再生人材創出拠点の形成」事業における定員数を参考に、網走市およびオホーツク地域の人口規模を考慮して15名が妥当と判断した。

2009年度末に行われた第一期生の募集時に定員15名に対し、44名の応募があった。そこで受講生募集・選考委員会で書類選考をした。選考は連携自治体である網走市の担当者を含め、11名で実施した。選考基準は、志願書に記載された志願理由として、「受講して身につけたい知識や技能、修了後のビジネスプラン等」が具体的に記載されているかどうか、上司の推薦書がある場合には、「受講者の選定理由や受講経験を業務にどう反映させたいか」が記載されているかどうか、を書類選考の第一条件とした。その結果、志願書に記載された熱意や積極性、意識の高さから、定員15名に絞りきることが困難であると判断した。第二には連携自治体である網走市内の応募者に対しては、重点的に人材を輩出する観点で選考を行った。第三には網走市以外の周辺地域からの応募者が26名と多かったことから、通学に耐えうるものであるかどうかの観点から選考を行った。その結果、就業上や就学上の条件などやむを得ない理由で留年や脱落することも念頭におきながら、35名の受講を認めた(うち上司等の推薦者は7名)。

さらに、35名の受講者に対して、食品加工実習における加工技術の習得における適正人数や施設のキャパシティの観点からも再検討を行ったが、授業進行に支障をきたさないものであると判断した。

2010年度末に行われた第二期生の募集には定員15名に対して34名の応募があった。選考および選考基準は前年度と同様の基準で実施し、30名の受講を認めた(うち上司等の推薦者は6名)。2011年8月現在、第一期生と第二期生で計65名の受講生が在籍している。

なお、2012年3月に第一期生の修了予定者35名のうち、2011年8月現在において、修了要件の一つである8割以上の出席要件を満たしている受講生は23名となっている。ただし、養成修了者には優れた加工技術とマーケティング力を備え、具体的な商品開発やビジネスモデルの立案に関するプレゼンテーションを行えるレベルを求めており、最終的には2012年2月に予定している修了試験において修了者数が決定する。そのため、受講者はカリキュラム時間外において「課題研究」を通じたビジネスプランづくりに取り組み、プレゼンテーション能力を高めるために、2年間の養成期間のうち1年目終了時に第一期生35名に対して、「中間報告会」を実施してビジネスプランの進捗状況についてプレゼンテーションを行っている。この「中間報告会」には32名が報告している。修了試験においては、これらの結果および受講生の事業化・商品化の実績や進捗状況を評価に加え、総合的に判断して修了者を決定する。

やむを得ない理由により、講義等を欠席し、8割以上の出席要件の達成が困難と見込まれる場合は、二期生の講義への出席を促したり、補講的なプログラムを受講することでフォローアップを図っている。さらに3名の研究者とビジネスプランづくりに向けた補習活動を通じて、商品開発やビジネスモデルの立案に関する知識や技能を習得させることとしている。

(2) 養成人数以外(拠点形成)の中間目標と実績

本事業においては、3年目に事業を継続的に取り組むための事業内容およびカリキュラム内容の評価と見直しを行うとともに、網走市の「事業化等スタートアップ支援事業」等を活用しながら養成修了者が事業化・新商品開発を行いやすい地盤の形成につなげる。さらに本事業の従事者による研究開発及び受講生による新商品開発の成果として、3品以上の地場産品を開発して地域の市場に流通させることを中間目標として設定している。

第1に前者の目標においては、人材育成事業運営委員会事務局に組織されている企画運営チームとカリキュラム作成チームにおいて事業内容とカリキュラム内容の評価と見直しについての検討を行っている。

カリキュラムの評価と見直しを行うために、年度末に第一期生の中間報告会と合わせて行った受講生からの要望調査からは、「先進地事例や加工施設の見学研修を実施して欲しい」、「大学以外で行っているフリーズドライやレトルト加工などの加工技術をもっと学びたい」、「農産物の成分分析ができるようにしてほしい」、「商品開発についての質問の機会とアドバイスを受けてほしい」、といった講義内容に関する具体的な要望が出された。その他にも「質問用紙の解答をスピーディーにしてほしい」、「質疑応答の時間をとってほしい」、「個々のビジネスプランについてプロ(外部講師)のコンサルティングが受けられる機会をもっとほしい」、「試食会をもっと開催してほしい」、「補助金等の情報をもっと発信してほしい」、など多くの要望が出されている。また、第一期生に対して行った自己評価アンケートの結果(p17、図5 第一期受講生におけるカリキュラム内容に対する習熟度の変化を参照)では、「開発・経営知識」、「利益・収益性の知識」のポイントが低い傾向にあるため、ビジネスプランの設計についてのカリキュラムを一部改訂する予定である。

そこで、上記の要望に応える「特別講義」を適宜開催し、外部講師と意見交換できる時間や本学教員との技術相談の機会をオフィスアワーとして設け、これらの対応を行っている。今後は、次年度予算確定時期を考慮して2011年10月までに改善点を盛り込んだ事業とカリキュラムの改善を行う予定である。具体的には第三期生の募集に向けて、地域活性化に関する総論の位置付けや順番を再検討しながら、ビジネスプランづくりや先進地調査のコマ数を増やしたり、実習内容については、大学以外の施設も利活用するなどの対応をポイントにして改善を図っていく見通しである。

網走市のサポート体制については、既に受講生が本事業へ応募を行い、採択を受けて商品化に繋がっている実績(商品化①ポケットガイドブック「自然が集う」)や受講生の起業(事業化①abashiri天都山アンテナカフェの開業)に対する支援内容(市所有施設の賃貸料、光熱水費の無償化)を踏まえ、見直しや強化の可否を検討する予定である。なお、現時点において受講生の事業化・商品化のフェーズに合わせたものづくり・事業化の各種支援制度として、新製品創出支援事業およびものづくりフォローアップ事業への積極的な活用を受講者へはたらきかけている。

第2に後者の目標においては、人材育成事業運営委員会の外部に組織した事業化・商品化推進タスクフォースで検討委員会を2010年7月以降から毎月一回程度の割合で定期的に開催し、大学及び受講生による新商品開発に関する検討を行った。そのなかで既に商品化・事業化されたものは、以下の3品目4事業である。

商品化① ポケットブック「自然が集う」

東京から網走市に移住してきた第一期生が網走市のスタートアップ支援事業による商品開発に向けた支援制度を活用して2011年6月に自費出版した網走周辺の自然散策と観光に役立つ図鑑である。2,000部発行し、網走市および周辺市町村の書店、道の駅や観光施設、東京農大世田谷キャンパスの売店で購入することができる。価格は税込み1,500円。持ち運びに便利なポケットサイズであること、ボタニカルアートの細密画で芸術性が高いこと、防水加工を施してある点がセールスポイントである。

商品化② スイーツ「小清水じゃがいもスイートポテト」

網走市に隣接する小清水町の「道の駅」に従事する第一期生が約2年前から地域の主要産品であるじゃがいもを活用したスイーツ開発に携わって地元イベント限定で製造したものを、形状や保存方法、パッケージ等をブラッシュアップし、2011年6月から「道の駅」で土日限定の販売を開始した商品である。とくに試作やイベントでの

リサーチで女性客層からの人気が高く、午前中には完売してしまうほどの人気商品となっている。価格は税込み150円。

商品化③ 網走産またたびしろっぷ漬け

網走市の特産品の一つであるまたたびを用いて東京農業大学食品製造科学研究室を中心に研究・試作を重ねて2010年に商品化された。またたびの生産量に限りがあるため、東京農業大学の食品加工技術センターで製造したものを(株)東京農大バイオインダストリーのアンテナショップ「笑友」で販売している。価格は税込み525円。またたびしろっぷ漬けの用途は広く、ゼリーやヨーグルトのトッピング、スコーン、饅頭、大福餅、生どら焼きなどと組み合わせることによって様々な食感が楽しめる。

事業化① abashiri天都山アンテナカフェの開業

前述したポケットブック「自然が集う」開発者の第一期生が2011年8月4日からアンテナカフェをオープンさせた(7月30日にオープニング記念セレモニーを実施)。この事業は、地場産品の委託販売、地場産品を活用した新製品や新メニューの提案、イベントの開催を行って個人観光客を誘致する起業ビジネスであり、内閣府の「地域社会雇用創造事業」として北海道地域再生推進コンソーシアムが主催する社会的企業・起業プランコンペにも応募・採択されている。このカフェでは、コーヒー、紅茶、カフェラテ、カプチーノやソフトクリームのほか、創成塾の受講生を中心に農家やパン屋、かまぼこ店などから仕入れた地場産食材を使ったキッシュやスコーン、オリジナル弁当、旬の野菜や果実(今ならトマト、トウモロコシ、サクランボ、イチゴ)などが楽しめる。営業時間は9:00～17:30。これから地場産品の販売や受講生の新規開発商品のテスト販売等も実施していく予定である。まさにアンテナ機能を備えた交流の場としても、今後の展開に大いに期待がもてる。なお、食材等の提供者には複数の受講生がおり、受講生同士のコミュニケーションから発展した経過がある。また、事業化にあたっては施設を所有する網走市の全面的な協力支援があり、今年度は賃貸料および水道光熱費の無料措置がとられている。

8月19日にはNHKの「ネットワークニュース北海道」でこの取り組みが北海道全域に放映され、徐々に集客を伸ばしている。その他に集客を伸ばす工夫として、ミニコンサートや座談会、ケーナ演奏会などを企画している。

事業化② 菓子店「き・き」の開業

札幌市から受講している第一期生が2011年8月1日から北海道産食材を活用した菓子の製造・販売を開始した。主に規格外の野菜を用いてクッキーやシフォンケーキ、ゼリー等を製造・販売している。

事業化③ 飲食店「喜多夢楽」の開業

網走市で福祉関係のNPO法人夢の樹オホーツクを経営している第二期生による新事業である。オホーツク地域の新たな特産品として、「オホーツクかき揚げうどん」を製造・販売し、障がい者の就労を確保するとともに地域住民とのふれあいの場を提供している。メニューの具材には、地元産のナガイモ、タマネギやワカサギ、川エビなどを使用し、食品製造業(しょう油醸造会社)や農業、水産業に従事している受講生とも連携し、広く食材の提供を受けている。また、内閣府の「地域社会雇用創造事業」として北海道地域再生推進コンソーシアムが主催する社会的企業・起業プランコンペにも応募・採択されている。

事業化④ あばしりガイドウォーク

事業化・商品化検討委員会の席で委員の網走市観光協会専務理事・高谷弘志氏の発案で、東京農業大学と網走市観光協会商品化したツアー商品である。東京農業大学に設置されたファイントレールを活用し、大学の専門家(植物資源保全学研究室、北海道自然探索部)が四季折々の自然や景観についてガイドを行う。事前申込が必要で、ツアー料金は一人2,800円となっている。

これらに加え、事業化・商品化検討委員会で商品化の可能性を検討し、試作段階から試食段階へと進んでいる商品予備軍は7品目となっている。なかでもオホーツクの動物資源・エゾシカ肉を用いた「エゾシカドック」、

地元野菜を原料とした乳酸発酵飲料「ふちぶち野菜ドリンク」、地元の馬鈴薯澱粉と牛乳を用いたスイーツ「でんぶりん」は、試食会、テスト販売を数回経て、改良を重ねており、商品化に向けたステップを着実に踏んでいる。

現在、更なる商品化に向けた製造拠点の確立と販路開拓として、地元の道の駅、(株)東京農大バイオインダストリーのアンテナショップ、世田谷キャンパスの生協、どさんこプラザ(札幌、東京、大阪)、新千歳空港(イーストマルシェ)などでテスト販売を実施するための準備や調整を行っている。

(3) 客観的な情勢の変化への対応

特になし。

2. 人材養成の実施内容

(1) 地域のニーズ

本事業を実施している東京農業大学が所在する北海道網走市は、北海道特有の大規模農業とオホーツク海の豊かな水産資源とが共存し、豊かな生物資源が賦存する地域である。しかし、表1にも示したように、網走市およびオホーツク管内では近年の人口減少が顕著に進行していることから、網走市では人口の減少抑制と雇用の創出が地域の課題であり、これらの問題の解決が地域再生のポイントである。

表1 網走市における人口の推移

単位:人、%

| 人口／増減率 | 1990年 | 2000年 | 2010年 |
|---------|-----------|-----------|-----------|
| 網走市 | 44,416 | 43,395 | 41,006 |
| オホーツク管内 | 353,528 | 338,481 | 309,961 |
| 北海道 | 5,643,647 | 5,683,062 | 5,507,456 |
| 網走市 | -0.8 | -2.3 | -5.5 |
| オホーツク管内 | -4.9 | -4.3 | -8.4 |
| 北海道 | 1.2 | 0.7 | -3.1 |

資料:「国勢調査」各年次
注:増減率は10年間隔で表している。

また、表2に示したように、網走市およびオホーツク管内では、製造業や卸売・小売業の就業者数の減少幅が大きく、第2次産業の基盤の強化が求められている。

表2 主要産業における就業者数の推移(2000年～2005年)

単位:人、%

| | 網走市 | | オホーツク管内 | | 北海道 | |
|--------|--------|-------|---------|-------|-----------|-------|
| | 就業者数 | 増減率 | 就業者数 | 増減率 | 就業者数 | 増減率 |
| 全就業者 | 20,092 | -8.0 | 157,162 | -8.5 | 2,553,400 | -5.5 |
| 農業 | 1,440 | -7.9 | 17,902 | -6.5 | 155,015 | -6.6 |
| 漁業 | 750 | -4.2 | 4,012 | -2.9 | 38,771 | -9.6 |
| 建設業 | 2,017 | -25.5 | 16,334 | -25.5 | 274,240 | -19.4 |
| 製造業 | 1,778 | -20.0 | 16,718 | -20.0 | 218,304 | -15.0 |
| 卸売・小売業 | 2,945 | -30.7 | 26,086 | -22.2 | 481,859 | -23.8 |
| サービス業 | 7,688 | 14.8 | 52,275 | 14.2 | 941,662 | 17.7 |

資料:「国勢調査」各年次
注:就業者数は2005年時点の数字であり、増減率は2000年時点との比較を表している。

さらに図4に示したように、製造業に占める食品製造業の位置づけは高いものの、16.9%という付加価値率は、全国平均 35.2%(2009年)に比べると18%ほど低く、網走市での高次加工による付加価値向上は地域活性化に不可欠である。そこで網走市では、地域経済の活性化と新たな地域産業の創出を目指すため、新しい発想やアイデアをビジネスチャンスに変えるための積極的な支援事業として、新製品創出支援事業などを実施している。

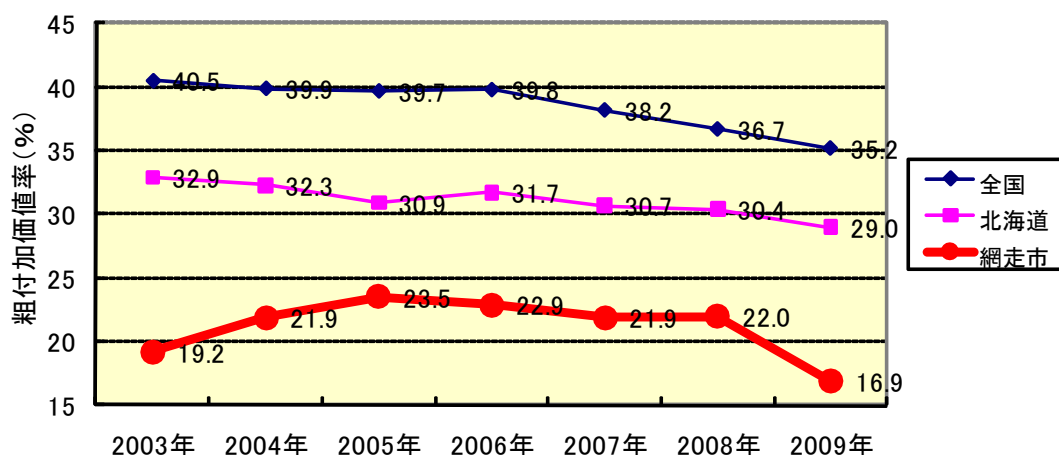


図4 食料品製造業における粗付加価値率の推移

資料:「工業統計表」各年次

一方、東京農業大学では、産学官連携による地場農水産資源の高付加価値化の取組みとして、地元企業との共同研究を積極的に行い、地場産品を用いた地ビール開発、鮭・鱒の未利用廃棄部分を有効活用した魚醤油開発、新たな地域資源・エミューの製品開発(ソーセージ、卵を利用した生どら焼き、脂肪を利用したエミューオイルや石鹼)などの実績を有しており、「オホーツクブランド」商品の開発に取り組んでいる。しかし、地域の農水産資源を活用した全国的な商品は少なく、商品のマーケティング力やデザイン力、さらには営業能力の不足などの課題がある。そこでこうした能力を有する人材の養成とともに、競争力の高い商品開発を展開できる地域のリーダーとなりえる人材の養成が必要であり、このことが「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」を実施する直接的な背景である。

(2) 人材養成の手法・方法と実施結果

実施状況(取組毎)

| 実施期間(実施日) | 取組名 |
|------------------------------|---|
| 平成 21 年 7 月 23 日 | 2009 年度 第 1 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 21 年 10 月 17 日 | 2009 年度 第 2 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 21 年 11 月 26 日 | 2009 年度 第 3 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 21 年 12 月 4 日 | 第一期生募集を兼ねたオホーツク実学センター公開シンポジウム開催 |
| 平成 22 年 1 月 12 日 ～3 月 5 日 | 第一期生の募集 |
| 平成 22 年 1 月 15 日 | 2009 年度 第 4 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 22 年 2 月 6 日 | 第一期生募集に向けた模擬講義・実習(第 1 回)開催 |
| 平成 22 年 2 月 22 日 | 第一期生募集に向けた模擬講義・実習(第 2 回)開催 |
| 平成 22 年 3 月 8 日 | 第一期生募集・選考委員会開催 |
| 平成 22 年 3 月 23 日 | 2009 年度 第 5 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 22 年 4 月 6 日 ～2 月 15 日 | 第一期生開講式・第 1 回講義(ベーシックプログラム)開講 |
| 平成 22 年 6 月 22 日 | 2010 年度 第 1 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 22 年 7 月 26 日 | 事業化・商品化検討委員会開催 |
| 平成 22 年 8 月 1・2 日 | 道東 3 大学合同特別セミナー「地域資源の高付加価値化戦略を考える」開催(主管校) |

| | |
|------------------------------|---------------------------------|
| 平成 22 年 11 月 19 日 | 2010 年度 第 2 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 22 年 12 月 4 日 | 第二期生募集を兼ねたオホーツク実学センター公開シンポジウム開催 |
| 平成 22 年 12 月 17 日 | 第 1 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 1 月 8 日 | 第二期生募集に向けた募集説明会開催 |
| 平成 22 年 1 月 11 日 ～3 月 4 日 | 第二期生の募集 |
| 平成 23 年 1 月 17 日 | 第 2 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 1 月 22 日 | 第二期生募集に向けた模擬講義・実習開催 |
| 平成 23 年 2 月 14 日 | 第 3 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 3 月 11 日 | 第二期生募集・選考委員会開催 |
| 平成 23 年 3 月 14 日 | 2010 年度 第 2 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 23 年 3 月 15 日 | 第 4 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 3 月 26 日 | 第一期生事業化・商品化に向けた中間報告会開催 |
| 平成 23 年 4 月 5 日 | 第二期生開講式・第 1 回講義(ベーシックプログラム)開講 |
| 平成 23 年 4 月 11 日 | 第一期生 2 年目第 1 回講義(スペシャルプログラム)開講 |
| 平成 23 年 4 月 22 日 | 第 5 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 5 月 24 日 | 2011 年度 第 1 回人材育成事業運営委員会開催 |
| 平成 23 年 5 月 30 日 | 第 6 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 6 月 13 日 | 第 7 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |
| 平成 23 年 6 月 17・18 日 | 道東 3 大学合同特別セミナー「今、求められる食の価値」へ参加 |
| 平成 23 年 7 月 22 日 | 第 8 回事業化・商品化タスクフォース委員会開催 |

「第一期生(2010-2011 年度在籍)」

・取組内容

一年目の養成プログラム(ベーシックプログラム)では、基本編として、地域産業論、食品加工論、マーケティング論、ブランド戦略論等の座学と加工実習を通じて、地域経済の現状や食品生産・販売を行うために必要な知識を身に付ける。応用編として地域資源の分析、商品デザインやパッケージング、営業のノウハウ、広告宣伝といった地域の商品開発・販売を戦略的に学ぶ。二年目の養成プログラム(スペシャルプログラム)では、「商品開発」を主体とした農水産加工実習や商品化実習等で構成され、マーケティング実習で実際に販売できる商品づくりを目指す内容となっている。二年間のカリキュラムは、一年目から二年目にかけて、全般的な基礎知識から技術や経営の応用知識、地域商品の創造と開発という段階的に学ぶ体系と文理融合型の体系性を整えており、加工実習を含めた技術・加工分野に加え、ビジネス・マーケティング分野に重きを置いたカリキュラムが特徴である。特にグループワーク形式を取り入れた演習もあり、実践的なカリキュラム構成となるよう工夫を図った。

加工実習の内容は、本学部がこれまでに地域と関わって実現してきた商品化の技術的蓄積を生かした内容で構成した(受講生のニーズは「課題研究」において個別的に技術相談にのるということで棲み分けをしている)。販売実習は、多くの来場者が見込まれる東京農大の「収穫祭」を活用し、商品企画－製造－販売プロモーションまでのプロセスを踏んだ実践的なカリキュラムを実施している。

また、必要に応じてカリキュラムとの関連づけとして補完できる内容については、「特別講演会」を実施している。2010 年度は「食料関連法規と知財管理」、「食品の安全・安心を守るためにできること」を実施し、2011 年度は「地域活性化の動向」を実施した。

修了した受講生には、網走市の各種支援施策の活用によるいっそうの事業化の推進や他地域での活躍を期待しているため、スキルアップの指標の一つとして、事業化・商品化プランをたて、それをプレゼンテーションでできる能力を身に付けることを最終試験の要件としている。それらの能力を強化するために授業以外の時間帯で、受講生は自らの事業化・商品化プランの課題解決に向けた「課題研究」に取り組み、一年目のベーシックプログラムの修了後に、その進捗状況について「中間報告会」を実施している。また、受講生の事業化・商品化プラン

の実現に向けた支援については、3人の担当研究員が定期的に個別面談を実施し、合わせて受講生の専門知識や技能の習得状況の把握に務めている。

また、2010年8月に実施した道東3大学合同特別セミナー「地域資源の高付加価値化戦略を考える」では、複数のメンバーでグループディスカッションを行い、課題や解決手法を限られた時間のなかでパワーポイントに整理して、プレゼンテーションを実施する手法を取り入れており、自らの事業化・商品化プランの構築とプレゼンテーションのスキルを高めるための訓練としても有効なセミナーとなっている。

・募集・選考方法

受講対象者は、網走市を中心としてオホーツク地域で農畜水産資源を活用した加工品開発・製造に携わる製造業や販売小売業に加え、素材となる原料を供給する農業者（農業協同組合の職員も含める）や漁業者（漁業協同組合の職員も含める）も対象としている。このような生産・加工・流通・販売に携わる人材を養成することで、異業種間連携による新商品開発や産業クラスター的な事業展開へ繋げることを想定している。

募集方法は、テレビや新聞といったマスメディアを活用した方法と、地元の広報誌に掲載したり、人材育成事業運営委員会の外部委員等を通じた方法、公開シンポジウム、募集説明会、模擬講義・実習の開催により、網走市と周辺地域、北海道全域へと周知が行われている。そのため、広くオホーツク地域以外からも応募があった。

選考方法は、受講生募集・選考委員会を開催し、「志願書」に記載された内容（身につけたい知識や技能、終了後のビジネスプラン）について一人一人書類選考を行って慎重に選考を行った（詳細は前述のp8を参照）。また、連携自治体である網走市からの受講希望者については、上記の書類選考基準を踏まえつつ、優先的に選考している。

・選考結果

2010年3月8日（月）に第一期生の受講生募集・選考委員会を開催し、受講希望者から提出された書類を用いて応募者の選考を実施した。応募者は44名で選考の結果、35名を合格とした。

「第二期生（2011-2012年度在籍）」

・取組内容、募集・選考方法については、第一期生と同様のため省略し、選考結果のみ記載する。

・選考結果

2011年3月11日（金）に第二期生の受講生募集・選考委員会を開催し、受講希望者から提出された書類を用いて応募者の選考を実施した。応募者は34名で選考の結果、30名を合格とした（31名を合格としたが、後日、1名辞退の申し出があったため）。

(3) 被養成者の到達度認定の仕組と実施結果

一年目のベーシックプログラムのうち、講義・実習の行われない7月中旬から10月は「課題研究期間」と位置づけて、受講生は商品開発や事業化構想のために「課題研究」に取り組み、事業化・商品化に向けた企画提案書を作成し、報告ができるように、3人の研究員が個別指導を行った。

以下の4項目にプレゼンテーションの仕方、方法を加えた5項目について、5点満点で採点を行った。この「中間報告会」は32名が行っており、採点結果は表3に示したとおりである。特に以下の4項目に基づいて報告を行い、学内教員が採点を行った。

- ①事業化・商品化のテーマや基本コンセプト
- ②事業化・商品化構想における機能性、独自性、新規性
- ③地域活性化へつなげる可能性
- ④将来構想の説明

表3 第一期生による「中間報告会」の評価結果について

単位:人

| | 1 分からない | 2 弱い | 3 普通 | 4 良い | 5 とても良い |
|-----------------------------|------------|----------|-----------|-----------|------------|
| 総合評価 | 0 | 1 | 12 | 19 | 0 |
| (1)事業化・商品化のテーマや基本コンセプトの明確さ | 0 | 1 | 10 | 21 | 0 |
| (2)事業化・商品化構想における機能性、独自性、新規性 | 0 | 6 | 11 | 15 | 0 |
| (3)地域活性化へとつながる可能性 | 0 | 3 | 10 | 19 | 0 |
| (4)将来構想の説明 | 0 | 0 | 12 | 19 | 1 |
| (5)プレゼンテーションの仕方、方法 | 0 | 1 | 12 | 18 | 1 |

資料:第一期生「中間報告会」実施者32名を対象に審査員が行った評価により作成。

これらの結果から、総合評価では、32名のうち、「良い」19名、「普通」12名、「弱い」1名となっていることがわかる。これらの評価結果を踏まえ、2012年2月に予定されている最終試験のプレゼンに向けて、少なくとも全員が「良い」以上にレベルアップできるよう指導体制を強化することが重要となる。なお、この採点結果は受講生本人にも通知しており、今後の「課題研究」の取り組みを推進サポートする仕組みとして活用している。

(4)人材養成システムの改善状況(被養成者の評価等の反映)

第一期生に対しては、2011年3月の「中間報告会」と同時に、受講する以前と後で、どの分野の知識やスキルが身についたのかといった専門分野における個別の理解度を把握するために自己評価アンケートを実施した。概ねその中身については向上しているが、ウイークポイントも判明し、その点については、3人の研究員が担当している受講生へ個別に対応を行い、同時に受講生のカリキュラムや講義内容についての要望についても意見を集約している。

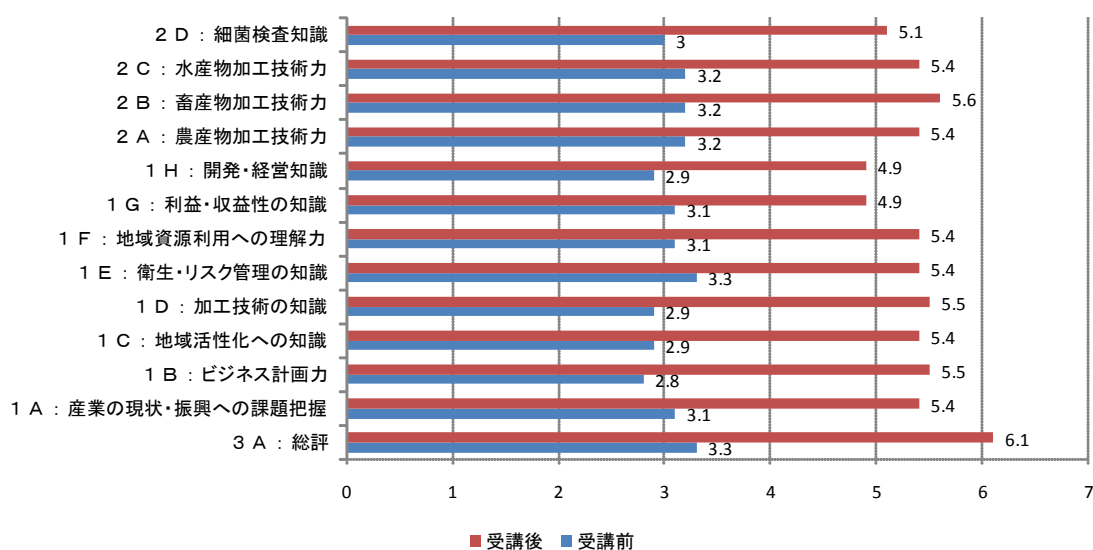


図5 第一期受講生におけるカリキュラム内容に対する習熟度の変化

資料:第一期生35名のうち32名に対して実施した自己評価アンケートをもとに作成。

また、外部評価の仕組みとしては、第一期生の最終試験のプレゼンテーションには、人材育成事業運営委員会の外部委員や当塾の顧問を務める小泉武夫名誉教授にも審査員を依頼するなど、外部の評価委員の評価も反映される。さらに、受講申込の際に企業の推薦で受講している受講生の評価については、事業主に対するアンケートを実施する。

地域ニーズの把握方法としては、採択1年目のカリキュラムの作成において、カリキュラム作成チームを中心とする学内教員に加え、地域行政や主要な地域企業との懇談会を実施することにより、地域のニーズを反映させたプログラムを構築している。この懇談会は、2009年11月17日に実施されたものであり、学内者9名、学外者9名の合計18名で実施されている。基本的には大学側で検討したカリキュラム案を説明し、学外者からコメントをもらう方法をとった。主な論点としては、①開講の時間帯や講義時間(座学は夜間90分、実験・実習は土曜の日中)、②カリキュラムの内容構成(各論と総論のバランス、マーケティングを重視する)、③受講対象者の属性(年齢制限はしない)であった。

1年目のカリキュラムが一巡する3年目には、カリキュラムの改善へつなげる検討会議を10月に実施する予定である。

3. 実施体制・自治体等との連携状況

(1) 実施体制の内容

本ユニットは、東京農工大学生物資源開発研究所オホーツク実学センターを中核として、連携自治体である網走市との連携により、オホーツク地域の豊富な農水産資源に新たな付加価値を付与し単に商品開発を行うだけではなく、マーケティングや消費者ニーズを重視した新製品開発に寄与する人材を創出することを目的とし、新商品開発や新ビジネスの創出が可能な体制づくりを目指している。人材養成を実施する講師は、これまで地域と共同研究やコーディネート活動を行ってきた本学の教員と学外からの専門講師である。

実施体制は、生物産業学部長(生物資源開発研究所長)が総括責任者を務め、運営にあたってはオホーツク実学センター長を中心とした人材育成事業運営委員会を組織し、事業全体の目標、推進体制、進捗状況、成果などを管理する。学内の担当教職員26名と地元自治体をはじめとする各産業のコーディネーターを担う農協、漁協、商工会議所、観光協会等20名の協力により実施している。

本ユニットの事務局は、生物資源開発研究所内のオホーツク実学センターに設置し、プロジェクトの運営・管理、予算検討、事業計画、PR活動などを担う企画・運営チームと、カリキュラム内容の検討・改善や講師選定を実施するカリキュラム作成チームを編成して、主に学内の教員を中心として構成されている。なお、オホーツク実学センターには、事業実施の中核を担う専任の研究員を3名(①プログラム運営の統括・管理、②フードビジネス分野の専門知識、③食品加工分野の専門知識・技能)配置し、地域や地元企業からのニーズを反映したカリキュラムの運営や新事業・商品開発に向けたサポート支援が可能である。

なお、受講生の習熟度の把握やビジネスプランづくりにおいて3名の研究員によるクラス担当制を採用しており、個別相談等に応じ、きめの細かいフォローアップができるような体制を整備している。これらを強化するために2011年4月からはオホーツク実学センターFD(ファカルティ・デベロップメント)会議を毎月開催し、受講生の習熟度やビジネスプランの進捗状況の把握に努めている。

事業化・商品化推進タスクフォースは、学内外の委員により構成され、本事業の従事者による研究開発および受講生による事業化・商品化に対して指導・助言する組織として、毎月1回のペースで定期的に開催している。

なお、本事業の取り組みにあたり、科学技術戦略推進費(旧科学技術振興調整費)以外に、毎年400万円の学校法人としての資金的バックアップがあり、主に研究開発費として先進地調査や試作品開発に充てられている。また、毎年受講生の募集告知に合わせて実施するオホーツク実学センター公開シンポジウムには、世田谷キャンパスから副学長が参加し、挨拶をするなど、オール農大として支援体制で取り組んでいる。

(2) 自治体等との連携状況

本学の連携自治体である網走市では、地域の優良な資源の高付加価値化による加工品開発研究や地域経済の活性化と新たな地域産業の創出を目指し、「事業化等スタートアップ支援事業」、「新製品創出支援事業」、「ものづくりフォローアップ事業」、「新製品等プロモーション支援事業」など、産学官連携などにより、「起業」から「ものづくり」関わる調査・研究、開発、製品の改良、販路拡大のサポートを実施してきた。

網走市の地域再生計画では、「潜在的な地域資源を創造的に活用するリーダー的人材養成計画」を掲げている。本学の「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」と連携させることによって、従来から網走市で実施している「ものづくり」に関する事業者支援を活用し、優れた加工技術とマーケティング力を備えた地域のリーダー的人材「現代の榎本武揚」の養成につなげ、地域産業の課題である地場産業の高次加工や販路開拓・マーケティング能力の高い人材を養成することによって、地域産業の活性化へつなげる。

具体的には、本事業の事業目標、推進体制、進捗状況、活動成果などを統括する中核組織としての人材育成事業運営委員会に網走市職員(企画調整課長)が参画し、必要とされる人材養成や加工品開発、地域再生に対して積極的な提案を行。さらには受講生募集・選考委員会や事業化・商品化推進タスクフォースにおける検討委員会にも参画することで、本事業における人材の養成人数と商品開発の目標達成に向けた支援体制を確立した。

また、カリキュラムの一コマとして、「地域と産業振興」の講師を網走市職員(経済部次長)が務め、受講生に

対して地域産業の抱える課題を十分な理解が得られるようにしている。

その一方で、網走市職員が受講生として3名（一期生1名、二期生2名）が在籍し、他の受講生と共に学び、情報交換・連携を通じて、地域の産業政策の企画立案、執行などにも役立っている。

その他にも、受講生の研究活動の場として、網走市が行うイベントへの参加支援（第46回あばしりオホーツク流氷まつりにおける受講生の試作品・試食会における出店料特別補助）や市有公共施設の提供（受講生による施設「はなてんと」活用における使用料及び光熱水費の特別減免）などが実施されている。

一方、連携自治体以外の関係機関や民間企業の本事業における参画状況については、前述した人材育成事業運営委員会へ、北海道オホーツク総合振興局（地域政策課長）、北海道立オホーツク圏地域食品加工技術センター（センター長）、オホーツク地域振興機構（理事長）、網走商工会議所（会頭、製造部会長）、網走青年会議所（専務理事）、網走市観光協会（企画管理課長）、網走信用金庫（常務理事・審査部長）、オホーツク網走農業協同組合（営農部長）、網走漁業協同組合（専務理事）、西網走漁業協同組合（常務理事）、網走第一水産加工業協同組合（常務理事）、網走消費者協会（事務局長）、（株）東京農大バイオインダストリー（事務局長）、（株）イソップアグリシステム（代表取締役社長）、NPO法人オホーツク21世紀を創る会（地域戦略委員会副委員長）が参画している。

上記のうち、3名は、カリキュラムの「協同組合とものづくり」、「水産加工技術(1)」、「地域の企業とビジネスプラン」の講師を務めている。また、「地域と産業振興」、「資金調達と金融・制度の利用方法」の講師も上記機関のなかから講師が派遣されている。

また、本事業の従事者による研究開発および受講生による事業化・商品化に向けたタスクフォース委員会を毎月1回定期的に開催しているが、外部委員には、行政（網走市企画調整課長、オホーツク総合振興局産業振興部商工労働観光課）、地元製造業（（有）マリン北海道副工場長）、地元販売店（株）東京農大バイオインダストリー事務局長）、地元観光業界（網走市観光協会専務理事）を交えて商品企画・販路開拓戦略の検討を行っている。このなかで受講生の商品化に向けた製造技術上の課題や販売戦略が検討されていることにより、地域のニーズと大学のシーズをマッチングさせた新商品の企画・開発のシステムが構築されている。

4. 人材養成ユニットの有効性

(1) 養成修了人材が地域で活躍する仕組み

「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」を受講し、8割以上の出席要件とプレゼンテーション等の最終試験により修了が認められた場合に「修了証」と「オホーツクものづくりマイスター」の称号が授与される。修了した受講生には、網走市の各種支援施策の活用によるいっそうの事業化の推進や他地域での活躍を期待している。

連携自治体である網走市では、「新製品創出支援事業」、「事業化等スタートアップ支援事業」をはじめとして、「調査研究」「製品開発、商品化」「市場開拓、製品改良」「販路拡大、製品PR」など様々なフェーズにおける支援策を設定しており、既に第一期生の受講者には、「事業化等スタートアップ支援事業」に採択されて、その成果を商品開発につなげた実績がある。また、中心市街地における店舗展開の際には、店舗改修費や家賃補助等の支援策を予定しているなど、本事業と網走市の関与は高いものとなっている。

受講生の活躍状況の第1は、受講生自らが積極的な受講生同士の連帯を求めて、在籍中に「塾生会」を発足させ、専用ホームページ(<http://souseijuku.web.fc2.com/>)を公開している。受講生同士の交流ネットワークはもとより、有志で地元のイベントの出店や自主的に現地調査や受講生同士の事業化・商品化の検討会を実施している。例えば、2010年9月26日に網走市で実施された「第5回網走一番！秋祭り」の「うまいフードコンテスト」に、塾生有志がオリジナル商品「でんぶりん」を販売している。そこで参加団体で最多の350食を販売してコンテストで入賞し、それが反響を呼んで地元の料理講習会にも受講生が講師として参加している。

また、Twitter や Facebook 等の情報通信ツールに長けた受講生が、受講生の関心・要望に応じるかたちでSNS(Social Networking Service)研究会を主催し、授業以外の時間帯を活用して受講生同士のスキルアップの一助を担っている。さらに塾生会では、2012年の最終プレゼンに向けて自主的な発表会を企画するなど、自主性が高まっている。このような受講生同士の意識の高揚や連携する力が「塾生会」のネットワークを通じて醸成されており、原材料の供給や販路の開拓など、受講生個々の積極的な事業化・商品化といったビジネス展開に大いに反映されている。

第2は、受講生がそれぞれの地域を拠点に地域活性化に向けた活動に取り組んでいる。新聞記事に掲載されたもののみ紹介すると、新聞記者を辞めて網走市議会議員に立候補し、「地域おこしの元気印」を掲げて当選した受講生は、地域再生のキーマンとして、今後の活躍が期待されている。また、地域のイベントへ積極的にかかわっている受講生が多いなかで、地元食材をPRする手法の一つとして、地域のイベントを企画し、「巨大でんぷんだんご」で英ギネス・ワールド・レコーズ社に認定され、それを契機に地元の飲食店(17店舗)の定番メニュー化を実現させ、地域食材の消費の拡大につなげている受講生がいる。また、内閣府の「地域社会雇用創造事業」として北海道地域再生推進コンソーシアムが主催する社会的企業・起業プランコンペに応募採択され、地元の雇用確保に向けたビジネスを展開しようとしている受講生が2名いる(いずれも網走市)。1名は飲食店「喜多夢楽」を開業し「オホーツクかき揚げうどん」の製造・販売で、オホーツク地域の新たな特産品を製造・販売することにより、障がい者の就労を確保するとともに地域住民とのふれあいの場を提供する起業ビジネスである。もう1名は「天都山アンテナカフェ」の開設で、地場産品の委託販売、地場産品を活用した新製品や新メニューの提案、イベントの開催を行って個人観光客を誘致する起業ビジネスである。

(2) 波及効果

本事業で養成される地域のリーダー的人材「現代の榎本武揚」は、優れた加工技術とマーケティング能力を備え、これまで培われてきた産業基盤をもとに様々な変化やニーズに対応し成長することのできる産業の振興を担う。そして「オホーツクブランド」の創出を足がかりに、新たな産業の創出や雇用機会の拡大など、地域の経済的自立性を高め、「原料供給基地」から脱却した地域活性化への寄与が期待される。

取り組みの波及効果としての第1は、地元網走市への波及効果である。とくに2011年3月3日に網走信用金庫とオホーツクキャンパスの包括的連携協定が締結され、地域経済の一層の活性化並びに自立的発展に資するための研究交流、人材交流、人材育成、技術開発交流など産学官金連携が期待されている。この背景には、本事業を通じて大学と網走信用金庫の交流が活発化し、包括的連携協定の締結へつながった経緯がある。6月か

らは網走信用金庫の全営業店(20店舗)に設置された東京農業大学紹介ブース「産学通信～東京農大コーナー～」は、地元企業との技術開発や商品開発等のニーズを橋渡しする機能を有している。現在、大学の研究成果等のシーズと地域中小企業の技術ニーズのマッチングや技術相談、情報収集についての相互連携を実施中であり、地元で牛乳の製造・販売を行っている牧場の法人化と新商品開発(チーズ)に向けた投資計画(工場)について、大学と地元金融機関が事業化を支援している。

第2は、「地域再生人材創出拠点の形成」事業に採択されている北海道内の人材養成ユニット(北見工業大学・帯広畜産大学)との連携による人材交流および将来的な道東地域間連携による商品開発へ向けた取り組みへの波及効果が期待される。これまでに、道東3大学による人材育成事業合同交流セミナーを開催し、2010年8月(1日～2日)に東京農業大学で開催された「地域資源の付加価値戦略を考える」には、本学の受講生・教職員をはじめとして、北見工業大学及び帯広畜産大学関係者を含めて総勢92名の参加を得ることができた。

これをきっかけとして、2010年11月12日(金)に北見市で開催されたオホーツクテクノプラザ・ミニプラザ「道東3大学の人材育成事業と地域活性」では、本事業のパネル展示や来場者への事業概要の説明を道東3大学による連携事業として実施した。さらに2010年1月12日(水)～13日(木)にかけて、北見工業大学主催の「地域を彩る食物語inオホーツク」(北見市 コミュニティプラザ パラボ)に3大学が参加し、本事業のPRと受講生の試作品の試食会を実施するなど、道東3大学で企画する関連事業が展開している。

この他にも本学の人材育成事業運営委員会への参画や北見工業大学が主催する産学官連携合同会議や帯広畜産大学の人材育成事業・事務局・カリキュラム作成チーム合同会議への出席、カリキュラムの講義担当など、3大学間相互の情報交流や受講生の相互交流は積極的に行われている。

第3は、オホーツク地域以外への波及として、2010年7月に結ばれた北海道渡島管内福島町との包括連携協定の具体的な事業として、「地域再生人づくり・ものづくり出前講座」への講師派遣など、地域資源を活用した商品開発や地域活性化に向けた取組が2011年度からスタートした。また、オホーツク地域に隣接する根室地域・標津町から通学している第一期生(自治体職員)が積極的に働きかけ、標津町の事業として「(仮称)地域づくり・ビジネス講座」を企画中である。

第4は、「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」のカリキュラムの一コマを担当している民間企業(ノースブレインファーム(株))が主催するオホーツクマルシェ事業にオホーツク実学センターが協力し、2011年7月24日に行われたオホーツクマルシェin網走・ワークショップ「オホーツクの食と農、地域の豊かさを未来へ」を共催するなど、フランスのテロワール理念に基づいた質の高い文化的な食や自立した地域づくりに積極的に参画しており、受講生にも参画の輪を広げている。

第5は、三菱総合研究所が農林水産省の事業として行っている「平成23年度新事業創出人材育成プログラムの教材テキストの開発と実証講義の実施を2011年7月から東京農業大学オホーツクキャンパスで行っている。2011年2月に三菱総合研究所の取材を受けた際に、「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」の取り組み内容が高く評価されたことが契機となっており、実際に教材テキストの開発者や実証講義の担当者は、「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」で講義を担当している教員がほとんどを占めている。さらに三菱総合研究所の事業は、宇都宮市、高知市でも開催されることとなっており、「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」の講義担当者が作成した教材テキストが、それらの地域でも活用されるため、本事業が汎用化・普及可能性があることを示唆しているものと考えられる。これらの成果は、本事業が北海道内・全国へと波及した効果として取り上げることができる。

(3) 情報発信の状況

ホームページの活用は、2009年10月より大学のサイト内に「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」専用ホームページを開設し、事業概要、カリキュラムの他、毎回の講義終了後に、活動報告を更新している(<http://www.bioindustry.nodai.ac.jp/~jstmono/06report/2010-0416-1007-6.html>)。また、メディア掲載情報として、新聞掲載記事についても閲覧が可能となっている。また、受講生の募集告知や本事業が主催する関連イベントの情報告知にも利用している。

マスメディアへの情報発信としては、NHK 総合テレビを通じて受講生の募集告知を北海道全域に行った他、

2010年10月29日(金)のNHK総合テレビ「ネットワークニュース北海道」の特集で、本プログラムの取り組みが北海道全域に向けて放映され、本学の担当教員や受講生の代表者が出演し、受講生が開発した試作品等も紹介された。

新聞紙上を通じた広報活動については、全国紙への掲載では、「日本経済新聞」、「読売新聞」、北海道内では「北海道新聞」、地元では「網走タイムズ」に活動状況や募集告知が掲載されている。また、第一期受講生の1人(元新聞記者・現市議会議員)は、オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾の“体験記”を「北海道新聞」に連載した。

関連誌上を通じた広報活動については、農業者向け雑誌『農家の友』(2010年3月、pp.100-102)、および農業関連機関向け雑誌『ニューカントリー』(2011年7月、pp.28-30)に活動状況等が掲載されている。

また、2009年12月4日(土)に、第一期生募集のためのオホーツク実学センター公開シンポジウム2009を開催、2010年12月4日(土)に、第二期生募集のためのオホーツク実学センター公開シンポジウム2010を開催し、広く市民向けに事業のPRを実施することができた。さらに2011年1月8日(土)には、第二期生募集のための募集説明会を、網走市内のエコーセンターで開催(参加者15名)し、受講生募集の情報告知を大々的に行うことで、意欲のある受講生の獲得につなげることができた。

なお、東京に拠点をもつ教育機関としては、2010年6月18日から東京農業大学世田谷キャンパス「食と農」の博物館で、オホーツクキャンパスの技術協力によって開発された地域商品を展示する展示棚「オホーツク物産物語」を設置し、オホーツク地域の開発商品を恒常的にPRできる拠点を設けている。また、これらの商品約40品目を学内の生活協同組合の販売コーナーを拡充した「オホーツク物産コーナー」で一般購入することが可能となっている。今後は、これらを活用し、受講生が開発した試作品や商品等も展示やモニタリング調査も予定しており、アンテナショップとしての機能のより一層の充実をさせる。

5. 成果の発表状況

(1) 養成された人材による成果

【成果発表等】(5 件)

- ①ポケットブック「自然が集う」の商品化による観光振興
- ②スイーツ「じゃがいもスイートポテト」の商品化による地域資源の付加価値化
- ③網走産の馬鈴薯澱粉と牛乳を用いたスイーツ「網走でんぷりん」の製品化に向けた試作の実施(保存方法を改良中)
- ④網走市の観光施設「はなてんと」を活用したアンテナカフェの新規開設(8月4日オープン)
- ⑤障害者を雇用したうどん店「喜多夢楽」の開業

【地域再生に貢献しうる成果】(6 件)

- ①エゾシカ肉を用いた「エゾシカドック」の製品化とテスト販売の実施(地元の道の駅で商品化を検討中)
- ②地元野菜を原料とした乳酸発酵飲料「ぶちぶち野菜ドリンク」の製品化とテスト販売の実施(スーパーマーケットトレードショー(2/8-10東京ビッグサイト)、北海道フードフェア(2/22ロイトン札幌ホテル)に出展)
- ③オホーツク産カニを用いた「シウマイ」の製品化とテスト販売の実施(札幌・東京のどさんこプラザへ出展を検討中)
- ④オホーツク塩を用いた「塩麴」の製品化とテスト販売の実施(品質の安定化およびパッケージの改良)
- ⑤地元特産品を用いた「白花豆プリン」の製品化に向けた試作の実施(保存方法を改良中)
- ⑥オホーツク産ホタテの煮汁を用いた「お茶漬け」の製品化に向けた試作の実施(商談会出展済み)

以上の6品目は、受講生による商品開発の成果であり、事業化・商品化検討委員会で商品化の可能性を検討し、試作段階から試食段階へと進んでおり、テスト販売等を計画中の新商品予備軍となっている。

【特許等出願】(0 件)

(2) 人材養成ユニットに関する成果

【成果発表等】(5 件)

- ①菅原優「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」がまもなく開講『農家の友』第62巻第3号、北海道農業改良普及協会、2010年3月、pp.100-102、査読なし
- ②黒瀧秀久・菅原優・根津基和・小田毅「地域の農林水産物資源の高付加価値化と地域活性化の課題」地域活性学会 第2回研究大会(2010年7月10日、小樽商科大学)で発表
- ③美土路知之・菅原優「オホーツク産の食品開発を地域と連携して進める」『明日の食品産業』食品産業センター、2010年4月、pp.23-25、査読なし
- ④東京農大オホーツク実学センター「ものづくり創成塾の挑戦」①～⑤『網走タイムズ』2011年1月4日～8日、査読なし
- ⑤黒瀧秀久・菅原優・根津基和・小田毅「地域の農林水産物資源の高付加価値化と地域活性化の課題」『地域活性研究』Vol.2、地域活性学会、2011年3月、pp.247-253、査読有り
- ⑥菅原優「実践的カリキュラムで再生担う人材を育成」『ニューカントリー』NO.688、北海道協同組合通信社、2011年7月、pp.28-30、査読なし

V. 今後の計画

1. 本プログラム終了時の達成目標について

本事業の終了時(5年目)には、地場産品を利用した商品開発、地域住民への技術・知識の提供、新規事業化などといった面で地域活性化に貢献することのできる地域のリーダー的人材を40名以上(最大45名)の地域に輩出することを目標とする。

また、商品開発の面においては、本事業の従事者による研究開発及び受講生による新商品開発の成果として、6品以上の地場産品を利用した商品を開発して市場に送り出し、全国的にも認識されるような人気商品を生み出し、地域の活性化に貢献することを目指している。

現在、3年目修了時における修了見込み者は32名である。これに在籍している第二期生(30名)が修了する4年目修了時には、順調に行けば52名の修了者を地域に輩出することとなり、当初計画を上回るペースで地域のリーダー的人材の輩出が可能となる見込みである。

2. 本プログラム終了後の取組み方針・見通し

本事業終了後には、東京農業大学が主体となって関係機関と連携しながら、本学の生物資源開発研究所において人材育成事業を担当しているオホーツク実学センターを中核としながら、地域のニーズに応じた人材養成事業を継続的に展開する方針である。

具体的には養成修了者のサポート体制を強化し、商品開発に関するアドバイスや協力などの面で継続的に支援を行い、地域の商品開発・販売から地域活性化を目指すことのできる地盤を形成するために、学内の生物資源開発研究所とオホーツク実学センターの改組に向けたワーキング委員会を開催しており、大学内における支援組織体制を整備中である。

さらにカリキュラムの継続に向けて、大学院の社会人コースを新たに設け、継続的に地域資源の高付加価値化に資する人材養成プログラムとして実施する計画を検討中である。

また、在籍中から受講生による「塾生会」が発足し、専用ホームページ(<http://souseijuku.web.fc2.com/>)も公開されていることから、受講生同士の交流ネットワークが組織化され、養成修了者のフォローアップ環境が整いつつある。

連携自治体である網走市では、現在、ものづくり・事業化の各種支援制度を①事業化等スタートアップ支援事業、②新製品創出支援事業、③ものづくりフォローアップ事業という3段階のフェーズに分けて実施している。これらの制度内容については、どの部分を補強すべきか、その事後評価を含めて再検討する必要があると考えている。