

人材育成事業のフォローアップの在り方 ～同窓会組織の取り組みを事例として～

○吉用 武史¹、石塚 悟史¹、北添 英矩¹、吉金 優²、浜口 忠信²、樋口 慶郎²、
沢村 正義²、受田 浩之¹
(高知大学 国際・地域連携センター¹、高知大学 土佐 FBC 人材創出²)

1. はじめに

高知県は農水産品の生鮮出荷を主とする県である。高知産の野菜や果物は高品質なものとして市場で一定の地位を築いてきた。しかし一方で、生鮮のまま出荷してきたために、食品加工分野の発達が立ち遅れ、加工することによる付加価値創出の機会を県外企業に持ち去られている現状にある。このような現状を受け、高知大学は、生産、加工からマーケティングまでの専門的かつ包括的な知識を有する食品産業中核人材を養成するための事業「土佐フードビジネスクリエーター人材創出（以下、土佐 FBC と略）」を、平成 20 年度文部科学省科学技術振興調整費「地域再生人材創出拠点の形成」に応募、採択を受けた。本事業の狙いとして、1) これまで生鮮で出荷することがメインであった産業構造を変化させ、農業分野の高付加価値化への取り組みを整備し、就農者の減少に歯止めをかける、また、2) 健康食品、機能的食品の開発を活発化し、地域所得の増加や新たな雇用を創出し、地域経済の活性化に寄与することを期待している。

本事業の文部科学省からの補助期間は 5 年間であり、採択を受けてから 4 年間継続してきた。修了生の総数は 115 名となり、5 年度目を終えると約 150 名の修了生を県内に輩出できる見込みである。県内全域に修了生が広がってきており、これら人材に対するフォローアップの在り方が、今後問われてくる課題になると考えられた。

2. フォローアップの実施例

土佐 FBC では、修了生のフォローアップの一つとして、修了生の展示会への出展支援を行っている。FOODEX JAPAN やアグリフード EXPO 等に土佐 FBC ブースとして出展し、修了生から出展希望者を募る。毎回、数社の出展を支援し、外商機会の拡大に協力している（図 1）。また、土佐 FBC の受講により、受講者は大学の敷居を低く感じるようになったとの声もある。これまで大学を敬遠していた企業からも相談案件を持ち掛けられることになり、また、土佐 FBC の教員も修了生からの相談に積極的に応じる意識を持っている。これは、地域の大学を標榜する高知大学にとっても、地域における存在意義を高める要因になると考えられる。他にも、大学主催のイベント（学祭やシンポジウム等）にも出展あるいは出店の機会を与え（図 2）、修了後も受講したことをメリットに感じられるような取り組みを行っている。このように、修了と同時に本事業との縁が切れるのではなく、土佐 FBC 修了者の一員であることの意識を持ち続けていただくことが重要であると考える。



図 1. FOODEX JAPAN 出展



図 2. 高知大学物部キャンパス
1 日公開における出店

3. 同窓会組織としての土佐 FBC 倶楽部の活動

上記のような取り組みについての情報提供や、修了生同士あるいは修了生と講師等との相互交流を図るための場として、平成 21 年度に土佐 FBC 倶楽部を創設した。本倶楽部の設置には、受講生の強い希望があったことも継続の力を考える上で重要であった。倶楽部は 2 カ月に 1 回、第 3

金曜日に開催しており、これまでに 21 回実施している。いずれの回も活発な活動となっており、当初に目論んでいた相互交流の枠を超えた動きも見え始めている。

土佐 FBC 倶楽部の活動に係る費用は、当然、文部科学省の補助金を使えない。僅かずつの参加費を徴収することで軽食を用意するのみである。これを見た修了生が、自社の試作品を持ち込んでくるようになった。この試作品について、修了生同士あるいは講師も交えた品評が行われるようになったのである。その内容は、材料や味、加工方法だけでなく、パッケージにまで及び、商品としてのブラッシュアップの絶好の機会となっている。また、参加者には県内の大手小売業者も入っており、質の良い試作品はスーパーマーケットでのテストマーケティングへの導入にも繋がっている。さらに、情報交換をしていく中で、修了生同士あるいは修了生と講師とのコラボレーションにより生まれる商品も出てきた(図3)。



図3. 修了生同士および修了生と FBC 講師とのコラボレーションにより生まれた商品の一例

これらの成果を生み出した要因はいくつか考えられる。一つは、土佐 FBC 教員が倶楽部に参画し、修了生同士の間を繋ぐファシリテーターの役割を担っていることである。土佐 FBC 受講生の業種は、農水産業者、食品加工業者、小売業者だけでなく、農協職員や自治体職員、あるいは全くの異業種からも新規事業への挑戦のために受講してくることがある。これら様々な受講生が、お互いに垣根を感じることなく交流するためにはファシリテーター役としての土佐 FBC 教員の存在が不可欠である。

二つ目の要因として、土佐 FBC 倶楽部に参加する修了生同士が持つ連帯感が非常に強い点もある。土佐 FBC の授業は座学 160 時間を平日の 16 時半から 21 時頃までかけて受講する。これに加え、県工業技術センターの設備を用いた「現場実践学 (40 時間)」や、大学の研究用機器を用いた「実験技術 (40 時間)」、さらに各受講生が持つ課題を土佐 FBC 教員がマンツーマンで指導することにより解決を図る「課題研究」を用意しており、大学が実施する社会人養成事業としては異例なほどハードなカリキュラムとなっている。これらを受講生は 1~2 年かけて履修することになるため、同期同士の繋がりは深く、より内容の濃い相互連携が図られている。

三つ目の要因として、土佐 FBC 倶楽部が 1 期生から 4 期生まで異なる世代が集まる縦のネットワークを形成している点がある。人材育成事業の同窓会組織は他にも例を見ることは可能である。しかし、多くは同期同士の横のネットワークであり、土佐 FBC 倶楽部のように毎年新たな仲間が参画し、しかも同期以外の修了生が融和した縦のネットワークを形成している例はあまり見られない。縦のネットワークがあることにより、修了生は人脈を飛躍的に広げることが可能になっている。この融和についても、前述したファシリテーター役の存在が大きな役割を担っていることは論をまたない。



土佐 FBC 倶楽部の様子

4. おわりに

これまでに述べたように、土佐 FBC 倶楽部は、様々な業種の垣根を越えた修了生同士の人脈形成プラットフォームになっている。ここから生まれる成果は、今後も土佐 FBC 倶楽部を継続することで益々増えていくであろう。人材育成事業は長期間継続してはじめてその存在価値が見出せる。人材育成事業の真価とは、講義内容以上に、そこで培われた人脈や絆にあるのではないかと。とすれば、真に価値あるフォローアップとは、その人脈や絆を如何に維持・拡大・深化していくことにあるのではないかと考える。