

「東北ブランド」 演出の人材育成

東北大など計画

農商工連携プロデューサー

東北ブランドを演出するプロデューサーを育てよう。東北大地域イノベーション研究センターなどが、農漁業と商工業をつないで新しい事業を生み出すリーダーとなる「農商工連携プロデューサー」の育成に乗り出す。来春、東北6県から10人の経営者や次世代リーダーを募り、半年間必要な知識を伝授する。

6県から来春10人募集

「松山町のセリは八百屋で『非常識』と言われる値段をつけても、酒屋で日本酒とセリトにしたら売れた。既存ルートで定めならチャンネルを変えればいい」

13日、東北大学の准教授や地域活性化支援会社「プロジェクト地域活性」（仙台市）の

職員ら5人が、大崎市の日本酒メーカー「一ノ蔵」を訪ね、創業者の一人、浅見紀夫名誉会長の言葉に耳を傾けた。

5人は9月、東北経済産業局の委託事業に採択された「農商工連携プロデューサー育成事業」を担う「コンソーシアム」（責任者・大滝精一

東北大教授）のメンバー。2年間の予定で、売れる事業モデル作りや市場ニーズにあった商品提供法について、農商工業の次世代リーダーに講義する。

一ノ蔵は95年から地元の若手農家が集まった「松山町酒米研究会」と連携し、環境保

全米「蔵の華」を使用した純米酒作りをいち早く始めた。農業部門「一ノ蔵農社」を立ち上げて試験米を開発中だ。独自の販売ルートを開拓し、農商工連携でブランド力を高めた先進事例と評価されている。育成事業では、同社など東北地方で農商工連携に成功した企業の成功の理由を分析する予定だ。

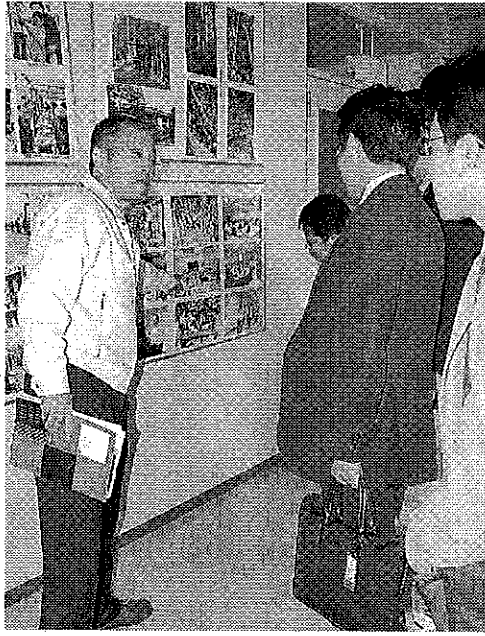
「東北地方の産業従事者や企業は首都圏に豊富な資源を提供しているのに、付加価値をつけることが苦手だ」事業を提案したプロジェクト地域活性の望月孝社長は指摘する。

望月氏はリクルートの地域活性事業の東北責任者として00年に仙台に赴任。東北の農

水産資源の豊かさ、それを生かす切れずに首都圏に供給している「もったいなさ」を痛感したという。03年に同社が地域活性事業から撤退すると同時に退社。そのまま事業を引き継いでプロジェクト地域活性を立ち上げた。

昨年度、東北経産局からの委託を受け、東北6県で農商工連携に成功した61事例を調査した。すると、成功の裏には必ず異業種同士をつなぐ中核人物がいることがわかったという。

そうした人材を育成するため、プログラムでは先進企業での現地研修など、実践に重点を置く予定だ。問い合わせは同社（022・223・1870）。



日本酒需要の拡大のため、一ノ蔵で20年以上開催している「日本酒大学」など、独自の取り組みを浅見名誉会長が説明した。大崎市長松山千石