



土佐フードビジネスクリエーター 人材創出事業

令和8年度シラバス

- 本科コース
- 入門コース
- 部分受講コース



Brush up Program
for professional

文部科学省
「職業実践力育成プログラム」
(BP)



国家戦略プロフェッショナル検定
「食の6次産業化プロデューサー」(食 Pro.)
育成プログラム
Level 1~3

カリキュラム (科目群)

食品人材育成

科目番号	科目名	講師名	講義時間
1	フードビジネスクリエート概論	受田 浩之	1.5
		合計講義時間 (hr)	1.5

授 業 目 標

高知大学土佐フードビジネスクリエーター人材創出事業(土佐 FBC)は、生産・加工・流通・販売を総合的につなげることができる専門人材を育成することを目的に、高知県の産学官が連携し、主に県内の社会人向けに食品に関する専門教育プログラムを実施しています。平成 20 年度からスタートし、これまでの 18 年間で延べ 848 名の人材を輩出しています。

そもそも、なぜ土佐 FBC が誕生したか?その背景としては、高知県の食品産業は、一次産業が盛んで、二次産業である食品加工分野(食料品出荷額)は全国最下位クラスとなっていた点が挙げられます。高知県内で生産された食材の多くは生鮮品のまま県外に出荷されており、加工等で付加価値をつけて製造・販売していく企業及び人材が圧倒的に不足しているといった構造的な課題がありました。このため、食品加工等に関する専門人材を育成しようと、高知県内の産学官が連携して設立したのが土佐 FBC です。

本科目群では、土佐 FBC が誕生した背景を理解してもらうとともに、食品産業の振興において、食品分野について必要な知識を普及させる教育機関と、そこで学び食品分野で活躍する人材の必要性についての意義を理解してもらいます。

最終的に土佐 FBC として育成する人材像は、「食の分野で地域を良くするという高い志を持ち、単に物づくり・物売りができるだけではなく、生産者・販売者・消費者すべてに利益配分ができる人材」です。

そのために、食品加工(2次産業)を中心に、農林水産業(1次産業)、流通販売業(3次産業)など食品産業全体を理解した上で、それぞれの利害関係を調整し、協力連携(コラボレーション)させることで新たな商品・ビジネスモデルを創造できる人材「フードビジネスクリエーター」の育成を目標とします。

科目名	No.1 フードビジネスクリエート概論	講義時間 (hr)	1.5
講師名 (所属)	受田 浩之 (高知大学)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース イノベーション 創出基礎コース
食 Pro.対応			
キーワード	土佐 FBC、水、水素結合、統合的価値、SEDA モデル、醤油、美味しい牛乳戦争、ドライビール戦争、消費者教育、イノベーター		
参考書	『Newton』 No. 12 (2016) 『ビッグチャンス』 富山和彦 PHP 研究所 (2014) 『安藤百福』 榊原清則 PHP 研究所 (2017)		

授 業 内 容

土佐 FBC は食品産業の中核人材を育成するために、平成 20 年度に立ち上げられた人材育成のプラットフォームです。それぞれの受講生が「志」を胸に、自らの知識、技術レベルを高め、各組織のみならず、地域社会や日本全体、さらには世界を支え、変えることができる有為な人材（イノベーター）を育成することを目的に、過去 18 年間にわたり活動してきました。もちろん、受講生の個々の力を高めていくことは重要ですが、土佐 FBC ではさらに受講生間のネットワークを醸成して、個人の力を超えた協働による、イノベーション創発が産み出される環境を確立しています。

本講義では、人間が織りなす市場を含めた社会を「水」（食品成分として最も多く含まれる成分）分子に見立て、市場で受け入れられる商品の持つ特性を科学的に論じます。また、食品の有する「価値」を機能的価値、意味的価値、さらにそれらを併せた統合的価値として論じると共に、SEDA モデルから見た具体的な食品開発の成功事例を考察します。

デザインエンジニアリングの観点に基づき統合的価値を追求する、いわゆる王道とは別に、機能的価値の追求が行き過ぎ、バランスを崩しているカテゴリーも存在します。保健機能食品の分野です。消費者基本法第 7 条に基づき、「消費者は自ら進んでその消費生活に必要な情報を収集する等、自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない」が、この分野における消費者の理解は不十分です。結果的に事業者の努力は市場には適切に伝わらない、情報の非対称が生じています。

結論として土佐 FBC で養成された人材は、イノベーターとして市場に受け入れられる商品開発を先導すると同時に、消費者教育を推進して、市場の成長を通じた社会の成熟を担う責務を担うと考えます。

カリキュラム (科目群)

マーケティング

科目番号	科目名	講師名	講義時間
2	マーケティング概論	松田 高政	3.0
3	商品開発・プロモーション	和泉 守計	3.0
		荒生 均	3.0
		松田 高政	3.0
		松浦 陽司	3.0
		安田 雅彦	6.0
4	事業計画	松田 高政	3.0
合計講義時間 (hr)			24.0

授 業 目 標

マーケティング活動の究極の目標は、自社の商品またはサービスを売り込まなくても買ってもらえるようにすることです。そのため、農産物（生鮮）及び加工品の開発・販売に当たっては、調査から企画・販売、販促 PR まで一連の商品開発プロセスの基本を理解した上で、どうすれば買ってもらえるか、消費者（ターゲット設定）の視点で逆説的に戦略を立案し実践する幅広い知識と企画・コーディネート力が求められます。

このため、本科目群では、事前調査から始まり、企画立案・試作研究・デザイン・販路開拓など、企画から販売までのプロセス及びマーケティング手法を理解します。

また、パッケージデザインやキャッチフレーズ・ネーミングなど、効果的な PR・プレゼンテーションの方法を学び、実際に自らの商品・サービスを企画立案することを通じて、相手に理解してもらい、納得してもらい、人の気持ちを動かす商品企画・プレゼン力を習得することを目標とします。

さらに、食品の開発をプロデュースするためには、地域資源や自社の経営資源を有効に活用して、商品やサービスの企画・設計・開発を主体的に構想し、実践することが求められます。そのためには、関係者全員に理念や目標、開発する商品の基本戦略を共有化できる事業計画の作成能力が欠かせません。このため、最終講義では、事業計画の構成要素を理解した上で、実際に作成した事業計画を参考にしながら、事業計画の作成演習を行い、計画立案の実践的な力も養います。

科目名	No.2 マーケティング概論	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松田 高政 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル2 事業計画 (基礎)		
キーワード	地域資源、市場調査、試作・製品化、販路開拓		
参考書			

授 業 内 容

農産物（生鮮）及び加工品の開発・販売に当たっては、事前調査から始まり、企画立案・試作研究・デザイン・販路開拓など、様々なプロセス・意志決定が必要となります。

新しい価値・可能性を生み出し、お客様に商品や作り手の思いを届けるためには、どのプロセスも重要で、根拠を持った判断を適切にしなければなりません。

このため、商品開発及び販路開拓を適切に進めるために、企画から販売（海外市場を含む）までのプロセス及びマーケティング手法を理解します。

1. 【準備段階】地域資源の掘り起こしと可能性の検討

ステップ1：地域資源・内部環境調査

2. 【計画段階】新商品の開発計画の策定

ステップ2：市場調査・外部環境調査

ステップ3：商品企画設計

3. 【試作段階】試作研究と製品化

ステップ4：試作・試作品の評価

ステップ5：食品表示・ラベルデザイン

ステップ6：品質保証の確認

ステップ7：量産試作の実施

4. 【販売段階】販路開拓及び売場デザイン

ステップ8：販路の設定

ステップ9：開拓先向け商品提案書の作成

ステップ10：販路開拓

ステップ11：販売開始・本格生産

科目名	No.3 商品開発・プロモーション	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	和泉 守計 (NPO 法人日本フードコーディネーター協会)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル2 マーケティング (基礎) 食 Pro.レベル3 マーケティング (応用)		
キーワード	新価値創造、アイデア着眼・発想、商品企画、商品開発、マーケティング、ネーミング・パッケージデザイン・商標 (知的財産権)、プロモーション、顧客満足、ブランディング		
参考書			

授 業 内 容

本授業では、商品開発・プロモーションについて、業務経験や専門知識の有無に関わらず、受講者の皆様が、自ら消費者としての視点で、新価値創造の本質を理解していただきやすいように、身近な事例やたとえ話を織り交ぜながら、『価値』を軸として、商品開発・プロモーションの全体像と、各プロセスにおける重要ポイントについて説明します。

【商品企画 (=価値を見出し、マッチングすること)】

社会環境の変化や、それを背景とした生活者のライフスタイルや価値観の変化の兆しをとらえ、生活者のニーズやインサイト (潜在ニーズ) に着眼し、お客様にとっての『新たな価値』を発想し、論理的に企画立案するための重要ポイントについて説明します。

【商品開発 (=価値を具現化し、受け渡すこと)】

商品 (製品+パッケージ)、販路、プロモーションを一貫し、全体としてお客様にとっての価値を最大化した新商品を提供するための重要ポイントについて説明します。

【ブランディング (=価値を高め、守りつづけること)】

お客様への商品を通じた継続的な価値の提供により信用を蓄積し、独自のブランドを確立し、ブランドの信用・価値を守りつづけるための重要ポイントについて説明します。

科目名	No.3 商品開発・プロモーション	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	荒生 均 (高知大学客員教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	美味しさ、イノベーション、新市場創造、ドラッカー、コトラー		
参考書	『食文化と嗜好』(食の科学選書 3) 河野友美 光琳		

授 業 内 容

【イノベティブな新商品開発】

現状の食品の新商品開発においては、現市場追随型、現行商品踏襲型の新商品が大多数を占めています。その理由は、新商品開発プロセスが製品の差別化に重きを置いているからです。本講義では、製品の差別化ではなく、コンセプト（お客様のベネフィット）の差別化により、イノベティブでロングセラー商品になり得る新商品開発手法を事例交えて分かり易く紹介します。

講義内容の前半で「美味しいとは何か？」をテーマに、美味しさを構成する五味（甘味、塩味、酸味、苦み、旨味）がどのようなメカニズムにより脳で認識されるか。また、美味しさには、食べた物の味蕾からの五味情報だけでなく、食べ物の見た目、香りや匂い、音、食感等の五感情報が加わり、更に、記憶や商品情報、食べる環境等が組み合わさって美味しいと認識される事を丁寧に説明します。

更に後半では、「美味しさを伝える」のテーマで、新商品開発の成功には、美味しい製品開発以上に、コンセプト開発が重要であることを「爽」「クーリッシュ」の開発事例を交えながら説明します。お客様の食品新製品へのトライアル（買って食べてみる）とリピート（満足してまた買う）という購買行動のどちらが欠けてもロングセラー商品には繋がりません。コンセプトは単なる言葉の組み合わせではありますが、コンセプトには、商品の価値をお客様に伝え、食べてみたいと思わせ、自分の生活に欠かせないと認識させる力があります。

食品の製品開発とコンセプト開発の両方を学ぶ事で、「イノベティブな新商品開発」を深く理解出来ます。3時間楽しく学びましょう。翌日からの日常業務が大きく変わります。

科目名	No.3 食品開発・プロモーション	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松田 高政 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	プレゼンテーション、スライド作成、販路開拓、商談、PR 活動		
参考書			

授 業 内 容

本講義では、販路開拓・営業、PR 活動ができるよう、プレゼンテーションの技法と営業用資料の書き方、効果的な商談の方法を学びます。

まずは、プレゼンテーションの目的と効果的な手法（話し方・ストーリー・写真及び動画の活用等）を学ぶとともに、修了生のプレゼン事例を紹介します。

また、事前に自己紹介のためのプレゼンテーション資料を作成してもらい、講義の中で各自発表します。

- ・プレゼンテーションとは
- ・プレゼンテーションの場面と目的
- ・効果的なプレゼンの方法
- ・プレゼンテーション事例
- ・プレゼンの内容とパワーポイントの作成
- ・自己紹介、商品またはサービスの説明、将来の夢・目標

さらに、商談及び営業用ツールのデジタル化への対応として、新型コロナの影響で、営業・商談の仕方もオンライン化の方向に大きく変化しました。また、今後、海外とのオンライン商談にも対応するため、営業用資料（写真・動画等）のデジタル化と効果的なオンライン商談の方法をレクチャーします。

科目名	No.3 商品開発・プロモーション	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松浦 陽司 ((株) パッケージ松浦)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	商品開発、パッケージ、マーケティング、販売促進、商品開発、プロモーション、ブランディング		
参考書	『売り上げがグングン伸びるパッケージ戦略』 合同フォレスト 『売れるパッケージ5つの法則と70の事例』 ANIVA BOOKS		

授 業 内 容

パッケージが売れる仕組みを作る上でどれほど重要な役割を果たすのかを深く掘り下げていきます。

パッケージデザインを通じて自社の商品やサービスに新しい価値を加える方法を学び、営業に頼らずに売れる仕組みを作るためのマーケティング手法を体得します。

- **パッケージはモノ言わぬセールスマン**：パッケージが商品やサービスをどれほど効果的に売り込む役割を果たすのか、その重要性和実践的なアプローチを学びます。
- **手に取ってもらえるパッケージの秘密**：消費者が自然に手に取るようなパッケージデザインの要素を深掘りし、どのデザインが購買意欲を喚起するのかを理解します。
- **大ヒット商品を生む「目のつけどころ」**：成功を収めた商品の共通点や、デザイン戦略に隠された秘密に迫り、どのような視点で商品を見直すべきかを学びます。
- **パッケージで価格競争地獄から脱出**：競合と差別化するためのパッケージデザインの力を実例と共に紹介し、価格競争に巻き込まれない方法を提案します。
- **売上を伸ばすターゲットの絞り方**：効果的なターゲット市場の設定と、それに基づくマーケティング戦略を学び、パッケージを通じてどの層にアプローチするべきかを見極めます。
- **パッケージが変われば世界が変わる**：パッケージの変更が、ブランド全体にどれほどの影響を与えるかを具体的な事例を通じて理解し、ブランド戦略を見直すきっかけを提供します。
- **パッケージはお客様との最強のコミュニケーションツール**：パッケージデザインを通じて、消費者との効果的なコミュニケーション方法を提案し、企業のブランディングにどれほど重要かを学びます。

科目名	No.3 商品開発・プロモーション	講義時間 (hr)	6.0
講師名 (所属)	安田 雅彦 (安田雅彦 E&C 事務所/高知大学客員教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	広告表現・PR 表現、広告表現からの逆算マーケティング、広告表現からの逆算商品開発、お客様ヒアリング (否定派お客様・肯定派お客様)、ライバル企業、戦略ターゲット、お客様指名理由、新商品名開発、キャッチコピー開発、キービジュアル開発、サムネイル開発		
参考書			

授 業 内 容

【広告表現からの逆算マーケティング】

本講義では、他社競合品との差別化を図るための「広告や PR の表現の重要性」を意識し、そこから「逆算」して商品開発やマーケティングを考えます。「お客様指名理由」という発想を中心に、分かりやすい事例も交え講義を行います。

講義は2回に分けて行います。

第1回講義では、講義前半に「広告表現からの逆算マーケティング」に関する基礎的な思考回路を解説します。その流れに沿って、講義内にて宿題を出します。その宿題は、「ご自分が開発したい商品や事業」に関し、実際に「仮の広告表現・PR 表現」まで作成し、これを通じて「逆算」の商品開発やマーケティングを体現するための宿題です。

講義後半では、宿題の提出物がより充実した内容になる事を目指し、「課題の解き方」を様々な事例とともに解説します。

第2回講義では、宿題提出内容を受講生全員と共有しながら、一人一人の宿題に対し、「講師の感想や気づきのフィードバック」を返しつつ、受講生同士からも感想やアドバイスを伝え合う講義とします。

第1回、第2回の講義を通じ、受講生が高知県 (日本・世界) のフードビジネスの未来を担う同志として、相互に連携できるような講義を目指します。

科目名	No.4 事業計画	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松田 高政 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル3 事業計画 (応用)		
キーワード	事業計画書、商品企画、商品規格書、市場環境分析		
参考書			

授 業 内 容

本講義では、前半に事業計画の基本知識として、商品またはサービスの開発において、企業内または連携体に目標や戦略等を共有できる事業計画の基本を学びます。また、実際に策定した事業計画を参考にしながら策定方法のノウハウを学びます。

講義後半では業計画策定演習として、簡易計画シートを活用して、各自の事業計画を発表し合うグループワークを行います。

- ・ 事業計画の基本知識と事業コンセプトの立案
 - 事業計画の種類と作成の目的
 - 事業計画の構成要素である 5W2H の理解
 - 商品アイデア・コンセプトの企画立案
- ・ 事業計画 (商品開発プラン) の事例研究
 - 市場環境分析 (SWOT) と基本戦略 (クロス)
 - 商品コンセプトの設定
 - 商品仕様の設定 (試作品のイメージ)
 - 主なターゲットの設定 (顧客像)
 - 競合商品とポジショニング
 - 販売・プロモーション戦略 (販路開拓)
- ・ 事業計画策定演習 (簡易計画シートを元にグループワーク)

カリキュラム (科目群)

食品学

科目番号	科目名	講師名	講義時間
5	食品学	島村 智子	6.0
		大塚 祐季	
		富 裕孝	3.0
6	食品加工学	山崎 良行	3.0
		丸山 健太郎	3.0
7	食品機能学	宮村 充彦	3.0
		西沢 邦浩	3.0
合計講義時間 (hr)			21.0

授 業 目 標

食品の付加価値向上に役だつ情報を得て、実践に結び付けることを目標にします。

食品の構成成分である、水、タンパク質、アミノ酸、脂質、炭水化物、ビタミン、ミネラル等の特徴や役割、機能、生体維持に資するメカニズム等について学びます。それらの量や成分により、付加価値が表示可能になる強調表示や栄養機能表示の制度を利用し、実践することができるようになります。

食品の保存性を高めるための缶詰、瓶詰等の理論と知識を学びます。

食品素材を加工して、飛躍的に付加価値を高められる方法・技術を、実例を交え、学ぶことができます。

食品の持つ、三次機能（健康の維持増進）の評価方法、測定方法、それらの結果を役立つ情報に仕立てる方法を学ぶことができます。それらの機能を表示できる、機能性表示食品の届出方法を知ることができます。

食品の持つ機能の世界のトレンド、発信される情報に対する備え等を学び、ご自身の事業（計画）の立ち位置を確認でき、実践的なマーケティング戦略に結び付けることができます。

科目名	No.5 食品学	講義時間 (hr)	6.0
講師名 (所属)	島村 智子・大塚 祐季 (高知大学)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル2 食品加工 (応用)		
キーワード	食品成分、食品機能、水、栄養成分、タンパク質、脂質、炭水化物、ビタミン、無機質、味、色		
参考書	『エッセンシャル食品化学』 中村宜督他 講談社		

授 業 内 容

食品は三つの機能を有します。その一つは食品中の栄養素が生体に対して果たす作用で、生命の維持に重要な役割を果たすという意味から一次機能とよんでいます。一方、食品の有する色・味・香り・テクスチャー（歯触り）は我々の感覚に訴える機能であり、二次機能と言います。さらに食品中には、免疫系、神経系、循環器系などの調節に関与する成分が含まれており、その機能を三次機能とよんでいます。

本講義では、これら食品の有する三つの機能に関与する成分の化学的な性質、加工との関連等を理解することを目的とした解説を行います。

1. 食品成分の化学：食品成分のうち、水、タンパク質、炭水化物、脂質、ビタミン、無機質の構造と性質について解説します。
2. 食品の感覚機能：食品の色・味・香りに関与する成分について解説します。

科目名	No.5 食品学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	富 裕孝 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル 1 食品加工 (基礎)		
キーワード	地域資源、農水産物、機能性表示制度、栄養機能食品、栄養強調表示、特定保健用食品、ヘルシーフォー		
参考書			

授 業 内 容

【食品の栄養・機能性の表示を利用した食品の付加価値向上】

商品の付加価値を生活者に認識してもらうには、一目で栄養や機能の良さを分かっていたかく表示が重要です。この講義では、まず、一次産品を加工しサプリメントに仕立て、機能の表示により付加価値を向上した事例を紹介します。機能性表示食品届出制度以前の制限された表示と制度以後の表示の違いを見ていただきます。

また、うまく使えば、付加価値向上に役立つ、栄養強調表示、特定保健用食品制度と栄養機能食品制度そして、四国独自のヘルシーフォー制度について解説し、事例をお示します。

さらに、食品の機能をストレートに表示することができる「機能性表示食品制度」について届出事例を交えながら詳しくお話します。最後に、食品事故の事例を参考に、食品の安全性を担保するに何が必要か考察してみます。

科目名	No.6 食品加工学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	山崎 良行 ((公社) 日本缶詰びん詰レトルト食品協会)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 食品加工 (基礎) 食 Pro.レベル2 食品加工 (応用)		
キーワード	缶詰、びん詰、レトルト食品、商業的無菌、レトルト殺菌、二重巻締、真空脱気		
参考書			

授 業 内 容

食品加工の主な目的は、食品の保存期間を延ばすことであり、さらにおいしさも保持できることが理想的といえます。缶詰、びん詰、レトルト食品などの容器詰食品は密封して加熱殺菌を行うことで、貯蔵流通条件下の製品内で発育する微生物が存在しない、いわゆる商業的無菌の状態とし、常温での長期保存を可能にしています。よく誤解されますが、保存料や殺菌料などによって長期の保存性を得ているわけではありません。また、加工食品のおいしさや品質に影響を与える因子としては酸素ガスがあり、油脂やビタミンの酸化、メイラード反応の促進などに影響を及ぼします。そのため、容器詰食品では様々な脱気方法で酸素ガスの除去が行われており、缶詰食品では主に真空脱気が利用されています。

本授業では、容器詰食品（缶詰、びん詰、レトルト食品）が常温での長期保存を可能とするための微生物学的な安全性の確保や品質変化について理解を深めていただくように、缶詰食品などの製造方法について講義を行います。具体的には、密封方法である二重巻締やヒートシールについて、製品の内容物によって異なる加熱殺菌条件やレトルト殺菌について、製造工程や貯蔵条件が内容物の品質変化に及ぼす影響や賞味期限の設定についてテキスト・写真・ビデオを使用しながら説明します。

科目名	No.6 食品加工学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	丸山 健太郎 (セトラスホールディングス社・マグミット製菓 (株))		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル3 商品開発		
キーワード	VUCA、ダイバーシティ、オープンイノベーション、両利きの経営、バックキャストイング、OODA ループ、アジャイル開発		
参考書			

授 業 内 容

現代は価値観が多様化し、市場の変化・スピードが速い VUCA (Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性) の略) の時代と言われており、食品メーカー各社にとっても、これまでの延長の商品を市場に送り出すだけでは、ヒット商品が生まれにくい時代です。

このような環境下で、まず大手食品メーカーでは、どの様に商品開発や技術開発を行ってきたか、プロダクトライフサイクルに応じた戦略・戦術と合わせご紹介します。

また授業の後半では、食品の一次機能 (栄養機能)、二次機能 (嗜好機能)、三次機能 (生体調節機能) などにおける、商品の付加価値や差別化に繋がる食品の加工・製造技術に関する講義を行います。

科目名	No.7 食品機能学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	宮村 充彦 (高知大学客員教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	生体調節機能、科学的検証、食品の体内動態、臨床試験、高位平準化		
参考書			

授 業 内 容

近年、消費者の保健管理・健康保持に寄与する為の食品への期待は増加の一途を辿っています。食品産業に関わる方々には、食品の生体調節機能を、如何に「適切にマーケティングに利用するため」に、科学的検証（エビデンス）の質を理解する力が重要となります。

本講義では、代表的な機能性成分における、ヒトに対する生理活性、体内動態、それに伴う最適な食品製造設計の理解を深めることを目標とします。

また、ヒトに対する生体調節機能の科学的検証には臨床試験が必須ですが、質の良い臨床試験の読み取り方、その倫理的配慮についても理解を深めて頂きます。

さらに、食品製剤設計において、生体調節機能はもとより、3つの機能性のバランスの取れた食品製造の高位平準化（機能性の高いものを継続して生産可能とする）について、規格外や廃棄部位の有効利用についても食品機能の利活用における重要なファクターであり、例を挙げて概説します。

科目名	No.7 食品機能学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	西沢 邦浩 (日経 BP 総合研究所/おいしい健康ラボ)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	食品の機能性エビデンス、エビデンス・マーケティング		
参考書			

授 業 内 容

食品と健康を切り離しては語れなくなっている今、機能性エビデンスの取得は重要です。そして、健康食品による重大事故や、機能性の根拠になる研究デザインに不備があったり、論文にしばしば「スピン」と呼ばれる印象操作が見られることなどを背景に、要求されるエビデンスの質も高くなりました。取得には高いスキルや多額の投資が必要だということです。

しかし、どんな消費者にどのような機能性を訴求すべきなのか、エビデンスとその価値をどうやってターゲット層に伝えるのかといった視点とその検証が抜け落ちていると、苦勞してエビデンスを取得したにもかかわらず、開発した商品が流通にも消費者にも支持されないということが往々にして起こります。

商品に魅力を持たせるストーリー構築、コミュニケーションスキルなどを含め、効果的な食品のエビデンス・マーケティングについて一緒に考えましょう。

カリキュラム (科目群)

品質管理

科目番号	科目名	講師名	講義時間
8	食品衛生学	宮本 敬久	6.0
		松本 泰典	3.0
		松田 剛雄	3.0
9	食品分析学	韓 力	3.0
		内藤 悦伸	3.0
		土居 幹治	
10	食品表示	柏木 隆頼	3.0
		福地 祐治	3.0
		合計講義時間 (hr)	24.0

授 業 目 標

食品は、私たち人間が日々摂取することで栄養を取り入れ、エネルギーや栄養素を補い、命を維持するための物質（飲食物）です。食品には多くの種類があり、それぞれに異なる栄養素、風味、食感がありますが、そのすべてが私たちの健康と生活に欠かせないものであると同時に、つねに安全・安心に供給されなければなりません。したがって、食品の安全性と品質管理は、消費者の健康を守るために極めて重要です。

本科目群は、「食品衛生学」「食品分析学」「食品表示」3つの科目、計7回の講義からなります。

まず、「食品衛生学」では食品の衛生管理の基本的な考え方や食品衛生行政システム、各種の食中毒とその原因ならびに予防法、種々の食品汚染物質の毒性、汚染実態とその対策、食品の加工・保存のために使用される食品添加物、食品衛生対策について紹介し、食品加工に用いられる安心・安全のための基本的な技術、栄養成分や機能性成分といった食品成分が、加工や保存に影響されることを解説します。また、食品の安全性を確保するため、製造工程の総合的な衛生管理の手法としてHACCPシステムについて紹介します。

次に、「食品分析学」では一般成分分析、機能性成分分析の原理と分析する機器についてトピックスや身近な食品の分析事例を織り交ぜながら解説するとともに、最近の味覚分析についてその原理を説明し、業界内の具体的な活用事例をあげて経験とノウハウを紹介します。

最後に、「食品表示」では加工食品の消費・賞味期限表示設定における科学的根拠、つまり微生物試験（食品衛生学）、理化学試験（食品分析学）と官能試験、および実証事例を紹介し、食品衛生法、JAS法及び健康増進法など食品の表示に関する規定が統合された食品表示法の要点を説明します。

科目名	No.8 食品衛生学	講義時間 (hr)	6.0
講師名 (所属)	宮本 敬久 (九州大学名誉教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 食品衛生管理 (基礎) 食 Pro.レベル2 農業・水産業および食品加工・流通関連法規 食品衛生管理 (応用)		
キーワード	フードチェーンアプローチ、リスク分析、食中毒、食品添加物、食品衛生対策、微生物制御、高品質、品質保持、濃縮、HACCP、GAP、一般的衛生管理プログラム、自主衛生管理		
参考書	新スタンダード栄養・食物シリーズ8『食品衛生学』第3版 宮本敬久ほか、東京化学同人 (ISBN/ISSN 9784807916849)		

授 業 内 容

食品衛生は、食中毒などの食品による健康被害防止および有害微生物による腐敗防止のためには最も重要です。本講義では食品の安全性確保の対象となる各種の食中毒細菌やウイルス、自然毒、有害化学物質、寄生虫などの性質ならびにこれらによる食中毒の予防法、食品衛生対策について解説します。また、食品品質保持のために使用される食品添加物、食品の安全性確保と品質保持のために行われる物理的・化学的な食品の微生物制御法、食品中に残存して、腐敗の原因となる腐敗細菌の特性と制御、食品原料の汚染対策などについて実施例を挙げて説明します。

以下の項目について解説します。

1. 食品衛生と食品衛生行政の概要
2. 食中毒の概要
3. 細菌性食中毒
4. ウイルス性食中毒
5. 化学性・自然毒・アレルギー様食中毒
6. 有害物質による食品汚染
7. 食品添加物
8. 食品と寄生虫、異物
9. 食品衛生対策
10. 物理的微生物制御
11. 化学的微生物制御
12. HACCP
13. 腐敗細菌の特性と制御の実際
14. 農産物生産における汚染対策
15. 増加が予想される危害要因と対策

科目名	No.8 食品衛生学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松本 泰典 (高知工科大学)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	食品保存、生鮮魚介類、鮮度		
参考書			

授 業 内 容

近代食品技術は、1866年にコロンビア川の沿岸で魚の缶詰工場の操業が始まりであると言われています。ただし、その当時食品保存という観点では科学というよりも芸術 (art) の域を出ることはありませんでした。しかし、現在までの研究開発の蓄積により、科学的分析はもとより、特に食品産業界においては生産の機械化が進んでいるといえます。

そこで、本講義では、近代食品技術の中の品質保持技術、また食品分野について機械的視点からの評価を紹介するとともに、今後食品と機械の知識の融合が重要であることを説明します。そして、生鮮魚介類に着目し、保存における鮮度評価方法また内因性酵素反応の遅延方法について紹介します。さらに、魚種における鮮度の経時変化を示し、それぞれの特徴について適した保存技術の利用について理解していただきます。

食品保存では、機械を用いることが必要不可欠です。したがって、既存の装置についての有効性と課題を提示するとともに、使用および管理方法について解説します。

最後に、生鮮魚介類の鮮度保持技術を用いた地域活用の取り組みとして、高知県中土佐町で水揚げされている魚介類を例に挙げ、技術を使用者が理解して取り組むことの重要性について説明します。

科目名	No.8 食品衛生学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松田 剛雄 (ISO/FSSC22000 審査員)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル2 食品衛生管理 (応用)		
キーワード	食品安全、ハザード分析、食中毒、HACCP、CCP、GAP、一般的衛生管理プログラム、アレルゲン		
参考書			

授 業 内 容

【HACCP システムの種類】

食品事故を起こさないために作られたのが HACCP システムです。HACCP には様々な種類がありますが、小規模事業者が取り組みやすい、いわゆる”簡易版” 業界 HACCP や ISO22000 や FSSC22000 など主要な HACCP システムの概要を解説します。さらに農業生産工程管理 (GAP) の取り組みも紹介します。

【HACCP システムによる衛生管理】

HACCP システムは「7 原則と 12 手順」で構成されますが、その中で特に重要と考えられる「危害要因分析」について、受講者が扱う製品をもとにワークを交えながら深掘りしていきます。

【食品安全】

「食品安全」という観点から、食品防御、食品偽装を含めた、食品事故を起こさないための事業者の課題について考えていきます。食品事故を起こすと多くの場合、商品回収を伴います。事業者イメージの失墜や多額な回収費用のため、経営へのダメージが深刻となることが少なくありません。そうした回収が起こりにくい仕組みや製造現場でのアレルゲン管理についても紹介します。

科目名	No.9 食品分析学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	韓 力 ((株) 薬事法マーケティング事務所/高知大学客員教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	一般栄養成分分析、機能性成分分析、機器分析、クロマトグラフィー、スペクトル		
参考書	『基礎から学ぶ 食品分析学』 谷口亜樹子ほか 建帛社		

授 業 内 容

食品分析学とは、食品の安全性、品質、栄養成分などを科学的な方法により調べることです。つまり、食品を対象に、化学分析の手法を用いて、食品の本質（成分）を明らかにし、その結果を数値化（見える化）することにより、生産者のみならず、販売者、消費者、並びに全ての関係者に食品に関する確かな情報を提供するための学問です。また、この分析により、食品（食材）が持つ特徴もしくは特長を正確に把握し、食品に新たな付加価値を与えることもできます。

本講義において、食品化学の基礎知識をベースにし、以下のような内容について、その原理および応用例を紹介します。

- 食品分析試料の準備：
 - サンプリング、乾燥、保存方法など分析ための分析試料の調整方法
- 食品の一般成分分析法：
 - 食品の表示法により義務化とされている食品の一般栄養成分（エネルギー、タンパク質、脂質、炭水化物、食塩相当量）について、日本食品標準成分表の応用法とともに標準的な分析方法
- 食品成分の定性・定量分析に用いられている機器分析分析法（その1）：
 - 分光光度分析法（UV）、原子吸光分析法などスペクトル系分析法について、その原理及び応用事例
- 食品成分の定性・定量分析に用いられている機器分析分析法（その2）：
 - 高速液体クロマトグラフィー（HPLC）、ガスクロマトグラフィー（GC）などクロマトグラフィー系分析法について、その原理および応用事例
- 簡易な測定機器・試薬紙・キット：
 - 酸度、糖度、塩分濃度など身近な食品に関する物性を測れる簡易機器など

科目名	No.9 食品分析学	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	内藤 悦伸 ((株) インテリジェントセンサーテクノロジー) 土居 幹治 (マルトモ (株))		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	味覚センサー、味の見える化		
参考書			

授 業 内 容

- 味覚センサーとその最新活用事例 (内藤) :
味覚センサーは人が感じる味を数値化できる装置で、その開発背景から測定メカニズムについて、味覚センサーの基本的な特徴について説明します。さらには、得られたデータを業界内でどのように使っているか、ビジネス上での一般的な活用事例 (マーケティング、商品開発、提案) についてノウハウも含めて紹介します。
- 味覚センサーの応用事例 (土居) :
味覚センサーの活用シーンは原料仕入れから企画、開発、生産、品質管理まで多岐にわたります。そして、データは社内外問わず全てのプレゼンに活用でき「納得力」が向上するので、マーケティング、繁盛店調査、コク味の上げ方、雑味の利用法、減塩の手法、だし感の検証など、具体的な成功事例を通して戦略的活用法を伝授します。土佐 FBC 受講生の活用事例も盛り込みます。

科目名	No.10 食品表示	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	柏木 隆頼 ((株) 環境科学研究所)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応			
キーワード	賞味期限、消費期限、ガイドライン、保存試験、加速試験、保存技術、初期品質、加工方法、冷凍技術、食品添加物、脱酸素剤、防湿剤、包装資材、ガス置換包装、食品ロス削減		
参考書			

授 業 内 容

適切な賞味・消費期限を設定することや、食品の保存技術を活用し、賞味・消費期限を延ばすことができれば、食品ロス削減に繋がります。この講義では科学的根拠に基づく、賞味・消費期限の設定方法について、食品ロス削減の考え方や保存技術にも触れながら解説します。

講義内容：

1) 賞味・消費期限設定について

- ① 賞味期限・消費期限の違い
- ② 省庁が発行するガイドライン等の解説
- ③ 保存試験の実施方法
- ④ 業界団体のガイドラインについて
- ⑤ 加速試験について

2) 食品保存技術の活用について

- ① 商品の初期品質
- ② 加工方法
- ③ 冷凍技術
- ④ 食品添加物
- ⑤ 脱酸素剤・防湿剤
- ⑥ 包装資材・ガス置換包装

科目名	No.10 食品表示	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	福地 祐治 ((同) フードラベルサポート)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル2 農業・水産業および食品加工・流通関連法規		
キーワード	食品表示法、景品表示法、計量法、食品衛生法、JAS 法		
参考書	『早わかり食品表示ガイド』 消費者庁		

授 業 内 容

食品表示法における表示：食品表示法及びその事例について説明します。

講義内容：

- 1) 食品表示に関する法令
 - ① 食品表示法と食品表示基準
 - ② 食品表示に関するその他の法令（景品表示法、計量法等）
 - ③ 法令以外の表示に関する制度（公正競争規約、ガイドライン等）
 - ④ 表示違反に対する罰則
- 2) 食品表示の対象となる食品
- 3) 加工食品の義務表示事項（食品表示法に基づく表示）
 - ① 加工食品の別記様式（一括表示）
 - ② 食品添加物の表示
 - ③ アレルギー表示
 - ④ 原料原産地表示
 - ⑤ 栄養成分表示
 - ⑥ 遺伝子組換え食品表示
 - ⑦ 個別的義務表示
 - ⑧ 表示の様式
- 4) 他法令に基づく表示
 - ① 米トレーサビリティー法に基づく表示
 - ② 容器包装識別表示
- 5) 演習問題

カリキュラム (科目群)

食品ビジネス

科目番号	科目名	講師名	講義時間
11	農業ビジネス・6次産業化論	長谷川 潤一	3.0
		松田 高政	
		小林 茂典	3.0
		中村 文隆	1.5
		旭食品 (株)	1.5
12	経営戦略	平島 輝之	3.0
		峠 篤士	3.0
		山本 昇	3.0
13	食プロ対策	松田 高政	3.0
合計講義時間 (hr)			21.0

授 業 目 標

食品ビジネスとは、人がそのまま食べるもの（医薬品・医薬部外品を除く）を作って販売するビジネスのことで、生産から加工、販売まで、食が消費者に届くまでのあらゆるプロセスを包括します。

地方の活性化及び地域産業の振興を考える上で、農林水産業や地域食材を活用した食品加工業・飲食業などの食品ビジネスは、最も身近で地域への波及効果が高い産業です。しかしながら、身近で参入しやすい反面、経営的な視点不足等により失敗例も多く見受けられます。

このため、本科目群では農業ビジネス、食品加工ビジネス、流通業等、食品ビジネス全体の理解を深めるとともに、起業及び経営ビジョンの策定方法など経営戦略の基本的知識の習得に努めます。

具体的には、農産物を活用した食品加工の観点から、農業ビジネス及び農作物の栽培技術、地域内連携による6次産業化の取組についての理解を深めます。また、食品流通の基礎知識を商流・情報流・物流に分けて理解します。

経営に関しては、起業家として新しいビジネスを創出する考え方や手法を学ぶとともに、経営戦略策定に欠かせない知的財産のリスク管理、財務の基礎知識、各種分析手法を習得していきます。

最終的には、新たな食品ビジネスを企画立案できる人材像として「食の6次産業化プロデューサー」制度があります。その制度を理解した上で、これまでの講義内容を振り返りながら、食品をプロデュースするために求められる能力を総合的に養います。

科目名	No.11 農業ビジネス・6次産業化論	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	長谷川 潤一 ((一社) 食農共創プロデューサーズ) 松田 高政 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 6次産業化論 食 Pro.レベル2 6次産業化関連法規、6次産業化事例分析		
キーワード	6次産業化の意味と目的、6次産業化のメカニズム、6次産業化の パターン、地域食農ビジネス、戦略立案、事業展開の多様化、 各種事例、食の6次産業化プロデューサー制度		
参考書	本講義で使用する事前配布資料		

授 業 内 容

本講義では、前半に6次産業化の背景として、6次産業化法など、地域の資源を利活用したり、他との連携を講じたりする食農ビジネスが発展してきた経緯を解説するとともに、その取組を実施する上で必要な「戦略」や「戦術」の理解醸成を図ります。

また、これらを実施してきた事例を参考に、その取組を立案した「自身(自社)の課題や社会的課題」、課題解決のために講じたアイデアや工夫を説明します。最後に本科で取得できる「食の6次産業化プロデューサー制度」について、段位認定のためのポイントを解説します。(長谷川)

講義後半では、基本的な6次産業化の「意味」と「目的」、6次産業化のメカニズム、6次産業化のパターンの事例を学びます。具体的には、6次産業化の定義及び関連法規を学ぶとともに、農業者が6次産業化で成功するための考え方と戦略について事例から学びます。

また、農家が農産物加工に取り組む場合の基本(営業許可・加工方法等)と、商品開発・販路開拓のノウハウについて事例を交えながら解説します。

- ・6次産業化について(定義・関連法規)
- ・農産物直売所での販売の取組
- ・修了生の農産物販売戦略(ニッチ・差別化)
- ・農産物加工の基本(営業許可・保存性・加工方法)
- ・農産物加工の失敗と成功の違い
- ・失敗から成功へ、商品改善による全国流通
- ・消費者視点・地域連携による6次産業化
(松田(高))

科目名	No.11 農業ビジネス・6次産業化論	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	小林 茂典 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 農産物と水産物 食 Pro.レベル2 農業技術と水産技術		
キーワード	食の外部化 (調理の外部化)、加工・業務用野菜、6次産業化、顧客価値		
参考書			

授 業 内 容

本講義では、「食と農を効果的に結びつける仕組みづくり」について、「食＝農＋食品産業（製造業、流通業、外食・中食産業）」という観点から、その要点を検討します。具体的には、①食の外部化（調理の外部化）に対応した食品の生産・供給（加工・業務用野菜）、②地域資源に付加価値を付けながら顧客につながる仕組み（6次産業化）について考察します。

このうち、①の加工・業務用野菜については、単身・共稼ぎ・高齢者などの簡便化志向が強い世帯の増加を背景として進行する食の外部化の特徴や、こうした需要への対応の必要性とその国内対応の状況と課題等について、野菜を対象として学びます。食の外部化は調理の外部化とも呼ばれ、外食や中食などの家庭外で作られた加工品や調理品の消費が増加することを意味しており、野菜の場合、サラダ等の惣菜やカット野菜などの即食性食品のほか、冷凍野菜、冷凍調理食品などの時短食材の利用者層の広がりという面にも現れており、これに対応した国内生産・供給の強化のあり方を中心に解説します。

②の6次産業化については、6次産業化を、地域資源を活用した農業と食品産業の統合・連携による産業振興と地域振興を図る事業活動としてとらえた上で、農業生産者自らが生産・加工・販売等を一体的に行う多角化タイプと、農業生産者と商工業者等の連携タイプの双方について、事例紹介を行いながら、その効果的な推進方法について検討します。併せて、6次産業化は、国の政策においても「農山漁村発イノベーション」の重要な取組の一つとして位置づけられており、産業振興や地域振興に係る政策的位置づけや、わが国の食品流通システムの特徴を踏まえた6次産業化の取組および地域ぐるみの取組の方向等についても検討します。

また、加工・業務用野菜や6次産業化の考察においては、「顧客価値」の向上という付加価値形成とその価値提案の基本的な内容についても解説します。「顧客価値」は、消費者・実需者が必要とする「機能・便益・価値」を意味し、マーケティングや価値連鎖の仕組みを考える上でも大切な概念です。

科目名	No.11 農業ビジネス・6次産業化論	講義時間 (hr)	1.5
講師名 (所属)	中村 文隆 ((株) 南国スタイル)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 農産物と水産物 食 Pro.レベル2 農業技術と水産技術		
キーワード	農業経営、農業ビジネス、農産物加工、食料、食料価格、資源		
参考書			

授 業 内 容

JAの子会社として株式会社南国スタイルを設立した理由やその背景について、会社概要などを踏まえて説明します。

そして、経営も15期目を迎えています。今に至るまでの周りの環境変化や、その変化に対応する対応策、また、一農業当事者としての考え方などを伝えます。

ポイントとしては：

- ・世界の食糧事情や、その中での日本の農業や食料の現状
- ・大消費地から距離のある、地方、高知で農業をすること
- ・振り返ってみて、土佐 FBC で学び、今に活着ていることなど

また、講義の後半、当社が運営する「JA 高知県 高度環境制御施設 次世代型園芸ハウス」の映像を用いたパプリカ栽培現場のほか、キャベツ、だいこんの露地栽培の状況等を理解し、農業技術の実例を体験します。

科目名	No.11 農業ビジネス・6次産業化論	講義時間 (hr)	1.5
講師名 (所属)	朝倉 和也 (旭食品 (株)) 岩崎 和也 (旭食品 (株))		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 食品流通		
キーワード	食品流通、物流、商流、情報流、6次産業化		
参考書			

授 業 内 容

【講義及び動画による物流センターの視察】

■ 講義：

食品流通業界のトレンド、旭食品の取り組み事例から6次産業化を学びます。
高知市土佐山地区の「ゆず」栽培における旭食品とのこれまでの関わりについて学びます。
卸売業の役割、食品流通における基礎知識や「商流」「情報流」「物流」に分けて考えます。
旭食品の「中間流通」機能に関連して、グループ会社を紹介します。

■ 物流センター視察 (動画)：

旭食品の中でも最大規模の設備である「四国総合流通センター」は
商品知識の無い人でも出荷が可能なピッキングシステムや、倉庫内から出荷口へと
届け先ごとに商品を運ぶ自動仕分けシステムなど、センターの主な機能を紹介します。

科目名	No.12 経営戦略	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	平島 輝之 (高知商工会議所)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル2 財務の基礎 食 Pro.レベル3 経営管理		
キーワード	小規模・中小企業の経営戦略、財務に基づいた経営管理		
参考書	『ストーリーとしての競争戦略』 楠木 建 東洋経済新報社		

授 業 内 容

大企業は例外なく経営理論に基づいた経営を展開しており、経営資源に乏しい中小・小規模企業もまた、理論を理解し、「中小・小規模企業ならではの戦略」を講じる必要性があります。

本講義では大企業と中小企業・小規模事業者の事業領域と戦略の違い、中小企業・小規模事業者ならではの戦略の立て方、成功しやすい戦略と失敗しやすい戦略、戦略の構築に欠かせない各種分析手法（競合分析、環境分析等）から自社独自のポジションを作りこむ手法、事業のステージに応じた経営上の注意点などについて学びます。

また、財務の知識がなければ、自社の状態を正確に把握できないばかりか、正しい経営判断もおぼつかないことから、貸借対照表、損益計算書を見る際の勘所や、経営判断に欠かせない限界利益や損益分岐点の概念、資金繰り表による予実管理など通じて自社の現状を把握し、「頭の中に自社の数字を置いた経営」の必要性を学びます。

基礎的な理論中心の講義となりますが、理解が進むよう、平易な説明に努めるとともに、「フードビジネス」に焦点を当てた講義を行います。加え、支援機関や公的支援施策の活用法についても説明します。

科目名	No.12 経営戦略	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	峠 篤士 (峠経営コンサルタント/高知大学客員准教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル1 経営及び経営分析の基礎 経営及び経営分析の基礎 (事例)		
キーワード	食品ビジネス、商品開発、マーケティング、起業家精神、ネット通販、特産品開発		
参考書			

授 業 内 容

本講義では、食品ビジネスにおける6次産業化の基礎を学び、商品開発からマーケティング、販売戦略までの流れを体系的に理解することを目的としています。

まず、食品業界において「稼げる人」とはどのような人かを考え、事業成功の鍵となるゴール設定と戦略構築の重要性を学びます。特に、社会の課題を解決するビジネスとしての食品産業の可能性に焦点を当て、起業家精神と市場ニーズの結びつきを考察していきます。

次に、売れ続ける仕組みを作るためのマーケティング手法について学びます。顧客のニーズを理解し、どのような商品が求められているのかを分析しながら、特産品の商品開発のポイントを探っていきます。また、事業計画を策定する上での目標設定の重要性を認識し、それをもとに具体的な商品戦略を立てるスキルを身につけます。講義の中では、山椒を活用した商品開発をケーススタディとして取り上げ、特産品をどのように市場に適応させるかを考えます。

さらに、食品ビジネスにおけるネット通販の活用方法について学び、ECサイトの有効な活用戦略について検討します。食品のネット販売は競争が激しく、成功するためには適切なターゲット設定やマーケティングが不可欠です。実際の成功事例を紹介しながら、売れる仕組みをどのように作るかを具体的に学んでいきます。

最後に、これまで学んだ内容をもとに、実際の事業計画に落とし込む作業を行い、グループワークを通じてアイデアを実践的に形にしていきます。受講者は自らの商品アイデアをプレゼンし、フィードバックを受けながら実現可能性を高めていきます。この講義を通じて、食品ビジネスの実践力を養い、6次産業化を成功させるための考え方を身につけることを目指します。

科目名	No.12 経営戦略	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	山本 昇 (高知大学客員教授)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル3 マーケティング (応用)		
キーワード	産業 (知的) 財産 (特許・実用新案権、意匠権、商標権)、営業秘密、リスク管理		
参考書	経済産業省特許庁 HP https://www.jpo.go.jp/		

授 業 内 容

産業 (知的) 財産制度の特許・実用新案権、意匠権、商標権の概要、及びノウハウ等を中心に理解することを目的とします。また、知的財産のリスク管理について理解することを目的とします。

1. 産業 (知的) 財産の種類や内容等、知的財産制度の概要について説明します。
2. 特許、実用新案法の目的や登録要件等、特許制度の概要について説明します。また、特許出願から登録までの流れについて説明します。
3. 意匠法の目的や登録要件等、意匠制度の概要について説明します。また、意匠登録出願から登録までの流れについて説明します。
4. 商標法の目的や登録要件等、商標制度の概要について説明します。また、商標登録出願から登録までの流れについて説明します。
5. 実際の産業 (知的) 財産関連での紛争の事例について紹介を致します。
6. 事業を行う上での産業 (知的) 財産に関するリスクについて説明します。
7. 産業 (知的) 財産管理としてどのような企業活動があるのかを説明します。

科目名	No.13 食プロ対策	講義時間 (hr)	3.0
講師名 (所属)	松田 高政 (土佐 FBCIV)		
対応コース	本科コース	入門コース	部分受講コース
食 Pro.対応	食 Pro.レベル3 事業計画 (応用)		
キーワード	食の6次産業化プロデューサー、食プロ制度、申請書の書き方		
参考書	『食の6次産業化プロデューサー「基幹教則本」』 (一社) 食農共創プロデューサーズ		

授 業 内 容

食の6次産業化プロデューサー (食プロ) とは、生産 (1次産業)、加工 (2次産業)、流通・販売・サービス (3次産業) の一体化や連携により、地域の 農林水産物を活用した加工品の開発、消費者への直接販売、レストランの展開など、食分野で新たなビジネスを創出する人のことです。

本講義では、国家戦略・プロフェッショナル検定「食の6次産業化プロデューサー」のレベル3の資格取得に向けて、申請書の作成に必要な知識と、食プロとして求められる能力を養います。具体的には、食の6次産業化プロデューサーとして、商品企画から試作開発、販路開発まで、総合的にコーディネートできる手法について、実例も交えながら分かりやすく解説します。

- ・食プロ制度について

- ・食プロとして求められる能力

- 商品企画・設計・開発が主体的にできるか？

- 商品の開発にあたり自社の強みを活用できるか？

- 市場ニーズや成長性を正確に捉えられるか？

- 最終消費者と利用シーンを想定できるか？

- 競合相手に対する優位性を客観的に確認できるか？

- 商品の価格・事業の損益分岐点を計算できるか？

- 事業の発展のために後続の商品開発ができるか？

- 販路開拓・売上目標を達成し、事業を成功に導けるか？

- ・食プロ申請書の書き方演習