

# オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾

実施予定期間：平成 21 年度～平成 25 年度

総括責任者：横濱 道成（東京農業大学 生物産業学部長）

## I. 概要

北海道網走市は、豊富な農水産資源を基盤とした“原料供給地”としての要素が強い地域であるが、高次加工分野の基盤の脆弱さから、潜在的な地域資源を十分に活用しきれないという課題を抱えている。

本事業では、食品製造業、販売業、農業、漁業、建設業、自治体等に従事する社会人を対象とした養成プログラム（カリキュラム）を実施し、地場産品を利用した食品開発や知識・技術の修得から創造力を養い、高品質な「オホーツクブランド」の商品づくりから産業振興を目指すことのできる、地域のリーダー的人材「現代の榎本武揚」を養成しようとするものである。

### 1. 地域の現状と地域再生に向けた取組状況

本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、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。近年、製造業の減少幅が大きく、第 2 次産業の基盤の強化が求められている。22.8%という付加価値率は、全国平均 37.5%（2006 年）に比べると 15%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。

一方、提案機関（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鹸）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。しかしながら、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輩出が必要となってくる。

### 2. 地域再生人材創出構想の内容

本提案「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」が目標とする養成人材は、農水産資源が豊富に存在するオホーツクの地域資源を最大限活用した地場産品を利用した食品開発や関連する知識の修得から技術力・創造力を養い、高品質な地域のブランド商品づくりによる地域産業振興を目指すことのできる、地域のリーダー的人材である。

本事業で実施する養成プログラムは、1 年目のベーシックプログラムの座学では、基礎編として地域産業論、食品加工論、マーケティング論、ブランド戦略論などを学び、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つける。応用編では、地域の商品開発・販売を戦略的に学ぶため、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、広告宣伝といったビジネスに必

要な知識やノウハウを幅広く学ぶ。2 年目の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。

事業最終年の平成 25 年度については、事業終了後の継続に向けた人材養成手法の試験的な年度と位置づけ、実際に起業・新事業化・新商品開発に意欲的に取り組む方（修了生など）を対象とした 1 年間の実践的講座として「生物産業学 MBA コース」を設置し、第 4 期生として選考・受入を行うこととしている。

このような養成プログラムを通じて商品の企画・開発から販売までの一連の知識・技術を有した地域のリーダー的人材を養成する。また、養成された人材が開発した商品や地場産品を活用した商品を販売するためのアンテナショップを設置し、商品販売のサポートも行っていく。

また、この人材養成プログラムへの参加を通して、ビジネスパートナーを見つけてビジネス展開することを視野に入れた人材も積極的に受入れるものとし、人材養成ユニットの設置機関である東京農業大学生物資源開発研究所オホーツク実学センターを、網走市における食品関連ビジネスの拠点及び人材交流の場として活用できる態勢を構築することを目指す。

### 3. 自治体との連携・地域再生の観点

連携自治体である網走市では、産学官連携などにより、地域の優良な資源の高付加価値化を目指して、「オホーツクブランド」の創出に努め、農産物高次加工研究所などを拠点に、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て、「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、本学や道の研究機関などと連携しながら、「起業」から「ものづくり」関わる調査・研究、開発、製品の改良、販路拡大をサポートしている。

本事業による人材養成では、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」を拡充することによって、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」の養成につながる。具体的には、本事業の運営にかかわって事業目標、推進体制、進捗状況、活動成果などを統括する中核としての人材育成事業運営委員会に参画し、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など、本事業を推進する上で重要なポジションに位置する。これは、単なる「ものづくり」にとどまってきたこれまでの事業を見直して、綿密な市場調査や商品の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商品を地域内外に売り込むことのできる人材を養成し、これによって「オホーツクブランド」や新たな地域産業の創出による地域再生を目指すものである。

### 4. 3 年目における具体的な目標

本事業では 2 年目より養成プログラムを開始し、毎年 15 名の受講生を募集し、2 年間を一つの養成期間とすることから、3 年目が終了する時には第 1 期の修了生を 15 名輩出することを目標とする。養成修了者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にまで達することを目標とする。

また、3年目には、本事業を継続的に取組むための事業内容及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」等のサポート体制を見直しと強化を行うことにより、養成修了者の事業化・新規商品開発等が行いやすい地盤を形成する。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利用した商品を開発し、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。

## 5. 実施期間終了時における具体的な目標

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す。

## 6. 実施期間終了後の取組

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実学教育プログラム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。

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。

## 7. 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」と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、食品製造業といった関連産業における雇用の拡大も期待できる。

## 8. システム改革の実現性とその実施体制

本ユニットは、東京農業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、地元自治体の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。

そして、総括責任者を学部長（生物資源開発研究所長）が務め、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、地元自治体をはじめとして各産業のコーディネーターを担う農協、漁協、商工会議所、観光協会等の協力により連携体制を整えている。本ユニットのオホーツク実学センターには専任研究員を3名配置し、地域や地元企業からのニーズを反映したカリキュラムを構築することが可能となっている。

こうした本ユニットが実施するシステム改革は、地元ニーズのサルベージを十分に実現したかたちで行われており、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。

## 実施体制

氏名	所属部局・職名	提案課題における役割
◎横濱 道成	東京農業大学生物産業学部長 生物資源開発研究所所長・教授	総括責任者、塾長
○黒瀧 秀久	東京農業大学オホーツク実学センター 長・教授	事務連絡担当者、塾頭、カリキュラムの作成、講師、 研究、販売・流通部門プロジェクトリーダー
○永島 俊夫	東京農業大学食品香粧学科・教授	講師、研究、 加工・開発部門プロジェクトリーダー
○塩本 明弘	東京農業大学アクアバイオ学科・教授	カリキュラムの作成、研究、 生物資源部門プロジェクトリーダー
○長澤 真史	東京農業大学地域産業経営学科・教授	カリキュラムの作成、研究 企画・運営リーダー、
○美土路 知之	東京農業大学地域産業経営学科・教授	講師、研究 カリキュラムの作成リーダー
田中 俊次	東京農業大学地域産業経営学科・教授	カリキュラムの作成、研究
木村 俊昭	東京農業大学地域産業経営学科・教授	カリキュラムの作成、講師、研究
村松 良樹	東京農業大学食品香粧学科・准教授	カリキュラムの作成、講師、研究
宮地 竜郎	東京農業大学食品香粧学科・准教授	カリキュラムの作成、講師、研究
山崎 雅夫	東京農業大学食品香粧学科・教授	講師、研究
木村 俊昭	東京農業大学地域産業経営学科・教授	講師、研究
野村 比加留	東京農業大学地域産業経営学科・准教	講師、研究

	授	
菅原 優	東京農業大学地域産業経営学科・助教	カリキュラムの作成、講師、研究
小泉 武夫	東京農業大学名誉教授	顧問、講師
根津 基和	東京農業大学オホーツク実学センター・専任研究員	事務局、カリキュラムの作成、講師、研究、販売・流通部門プロジェクト
武内 純子	東京農業大学オホーツク実学センター・専任研究員	事務局、カリキュラムの作成、講師、研究、加工開発部門プロジェクト
小川 繁幸	東京農業大学オホーツク実学センター・専任研究員	事務局、カリキュラムの作成、講師、研究、企画・運営、生物資源部門プロジェクト
岩永 雅浩	網走市・企画調整課長	連携自治体担当者
川畑 徹	網走信用金庫・地域支援課長	講師
川辺 亮	(株)農都共生総合研究所・代表取締役	講師
佐藤 佳奈美	(株)農都共生総合研究所・研究員	講師
三ツ村 光彦	エム・アール企画(株)・特別顧問	講師
渋谷 往男	東京農業大学国際バイオビジネス学科・准教授	講師
鈴木 輝隆	江戸川大学社会学部・教授	講師
渡辺 裕	北海道立北方民族博物館・学芸員	講師
中島 一之	湧別町立郷土博物館・学芸員	講師
木下 富美子	(株)博報堂・ブランディングプロデューサー	講師
鶴田 暁行	エバラ食品工業(株) マーケティング部長	講師
吉永 貴大	吉永国際特許事務所・弁理士	講師
三友 由美子	三友牧場 チーズ工房	講師
緒方 英雄	(株)おおやま夢工房・取締役総支配人	講師
長沼 昭夫	(株)きのとや・代表取締役	講師
藤原 誉康	税理士法人 藤原会計事務所・代表社員	講師
石戸 孝行	(株)京北スーパー・相談役	講師

## 9. 各年度の計画と実績

### a. 平成 21 年度

#### (1) 計画

##### (a) 人材養成事業に向けた準備

人材養成業務に従事する専任研究員を採用し、本事業の全体の統括を担い、事業目標、推進体制、進捗状況、修了認定などを行う人材育成事業運営委員会を設置する。この人材育成事業運営委員会に事務局を設置し、企画・運営チームとカリキュラム作成チームを組織する。企画・運営チームでは、事業の運営、管理、予算確保、PR活動を実施し、カリキュラム作成チームでは、養成プログラム(カリキュラム)の構築、講師の選定を行う。さらに、事業化・商品化などについての確かな指導と助言を行う組織として事業化・商品化推進タスクフォースを編成する。そして、意欲の高い受講者を募ることを目的として、模擬講義・実習を実施し、養成プログラムの改善といっそうの充実化を図る。また、専用のホームページを開設し、本事業を学内外に対して広く情報発信し、「募集要項」を作成して1期生の受講生を募集し、養成対象者を選考する。

##### (b) 地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

オホーツク地域の豊富な生物資源(農畜産物・水産物)の利用の可能性、高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性、消費者ニーズの把握としてマーケティング調査を含めた多様な販売・流通チャネルの設計に関する調査を行い、その成果を養成プログラムの構築へと活用する。

##### (c) オホーツクものづくり・ビジネス創成シンポジウム

オホーツク地域の生物資源を最大限活用した食品開発やビジネスモデルの構築を支援するための人材養成を行う本事業を地元自治体や企業に広くアピールし、受講生の

募集告知を行うために、オホーツクものづくり・ビジネス創成シンポジウムを一般市民公開で開催する。

#### (2) 実績

##### (a) 人材養成事業に向けた準備

人材養成業務に従事する専任研究員3名を採用し、人材育成事業運営委員会を設置した。この人材育成事業運営委員会に事務局、企画・運営チーム、カリキュラム作成チームを組織し、事業計画や養成プログラム(カリキュラム)の構築を行った。この人材育成事業運営委員会は5回開催した。さらに、事業化・商品化推進タスクフォースを編成した。

養成対象者を募集するために模擬講義・実習を2回(平成22年2月6日、22日)実施した(40名参加)。その結果、募集人員15名に対し、応募者は44名にのぼり、選考の結果、35名を第1期生として選考した。

##### (b) 地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

オホーツク地域の豊富な生物資源(農畜産物・水産物)の利用の可能性、高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性、消費者ニーズの把握としてマーケティング調査を含めた多様な販売・流通チャネルの設計に関する先進事例調査を行い、養成プログラムへの構築へと繋げることができた。

##### (c) オホーツクものづくり・ビジネス創成シンポジウム

平成21年12月4日に受講生の募集告知を含めたオホーツクものづくり・ビジネス創成シンポジウム(東京農業大学オホーツク実学センター公開シンポジウム2009)「オホーツクものづくりと地域再生に向けた人材育成」を一般公開で実施し、約120名が参加した。基調講演は本事業の顧問を務める小泉武夫氏が務めた。パネルディスカッション

ョンでは「オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾」の事業内容やカリキュラム内容を紹介し、多くの参加者に周知することができた。

#### b. 平成 22 年度

##### (1) 計画

###### (a) 人材養成事業の実施

構築された養成プログラム（カリキュラム）により、4 月から 1 期生 1 年目のベーシックプログラム（年間 30 コマ）を開講する。ベーシックプログラムは、基礎編（4 月～7 月）と応用編（11 月～2 月）と 2 期に分けて実施する。また、人材育成事業運営委員会を定期的に実施し、養成プログラムの検証および改善を実施する。事業化・商品化推進タスクフォースを軌道にのせ、養成対象者の商品開発計画等を多方面から支援する。そして、1 月からは 2 期生の募集を実施し、選考を行って養成対象者を確保する。

###### (b) 地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

前年度に引き続き、オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の利用の可能性、高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性、消費者ニーズの把握としてマーケティング調査を含めた多様な販売・流通チャネルの設計に関する調査を行い、その成果を養成プログラムの改善につなげるとともに、地域企業との商品開発にかかわる共同研究を促進する。

##### (2) 実績

###### (a) 人材養成事業の実施

第 1 期生 35 名に対し、養成プログラム（カリキュラム）の 1 年目のベーシックプログラムを実施した。さらに人材育成事業合同交流セミナー「地域資源の付加価値戦略を考える」（8 月 1・2 日）を東京農業大学が主催して実施し、北見工業大学及び帯広畜産大学の受講生を含めて総勢 92 名の参加を得ることができた。第 1 期生に対しては、年度末（平成 23 年 3 月 26 日）には中間報告会を開催し、受講生による商品化・事業化に向けた今後の目標・計画が報告された。この際に 1 年目の到達度を把握するために、最終講義の際に受講生に対してアンケートを実施し、習熟度やスキルアップの自己評価を実施した。

人材育成事業運営委員会は 3 回開催し、事業運営状況の把握や養成プログラムの検証と同時に改善を図った。事業化・商品化タスクフォース委員会は 4 回開催して、受講生等や機関が取り組む事業化・商品化の可能性を検討し、事業化・商品化に向けた指導・助言等を行った。

養成対象者を募集するために東京農業大学オホーツク実学センター公開シンポジウム（平成 22 年 12 月 4 日）、募集説明会（平成 23 年 1 月 8 日）と模擬講義・実習（平成 23 年 2 月 22 日）を実施した。その結果、募集人員 15 名に対し、応募者は 34 名にのぼり、選考の結果、30 名を第 2 期生として選考した。

###### (b) 地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

前年度に続き、オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の利用の可能性、高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性、消費者ニーズの把握としてマーケティング調査を含めた多様な販売・流通チャネルの設計に関する先進事例調査を行い、養成プログラムへの構築へと繋げることができた。なお、東京農業大学世田谷キャンパス「食と農」の博物館で、6 月 18 日より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」を設置した。また、これらの地域商品の商品カタログを作成し、東京農業大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」を開設しアンテナショップとしての機能を充実できた。

#### c. 平成 23 年度

##### (1) 計画

###### (a) 人材養成事業の実施

前年度に引き続き、4 月から 2 期生 1 年目のベーシックプログラム（年間 30 コマ）を開講すると同時に 1 期生 2 年目のスペシャルプログラム（年間 30 コマ）を開講する。年度終了時には 1 期修了生を 15 名輩出する。また、人材育成事業運営委員会を定期的に実施し、養成プログラムの検証および改善を実施する。事業化・商品化推進タスクフォースの成果を踏まえ、養成対象者の商品開発を実現化させる。そして、1 月からは 3 期生の募集を実施し、選考を行って養成対象者を確保する。

###### (b) 地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

前年度に引き続き、オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の利用の可能性、高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性、消費者ニーズの把握としてマーケティング調査を含めた多様な販売・流通チャネルの設計に関する調査を行い、その成果を養成プログラムの改善につなげるとともに、地域企業との商品開発にかかわる共同研究を促進する。

##### (2) 実績

###### (a) 人材養成事業の実施

第 2 期生 30 名を受け入れ、1 年目のベーシックプログラムを実施した。第 1 期生は 2 年目のスペシャルプログラムを実施した。また、第 1 期生に対して成果報告会（平成 23 年 2 月 5 日）を実施し、受講生による事業化・商品化に関するプレゼンテーション等を審査し、23 名の修了生を輩出した。第 2 期生に対しては、中間報告会（3 月 10 日）を実施し、今後の事業化・商品化の目標・計画が報告された。第 1 期修了生に対しては、習熟度と学びのニーズを把握するアンケートを実施した。

人材育成事業運営委員会は 3 回開催し、事業運営状況の把握や養成プログラムの検証と同時に改善を図った。事業化・商品化タスクフォース委員会は 11 回開催して、受講生等や機関が取り組む事業化・商品化の可能性を検討し、事業化・商品化、販路拡大に向けた指導・助言等を行った。

受講生の取り組み成果を公表しつつ、第 3 期の養成対象者を募集するためにオホーツク実学センター公開シンポジウム（平成 23 年 11 月 26 日）を実施し、受講生 3 名が取り組みを報告した。募集説明会は網走市内で 2 回（平成 24 年 1 月 14 日、2 月 14 日）実施し、模擬講義・実習（2 月 25 日）を実施した。その結果、募集人員 15 名に対し、応募者は 35 名、選考の結果、第 3 期生 32 名を選考した。

なお、中間評価の結果を踏まえ、マーケティング関連、ビジネスプラン作成のカリキュラムの充実を図った。

###### (b) 地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性に関する調査、地域再生と雇用創出に関する先進事例調査（島根県海士町等）を行い、養成プログラムへの構築へと繋げることができた。受講生及び機関における新商品開発の成果は、7 商品 3 事業が実現されている。

#### d. 平成 24 年度

##### (1) 計画

###### (a) 人材養成事業の実施

3 期生 1 年目のベーシックプログラム、2 期生 2 年目のスペシャルプログラムを開講し、第 2 期修了生を輩出する。

人材育成事業運営委員会を開催し、養成プログラムの検証および改善を実施する。事業化・商品化推進タスクフォースでは、養成対象者の商品開発を継続的に実現化させる。

さらには養成修了者のサポート体制を整備し、第4期受講生を募集する。

(b)地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の利用の可能性、高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性、マーケティング調査を継続的に実施する。

(2)実績

(a)人材養成事業の実施

第3期生31名を受け入れ、1年目のベーシックプログラムを実施した。第2期生は2年目のスペシャルプログラムを実施した。また、第2期生に対して成果報告会（平成24年1月26日）を開催し、受講生による事業化・商品化に関するプレゼンテーション等の審査を行い、25名の修了生を輩出した。加えて、習熟度と学びのニーズを把握するアンケートを実施した。第3期生に対しては、中間報告会（3月10日）を実施し、今後の事業化・商品化の目標・計画等の審査を行った。

人材育成事業運営委員会は3回開催し、事業運営状況の把握や養成プログラムの検証と同時に改善を図った。事業化・商品化タスクフォース委員会は9回開催して、受講生等や機関が取組む事業化・商品化の可能性を検討し、事業化・商品化、販路拡大に向けた指導・助言等を行った。

受講生の取り組み成果を公表しつつ、第4期の養成対象者を募集するためにオホーツク実学センター公開シンポジウム（平成24年10月27日）を実施し、第1期修了生1名が取り組みを報告した。募集説明会は網走市内で2回（平成25年1月18日、2月9日）実施した。その結果、

募集人員5名程度に対し応募者は13名であり、面接および書類選考の結果、9名を「生物産業学MBAコース」の受講生に選考した。

(b)地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性に関する調査、地域再生と雇用創出に関する先進事例調査等を行い、養成プログラムへの構築へと繋げることができた。受講生及び機関における新商品開発の成果は、11商品4事業が実現されている。

e.平成25年度

(1)計画

(a)人材養成事業の実施

4期生の「生物産業学MBAコース」を新たに開設すると同時に3期生2年目のスペシャルプログラムを開講し、第3期・第4期修了生を輩出する。

人材育成事業運営委員会では、事業終了後における継続的な人材養成事業の体制を連携自治体とともに構築する。事業化・商品化推進タスクフォースの成果を踏まえ、養成対象者の商品開発を実現化させる。

(b)地域資源を活用した新商品開発に係わる調査

オホーツク地域の豊富な生物資源（農畜産物・水産物）の高次加工による付加価値を付けた資源利用の方向性やマーケティング調査を実施し、地域企業との商品開発にかかわる共同研究を継続する。

10.年次計画

項目	1年度目	2年度目	3年度目	4年度目	5年度目
人材養成業務従事予定者の招へい	↔				
養成対象者の選考	↔	↔	↔	↔	
講義					
(1)ベーシックプログラム		↔	↔	↔	
(2)スペシャルプログラム			↔	↔	↔
(3)生物産業学MBAコース				↔	↔
研究開発					
(1)地域資源の掘り起こしや量的把握	←				→
(2)地域資源の高次加工	←				→
(3)地域ブランド商品の流通チャンネルの把握	←				→
養成目標人数 <在籍者数>	0 (0)	0 (15)	15 (30)	15 (30)	20 (20)