

事業（8）発信力の強化から地域創生へ

～Agrifes と農芸ポークカレーの開発～

ハイテク農芸科3年 伊藤 諒・奥田 ころろ

知財開発研究同好会2年 北野 萌那・米田 歩晶 1年 間下 玄基・八重橋 竣也

動機・目的

私たちは日々、農作物の栽培から販売に至る一連の農業について学んでいる。その中で農業が抱えている問題（後継者不足、高齢化など）を知り、それらを改善・解決する研究について取り組んできた。一つ目は農業のイメージアップが問題解決に繋がる農業イベント Agrifes の開催である。現状として『農業を楽しむ』イベントが少ないことから、平成 29 年に先輩達が開始した Agrifes で魅力ある農業の発信をめざし、平成 30 年より生徒主体による企画・運営を行った。二つ目は農業を 6 次産業化することで農業の悪循環を改善しようと考え、本校ブランド豚と農産物を具材に使用した「農芸ポークカレー」を開発し、それら販売促進に伴い「大阪産（もん）」による地域活性化に向けた研究を行った。

実施

1) Agrifes（第3，4回）

第3，4回を運営するにあたって、先輩達が Agrifes 開催時に実施した第1，2回目のアンケート結果を活用してマーケティングの3Cによる本校の強みを分析した。また、本校における経営資源を考え、それらを生かせる実施内容を考えた。（図1）Panzerotteria との企業連携による商品の販売をメインとし農産物販売、農業体験としてリース作りなどを企画。ハイテク農芸科だけで収まらず、資源動物科からはふれあい動物、卵や雑貨の販売、食品加工科からは食品サンプル等、3学科での連携による Agrifes を実施した。（図2）

2) 知財開発研究同好会

平成 27 年よりキャニオンスパイス（株）と連携し開発された「農芸ポークカレー」の開発・販売を行っている。第一弾では、中辛を 2000 箱製造し高島屋をはじめ、校内や食博覧会などで販売し完売。そこで、第二弾では消費者からの甘口を求める意見をヒントに、リンゴとバナナで味付けすることで甘口を開発。さらにターゲット層を増加させるため、中辛にガラムマサラと辛味スパイスを付属させた。試作品に対するささやかな要望を具体的に提案し、商品の味にかかわるご指導を頂き、改善したその都度試作品を送って頂くキャッチボールを繰り返し、産学連携による開発・販売促進活動を行った。

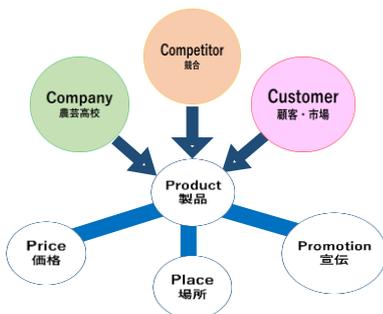


図1. 3C の分析から 4P の流れ

図2. Agrifes 当日の様子

図3. 「農芸ポークカレー」

結果・考察

1) Agrifes の認知度は徐々に上がり第4回では206名の来場者数となった。また、回を重ねるごとに協力いただいた専攻が増え、販売できる農産物の数も増え売上も増加した。(表1)

Agrifes の参加により農業のイメージアップが出来たのかをアンケート調査を行った。58%が「はい」と答え、「高校生が楽しそう・頑張っている」などの声が多かった。また「農作物が美味しいものになるから」という Panzerotteria とのコラボメニュー(図4)から農業のイメージが変化した方もいた。残りの42%が「いいえ」と答えたが、「以前から良いことを知っている」という元から好印象だったという声を多くいただいた。

2) 第二弾で開発・販売を行った甘口は完売した。(750箱) それら取組内容について産学連携学会「アグリライフハック2018」で発表するなど情報発信を行った。また、農芸ポークカレー販売時にアンケート調査を行い、その結果から第三弾となるシチュー(図5)の開発を現在進めている。食味調査を行い、味の調整を繰り返し、平成31年2月中旬に完成予定である。さらに、付属のスパイスセットの製造に向けた開発も行っている。

表1. 来場者数と売上の比較

	来場者数	売上
第1回	69	26,500
第2回	137	51,250
第3回	153	83,500
第4回	206	90,600



図4. 企業連携により開発した商品 図5. 「農芸ポークシチュー」

〈未来視点〉

Agrifes というイベントを行うにあたって、どうすれば農業のイメージアップに繋がるのかなど考えながら企画してきたため、計画性が培われてきた。Agrifes、農芸ポークカレーの開発ともに生徒主体で行ったため、責任が伴い、決断力・判断力などの力も身に付いたと思われる。運営する生徒同士だけでなく、協力いただいた専攻との情報共有の大切さを学んだ。企業との意見交換を何度も繰り返すうちに、自分の意見を言葉にして伝えるなどコミュニケーション力が自然と身に付く機会となった。

今後の課題

Agrifes を後輩へと引き継いでいくことで農芸高校の伝統イベントしていきたい。そのためにも運営してきたノウハウを全て引き継ぎノートとして形に残していこうと思う。Agrifes の認知度を高めることで、農業の楽しさを多くの人に伝えていけたらと思う。「農芸ポークカレー」も同様、後輩へと引き継ぎ活動を続けることで、ハヤシライスなど新たなレトルト食品の開発を進めていこうと思う。

以上のように Agrifes や「農芸ポークカレー」の開発・販売においてそれぞれ情報発信を行ってきたが、「農芸高校」としてのブランドが確立されておらず、方向性が統一されていない。共通イメージとなる印をつくることで「農芸高校ブランド」として発信力をさらに強化できると考える。