



6次産業化・農工商連携と着地型観光を統合実施するプロジェクトマネージャー育成・教育プログラムの開発

研究の背景及び目的

農工商連携・6次産業化や観光は複数の民間産業や複数の行政組織にまたがるため、各産業の内容や工程・行程を理解して、全体をプロジェクトマネジメントできる人材が求められている。本調査・研究は、農工商連携とアジア・太平洋地域からの観光客を対象とした着地型観光を統合実施するためのプロジェクトマネジメントおよび交流マネジメントのあり方を調査・分析する。

実施状況

本年度は以下の4項目を実施した。

- ①宮崎県内(延岡市、宮崎市、日南市、西米良村、綾町、高千穂町、都城市、川南町)17団体と熊本県内1団体について6次産業化・農工商連携の活動をヒアリングした。
- ②18団体の活動をプロジェクトマネジメント(PM)およびプログラム&プロジェクトマネジメント(P2M)の視点から分析した。
- ③農水省新事業創出人材育成事業のカリキュラムのデータを収集した。
- ④国際観光都市(福岡市)の多言語観光案内表示状況を調査した。

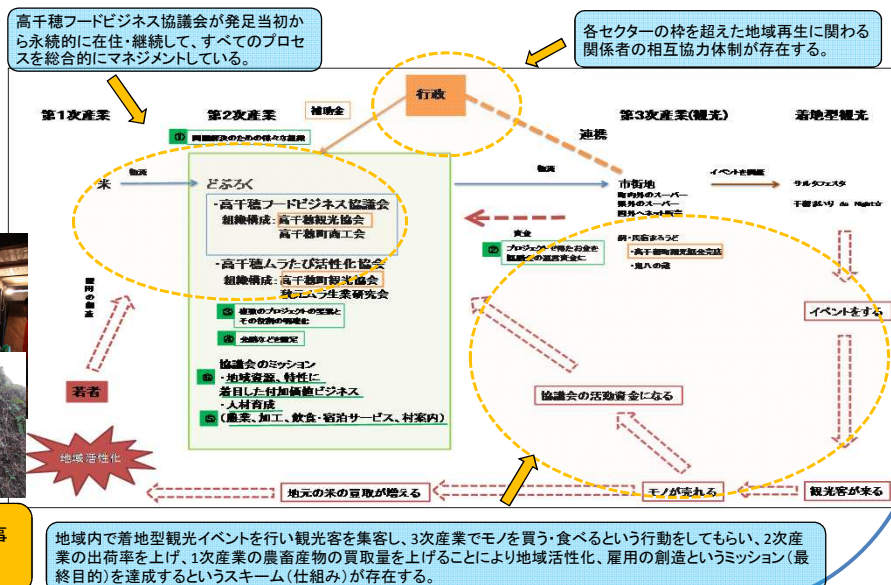
行政が指摘している6次産業化へのポイント¹⁾がPMのどのマネジメント要素に該当するか、また行政と民間が何を分担できるかについて、◎(特に当てはまる)を2点、○(当てはまる)を1点として整理した。

6次産業化では、人的資源マネジメントが重要である

行政	マネジメント要素					民間
	PM① コスト	PM② 品質	PM③ 人的資源	PM④ 情報	PM⑤ 調達	
6次産業化には、加工・販売といった新たなノウハウが必要となるため、多方面からのアドバイスを要する			◎	○		6次産業化には、加工・販売といった新たなノウハウが必要となるため、多方面からのアドバイスを要する
事業に必要な分野の人材の確保・育成に努める			◎			事業に必要な分野の人材の確保・育成に努める
新商品を開発する際、販売ターゲットを明確に設定しターゲットに合わせた商品の差別化を行うようアドバイスを要する				◎	○	新商品を開発する場合、販売ターゲット(目的)を明確に設定し、ターゲットに合わせた商品の差別化を行う
過大投資にならないよう事前に、資金調達方法の計画の相談を受ける	◎				○	過大投資にならないよう事前に、資金調達方法の計画を立て相談を行う
販路拡大のため、様々な分野と連携し、積極的な営業活動を行う手助けをする			◎	○		販路拡大のため、様々な分野と連携し、積極的な営業活動を行う
クレーム処理などの顧客対応策をアドバイスする			○	○		クレーム処理などの顧客対応策を十分に検討する
加工・販売とのバランスを保ち、生産活動が疎かにならないよう、事前に計画を立てたものに対してアドバイスをする				○	○	加工・販売とのバランスを保ち、生産活動が疎かにならないよう、事前にしっかりとした計画を立てる

PMとP2Mの視点からみた6次産業化のマネジメント要素

PM	地域活性化	P2M
PM① 総合マネジメント 1次産業→2次産業、2次産業→3次産業、3次産業→着地型観光間のプロジェクト計画の策定、実行、資源(人・機・器・資源)の変更を行っているのは誰か？ PM② コストマネジメント 1次産業→2次産業、2次産業→3次産業、3次産業→着地型観光間のコストコントロールを行っているのは誰か？ PM③ 品質マネジメント 1次産業→2次産業、2次産業→3次産業、3次産業→着地型観光間の品質管理を行っているのは誰か？ PM④ 人的資源マネジメント 1次産業→2次産業、2次産業→3次産業、3次産業→着地型観光間の組織計画や人材育成を行っているのは誰か？ PM⑤ コミュニケーションマネジメント 1次産業→2次産業、2次産業→3次産業、3次産業→着地型観光間の情報を配布し、情報とコミュニケーションに関するニーズを特定しているのは誰か？ PM⑥ 調達マネジメント 1次産業→2次産業、2次産業→3次産業、3次産業→着地型観光間について何を調達するかを決めるのは誰か？	P2M① ミッションプロファイリング プログラムの進行過程で条件の変化により目標の変更があった場合、その問題を解決し、現状から目標とするべき姿にしたのは誰か？ P2M② プログラム戦略マネジメント プログラムの目標を見失わず、プロジェクトを目標達成のための手段として扱ったのは誰か？ P2M③ アーキテクチャマネジメント 戦略プロセス、プロジェクトモデル化における構造と機能、情報設備の役割を担い、複数のプロジェクトの要素とその役割の明確化したのは誰か？ P2M④ プラットホームマネジメント プログラムを推進していくために必要なコミュニティの場(会議等)を設定したのは誰か？ P2M⑤ プログラムライフサイクルマネジメント 世の中の嗜好の変化に伴う価値の変化に対して、柔軟に対応しているのは誰か？ P2M⑥ 価値指標マネジメント 価値を指標化して、プログラム全体の活動に対して価値の維持・向上を行ったのは誰か？	



P2Mのプロセスが良くマネジメントされている事例: [高千穂町「米(どぶろく)」]

地域内で着地型観光イベントを行い観光客を集客し、3次産業でモノを買う・食べるという行動をしてもいい、2次産業の出荷率を上げ、1次産業の農畜産物の買取量を増やすことにより地域活性化、雇用の創造というミッション(最終目的)を達成するというスキーム(仕組み)が存在する。

目標の達成度及び成果

- 6次産業化・農工商連携と着地型観光の連携のためには以下が重要であることが明らかになった。
- ①1つの組織(セクター)が発足当初から永続的に在任・継続してすべてのプロセスを総合的にマネジメントする。
 - ②事業化の最終目的(ミッション)を明確に設定する。
 - ③PM・P2Mのプロセスの多くを実施する。
 - ④各セクターの枠を超えた地域再生に関わる関係者の相互協力の度合いを高める。

今後の課題及び展開

- (1)6次産業化・農工商連携活動と着地型観光・多言語表記のデータ数を増やす。
- (2)PM・P2Mの視点からヒアリング内容を詳細に分析する。
- (3)農水省新事業創出人材育成事業のカリキュラムを整理・分析する。
- (4)上記(2)と(3)を整理・統合して教育プログラム化する。

・調査研究グループ: 出口近士(工学教育研究部: 代表)、根岸裕孝・藤井久美子(教育文化学部)、明石 良・山本直之(農学部)
 ・地域志向教育研究経費区分: 自由公募型
 ・対象となる領域: 地域志向教育領域

<問い合わせ先>
 みやだいのCOC推進機構
 住所: 宮崎市学園木花台西1-1
 Tel: 0985-58-7250
 E-mail: coc@of.miyazaki-u.ac.jp

