

経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業

めざせ!じょっぱり起業家
青森の魅力を高める中核人材育成事業

平成28年度

事業成果報告書

平成29年2月

弘前大学

経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業

めざせ！じょっぱり起業家
青森の魅力を高める中核人材育成事業
平成 28 年度 事業成果報告書

平成 29 年 2 月

弘前大学

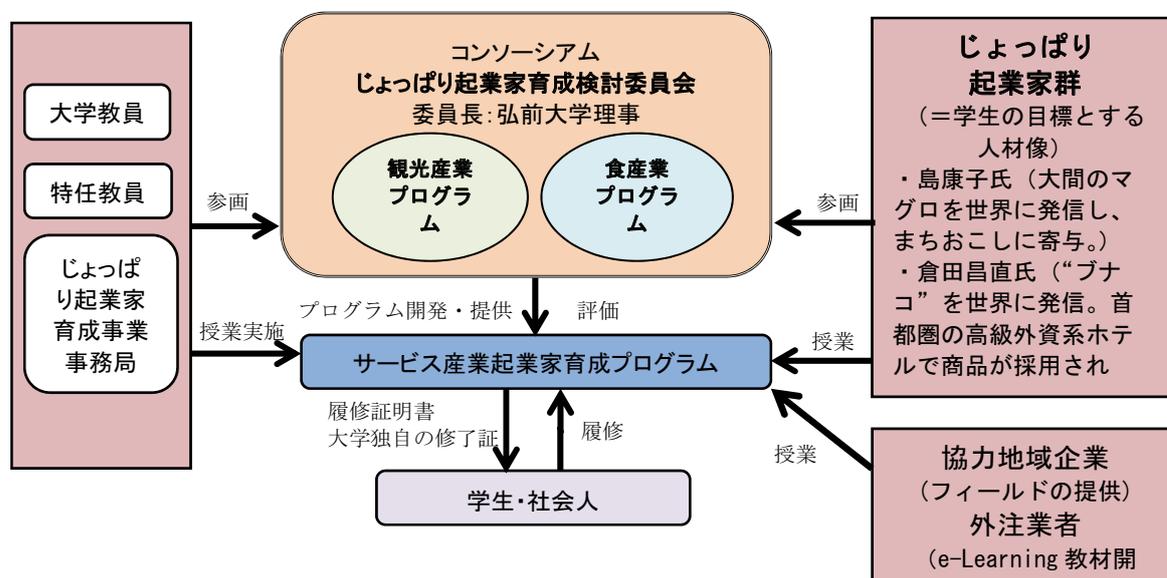
目 次

1. 事業概要	1
2. 平成28年度成果報告会 講演録	5
3. 平成28年度成果報告会 学生発表資料	19
4. じょっぱり起業家育成検討委員会議事録	32
5. じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会議事録	35
6. じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会議事録	44
7. 参考資料 中間報告会資料	54

1. 事業概要

近年、青森県から大きな発信力を携えてサービス産業分野で活躍する若手起業家が増えている。彼らは諦めない強い精神と強い郷土愛を持った起業家である。ここでは彼らを「じょっぱり起業家」と呼び、目標とする人材像としている。本事業は青森県の潜在的な魅力である観光産業や食産業において活躍するじょっぱり起業家を育成する教育プログラムを開発し、弘前市の他、高等教育機関のない地域で実施することを目標としている。

事業の実施体制図

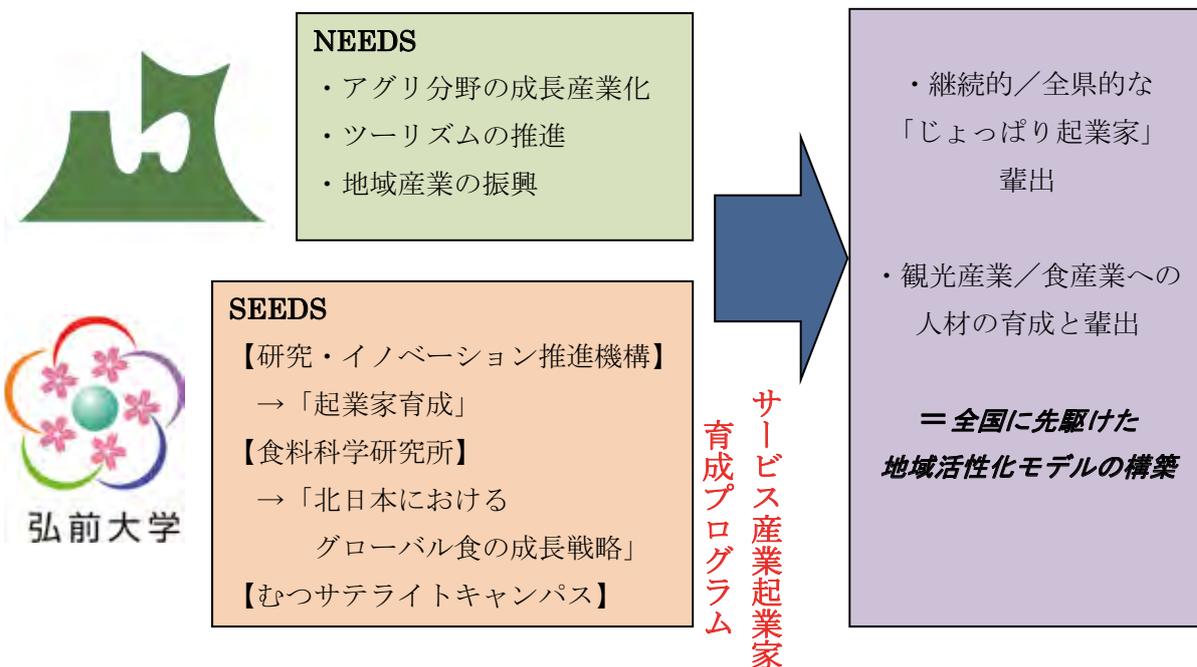


※ 「じょっぱり」とは津軽弁で強情っ張りという意味を持つ方言。「じょっぱり起業家」とは、青森県を愛し、青森県のモノに拘り、それを国内外に発信するサービス関連事業をおこなう起業家のことを指した造語である。

じょっぱり起業家育成検討委員会 構成メンバーとイメージ図



開発するプログラム名称：サービス産業起業家育成プログラム



開発するプログラムの目的

- ① 青森県を愛し、青森県のモノに拘り、それを国内外に発信するサービス関連事業をおこなう起業家である「じょっぱり起業家」を「目標とする人材像」とした教育プログラムの開発。

- ② 青森の魅力を高めるサービス産業起業家人材の育成。
- ③ 青森県の魅力である「観光産業」と「食産業」において、体系的な起業家育成プログラムを構築し、機関として地域で活躍するじょっぱり起業家を生み出す。
- ④ 高等教育機関が無く、少子高齢化や若者の流出に悩む地域におけるじょっぱり起業家育成のための履修証明プログラムを開発。
- ⑤ 本事業成果を県全体に普及させ、同様の状況にある全国の地方都市に向けた先駆的なプログラムとなることを目指す。

習得すべき能力

- ① 夢を現実の目標に変換できる能力
- ② サービス産業に関する専門知識とそれを活用する能力
- ③ 青森県の特徴や歴史を理解し、地域の魅力を発掘できる能力
- ④ 地域の現状を分析し、物事の本質を見抜く能力
- ⑤ 青森県の課題を理解し、その解決方法を具体的な事業計画として提示できる能力
- ⑥ 立案した事業計画を実現する能力

平成 28 年度の活動

平成 28 年

- 6 月 24 日 第 1 回じょっぱり起業家育成検討委員会（於 弘前大学）
- 7 月 19 日 第 1 回じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会（於 弘前大学）
- 7 月 27 日 第 1 回じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会（於 弘前大学）
- 10 月 24 日 第 2 回じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会（於 弘前大学）
- 11 月 9 日 第 2 回じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会（於 弘前大学）
- 12 月 16 日 平成 28 年度成果報告会（於 アートホテル弘前シティ）
- 12 月 16 日 第 3 回じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会（於 同上）

平成 29 年

- 1 月 13 日 第 3 回じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会（於 弘前大学）
- 2 月 23 日 第 2 回じょっぱり起業家育成検討委員会（於 弘前大学）

2. 平成28年度成果報告会

「めざせ！じょっぱり起業家。青森の魅力を高める中核人材育成事業」 平成28年度成果報告会

日時：平成28年12月16日 15時00分～18時00分

場所：アートホテル弘前シティ

プログラム

- 14:30 受付開始
- 15:00 開会の挨拶 弘前大学理事（教育担当）・副学長 伊藤 成治
- 15:05 基調講演 題目：産学官連携を活用した、レジリエンスを高める経営
株式会社ウェザーコック 専務取締役 山本 一枝氏
- 15:45 休憩（15分）
- 16:00 今年度の学生による取組成果発表 ※（ ）内は連携企業
- ①学生カンパニー ポム・ルージュ（企業組合でる・そーれ）
 - ②学生カンパニー BOTH（株式会社コンシス）
 - ③学生カンパニー ゴールドu p る（株式会社アップルヒル 道の駅なみおか）
 - ④学生カンパニー SIMKIK（一般社団法人青森県発明協会）
 - ⑤学生カンパニー BEEs（株式会社南部屋旅館 浅虫温泉 南部屋・海扇閣）
 - ⑥学生カンパニー ななわし（株式会社楽天野球団 東北楽天ゴールデンイーグルス）
- 17:55 閉会の挨拶 弘前大学人文社会科学部長 今井 正浩

基調講演「産学官連携を活用した、レジリエンスを高める経営」

株式会社ウェザーコック 専務取締役 山本 一枝氏

「産学官連携を活用した、レジリエンスを高める経営」と題しお話しをさせて戴きます。

私どもの会社は、株式会社ウェザーコックと申します。実は私、弘前生まれで、母の実家が桜並木のそばなので、実家に戻るときにしょっちゅう弘前に来ておりましたので、弘前は本当に懐かしい場所です。本日はよろしくお願いいたします。

「めざせ！じょっぱり起業家」という「じょっぱり」というのは、私が子供のとき結構じょっぱりだったものですから、母からよく「まったくじょっぱりだね」と言われていたので、非常になじみのいい言葉です。

私どもの会社は特に大きな会社ではありません。株式会社ウェザーコックは1977年に創立し、株式会社になったのは1984年になります。場所は札幌市豊平区月寒という場所であり、ちょっと郊外の、札幌ドームの近くにあります。社内にデジタル研究所というものを設けておまして、常に研究開発をしております。社員数は8名で非常に少ないですが、一人一人がいなくては困るという状態のすばらしい技術者ばかりです。

私どもの経営理念としては、「輝く未来を実現することに貢献します」ということを掲げており、具体的には、イメージを具体化して目に見える形にすることで、社会の相互理解に貢献するというを考えております。また、産学連携の推進ということも個人的にもおこなっております。会社も共に協力して、社会をよりよく変えることに努力するというを掲げております。

会社の仕事ですが、先ほどご紹介いただきましたように、博物館や科学館などの展示をしております。科学館と博物館の企画からいろいろ行うときに、やはり世の中になような展示や、皆がたくさん集まってくるような楽しいものなどを求められるので、日々開発をして、世の中で見たことのないようなものをつくってきました。地球儀だけでも何種類も何種類もつくりました。ほかにもたくさんの展示機器があります。大きいものや小さいもの、立体のものなどがあります。

また、鈴木章先生のノーベル賞記念展示にも携わり、さまざまな機器を開発し、制作しました。「工場のある企画デザイン会社」として、社内の工場でデザイナーがデザインしたものをそのまま形にし、オリジナルな展示機器を博物館などに収めています。

また、鈴木章先生のノーベル賞記念展示にも携わり、さまざまな機器を開発し、制作しました。「工場のある企画デザイン会社」として、社内の工場でデザイナーがデザインしたものをそのまま形にし、オリジナルな展示機器を博物館などに収めています。

科学にも色々ありまして、中でも地球科学の地球というものには非常に興味とこだわりを持って、それを形にするということを行っております。三次元の地球データを使って、時間の変化に対応できる地形模型をつくる。それから、シミュレーションなどを行う画像を使うということを行っております。このスライドが去年、日本科学未来館のJAXAブースに採用されたものですが、プロジェクタ+マッピングの技術を使いまして、1ドットサイズの高精彩な衛星画像を立体像に映しております。

私のことをもう一回お話しさせていただくと、先ほどちょっとお話ししましたが、馬屋町の母の実家で生まれました。父は北海道の人だったので、転勤族であちこち北海道を回って歩きました。自分が学生になったときには、絵が大好きだったので、大学は教育大学の特設美術課(油絵専門)を卒業し、高校と中学校の教員免許を持っております。ですが、好きなことを仕事にしたいという想いから会社をつくりました。

仕事の中身ですが、先ほどもスライドにでましたが、博覧会や科学館、博物館などを仕事の場所にして、さまざまな見たこともないような新しい展示装置をつくってきました。ウェザーコックが株式会社になってからは、博覧会というよりは、むしろ科学館や博物館に力を入れてきました。赤い文字で書いてあるところですが、実は、北海道の中小企業家同友会というものがあって、その中で、大学との産学官連携をやるということを中心に話し合い、商品開発や新事業の開発をするためにみんなで立ち上げました。これまで活動を毎月1回、先生を呼んで話をしたり、また交流会を開催したり、毎月毎月新しい企画で行っております。これがプラットフォームになり、中小企業経営者の大学や研究機関との共同研究を支援する活動などを毎月行っております。

2003年に札幌でIUGCという世界地球物理学総会があり、共同研究で開発した模型を出展しました。世界中から約4,000人の科学者が参加し、それまでに見たこともないような珍しい模型なので、多くの方が弊社の模型を見に来ました。そのときには、非常に高い評価を受けました。2005年に国連防災世界会議が神戸で開催されたときにも、防災の担当官の方たちから非常に高い評価を受けました。そして現在、レステックというところが総代理店になって、JAXAの衛星ALOSデータの販売代理店として活動を行っております。

日本の衛星の詳細なすばらしいデータを使って商品開発を行い、「プロジェクタ+マッピング模型」というものを現在売り出していて、あちこちで採用いただいております。2013年には韓国で開催された麗水万博の日本館のメインの展示に採用され、先ほどお話しした日本科学未来館で行われた「G空間EXP02015」のJAXAの展示ブースでも採用されました。

また、石垣の自然環境や青森市地熱発電の理解促進事業でも採用いただいております。あとは、G7のつくばで行われました科学技術大臣会合などの特別展などにも参加させていただきました。

1. 激動する世界

今、非常に激動する世界の中に私どもはおります。イギリスのEU離脱ということもありましたし、思いもよらないアメリカ大統領選挙の結果ということもありました。これは世界の価値観がこれまでと大きく変化しているということの表れだと思います。その中で私たちはどのように考えて、どうしたらいいのか。どのような時代の中でも、一人一人が輝く未来というものについて真剣に考えて、次の時代のためにどんな種をまいていくのかということを行っていくのが経営者、リーダーの役割です。

2. レジリエンスとは

レジリエンスとは、これは「じょっぱり」と言ってもいいのかなと思っています。「レジリエンス」は「精神的回復力」「抵抗力」「復元力」「耐久力」などとも訳される心理学の用語ですが、これはどのように自発的な治癒力を得るのかということ、新奇性の追求、感情調整、肯定的な未来志向の3因子で構成されると書いてありました。自尊心がとても重要ということと「じょっぱり」はかなり共通しているのかなと思います。

3. 日本の高いレジリエンスの源

激動の時代の中に現在おりますが、実は昔から激動の時代がありました。中世から多種多様な中小企業がさまざまな専門性によって、人々の生活や社会の進歩に必要な技術を提供してきた国が日本です。明治の急激な技術革新に対応し、震災や敗戦からの復興をはたし、国や地方の復活を遂げて来られたのは、常に高い専門性や技術を自ら磨いてきた、高いレジリエンスを有する中小企業の底力があったからであると私は考えます。

4. 激動の21世紀を生きるために起業という選択

激動の21世紀を生きるためにはどうしたらいいのか。どこかに勤めれば何とかなる時代はもう終わったのではないかと思います。起業という選択は皆さんが考えている以上に、怪しいとか安定しないというわけでもなく、実は意外に自分で運転するという考え方で、きちんと運転していれば、非常に安定性のあるすばらしい選択だと思います。

起業するという事は自立した個人になれると私は考えています。周りに対して、まず、自分で考え、自分の仕事や自分の周りを取り巻く環境の中で一生懸命考えることで、次に何が起こるかということがわかるようになってきます。自分に関わる専門性のある部分が特に読めるようになってきます。また、経営者というのは会社という組織のリーダーですので、いろんな社会の変化や周りの色々な意見に振り回されないで、自分で自立した個人の力を必要とします。一方で、右肩上がりときには特に注意が必要です。実は、そういうときに急に多くの人たちがいろんな関わりを持ってやってきます。取材に来る人もいるし、お金を貸しましょうか、工場を出しませんかなど、色々なことを言ってきます。うちで働きたいという方もやってきます。そのときに本当に必要な情報なのか、将来に本当に必要な進出なのか、本来本当にその人が必要なのかなどをしっかりと考えて取捨選択して、自分の理念をもとに経営していくことが大事です。

会社というのは小さいスケールの国のようなものだと私は考えています。外の世界と内の世界を調整しながら、自分たちの存在の意味や意義を考え、社会に役立つ価値をつくり続けるという存在だと思います。まず、自分の会社というのは地域や世界に対して何ができるのかということ問い続けるということです。

起業するという事は、まず、自分の考えを世に問うことです。新たに創造した会社の存在や商品、サービスの価値が社会に受け入れられるということは大切なことです。長い時間必要とされて、常に進化を求められる。もう少しこういうふうに変更してほしいなど求められる商品やサービスなのかを考える必要があります。何か、はやりものでパッと飛びつくのではなく、自分がじっくりといろいろ考えて改良していくことが大事だと思います。大抵のものは、激しい競争の中で陳腐化します。陳腐化というのは、普通で当たり前の技術になってしまうということです。そうすると、もともとすごく高い値段で売っていたものがすぐに安い値段になってしまいます。良いものを出し続けるためには、常に次の時代を見据えたイノベーションが必要となります。

激動の21世紀という中で、継続していくことが非常に重要だと思います。継続して食べていけるということは、時代の変化の先を提案して受け入れられて、必要とされているということです。以前京都に行ったときに、たまたまお菓子屋さんに入ったら、奥の部屋からご主人が出てきて、「ちょっと、話をしたいか」と招かれ、お茶とお菓子をいただきながら、お話を聞く機会がありました。「何百年も続いていていいですね」と話したところ、堰を切ったように、「いや、そんなことはなくて、明治維新の東京遷都や戦争なんかもあってものすごく変化があった」「変化する人々の嗜好に合わせて新しいものをつ

くっていかないと続いていかない、新しいものをどんどん出してきたから今も続けている」と話されました。また、「一番困ったことは何ですか」と聞いたら、「第二次世界大戦のときに砂糖は手に入らないし、鍋や窯は供出させられて、技術を持っている職人はみんな戦争に連れて行かれた。その中で不足する条件を何とかしようと、家族で継続して企業の技術を守り続けた」とお話ししてくださいました。

それからもう一つの事例として、会社を上場させたという社長のお話を紹介いたします。2004年に札幌商工会議所の経営研究会というのがあり、そこで北海道のガスなどの燃料を販売している会社の社内ベンチャーとしてコンビニ決済を開発し成功させた起業家、ウェルネット株式会社の社長柳本さんに上場直前に来ていただき、お話ししていただきました。柳本さんは日本におけるマルチペイメントというサービスを考え出した先駆者です。空港の入場サービスなど、コンビニ払いでいろいろ行っているものも柳本さんの技術だそうです。考えたばかりのときに、ほかにない画期的なサービスをどうやって売り込んだのかという話を聞きました。最初のころはニューヨークに持って行って話をしたけれどもなかなかうまくいかず、日本でどうしようかということになった。そのときどうしたんですかと聞いたら、「山本さん、業界の1番か2番しか相手にしちゃだめですよ」と教えていただきました。売り込み先の話です。なぜそのように言ったかということ、一流企業は理解力が高くて、自分で直接売り込みをかけ受け入れられた結果、瞬く間にそれが世の中に広まったそうです。現在は、大変大きな会社になって支払いサービスの世界を一変させたということです。

それから、私どもは北海道の最初の大学発ベンチャー企業ですが、その後、IT関係で数多くの企業が生まれては消えていきました。残っている会社もちろんあります。そのときに、一番問題なのは「使い果たし型ベンチャー」と私は勝手に名付けていますが、投資されたお金を瞬く間に使い果たしてしまう企業がいるということです。一方で、生き延びている会社というのは、自分の力で稼いで存続している。稼いだお金をまた自分に投資しながら、自分たちの技術などを開発しながら生きているということです。少しもうかると建物を立派にしたい、社員をたくさん雇いたいとなりがちですが、立派な建屋や物、場所、社員の人数等にこだわらず、自分の仕事にとって最適な形を模索することが重要です。

社会のニーズは常に変化します。先ほどお話したように、ビジネスプランが陳腐化し、売り上げも下がります。うまくいっているときこそ先のことを考えることが大切です。ビジネススタイルとして提案したいのは、開発型中小企業という形、継続型のビジネススタイルです。開発型の中小企業が日本のイノベーションを継続してきているということです。

5. 開発型中小企業が日本のイノベーションを継続

開発型というのは、経営基盤の強化を技術や研究開発、商品・サービスの開発や新規事業の立ち上げなど、ブランドの育成強化を一生懸命頑張っている企業のことです。時代が変化する中で人もとても大切です。私どもの会社もそうですが、クリエイティブな人材が常に自立的にこうしたい、ああしたいと相談しながら新しいものを生み出しています。各分野の社員の活動と経営者の活動が同じ方向にベクトルが向いたときに、初めて推進力を持ちます。実力ある人が付加価値を創造します。よく欧米などで言っているような「ヒト・モノ・カネ」という話と開発型の中小企業は違い、顔の見える「ヒト」、個人を大切に社員の実力を育ててきました。実力というのは自立して考えられること、明日自分がすべきことがわかること、情報の共有化ができること、言ったことは必ずやり遂げるということことです。

自立して考えるということで、私どもは朝礼ではなく終礼を行っていますが、終わりのときに、今日は何々をしました、明日はこれをやりますというように、私たちがやってくださいと言ったことではなく、これをやりますというふうに彼らは言っています。

6. 未来を創る会社とは（経営者の行動）

未来を創る会社というのは、今まで当たり前と思っていたことや商品やサービスにまず疑問を持つことが大切です。自分の商品でもあっても疑問を持つことです。それから、新しい技術情報を聞きに行く。とにかく外に出て、学会やセミナー、発表している先生の研究室にお邪魔したりして、もっと具体的に話を聞きに行く。また、会社などの小さな業界ではなく別の分野の人にも会う。そこから新しいことを知ったり発想が生まれたりします。それから、異分野の人と連携する文化も重要です。産学官連携、産産連携に積極的に関わることで、互いに違いを認め合い、尊敬と理解をし合うことが出来るようになります。あとは、自分の仕事の分野を広げる。うちは農業なので全然ITは関係ないとかということでは全くなくて、ビッグデータ、人工知能などの利用技術を自分たちの会社でどうやって利用すべきかを知ることで、ビジネスチャンスが広がると思います。

医工連携なども盛んに行われているので、例えば、食べ物をつくっている会社でも医工連携にどんな関係があるのかということに興味を持ち、自分のものにしていくことが重要だと思います。

7. 産学官連携の勧め

レジリエンスについては「新奇性追求」「感情調整」「肯定的な未来志向」の3因子で構成されると先ほど申し上げましたが、産学官連携が経営者にレジリエンス3因子を身に着けさせると思います。

8. オープンイノベーションの勧め

オープンイノベーションというのは最近はやりの言葉になっていまして、特に大手企業が色々な分野の研究者や企業などと外部の技術を活用したり、大手企業の技術を活用してもらったりする形で有機的に結合させて新しいものを生み出そうという活動が盛んに行われております。今は大量生産ではなく、一人一人に合ったサービスや物など、きめ細かいサービスが必要になってきています。そのためには、自分一人の力ではなく、企画力、提案力、デザイン力、プロデュース力などそれぞれ専門家を交えて、いろんな技術を使って融合させ、新たな分野をつくっていくことが必要です。

9. 企業経営とは

企業経営というものは、「イノベーションとは独りよがりの混沌とした世界だ」と書きました。「未来は誰にもわからない」。だから私たちが突き進みます。一方で、たまに独りよがりになってうまくいかなかったり、周りの先生方から指摘されることもあります。その中で、それをブラッシュアップしていきます。未来は誰にもわかりませんが、それを探る。そして、選ぶ。何もしなくても、実は未来を選んでいきます。何もしないという選び方をしてしまっているということです。未来を選ぶということには、何かをして選ぶということが結構重要です。

また、企業のイノベーションを行うためには、人との出会いが重要です。誰と出会ったかということが自分にきちんとした形でつながるように、ちゃんと耳をそばだてて、目を大きくして見ていなくてはなりません。多くのネットワークを築いてそれを生かしていく。それから、常に新しいことを行ってみて、行くべき道をフィードバックしながら考えていきます。さまざまな選択肢の中から、最終的には経営者自身で選択をしていきます。

10. まとめ

ここでちょっと変わった方をご紹介しますと思います。去年北海道大学で講演をした久能祐子さんという方と先日、お会いしました。久能さんは物凄く成功した方で、『フォーブス』という経済誌にアメリカで自分の力で成功した女性50人のリストに日本人として唯

一載っている方です。久能さんはご主人である研究者の先生の研究に着目をして、これをまずは日本で起業して着実に延ばしたあと、アメリカでまたベンチャーをつくったそうです。そのときに、ものすごく巨額の借金をしたそうです。何とか事業を成功させてお金を返さなければならないので、かなり必死になって頑張ったそうです。北海道大学での講演の質疑応答の際に、「そのときに一番大事だと思ったことは何ですか」という質問がありましたが、「最も大切なことというのは自己肯定能力」と久能さんは話されました。アメリカで成功した方たちはみんなこれを持っているかもしれません。現在、久能さんはS&R財団をつくり、若い才能のある科学者や芸術家を支援しております。アメリカの政府関係者を日本に招いたり、日本の大学生をアメリカに呼んだりするなど、日米関係のためのプロジェクトを行っています。

自己肯定というのは、自分だけではなく、顧客や社員、自分を取り巻いているパートナーなど、関係する多くの方たちをまず肯定するという力が必要です。肯定するためには、相当努力し続けなければ肯定する形になりづらいと思います。つい自己否定をしてしまいがちですが、自己肯定するためにはそれなりに自分でチャレンジをし続けていく力が必要です。大抵、環境の変化は必ず起こるので、困った事態が起こります。そんなときには、自分がすべき仕事をしっかり考えて、前に進むことに集中することです。集中すると、生きるヒントを実はいろんな方が教えてくれます。

「めざせ！じょっぱり起業家」と書きましたが、人生というのは非常に長いです。私もまだまだ仕事をするつもりで、最近、英会話も習い始め、海外に何とか売り込みたいと考えております。長い道のりで時々苦しいこともあります。地（知）に足をつけて、善き仲間と歩けば、充実した実りある人生が待っています。「善き仲間」というのは仕事のお客様を含めて善き仲間です。色々な人たちとの出会い、それらを全て含めて、善き仲間と歩けば充実した実りのある人生が待っていると思います。

学生の皆さんの中で、これから起業を志す、あるいは起業している中で悩みが出てきたりすることがあると思います。もしもこの講演の内容で気づきがあったなら、ぜひ産学連携ということを書いていたなと思い出してください。たくさん協力者がいます。実は、探せばいくらでもあります。また、大学には知財という宝がたくさん眠っています。研究者が研究していることを少し形を変えるだけで、物凄くすばらしい商品になることもあります。行き詰まったときには、今日の講演を思い出し、是非大学に遊びに行ってみてください。この講演がレジリエンスある経営を行うためのヒントになれば幸いです。ありがとうございました。

産学官連携を活用した、レジリエンスを高める経営

弘前大学平成28年度産学連携サービス経営人材育成事業

めざせ！じょっぱり起業家。

青森の魅力を高める中核人材育成事業

平成28年度成果報告会

12月16日（金）

主催：国立大学法人弘前大学

会場：アートホテル弘前シティ

基調講演：株式会社ウェザーコック 専務取締役 山本一枝



会社紹介

株式会社ウェザーコック

創業：1977年10月1日/設立：1984年5月21日

資本金：1,000万円

本社：札幌市豊平区月寒西3条7丁目1番31号

研究所：デジタル研究所（本社内）

社員数：8名

代表者：代表取締役 山本真裕

経営理念 Corporate Philosophy

私たちは輝く未来を実現することに貢献します。

経営ビジョン

We can bring your imagination to life.

私たちはイメージを具体化し、目に見える形にすることで

社会の相互理解に貢献します。

産学連携の推進に貢献し、共に協力して社会をより良く変える

ことに努力致します。



株式会社ウェザーコック

事業内容

博物館・科学館等の展示施設で、サイエンスコミュニケーションを行う為の展示企画、展示空間デザイン、展示機器の企画・設計・制作、コンテンツの企画・制作、システム開発



プラネタリウム外周に衛星写真貼り込み

青少年科学館



3D地球儀

北大総合博物館



株式会社ウェザーコック

事業内容

博物館・科学館等の展示施設で、サイエンスコミュニケーションを行う為の展示企画、展示空間デザイン、展示機器の企画・設計・制作、コンテンツの企画・制作、システム開発

「工場のある企画デザイン会社」として、イメージを形にする会社
市場は全国 オリジナルな展示機器を提案

4K・3面マルチ情報システム



北大鈴木章教授ノーベル賞記念展示

「鈴木-宮浦クロスキャプリング」の鈴木先生と宮浦先生が展示を観覧



北大総合博物館

アイランドアーク展示



株式会社ウェザーコックの地形へのこだわり

3D地形データを使った地形模型にできることを追及し提案

■ 時間の変化に対応出来る地形模型を開発

日々変化する状況やこれから起こる未来のシミュレーション。留まる事の無い変化を精密立体模型の上に表現。

利用分野：

- 防災など各種シミュレーション
- 観光・交通など地域紹介
- 防災など地域教育
- 多くの人ととの会議や情報の共有



地形模型の新たな表現PMM「プロジェクト+マッピング模型型」



日本科学未来館G空EXPO2015 JAXAブースに採用



自己紹介 山本 一枝 弘前生まれ

株式会社ウェザーコック専務取締役
北海道中小企業家同友会産学官連携研究会HoPE副代表世話人、産学連携学会理事
元北海道科学技術審議会委員、元JST産学官連携ジャーナル編集員

- 1953年 弘前市弘前城近くの馬屋町の母の実家で生まれる。北海道育ち、親は転勤族。興味を中心に、絵を描くことと本を読むこと。
- 1976年 北海道教育大学札幌分校特設美術課卒業。専門は油絵。教員免許（高校・中学）を取得したが教職にはつかず、自身の興味や技術を活かした仕事を始める。好きなことを仕事にする。
- 1977年 ウェザーコック創立。主な事業は博覧会、博物館・科学館の展示企画と展示機器の制作。フルカラーCG画像表示装置、コンピュータを使った展示装置を多数実用化。興味を中心に科学をわかりやすく伝えることと、新たな展示方法。
- 1984年 株式会社ウェザーコック設立、取締役就任。3D地形データ制作。博物館・科学館の展示企画と展示機器の開発と制作。
- 1989年 地形模型自動切削装置開発。3D地形データの制作と活用推進。地形模型の精度を画期的に向上させ、博物館・科学館等に多数採用。興味を中心に様々な地球のデータ活用と表現方法。
- 2001年 HoPE（中小企業家同友会産学官連携研究会）の立ち上げ時から産学官連携推進活動を行う。副代表世話人。中小企業経営者の大学や研究機関との共同研究を支援するプラットフォーム活動を毎月行う
- 2002年 経済産業省平成14年度創造技術研究開発費補助金を受け「立体地図模型における自動印刷システムの技術開発」（産学共同研究）

自己紹介 山本一枝

- 2003年 経済産業省平成15年度補助金採択。札幌で行われた世界地球物理学協会（IUGG）に出展し高い国際評価を受ける。衛星写真を用いた立体模型「フィジカル写真」を開発。衛星データの表現方法を開発。
- 2005年 国連防災世界会議（神戸）で、高精度地形模型の有用性をポスター展示。世界の防災担当者から高い評価を受ける。
- 2006年～現在 JAXAの衛星ALOSデータの販売代理店（レステックと契約）市民に対して衛星データの理解促進活動を行う。展示への可能性を提案。
- 2010年 高精度3Dマッピングの技術を用いて、衛星データを活用しPMM「プロジェクト+マッピング模型」を自社開発・製品化。
- 2011年 北大総合博物館の地質展にPMMが採用され展示。鈴木章教授ノーベル賞特別展示、常設展示企画・展示工事（北海道大学総合博物館）
- 2012年 「建築技術展2012・近畿」でPMMを展示会出展。
- 2013年 韓国麗水万博日本館にメイン展示模型と画像が採用。企画：乃村工藝社
- 2014年 上川町地熱発電の理解促進事業にPMMを納品。地熱発電理解促進コンテンツ制作。日本科学未来館で「G空間EXPO2015」のJAXA展示ブースにてPMM ver.富士山」展示。
- 2015年 石垣市の島々の自然環境をPMM・コンテンツを制作納品。
- 2016年 青森市地熱発電の理解促進事業にPMMを制作納品。地熱発電理解促進コンテンツ制作。JAXAに可搬型PMM納入。G7茨城・つくば科学技術大臣会合 特別展にてPMM ver.富士山展示。北大総合博物館改装工事。

1. 激動する世界

今、世界は新たな時代に向かって激動している。
イギリスのEU離脱は、そのほんの1例。
アメリカ大統領選挙の結果も、世界の価値観が
大きく変化していることを示している。
そんな変化の時代に何を考え、どうしたらいいのか？



どんな時代の変化の中でも、輝く未来について考え、
次の時代のために種を蒔くのが、経営者（リーダー）の役割

2. レジリエンス (resilience) とは

レジリエンス (resilience) とは、「精神的回復力」「抵抗力」「復元力」「耐久力」なども訳される心理学用語である。心理学、精神医学の分野では訳語を用いず、そのままレジリエンス、またはレジリアンスと表記して用いることが多い。「脆弱性 (vulnerability) パルネラビリティ」の反対の概念であり、自発的治癒力の意味である。また、小塩真司らによる研究では、レジリエンスは「新奇性追求」「感情調整」「肯定的な未来志向」の3因子で構成され、また苦痛に満ちたライフイベントを経験したにも関わらず自尊心が高い者は、自尊心が低い者よりもレジリエンスが高いとする。

出典：フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia) 』

3. 日本の高いレジリエンスの源



激動の時代は、
絶え間なく続いている。
国の礎（いしづえ）は
民（たみ）の底力

日本は中世より、多種多様な中小企業が、様々な専門性によって、人々の生活や社会の進歩に必要な技術を提供して来た国である。

明治の急激な技術革新に対応し、震災や敗戦からの復興をはたし、国や地方の復活を遂げて来られたのは、常に高い専門性や技術を自ら磨いてきた、高いレジリエンスを有する、中小企業の底力があつたからである。

4. 激動の21世紀を生きるために起業という選択

① 自立した個人になることの重要性

- 周りの変化について自分の頭を通して常に真剣に考えることで、自分の仕事や取り巻く環境の先に起こることが、かなり読めるようになる。
- 経営者は会社という組織のリーダーなので、周りに振り回されない自立した個人としての力が必要。（経営が右肩上がりの時期は、特に注意が必要。急に多くの人々が外から関わって来る。必要な情報か？ 本来必要な借入れ金か？ 将来に必要な進出か？ 本来必要な人材か？ など、取捨選択が必要。自身の理念を基礎にして考えること。）
- 会社とは小スケールの国のようなもの。外の世界と内の世界を調整しながら、自分たちの存在の意味や意義を考え、社会に役立つ価値を作り続ける存在。（自分たちの会社は、地域や世界に対して何ができるのか?）

4. 激動の21世紀を生きるために起業という選択



継続は力なり

② 起業をすることは自分の考えを世に問うこと

新たに創造した会社の存在や、商品やサービスの価値が社会に受け入れられるということ。長い時間必要とされ、常に進化を求められる商品やサービスなのかを考える必要がある。激しい競争の中で陳腐化し（普通の技術になり）付加価値がすぐに消えてしまうものもある。継続するためには、常に次の時代を見据えたイノベーションが必要となる。

4. 激動の21世紀を生きるために起業という選択

③ 継続は力なり

継続して食べていけるということは、時代の変化の先を提案して受け入れられ、必要とされているということ。

例：京都老舗モデル

300年以上続く京都老舗菓子製造業経営者と話をすることがあった

- 長い時代京都で営業を行う老舗企業。明治維新、東京遷都、戦争等、時代の大きな変化を経験した。変化する人々の嗜好に合わせて、**新たなお菓子を開発してきたので、今も続いている**と言っていた。
- 一番困った時は戦争（第2次世界大戦）の時砂糖や材料が手に入らない。鍋や釜を供出させられた。技術を持つ職人がほとんど戦争に行ってしまった。不足する条件の中、家族で継続して企業の技術を守り続けた。

4. 激動の21世紀を生きるために起業という選択

④ 顧客を選ぶということ

例：事業を成功させた（上場を果たした）社長から聞いたこと

2004年10月札幌商工会議所の経営研究会で、北海道のガスなどの燃料を販売している会社の社内ベンチャーとして、コンビニ決済を開発し成功させた起業家、ウェルネット株式会社の当時社長の柳本孝志さんに、上場直前にお話をいただいた。（同年12月にJASDAQ市場に上場）柳本さんは、日本におけるマルチペイメントサービスの先駆者で、空港の入場サービスも開発。

- ・ 柳本さんがコンビニ払いを考えただけの時に、他にない「画期的なサービス」を売り込む時に心がけたことを教えていただいた。
- ・ サービスを売り込む相手について質問した際に、「**山本さん、業界の1番か2番しか相手にしてはダメですよ。**」と教えていただいた。柳本さんは、一流企業に自分自身で直接売り込みをかけた結果、それらの企業に受け入れられ、瞬く間に社会に広がり社会の利便性が大きく向上。支払いサービスの世界を変えた。

4. 激動の21世紀を生きるために起業という選択

⑤ 「使い果たし型ベンチャー」にはならないために

弊社は**北海道最初の**大学発ベンチャー企業。

その後、数多くの大学発ベンチャーが生まれては消えていった。それらのベンチャー企業の多くが、最初の大きな期待に対して投資された資金を使い果たした。

【考察】

- ・ 企業は自身で稼ぎ続けて存続する存在であり、稼いだ資金を大切にしつつ、次の自己への投資に回していくことが重要。
- ・ **企業の形にこだわらないこと。**立派な建屋や物、場所、社員の人数等にこだわらず、自分の仕事にとって最適な形を模索すること。
- ・ 社会のニーズは常に変化するので、当初のビジネスプランが陳腐化し、売れ行きが止まる。うまくいっている時こそ、常に次を考えることが**必須**。
- ・ **開発型中小企業という継続型のビジネススタイルがある。**

5. 開発型中小企業が日本のイノベーションを継続

① 開発型中小企業のイノベーション

開発型中小企業が「経営基盤の強化」に向けて注力する分野は、技術・研究開発の強化、新商品・サービスの開発、新規事業の立ち上げ、自社ブランドの育成・強化。時代は変化するので、常にイノベーションを行うことが必須。

② クリエイティブな人材が常に創造活動を行う

社員すべてに向上力があることが必須であり、それぞれ自ら連携して活動する。各分野の社員の活動と経営者の活動が、同じ方向性のベクトルを向いた時にはじめて推進力を保つことになる。

5. 開発型中小企業が日本のイノベーションを継続

③ 実力ある「人」が付加価値を創造する

開発型中小企業には名前があり、経歴があり、それぞれ特徴ある技術力があり、顔の見える「人」がいる。「ヒト・モノ・カネ」と言われるような、誰でもいい「ヒト」ではない。開発型中小企業の社員は**実力**が必要であり、それぞれが代わることの出来ない唯一無二の存在でもある。

（経営者は、人を育てることを時間がかかるものと考えてのこと。）

● 実力とは

- ・ 自立して考えられること。
- ・ 明日自分のすべきことがわかること。
- ・ 情報の共有化ができること。
- ・ 必ずやり遂げること。

6. 未来を創る会社とは（経営者の行動）

- ①今まであった当たり前と思っていたことや、これまでの商品やサービスに疑問を持つ。（自己否定的な開発もありうる。）
- ②新しい技術情報を聞きに行く。（学会やセミナーを活用。出会った研究者に直接聞きに行く等、自ら行動を起こす。）
- ③外に出る。社内や業界のみならず、できるだけ多くの分野の人に会うことで新たな発想を得ることに繋がる。
- ④異分野の人と連携する文化を身につけること。（産学官連携、産産連携に積極的に関わることで、互いに違いを認め合い、尊敬と理解をし合うことが出来るようになる。）
- ⑤自分の仕事の分野を広げること。
IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）などによる第4次産業革命がすでに始まり**利用技術を開発する時代**。世界中が新たなビジネスのアイデアを必要としている。医工連携も盛んに行われている。
新たな分野には新規参入者にもビジネスチャンスがある。
一見自分には関わりのなさそうな分野も、興味を持ち自分のものにするべき。

7. 産学官連携の勧め

レジリエンスは「**新奇性追求**」「**感情調整**」「**肯定的な未来志向**」の3因子で構成される。

- 産学官連携が経営者にレジリエンス3因子を身につけさせる。

①新奇性追求

最新研究の中には、社会に新しい価値を創造する魅力的なものがある。（興味を持ち、希求すると出会いが生まれる。）

②感情調整

産学官連携を経験することで異分野を知る機会を得る。しばしば理解が困難な場面を経験するが、努力によって理解に近づく。

③肯定的な未来志向

異分野・異文化間の連携を経験することで培った新たな文化を身に付けることで、世界の科学、産業、国際平和の拠点を日本に築くことができる。
自分には関係ないと思うことをやめて、自分自身が明日を切り開くことに参加することが出来ることを、知ることが出来る。

8. オープンイノベーションの勧め

オープンイノベーションとは、企業内部と外部の技術（大手企業や異分野企業、大学等）、アイデア等を有機的に結合させ、革新的で新しい価値を創造するという考え方。

- ・大量生産大量消費の時代は20世紀の

主流だったが、21世紀の今は、**ひとりひとりに**

合ったサービスや「もの」を提案する必要がある。

サービスや「もの」だけでなく、物語や、新たな考え方、きめ細かい周辺のサービスが必要になっている。そのため、顧客ニーズの詳しい情報が必要となる。



- ・企画力や提案力、デザイン力、プロデュース力等の専門性が必要となる。それぞれの専門分野を有機的かつ効率的に融合させ、付加価値を生み出すことが必要。オープンイノベーションで専門家のコラボレーションを行い、新たな分野を創造する必要がある。

9. 企業経営とは

企業経営とはイノベーションと独りよがりの混沌とした世界だ。

未来は誰にも分らない。



未来を選ぶために行うこと

- 人との出会いが重要となる。
- 多くのネットワークを築き活かす必要がある。
- 常に新しいことを行って見て、手ごたえから行くべき道を見つける。
- 様々な選択肢の中から最終的には経営者自身で選択をしていくもの。

10. まとめ

産学官連携の潜在的な可能性は高い。自分を信じてやってみることの重要性が大きい。日米で創業ベンチャーを起業し、成功を収めた女性科学者久能祐子(くのう さちこ)さん(経済誌「フォーブス」が発表した「米国自力成功女性50名」のリストに日本人で唯一載る。2015年北海道大学で行った講演の質疑の場面で、「**最も大切なことは自己肯定能力だ。**」と言った言葉が印象的だった。(現在は、才能ある若手科学・芸術家を支援する「S&R財団」理事長。米国政府関係者を日本へ招くことや、日本の大学生を米国に招くことなど、日米関係のためのプロジェクトを行う。)

自分のみならず、顧客や、社員、自分を取り巻く連携パートナー等、関係する多くの人を肯定する力が重要。肯定する為に努力を続けることが必要となる。環境の変化は常に起こり、困った事態に直面する。そんなときには、自分がすべき仕事をこなし、前に進むことに集中すること。集中によって、生きるヒントを周囲から受け取ることが出来る。

めざせ！じよっぱり起業家。

人生という長い道は、時々苦しいこともありますが、
地（知）に足つけて善き仲間と歩けば、
充実した実りある人生が待っています。



- ◎お聞きいただいた経営者を志す皆様にとって、この講演がレジリエンスある経営を行うためのヒントになれば幸いです。

WEATHER COCK

3. 平成28年度成果報告会 発表資料

今年度の学生による取組成果発表 ※（ ）内は連携企業

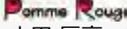
- ①学生カンパニー ポム・ルージュ（企業組合でる・そーれ）
- ②学生カンパニー BOTH（株式会社コンシス）
- ③学生カンパニー ゴールドu pる（株式会社アップルヒル 道の駅なみおか）
- ④学生カンパニー SIMKIK（一般社団法人青森県発明協会）
- ⑤学生カンパニー BEEs（株式会社南部屋旅館 浅虫温泉 南部屋・海扇閣）
- ⑥学生カンパニー ななわし（株式会社楽天野球団 東北楽天ゴールデンイーグルス）



学生カンパニー ポム・ルージュ

ビジネスシミュレーション実習Ⅱ・Ⅲ

中まで赤〜いりんごジャムを使った 新商品の開発



千葉 大志 太田 匡亮 北村 祐季子
工藤 淑海 佐々木 咲良 向中野 裕也

人文学部経済経営課程

企業から提示された課題

中まで赤〜いりんごジャムを使った
洋菓子をプチギフトとして販売

↓

売上高 **650,000円** アップ

※1 ×収益。単純な売上を計算する。
※2 洋菓子以外の売上も含む（詳細は7.結果）





テーマ設定

「食」を通してヒトをつなぐ





目標設定

五所川原市 = 中まで赤〜いりんご

新商品の開発・販売活動を通して
中まで赤〜いりんごの**知名度アップ**を狙う



役割分担

社長 千葉 大志
企画 北村 祐季子
—パッケージのデザインを担当
営業 工藤 淑海
—営業活動・活動報告書作成を担当
広報 佐々木 咲良
—オープンキャンパス等、広報活動を担当
調査 太田 匡亮・向中野 裕也
—市場調査・議事録作成を担当



活動

- 1 市場調査
イマジン
ウエディング
- 2 営業
洋菓子店
カルネドール
- 3 試作品完成
- 4 パッケージ
デザイン
- 5 テスト販売
イマジン
ウエディング

商品完成!








記念日の贈り物をお手伝いします。

赤〜いりんごのダックワーズ
1個袋入り 参考価格 380円(税別)

課題

プチギフトとして販売する場合
改善すべき点は？





課題解決

あおもり10市大祭典

- 2016/9/24~25
- 五所川原市
立佞武多の館周辺
- ダックワーズ限定15個ほか
ジャム・ジュース等を販売



課題解決

ブライダルフェア

- 2016/12/4
- 弘前パークホテル
- 顧客の生の声はもちろん
プランナーからもご意見を
いただく機会



結果—達成売上—

商品	販売数	単価	売上金額
ダックワーズ(店頭販売)	110	648	71,280
ラッピング袋	20	150	3,000
ジャム 納品量(24kg)			43,200
ラッピング袋 納品量(110個)			18,000
ジャム (先行販売分)	83	650	53,950
あおもり10市大祭典			163,100
合計			352,530

352,530円/650,000円≒54%達成

評価

- 設定したテーマに沿った活動ができた
(食を通してヒトをつなぐ)
- 10市大祭典の様子が新聞に掲載されるなど、
宣伝効果はあった



成果報告会 2016年12月16日

台湾人向け青森県ガイドブック作成

学生カンパニーBOTH 社長 大槻俊太 企画 佐藤杏奈
 営業 鈴木千遥 広報 関谷駿輔
 調査 蜂谷志歩 調査 本間朱莉

1

提携企業案内



提携企業：株式会社コンシス

事業経歴

- ・青森県の特産品のプロモーション
- ・グローバル事業のサポート

2

提示された課題

課題

①外国に対する情報発信による、外国人観光客の増加・消費額の向上

②情報発信によってビジネスチャンスが生まれることを地域に示す

ターゲット国：台湾

情報発信手段：ガイドブック

3

活動目標

- ①青森県に特化したガイドブックがない
(青森県の情報発信の不足)
- ②他社のガイドブックとの差別化

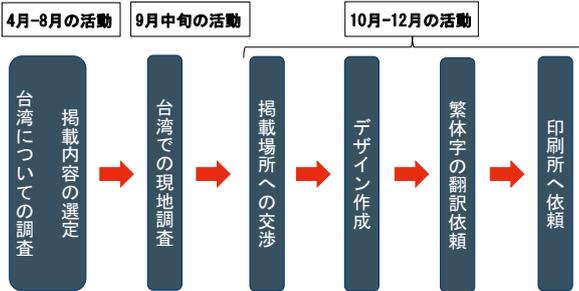


目標：青森県のガイドブックの完成

テーマ：りんごを中心とした内容

4

活動スケジュール



5

調査結果

聞き込み調査結果

- ・家族主義（旅行も家族で）
- ・年配の方が青森に興味がある
- ・一度目に東北を訪れない



6

調査結果

視察結果

- ・青森県産りんごの高い人気
- ・ガイドブックは写真が小さく、文字が多い



7

ターゲット

- ・三世代家族
- ・年代：50~60代
- ・旅行形態：個人旅行
- ・来日回数：2回以上



8

事業案内ガイドブック内容

表紙	p1
目次	p2
りんご特集	pp3~11.
祭り特集	pp12~13.
弘前市	pp14~16.
青森市	p17
その他の地域	pp18~19.
宿泊施設	p20
指さし会話表	p21
地図	pp22~23.
裏表紙	p24



9

活動結果

事業結果

- ①ガイドブックは完成した
- ②販売場所の決定まで至らなかった
- スケジュール管理が甘かった



10

想定される利益・経済効果

1部50元
 1000部売れたとすると
 50 × 1000 = 50,000円
 = 173,500円
【売上高】 164,825円 (税引)
【費用】 148,660円
【利益】 164,825円 - 148,660円
= 16,165円

ガイドブックが売れた場合の青森への影響
 1部 → 三世代家族
 三世代家族の1泊2日の
 平均消費額
 → 110,000円
 ガイドブック使用率 → 2割
 1,000部売った場合
37,000,000円

11

地域に期待される影響と課題

地域に期待される影響

→ 地域全体における訪日外国人の受入体制の整備

今後の課題

→ 販売場所への交渉

12



企業紹介

道の駅なみおか **アップルヒル**

運営 (株)アップルヒル
 代表者 佐藤 文一様
 観光客や地元の人々が気軽に利用できる憩いの場所として人気がある

テーマ設定

「ヒット商品を生み出す！」

道の駅なみおか様の
収益UPに貢献できる商品の開発

課題に対する目標

ロングセラー商品

長く愛される商品を目指す

将来的に最も貢献できる

役割分担

社長 • 中尾陽太	調査 • 古間木登生
書記 • 成田春香	広報 • 伊香悠昌
営業 • 横山幸宏	企画 • 大和綾仁

これまでの主な活動

- 6月 アンケート調査
- 7・8月 商品案の絞り込み・試作会
- 9月 調査出張
- 10月 商品案の最終調整
- 11月 プレ販売実施

活動を進めていく中で見つかった課題①

① **幅広い年齢層のニーズ**を吸収することが必要

道の駅という特色を踏まえ、
 ② **手軽に楽しめる商品**

活動を進めていく中で見つかった課題②

既に取り引がある → 取引先に発注できる → 通年、入手できる → 通常販売が可能に

活動を進めていく中で見つかった課題③

調査出張を経て重要性を再認識した課題

1 キャッチコピー
販促

2 容器の選定

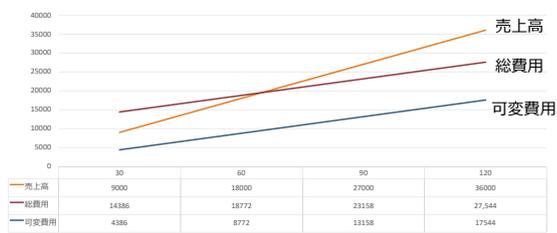
最終的な活動総評

ブレ販売会での目標販売個数 「125杯」

→無事、**完売!**
二日間の売上個数「**120杯**」



売上高・総費用グラフ



損益分岐点 → 65個

活動を通して

現場体験

現場の方と接し、
打ち合わせを重ねた
ことは、
貴重な体験になっ
た。

グループワーク

グループとして、
役割分担して活動す
る難しさ、
大切さを学んだ。

社会人として

社会人としての
マナーを学ぶことが
できた。

学生カンパニー SIMKIK

富士通の開放特許技術を活用したアイデア提案

弘前大学 人文学部 SIMKIK
 伊藤はるか 岩崎広奈 幸山大地
 小寺脩人 七戸俊介 村上瑠依

- テーマ
富士通の開放特許技術を活用したアイデアを創出する
- カンパニーの最終目標
アイデアをもとにしたビジネスモデルの構築
アイデアの実現

役割分担

SIMKIK 社長	村上瑠依
企画	小寺脩人
営業	七戸俊介
広報	伊藤はるか
調査	幸山大地
会計	岩崎広奈



① 照明光へのコード埋め込み技術

概要

- 照明の光の中にコードを埋め込み、それを読み取る技術
- 照明の光の色を、人の眼には見えないレベルで変化させ、光の中にコードを埋め込む
- 専用アプリを搭載したスマホ等のカメラを用いて対象物に直接かざすことでコードを読み取る



アイデア概要

- 「照明光へのコード埋め込み技術」を活用
ライトを使った地方のイベント向けサービス
- 店舗に照明器具を設置
 ↓
 専用アプリで光を読み取る
 ↓
 イベントのサイト等へアクセス

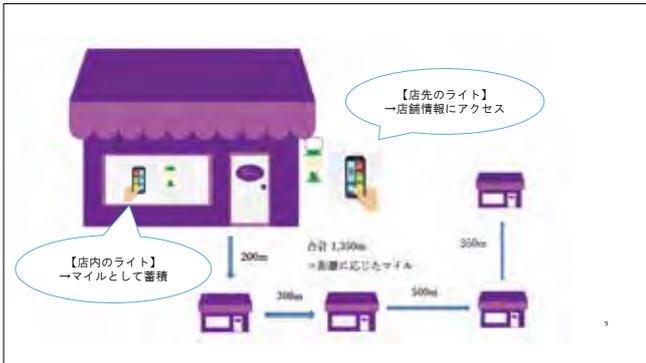


提案の背景



イベントの課題と解決

- ① 認知不足の解決
 - ライトを店先に設置 → 街が明るくなる
 - ライトのデザインを統一 → イベントの一体感
- ② 参加者の偏りの解決
 - マイルシステムの導入 → 客の偏り解消



課題と解決策

- **課題**
 - ①利益が出しにくい(店舗負担を考慮)
 - ②試作が困難
- **解決策**
 - ①地域に利益還元
 - ②企業とのヒアリングを重ねて
コストの概算を算出、収支計画作成
ビジネスプランとしての具体性、実現性向上

大会の成果 → **優秀賞**

その後の改善

1. **具体的なデザインを発表に組み込む**
→ 具体的な使用イメージで視覚に訴える
2. **ユーザー誘導のアイデアを盛り込む**
アプリ体験会 → 使い方を理解してもらう
SNSとの連携
3. **アプリであることの強み**
カメラと同期 → 料理の写真でマイルがたまる
機能の拡張性

活動から学んだこと

企画・提案力

課題発見・解決力

BEEs最終成果報告

旅館の宿泊プランを考える ～じいじばあばHAPPYプラン～

2016年12月16日

弘前大学 人文学部

湯川耕佑、小笠原大峻、北島里美、武田華奈、村上美優、李超

提携企業紹介

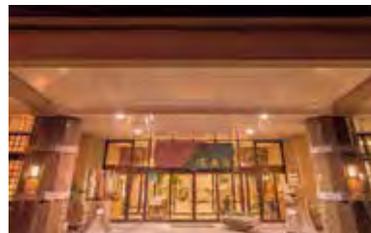
なんぶやかいばんかい

南部屋・海扇閣

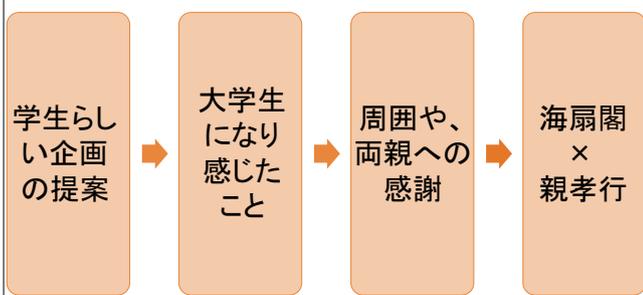
代表：中村彰利

コンセプト

「青森の食材、文化を
紹介する」
浅虫温泉を代表する
老舗旅館



課題に対するテーマ設定



ターゲット

夫婦、祖父母
ともに県内の
三世代家族



プランの内容

- 特別室での会食で家族団らん
- 娘と孫によるおもてなし
- ラベルで感謝を伝える
- 三味線LIVE & 演奏体験で特別な思い出に



10月2日モニターツアー

- 目的
 - ・実施可能なプランであるかの検証
 - ・従業員の動き・段取りの確認
 - ・感謝の気持ちが伝わるかの検証

改善点

- プラン内容の見直し
 - スタッフへの業務伝達に不安が残る
- ↓
- 引き続きモニタープランとして販売
 - どのように募集活動をしていくか検討

現状

- モニターを再度実施予定
- 海扇閣HPでプラン掲載
- 書店でのチラシ配布
- モニター公募募集での集客 **0組**

集客に結びつかなかった原因

- ① 販売期間(周知期間)の短さ
- ② 販売時期がターゲットに合っていないなかった
- ③ 商品の魅力を、十分に買い手に伝えられなかった

原因の解決案

- ① ② 周知期間を延ばし、春先まで販売
- ③ 買い手の視点を意識したPR活動

収支

年度	2016	2017	2018
宿泊費	92000	92000	92000
宿泊組数	8	16	24
売上高	736000	1472000	2208000
販管費	480000	960000	1440000
プラン諸経費	249600	499200	748800
広告費	10000	10000	10000
営業利益	-3600	+2800	+9200
備考	一ヶ月に2組 2~5月に8組	一ヶ月に4組 2~5月に16組	一ヶ月に6組 2~5月に24組

※大人1人20,000円、子供1人12,000円の料金設定

※大人4名、子供1名の5人を1組と想定

学んだこと

計画性・実行力

モニタープランの実施を通して、自分たちが主体となりプランの計画から実行までを遂行した。

広報活動の難しさ

商品の魅力が伝わるよう、もっと買い手の立場に立ってPR活動をすべきであった。

学生カンパニー ななわし

ななわし 最終報告 「楽天二軍戦を満員にする企画提案」

人文学部 経済経営課程
間山介登 葛西玲亜 澁谷桃 永友優也 布施智基
山谷理紗 吉崎玲奈



テーマ

7/23日にはるか夢球場で行われる
「東北楽天ゴールデンイーグルス対北海道日本ハムファイターズ二軍戦」
を満員【約5000人】にする

目標

近年の二軍戦来場者⇒約3500人
新規顧客**1000人**アップ
⇒総来場者数**4500人**

2

企画策定プロセスの振り返り

ターゲット: 大学生

ターゲットの策定理由①

```

    graph LR
      A[文献調査  
プロ野球観戦のニーズあり] --> B[アンケート調査  
「野球が好き」誘われたら行く 53%  
「野球に興味がない」誘われたら行く 51%]
      B --> C[仮説  
野球への興味の有無にかかわらず、大学生は誘われたら野球観戦に行く]
      D[市場調査  
昨年の二軍戦において、ターゲットではなかった約70%の大学生はある特定の球団を応援していない] --> E[メリット  
新たなファンの獲得につながる  
長期的なファンの獲得が見込める]
  
```

3

企画策定プロセスの振り返り

企画

企画内容

1. 大学限定のシートを設置する
2. 西弘商店街様と提携し抽選会を行う

企画策定理由

「誘われたら行く」という人が多い
⇒「誘う誘われる」を誘発する必要あり

(その他の調査により)
⇒大学生は飲み会を好む特性も見受けられた

4

企画策定プロセスの振り返り

企画概要

〔企画の概要〕

- ・コンセプト: 大学生が来やすい雰囲気づくり+地域活性化
- ・ターゲット: 西弘を利用する可能性の高い弘前市の大学生
- ・価格: **1,000円**
- ・内容: 大学生用のチケットを販売し、以下の企画を実施する
 - ①内野席に大学生限定のシートを設ける
 - ②西弘様との提携

※この他に筋肉企画を策定・運営
女性限定の選手とのふれあいイベント
(女性に筋肉のニーズがあったため)

5

企画策定プロセスの振り返り

プロモーション方法

〔プロモーション〕

- ・弘大食堂前にてビラの配布(7/4~7/6 7/19~7/22)
- ・弘大生協SHAREA内のモニターでPR動画を再生(6/29~7/5)
- ・弘大生協SHAREA前にてチケットの予約販売(6/29~7/22)
- ・ポスターの掲示(弘大各所・他大学・西弘様の提携店舗)
- ・SNSによる宣伝
- ・西弘ちようちん祭り(7/16~7/17)での広報

6

企画実施成果

〔成果〕 7月23日(土)はるか夢球場での楽天イーグルス二軍戦

- ・当日来場者数: **4,198人**(過去最高)
- ⇒(うち自社企画来場者数 **117人**) ⇒ 全体に対する自社企画参加割合約**2.8%**
- 117人/1,000人**(目標) ⇒ 達成率**11.7%**
- ・西弘来場者数**83人**
- ・筋肉企画:**93人**

7

分析

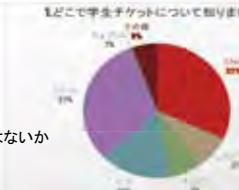
〔プロモーションの検証〕

SNSが多い(32%)
クチコミが多い(31%)
⇒「誘う誘われる」の関係が成立しているのではないかと

〔来場した大学生の特性を掘り下げる〕

自社企画来場者数**117人**
誘われたから来た人(野球観戦に興味なし)**13%**
(野球観戦に興味あり)**18%**

「興味の有無にかかわらず、大学生は誘われたら来る」という仮説は検証される(仮説検証より)



8

分析

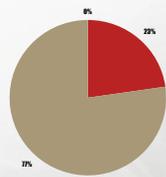
〔来場した大学生の特性を掘り下げる〕
「また野球観戦をしたいと思うか」という質問の結果

一軍戦なら見に行く⇒**23%**

一軍・二軍に関わらず弘前で開催するなら見に行く⇒**77%**

〔N=88〕

また野球観戦をしたいと思うか



9

分析

①内野席に学生限定のシートを設ける

策定理由

友人ときたときに満足してもらうため

周りが大学生という安心感から、快適に野球観戦を楽しんでもらうため

考察

周りも気軽に観戦しに来た大学生で安心

リピーターの創造

長期的な顧客の創造に繋がっている

10

6.分析

②西弘前商店街との提携

策定理由

誘うという行動や団体での行動を誘発

飲み会が好き

西弘前商店街と密接な関係にある

考察

西弘での企画がチケットを購入する動機となっていない(アンケートより)

楽天野球団様の「地域密着」という経営方針に合致した

地域密着を実現できた点

今後も継続的に関係を築いていく土台となった点

11

企画改善案の提示

大学生をターゲットとした場合、誘われる側のニーズに注意して戦略を打つ必要がある

ニーズ

「野球に興味が無い誘われてきた」顧客

1.筋肉企画、2.アップルパイ(アンケートより)

野球観戦自体に興味が無いため、「休日を友人と楽しむ手段の一つ」になっている

「休日を友人と楽しみたい」

企画改善案

・球場での対戦相手のご当地グルメを食べられる
→対戦相手に関連した食べ物など(例:BS=神戸牛)

・筋トレをしているところを選手に応援してもらおう企画

12

4. じょっぱり起業家育成検討委員会議事録

4-1. 第1回 じょっぱり起業家育成検討委員会議事要旨

日 時：平成28年6月24日（金） 13：45～14：45

場 所：弘前大学総合教育棟 共用会議室

出席者：伊藤成治（弘前大学理事），倉田昌直（ブナコ株式会社），辻悦子（企業組合でる・そーれ），野呂英樹（株式会社あおもり海山），米田大吉（NPO法人プラットホームあおもり），坂本崇（弘前観光コンベンション協会），町田直子（NPO法人ACTY），柳生敏孝（楽天野球団），外崎達士（株式会社青森銀行 杉山委員代理），村上照彦（株式会社みちのく銀行 浅利委員代理），木村次郎（青森県地域活力振興課），福田実（弘前市産業育成課），横澤幸仁（青森県産業技術センター 弘前地域研究所），大浦雅勝（株式会社コンシス 特任教授），西谷雷佐（合同会社西谷 特任准教授）の各委員

陪席者：遠藤このみ（経済産業省），齊藤瑞希（経済産業省），六沢翼（東北経済産業局），古川康平（東北経済産業局），竹内恭介（青森県庁），猪股豪（弘前市役所），小山宏（弘前大学副理事）

事務局：森樹男，熊田憲，高島克史，大倉邦夫，福眞吉教，葛西裕美，中屋敷雅江

議事に先立ち，伊藤理事（教育担当）から挨拶があった後，各委員の紹介があった。

引き続き，委員会設置要項第6条の規定に基づき，本委員会の委員長に伊藤理事（教育担当）が就任することが提案され，異議なく了承された。

議事1 じょっぱり起業家育成検討委員会設置要項（案）について

事務局（弘前大学 森）から，配布資料に基づき，「じょっぱり起業家育成検討委員会設置要綱（案）」について説明があり，異議なく了承された。

議事2 今年度の取組について

事務局（弘前大学 森）から，配布資料に基づき，産学連携サービス経営人材育成事業及び本学の取組について説明があり，概略次のとおり質疑応答があった。

- (1) 本事業は経済産業省の補助金で取組を行っていると思うが，補助金がなくなる4年目以降については，どのように考えているのか。産学官連携で教育プログラムを開発しても，補助金がなくなればやめる方向性なのか。

上記の質疑に対し、伊藤理事（教育担当）から、（１）について、本事業で開発した内容を既存のカリキュラムに落とし込み、一過性のものではなく、産学官連携で開発した教育プログラムがサービス経営人材育成として稼動していくよう、大学の授業として存続させる覚悟で実施していく。また、今日説明したすべての内容が補助金を使用して行うものではなく、部分的には違う財源も使用して行う予定で、今後いろんな自治体や企業と連携し、この事業をどう創造させていくのかという部分も含めて議論していく予定である旨説明があった。

議事３ じょっぱり起業家育成プログラム検討部会について

事務局（弘前大学 森）から、配布資料に基づき、「じょっぱり起業家育成プログラム検討部会」に係る目的、検討事項、部会所属（案）について説明があり、異議なく了承された。

引き続き、委員会設置要項第９条の規定に基づき、食産業プログラム部会の部会長に大浦委員、観光産業プログラム部会の部会長に西谷委員が就任することが提案され、異議なく了承された。

最後に委員長から、次回以降の委員会においても種々の意見交換を行いたい旨の発言及び本事業への協力依頼があった。

以 上

4-2. 第2回 じょっぱり起業家育成検討委員会

日 時：平成29年2月23日（木）13：30～15：00

場 所：弘前大学総合教育棟 2階 大会議室

1. 開 会

2. 議 事

- (1) 今年度の取組について
- (2) 食産業プログラム部会報告
- (3) 観光産業プログラム部会報告
- (4) じょっぱり起業家育成に関わるカリキュラムについて
- (5) 次年度事業計画について
- (6) その他

※議事録の詳細については、次年度の報告書に掲載予定である。

5. じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会議事録

5-1. 第1回 じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会議事要旨

日 時：平成28年7月19日（火） 14：30～15：45

場 所：弘前大学総合教育棟 1階 共用会議室

出席者：大浦雅勝（株式会社コンシス 特任教授），辻悦子（企業組合でる・そーれ），米田大吉（NPO法人プラットホームあおもり），村上照彦（株式会社みちのく銀行 浅利委員代理），福田実（弘前市産業育成課），横澤幸仁（青森県産業技術センター 弘前地域研究所）の各委員

事務局：森樹男，熊田憲，高島克史，大倉邦夫，恩田睦，福眞吉教，葛西裕美，中屋敷雅江

議事1 食産業プログラム部会の目的について

大浦部会長から，食産業プログラム部会の目的について説明の後，意見や質問を発言願いたい旨説明があり，概略次のとおり質疑応答があった。

・食産業プログラム部会の目的・定義について

- (1) 「じょっぱり起業家」とは，起業ということにどこまでこだわることなのか。狭い意味でターゲットを絞るのか，それとも業を起こすところにこだわらず，働く働き方の一つであるという観点なのか。
- (2) 「サービス産業」とは，2次産業・3次産業のところでどこまでをターゲットにして考えればいいのか。

これに対し，大浦部会長から，(1)について，業を起こす人間だけではなく，青森県が好きで，青森県のものにこだわって活動する人材，起業家マインドを持った人材育成を目指す旨の回答があった。また，(2)について，観光と食という部分で絞り，2次産業，3次産業に付加価値をつける（6次産業）部分を「サービス産業人材」の定義として進めたい旨の回答があった。

議事2 食産業人材の目指すものについて（必要な能力）

大浦部会長から，食産業人材の目指すもの，必要な能力について，意見を発言願いたい旨説明があり，概略次のとおり委員から意見等があった。

- (1) ないものを上手に作り出す発想力や付加価値をつける力，起業家マインドを持った人材を育てることが必要だと思う。食べたことがない人に食べたことがあるかのように説明する力が非常に大切だと思うので，その説明力みたいなものは重要だと感じる。

- (2) 青森県の特有な食材について、その特徴をどのように捉えることができ、かつ解析、発想することができるかということがまずは必要だと思う。そこから、事業プランや食品開発に落とし込むとき、一連の流れを分かったうえでのプラン作成、全体を見渡すことができる人材が起業できる人だと思うので、そのプログラムになってくれば理想的だと思う。
- (3) 食産業に限らず、想像力を持つ、あるいは妄想するというクリエイティブではなくイメージーションが必要だと思う。またビジネスの世界では一人でゼロから100まで全てやるということはある得ないので、周囲の人を巻き込む力、共感していただく力が重要だと思う。
- (4) 食材をどのように加工し、どういうところで提供するかまで、一連の流れを理解することが必要だと思う。また、青森県が好きだというマインドを育てることが重要で、失敗しても挑戦できるような環境づくり、風土が必要だと思う。
- (5) 消費教育というのが大事になってくると思う。お金の感覚を身につけ、大事なものと不要なものの違いを身につけていくことが食産業にもつながると思う。また、青森県の食材の魅力が分からない若い人が多いので、日常生活している中で、ちょっとした差異に気づくことができる人材が増えれば、青森の魅力をちゃんと知る人ができると思う。

引き続き、大浦部会長から、流通、販売について、若い人たちに身につけて欲しい能力、必要な人材について発言願いたい旨説明があり、概略次のおり委員から意見等があった。

- (1) 今の大学生は、いいアイデアを形にすれば商品になると甘く見ている。商品になるまでの過程を簡単に考えているし、値入について無視しているように感じる。出口をしっかりと作り物事を考えていかなければならないことを分かっていないように感じる。
- (2) 色々な企業の事例を見ると、商品の魅力を作り手側がわかっていないため、流通・営業に対して、的確にポイントを伝えられていない。コストについても、利益を上げる解決策として、買う人に高く売り、高い価値をつける、やはりそこに戻るの、最後の出口のところはどういう価値を消費者に訴えるかということ伝える必要があると思う。
- (3) 長年業務に携わってきて、全般的に出口から逆算して取り組む思考プロセスが不足していると感じる。ビジネスにおいて、学問で学んだことを活かしていない。日々の生活で想像力を落とし込めるような、ビジネスシーンをよりリアルなものにつなげられる日々の授業、カリキュラムであれば違ってくると思う。

- (4) マーケティングが必要だと思う。最初にどのようなところに商品を売りたいか、そこを考えてからつくり込む、考える力が重要だと感じる。
- (5) 仕掛け人になれるような人材になってほしいと思う。失敗、成功体験などを通して、現場やその先を考える創造力など、それらを同時にできる力が重要だと思う。

引き続き、大浦部会長から、商品開発、サービスについて、食産業人材に必要なノウハウなど発言願いたい旨説明があり、概略次のとおり委員から意見等があった。

- (1) 加工についていうと、素材をまずよく知るところが必要になってくると思う。そこを理解したうえで、自社の技術で何かを考えたときに、本質として何であるが売れているのかという分析力、課題解決力が重要になってくると思う。
- (2) 製品開発については、最終的に出口をどれだけ見据えることができるかということに尽きると思う。自分たちの技術レベルをどこまで自己評価できるか、冷徹な自己分析力が重要だと感じる。
- (3) 商品開発というのは、アイデアが重要だと思う。イマジネーションをどううまく引っ張り出せるかというところが必要だと思う。
- (4) 地域の素材を知ること、地域の食文化やルーツを掘り起していく作業が新しい加工品を生み出すきっかけになるのではないか。それによって、当たり前になってきたことを、若者の目線で新たによみがえらせるというようなストーリーができればと思う。

最後に委員から、食については、食感、テクスチャーなど、食べたイメージと味を連動させるというところを評価できる知識、概論が必要なのではないかと、この意見があった。

これに対し、大浦部会長から、農学生命科学部でそのような取組があるのかどうか確認したい旨の回答があった。また、本部会での意見を踏まえ、食産業人材プログラムの検討構築を進めたい旨説明があった。

以 上

5-2. 第2回 じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会議事要旨

日 時：平成28年10月24日（月） 10：00～11：15

場 所：弘前大学人文社会科学部棟 4階 多目的ホール

出席者：大浦雅勝（株式会社コンシス 特任教授），倉田昌直（ブナコ株式会社），村上照彦（株式会社みちのく銀行 浅利委員代理），福田実（弘前市産業育成課），横澤幸仁（青森県産業技術センター 弘前地域研究所）の各委員

陪席者：猪股豪（弘前市役所）

事務局：森樹男，熊田憲，大倉邦夫，福眞吉教，葛西裕美，中屋敷雅江

議事に先立ち，事務局（弘前大学 森）より本事業の進捗状況や今後の状況について説明があり，その後大浦部会長から開会にあたっての挨拶が行われた。

議事1 第1回食産業プログラム部会検討事項の整理，確認について

大浦部会長から，第1回食産業プログラム部会検討事項の整理，確認について，配布資料に基づき説明の後，前回の取りまとめた結果に対する意見や提案について，発言願いたい旨説明があり，概略次のとおり質疑応答等があった。

- (1) 現在，自分が青森県の食材を使用した菓子店を開店し，弘前大学卒業生を雇用している状況なので，リアリティーがあり過ぎて思うところが沢山あった。基本的に，青森県が好きじゃないとスタートしない話なので，前回出た意見で良いと思う。
- (2) 配布資料をパッと見た印象だが，箇条書きにすると単語と単語が連携していない印象を受けるので，分析した後に発想しなければいけない・・・など，前回出た意見の関係性を少し整理し，少し長い文章や簡単な絵図があればいいのではないかと。
- (3) 経営学を学んだ上でということなので必要ないかもしれないが，財務分析力は当然必要になってくると思う。

これに対し，大浦部会長から，(2)について，後半のカリキュラムになると，箇条書きにした複数のものが含まれていたり一貫するものが出てくるので，今後は文章にまとめたもの，絵図で分かるようなものをつくり込んでいきたい旨の回答があった。

議事2 食産業人材カリキュラムにおける教育カリキュラム（案）について

大浦部会長から，食産業人材カリキュラムにおける教育カリキュラム（案）について，配布資料に基づき説明の後，前回の頂いた意見（必要な能力）が反映されているのか等，発言願いたい旨説明があり，概略次のとおり質疑応答等があった。

- (1) 前回出た意見がこのカリキュラムにどう反映されているのかという確認が当然必要だが、科名があるにしても、中身がどうかということを確認し合わせて整理が必要だと思う。カリキュラムを増やさないのであれば、その中身に実際にやる事業の内容が網羅されているのかを考える必要があると思うので、そこまで落とし込む必要があるのではないか。
- (2) 部会で議論された項目や意見について、どこまでカリキュラムに反映できる仕組みになっているのか。また、今議論している食産業人材カリキュラムは既存の講義とどのように関係性を持たせて学生や外部に見せていく予定なのか。中身も重要だが、カリキュラムとして立ち上げる方向性は決まっているのか。
- (3) 既存のカリキュラムを大きく変える必要はなく、あくまで既存のものを大事にしながらか新規のカリキュラム（フードビジネス論・青森六次産業化論）で足りない部分を補うのが一番良いと感じる。一番難しいのが「青森が好きなマインド」という部分だと思うので、マインドを高めるためにいろいろな青森県の祭りに参加させるというようなものがカリキュラムの一つでも面白いのではないかなと思う。
- (4) 青森が好きなマインドや創業・起業などの部分は、ベンチャービジネス論あるいは経営学入門などに入っていくと思うが、農業経営論などはどうなのか。六次産業化ではそこが重要だと感じる。また、観光の部分と青森県の食産業という部分をどうリンクさせて進めていくのか。食については奥が深いので、観光という部分の結びつきの中で勉強させるのがいいように思う。

これに対し、大浦部会長から、(1) について、

フードビジネス論と六次産業化論に関しては、新規の事業なので部会で議論された意見を反映させやすいので、リアリティーを持って進められるような中身にしていきたい旨の回答があった。

(2) については、

既存の講義に関して、食産業人材カリキュラムのために中身を変更するのは難しいので、現在他で実施している教養関係の授業や農学生命科学部の授業等を活用させていただくスタンスで組み込む予定である。経営関係の授業であればサービス系やフード系の授業に関連させた話を組み込めるよう要望を出し、反映させていただくような形を取る予定である。学生からすると、3年ないし4年かけてこの科目をとってもらい、一定の基準を満たすと食産業プログラムを修了したという修了証が出るイメージで進める予定である旨の回答があった。

(4) については、

観光産業の中で、食産業、食のコンテンツが魅力になっているケースが非常に多いので、観光の部分の中に六次産業化や食産業の活性化、お土産商品開発など組み込みながら進めていくことも考えている。ただ一方で、観光以外の部分でも食のビジネスを単体として考えることができると思うので、同じ並列で進めていくこと

も視野に入れている。また、農業経営論などの内容については、農学生命科学部のカリキュラムの中に農業経営管理論という授業があるので、このカリキュラムを今後どう活用できるのか検討していきたい旨の回答があった。

最後に大浦部会長から、我々が目指しているのは、「観光産業」と「食産業」の両分野において活躍できるじょっぱり起業家を育成するという部分なので、両分野において体系的な起業家育成プログラムを構築できるよう、本部会での意見を踏まえ、食産業人材プログラムの検討構築を進めたい旨説明があった。

以 上

5-3. 第3回 じょっぱり起業家育成食産業プログラム部会議事要旨

日 時：平成28年12月16日（金） 13：00～14：30

場 所：アートホテル弘前シティ

出席者：大浦雅勝（株式会社コンシス 特任教授），野呂英樹（株式会社あおり海山），村上照彦（株式会社みちのく銀行 浅利委員代理），工藤俊介（弘前市産業育成課 福田委員代理），横澤幸仁（青森県産業技術センター 弘前地域研究所）の各委員

陪席者：六沢翼（東北経済産業局），古川康平（東北経済産業局）

事務局：森樹男，熊田憲，高島克史，大倉邦夫，福眞吉教，葛西裕美

議事1 第1回，2回食産業プログラム部会決定事項の整理，確認について

大浦部会長から，第1回，2回食産業プログラム部会決定事項の整理，確認について，配布資料に基づき説明の後，前回の取りまとめた結果に対する意見や提案について，発言願いたい旨説明があり，概略次のとおり質疑応答等があった。

- (1) 農学生命科学部の授業を活用していくとのことだが，どのくらい授業を開発する予定なのか。

これに対し，大浦部会長から，(1)について，独自で開発するのは2～3科目になる予定で，あとは，もともとある食品管理論や既存の授業を活用しながら進めていく予定である旨の回答があった。

議事2 食産業人材カリキュラムの策定について

大浦部会長から，食産業人材カリキュラムの策定について，以下のとおり説明があった。

・食産業人材カリキュラムの策定について

- (1) 学生向けのプログラムと社会人向けの履修証明プログラム，2つのプログラムを実施できるよう検討を進めている。学生向けのプログラムとして次年度開講の予定科目は，フードビジネス論，事業計画演習，サービス経営論，サービス企業論の4つを想定している。履修証明プログラムについては，青森県の基幹産業である農林水産業の資源を活用したビジネスを創出できる食産業人材（じょっぱり起業家）を育成することを目的とし，食産業人材に必要なノウハウを2年間で120時間以上履修した人に対して履修証明を交付するという方向性で検討している。開始日に関しては，2017年10月を予定している。また，履修証明プログラムを取ることによって，「食の6次産業化プロデューサー」（食Pro.）という検定も取れるような状態をつくり出したいと考えている。

大浦部会長の説明の後、学生向けのカリキュラム及び社会人向けの履修証明プログラムについて発言願いたい旨説明があり、概略次のとおり質疑応答等があった。

- (1) 履修証明プログラムについて、このプログラムを受けたときの価値が分かるような説明がないと、受けに来る人たちも仕事をしながら履修するというハードルを越えるのは難しいのではないかと感じる。
- (2) 食P r o. と連動してやるという部分は非常に良いと思う。食P r o. について、社会人だけではなく学生にも特典として付与されるのであれば、参加する価値があるし、できるだけそのような特典があればいいのではないかと感じる。
- (3) 学生向けのプログラムと履修証明プログラムは、授業の中身や履修する科目は別ものなのか。
- (4) 食P r o. の資格と連動とあるが、履修証明が取れば、資格が取れたというわけにはいかないのだろうか。

これに対し、大浦部会長から、(3) について、

ベースとしては、学部学生向けのプログラム、フードビジネス論、事業計画演習、サービス経営論、サービス企業論に関して、学生が単位を取れるようなスタイルで進めていく予定である。履修証明プログラムに関しては、単位とどう紐付けるかというところを詰めていく必要がある状況である旨の回答があった。

(4) については、

教育機関でできるのはレベル 3 までとなっているので、通常の授業で足りていないレベル 2 とか 1 の食関係の授業を補うことで、成り立つのではないかと現在検討している旨の回答があった。

次に大浦部会長から、食産業人材履修証明プログラムの表（共通科目部分）に基づき説明の後、共通科目の部分に対する意見や提案について、発言願いたい旨説明があり、概略次のとおり意見等があった。

- (1) 問題解決の中である程度学べるという形になっていてその辺りがちゃんと網羅されていればいいと思う。
- (2) 専門の部分に時代背景や日々の情勢の変化など、業界動向などを学ぶ部分もどこかに埋め込めればいいのかと思う。世の中の動きを情報があふれている中からどうピックアップして自分で物事を考えるか、考える授業があってもいいのではないかと。

次に大浦部会長から、食産業人材履修証明プログラムの表（専門科目部分）に基づき説明の後、専門科目の部分に対する意見や提案について、発言願いたい旨説明があり、

概略次のとおり意見等があった。

- (1) 120 時間という 1 週間に 3 時間とかになるので、その辺りはやはり高いハードルになるのではないかと思う。モチベーションを上げるためにはちゃんとカリキュラムを提示しながらやらないと、ハードルが高いままという部分がぬぐえないので、重複している内容を多少精査するなど検討が必要ではないかと思う。
- (2) 社会人だと、基礎知識がある人がスキルアップのために受講することもあると思うので、141 時間のうち 120 時間履修すれば修了できるような、必要な科目を選択して履修できるような仕組みであればいいのではないかと思う。

これに対し、事務局（弘前大学 森）から、部分履修という取り方もあり、修了証が必要なければ、必要な部分だけを受講するやり方もある。食関係の授業はフードビジネス論を中心に開講していく予定で、フードビジネス論を 90 分×15 回の分量で実施し、その中に食 P r o. に関する内容を入れ込むようなイメージである。フードビジネス論を軸に、事業計画演習やビジネスシミュレーション実習など、地域の食関係の企業と連携を図りながら、食の実践的な知識を身につけていくようなカリキュラムを実施していく予定である旨補足説明があった。

また、最後に大浦部会長から、食産業プログラム部会で審議した内容を整理し、起業家育成、観光の分野という 3 つを併存させたものとして履修証明プログラム、あるいは学部向けのプログラムを次回の全体委員会で提示し、全体のものとして議論していく予定である旨説明があった。

以 上

6. じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会議事録

6-1. 第1回 じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会議事要旨

日 時：平成28年7月27日（水） 13:00～14:20

場 所：弘前大学人文社会科学部棟4階 多目的ホール

出席者：西谷雷佐（合同会社西谷 特任准教授）、柳生敏孝（株式会社楽天野球団）、石川啓太郎（株式会社青森銀行）、佐藤大晃（青森県企画政策部 木村委員代理）の各委員

陪席者：竹内恭介（青森県庁）

事務局：森樹男、福眞吉教、葛西裕美、中屋敷雅江

議事1 観光産業プログラム部会の目的について

西谷部会長から、観光産業プログラム部会の目的について、概略次のとおり説明があった。

・観光産業プログラム部会の目的について

観光産業分野において起業家的なマインドを持ち、地域を盛り上げていける人材を養成すること、そのために着地型観光ビジネスを構想し、事業化する力を身につけていくことができる教育プログラム考えること、そして、観光ビッグデータを読み解くための論理的思考を身につけ、観光戦略の立案力を高めることができる教育プログラムを検討し、次年度以降カリキュラムに反映させることを目指す。

議事2 観光産業分野において起業家的能力を持つ人材像について

西谷部会長から、観光産業人材の目指すもの、必要な能力について、意見を発言願いたい旨説明があり、概略次のとおり委員から意見等があった。

- (1) 目指すところ、対象とするところは、世界を見てもらわないといけないということだと思う。インバウンドと言ってもなかなか難しいので、世界的な感覚を持った人材というのはこれから求められるのではないかな。
- (2) 何も無いところにインバウンドや県外の観光客を呼び込めるような観光の企画、複合体をコーディネートするような能力が必要ではないかな。田舎館村の田んぼアートのような、無の素材を観光客が来るような形にして観光を盛り上げるような企画コーディネート力が求められるのではないかな。
- (3) 何も無いような地域資源に独特な価値を付与してコンテンツ化し、かつ、明確化したコンテンツを外部に発信する力、人間力が求められると思う。

(4) 色々なものを見たり聞いたりする経験は、学生のうちに必要だと思う。その経験を活かしてアイデアを出したり、また、何かの99%真似をして、1%プラスする、それだけでもいいので、ずば抜けた企画力があると、なお良い。観光に限らず、人材像とは、対象が誰なのかというところをしっかりと絞って何を仕掛けるか、ということではないかと思う。

(5) 何をやるにしても、志を持っているかという部分が、一つの大きなポイントになると思う。発想や着眼点、事業としてのストーリーを自分なりにイメージできるかどうか、人材の能力に非常に大きい部分ではないか。ロジックを頭の中で自分なりにストーリーとして構築できるかが、起業家とか事業を興すうえで必要だと感じる。

引き続き、西谷部会長から、観光産業において求められる能力、起業について発言願いたい旨説明があり、概略次のとおり委員から意見等があった。

(1) 地域住民を巻き込んで、地元寄り添った視点も踏まえながら、観光の企画立案ができる人材がいいのではないかと思う。また、年齢を問わず、いろいろな人と意見交換をすることによってアイデアが沢山出てくると思うので、そういう機会を設けることも必要だと思う。

(2) 起業とは、志や覚悟だと思うので、実際にマネーが絡むトライ・アンド・エラーを学生時代に1年間やってみると、起業という部分に少し扉が開くのではないだろうか。起業実習のような実際に動きだすところを授業に取り入れ、実際におもしろいと感じてもらえるきっかけになるような授業が、起業家を育てるという点で非常に重要になってくると思う。

(3) 起業するには、起業側と運命共同体になり、損してもいいような形で使用できる一定額のファンドを持ってやるやり方が一番やりやすいと思う。大学に置き換えるのであれば、学内のコンペ形式で企画競争してもらい、一定のバックアップ資金を用意して官民協働で起業家を育成する目的のファンドをつくったりするやり方がいいのではないだろうか。

(4) 起業も就活も自己実現のための手段だと思うので、色々なリスクをとらない手段の中で、あえてリスクをとって自己実現に繋げるのは、学生の段階では難しいと感じる。

これに対し、事務局（弘前大学 森）から、起業したいというような意識を持たせるには、一回何かの枠で体験して、そこでの成功体験とか達成感を沢山持たせることができるようなプログラムのほうが起業してみようという意識の学生が増えるのではないかと考えている旨の意見があった。

引き続き、西谷部会長から、新しいニューツーリズムについての提言やアイデア、学生に経験あるいは体験してほしいことについて発言願いたい旨説明があり、概略次のと

おり委員から意見等があった。

- (1) 官公庁などでやっている視察旅行について、その部分をターゲットにしている観光の方がいないので、そこにニューツーリズムとして入り込めるのではないか。また、観光とは人の心を動かして、実際行動させるものだと思うので、相手に行動させるための認知科学の理論を研究し、それらを活かして日本を海外へ情報発信するというようなことを大学で学ぶ機会があればいいのではないかと思う。
- (2) 青森県の人間が青森の魅力、素材を理解していないと、観光で何か強化しようとした時になかなか結びつかないと思うので、まずは青森県に居る人間が青森県の良さやコンテンツ、どのような素材があるのかということを理解すること、また、それらが網羅されているものを色々な人たちに提供できれば、そこから大きなネットワークとなって地方の観光産業を盛り上げることができるのではないか。学生については、地域の魅力や素材を知るためのフィールドワークが必要だと思う。
- (3) 自分たちの持っている商品を理解していないと相手に絶対伝えられないので、コンテンツをしっかりと理解することは重要だと思う。あと、経験してもらいたいことは、従業員とお客様のように、同じことで双方の立場を一回体験してみてもどうかと思う。そうすれば、観光の視点からという部分をわかりやすく体現できるのではないかと思う。

最後に西谷部会長から、IoT導入によりビックデータの収集は容易にできるようになったが、データを解析する人材が不足していることから、データ解析ができる人材育成の部分も教育カリキュラムに盛り込みながら本部会での意見を踏まえ、観光産業人材プログラムの検討構築を進めたい旨説明があった。

以 上

6-2. 第2回 じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会議事要旨

日 時：平成28年11月9日（水） 12:00～14:00

場 所：弘前大学創立60周年記念会館コラボ弘大 八甲田ホール

出席者：西谷雷佐（合同会社西谷 特任准教授），柳生敏孝（株式会社楽天野球団），石川啓太郎（株式会社青森銀行），木村次郎（青森県企画政策部），坂本崇（弘前コンベンション協会），渡部賢（星野リゾート青森屋）の各委員

陪席者：竹内恭介（青森県庁）

事務局：森樹男，福眞吉教，葛西裕美，中屋敷雅江

議事1 第1回観光産業プログラム部会検討事項の整理，確認について

西谷部会長から，第1回観光産業プログラム部会検討事項の整理，確認について，配布資料に基づき説明の後，前回の取りまとめた結果に対する意見や提案について，発言願いたい旨説明があり，概略次のとおり意見等があった。

- (1) 前回は議論になったが，起業家育成の部分と観光人材育成の部分セットでやっていく方向性なのか。だとすると，観光分野に関する専門知識を深めるカリキュラムも重要だが，起業家としてどのようなものが必要なのかという部分のカリキュラムがもう少し分かりやすく反映されていたほうが良いと感じる。
- (2) 観光のことが全くわからないところからスタートになると思うので，1年次に観光の基礎等をやったほうが良いと思う。観光とはどういうものなのかを最初にイメージをつけないと，イメージしていたものと違ったなど時間をうまく活用できない可能性がでてくると思うので，早い段階で観光の基礎等を知り，自分のやりたいことを知ること，この先の目指すものやその後の過ごし方が違ってくるのではないかと。
- (3) 観光業で働きたいというのと起業したいというのは大きく違うと思うので，観光業に興味を持って働きたいというところまでは論理をしっかりと学ぶ必要があると思う。また，起業家育成については，既に起きている現場でヒントを得て，そこから起業したいという発想につながるような気がするので，ヒントを見つける場所という部分でインターンシップなど現場を早い段階（1年次など）で経験させることは重要だと思う。
- (4) 起業家というのはある意味我々の発想を超えた思想が出てこないといけないと思うので，できるだけ早いタイミングで理論プラス経験を学ばせたほうが規制されたルールを意識せず若者らしい斬新な発想ができ，おもしろい人材がでてくるのではないかと。
- (5) 最近仕事で学生と一緒に旅行に行き，観光診断をやった中で感じているのが，最近の若者は旅の経験が少なく，旅の本来の楽しみ方を知らない状態で大学に入学してきているように感じている。旅のおもしろさ，楽しみ方が分からなく，経験値も少ないので，そこをどのようにすればいいのかが大きな課題だと思っているので，1年次で旅の楽し

さであったり、旅に付随するものを体験させたりすることも必要ではないか。

- (6) 観光人材のカリキュラムに限ったことではないが、物事を決める上で最後はそこに住む人だったり“人”で決めることが多いように感じるので、自分自身を磨く、コミュニケーション力も含めて人間力を高める、そういった部分に重きを置いた授業も重要だと思う。

議事2 観光産業人材カリキュラムにおける教育カリキュラム（案）について

西谷部会長から、観光産業人材カリキュラムにおける必要な科目内容（座学）について、今までに頂いた意見等踏まえ発言願いたい旨説明があり、概略次のおり意見等があった。

- (1) 起業家という観点でいくと、実際に起業した人の立志伝を聞かせることが一番インパクトがあると思うので、起業家の生の声を聞く事ができたり少しでもそれに響いてもらえるようなカリキュラムがあればいいと思う。
- (2) なぜこの企業が繁栄したか、なぜそれがだめになった後復活したのかなど、その理由をデータとともにひも解き検証していくというような事例研究（ケーススタディ）がカリキュラムに必要ではないか。
- (3) カリキュラム（案）で提示されている「観光基礎概論」などの部分で、世界の状況や世界の観光など、大きな枠から見ていったほうが視野の広がり方が違うように思うし、学生も整理整頓がしやすくなると思う。
- (4) インターネットでどのように情報発信し集客していくかなど、観光産業に特化したあるいは全学部共通した授業として、IoTや情報発信、ITリテラシーなど、IT関係の授業も必要だと思う。
- (5) マーケティングと近いかもしれないが、心理学という部分が意外と重要だと思う。顧客の消費者購買の心理、選んだ背景に何があるかなど、そこを突いて観光業をやっているところは少ないので、そこに気づいた人こそ起業しやすいのではないか。

引き続き、西谷部会長から、観光産業人材カリキュラムにおける必要な科目内容（フィールドワーク）について、今までに頂いた意見等踏まえ発言願いたい旨説明があり、概略次のおり意見等があった。

- (1) 1・2年次の早い段階で外に出して、色々体験させる。他を知り比べることによって、自分たちの強みや弱みも理解できると思う。また、自分自身が旅することと同時に、他の動きを見たりなぜこの場所に来ているのかなど、実際に感じる機会があればなおいいと思う。授業が有機的につながっていくようなカリキュラム構成ができれば大変魅力的だと思う。
- (2) フィールドワークなど、一回やって終わらせるのではなく、反復するから身につ

くものだと思うので、コアになる授業をいくつか決めて、それを年次ごとにスキルアップしていくやり方も必要なのではないかと思う。

- (3) 県内観光の底上げにも資するような人材育成につなげるのであれば、フィールドワークの中に、青森県の観光資源をリサーチする、あるいは実体験などの内容を入れたほうが良いと思う。
- (4) 世界から見えていて、その中で青森を見る、そこから強みを知り、最後青森ならではの集大成にもっていくようなカリキュラムではどうか。最初に4年次にはこうなりたいなど目指すものを宣言した上で進めていくといいかもしれない。
- (5) 企画・実践・プレゼンの繰り返しの中に座学が入ってくるようなカリキュラムであれば、授業を受けていて面白いし、起業家を育成していく上で、近道のような気がする。
- (6) 起業するということは、どこかにビジネスチャンスがないとできないと思うので、旅の中で、どこにチャンスが転がっているのかを考えながら旅をするフィールドワークなど、そのような内容が入っていると気づく力や発想力が伸びていいのではないか。
- (7) 起業とは稼いでいくことなので、金の回り方、収支、地域内での資金の循環モデルなど、お金のことも幅広く学ぶ必要があると思う。

最後に事務局（弘前大学 森）から、大学・学部の色々なルールがあり、すべての意見をカリキュラムに反映させるのは難しいが、現在実施している教養関係の授業なども活用し、履修証明プログラムというかたちで観光産業人材プログラムの検討構築を進めたい旨説明があった。

以 上

表1 じょっぱり起業家育成カリキュラム<観光系科目>※部会意見を集約したもの

座学	実践 (フィールドワーク)	備考
観光概論 (世界)	旅	1年次：PDCA
観光概論 (日本)	インターンシップ	2年次：PDCA
起業家講演 (ベンチャービジネス論)	企業見学	3年次：PDCA ↓
ケーススタディ	マーケティングリサーチ	4年次：集大成
マーケティング	地域リサーチ	
ITリテラシー		
コミュニケーション学		
心理学		
ビジネスチャンスを見つけ方		
会計学		

※色：座学とフィールドワークが連動しているカテゴリー

6-3. 第3回 じょっぱり起業家育成観光産業プログラム部会議事要旨

日 時：平成29年1月13日（金） 13：30～15：00

場 所：弘前大学創立50周年記念会館 会議室1

出席者：西谷雷佐（合同会社西谷 特任准教授），柳生敏孝（株式会社楽天野球団），町田直子（NPO法人ACTY），佐藤大晃（青森県企画政策部 木村委員代理）の各委員

陪席者：竹内恭介（青森県庁）

事務局：森樹男，熊田憲，高島克史，大倉邦夫，葛西裕美，中屋敷雅江

議事1 第1回観光産業プログラム部会検討事項の整理，確認について

西谷部会長から，第1回，2回観光産業プログラム部会決定事項の整理，確認について，配布資料に基づき説明の後，事務局（弘前大学 森）から，観光人材養成プログラム（案）について概略次のとおり説明があった。

・観光人材養成プログラム（案）について

- (1) 方向性としては，新しい科目名称をつけて新規のカリキュラムを実施することが難しいため，今ある科目を活かしながら，その科目の中に観光部会で議論した内容を入れ込み実施していく方向で考えている。
- (2) 観光人材養成プログラム（案）は，学部の授業，大学の授業で観光に関わりがありそうな科目をピックアップして，その中に観光の専門的な知識を身につけるような授業を入れ込んでいく。この授業を一通り履修した学生に対して，最終的に修了証を出すイメージである。
- (3) 社会人向けのプログラムと学部生向けのプログラム，二本立てで実施する予定である。学部のプログラムについては，「ベンチャービジネス論」「サービス経営論」「観光基礎概論」など，起業家に関わる授業やサービス一般を学ぶもの，観光について学習するプログラムで構成する予定である。社会人向けのプログラムについては，食産業プログラム部会で検討している食PRO. と連動させ，起業に関する授業を共通として30時間，また，食産業，観光産業それぞれ専門的な科目を各30時間用意し，残りは実践科目や事業計画演習などを入れ込む予定である。

議事2 観光産業人材プログラムの策定について

西谷部会長から，観光人材養成プログラム（案）について，部会で議論した内容をプログラム（案）の科目にどのように反映させるか発言願いたい旨説明があり，概略次の表2のとおり意見があった。

表2 弘前大学人文社会科学部 観光人材養成プログラム (案)

学年	分類1	分類2	科目名	内容	観光人材育成に必要な科目内容 (部会意見を集約したもの)
1年	共通	起業	ベンチャー企業論	ベンチャー企業の経営者による講義(8~10人)+ グループディスカッション	起業家講演(座学)
			経営学入門	経営学の基礎的講義(理論中心)	
			会計学入門	会計学の基礎的講義(理論中心)	会計学(座学)
			統計学入門	統計学の基礎的講義(理論中心)	
			その他教養科目	ローカル科目, 学部越境型地域志向科目など	
2年	共通	サービス	サービス経営論(特設)	サービス経営に関する理論	観光マーケティング(座学)
			サービス企業論(特設)	サービス企業3社のケーススタディ。サービス企業 による実践的講義	ケーススタディ(座学)
	専門	観光	観光基礎概論(特設)	近年の観光に関わる全般的な動向, 青森県におけ る観光の現状や着地型観光の事例。観光プラン考 案のための発想法に関わる演習(個人ワーク, グル ープワーク)	観光概論(世界) 観光概論(日本)
			青森の観光振興と地域活 性化(特設/寄附)	青森県の観光に関わる実践者による講義と津軽海 峡を巡るフィールドワークにより学生による観光診断 を通して地域観光を見る目を養う	旅(実践)
	実践	起業・ 観光・食	事業計画演習Ⅰ	事業計画立案(個人ワーク)	
			事業計画演習Ⅱ	事業計画立案(地域企業の課題をもとに実践的グル ープワーク)	ビジネスチャンスを見つけ方(座学)
	3年	実践	起業・ 観光・食	ビジネス戦略実習Ⅰ	学生カンパニー設立, 地域企業の課題を理解し, 課 題解決のための方策をより具体的, 実践的に提案
ビジネス戦略実習Ⅱ				同上	
スタディツアー					企業見学(実践)
インターンシップ					インターンシップ(実践)

引き続き、西谷部会長から、履修証明プログラムカリキュラム（案）に基づき説明の後、科目名称や履修時間について発言願いたい旨説明があり、概略次のとおり意見等があった。

- (1) 履修証明プログラムカリキュラム（案）について、ターゲットは誰なのか（観光に従事している人が受けるのか、従事していない人が受けるのか）によって、どの部分から始めればいいのかなど、必要な履修時間が変わってくるのではないかと。
- (2) 観光基礎のところ、旅行代理店の分野の話やホテルの経営者の話など、企業人講話があると、社会人は聞いてみたいと思うのではないかと。
- (3) 極めようとするならば、起業をするための技術を入れていくことを考えるのか、専門性を高めて起業したくなるような気持ちになることを重点に置くのかということが重要だと思う。一番最初の基礎の部分で、地域に観光がもたらす影響、何のために観光が必要なのか、その先に何があるのかということも含めたところを解明していくことで、そこから観光が始まるのではないかと。
- (4) 実際に働いている人が社会人の講座に行く目的は、どちらかというと知識を身につけたくて履修するケースが多いように感じるため、実践よりも知識の内容を拡充したほうが良いのではないだろうか。

これに対し事務局（弘前大学 森）から、履修証明プログラムについては、部分履修ができるので、必要な科目だけを履修するやり方もある旨補足説明があった。

また、最後に西谷部会長から、観光産業プログラム部会で審議した内容を整理し、起業家育成、食の分野という3つを併存させたものとして履修証明プログラム、学部向けのプログラムを次回の全体委員会で提示し、最終的に調整していく旨説明があった。（表3）

以上

表3 履修証明プログラム_カリキュラム_科目名称及び必要履修時間（部会提示案）

	科目名	必要履修時間
専門（観光）	観光の基礎	6
	日本の観光コンテンツ	4
	世界の観光コンテンツ	4
	観光マーケティング&リサーチ	4
	スピーチコミュニケーション	4
	起業人講話	8
実践	インターンシップ	10
	企業見学	10
	フィールドワーク	10

7. 参考資料

経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業 中間報告会資料

(2016年10月28日～29日 於 IPC 生産性国際交流センター)

弘前大学 めざせ！じよっぱり起業家。青森の魅力を高める中核人材育成事業

上半期の成果

食産業・観光産業

(1) 大学における取組

- ・ 昨年度開発した観光系プログラム（講義）を実施。
 観光基礎概論に71名が受講。
 「青森の観光振興と地域活性化」（JR東日本寄附講義）に11名が受講。（参考資料①）
- ・ 昨年度開発した観光・サービス系実践プログラムを実施し、13名（2チーム）が受講。
- ・ サービス系科目としてサービス経営論を試行し、15名が受講。
- ・ 観光系海外インターンシップ（台湾）を試行し、8名が受講。
- ・ 弘前市と観光講座設置の検討開始（寄附講座）（参考資料③）

(2) 企業・産業界との連携

- ・ 地域企業で構成する「じよっぱり起業家育成検討委員会」において観光産業部会と食産業部会を設置し、プログラム構築を加速化。
- ・ 実践系プログラムでPBLを実施するにあたり、地域企業4社と連携。また、学生の事業計画を金融系企業がリアルに評価する授業を開始。
- ・ 昨年度より実施しているJR東日本寄附講座が強化され、大学院レベルでの観光系科目の開設が可能となった。

下半期の動き（PR点、上半期の課題を踏まえた修正点）

- ・ eラーニング教材（DVD）が完成予定（ベンチャービジネス論）。
- ・ JR東日本寄附講義「データで考える青森県の観光戦略」（大学院市民カレッジ）。10名以上の受講をめざす。（参考資料②）
- ・ 観光講座（寄附講座）の平成29年度設置をめざし、弘前市といっそうの協議を進める。
- ・ 次年度試行予定の食系科目の開設準備（フードビジネス論、青森6次産業化論など）

1

(参考資料)

① 「青森の観光振興と地域活性化」

取組課題：学生目線による観光診断
 アイデア出しではなく、各地域の観光コンテンツを体験し、学生（=20歳前後の若者）の立場からみて、そのコンテンツが楽しめるものなのか、興味関心を持てるものなのか、また来たいと思えるものになっているかなど、いくつかの指標をもとに診断し、レポートする。

津軽海峡交流圏周遊視察ルート
 ルート案：弘前市～木古内町～函館市～大間町～むつ市（大畑地区）～弘前市




② 「データで考える青森県の観光戦略」



2

経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業
めざせ！じょっぱり起業家
青森の魅力を高める中核人材育成事業
平成 28 年度 事業成果報告書

平成 29 年 2 月

発行

弘前大学人文社会科学部内
サービス経営人材育成事業事務局

〒036-8560 弘前市文京町 1 番地
電話：0172-39-3978 e-mail：sjinzai@hirosaki-u.ac.jp