

Step3-1 先進事例調査 《土佐FBC②》

《プログラムの特長》

- 新商品開発に直結したプログラム（特に、課題研究）
- 食品産業で一流の講師陣を揃えた
- 学習者のレベルに合わせずに、食品産業で働くために必要なレベルで講義
- 熱意のある学習者を選抜（面接に1時間）
- アグリフードEXPOに出展
- 他のプログラムとの交流を展開（東農大、帯畜大、北見工大等）
- 「学習者を踊らせる雰囲気作り」で、学習者の自主性を芽生えさせた

《自立に向けた取組》

- 自立化に向けた検討委員会
土佐FBCⅡで、25時間10回以上議論
- 来年度の予算は、総額3350万を予定
 - 1) 大学
 - 2) 高知県
 - 3) 市町村振興協会
 - 4) JA、企業
- ミッションステートメントの設定
 - 1) 育成人数の明確化
 - 2) 経済効果の設定
食品産業のアウトプットへの寄与を2%と想定(9億6千万)

《背景》

- 高知県の農業産出額は1000億円程度で、全国31位。しかし、食品産業は700億円。全国でも45、46位が定位置。ここがおかしい。材料があるので、加工へ向かうはず。そこに付加価値が乗せられるはず。そうすると、単純に考えて、だいたい3倍に規模になるはず。正味ではなく仮説だが、伸びしろがあると設定。
- しかし、食品産業自体が高知県には少なく、食品産業の中核を担う人材もいない。産業づくりと人づくりの両輪で、産業振興計画を進めていく必要が生じた。
- 現知事の尾崎正直氏に対し、高知県の産業振興計画の策定委員長である受田教授が「高知県産業の伸びしろは食品産業にある」と助言をし、賛同を得たことが、県と大学が同一の目的に向かって協力体制を築くきっかけとなった。
- 高知県の産業振興計画は県政の柱である。3000人以上からの聞き取り結果をもとに、ボトムアップで作った。101人の専門スタッフ。100億円予算を組んだ一大プロジェクトである。

《運営体制》

- 農学部が学びの場になっている。人文系の教員も関わっている。公設研究機関もメンバーに加わっている。
- 文科省から毎年5000万の事業費を得ている。ソフト事業であるため、その多くが人件費。人件費の多くは、講師謝金である。
- 運営スタッフは4名で、特任教授、名誉教授やドクターを取った若手などを採用している。そのうち、3人は自然系、1人は人文系。人文系の特任教授は地域マネジメントを担当している。

《受講生》

- 受講生の中には、農家もいる。一部本業の学生もいるが、例外扱い。高知の食品企業に就職希望者だけに限定する。
- 毎年バランスをとって募集しているが、全コース30人強。5年で160人くらいを受け入れた。

《コース設定》

- A、B、Cの3コースを設定している。
- 下のコースから、上のコースにコースアップした人も多い。うまく行けば、1年でAになれる。
- 実習は実験と現場実践学の二つからなる。実験は微量生物の細菌検査等を行う。現場は、水産加工の実習を行う。魚をさばいて、練る。そして、実際の水産加工企業の製造ラインを使って実習を行う。また、酒の蔵元でも実習を行う。実験と実習のどちらかを40時間受講する。
- いろいろな人がいるので、初心者からの学びを大切にしている。新製品開発の実践トレーニングなども行っている。
- Aコースのレベルは、学会発表までするものもいる。
- 新商品開発にダイレクトに結びついている。
- 修了証明書と履修証明書を発行している。
- 土佐FBCクラブは、現役、卒業生、教員限定のコミュニティ。試作品評価、ディスカッションを定期的に集まって行っている。生産、流通、消費までの人材が揃っているため、この中でビジネスが生まれる。アグリフードエキスポ等の産業界出品にも積極的に参加している。

《成果》

- 5年間で80名が目標であったが、実際には150から160人を輩出することになった。希望者が多く、断れなかった。受け入れ限界ぎりぎりまでやった。育った人材がどれほど伸びているかが評価の対象となる。
- 修了後の進路は、高知県のアンテナショップ店長、農協出資会社で農業進出、公務員からジェラート屋に転じて、議員になった人もいる。
- 企業の専務も参加し、土佐FBCを社内教育に活用できるかを判断する目的で参加。結果、優れたプログラムであると判断したことで、社内教育の一貫に取り入れられることになった。
- 修了生が開発した商品は、積上げていくと2億円に達する。4年で3億2千万の効果。このあと、さらに増えるだろう。
- 県も人材育成に力を入れ始めた。土佐丸ごとビジネスアカデミーが、平成24年からスタート。

《自立に向けた取組》

- 自立に向けて、土佐FBCⅡ検討委員会を設置。ここでは、期間を何年に設定するか、大学内にどのようにプログラムを位置づけるか、が課題となっている。25時間、10回以上開催した。外部委員からの話しを受けて、①質を落とさない、②続けるべき、とのコメントもらった。
- 期間は5年、大学も覚悟して予算化した。これは、自立のためのスキームである
- 来年度の運転資金は、3350万円。大学、高知県、企業、農協、市町村振興協会などが出資。
- 受講料収入は、100万円を見込んでいる。受講料は、Aコース5万円（修了まで）、Bコース4万円、Cコースは3万円。受講料については、他の類似のプログラムを持つ大学も、受講料の設定はだいたい同じ。
- 行政の支援を受けるため、ミッションステートメントが必要になった。育成人数と経済効果を明示した。食品産業のアウトプットにどれだけ寄与するかを数値目標として設置し、全体の2%を目標に定めた。数値目標を設定しないと、予算補助の説明責任にならないため。人材育成だが、経済も欠かせない。

《産学官連携コンソーシアムの動かすためのポイント》

- 継続することが再生に導く。これを実感している。
- 産学官民の連携は必要と言われるが、トップががっちり組んで、意見交換できる関係が必要。

- 土佐FBCクラグのようなコミュニティが必要。事務局は当初から作りたかったが、受講生の自主性が芽生えるまで話しは持ちかけなかった。1期生の終わり頃話しが出て、スタートした。大学の1室で、飲食可能なスペースを設置した。規則で縛り付けることなく、柔らかく始めた。
- プログラムの魅力は、食品関係の一流の講師陣を集めたこと。普通はなかなかつめられないが、熱意を持って集めた。
- クオリティ高い講師陣が受講生のレベルに合わせないで講義を展開している。食品産業で必要なレベルを落とさないことがねらい。容赦なく受講生にぶつけていく。質を下げれば結果も下がるため。消化不良の受講生もいるが、もがき続けて、苦勞して、仲間になる。到達してもらいたいところを設定する。このような環境に受講生が身を置くことで、受講生間に自然と交流が生まれる。
- 受講生から評価が高いのは、志を持った人たちとのつながりができたことである。そこから、口コミで広がっていった。また、事務局サイドもこのような口コミ効果を狙い、情報発信力のある人を戦略的に受講生に取り込んだ。ブロガーがものすごい評価をしたことによって、一気に口コミで広がった。情報発信力のある人をきちんと体験させることによって、評価は高まる。批判的な人もいるけど、興味を持って入ってくる。いいところは広がっていく。三分の一は修了生からの口コミである。また、イベントを開催すると、口コミで広がる。
- 同じ仲間意識を持つため、そのシンボルと成るバッジを作った。土佐FBCも商標登録した。名称、マークをはじめから作った。人、志、支、が見えるようになる。
- 受講生の三分の一が女性。力は女性がある。年代は30代が多い。20代から60代まで。
- 実習は、食品産業を意識した。九州大学の食料化学工学科をイメージした。食品産業担い手育成。
- 受講生を踊らせる雰囲気作りが必要だ。そうしないと、自主性が育たない。
- 実績を出すと、外から視察がくる。FBC 2は、寄付講座として運営。組織は規格運営委員で、大学の規定は作った。
- 規約については、土佐FBC I はあとづけで規約のようなものをつくった。修了要件やコースアップ要件は作った。土佐FBC II は大学内に設置。
- 加工に軸足を置いているため、農を学ぼうとする人もいるがそれは断っている。農協職員も多くなった。当初は相手にされなかったが、今は全面協力してもらっている。きっかけは農協内に自主的に参加した職員がいて、修了したら人が変わ

ったと農協内部での評価が上がったため。そこから農協も定期的に人材を派遣し始めた。資金は中央会が負担。他の団体も同様で、外の研修、職員間の研修としても利用され始めた。

- 他の成功事例は、金沢大、帯広畜産大、北見工業大、東農大、長崎大、鹿児島大など。交流会を開催している。コラボすれば面白いことができそうだが、旅費等の資金が必要。

土佐 MBA の概要

Step3-2 先進事例調査 《土佐丸ごとアカデミー①》

《土佐MBAの背景》

1. 産業間連携の必要性
 - 森林が多く、工業立地が進まなかった
 - 1次産業だけでは、付加価値をつけられなくなった
2. 県民世論調査で、産業人材の育成が急務との結果

↓

各産業で人材育成が必要
(ターゲットは全産業分野)

↓

全国一学びの機会が多い県を目指すため、人材育成を産業振興政策の中に落とし込んだ

《土佐MBAの特長》

1. 産学官連携で取り組む
2. 学習しやすいカリキュラム
3. 理論と実践をセットにしたユニット
4. 講師は県内から
5. フォローアップ体制
6. 事前面談によるオーダーメイドカリキュラム作成

《背景》

- 高知県は、県の84%が森林であるため、高度経済成長期に工業立地が進まなかった。そのため、1次産業が産業の中心になった。加工業も育たなかった。ハウス園芸は盛んだが、園芸連が系統出荷していたが、千葉県等の首都圏近郊の農業地域と品目がかぶり、競争に勝てなくなった。この状況を打開するためには、産業間の連携を促進して、産業振興の必要性が出てきた。そのなかで、産業間に横串を刺す必要性が生まれた。高知県の産業を支える人材は、どんな分野も人材必要だという認識が高まった。