



報道発表資料の配付日時 9月1日(水) 15時00分

発表項目 (行事名)	令和3年度北海道食のキーパーソン育成研修等事業 食クラスター「地域フード塾～絶品コース～」開講式のお知らせ(オンライン開催)		
記者レクチャー のお知らせ	(実施日時)	発表者	
		発表場所	
概要	<p>○ 道では、道内で食品づくりに携わる方を対象に、マーケティング手法と地域資源を有効に活用した商品開発や地域資源を核とした地域ブランドの創出に関する研修及び「食品づくり」における経営力アップに関する研修を行う「地域フード塾～絶品コース～」を開催します(平成25年度から継続実施)。</p> <p>○ 今年度は、ウイズコロナ・ポストコロナを生き抜き、地域において食関連産業をけん引する「食のキーパーソン」を育成します。</p> <p>○ 地域フード塾の開催にあたり、次のとおり開講式を開催します。</p> <p>○ ZOOMを使用し、オンラインで実施します。 なお、事務局対応のためZOOM中継会場を設けます。 ✓ZOOM中継会場：北洋大通センター 4階 セミナーホール</p> <p>■日時 令和3年9月6日(月) 開講式 9:00～10:00(オリエンテーション含む) 基調講義 10:10～11:40</p> <p>■主な出席者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講生(33名) ・一般社団法人流通問題研究協会 元会長 三浦 功 ・北海道 副知事 土屋 俊亮 ・(株)北洋銀行 副頭取 竹内 巖 ・大和証券(株)札幌支店 支店長 矢代 成男 ・帯広信用金庫地域経済サポート部 部長 清水 豊 <p>} ZOOM中継会場から出席</p> <p>■基調講義</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講師：一般社団法人流通問題研究協会 元会長 三浦 功 氏 		
参考			

報道(取材)に当たってのお願い	<p>積極的な取材をお願いいたします。</p> <p>取材を希望する場合は、所属、参加者氏名、連絡先、取材方法(オンラインor中継会場)を記載の上、下記メールアドレスにご連絡いただきますようお願いいたします。参加用URL等については、別途お知らせいたします。</p> <p>経済部食関連産業局食産業振興課 吉田 (yoshida.kazuya@pref.hokkaido.lg.jp)</p>		
他のクラブとの関係	同時配付	(場所)	
	同時レク		

担当 (連絡先)	<p>経済部食関連産業局食産業振興課食クラスター係 課長補佐 平田 孝之 TEL 011-204-5979(内線26-132)</p>		
-------------	---	--	--

令和3年度 食クラスター「地域フード塾～絶品コース～」

1 概要

道内で食品づくりに携わる者を対象に、マーケティング手法と地域資源を有効に活用した商品開発や地域資源を核とした地域ブランドの創出に関する研修、「食品づくり」における経営力アップに関する研修を開催し、ウイズコロナ・ポストコロナを生き抜き、地域において食関連産業をけん引する食のキーパーソンを育成する。

2 主催 北海道

3 共催 北洋銀行、大和証券、帯広信用金庫

4 開催日程

内 容		開 催 地	開 催 時 期
第1回	全体研修 【オンライン】	札幌市（北洋銀行セミナーホール）	9月 6日（月） ～ 7日（火）
第2回	地域研修	江別市（大和証券ホール）	10月 4日（月）
		帯広市（帯広信用金庫中央支店）	～ 5日（火）
		函館市（港の庵）	10月 7日（木）
		稚内市（宗谷総合振興局）	～ 8日（金）
第3回	全体研修	札幌市（北洋銀行セミナーホール）	10月27日（水） ～29日（金）
第4回	全体研修	札幌市（大和証券ホール）	11月25日（木） ～26日（金）
成果発表会		札幌市（札幌パークホテル）	1月25日（火）

5 カリキュラム案 別紙のとおり

6 研修受講生 33名

《2021年度「北海道食のキーパーソン育成研修 絶品コース」カリキュラム案》

◆第1回：9月6日(月)、7日(火) 会場/札幌(北洋銀行セミナーホール)

【1日目】テーマ：『絶品マーケティングの基本戦略』(9:00~18:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:00	オリエンテーション	1) 主催者挨拶(北海道経済部食関連産業局) 2) 共催者ご挨拶 3) 「地域食マーケティング人材育成塾」の狙いと進め方 4) 受講生自己紹介	食関連 産業局 橋本佳住
10:10 11:40	なぜ、 地域絶品マーケティング なのか —コロナでの体験から学ぶ—	1) 商い環境がどう変わったか、生活者起点がベースに 2) マーケティングの本質が問われるとき 3) 地域絶品づくりのマーケティング 4) 製品と商品は違う、商品開発の進め方 5) コロナショック、販路が蒸発した。どうするか 6) ダイレクトチャンネルの工夫 7) 塾生が作ったケースに学ぶ 8) 北海道が持つ強みと弱み 9) ひとりじゃないんだ 10) 生活者起点を大事にしよう。	三浦 功
12:40 13:30	《OBスピーチ》①	◆古代米の野生の力と美味しくて安心安全な北海道米を広めたい 1) 日本人のソウルフードお米に新たな息吹を吹き込む 2) 黒米・雑穀を使った新たな商品化 3) フード塾仲間との様々なコラボにチャレンジ 4) その他	(合)上森 米穀店 鳥越弘嗣
13:40 15:10	フード塾の マーケティング戦略 —With コロナ時代の 地域絶品マーケティング 7か条—	◆有事に打ち勝つ「これからのマーケティング」 1) マーケティングの変遷と変わらぬ戦略 2) With コロナ時代の地域絶品マーケティング7か条 3) 「これからのマーケティング」5つのキーワード ・オリジナリティある地域絶品づくり ・購買者を越えたファンづくり、関係づくり ・お客さまの顔が見えるチャンネルづくり ・横断的につながる仲間づくり ・転ばぬ先の杖 4) スモールビジネスとブルー・オーシャン戦略 5) スモールビジネスとブランド戦略 6) 皆さんがこれから塾で実践すること	青島弘幸
15:20 18:00	グループ討議	1) フード塾に来た目的 2) わが社の課題 3) コロナ禍の中でどんな苦労と工夫をしてきたか 4) 今後目指すもの・作りたい絶品	各講師

【2日目】テーマ：『地域絶品商品開発』(9:00~17:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:30	何といても商品力	◆なんといっても商品力 1) 地域マーケティングには、絶品開発は欠かせない 2) 絶品のブランド化によって見える「食絶景」 3) 絶品開発は、小規模、身の丈、早い意思決定、必死さこそが力になる 4) 理念を持つ。お役立ちの意識が、絶品をブランド化する 5) 「強みを強く、弱みを強みに」それが開発の要点 6) 私の食絶景：事例紹介「モスライスバーガー開発ヒストリー」	田村 茂

10:40 11:40	《OBスピーチ》②	◆地元の桜で絶品はちみつを作りたい 1) 新ひだか町の宝物「二十軒道路周辺」を形にしたい 2) サクラを中心とした百花密 3) ネーミング募集 4) さくらのIkoro(イコロ)の誕生 5) 北のハイグレードに選定	(有)太田 養蜂場 太田一徳
12:40 14:10	絶品マーチャダイジングの 実務と営業戦略	◆目標を実現するマーチャダイジングの実践 1) 小売業の【売場づくり】のマーチャダイジング 2) 製品と商品の違い、利用する時間と場所の価値を サービスにしたモノづくり 3) 強みを、業務用と家庭用の両輪で活かす営業戦略 4) 顔が見えるチャネル営業【買い場づくり】のお手伝 いが、市場をつくるカタコト営業 5) 絶品マーチャダイジング=6つの要素とPDCA 4つの実践で顧客をつくる	佐竹嘉廣
14:20 15:20	《OBスピーチ》③	◆川島旅館の絶品づくり 1) 湯上がりプリンに続く商品を 2) 豊富町の新鮮な牛乳と地元産の食材を使う 3) フレーババター誕生 4) 売り先を考える(首都圏、札幌、通販、ギフト)	(株)川島 旅館 松本康宏
15:30 16:30	マーケティングの基本概念と SWOT分析	◆本塾における最終課題である「マーケティング3か年 計画」の概要説明と強み・弱みの把握のための技法 「SWOT分析」を学ぶ	橋本佳往
16:40 17:00	地域研修オリエンテーション	◆第2回目の地域研修のオリエンテーション	橋本佳往

◆第2回：札幌（十江別）・帯広：10月4日(月)、5日(火)/稚内・函館：10月7日(木)、8日(金)
 テーマ：『地域資源の活かし方と先輩OBの取組みから学ぶ知恵と工夫』
 【1日目】(12:30～17:30)

時間	テーマ	目的と内容	講師
12:30 13:30	なぜ地域別研修なのか	◆地域研修での狙い、進め方 ◆地域の資源(食材・観光・歴史・文化・風土など) こそが宝物 ◆なぜ大手資本流通が苦戦するのか、そこに地域で生きる ヒントがある・・・顔が見える関係づくり	各講師
13:30 17:30	わが社の3か年計画 私の悩みと それを、どう乗り越えたか。 その結果は・・・。 ーフード塾OBに学ぶー	◆地域内にあるフード塾OBの3か年計画とその後の 展開事例を学ぶ 1) フード塾での学びは何か 2) 3か年計画とその後(成功と失敗) 3) 今後の夢、壁 4) 悩みの共有 5) コロナを乗り越える工夫	フード塾OB (E-ZO)
	企業視察	◆地域内の企業(参加者企業/塾OB企業)を訪問 ◆リアルな問題点の把握 ◆地域の資源をどのように活かしているか	講師/OB
18:00 	視察報告会 懇親会 (コロナの状況により開催を 判断します)	◆視察報告 ◆仲間づくりとコミュニケーションづくり ◆講師とのコミュニケーション強化	全員

【2日目】(9:00~17:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 15:00	グループ討議 《各自SWOT分析討議》	◆各自のSWOT分析結果を一人一人グループで議論し、内容を深める ◆他社のSWOTを考えることによって、再度、自社の強み・弱みを検討する	全員
15:00 17:00	個人相談(予備時間)	◆SWOTから3か年計画につなげるための個別アドバイス	講師

◆第3回：10月27日(水)~29日(金)/会場：札幌(北洋銀行セミナーホール)

テーマ：『売れる商品づくりのポイントとマーケティング財務』

【1日目】(9:00~17:30)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:30	これからのデジタルマーケティング	◆アフターコロナとデジタル流通 1) コロナで伸びたEC 2) ネット通販の取り組み方 3) フード塾OBの取り組み事例 4) これからのデジタルマーケティングとそこに求められること 5) 新しいデジタルマーケティングの事例	橋本佳往
10:40 12:00	《OBスピーチ》④	◆道南地元市場におけるECの具体的展開 1) ものではなく人を売る、ストーリーを売る 2) 売れる商品と売れない商品の違い(表現、見せ方、差別化など) 3) EC向きの商品とEC用商品開発 4) 顧客データの活用	(株)ロカラ 中川真吾
13:00 14:30	売れる地域絶品とは	◆北海道の魅力を伝える商品戦略 1) 世の中の動きを読み取る-スピード感を持った対応が重要 2) 何が、首都圏の消費者を引き付けるのか 3) 地域資源を活かした商品作りのポイント	オフィス内田 内田勝規
14:40 15:40	売れる商品は何が違うか -売り場視点から-	◆どさんこプラザ札幌店の店頭データから見る 1) どさんこプラザの売れ筋商品 2) 売れる商品と売れない商品の違いは何か 3) 顧客が求めるものは何か 4) コロナ禍の中で変わった売れ筋 5) どさんこプラザの活用方法	吉岡史世
15:50 17:30	品質と品揃えで、競争に勝つ店づくり -ラッキーの挑戦-	◆ラッキーが目指すもの 1) ラッキーが求める商品品質とは 2) 消費者に支持される商品とは 3) ラッキーの差別化戦略 4) 新型コロナウイルス拡大の中での流通の役割と仕組み	北雄ラッキー 桐生宇優

【2日目】(9:00~17:10)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:20	視察 「ラッキー山の手店」	◆前日の北雄ラッキー代表取締役社長桐生氏の講演をふまえて、基幹店である「ラッキー山の手店」を視察 1) 品揃え 2) 商品陳列 3) 巣ごもり消費になかでの売れ筋商品等を実際の店舗の視察から学ぶ	各講師

10:40 12:10	地域絶品とマーケティング チャンネル	◆コロナショック、新しい生活様式とマイチャネル 1) コロナで知った新しい生活様式の方向性 2) 販路とチャネルとは違う 3) マイチャネルを持つところが強い 4) ダイレクト(マイ)チャネルのいろいろ 5) 変化から新しい流通様式を見出す 6) モスを育てた絶品とマイチャネル	田村 茂
13:20 15:30	絶品づくりのための マーケティング財務の 基礎知識 危機に強い財務と マーケティング	◆マーケティング財務 1) 勘定あって銭足らず、BSとPLとCF、3つの勘所 2) わが社を支える商品カテゴリー、黒字カテゴリーと赤字カテゴリー 3) カテゴリー別に作る損益分岐点、固定費と変動費と粗利益 4) 4Pミックスマーケティングと生産性分析、カ点はどこか 5) 有事に備える財務 6) キャッシュフロー経営が肝 7) 危機に強い財務体質	小野 司
15:40 17:10	安心・安全なものづくりの 考え方と取り組み方	◆食の安心・安全の基本的な要件を理解する 1) HACCP、食品表示の実務とリスク管理 2) 食品の保存性と賞味期限の設定方法	抜山嘉友

【3日目】(9:00~17:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 10:00	宅配トドックの 仕組みと役割	1) トドックのしくみ 2) トドックの役割 3) 外出制限の中での生協の役割	コープさっぽろ 森川 大
10:10 11:30	私が見た 絶品マーケティング —その共通点と 学びのポイント—	1) 人の心を動かすポイントは？ 2) 女性目線で考えよう(編集力) 3) 地域フード塾発・絶品 10	村澤規子
12:30 13:30	3か年計画づくり説明	◆最終課題である3か年計画作成に当たってのポイント 指導と宿題の説明	橋本佳往
13:30 17:00	グループ討議 個別面談	◆絶品づくりのテーマと3か年計画に関する講師との 個別面談	各講師

◆第4回：11月25日(木)、26日(金) : 会場/札幌(大和証券)

テーマ：『わが社の3か年計画とマーケティング戦略の構築』

【1日目】(9:30~18:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:30 10:00	ノーステック財団から	1) 活用の仕方 2) フード塾活用事例	ノーステック財団
10:00 10:20	北海道庁から	1) 道としての支援策 2) 実務支援メニューのご紹介	食関連産業局

10:20 10:40	E-ZO から	1) E-ZO の活動紹介 2) E-ZO の入会案内	E-ZO 役員
11:00 18:00	地域絶品マーケティング 3 か年計画の検討・作成	◆他社の分析を通して自分の「3 か年計画」の課題・問題点の再整理を行う ◆それを受けて自分自身の 3 か年計画の完成に向けて講師の個人指導を受けながら完成させる。	講師全員

【2日目】(9:00~18:00)

時間	テーマ	目的と内容	講師
9:00 17:00	修了レポート発表と講評 (昼食を挟む)	1) 「絶品マーケティング3か年計画」プレゼンテーションと決意表明 2) 各講師からの講評	講師全員
17:10 17:40	金融機関視点からの激励	◆共催企業から研修の修了に向けてのメッセージ	大和証券
17:40 18:00	まとめ	◆研修の修了に向けての総括	三浦 功

◆修了式および報告会：2022年1月25日(火) 会場：札幌パークホテル

時間	テーマ	目的と内容	講師
3時間	決意表明	◆各自の3か年計画のテーマと決意表明(一人3分)	塾生
1時間	修了証書授与と 激励のお言葉	◆修了証書授与 ◆北海道知事(副知事)からの激励 ◆来賓ご挨拶 ◆E-ZO代表 ◆受講生代表挨拶 ◆記念撮影	北海道庁
E-ZO 交流会・総会			
懇親会			

【講師候補者】

【個別指導担当及び講義講師】(敬称略)

- ◆三浦 功 (フード塾顧問/一般社団法人流通問題研究協会 元会長)
- ◆橋本 佳往 (一般社団法人流通問題研究協会 専務理事)
- ◆田村 茂 (office igatta 代表)
- ◆青島 弘幸 (創発コンサルティング 代表)
- ◆佐竹 嘉廣 (合同会社廣龍 代表/一般社団法人流通問題研究協会 理事)
- ◆小野 司 (一般社団法人日本シードルマスター協会 代表理事/中小企業診断士)
- ◆村澤 規子 (一般社団法人流通問題研究協会 研究員/北の旅レシピ 代表)

【講義担当講師】(敬称略/50音順)

- ◆内田 勝規 (株)オフィス内田 会長)
- ◆桐生 宇優 (北雄ラッキー(株) 代表取締役社長)
- ◆抜山 嘉友 (北海道 地域と食のプランナー)
- ◆森川 大 (生活協同組合コープさっぽろ 宅配事業本部 企画部 部長)
- ◆吉岡 史世 (北海道どさんこプラザ 札幌店 店長)

【OBスピーチ】(敬称略/50音順)

- ◆太田 一徳 ((有)太田養蜂場 5期生)
- ◆鳥越 弘嗣 (合)上森米穀店 3代目 6期生)
- ◆中川 真吾 (株)ロカラ 代表取締役 8期生)
- ◆松本 康宏 ((株)川島旅館 3代目 2期生)
- ◆北海道食クラスター「フード塾」OB会 (E-ZO) 会員