

農業後継者育成基金事業

令和4年度 専門人材を活用した常潤版“売れる”商品開発手法の構築事業

事業主体名 鹿児島県立加世田常潤高等学校

1 目的

- (1) 消費者や農家のニーズを探り、商品開発や販売方法を模索する。
- (2) フードコーディネーターやデザイナー等の専門人材を活用し、売れる商品についての理解を深める。
- (3) 常潤高校版「商品開発手順書」制作のためのノウハウを蓄積する。



図1 実地研修（小宮ファーム）

2 実施状況

(1) 地域農業理解のための実地研修

学校生産物を含む地域農産物を活用した「売れる商品」の開発には、地域の農業の魅力や経営上の課題に対する理解が不可欠であることから、地域農家での研修を行った。

ア トマト農家における研修(南さつま市:小宮ファーム)

令和4年5月13日、小宮ファームのミディトマトの収穫体験を行った。同法人が経営するカフェで使用するトマトソース用原料としての果実を収穫した。



図2 実地研修（新澤農園）

イ 金柑農家における研修

11月に剪定実習（末永農園）、2月に収穫実習（新澤農園）を行い、金柑を専門的に栽培する農家の技術について学習した。収益に直結する実習ということもあり、緊張感を持ちながら有意義な学びの機会となった。

ウ 常潤高校果樹園の観光農園化に関する実証試験

地域農家での研修を通じて、農業経営課題の解決に体験型サービス商品が役立つのではというアイデアが生まれた。このことから、12月に本校果樹園において、「みかん狩り体験」を軸とした体験型の商品を提供する実証試験を行った。約40名の利用者が来場し、有効なデータを収集することができた。今後の農場運営の効率化を目指し、引き続き検証を行っていく。



図3 開発したケチャップ

(2) 地域事業所と連携した商品開発

ア 薩摩甘照の規格外品を活用した「フルーツトマトケチャップ」の開発

高槻電器工業㈱のブランドトマトを活用した商品開発に取り組んだ。企画会議、試作、試作品の評価等、事業所と協働で開発にあたった。

イ 販売の実際

学校での販売会を皮切りに、校外の各種催事にも出店し、商品をPRした。12月に無印良品マルヤガーデンズ店で行われた催事では、高槻電器工業㈱と共同出店できた。

ウ 開発・マーケティングデータの譲渡

今回完成した商品の製造工程やマーケティングに関する情報は事業所に譲渡し、六次産業化推進のために活用していただく予定である。



図4 催事での販売の様子

3 今後の課題、取組

- (1) 農業高校における六次産業化推進人材育成手法は、いかに地域の大人や専門人材を活用できるかが鍵であることが分かった。また、収益増のためのアイデア実践も効果的である。今後は、生徒の特性や取り組む研究内容に最適な授業プログラムを効果的に組み合わせることが必要である。
- (2) 本校に協力していただける専門家リストも充実してきた。今後、プログラム内容の精選を重ねていく。