

仕事 × 自分 × 未来

農大会津プロジェクト

© Tokyo University Of Agriculture. All Rights Reserved 2019

1

2019. 5

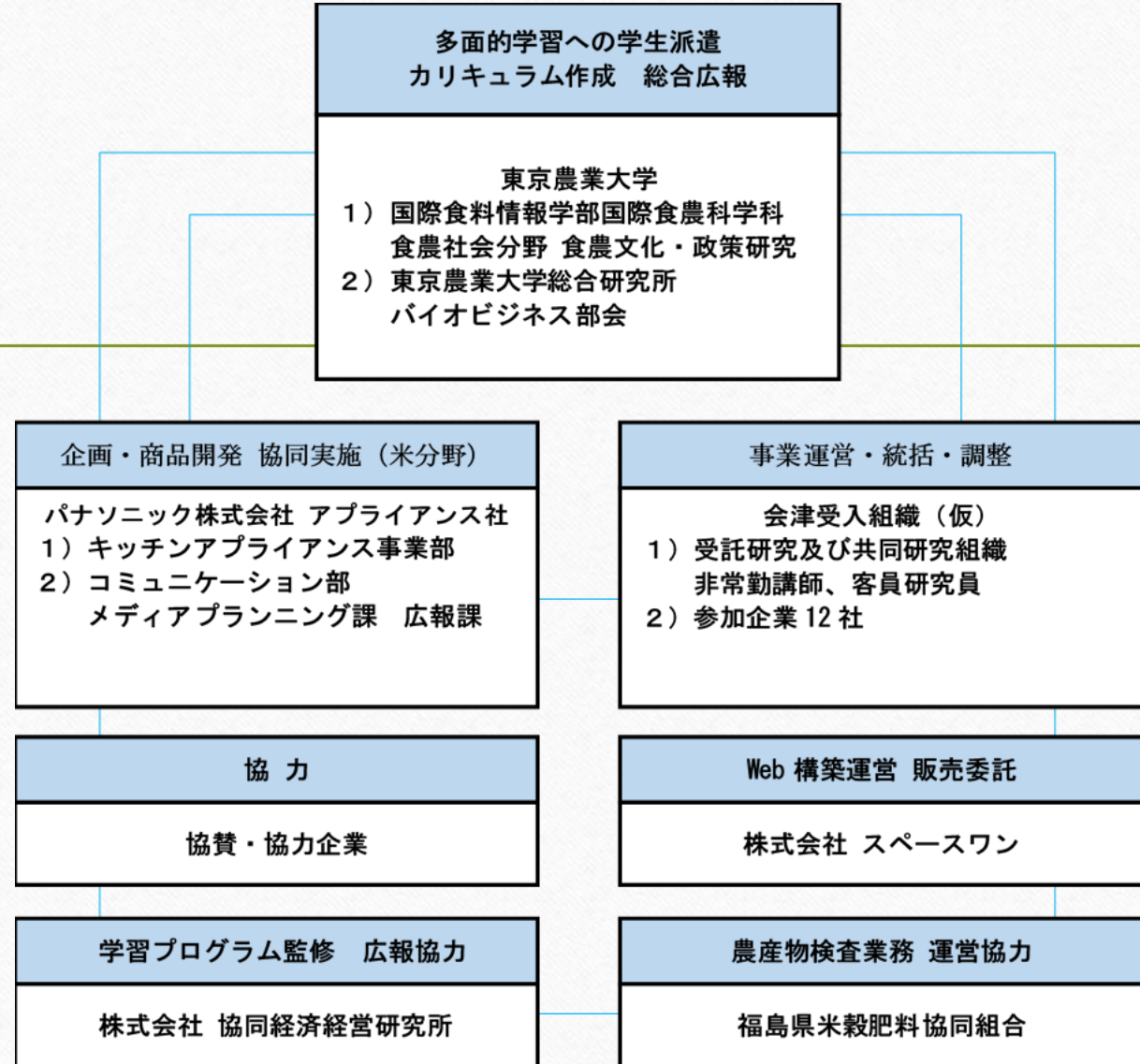
東京農業大学 国際食農科学科 食農文化・政策研究室
東京農業大学 総合研究所研究会 バイオビジネス部会

農大会津プロジェクトの目的

- 「学生のキャリアアップ」と「風評被害払拭」を同時に達成
- 学生と産地で取り組む「復興」をこえた「成長」の仕組みづくりを目指す



組織体制図(案)



実施予定スケジュール



4月	チームキックオフ グループインタビュー(数社予定) 消費者ウェブアンケート作成(500サンプル予定)
5月	消費者ウェブアンケート実施・分析 会津フィールドワーク 1日目 田植作業 地域ヒアリング 2日目 加工品ワークショップ
6～8月	活動報告 学内ミーティング 加工品リサーチ 消費者マーケティング
9月	会津フィールドワーク 1日目 稲刈作業 地域ヒアリング 2日目 加工品、日本酒ワークショップ
10～12月	活動報告 学内ミーティング 新米発売&プロモーション 加工品パッケージ選定
1月	会津フィールドワーク 1日目 醸造体験 地域ヒアリング 2日目 加工品ワークショップ
2～3月	学内ミーティング 新酒発売&プロモーション 加工品発売&プロモーション 事業総括 次年度体制の準備

これまでの活動内容(学習体験)



- 福島県へのモニターツアー
- 東雲地区でのワークショップ
- 会津での醸造発酵体験会
- 福島県・パナソニック(キッチン
アプライアンス事業部)との共
同で1年生向け農大講義(必修
演習)の実施



▲ワークショップ



▲マルシェ



▲酒造見学・農産物検査体験



▲東京農業大学 米概論授業

これまでの活動内容(県知事報告)



2017年新設

東京農業大学国際食料情報学部 国際食農科学科

- 食の文化と農の未来を創るコーディネーターの創造
- 多様な食農文化の変遷に関わるステークホルダーの行動を経済学の視点からの解明するためにフィールドワークを中心に研究する。



「生産」から「流通」、「消費」までを学ぶ

2017年新設

東京農業大学国際食料情報学部 国際食農科学科

- 食の文化と農の未来を創るコーディネーターの創造
- 多様な食農文化の変遷に関わるステークホルダーの行動を経済学の視点からの解明するためにフィールドワークを中心に研究する。



農に係る地域産業に焦点を当てる

福島県会津地方



- 山に囲まれた盆地で、寒暖の差が大きく豊穡な土地
- 県内有数の米どころであり、発酵醸造文化が根付く
- 蕎麦や果樹、馬食文化などの多様な風土風習
- 東京農業大学とは縁深く、長年の交流が続く
- 原発事故に伴う風評被害が未だ払拭されず

東京農業大学 × 会津

- 多様な産地の会津地方で商品開発トライアル
- 話し合う過程、作る過程、流通させる過程を発信
- 風評被害の払拭のため、正しい情報を開示
- 産地側には変化するきっかけとしての外部からの声
- この経験を授業、卒論、就活、社会生活に活かす

東京農業大学の役割

会津を研究フィールドとしながら開発流通過程を学ぶ

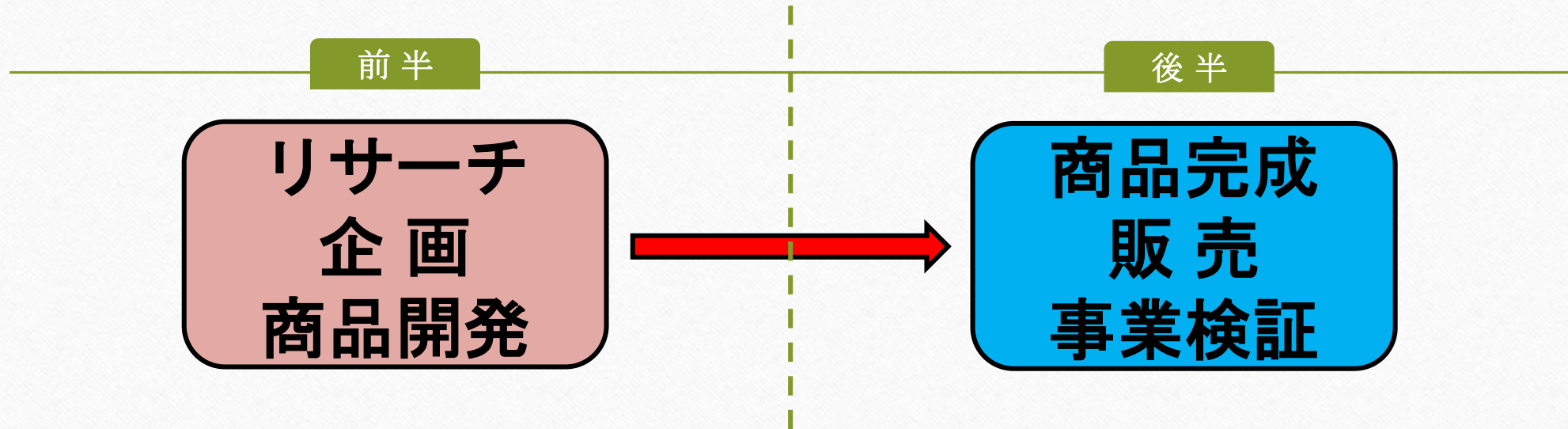
- 消費者の嗜好や需要性を収集・整理し分析する
- 様々な情報を産地へ伝達、また産地から発信する
- 開発商品が完成するまで携わる
(マーケティング、企画、開発、伝達、販売)

会津の役割

新たな知見・取組みで産地の成長を促す

- 集められたデータから商品可能性の糸口を探る
- 情報発信によってもたらされた意見を検証・反映する
- 開発商品が完成するまで携わる
(分析、企画、開発、伝達、販売、回収)

2019年トライアル事業としてのスタート



学生や学科、そして産地側・共同事業社の動きや活動内容も含めて今年度はトライアルと位置づけ、検証を行います。

2019年度 商品開発 予定品目

会津米



日本酒



農畜産加工品



協力企業への依頼事項

～ 商品開発トライアルの為に調査・報告 ～

- グループインタビュー へのご参加＜4月＞



消費者ウェブアンケート作成のために、インタビューを実施します

- 消費者ウェブアンケートへのご回答 ＜5月頃＞
- 活動内容へのご意見（1～2回/年）＜7～11月頃＞
活動報告をする学生達にご意見をお願いします

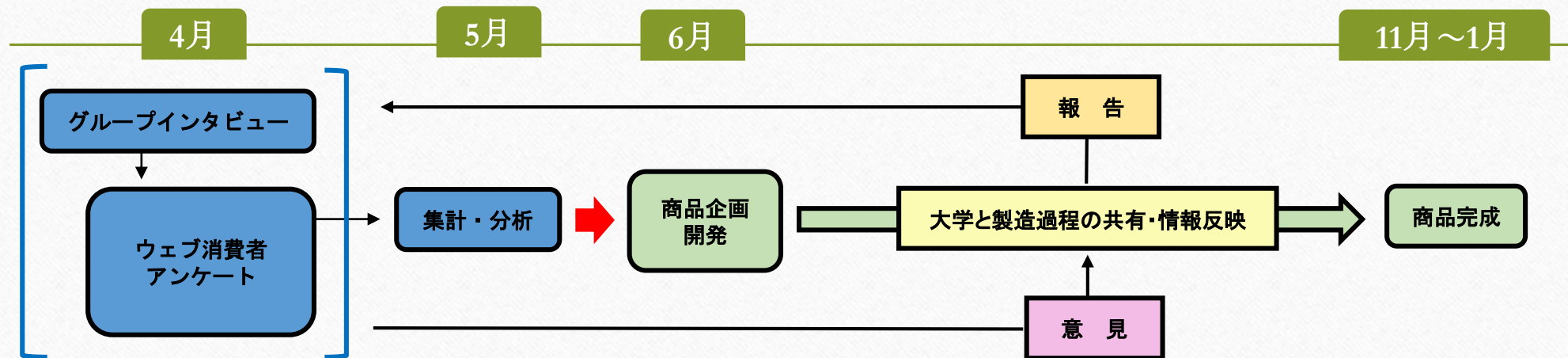
今後の流れ



- 1) グループインタビュー
- 2) 消費者ウェブアンケート
- 3) 結果を商品開発に反映
- 4) 開発経過を発信・報告
- 5) 完成商品をお披露目・ご紹介

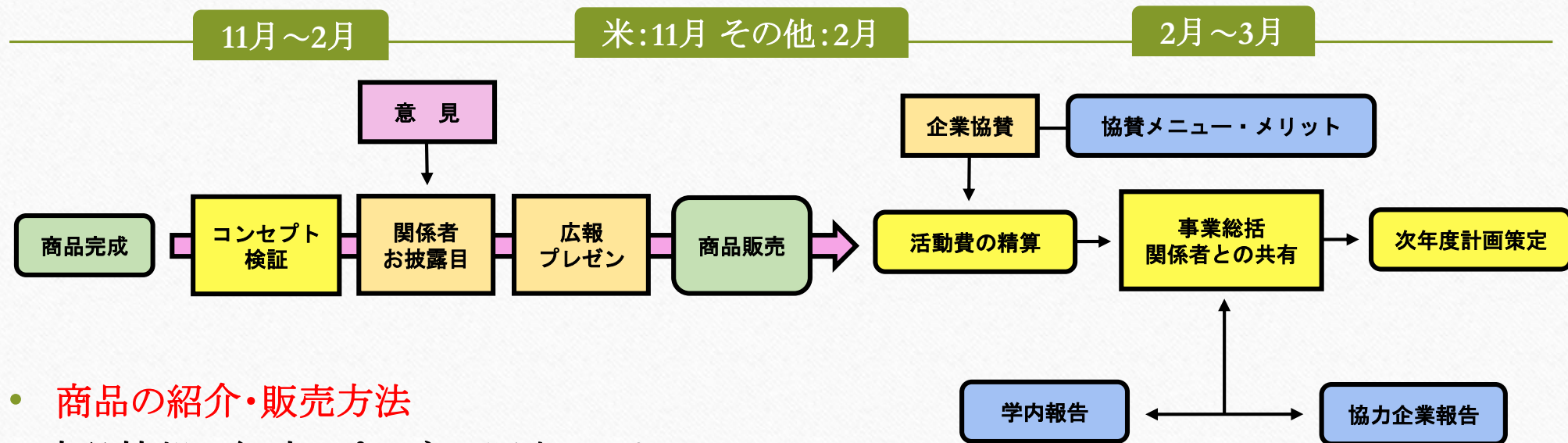
4月	チームキックオフ グループインタビュー(数社予定) 消費者ウェブアンケート作成(500サンプル予定)
5月	消費者ウェブアンケート実施・分析 会津フィールドワーク 1日目 田植作業 地域ヒアリング 2日目 加工品ワークショップ
6~8月	活動報告 学内ミーティング 加工品リサーチ 消費者マーケティング
9月	会津フィールドワーク 1日目 稲刈作業 地域ヒアリング 2日目 加工品、日本酒ワークショップ
10~12月	活動報告 学内ミーティング 新米発売&プロモーション 加工品パッケージ選定
1月	会津フィールドワーク 1日目 醸造体験 地域ヒアリング 2日目 加工品ワークショップ
2~3月	学内ミーティング 新酒発売&プロモーション 加工品発売&プロモーション 事業総括 次年度体制の準備

トライアル事業 前半 検証点



- **事業実施ステップ及び相互の達成度**
産地及び校内でのプログラム構成、 学習・事業成果の評価方法
- **情報収集・発信システム**
需要調査方法、活動経過の発信、意見等の収集

トライアル事業 後半 検証点



- **商品の紹介・販売方法**
商品情報の伝達、プレゼン・販売ルート
- **運営資金の積算、調達方法**
事業費用の測定、商品販売による運営及び事業協賛方法

事業達成度 測定①

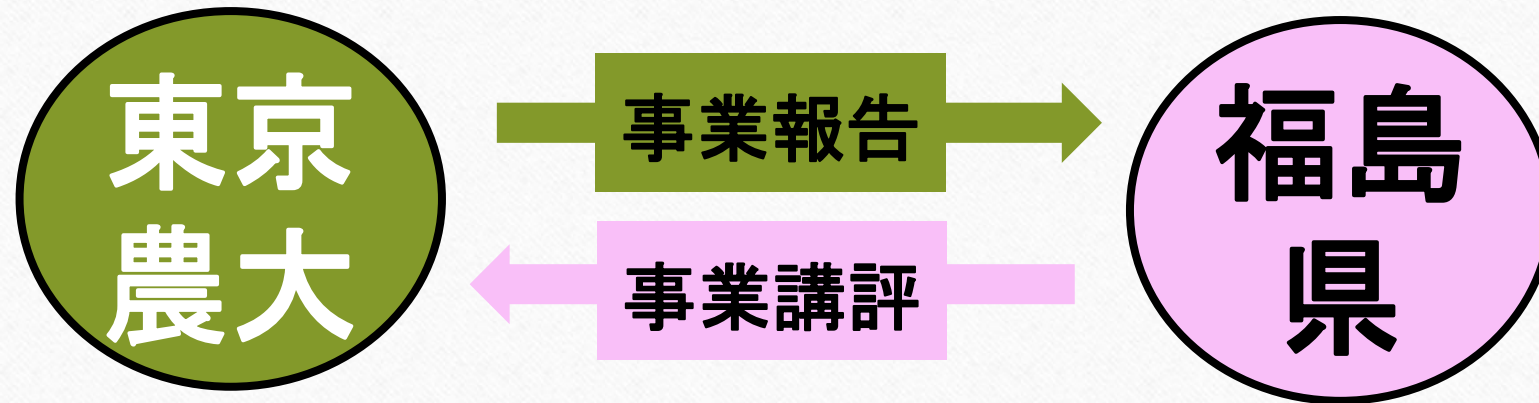
学生の学習活動
産地との連携

産地の成長
様々な情報発信



「機会の提供」により「商品完成」

事業達成度 測定②



学生が報告し県側が講評 外部評価で客観視