

I-20. 「戦略的技術開発体制推進事業」のうちセミナー等運營業務

Seminar of "Strategic Technological Development Promotion Project"

キーワード Key Word	農林水産業、オープン・イノベーション “Agriculture, Forestry and Fisheries”, “Open Innovation”
---------------------------------	--

1. 事業の目的

我が国の農林水産業・食品産業の喫緊の課題である競争力強化に向けて、農林漁者が現場で直面する技術課題を戦略的に解決するため、生産者の相談窓口となる拠点機関を中心に、民間企業・大学・研究機関等による研究ネットワーク構築が必要である。

本事業においては、最新の農政状況や研究ネットワークの先進事例等に関する情報提供や議論を行った。

2. 調査研究成果概要

(1) 調査方法

① セミナーの開催

以下のように計8回、セミナーを開催した。

開催日	地域	開催場所
2017年1月13日	東京	インターシティホール
2017年1月25日	仙台	ウェスティンホテル仙台
2017年1月27日	名古屋	レセプションハウス名古屋通信会館
2017年2月1日	岡山	ホテルグランヴィア岡山
2017年2月10日	金沢	ホテル日航金沢
2017年2月22日	大阪	ウェスティンホテル大阪
2017年3月1日	福岡	ホテル日航福岡
2017年3月10日	松山	メルパルク松山

② アンケート調査の実施

セミナーの参加者に対して、アンケート調査を実施した。

(2) 調査結果

① セミナーでの主な議論

議論した内容	主な意見等
研究ネットワークの意義	<ul style="list-style-type: none"> 一企業で全てをできることはない。 違う視点を持つ者との議論から、新たなものが生まれる。 農家が抱えている問題に対しての集まりが必要。
海外への進出	<ul style="list-style-type: none"> オランダは海外市場を見ているが、日本は国内市場中心。 海外へ出ていこうとすると、価格競争力の問題にさらされる。
生産者との協業	<ul style="list-style-type: none"> 議論、評価をきちんとできる環境作りが必要。 研究者は現場へ出ていく必要がある。 生産者が明確にニーズを意識していない場合もある。 先端技術に対し実証実験協力をしてもらうことも必要。 成果(売上・販売)まで考えて伝え、落とし込んでいくことが必要。
消費者ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズに対する研究が必要。この部分はあまり話せていない。 技術課題だけで追いかけると、技術だけあってビジネスが起きない。 消費者の口に入るところまでをネットワークで考えていくことが必要。

議論した内容	主な意見等
農業の魅力向上に向けて	<ul style="list-style-type: none"> ・楽しんでやることが大事。 ・オランダでは農業ほど面白いものはない、という感覚をもっている。 ・いろんなことをチャレンジすると広がってくる。
資金の問題	<ul style="list-style-type: none"> ・研究ネットワークは持続性がとても大事、予算はとても大事になる。 ・小さな生産者は研究資金がない。 ・投資をするプレイヤーが必要。 ・コンソーシアムやネットワークに声掛けをしていくときに、メリットが見えないと断られることが多い。 ・日本は金融機関から借りる場合のハードルが高い。 ・クラウドファンディングは活用し得る。
収益性の問題	<ul style="list-style-type: none"> ・収益が日本の農業ではボトルネックになる。 ・研究者は市場価格をわからない。 ・ネットワークの中でのかじ取り役が必要となる。
研究ネットワーク形成における問題点・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・日本はネットワーク形成において、遅れている。 ・互いに都合よく解釈し、意思疎通ができていない場合も多い。 ・若い人たちが活躍できるような環境作りが必要。 ・人・金は常に課題になってくる。 ・大学や公的研究機関は論文が主目的。大きな大学は大企業しか相手にしない。 ・成功しなければいけない、という呪縛にとらわれている。
研究ネットワークの推進に向けて	<ul style="list-style-type: none"> ・より大きな夢を共有することも大事。 ・戦略目標を共有して、巻き込めると協力が得られる。 ・連携した研究を進めるのは交渉力・コミュニケーションが必要。 ・コーディネーター的な存在は必要。 ・研究のネットワークの窓口がほしい。 ・データベースは絶対必要。 ・実績をもってネットワークの求心力を高めていくことが大事。 ・学問として、マネジメント・オブ・テクノロジーではなくマネジメント・オブ・アグリカルチャーが必要。 ・短期的なネットワークと、長期的なネットワークは別。分けるべき。 ・長期的なところに投資する仕組みが必要。
人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> ・海外だと農業経営者が大学で MBA などを勉強している。 ・技術を提案するような人が必要なのではないか？ ・目利きができることが必要。 ・人材育成も重要であり、生産者の技術力向上が重要。 ・小さな農業者でも匠の技術が存在する。継承し、育てることも必要。 ・農業に対する教育を考えていかなければいけない。 ・農家の中で頑張っている人に、いかに残ってもらおうかが大事。 ・重要なことは食育。食べることの楽しさを伝えることも大事。

②アンケート調査の結果

- ・生産者や民間企業においては、研究ネットワーク構築している者の割合は低い。
- ・研究ネットワークの必要性に対する認識は、かなり高い。
- ・全体的に研究ネットワークの構築は、さほど容易とは考えられていない。
- ・研究ネットワークの構築における国への要望としては、「資金援助」と「パートナー探しに関する支援」を希望する者が多い。