

令和 5 年度武蔵野大学学外学修プログラム 秋田県鹿角市「UI ターン起業研究」 活動報告書

執筆者一覧

姜雪潔（経営学部経営学科准教授）
長田千弘（文学部日本文学文化学科 4 年）
向山恩花（経営学部経営学科 4 年）
大井健太郎（経営学部会計ガバナンス学科 3 年）
大川凜汰郎（工学部環境システム学科 2 年）
後藤貫太（経済学部経済学科 2 年）
陳銀嬌（経営学部経営学科 2 年）
前川慎（法学部政治学科 2 年）
目時大翔（工学部環境システム学科 2 年）

武蔵野大学・2023 年 12 月

目次

1.	活動背景.....	3
2.	活動目的.....	4
3.	活動内容.....	4
3.1.	企業インタビュー.....	6
3.2.	インターンシップ.....	8
3.3.	成果報告会.....	53
4.	まとめ.....	53

1. 活動背景

秋田県鹿角市は青森県、岩手県、秋田県の県境に位置し、古くから尾去沢鉱山を基幹産業として発展してきた。鉱山の閉山に伴い、鹿角市の人口は、昭和30年の国勢調査人口60,475人（旧4町村合計）をピークに、令和2年の国勢調査では29,088人に減少した。高度経済成長期、バブル期に他地域への求職や進学に伴う人口流出が止まらず、15歳から34歳までの年代の構成比が今後さらに低下していくと予想される。令和3年から実施した「鹿角市総合計画」では、人口構造の若返りによる持続可能な社会システムの構築を基本構想として、人や地域の活力を生む交流を促進する取組方針などが策定され、官学連携の輪のひろがりが見られた¹。その取り組みの一つとして、平成30年に武蔵野大学の学外学修プログラム（フィールド・スタディーズ）を受け入れることからスタートしたが、感染症拡大の影響等により中止、令和4年の夏期には再開、プログラムも1件から3件へ拡大した。武蔵野大学1年生の必修科目「基礎フィールド・スタディーズ」（以下、基礎FS）に加え、2年生以上の学部横断型の科目として「発展フィールド・スタディーズ」（以下、発展FS）が2件増えた。一つは、「中心市街地の活性化」を目標とするプログラム、もう一つは移住者の起業活動について研究する本プログラムとなった。

地域振興、企業の立地環境の視点から見ると、鹿角市は基幹産業の後退に伴って製造業、商業が低迷する中、持続可能な雇用創出の課題を抱えている。若者の流出をはじめ、人口の社会減の背景には、魅力的な雇用環境の不足が一因である。これは鹿角市に限ったことではなく、全国の人口減少地域において共通課題ではあるが、地域の産業や条件と照らし合わせて、工夫をこらしながら課題解決に向かっている先進事例も報告されている。

鹿角市では、地域起こし協力隊を活用した移住コンシェルジュ、移住者先輩が立ち上げたNPOの活動により、移住者数の実績が目立っている。前職のスキルや知見を活かして起業する移住者、地域の未利用資源に着目して新事業を立ち上げる移住者など多種多様な事例が、鹿角市の新たな可能性を示唆している。先輩移住者の働き方、いわゆる鹿角「ライフモデル」の事例に触れることは、首都圏をはじめ他地域在住の鹿角出身者にとって、地域魅力を再発見する機会となり、UIターンへ関心が向上すると考えられる。そこで、令和4年度のプログラムでは、UIターン起業家にインタビューを通して事例研究を行い、首都圏在住の鹿角出身者に向けて、成果を報告する内容構成とした。プログラムには、経営学部経営学科3年学生、男子8人、女子4人の計12名が参加した。令和4年の9月12日（月）から17日（土）までの5泊6日間、移住者の方々や支援団体の方を含む計10箇所のヒアリング調査を実施した。地域の未利用資源が豊富に存在していること、移住サポートが充実していること、移住者が持つ外部視点が事業化の実現につながったことなど、事例を通して学んだ。10月29日（土）に武蔵野大学有明キャンパスで行われた鹿角家家族会議で、以上の内容を中心に「鹿角ライフモデル」の提案として報告を行なった際に、首都圏に住む鹿角出身の若者たちからも多くの質問が出され、強い興味関心が示された。

昨年度の成果を踏まえて、令和5年度のプログラムでは学外学修の期間を延長し、課題解決型インターンシップを中心とした内容に決めた。行政やNPO組織、地元企業の協力のもとで、UIターン起業家にとって次なる展開に向けて、経営者や社員の方々と意見交換しながら、現場の経営環境や経営資源にもとづいた提案内容に挑戦した。

¹ 第7次鹿角市総合計画(令和3年度～令和12年度)

2. 活動目的

UIターン者による鹿角市での起業の可能性を研究するため、農業、食品製造業、小売サービス業の分野で活躍する先駆者へのインタビューや仕事体験を通じて、鹿角市ならではのライフスタイルを鹿角家 U 25 等へ提案し、移住を促す。

3. 活動内容

令和5年のプログラムには、3学年にまたがって5学部より、男子学生6人、女子学生2人が参加した。そのうち、7人は日本人学生、1人は中国からの留学生であった。秋田県に行ったことない学生がほとんどだった。

プログラムの授業計画は、5回の事前学習、10日間の学外学修、4回の事後学習から構成された。事前学習では、移住促進の取り組みや先進事例や、人口流出の課題をめぐる行政の施策、鹿角市出身の若手起業家の考え方などを中心に学んだ。

令和5年度武蔵野大学発展フィールド・スタディーズ

「UIターンの起業活動に関する研究」事前授業概要

授業回	実施日	授業時間	講演者（敬称略）
第1回 （1日目）	6月17日（土）	ガイダンス、グループワーク、 鹿角関連の基礎知識習得	NPO法人かづの classy 代表理事木村芳兼氏
第2回 （2日目）	7月8日（土）	テーマ別学習（①人口）	鹿角市総務部政策企画課 総合戦略室主査海沼寿和氏
第3回 （3日目）	7月29日（土）	テーマ別学習（②地方創生）	ForLife 株式会社代表取締役 佐藤裕希氏
第4回 （4日目）	8月19日（土） ／8月22日（火）	テーマ別学習（③先進事例研究、 鹿角に関連する都内企業見学）	-
第5回 （5日目）	9月2日（土）	テーマ別学習（④調査スキル）	-

9月4日（月）から13日（水）まで、10日間の学外学修を行った。

初日は、まず、まちなかオフィスにて市役所によるオリエンテーションから学外学修プログラム全体の流れについて説明を受けた。翌日、インターンシップ実施予定の企業に対して

インタビューを行った。その後、3班に分かれてインターンシップに取り組んだ。9月8日（金）に予定された十和田小学校との交流活動は、感染症の拡大により中止となったが、代替案として市内を見学し、別の視点から鹿角市の魅力に気づかされた。9月10日（日）に、NPO法人かづの Classy の活動拠点を訪れ、BBQでは行政の方や移住者の方々から鹿角の暮らしや働き方について教わった。NPO法人かづの Classy が展開する宿泊事業も体験し、鹿角の歴史や食文化の豊かさを改めて実感させられた。週明けには、1週間の活動で得られた知識や体験を取りまとめ、9月12日（火）の成果発表会に臨んだ。以下、企業インタビュー、インターンシップ、事後学習と成果発表会の状況について述べていく。

3.1. 企業インタビュー

今回のインターンシップ受け入れ先として、株式会社タカヤ（小売サービス業）、燻製屋猫松（食品製造業）、綱木農園（農業）、の3社にご協力いただいた。

9月5日（火）の午前中に株式会社タカヤを訪問した。創業者は現社長高谷秀和氏の祖父であり、90年前の1933年に、鉾山で働く労働者向けに時計や宝石を販売することで事業がスタートした。その後、代理店ビジネスを軸に事業を拡大、メガネ、音楽教室など、需要に合わせて地域に新たな商材やサービスを取り入れた。現在、メガネ関連事業、ドコモ事業、飲食事業、食物販事業、未来創造事業部の5つの事業部で多角化経営を展開している。従業員人数300名（2022年10月時点）、営業拠点は秋田県秋田市、北秋田市、大館市、鹿角市、青森県、岩手県、宮城県に設置している。地域の人口減少により、商圈市場の縮小が多くの地方企業にとって共通課題となる中、株式会社タカヤは、「本当の敵は時代」と捉え、時代の流れに合ったビジネスを見極めて経営資源を集中させた。鹿角市に拠点を持つことで、地元の雇用創出に貢献しながら、働く環境としての魅力を高めてきた。女性の活躍推進や、仕事と育児・家庭との両立支援を行うなど、家庭の事情などに制約される女性労働者にも、働きやすい環境づくりに率先して取り組んでいる。創業100周年に向けて、会社の経営理念にあった新規事業を検討しており、新たな事業展開の提案が今回インターンシップの課題として出された。

続いて、燻製屋猫松を訪問し、松村託磨氏から創業の経緯や展開を伺った。松村氏は地域おこし協力隊に応募したことで鹿角へ移住し、その後、趣味の燻製を活かして起業に成功した。秋田県の名物として、「いぶりがっこ」がよく知られているが、地元住民からは「あれは県南のもの」という固定概念があり、製造者がいない。一方、消費者の間にも、燻製製品といえば、お酒のつまみとして捉えられることが多く、男性的なものとしてのイメージがある。そこで、都会的でおしゃれに憧れる女性をターゲットにしたところ、パッケージに工夫を凝らして、製法にこだわって開発した「燻り大根漬け」は大人気を呼んだ。ナッツ、チーズなど、味のバリエーションを徐々に増やし、商品ラインが充実してきた。現在、市内にある2つの道の駅のほか、東京都目黒区自由が丘にある食のライフスタイルショップ「田ノ実」、自社のオンラインショップで販売している。ところが、主力製品の燻り大根漬けは、使用する原材料の大根は地元農家さんに栽培を委託しており、燻製用の工場も設備能力に限りがあるため、収穫してからすぐ売り切れとなる。新たな商品開発を手掛け、売上の平準化を目指したい、という課題が示された。

午後、綱木農園を訪れた。設立者の綱木裕一氏は、平成27年に、10年以上暮らした東京から地元の鹿角市にUターンした。子育ての環境として都会では窮屈さを感じ、自然豊かな故郷で子育てしたい、という理由だった。東京ではシステム会社でIT関連の仕事などに携わっていたが、農業に関しては全く知識がなかった。周囲からも、「農業は高齢者がやる儲からない仕事だ、やめとけ」と反対される中、農作物の取引価格や推移、年収などについて1年間をかけて丁寧に調べて本格的に挑戦を始めた。都会で暮らした経験から、「小さい野菜、アレンジしやすい野菜が売れる」ことに気づき、中でもミニトマトの可能性に惹かれた。経験を重ねながら「アンジェレ」という品種にたどり着き、事業を安定成長させていった。現在18棟のハウスを有し、パートタイマー8人を雇用し、トマトの栽培・収穫・出荷に当たっている。出荷は全て全農向けのため、販路に関しては心配ない。しかし、トマトの

栽培周期としては、2月下旬から3月に準備、6月下旬から10月いっぱいまで収穫となっている。冬季の収入を確保するにはもう一つの収入源が望ましい。そこで、今年度からさつまいもの栽培を始めたが、ミニトマトと異なって全農向けではないので、青果用だけではなく、加工品の可能性も考えたい。

3.2.インターンシップ

9月6日（水）、9月7日（木）、9月9日（土）は、3班に分かれて企業インターンシップに参加した。メンバー編成と活動のテーマ、内容は以下の通りである。

班	メンバー	インターンシップのテーマ	内容詳細
タカヤ班	○大井健太郎 前川慎 大川凜汰郎	可能性を切り拓く 地方の商業経営戦略	座学：商業経営、事業部長会議、 ラジオ収録、ディスカッション
猫松班	○長田千弘 陳銀嬌 目時大翔	燻製屋猫松のマーケティング —新商品開発と展開—	座学：燻製屋猫松の取り組み、材 料買い出し、ヒアリング、実証実 験、評価、決定
綱木農園班	○向山恩花 後藤貫太	冬期間の農業所得安定プラン —サツマイモの可能性—	座学：綱木農園の取り組み・鹿角 農業の課題、収穫体験（ミニトマ ト、サツマイモ）、ディスカッシ ョン

※○の学生は班のリーダー

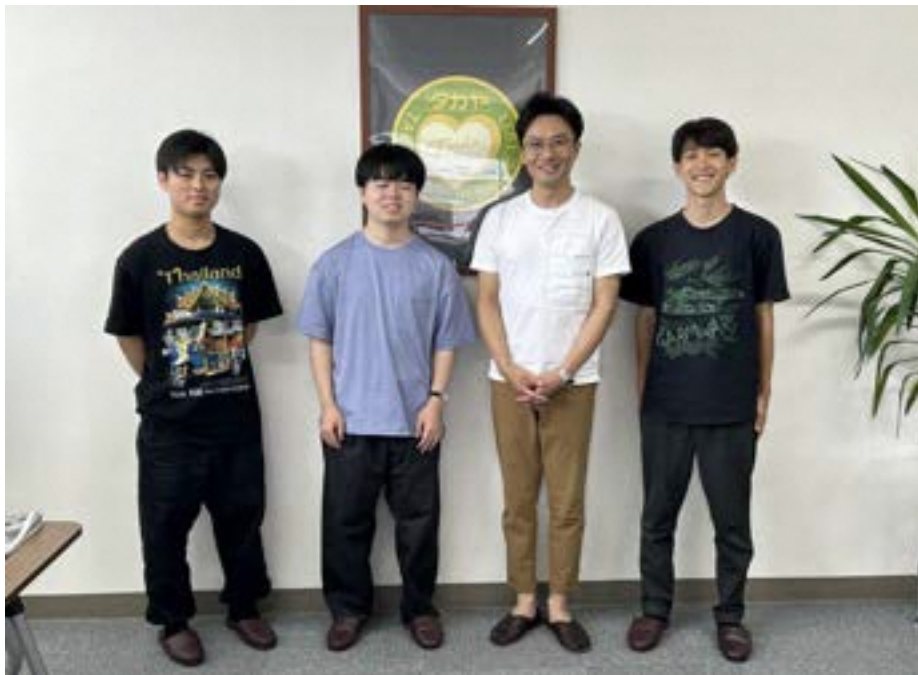
具体的な活動内容は、学生が記録した「インターンシップ日誌」をご参照ください。

株式会社タカヤ様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学経営学部会計ガバナンス学科

大井健太郎 2021069

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9:30

終了時間：15:30

	
写真 1-1 作業風景	写真 1-2 エントランス

9:30～ 自己紹介

10:30～ 座学「鹿角花輪の現状と商店・企業のあり方」

座学では、「なぜ、故郷の地方の地元企業の成長が必要なのか」「小売業の真の敵、ライバルはなにか」「人口減少が商店に与える影響はなにか」という三つの問いを通して高谷さんの考えを教わりました。

一つめの問いの答えは「人材創出のため」です。人材とは、その地域にとって文化や経済そのものと言えます。地元の企業が成長しない場合、その地域に優秀な人材が集まらなくなり、その地域の伝統文化や経済の存続ができなくなってしまうのです。

二つめの問いの答えは「時代」です。人口減少や物価の上昇、技術の発展などの時代の流れは一企業が抗えるものではなく、逆らわずにその波に乗る必要があります。

三つめの問いの答えは、顧客の減少です。人口が減少することにより、商店の顧客が減少し、売り上げが減少します。

13:30～ 株式会社タカヤについて、歴史・経営理念

【学んだこと】

株式会社タカヤ（以下、タカヤ）の歴史や経営理念、経営戦略などを学びました。現在の社長である、高谷秀和さんは三代目であり、タカヤを現在のように東北全域に店舗を広げる程大きくした人物です。従業員は約 330 人、売上高 22 億円の社長から直にその会社について学ぶことができました。タカヤの経営理念は「そこに住み暮らす人々に必要とされ、幸福感ある暮らしの実現に寄与する」です。経営理念の中にあえて幸福感という言葉を使用しているのは、満足感が幸福には必ずしも繋がらないという考えがあるからです。

経営戦略、戦術

タカヤの戦略は「メガFC戦略」というものです。メガFCとはフランチャイズ契約により一つの企業が多くのフランチャイズの店舗を運営する形態のことです。フランチャイズのメリットとして、すでに有名な店舗の商標を利用することができるので販売方法などのシステムを考える必要がなくなります。また、工場などを作る必要もないので、出店のリスクが低く、会社が成長しやすいという特徴があります。つまり、「時間を買って勝ち残る」ということができます。

運営するフランチャイズの店舗の決定の基準は、業界の中で「オンリーワン」、「ナンバーワン」、「持続可能である」ことです。FCは業界でNo.2の会社の方が加盟金やロイヤルティなどの条件が良い場合が多いですが、持続可能性の面において業界でナンバーワンの企業を選択しています。

【学んだこと】

タカヤでは女性の育児の支援制度がとても充実しており、多くの表彰をもらっています。会社として女性の出産や育児をしやすい環境を整えることで、従業員、会社、地域社会の3方向に良い影響があるということを学びました。職場の環境がよくなることは従業員にとって良いことだけではなく、企業の真の敵である時代（人口減少）に少しでも争うことができます。「小売業の真の敵、ライバルはなにか」という問いから時代という争うことのできない大きな敵の考えを知ることができました。その敵に対し、一企業のみで争うことはできません。しかし、日本の企業がタカヤのような取り組みをすることで、日本全体で時代に争うことができるのではないのかと強く感じました。

Day 2

開始時間：9:30

終了時間：16:00



写真 2-1 ズーム説明会



写真 2-2 ラジオ収録

9:30～zoom 会議

(1) ドコモ法人事業部鎌田部長様

タカヤにおけるドコモ事業の過去、現在、未来についてのお話を伺いました。現在、ドコモショップは鹿角市と大館市の2拠点あり、タカヤモバイル関連事業の法人営業拠点は秋田県北秋地区と能代山本地区に一つずつあります。タカヤの特徴として、店舗間での異動がないため、地域に密着した営業が可能になります。ドコモ本社からも認められており、秋田県の北半分を任されています。

(2) フード事業部高沢部長様

食品フランチャイザー企業のメリットとデメリット、FCの店を選ぶ基準について伺いました。タカヤではFCの店舗運営が主な事業なので、タカヤの独自色を出すことは難しいです。FCのメリットとしてすでに成功している商標を扱うことができますが、運営する企業の名前を広く発信することはできません。タカヤで行なうことのできる付加価値の付け方としては接客やパッケージなどのみとなります。

1日目にFCを選ぶ基準として、オンリーワンやナンバーワン、持続可能性などがあると伺いましたが、そのFCの運営で稼ぐことができるかもとても重要な基準になります。そのため、FCの本部から想定のPLなどをもらい、本当に儲かるのかを数字を見て厳格に判断します。

(3) 眼鏡事業部部長大塚部長様

タカヤのオリジナルの事業であるこども眼鏡院の説明と店舗開発・出店戦略についてのお話を伺いました。こども眼鏡院は18歳までの子供が利用できるもので、視力の変わりやすい子供に寄り添ったサービスを提供しています。

大塚部長は新店舗の開発や出店戦略の策定を担当しています。以前は社長さんだけで行っていましたが、会社の拡大に伴い大塚部長も参加するようになりました。新店舗の開発では、自社とマッチする業態を発掘します。タカヤの大切にしている持続可能な経営という考えや既存の店舗との類似性なども見ます。出店する土地の判断などを行い、事業計画を策定して出店に繋がります。

(4) 未来創造事業部部長の大山典子部長

タカヤのブランディングについて伺いました。創業当初からの事業である眼鏡部門だけであれば、地域に愛された企業になっており、新たなブランド戦略は必要がありません。しかし、タカヤが今後東北全域に事業を拡大するにあたり、多くの人にタカヤのイメージの浸透が必要となります。タカヤではFCの運営が主要な事業であるため、BtoCではなく、BtoBのブランド戦略が重要となります。また、タカヤという名前を広めることで優秀な人材の採用にもつながると考えられます。

13:30～インターンシップ3日目の課題の詳細の説明

インターンシップ3日目と成果報告会の発表課題の詳細が決まっていなかったため、高谷さんに相談しました。以下の基準で3日目に新たな事業計画を提案し、それを12日の成果報告会に向けて高谷さんとブラッシュアップすることが決まりました。

提案する事業の大まかな基準

- ・2028年から2032年の五年間でできる事業
- ・年間の売上一億円以上
- ・タカヤの人材が馴染む事業

- ・タカヤの経営理念、カラー、社風に合う企業
- ・持続可能な企業
- ・新規事業ではなく、FC 事業
- ・今後なくなることのない業種

15:00～ラジオ収録。「不安」「関係人口」「失敗談」「幸せとは？」などの話題でフリートーク。

「人と人が付き合う」タカヤのドコモ事業では秋田県の北半分を任されており、ドコモからも頼られる企業になっている。タカヤでは異動がないため、大きな企業のショップと比較して地域に密着した営業が可能。ドコモから信頼を勝ち取っており、新たなエリアの運営も任されるようになった。ドコモの法人営業では会社同士の取引ではなく、人と人の付き合いであるという意識が重要。

食品事業は不況に強い。食べ物は人間に必要不可欠なものであり、不況でも消費される。一定の収益を上げ続けることができ、持続可能な事業である。

FC を選ぶ基準は業界のナンバーワン企業、オンリーワン企業であること。

タカヤは眼鏡事業以外でオリジナルの事業がないので、タカヤの名前を売ることが難しい。

Day 3

開始時間：9:30

終了時間：14:30



写真 3-1 散歩

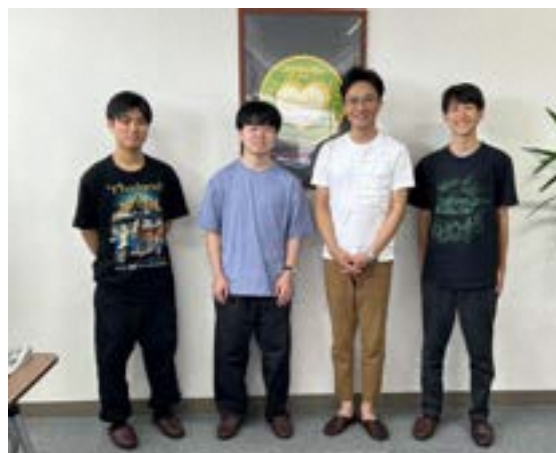


写真 3-2 最後にみんなで

9:30～提案の発表

(1) ホームセンターカインズの提案

主に大川凜太郎が提案しました。静岡の実家の付近にあり、タカヤのライフサポート事業ユニットと相性が良いと判断しました。カインズのオリジナルブランドも人気があり、

タカヤの意識する業界ナンバーワン・オンリーワンの企業という基準にマッチしています。

高谷社長からは、ホームセンターは競争がとても激しく、地方の地域にはそのエリアで元々強いホームセンターがあることが多く、現在のタカヤの会社の力では新規の参入は難しいという判断をいただきました。

（２）業務スーパーの提案

主に前川慎が提案しました。業務スーパーはタカヤのライフサポート事業ユニットとフード事業ユニットのどちらとも相性がよく、既存の事業との親和性が高いと考えました。スーパーという食品事業の需要は今後なくなることはないので、タカヤの目指す持続可能な経営に繋がるのではないかと考えました。東北のエリアではまだ業務スーパーのない大きな都市もあり、参入の余地があると判断しました。

高谷社長からは、タカヤの将来の会社全体としての営業利益率が10%程度であり、業務スーパーの目安の利益率は2.1%なので、タカヤの方針からすると利益率が低いという判断をいただきました。

（３）ハウスメーカーLIXILの提案

主に大井健太郎が提案しました。タカヤがまったく参入していなかった業界を提案してどのような意見をしてくださるのが気になりました。ハウスメーカーは人間の生活に必要な不可欠な衣食住の一つに大きく関わっており、食と同様に今後なくなることはありません。そのため、持続可能な事業という考えにマッチしていると判断しました。

高谷社長からは、全く新しい事業なので、もし始めるならM&Aで業界のノウハウごと購入して事業を始める可能性が高いことと、現在のタカヤはFCで会社の規模を大きくしている途中であり、全く新しい事業を始める段階ではないという判断をいただきました。

タカヤで三日間のインターンシップを行い、地方創生に対する考え方の一つを知ることができました。このインターンシップに参加するまでは地方の創生というと、その地域の中だけでのビジネスばかり考えていました。しかし、タカヤで理念や会社の成り立ち、戦略を学ぶことで、本拠地を鹿角においたまま県外に進出して事業を大きくする事業の存在を知ることができました。

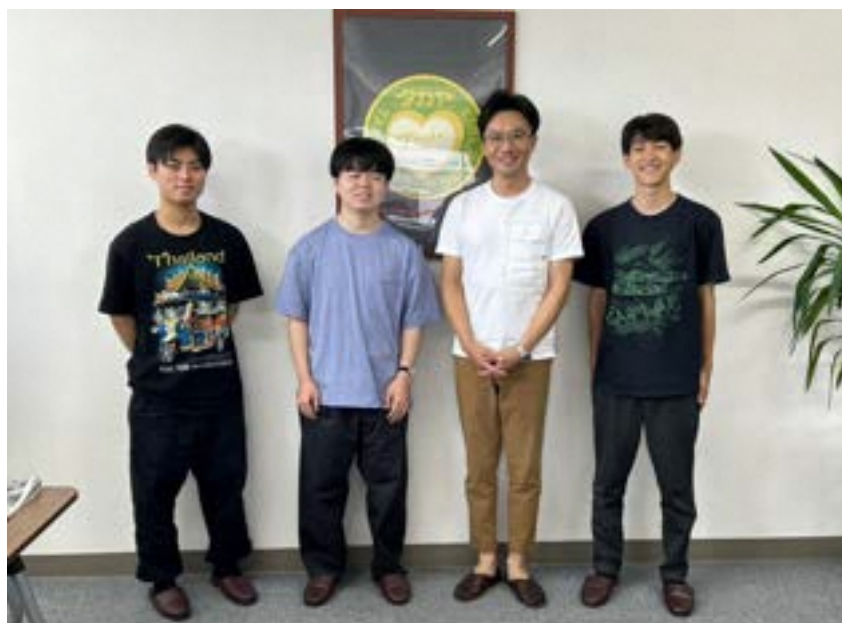
三日間のインターンシップでは高谷社長や部長の方々からさまざまな言葉をいただきました。最も印象に残った言葉は「思考は現実化する」という言葉です。これは人は自分の思考に基づいて行動します。つまり、成功を望む人は成功に向けて行動し、失敗を恐る人は行動を抑える傾向にあるということです。私たちが新事業の提案を行った際、競合の調査や既存の事業との親和性などの指摘をいただきました。本当に新事業を考える際はより多くのことを考慮する必要があると思います。私たちは新事業の提案が初めてであり、時間もなかったことからタカヤの理念や現在のタカヤの戦略に適合していることだけしか考慮できませんでした。三百人の従業員の生活の責任を負う高谷さんの非常に難しい経営判断の一部を感じることができました。

株式会社タカヤ様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学法学部政治学科

前川慎 2226039

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9：30

終了時間：16：00

	
株式会社タカヤ様のエントランス	株式会社タカヤ様の会議室

9月6日(水)の午前は9時30分から11時30分まで、午後は13時30分から15時30分まで活動を行いました。

9時30分から株式会社タカヤ様（以下、タカヤ様）のオフィスで、自己紹介とオリエンテーション、スケジュール確認をしました。社長の高谷秀和様や未来創造事業部長の大山典子様と学生の自己紹介をしました。今回の鹿角市のフィールド・スタディーズに参加した理由や将来の目標などについて話しました。

10時30分から11時30分まで、座学「鹿角・花輪の現状と商店・経済の在り方」を実施しました。「なぜ故郷の地元企業の成長が必要なのか？」という問いに対し、3人で約3分間、グループディスカッションをしました。また「小売業の真の敵は何か」という問いに、3人で約3分間、グループディスカッションをしました。小売業の真の敵は、時代であり、人口減少が商店に与える影響について考えました。「人口減少」という時代に、経営者としては、事業の多角化を検討しなければなりません。「敵」は、本質的課題であり、それは人口減少です。「己」は、不都合な真実であり、それは先が予測可能です。「井の中の蛙にならない」は、外の世界に目を向けるということです。「固執しすぎない」は、決めつけないことです。

13時30分から午後の部が開始しました。タカヤ様についての歴史、経営理念、経営戦略、戦術、課題などを確認し、その日の振り返りをしました。タカヤ様のコーポレートメッセージやこれまでの経緯、経営戦略のシステムについての説明がありました。また、現在、タカヤ様が大切にしている経営理念や価値観、事業戦略の特徴および優位性、各事業部の概要、働き方改革、研修で意識していること、社外活動、タカヤ様の存在意義を確認しまし

た。社長の高谷様は、地元から必要とされる企業は、人材創出を生み出し、そして、人と組織が成長することにより企業が成長すると考えていることがわかりました。

【学んだこと】

地方での起業の可能性を研究するだけでなく、起業したあとの経営活動も重要であり、それは持続可能なものでなければなりません。起業や経営のリアルを知り、メリットやデメリットを考慮する必要があるとわかりました。社長の高谷様は、地方創生は、みんなでやるということではなく、個人の意識や取り組む姿勢が重要だと述べていました。午前のオリエンテーションでは、なぜ故郷の地元企業の成長が必要なのかという問いに対し、私は、地元起業が成長しなければ、地域経済を支えるだけでなく、その地域の住民のニーズにこたえられなくなり、その結果、地元の住民の生活を支えることができなくなってしまうと考えました。次の問いの「小売業の真の敵とは？」では、その真の敵とは、「時代」であり、時代と向き合うことであり、とても印象に残りました。人口減少が商店経営に与える影響は大きいからこそ、経営者としては事業の多角化を検討しなければなりません。地元から必要とされる企業は、地域社会の維持や発展と密接に関係しており、これは地域社会の人材創出にもつながります。また、地元企業の成長には人と組織が成長することによって、企業の成長につながるということがわかりました。

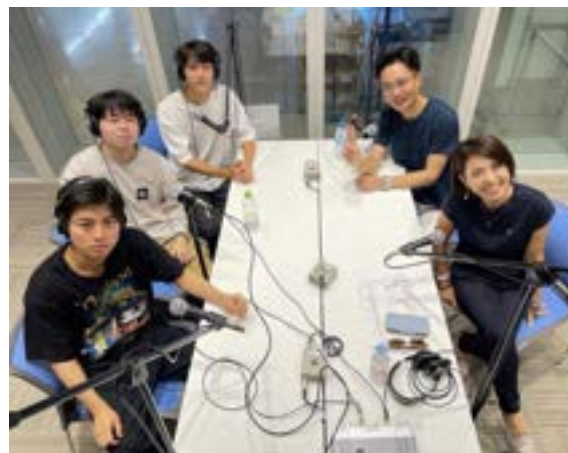
Day 2

開始時間：9：30

終了時間：16：00



リモート会議の様子



ラジオ収録の様子

9月7日(木)の午前は9時30分から11時30分まで、午後は13時30分から15時30分まで活動を行いました。9時30分からタカヤ様のオフィスで、仙台と大館、鹿角をつなぎ、リモート会議を実施しました。ドコモ法人事業部部長の鎌田さんによる業務のお話がありました。40年ほど前から、携帯電話のレンタルが始まり、約30年前の1994年には、肩掛けなどの携帯電話の買取が始まりました。そして15年前の2008年には、ドコモの法人

事業部を設立しました。しかし、現在では、その規模は縮小しました。人口減少とともに会社数が減少し、法人向けの販売台数が減少しました。そうした現状で、ドローンで商品を運ぶといったDX化を推進しています。一方、DXにおいて、既存のITシステムをつくった方の高齢化による退職により、既存のシステムの改良は難しく、IT人材の確保が急がれるといった課題があります。

次に、フード事業を担当する事業本部長の高澤さんによる業務のお話がありました。フランチャイズ事業のメリットやデメリット、フランチャイズのお店を選ぶ基準についてお聞きしました。損益計算書(PL)によると、大体の利益率や経費がわかるため、売上の変動が少なく、もしフランチャイズが軌道に乗らなければ、最小限のコストで撤退できるため、リスクが低く、出店に注力しやすいということがわかりました。また、フランチャイズ店を選ぶ基準として、業界のナンバーワン、オンリーワン企業であることを知りました。

開発部門、総務部長、眼鏡事業部部長の大塚さんによる業務のお話がありました。店舗開発において、自社の出店計画に沿った出店や自社とマッチする事業発掘をされていることがわかりました。11時から、タカヤ様のブランディングやメディア戦略についてのお話がありました。13時30分から14時30分までは、きりたんぽFM「秀ちゃんネル Night」ラジオの収録に向けての説明があり、「成果報告会」での提案に向けた話し合いをしました。15時から16時までは、きりたんぽFM「秀ちゃんネル Night」ラジオの収録をしました。ラジオでは、自己紹介や鹿角を訪れた理由、今鹿角で何をしているのか、などの話題やほかにも関係人口や起業、多様性などのキーワードを中心に話しました。

【学んだこと】

タカヤ様のドコモ法人事業では、DX化を推進しているものの、既存のDXのシステムをつくった方の高齢化により、それを改良できるIT人材の確保、育成が課題です。フード事業においては、フランチャイズ事業はコストが低いため、出店に注力しやすく、リスク分散ができます。しかし、フランチャイズ店の本部の影響力が強く、タカヤ様の名前はフランチャイズ事業では前面的に出せないということがわかりました。フード事業は、コロナ禍でも安定的に経営でき、タカヤ様の稼ぎ頭となっています。眼鏡事業では、大量生産はできませんが、その一方で地元寄り添う地域密着型を目指しています。例えば、こども眼鏡院は秋田県内にのみ事業を展開しています。店舗開発や出店計画により売上を達成し、会社の発展に寄与することを目標としていることがわかりました。

Day 3

開始時間：9：30

終了時間：14：30

9月9日の午前は、9月12日の成果報告会に向けた話し合いを行い、立案をしました。タカヤ様に、フランチャイズ事業の新規提案をしました。一つ目は、業務用食品スーパー、二つ目は、ホームセンターのカインズ、三つ目は、ハウスメーカーのLIXILを提案しました。ホームセンターの業界は、競争が激しく、ハウスメーカーの業界は、タカヤ様にとって、まったく新しい分野であるため、タカヤ様のノウハウが活かすことができ、なおかつ持続可能性があるということを考慮し、業務スーパーを提案することになりました。業務スー

パーは、タカヤ様が事業展開しているライフサポート事業ユニットやフード事業ユニットの両方に当てはまると考えました。また、それはタカヤ様の経営理念である「そこに住み暮らす人々に必要とされ、幸福感ある暮らしの実現に寄与する」に合致すると考えました。また、業務スーパーのフランチャイズ事業は現実的に東北圏で事業展開できるのかどうか、売上高や営業利益の損益シミュレーションなどを検討し、議論しました。議論では、業務スーパーのフランチャイズのメリットやデメリット、課題を確認しました。午後は報告会に向け、タカヤ様に長期経営計画(2018～2032 年度)をグループで共同作成しました。その事業計画案は、提案の背景、経営理念、地元企業の成長が地域にとって必要な理由、事業の現状、現在の事業のポートフォリオ、第3期事業計画の提案、その提案のうち、事業名、理由、投資額、投資回収期間、提案事業と期待される成果の構成で考えました。

【学んだこと】

タカヤ様に向け、フランチャイズ事業の新規提案をしました。具体的には、一つ目は、業務用食品スーパー、二つ目は、ホームセンターのカインズ、三つ目は、ハウスメーカーのリクシルを提案しました。そのうち、提案する業務スーパーは、タカヤ様が事業展開しているライフサポート事業ユニットやフード事業ユニットの両方に当てはまると考えました。また、それはタカヤ様の経営理念である「そこに住み暮らす人々に必要とされ、幸福感ある暮らしの実現に寄与する」に合致すると考えました。また、業務スーパーのフランチャイズ事業は現実的に東北圏で事業展開できるのかどうか、売上高や営業利益の損益シミュレーションなどを検討し、議論しました。業務スーパーの営業利益は2.1%とやや低いものの、5年で年商5億円に達し、25億の売上高になります。そこで、営業利益率を上げるために、売上高を上げるだけでなく、集客を行い、ロイヤルカスタマーを育てることが重要であると考えました。タカヤ様での3日間のインターンシップをとおり、社長の高谷様のお話を聞くなかで、地方の企業に対するイメージが変わりました。タカヤ様のような地元から必要とされる企業は、地域社会の維持、発展と密接に関係しており、人材創出の場につながるということがわかりました。地方創生は、みんなでやるのではなく、一人一人の意識や取り組みが重要であるということがわかりました。

株式会社タカヤ様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学工学部環境システム学科

大川凜汰郎 2245007

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9:30

終了時間：15:30



作業風景(1-1)

9:30～10:30 それぞれ自己紹介、鹿角F Sに参加した理由、今後について

10:30～11:30 鹿角、花輪の現状と商店、企業の在り方について。議題についてのグループディスカッション

13:30 午後の部 株式会社タカヤ（以下、タカヤ）の歴史、経営理念、戦略、課題など
議題内容

1つ目 なぜ故郷の地元企業の成長が必要なのか？ A 地元の成長には企業の成長が必要

2つ目 タカヤ（小売り/サービス業）の真の敵とは？ A 真の敵は時代

3つ目 人口減が商店経営に与える影響 A 利益が減ってしまう

企業が発展していく上での大前提は持続可能であるかだ。タカヤは初代の時計店から始まり、3代目の2000年からは人口減少、高齢化、若者流出、海外への工場移転、デフレ経済の長期化、常態化といった問題点が発生した。こうした問題によって売却した事業の一つに、ヤマハ音楽教室の代理店がある。売却に至った理由は生徒数の現象だ。人口減少といった大きな問題は企業に大きな影響を与える。午前の問いの2つ目である真の敵は時代という事はこれらの内容から理解できる。これらの経験からタカヤではそこに住み暮らす人々に必要とされ、幸福感のある暮らしの実現に寄与するという経営理念をもとに活動をしている。その後メガFC戦略などの経営戦略や故郷に本社を持つことで安心してもらう事、女性社員のための環境整備といった人口減少対策についての話を聞いた。そして最後に社長の話の中で「企業にとっての使命は必要とされ続ける、必要とされ続けるために成長する」という言

葉があった。社長は企業の成長は人と組織が成長をすること、と考えているためタカヤの活動には社員との交流を深めるためのイベントが多くあった。

メガFC戦略…FCトランスを活用、複合的業種自体を組み合わせ早いスピードで広域的に事業開発が可能

【学んだこと】

私は環境システム学科という事もあり、経営に関する知識には触れてこなかった。そのため今回のインターン初日は全ての内容が初めて触れる内容だった。話を聞くまで私は起業家は貢献、利益などを大前提として活動していると考えていた。しかし話を聞くと会社を大きくするという当たり前の考えをもとに行動をしていたため、根本的な考え方は私たちと変わらないと感じた。また話を聞いて印象に残った点は真の敵は時代という内容だ。鹿角の現在の問題である人口減少も時代による影響が大きい。このように社会が変わる事は企業にも影響を与えているという事を知り、タカヤさんが事業に取り組むうえでの大前提である、持続可能性は必要不可欠な考え方だと分かった。

Day 2

開始時間：9:30

終了時間：16:00



ラジオ (2-1)

9:30～10:30 リモート会議

1.ドコモ法人事業部部長の鎌田さんによる説明

40年前の1985年に携帯のレンタルが始まった。その後1994年には買うことが可能になった。そして2008年にはドコモ事業を設立した。しかし人口減少とともに会社数が減少した。さらに労働人口の減少、工事人材不足、ドライバー減少などの問題も発生した。それに対応すべくDX化を推進しているが、システムを作った方の退職によりブラックボックス状態になっている。

2.フード事業部本部長の高澤さんによる説明

食品フランチャイズランチャイズを行うメリット、デメリットのお話。デメリットはタカヤの名前を強く出すことができない事。メリットは失敗したらやめることができる事。また損益計算書で店舗を選んでいることから、売り上げは一定であり、リスクは低い事や開業しメディアに取り上げてもらう事でブランディングにつながることももある。

3.眼鏡事業部部長の大塚さんから眼鏡院の説明を聞いた

4.店舗開発では会社の発展に寄与するための戦略についてのお話

寄与するための戦略は、自社の出店戦略・出店計画に沿って出店・自社とマッチする事業を発掘・立地判断～事業計画策定～出店に繋げる

ここで私はマッチする事業にどのような条件があるのかを質問した。その答えは他者との経営理念がマッチしているかだ。会社の中身を重視した際に経営理念がマッチしていなければ儲かっていてもやらないそうだ。

10:40～11:30 タカヤのブランディング、メディア戦略について

タカヤはブランディングでは社会との関係構築をするため中身のある企業として名前を広めている。そのため Web サイト、SNS、CM に一貫性を持たせている。

13:30～14:30 収録に向けて

15:00～16:00 ラジオ番組の収録 (2-1)

話題カードを使い将来への不安、失敗談、なぜ今回参加したのかなどのトークをした。

【学んだこと】

私が印象に残っていることはフランチャイズを行う際に重視する点が経営理念ということだ。タカヤでは企業イメージを大切にしており、経営理念や背景によっては利益の出る会社とマッチした際でもその事業は行わない。私は初日にも述べたように企業についての知識は何もない。そのため、会社の利益が必要という企業にとって当たり前のことを知った。しかし会社それぞれに目指す姿、理念というものがあるため利益だけを重視した行動をとらないと分かった。また企業イメージというものはブランディングやメディア戦略にも関わってくる。経営理念に沿った活動をする事で一貫性を持たせ、会社の信用を得る。これにより社長イメージと社員のほこりを作り上げることができる。

Day 3

開始時間：9:30

終了時間：15:30

9:30～10:30 事業提案

成果報告会に向けタカヤに新規事業提案を行った。

1.ホームセンターカインズの提案

カインズを選んだ理由はカインズはホームセンター企業で売り上げ一位の会社、若者から高齢者と幅広い年層での利用のため持続可能性が高いという事。またライフサポート事業ユニットとの相性がいいと判断したため。

2.業務スーパーの提案

フード事業ユニットとライフサポート事業ユニットとの相性が良い点と、食は持続可能性に結びつくことから選んだ。また東北地方の店舗数を見た際に参入の余地があると判断した。

3.ハウスメーカーの LIXIL の提案

秋田など空き地が多い土地では参入の可能性があるのではないかと、また衣食住の要素に含まれることから持続可能性につながると判断したため。

これらの意見の中で業務スーパーに決まった。理由はホームセンターは企業競争が激しい、また地域で強い会社があるため介入することが難しいため。ハウスメーカーはタカヤが行ってこなかった事業の提案になるため。しかし業務スーパーには介入の余地があるのか、タカヤにどれほどの利益があるのか、費用はどれほど掛かるのかなどの情報が不足していた。

10:30～11:30 業務スーパーについての資料集め

- ・東北地方での業務スーパーがない地域はあるが人口に関係している。
- ・他のスーパーがあるため付近に他企業がない地域で行う必要がある。
- ・売り上げ、売上利益を見た際にタカヤで行うことは可能かなどの情報を集めた。

13:00～14:30 集めた資料についての報告と発表に向けての相談

成果報告会ではタカヤの長期経営計画第3期（2028～2032年）の事業提案をすることに決まった。

14:30～15:30 3日を通しての感想、写真撮影など

この際に述べた3人の意見を発表の際に交えて行う。

【学んだこと】

私が3日目で学んだことは新事業を提案する難しさだ。私たちはそれぞれ一つずつ提案をしたが、どれも問題点があり、現実的に行うことが可能か難しいという結果に終わった。今回私たちが重視したのは、持続可能な経営理念に沿っているか、東北に進出しているかなどだ。そのためタカヤの利益についての情報を集めることが不足していた。そのため私たちが納得のいくものにはならなかった。限られた時間で食品だけでなく、美容など様々なことについて調べたが、条件にあった企業というものは見つからず、多くは既に行われていた。このことから新事業を行うといっても、そもそも行うことの出来る事業を見つけることすら難しいという事が分かった。このように企業のリアルを体験し、何を行うにしても情報を集め、物事を整理することが必要と知った。なぜタカヤが今まで行なってこなかったのか、なぜ東北にないのかなど根本から考えていき企業にとっての利益と将来性のある事業を行うことが大切だと感じた。

猫松班

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学文学部日本文学文化学科

長田千弘 2013222

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9:30

終了時間：16:00



写真①新商品開発スタート！



写真②実際に道の駅に行った

9:30~10:00 自己紹介ゲーム

10:00~12:00 ターゲット決め、インタビュー内容決め、

13:30~15:00 道の駅「あんたらあ」「おおゆ」インタビュー

15:00~16:00 スーパーで燻製する食材を買い出し

最初に、松村さんが用意してくださった自己紹介ゲームを行った。4人の情報をクイズ形式で当てるゲームを行ったことやお互いをニックネームで呼び合うような形式で、たった30分ですぐに距離が縮まった。

次に提示してくださった新商品開発ロードマップを皆で確認した(写真①)。これに沿わなくても良いと言ってくださったが、何も知らない僕たちはこれに沿って進めていくようにした。来るときに新商品開発をある程度調べておけばよかったと後悔した

まずはターゲット設定を行った。猫松さんの商品を買っている客層は誰か、どのような人たちが買っているだろうかとメンバーで話し合い、そのイメージに合致する芸能人を思い浮かべた。3人中2人が俳優の「中条あやみ」さんだと思い浮かび、まずはその人に商品を買ってもらうことに決めた。

ただ、「中条あやみ」が鹿角市にいるのかと疑問に思った。そして実際に彼女が買う商品が何なのかを調査したく、猫松さんの商品を置いている道の駅「あんたらあ」と「おおゆ」にインタビューを行い、実際の現場の声を聞いてみることにした。

最初に道の駅「あんたらあ」に行った。インタビュー内容として「年齢層、男女比、中条あやみが買いそうな商品」を聞いた。その結果、40代から60代の女性がほとんどで地元民がほとんど、中条あやみのような人はいないという大変な事実が判明した。僕らは絶望し次の道の駅「おおゆ」へ向かった。

「おおゆ」は隈研吾が設計したおしゃれな外観で、置いている商品も先ほどの道の駅とは違い、箱型のお土産ではなく小さくデザイン性に長けているものが多かった。ここで先ほど

と同じ質問を行った。その結果、40代から60代の女性で、ほぼ観光客であることが判明した。そして中条あやみもごく稀に来ることがわかった。

そして、燻製する食材をスーパーで買った。ただこれは「中条あやみ」が燻製で食べてそうな食材を選んだので明日また考えることにした。

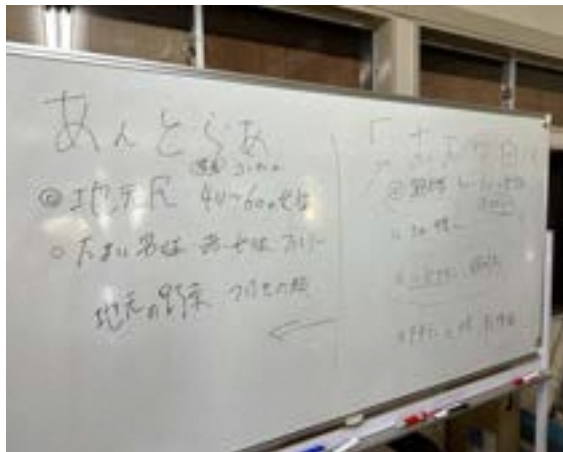
【学んだこと】

学んだこととして、中条あやみは鹿角にいないことだ。基本的に道の駅に来る層は40代から60代の女性で、若い人は夏にしか来ない。僕らは自分たちが考えたターゲットを変える必要がある。このまま中条あやみに売る！という考えを早急に捨て、40代から60代の女性に向けた商品を考えなければならない。もうすでに食材は買ってしまったので、この中から買ってもらえる商品を考案する必要がある。ターゲットの層をロジカルに行くべきだったと後悔している。まだ関係性のできていないチームメンバーに強く言えないことが今回のことになってしまった要因かもしれない。

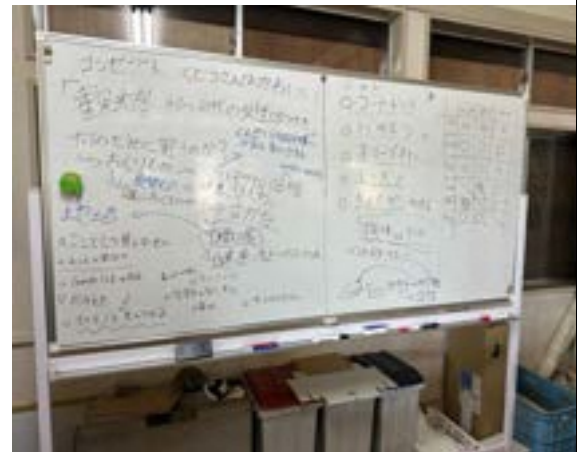
Day 2

開始時間：9:30

終了時間：16:00



写真①初日に立ち戻りターゲット決め



写真②コンセプト設計

9:30~10:00 昨日の振り返り

10:00~12:00 ターゲット決め、燻製

13:30~14:30 コンセプト決め

14:30~16:00 燻製食材評価

まず、昨日のインタビュー結果を元にターゲットの再設定を行った。昨日のターゲットではなく、一番成功確率が高そうなものを提案した。最初のターゲットは「中条あやみ」だった。インタビュー情報から、初めのターゲットが鹿角地区にはいないと判明し、ターゲットを鹿角市で一番お土産を買う層の「観光客の40代から60代の女性」に変更することとした。

次に燻製を行った。食品として乾燥玉ねぎやレーズンを使用。玉ねぎは乾燥することでフライドオニオンのような風味を持ち、レーズンは乾燥により味が凝縮され、皮が硬くなる。サクラチップで50分間の燻製を開始し、その間に再びコンセプトの設計に取り組んだ。

ターゲットの「観光客40代から60代の女性」が何のために商品を購入するのかを考察した。結論として、贈り物としての価値が高まる要素として、サイズ、デザイン、健康性、価格、日持ちの期間などが重要であると判断した。例えば48歳の女性で、世帯収入は1000万を超えており、都市郊外の高層マンションに住んでいる。彼女は子供との休日の旅行や、平日のヨガ教室に通うのが趣味。今回は、月に一回会う友人への贈り物を探しているという。

午後の活動は、6品の燻製の試食からスタートした。

6品中、はちみつ、チーズ、オリーブオイル、および他の3品が特に相性が良かったため、これらの組み合わせをマトリックスとして考慮した。味や匂い、そして他の食品との相性について、全員で5点、3点、3点の満点評価を行い、それを基に表を作成した。総合的な点数や他の検討要素を加味して、3つの食材、すなわちオリーブオイル、チーズ、レーズンを最終的に選定した。

【学んだこと】

やはり立ち戻るといことは大事だ。プロダクト開発の初期段階は、何度もターゲットに戻れと耳にタコができるほど言われたことを思い出した。もう進んでしまったのだから、戻れないというのはこの二日目ならまだ戻せる...!そう信じて良かった。今年の初めに参加したとある企業の3days インターンシップでリーダーをやった時を思い出した。チームメンバーからのフィードバックで、僕は軸がぶれてしまうのが勿体無いと言われた。自信を持って、チームを信じて欲しいとのことだった。軸がブレるのは根拠が足りないことや自信がないことが原因である。そのため、今回は根拠をしっかりと作りターゲット軸をブラさなくても良いものになったのではないかな。

Day 3

開始時間：9:30

終了時間：16:00

9:30~10:00 昨日の振り返り

10:00~12:00 「おおゆ」インタビュー

13:30~14:30 燻製レーズン評価

14:30~16:00 パッケージデザインきめ

最初にどのような売り方をするかを決めた。自分たちの仮説として、燻製レーズンが単品で売れるとはあまり考えられなかった。お土産で燻製レーズンを買う人などいるのだろうか。それなら、何かと一緒に買ってもらえるような売り方を考えたほうが良いのではないかなと思い、その何かとしておおゆの中で一番売れているものと掛け合わせようという考えをもった。

	
インタビュー内容	パッケージデザイン考案

そこで、おおゆに電話でインタビューし、我々の仮説を検証し、さらに、燻製レーズンと組み合わせる一番売れている商品を聞くことにした。実際に工藤さんに前回インタビューした結果、一番売れている商品はコーヒーだけど、アイスと組み合わせるのが最適と教えてくださった。

次にポップを作ることにした。ただ燻製レーズンを売るだけでは、通常の猫松の売り場に置かれるだけだと思った。したがって売り方を提示しなければいけない。そのためにポップが必要だ。作るにあたって、自社の強みやこの商品がユーザーに与える影響などを考える必要がある。したがってこれらを一通りみんなで出し合った。そこからポップの文章を4人で考えた。

【学んだこと】

やっぱりインタビューって大事だなと感じた。実際に売っている人、それを買う人、商品の流通経路にいる人たちの声を聞き、ブラッシュアップを進めていくことを今回、強く思った。

顧客に買ってもらうには、買って欲しそうじゃね？これ売ったらおもしろいやんという妄想ではなく本当に欲しいものを分析して僕は売らなければならない。そのために顧客や実際の売り場にいる人に聞いたり、食べてもらって意見をもらわなければいけないと感じた。そこに自分たちの妄想的アイデアは必要なく、データに基づいたアイデアでなければ意味がない。斬新なアイデアは面白いけど、世の中面白いものでは売れないだなあと感じた。つまり、データや根拠に基づいた斬新なアイデアが必要だと思った。ある程度アイデアの元となる事象をデータや根拠でスクリーニングし、そこに当てはまるエッジの効いたアイデアが商品開発で必要だとこの3日間で学んだ。

燻製屋猫松様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学経営学部経営学科

陳銀嬌 2220085

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9:30

終了時間：16:00



午前 9 時 30 分～12 時 カードゲーム、市場分析、ターゲット向けのマーケティング

午後 13 時～16 時 あんとらあとおおゆへヒアリング、考えている新商品食材の買い出し

インターンシップの最初で猫松の松村さんはみんなが緊張しないようカードゲームを用意してもらったおかげで皆さんすぐにその場に慣れて、ゲームでお互いがよく知ったことで協働力が強くなったと思います。ゲーム後、新商品開発の提案に取り組んでいました。

松村さんは新商品を開発する際にビジネス場面から考えなければならない要素をいくつかを挙げてくれましたのでそこから手を入れました。まずは市場分析です。燻製商品は全体的な市場規模がどうなっているのか、顧客から見るとニーズは有無なのか、市場での競争状況、自社の製品が提供できる強みを分析することが一つ大事な進み方になっています。

次に、新商品のターゲットを確定することです。実際販売している店舗ではどんな客がいるか、どこに住んでいるか、男女別、年齢別職業や家族構成までの情報収集が必要になっています。その後に、商品のコンセプトを決定していきます。私たちは市場分析の後に新商品に向けてターゲットを絞りたいと考え、様々なアイデアを打ち出しました。最初は様々な発想でターゲットを絞るのが大変だったのですが、「中条あやみが買えそうなもの」という発想で実際に現在猫松の商品を扱っている店舗にインタビューすることになりました。目的としては現場の客層の特徴を知りたいからです。そこで鹿角の道の駅であるあんとらあとおおゆを調査対象として情報収集を行いました。

調査した結果、現時点あんとらあの客層は地元民、ファミリー層や年配の女性が多く、お土産コーナーよりは新鮮な野菜や漬物を買う顧客が多いという現状があります。おおゆの方は観光客やファミリー層の人が多くお土産用の調味料やいぶりがっこがよく売れています。二つの店舗の顧客の共通点としては健康面のことを注意しているというのがあります。

この現場調査から得た結果、私たちは新商品の可能性をもたらしたいことで、おおゆで 40 代や 60 代までの女性に向けてお土産用の贈り物として健康面から新商品のアイデアを

出しました。インタビューの後、考えられる新商品開発の食材を出して、スーパーへ買い出しに行きました。一日目は終了です。

【学んだこと】

一日目のインターンシップを通して、一番学びになったことは実際に動き出すことは大事だと思いました。最初私たちは仮説を一杯立ててたくさんのアイデアを思いついたが、商品化できるか、ニーズがあるかを理論的証明が出来ないです。燻製屋猫松の商品、鹿角市で他のところでどんな市場があるかをしっかり調べないと新商品を出したとしても説得力がないものになると思います。ですから私たちは実際に猫松商品の販売店に行って、そこから燻製屋猫松商品の可能性を探します。販売店でどんなニーズがあって、新商品にどれぐらいの可能性を活かせる市場調査は本当に重要だと思います。

Day 2

開始時間：9:30

終了時間：16:00



午前 9 時 30 分～12 時 前日活動内容のまとめと報告、コンセプトを考える、食材を燻す
午後 13 時～16 時 試食、食品に評価を付ける

二日目のインターンシップは最初に前日あんとらあとおおゆでインタビューした内容をまとめて松村さんに報告しました。初日に発想であった中条あやみのような客層は非現実的だという現実を分かったことで鹿角市にインタビューの内容に基づいてターゲットを観光客で40代～60代の女性に決定しました。それで前日に買った食材を燻製器に入れて、食材を燻りながら商品のコンセプトに仮説を立て始めました。

とりあえず利便性から考えると小さくて、食べきれ、持ち歩きやすいサイズにしようと考えました。それに、この商品をお土産や贈り物として誰が使うか、誰に送るかにも仮説を立てました。例えば、40代のママ友とか、鹿角の実家に戻った後に東京の友について

レゼントとかがいいかもしれないと考えました。また、健康面からは40代なので、子供などがいることで健康への意識も強いと考えられます。一般的な贈り物や買い物として価格帯にも納得できるもので千円以下に抑えた方がいいと考えられます。

午後に焼いた食材を並べ替えをして、試食を始めました。6つの品があり、それぞれがコーヤドーフ、はちみつ、オリーブオイル、レーズン、玉ねぎ、チーズでした。4人はそれぞれの味、匂い、相性について、5点、3点、3点の満点評価を行い、表を作成して点数をつけました。この6つの食材を試食した結果3つがアウトで3つが残りしました。

理由としては①コーヤドーフは燻製匂いするけど、味はなく、食感としてもないのでダメでした。②玉ねぎは味が強いので燻製の味付けは難しいです。③はちみつはコストから考えると現実的ではないです。

【学んだこと】

二日目として私が勉強になったことは根拠に基づいて物を出して説得することが重要だということです。商品のコンセプトを決めた後に、私たちは様々な仮説を立てましたが、その仮説は本当に当てはまるのか、これらの商品は40代からの女性を買いたい、試してみたいと思うかを立証しなければならないです。現場の条件によるものもあるのですが、ターゲット層へのデータ収集は、市役所の職員達のみを対象とした。サンプル数が不足している問題があると思います。本気で商品化しようとするればもっと多くの人から意見を聞きたいと思います。もうひとつはリーダーの存在だと思います。今回はリーダーの決断力とリーダーシップによりグループ全体の進めがスムーズに行けたと思います。頼れるリーダーのおかげでグループはそれぞれの意見を聞く上に自分の知識や考えをどんどん入れ込んで、新商品の開発に全員が本気で商品化ができるように精一杯取り組んでいました。

Day 3

開始時間：9:30

終了時間：16:00



午前 9 時 30 分～12 時 商品の売り方、おおゆへ電話でのインタビュー
午後 16 時 商品のパッケージを考える、売場で POP などへの工夫

インターンシップの三日目に 3 つの食材への評価に基づいて新商品開発の食材としては燻製レーズンを確定しました。しかし、燻製レーズンを確定したのですが、燻製レーズンについてのアンケート評価では燻製レーズの匂い少し薄いという意見もいくつか出ているので、それを改善するために、最初 1 h の時間単位で 燻製したレーズンは 2 h に変わってやりました。最終結果としては 2 h で燻った レーズンが一番理想的のものでした。

そこから、売り方について考えました。燻製レーズンはただの単品として販売するのもいいけれど、新規商品として効果的に顧客の目線を引きたいので、燻製レーズンを何かとトッピングして買ってもらえるように方案を考えました。40 代～ 60 代の客層でどんな商品がよく売れているのかを知りたいので、再びおおゆへ電話で伺いました。そこで、工藤さんから現時点売店でよく売れている物と自分が燻製レーズンをナッツ、ワインなどセットで売ると提案してくれました。

商品の確定ができた後にうちのグループは早速商品のパッケージに取り込んでいました。パッケージについては最初に枝付きのレーズンが一番女性が食べやすいものと考えていたのですが、枝付きの燻製レーズンだとコストから考えるとなかなか難しいとわかりました。そのため、パッケージで少し枝付きのイメージを与えたいと考えました。また、猫松の猫という主題で猫がぶどうを取り下げているようなイメージでパッケージを設定しました。

最後に、私たちは新商品の独自性や新規性を考えたうえで燻製レーズンの食べ方を顧客に提案したいと考えました。鹿角市観光客の年間ピークと店舗の人気商品を見ると先にアイスの売り場で燻製レーズンアイス POP の形で顧客に提案しようと考えました。この提案をアイスコーナーで顧客の目線を引く一方、燻製レーズンについてナッツ、ヨーグルトなどのトッピングを載せる食べ方も POP で提案し、燻製レーズン自身の付加価値を顧客に与えたいと考えました。

【学んだこと】

三日目のインターンシップ通して、グループメンバー全員の意見やアイデアを積極的に出したことでこの新商品の開発の全体像ができたと思います。最初に新商品の開発で中条あやみなどをターゲット層にして考えて少し非現実なことをやっていましたが、実際にそれがあつたからこそ最初になかなかアイデアがなく、進めないところが進んで行きました。

パッケージでも猫はどんな姿でぶどうのイメージを与えたいかと、皆さん冗談を笑いながらやっていましたが、全員のアイデアを入れた後に理想的な物が出来上がりました。POP もそれぞれが考えたことや不足している部分をお互いに補充することでより良いものを出せます。新商品の開発で今回のグループメンバーの協働力は本当に大事となっていると感じました。

また、実際現場へのインタビュー、市役所の職員達への試食評価調査を行うなどのことを通して自分達の発想を現実にするために努力していることは本当に勉強になり、成長になったと思います。

燻製屋猫松様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌

武蔵野大学工学部環境システム学科

目時大翔 2245026

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9：30

終了時間：16：00



はじめにゲームをやって自己紹介をしました。そこで緊張をほぐしてみんなで仲良くなりました。今日は今後の大まかな方針と、新商品の構成をグループで話し合いました。

まず、新商品を開発していくうえで私たちが大切にしたのは、「市場分析」、「市場規模」、「ニーズの有無」、「競合他社の状況」、「自社が提供できる強み」についてです。そこからさらに、ターゲットを決めました。特に「どこに住んでいるのか」、「来店する客層はどういったものなのか」、「性別」、「年齢」、「どういった時期にどういった人が買うのか」などを細かくグループで話し合いました。ここまでの話し合いを経て、商品コンセプトをきめていくことになりました。私たちが商品コンセプトを決定していくうえで重要視した物は大きく分けて3つあります。それは、「商品がもたらす効果」、「商品がもたらす心理面への影響」、「商品を利用することで得られる自己イメージ」です。これらの話し合いを踏まえた上で、私たちは「中条あやみに向けた商品」というコンセプトを掲げました。このコンセプトにした理由としては、単純に猫松さんの持つ「高層ビルで猫をなでながら燻製をたしなむ女性」のコンセプトに感銘を受け、そこから自分たちの独自の見解から「きれいでかわいくて美人な女性」に向けた商品をつくりたいと考え、さらに明確にするために「中条あやみに向けた商品」というコンセプトにしました。このコンセプトを軸に商品開発を進めていくことになり、中条あやみさんが食べるであろう物や、健康や美容に気を使っている女性を想像しピックアップしました。そこで決定したのが、「ドライフルーツ」、「はちみつ」、「オリーブオイル」、「カマンベールチーズ」の4個になりました。ここで実際に猫松さんが商品を置かせてもらっているところに話を聞きに行って、上記でも述べた「市場の分析」、「市場規模」、「ニーズの有無」、「競合他社の状況」、「自社が提供できる強み」の観点から新商品開発にむけて質問をしてきました。

【学んだこと】

学んだことは、商品開発をするうえで「市場分析」、「市場規模」、「ニーズの有無」、「競合他社の状況」、「自社が提供できる強み」や「どこに住んでいるのか」、「来店する客層はどういったものなのか」、「性別」、「年齢」、「どういった時期にどういった人が買うのか」などの項目はとても大切で必ずと言っていい程に抑えるべきであるものだと感じました。また実際にお店に伺い、お話を聞くことで、「客層」や「今売れているもの」、「どの層にどういったものがどういった時期に売れているのか」が平均的にではありますが理解することができ、新商品開発のためのいい経験になりました。今回のインタビューで得ることのできた情報としては、客層は女性で40代から50代の方が多い、地元の方が多い、猫松さんの商品はお土産や贈り物などで購入することが多いことです。

Day 2

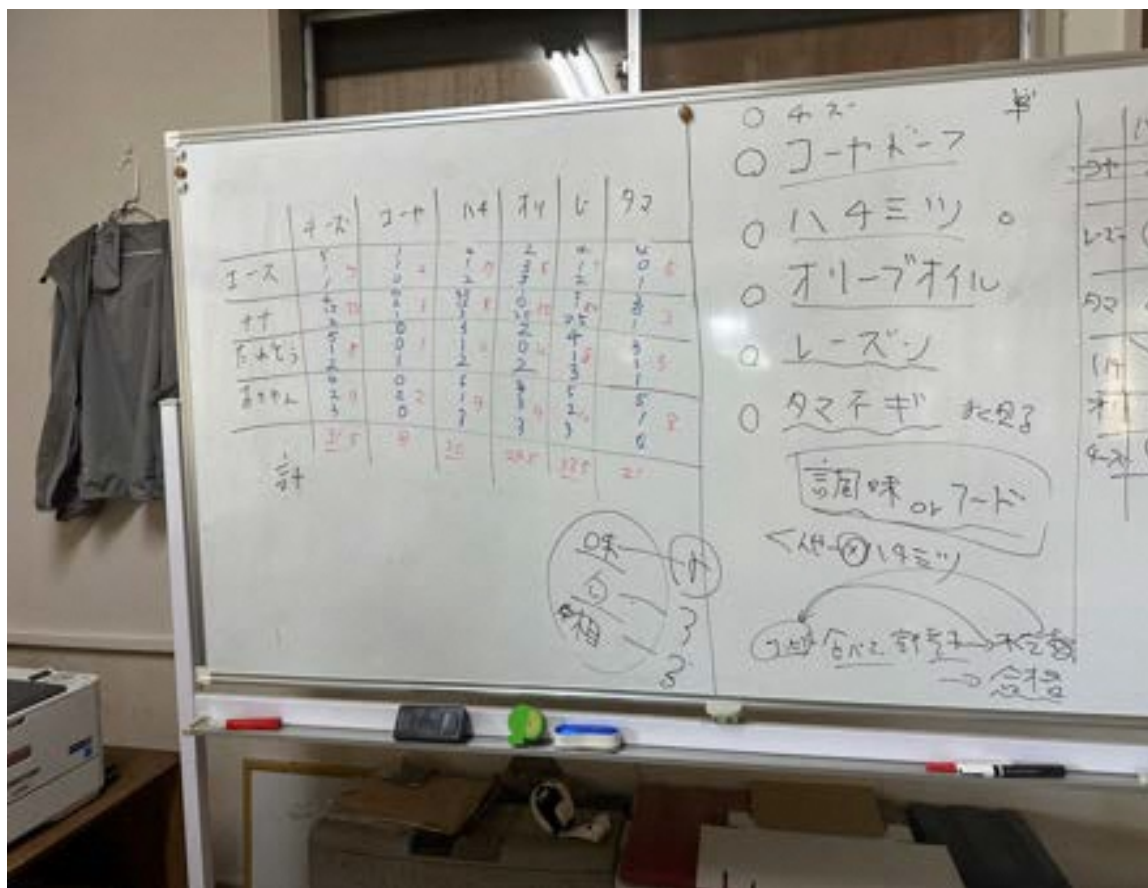
開始時間：9：00

終了時間：16：00



二日目の活動内容は、大きく分けて二つあります。まず一つ目が、昨日ピックアップした食材を乾燥機にかけ実際に燻製にして食べ比べ、新商品はどの食材で行くのかを決めるための試食会を行いました。そして二つ目は、我々の班が作る新商品開発に向けてのコンセプトについて、今一度考えて話し合い、さらに具体的で明確なものにするグループワークが行われました。

一つ目のピックアップした食材を乾燥機にかけ、実際に燻製にして食べ比べる実験では、昨日の話し合いの上で買い出しを行い「高野豆腐」、「レーズン」、「はちみつ」、「オリーブオイル」、「カマンベールチーズ」、「玉ねぎ」の6つの食材を燻製しました。燻製をする上では、水分を抜かなくてはならないので、「玉ねぎ」、「カマンベールチーズ」、「レーズン」、「高野豆腐」を乾燥機にかけました。レーズンに関しては、乾燥機にかける前とかけた後の味を比べるために、分けて実験することにしました。完成した燻製を私たち2班と松村さんの4人で採点形式で食べ比べすることにしました。下記の写真がその時の結果です。



結果として、「レーズン」、「カマンベールチーズ」、「ハチミツ」、「オリーブオイル」の4つが高く評価されました。そこで、市の役員の方々に4つの食材のアンケートを取り、その上で我々がターゲットとする人たちの年代の意見を聞くことになりました。ここから二つ目に取り組んだ、「新商品開発に向けてのコンセプトについて」とかかわっていきます。私たちは一日目に「中条あやみに向けた商品」というコンセプトを決めました。しかし、さまざまな方にお話を聞き、意見を交えることで、我々が掲げているコンセプトは違うのではないかと思いました。そこで改めて出した、コンセプトは「40代から60代の女性に向けた商品」になりました。

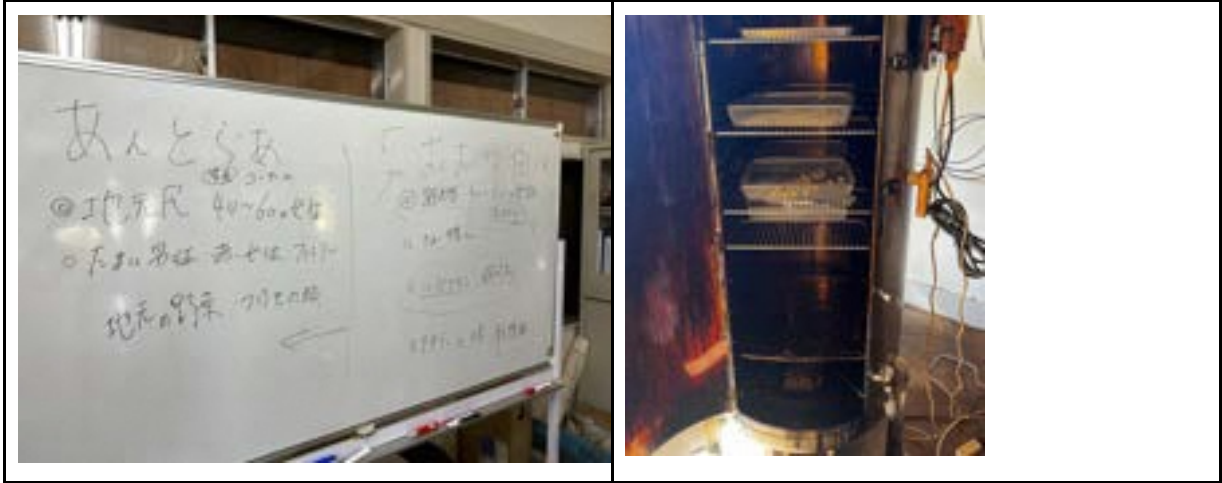
【学んだこと】

学んだことは、何事にもロジックが大切だということです。どんな結果となっても、それに至った根拠がしっかりとしていればおのずと形になることも理解しました。また、データを取り、さまざまな人に意見をもらうことの大切さも知りました。自分たちだけの意見では偏りが出てしまい、なかなか考えがまとまらないことも理解しました。そこで、できることならいろいろな年代、性別の人にアンケートを取ることが必要なのがわかりました。ここで考えたことは、いま世の中にある商品には私の想像もできないほどの時間と試行錯誤が伴われているのだと感じました。そこにはもちろん、様々な視点の意見を取り入れたに違いありません。

Day 3

開始時間：9：00

終了時間：16：00



三日目に行ったことは、大きく分けて「売り方」と「利益コスト」の二つです。
まず売rikatですが、レーズン単体で売るのはなかなか難しいことだと僕らは思いました。

燻製レーズンをお土産に買う人っているのかな…

だから何かと組み合わせて買ってもらえるような売り方を提案します。

せっかく作った新商品を確実に買ってもらえる方法ってなんなんだろう

それでセット売りなのです。例えばこれからの時期って秋ですよね、秋と言えば秋刀魚

この秋刀魚コーナーに置いてあるもの…すだちですよね、僕たちはこんな感じで売りたいのです！

需要が高いものに掛け算するやり方です

では何を組み合わせるのか…ですよね

基本的に売れている商品と掛け算しています

したがって、ターゲットが一番多く来る時期っていつだろうと思いデータをみてみました。そしたら8月！花輪ばやしがある時期ですね！そこには普段の4倍の観光客が訪れます。この人たちが買うものとは何か、やっぱり夏はアイス！僕たちはアイスと組み合わせて販売してもらうことにしました。

実際にバイヤーさんにこの提案を行った結果、すぐに組み合わせたいアイスがある！ぜひ食べたいとめちゃくちゃ好評なご意見をいただきました！

・パッケージ案

以上から女性受けしそうなデザインにし作成しました。上にはチャックがついている小袋で、上には葡萄をイメージした茎と葉っぱをつけています。しっかり猫松の猫も真ん中にデザインしてあります。

・実際の売り場イメージ

私たちはポップが必要だと思いました。

なぜポップを作るかですが、ポップがなかったら商品はただただ猫松さんのコーナーに置かれるだけで、新商品としては新規性や独自性がないと考えられます。ポップをすることで、商品提供できる価値のアピールや顧客の目線を引くことを望めます。

・実際の利益、コスト

売値（うりね）として 380 円くらいが妥当（だとう）かなと判断しました。

なぜかというとな実際の店員さんがこれと合わせたいと提示してくれたお土産用アイスが 500 円でした。やはり、私たちの商品コンセプトである 1000 円以内に納めたいのでセットで買ってもらうとして 380 円くらいなら出してくれるかなと思いました。松村さんに 1 日にどれくらい作れるかを聞いたところ 200 個作れることがわかりました。したがって月に 20 日稼働するとして年間の売り上げは 624 万円になると試算しました。これは最大なので…現実には低いと思われます。ただのレーズンアイスで 880 円は高いが、ナッツやヨーグルトやお酒など無限の組み合わせがあるし、燻製レーズン自身の付加価値としては高いと思います。

以上が三日目に行ったことです。

【学んだこと】

学び考えたことは、鹿角市のメリットについてです。

鹿角市にとってのメリットとしては、知名度の向上をさせ、町の活性化に貢献していくことができることです。

なぜそう考えたかといいますと、今回我々が作った新商品の燻製レーズンはアイスとかけあわせて食べるという、独自性のある売りかたで燻製の新たな可能性、食べ方を提案することができたのではないのでしょうか。

また、燻製レーズンを使うことで、他の商品との差別化や新規性を生むこともでき、話題性が生まれ、メディアに取り上げられること間違いなしです！実際にデータとしてみると、ホルモンで有名な幸楽では秘密のケンミンショーで取り上げられてから、検索キーワードが大きく上昇していることがわかります。このことから、我々の作る新商品が話題となることで、鹿角市を知る入口が生まれ、この街の活性化につながっていくと考えました。

綱木農園様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学経営学部経営学科

向山恩花 2020238

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：9：45

終了時間：14：20



写真 1-1 収穫した安納芋



写真 1-2 ミニトマト（アンジェレ）

1 日目は、さつまいもの収穫・キュアリングとミニトマトの収穫をしました。

綱木裕一さん(以下：綱木さん)は鹿角出身で、上京していましたが、現在は鹿角市に U ターンし、綱木農園を立ち上げました。綱木農園ではこれまでミニトマトのみを栽培をしていましたが、今年からさつまいもの栽培も開始しました。綱木さんは独学でさつまいもの栽培をし、試験的に時期をずらしてさつまいもの苗を植え、栽培をしてきました。本日は一番初めの 5/20 に植えた安納芋を試しにいくつか掘り起こしました(写真 1-1)。さつまいもは全体的にやや小ぶりで、苗によって個体数や大きさに違いがありました。その後、キュアリングをしました。さつまいもは長期保存が可能ですが、傷口から腐ってしまうため、それを防ぐキュアリングという工程を行う必要があります。具体的な方法は約 3 日間、さつまいもを温度 30 度、湿度 90 % 程の状態にさせることで、腐敗を防ぎ、その後の長期保存を可能にします。

次に、ミニトマトは、実がヘタ付近までしっかり赤くなっているモノを収穫しました(写真 1-2)。綱木農園のアンジェレは糖度 9 度以上で取引されているため、赤い状態で収穫することが重要です。しかし、本日は曇りなため、晴れの日と比べてビニールハウス内が暗いため、トマトの状態を確認しづらくなり、慎重にトマトを収穫する必要がありました。また、アンジェレはすぐに熟しすぎることがないため、収穫を急ぐ必要はなく、人員を多く確保しなくてもよいというメリットがある反面、水耕栽培向きの作物であるため砂土の綱木農園では栽培に適していないというデメリットがあります。それにより、葉がかびて枯れてしまうことがよくあるため、収穫と並行して葉の手入れをしました。

【学んだこと】

1 日目に学んだことは、農業は参入ハードルは低いですが、やり方を知らなければ収益を得ることは難しく、幅広い知識が必要であるということです。具体的に、作物は土壌や地域性、肥料や水分量や天候など、様々な要因によって生育状態が変わってきますが、作物の種類によっても必要な要素は変わるため、状況に応じて栽培しなければなりません。これらは生物学や地学、化学、機械学、経営学(販売方法)、経済学(市場の需要と供給)などといった幅広い分野が絡み合っていて、綱木さんはそれらの学問を掛け合わせて事業をしています。初めに私が想像していた農業とは、作物を作り、需要があれば売れるという単純なものでしたが、実際それだけでは経営学や経済学などの正しい知識を得られずに、栽培したものが売れずに収益化ができないという可能性も高くなるということです。私はこのことを学び、農業とは1人で様々な学問を用いて生産から物流までマルチプレイをする1人総合会社のようなものであると感じ、それこそが「農業は儲からない」と言われる由縁なのだと考えました。しかし一方で、正しい知識を持ち、土地と必要な農具を持っている人なら、農業で儲かることが可能になるという逆説的な考え方もできると思いました。

Day 2

開始時間：9：40

終了時間：14：20



写真 2-1 湯瀬溪谷



写真 2-2 晴れの日のアンジェレ

2 日目は、改善提案のテーマ決めをした後、近隣の山や湯瀬溪谷へ行き自然に振れ、最後にミニトマトの収穫をしました。

インターンシップが始まった際、綱木さんと私たちは、改善提案のテーマを「鹿角市の地理的状况を考慮したうえで、さつまいもの栽培・貯蔵方法を考える」と定めていました。しかし、綱木さんとの話し合いの結果、自分たちが楽しいと思えることを提案の方がよいという結論に至り、「さつまいもの商品の提案をする」というテーマに変更しました。具体的に、さつまいもは昔の人の食べ物というイメージがありますが、それを現代向けに転換し、

無添加で素材の味を活かしながら、こどもにも喜んで貰えるような商品を考え、綱木さんに提案することになりました。そこで、既存の商品をさつまいもで代用してみたり、干し芋に手を加えて新たな商品を生み出したりするなど、0→1ではなく、1→100の考え方で商品の考案をすることになりました。

その後、綱木さんに農園近くの山の中や、湯瀬溪谷へ連れて行って頂きました。綱木さんがいつも腐ってしまったミニトマトなどを廃棄しに行くという山は、手入れされていない状態で、緑が生い茂っており、風に靡く草木や木漏れ日を見て、ありのままの自然の美しさを感じました。湯瀬溪谷には、他に観光客はおらず、広大な溪谷を独り占めすることができました（写真 2-1）。関東近郊では見られないような透明度の高い川の水が太陽の光に照らされている様子は非常に美しかったです。川の流れる音が心をリラックスさせ、日々の疲れを癒してくれました。

農園に戻ってからは、前日に引き続きミニトマトの収穫をしました。前日と同様に葉の剪定と収穫を同時並行で行いました。2日目は晴れていたため、前日とは違いビニールハウス内に日差しが差し込み、ミニトマトの色を識別しやすくなったことで、容易に収穫ができました（写真 2-2）。

【学んだこと】

2日目は、綱木さんの価値観や農業に向かう姿勢を学びました。綱木さんは現在鹿角市で暮らしていますが、鹿角市は時間の流れが東京よりもゆったりしていて、ノルマや上司から縛られることもなく自由に過ごすことができていると仰っていました。しかし、鹿角市は地理的不利な条件であるだけでなく、雪国で積雪量が多く、冬季は毎朝5時から除雪作業をする必要があります。その生活を受け入れられるかは人の価値観によります。このことから、物事のメリットだけを見るのではなく、デメリットも踏まえたうえで選択をする必要性を学びました。また、綱木さんは「所詮ミニトマト」という気持ちで栽培をしているそうです。つまり、自社商品に心酔してしまうと、自社商品の押し売りになり、お客様の気持ちに寄り添うことができなくなった結果、売上に結びつかなくなるということです。それを踏まえて、好きという気持ちは、時には視野を狭め自分を苦しめうるということを学びました。

Day 2

開始時間：9：15

終了時間：15：45

3日目は、綱木さんに鹿角市周辺を案内していただいたり、他班の見学をしたりして、今回のインターンの意義を再確認しました。そして、再度課題についての話し合いを行いました。

3日目の会議内容は、今回の課題の「U25の人向けに鹿角市への移住を促す」という目的を再確認したうえで、綱木農園での商品を考案することに決めました。鹿角市から離れてしまったU25の方々に鹿角市あるいは秋田県の魅力を伝えるためには、まずは自分たちがそれを体験する必要があります。そこで、十和田湖へ行き、自然を感じながら会議をしました（写真 3-1）。十和田湖には観光客が20~30名ほどいるくらいでしたが、以前は小学校があったりお祭りが行われていたりしていたことを聞き、現在の秋田県の人口減少を実感しまし

た。一方で、人が少ないからこそ、感じられるものがありました。広大な湖を前に、都会の喧騒から離れて誰にも邪魔されずに過ごす時間は、まるで時間が止まったようで穏やかになることができました。

	
写真 3-1 十和田湖	写真 3-2 七滝

次に七滝の道の駅へ行き、山葡萄のソフトクリームを食べながら、七滝を見学しました。滝の付近は、夏の暑さとは無縁のようで涼しい風が流れていて、マイナスイオンを感じ気分をリフレッシュすることができました（写真 3-2）。ソフトクリームは山葡萄の酸味を感じ、さっぱりした甘さが美味しかったです。これらは都会ではなかなか経験することのできないことです。鹿角市の魅力を伝えるためには、これらのように、都会では得ることのできない体験をしたいと感じてもらふ必要があると感じました。

さらに、綱木さんは「儲からないと言われる農業で、自らが成功体験をすることで、他の農家の可能性を広げたい。地域を活性化させたい。」と仰っていました。以上のことから、私たちが取り組む課題では、綱木農園だけの利益ではなく鹿角市の発展のため、公共のために問題を考える必要があるということを認識しました。

次に他の班の見学をし、自分たちの課題に活かそうと、猫松班のもとへ向かいました。猫松班は、新商品開発に取り組んでいましたが、現在は商品が完成しパッケージを考えている段階でした。そこで、他の班がそれぞれ、課題に向き合っている姿を見て、自身の課題解決への意識を再度高めました。そして帰宅後に、綱木農園で現実的に加工できるさつまいも商品を「干し芋・干し芋アイスサンド・スイートポテトの種」3つに絞り、これを成果発表で綱木さんに提案することにしました。

【学んだこと】

3 日目に学んだことは、秋田にはまだ自分の知らない魅力がたくさんあり、数日では知り尽くせないということです。私たちは先日のプログラムで市内見学をしてたくさんの遺跡や

観光地を巡りましたが、毎日目にする広大な田んぼ道や数えきれないほどの星が広がる夜空、さらに先日綱木さんに連れて行っていただいた湯瀬溪谷、そして3日目に訪れた七滝の道の駅や十和田湖では、さらに圧倒されるような絶景を眺め、都会ではなかなかできない非日常を経験し、その魅力を体感してきました。私は、鹿角市を始め、秋田県ではこれらの景色を日常的に眺めることができるということから、鹿角市には魅力がたくさんあり、また訪れたいと強く思いました。そして、このことを県外の方や、外部へ移住していった方々にも同じように感じてもらうには、自分たちの得た感動を伝えられるかにかかっていると考えました。そのため、自分の体験してきたこと、感じてきたことを成果発表の際にU25の方々に伝えられるようにしっかりと発表準備に取り組もうと思いました。

綱木農園様

発展フィールド・スタディーズ

秋田県鹿角市 UI ターン者起業活動に関する研究プログラム

インターンシップ活動日誌



武蔵野大学経済学部経済学科

後藤貴太 2127047

2023.9.4-9.13

Day 1

開始時間：10：00

終了時間：14：20



写真 1-1 アンジェレ



写真 1-2 綱木農園

インターンシップ1日目は、綱木農園さんでさつまいもの収穫体験、キュアリング、午後はミニトマト「アンジェレ」の収穫体験をしました。綱木農園で栽培しているさつまいもは、「安納芋」、「紅あづま」「紅はるか」、「シルクスweet」の4種類を今年から栽培しています。今回はその中の「安納芋」を収穫しました。4種類のさつまいもは時期をずらしながら栽培しています。収穫時期より前だったので、全体的にやや小ぶりでしたが、根っこが太く収穫時期を伸ばせばさらに大きくなりそうということがわかりました。その後、「キュアリング」という工程を教えて貰いました。キュアリングとは、温度30度以上、湿

度 90%程度の状態です。3日間放置をするという工程で、それを行う結果、さつまいもの腐敗を防ぐことができ、長期保存を可能にすることができるという利点があります。そして、午後からはミニトマトの「アンジェレ」の収穫体験を行いました。現在、ミニトマトはその種類しか栽培していないそうです。「アンジェレ」を育てるメリットとして、一般的なトマトは熟してから約二日に対し、熟してから1週間持つため、棚持ちがよくすぐに収穫できなくても大丈夫という利点があります。しかし、デメリットとして、水耕栽培向きのトマトであるため、とても傷つきやすくまた、砂土は水捌けがよく、肥料や水分が流れてしまうことが挙げられます。さらに、気候にも影響しており、今年はとても暑く、ハウス内も暑かったため、高温多湿すぎてしまうと、葉が枯れてしまうことも挙げられます。ミニトマト自体はとてもよく実っていて茎部分まで赤く実っているものを沢山収穫し、1日目の終わり間際に綱木さんが収穫したミニトマトの3分の1をお土産としていただきました。自分たちが収穫したミニトマトはとても甘く美味しかったです。

【学んだこと】

インターンシップ1日目を終えて、農家の事業を始める大変さを学びました。具体的に農業を始めるに当たって、生物、土壌や地域性を学ぶためには地学、化学、機械学、販売するには経営学、市場の需要と供給には経済学など幅広い知識を学ぶため、農業はとてもハードで、マルチプレイヤーな職種であるということです。また、さつまいもの保存過程、さつまいもの適した貯蔵期間、ミニトマトを収穫する際に気をつけることを教えていただきました。さつまいもの保存過程は先程述べた「キュアリング」という方法、さつまいもは約3ヶ月位貯蔵するのが適しているということ、ミニトマトを収穫する際には、へたの部分まで赤く実っていないと出荷できなくなるなどのことを学びました。まださつまいもの収穫時期とは違っていたものの、さつまいもが沢山収穫できることで鹿角の環境でできる農業の可能性が広がり、他の農家で新たに農業を始めるきっかけが作れるのではないのかと考えました。1日目からサツマイモの可能性について沢山触れたので2日目も頑張ろうと思いました。

Day 2

開始時間 10:00

終了時間 14:30



写真 1-1 さつまいものキュアリング



写真 1-2 湯瀬溪谷

インターンシップ2日目は、成果報告会のためのテーマを決め、綱木さんが湯瀬溪谷に連れて行ってくれました。そして午後は1日目の続きでミニトマトの収穫を行いました。元々のテーマは「冬期間の農業所得安定プランーさつまいもの可能性ー」でしたが、このテーマだと貯蔵方法とかになってしまうため、難しくってしまうため、貯蔵方法ではなく小売という方向性で決め、その中でも既存のさつま芋商品（ほしいも、芋けんぴ）などの物をアレンジし、若者向け、特に子供向けに商品開発する方向性に決め、テーマとして「子供向けで素朴（無添加なもの）で既存の商品をアレンジする」ということになりました。そして、テーマを決め綱木さんが綱木農園の周りを車で案内してくれたり、湯瀬溪谷に連れて行ってくれました。元々そのようなプランはなく2日目は、テーマ決めを行った後、さつま芋収穫、ミニトマトの収穫体験でしたが、さつまいもは収穫時期よりとても早いいため、収穫ができなく、「ずっとミニトマトの収穫だと楽しくないでしょ？せっかく鹿角にきたからいい所に連れて行ってあげるよ」と言ってくれて連れて行ってくれました。そして湯瀬溪谷でリフレッシュした後、綱木農園に帰ってからはミニトマトの収穫を前日に引き続き行いました。2日目は天候が良く、1日目よりトマトの色がはっきり強調していたので、収穫に相応しい色かどうかの区別がはっきりわかりました。綱木さんは「晴天時の時はトマトの色で収穫できるかできないかの区別がわかるが、雨天時の時はハウスに日光が入らないため、区別がしにくい」とおっしゃっていました。2日目は無事終了しました。

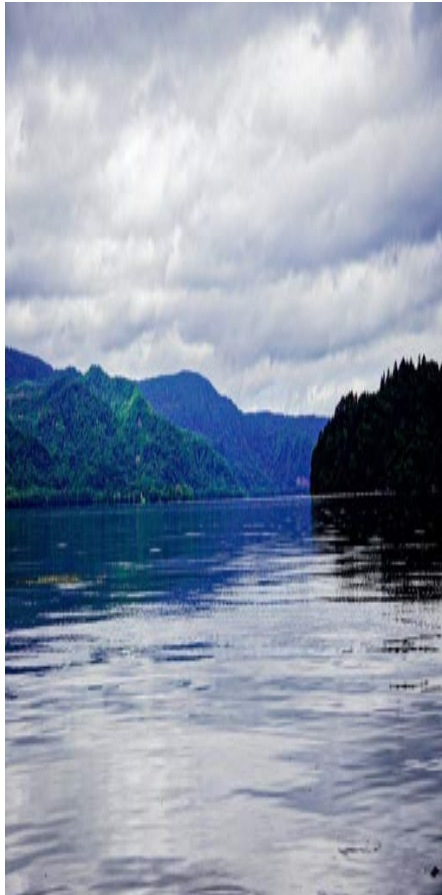
【学んだこと】

インターンシップ2日目を終えて、2日目は1日目と違い、綱木農園で過ごす時間が少なく、溪谷に連れて行ってくれたり、綱木さんの実家を見せて貰ったりと綱木さんに色々連れて行ってくれて、そこから分かる綱木さんの優しさや人柄がとてもよくわかったのと、成果報告会のための発表するテーマも決め、少しずつではあるが、方向性が定まってきたと実感した日でした。まだその中身も決まったわけではないのでまだまだ残っている課題は沢山ありますが、少し余裕ができました。プログラムに書いてあったテーマにそって実行しようと考えた時に、あまりにも情報が少なく、クオリティも悪くなってしまうため、うまく発表できないリスクの方が大きいと思いました。子供向けや、若者向けというテーマに変えることで、大人だけでなく既存の商品にも興味を持ち、少しでも興味を守ってくれるのではないかと考えました。綱木さんと今日一緒に行動して綱木さんはとてもアクティブな人だなと思うところが沢山ありました。湯瀬溪谷に行った時に綱木さんが水の中に入って行ったり、綱木さんのお子さんと一緒に釣りに行っているなどのお話を聞いたりしたのでとてもアウトドアでアクティブな人柄でとても真剣にサポートしてくれたり優しい一面も見られました。次の日がインターンシップ最終日なので今まで得た情報や知識を3日目で沢山発揮していきたいと思いました。

Day 3

開始時間：10：00

終了時間：14：00

	
写真 1-1 七滝	写真 1-2 十和田湖

インターンシップ3日目は綱木農園ではなく十和田湖に行き、野外授業で成果報告の最終打ち合わせを行い、その後観光して秋田の自然に触れ、帰る途中に猫松班の場所に行き、他の班の進捗状況を確認しに行きました。本日も本来なら綱木農園で作業をする予定でしたが、前日のインターンシップでは湯瀬溪谷に行ってリフレッシュした時に、綱木さんが「たまには自然の中で作業しよう」とおっしゃっていたため、3日目は朝から十和田湖に行きました。最終打ち合わせでは、前日決めたテーマをもとにプレゼンの構成、何を具体的に説明するか、何故このテーマにしたか、そしてメインである既存の商品のアレンジ品をいくつか紹介し、その商品をどこで販売するか、誰をターゲットにするかなどの話し合いをしました。事前に私たちが考えた既存の商品のアレンジ品を綱木さんにみせ、そこから何の商品を取り上げるかを決め、最終的に「ほしいもくん」、「干し芋アイスサンド」、「スイートポテトの種」の3種類を発表することにしました。構成を綱木さんと考えた後、十和田湖の自然に触れ、帰りに鹿角市の隣にある小坂市にある七滝を見にいき、綱木さんが山葡萄アイスクリームを私たちに奢ってくれました。山葡萄アイスはとても酸味が強くスッキリした甘さでした。七滝では大迫力な滝を実際に見て、沢山のマイナスイオンを感じられました。観光を行

うことにより、私たちのグループのテーマと、このプログラムの目的の「本市ならではのライフスタイルを鹿角家 U25 等へ提案し、移住を促す」という目的に合っているため、一石二鳥な体験をさせていただきました。帰りに猫松班の所に寄り、各班の進捗状況を確認しに行きました。猫松班はかなり進んでいた為、私たちの班の心にも闘争心が芽生え、頑張ろうと思いました。

【学んだこと】

インターンシップ3日目を終えて、綱木さんに観光を沢山して頂いてとても貴重な体験をしました。綱木さんには感謝してもしきれないくらい、3日間はとても充実した日だったと実感しました。十和田湖に行く途中で車の中で綱木さんが「かつて十和田湖近くには小学校があったんだよ。でも今はもうなくなっているんだけどね」とおっしゃっていて、いまの現状も道中に教えていただき、今の人口減少問題について今一度再確認し、かつて賑やかであったところも人口減少によりなくなっているんだと実感しました。十和田湖の辺りで作業していて、自然のなかで作業するということが都会では考えられなく、新鮮な環境で作業でき、頭の回転が早く、色々な意見が次々と出てきました。たまにはずっと同じ環境で作業するのではなく、色々なところで作業できるのは都会じゃできないことであると思いました。綱木さんは私たちのために色々なことをかんがえてくれたのでとても綱木さんに助けられました。綱木さんが「こういった常識はずれなことができるの、今まで積み上げてきた信頼と実績があるから多少このようなことをしても許されるんだよ」とおっしゃっていて、社会に出るために、この二つは欠かせない物だと思い、私も綱木さんみたいな人になってみたいと思いました。まさか帰りに猫松班におじゃますとは思ってもいなかったもので、他の班をみに行っても大丈夫かな？と思っていましたが、猫松班の進捗状況を見る感じ、とても進んでいた為、参考になる部分や、少し焦りも出てきたので猫松班に見学しに行ったのはとてもいい体験をしたと思いました。3日間インターンシップを行って鹿角の自然や農園のお手伝いを行って、鹿角市には沢山リフレッシュできる場所があるので、そこを上手く広めることができれば、鹿角に興味を持つ人たちが増えるのではないかと考えました。

3.3. 成果報告会

3日間の活動を経てメンバーと議論を交えながら、成果報告会に向けて以下の提案が取りまとめられた。

タカヤ班：「持続可能」という観点から既存事業との親和性を考え、「業務スーパー」のサブフランチャイズを提案した。東北地方ではまだ参加する余地が大きく、既存の成功例も存在していることから成功する確率が高い。

猫松班：コンセプト設定、ヒアリング、試作、アンケート調査などのステップを踏み、最終的に40代～60代女性向けの「燻製レーズン」の新商品を提案。店頭で販売する際に、アイスとの組み合わせも店から歓迎される可能性が高いとされる。

綱木農園班：冬季収入の安定化に向けて、加工用の商品を数種類提案した。動物の形のとったほしいも、干し芋サンド、飲食店向けの冷凍スイートポテトの種など、観光需要や時短商品を考案した。

9月12日（火）に行われた成果発表会では、市長をはじめ市民の方々向けに以上の内容で発表を行った。また、発表会でいただいた意見を踏まえて、「UIターン移住者の新規事業によって派生する関連業種の需要」などを取り入れた内容を事後学習の際にバージョンアップさせた。その内容を10月21日（土）に武蔵野大学有明キャンパスで行われたU25家族会議で発表した。参加する鹿角出身の若者からは、新商品の可能性について多くの質疑が行われた。

4. まとめ

10日間に渡る現地での研究調査を通して、移住された方々の事業活動について深く理解することができた。学生たちは現地での生活を通して、町の方々や関係者の皆様から鹿角のことについて、机上では得られない知見や考え方に触れることができた。人口減少社会において地域経済の厳しさを知りつつも、課題解決に真正面から取り組むUIターン起業家の姿勢から、非常に良い刺激を受けることができた。経営学部の授業では事業提案を課題として学生に課すことが多いが、整った条件を仮定した上で論理的思考を鍛えるタイプのものが多い。しかし企業の現場においては、限られた経営資源、重なり合う複数の地域条件の中での舵取りを考えなければならない。発表会に向けて、どのように自分たちの提案を充実させ、企業様に納得させるかについて一生懸命考え、日に日に自主性が増していったことがとても印象的だった。このような貴重な機会をご提供くださった株式会社タカヤの高谷秀和社長、未来創造事業部長大山典子様、燻製屋猫松代表の松村託磨様、綱木農園の綱木裕一様、NPO法人かづのclassy代表理事の木村芳兼様をはじめスタッフの皆様、私たちの活動を全力でサポートしてくださった鹿角市役所の方々に、この場を借りて感謝を申し上げたい。

2023年12月

2024 年 1 月 31 日発行

武蔵野大学 経営学部経営学科

〒135-3131

東京都江東区有明三丁目 3 番 3 号

編集人 姜 雪潔

T E L : 03-5530-7601

E m a i l : xuejie_j@musashino-u.ac.jp