

令和2年 3月 30日

事業成果報告書

南九州大学健康栄養学部

令和元年度に事業名「食品産業の将来の担い手として地元で活躍できる人材の育成（南九州大学）」にて交付された「宮崎市地元とつながる人材育成支援事業」に関する成果を以下の通り報告いたします。

1. 事業報告

(1) 食品工場見学

県内外の食品企業並びに公設試験研究機関の視察研修を通して、食品製造設備、品質管理、廃水・廃棄物処理等を体験学習することにより、専門知識を深めると同時に、職業生活へ向けての意識向上を図ることを目的に、下記内容で実施した。訪問企業・機関のご協力のもとに、担当技術者による講義・説明や質疑応答など大変有意義な機会を与您にいただくことができた。実際に学生たちは、予め調査して考えていた課題や就職した場合の仕事内容等について質問をしていたが、これらの内容をレポートに纏めることで、食品製造プロセス、品質管理及び環境対策など授業とは異なる生の体験を通して一層の深い理解を得ることができたものと考えられる。

参加対象学年：食品開発科学科2年生 39名、引率教職員 4名

日時：令和元年9月18日（水）、19日（木）、20日（金）

授業計画および内容

9月18日（水）・・・県南・西

（株）ミヤチク高崎工場 「畜産加工」

霧島酒造株式会社 「焼酎醸造」

南九州大学都城フィールドセンター 「宮崎固有植栽野菜の状況見学」

9月19日（木）・・・県央

大山食品株式会社 「こんにゃく、酢など食品製造」

宮崎県工業技術センター・食品開発センター 「食品分析施設・機器」

宮崎県総合農業試験場 「育種、分析手法・機器」

9月20日（金）・・・県外

フンドーダイ五葉 「醤油製造」

サントリー熊本工場 「ビール、飲料製造」



三石和甕を使った黒酢造り（大山食品㈱）



霧島酒造株式会社



宮崎県食品開発センター

（2）食事体験実習

令和元年7月16日（火）に食品開発科学科1年生対象のフレッシュマンアワーの授業の一環として、フェニックス・シーガイア・リゾートにおいて食事体験実習を行った。この実習の目的は、一流シェフの料理を味わいつつテーブルマナーを体験するものである。学生たちはスーツ着用で参加し、シーガイアの専門スタッフより、接客する際のポイントを話していただいた後、コース料理（フレンチコース）を一品ずつ配膳されるごとに、料理担当スタッフの方から料理の素材やその特徴などについて説明を受けた。接遇マナーをはじめ、テーブルマナーの基本、食材の特性を生かす調理法など食品開発科学科の学生として是非身につけてほしい講習内容であった。受講生は、初めは緊張した面持ちで、慣れない手つきでコースメニューを頂いていたが、テーブルマナーは本来食事を楽しむために設けられたものであるとの説明がなされたころから、次第に緊張がほぐれ、歓談しながら美味しく頂くことができている様子であった。

参加した食品開発科学科1年の宮川詠梨茄さん（熊本県立菊池農業高校出身）は、「テーブルマナー、その中でも相手に不快感を与えないことが、一番重要であることがわかりました。これからの食事の中で、もっとマナーを意識していきたいです」と感想を述べていた。また、川口史夏さん（宮崎県立宮崎農業高校出身）は、「テーブルマナーと聞くと、どうしても緊張して固くなってしまいますが、実際は、グループのみんなと楽しく食事をするための基本的なマナーについて学ぶものだと知り、楽しく学ぶことができました」とテーブルマナーの大切さを理解している様子であっ

た。さらに、牧野益巳さん（宮崎県立小林秀峰高校出身）は、「食に携わる人が多くいることやマナーを学びました。今後、自分が食品について勉強していくうえで、目指すところを考えさせられました。フランス料理のコースをいただきましたが、味はもちろん、見た目、香りなど食べる人を感動させるような料理で、その季節に合った食材やそれに合うソースや調理法、プロの技術が詰まったものでした」と述べ、当実習で経験したことをこれからの学びに役立てたいとの意気込みが伝わった。

この実習体験が、将来「食のスペシャリスト」になるためのフードコーディネートについて理解を深め、食品開発への方向性を明確に感じ取りつかむための良い機会になったものと期待される。



食事体験実習の様子

（3）食品開発実習Ⅰ・Ⅱ・Ⅲ

食品開発科学科において、2年生の後期、3年生の前期・後期授業の中で、下記実習内容に示す食品の製造実習を行った。実習にあたっては、各食品の原料特性、加工方法等の理論を学習するとともに、加工食品の官能検査、保存試験、微生物試験、アレルギー分析などを実施して食全体（加工製造から安全性試験まで）のスキルを身に付ける経験の機会とした。

また、外部講師として、「虎彦株式会社」の上田耕市社長と三輪健二課長の指導による和菓子（練り切り）の製造実習や「(有)らいふのぱん」の山路裕敏社長と山路まりこ専務による「ドイツのソーセージ作り」の実習を実施した。



職人による和菓子の製造実習の様子

更に、これらの加工食品の実習を通して、環境園芸学部で栽培されている農産物や地元農林水産物を用いたオリジナル食品の開発を実施した。一例として、県産の金柑を使ったエクレアや県産野菜を使用したドーナツ型ピザ、佐土原なすを用いたピロシキやタルト、パパイヤを使用したロールケーキなどがあった。学生たちは、県内企業と連携した本県の新たな特産品（土産物）の開発に意欲を高めていた。



オリジナル加工食品の開発

参加学年 : 2年生、3年生

実習日時 2019年4月～7月 3年生 43名

2019年9月～2020年2月 2年生、3年生 83名

実習内容

麺(うどん、そば、パスタ)、豆腐、缶詰・レトルト食品、味噌(合わせ味噌)、こんにゃく、かるかん、羊羹、リンゴジャム、トコロテン、かまぼこの試作など

(4) 食品製造学外実習(インターンシップ)

食品開発科学科3年生の集中講義として、食品の製造や開発の現場で、生産技術、生産管理(品質管理、作業管理、商品開発等)、食品等の衛生管理、食品加工機器・分析装置、環境管理、省エネルギー等について、体験学習を行うことを目的として実施した。

県内の公設研究機関および県内企業において、下記日程で実施した。学生たちの就業意識を育むことができ、学生たちにとって新たな経験と知識を得る機会となった。

参加学生 : 3年生19名

日時: 2019年8月19日(月)～9月13日(金)の間 (延べ5日間/人)

受入機関

- 宮崎県食品開発センター 1名 農産加工食品の試作、豚肉の官能評価、衛生管理・品質管理向上研修集中セミナーの受講
- (公社)宮崎県バイオテクノロジー種苗増殖センター 2名 種苗生産など

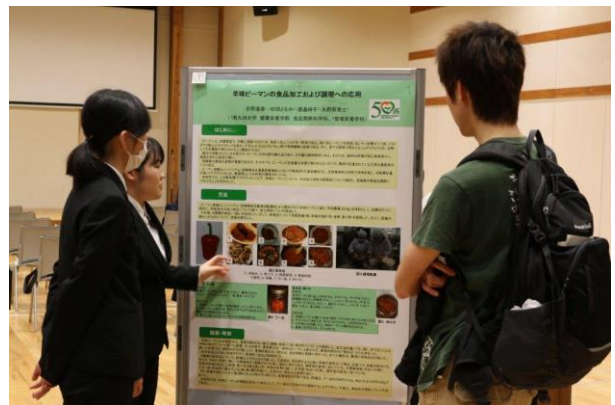
- (有)薩摩蒸気屋(神宮東店、宮崎駅東口店) 4名 パンの製造
- (有)らいふのぱん 3名 接客、菓子製造
- 早川しょうゆみそ(株) 1名 食品製造
- 宮崎県農協果汁(株) 8名 自販機ルート巡回、飲料・農産加工品試作、品質検査、官能検査

(5) 高等教育コンソーシアム宮崎による公募型卒業研究

令和2年2月22日(土)に、令和元年度公募型卒業研究テーマ成果発表会(会場:宮崎大学創立330記念交流会館コンベンションホール)が開催された。

本学からは、健康栄養学部食品開発科学科の日野遥香さん、松田ともみさん(食品開発科学科 食品加工学研究室:矢野原准教授、管理栄養学科 栄養教育論研究室:渡邊教授)が、「辛味ピーマンの食品加工および調理への応用」という研究テーマで、ポスター発表に出場した。

この研究では、ピーマン育種コンソーシアム(宮崎県総合農業試験場他)において育成された辛味を有する新品種「Pプロ 15-65」(カラーピーマン)の加工特性や適した調理法などについて調べ、この素材を活かした食品として、8種類の食品を試作し、官能評価を行った。その結果、ラー油、肉みそ、辛麺などを提案することができた。発表した学生2名は、来場者からの質問に対して、真摯に返答し、高い評価を受けていた。



ポスター発表の様子(公募型卒業研究テーマ成果発表会)



辛味ピーマン
「Pプロ 15-65」



試作品:ラー油



試作品:肉みそ

(6) HACCP 認証に対応できる人材の育成

食品開発科学科では、今年度から「HACCP(ハサップ)管理者」資格を在学中に取得するための教育プログラムを導入した。本年度は、学生たちへの HACCP 教育を強化する目的で、4月に認定試験へむけた模擬試験を行い、5月から7月にかけて、合計5回の補習を実施した。

そして、新たな講義科目として「HACCPシステム学」を開講した(8月27日から29日にかけて、「HACCPシステム学」(3日間の集中講義)を実施)。この講義は、2名の講師(宮城大学菰田准教授、食品開発科学科矢野原准教授)が担当し、アクティブラーニング形式(グループワークの演習形式)で行われた。受講生たちは、4~5名でチームを作り、食品品目の設定から始まり、実際にその食品を製造する場合の HACCP プランの作成手法について学んだ。その結果、受講者 28 名のうち、26 名が認定試験に合格し、「HACCP 管理者資格(一般社団法人日本食品保蔵科学会)」を取得することができた。

来年度以降も、引き続き、この授業を開講して、本学科から「HACCP 管理者資格」を有し、食品産業界で即戦力として活躍できる卒業生を輩出していく。



講義風景 (HACCP システム学)

(7)ハーブガーデンプロジェクトの実施

南九州大学宮崎キャンパスの食品開発科学科と都城キャンパスの環境園芸学科の連携によるハーブガーデンプロジェクトを実施した。2学科共同でただハーブを植える、使うのではなく、2学科の学生が混じり、意見を交わしながら11月11日、25日、12月2日の3回のアクティブラーニング方式での講義・実習を宮崎キャンパスにて行った。食品開発科学科では、ハーブを使用したメニュー開発をするために、新鮮なハーブを使用することや栽培することで生産者の苦勞を知り食品ロスをなくすことを目指し、環境園芸学科では、ユーザーのハーブに対する思いを知り、使いやすさ、栽培のしやすさとともに、美しく見せるものを考えるということを学ぶことができた。

当プロジェクトの目的は、学生に対して生産・加工・流通・販売までの六次産業化の一連の流れを意識づけることであり、今後も引き続き発展させていき、宮崎キャンパス内でのハーブ・野菜・果実等の栽培と、収穫した作物を原料とした加工食品の試作を実施していく。そして、学内六次産業化を達成し、科学的な根拠に基づいて衛生的に製造された加工食品の商品化へと結びつけていく予定である。宮崎産の食材を使用した六次産業化に対応しうる人材の輩出を今後も継続していく。



両学科の学生によるハーブについてのグループ学習とディスカッション



栽培する素材についての発表



ハーブコンテナガーデンの制作作業



完成したハーブコンテナガーデン（キャンパス正面玄関に設置）

（8）フードビジネスセミナーへの参加

宮崎県主催のフードビジネスセミナーに食品開発科学科生が参加した。セミナータイトルとテーマは以下の通りである。

セミナータイトル：「宮崎のフードビジネスが食産業の未来を創る」

テーマ：

- ①変化と多様性の時代に売れる価値ある商品とは
- ②他の地域とは異なる魅力的な商品の売り方とは
- ③宮崎の食産業を盛り上げるために個々の企業が
できることとは

食品開発科学科2年生15名が参加し、宮崎産の素材を生かした魅力的な商品に関するパネラーの話を熱心に聴講した。県内の大学から参加したのは南九州大学生のみであり、パネラーからは宮崎県内食品産業の将来を担う大学生の関心を持たせることと能力を引き出すことが大変重要なことであるとの指摘がなされた。

（9）地域との連携による事業

管理栄養学科では、いろいろな機関と連携事業を行っている。その中で、宮崎西地区との「食」を通した子どもとおとなの交流会は、今年度10回目を迎えた事業であり、毎年100人以上の参加で西地区住民と学生の有意義な交流の場であり次世代へ繋げる活動となっている。次にみや PEC 推進機構との「スイーツプロジェクト」では、管理栄養学科では、平成26年度から、有名なパティシエによる講話等から学生による「宮崎県産野菜を使ったスイーツレシピ開発」を行い、平成

29年度から食品の加工や開発を目指す食品開発科学科も「スイーツプロジェクト研修会」に加わり、世界のパティシエの講義、デモンストレーションを見ることで見識や技能を高めている。平成30年度には、管理栄養学科学生考案「宮崎のお土産お菓子」が全国的に販売されるに至った。令和元年度に2学科の学生が考案した試作品で商品化まで至ったものは現時点ではないが、優秀賞に選定された作品もあり、今後の学生諸氏の意欲に繋がると思われる。



子どもとおとなの交流会



スイーツプロジェクト研修会

(10) 地元の食品産業に関する講演会の開催 (管理栄養学科)

期日：令和元年12月2日(月) 16:00~17:30

対象：管理栄養学科2年生57名

演題：「地元食材を用いた食品の開発・流通」

講師：有限会社ティーネットプロ 代表取締役 津曲智英 氏



About TNETPRO

TNETPRO
デザイン × WEB
ブランディング専門会社

- Web戦略・EC戦略
コンサルテーション
- デザイン
商品開発企画支援
- マーケティング
プロモーション
- フードビジネス
In SEASONメディア

商品企画・プロデュース ブランディング・デザイン プロモーション・販売支援

Profile

有限会社ディーネットプロ
代表取締役 津曲智英

- ブランディングアドバイザー
- グラフィックデザイナー・Webディレクター
- 機活プランナー
- セミナー講師 (デザイン・ブランディング・フードビジネス・Web戦略)
- みやぞきカレー屋 機活プランナー (食品製造業 宮崎県産肉食品)
- チーム・シエフ パートナーズ認定

幼少の頃、全国総選挙コンクールにて数多くの賞を受賞。2000年にWebデザイナーとして就職する。その後、フード中心のブランディングを支援するデザイナーとして、グラフィックデザインだけでなく商品開発からプロモーション、Web戦略までトータルでブランド構築を行っている。近年、地域ブランド商品づくりのディレクターとして、行政や企業と共に地域の新たな商品を生み出すなど新たな文化商品の開発を行う。また、食と食のWebメディア「In SEASON」を企画、10名以上の生産者を支援している。有名シェフや食家の若手シェフが揃い、地域活性化を図るプロジェクトチーム「チーム・シエフ」のパートナーズに認定。「デザイン戦略」と「Web戦略」による「エモーショナルな価値」を創りだすことをモットーとする。

【主な講師・講演】

- 宮崎県産品 平成25年度「九州」特産品輸出人材育成事業「フードマーケティング」講師
- 宮崎県「フードビジネス」マーケティング実務講座 副講師/大規模校
- 宮崎県農林公社「みやぞき」6次産業化プロジェクト 食文化商品のデザイン
- 宮崎県農林水産部 産地振興部 4次産業化推進委員会 プロダクト戦略講座
- 宮崎県農工企業組合「デザイン戦略」セミナー
- 宮崎県産品振興組合 特別セミナー「食文化推進」講師
- 宮崎県産品販売大手「デザイン」講座/公開講座
- 宮崎銀行 農林水産部 産地振興部 産品開発・デザイン・広報戦略・商談会
- 日南魚うどん 食文化推進事業 商品開発・デザイン・広報戦略・商談会
- 日南魚うどん 商品開発 外部講師

その他、多数実績

売れる仕組みづくり (2)

マーケティングミックス「4P」を考える

4P

- ◆製品 (Product) : 商品・サービスやブランディング
- ◆価格 (Price) : 価格・支払方法など
- ◆プロモーション (Promotion) : 広告宣伝活動
- ◆流通 (Place) : チャネル (販売経路)

顧客やニーズを起点に4Pを考える

ターゲット顧客に向かって最適化

TOMATO SAUCE

地域の魅力が詰まった商品の価値をどう伝えるか？

世界観を伝えるデザイン

4億年の「大地」「雫」「めぐみ」「宝石」の図柄を組み合わせて、商品ロゴを作成、商品やポスター、リーフレットなど統一して使う。

運つつみ

地域ブランド商品づくり

「運玉」を模した金柑の御菓子

- 金柑の風味を感じる金柑餡を開発
- 完全金柑たまごまの形状とサイズ
- 上品で手軽な一口菓子
- 運玉の「運」文字の焼印入り
- 鶴戸神宮の御神水と日南産のはちみつを使用

見た目も中身も縁起のいいお菓子に

キャビア新商品開発

About PRODUCT

1. 宮崎キャビア1983の岩塩に着目
選り抜かれた岩塩の美味しさを伝える商品として、塩味の効いたシルトクッキーを開発。
2. 宮崎キャビア1983のキャビアソルト使用
キャビアの香り・風味を感じるキャビア乾燥パウダーを使用した高級なクッキー。
3. 岩塩・キャビアソルトの「白」と、キャビアの「黒」を表現
キャビアのイメージである「黒」いクッキーに、岩塩（白）をまぶした商品
4. 高級クッキーにふさわしい内箱と外箱
内箱と外箱を用意し、内箱だけでも気軽に配れるよう配慮したギフトにも最適な商品です。

商品企画のまとめ

商品開発のフロー

<p>1 ニーズの把握 (方向性を決める)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ニーズの調査・分析 ● 商品企画のアイデア ● 市場の選定 	<p>2 コンセプト策定 (ストーリーづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ターゲットの設定 ● 差別化ポイント ● 価値のストーリー化 	<p>3 企画・開発 (商品づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 技術の確認 ● 競合・類似商品との比較 ● 試作品・試食評価
<p>4 デザイン構築 (ブランドづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 価値のイメージ化 (ネーミング、コピー) ● ビジュアル化(ロゴ、パッケージ、販促物) 	<p>5 商品化 (商品仕様の決定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● マーケティングミックス (価格、流通チャネル、販促媒体の決定) ● 販路の確保 	<p>6 プロモーション (ファンづくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● メディア活用 ● SNS、WEBによる発信 ● イベント企画 ● 販路の開拓

商品企画のまとめ

商品開発のポイント

- 素材の特徴が生かされた商品づくりを考えましょう。
- “今”後の売れ筋やフードスタイルに敏感になりましょう。
- ターゲットの姿をイメージして、その心に響くコンセプトをつくりましょう。
- 商品ならではの独自のデザイン (=世界観) をつくりましょう。
- 付加価値を高めて、戦略的に価格を決めましょう。
- ターゲットが購入する流通チャネルや、ターゲットに広まるプロモーションを実施しましょう。
- 「商品売るのではなく、ストーリーを売ること」を考えましょう。

県内食材を使用し都会での販売をターゲットにした商品開発や六次産業化について、魅力的な事例を話していただいた。

学生には自分達が住んでいる宮崎の素晴らしさを感じる機会になったと思う。

宮崎のような美味しい食材には溢れているが、大量生産が難しい地域では、付加価値を付け、ストーリー性を作り上げる。商品を作る前に、どのように売るかを考える等、大変参考になった。

2. 事前事後アンケート

(1) 管理栄養学科

- 1) 調査期日 1回目 令和元年 7月 25日
 2回目 令和元年12月 2日 (講演会后)

- 2) 調査対象 南九州大学管理栄養学科2年 63名

3) 調査結果

1 出身はどちらですか。

ア 宮崎市 イ 宮崎県内 (宮崎市以外) ウ 宮崎県外 (県)

(人数)	宮崎市	宮崎県内	宮崎県外	計
7月	26	33	2	61
12月	22	34	1	57

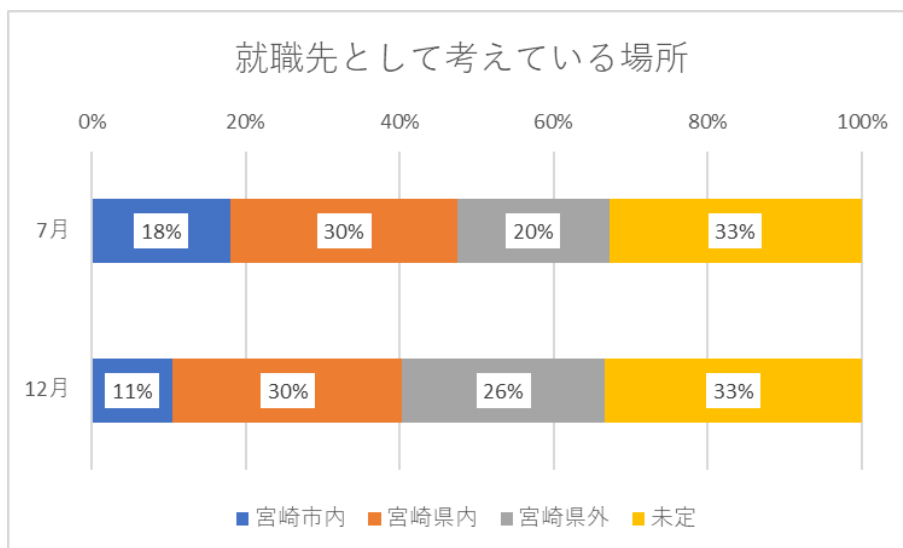
(%)	宮崎市	宮崎県内	宮崎県外	計
7月	43%	54%	3%	100%
12月	39%	60%	2%	100%

2 現在、就職先として考えている場所はどこですか。

ア 宮崎市内 イ 宮崎県内 (宮崎市以外) ウ 宮崎県外 エ 未定

(人数)	宮崎市内	宮崎県内	宮崎県外	未定	計
7月	11	18	12	20	61
12月	6	17	15	19	57

(%)	宮崎市内	宮崎県内	宮崎県外	未定	計
7月	18%	30%	20%	33%	100%
12月	11%	30%	26%	33%	100%



3 上の設問で、「ウ 宮崎県外」を選んだ方だけお答え下さい。

なぜ、県外を選んだのですか。

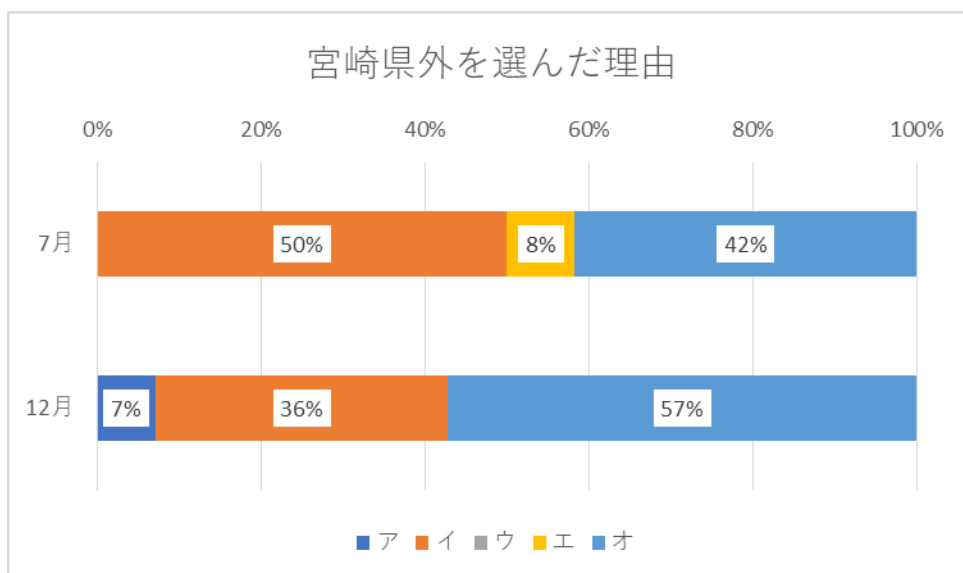
ア 宮崎県内には自分が活躍できる仕事がない イ 宮崎県内の給与水準が低い

ウ 宮崎県内の企業を知らない エ 地元が宮崎県外だから

オ その他 ()

(人数)	ア	イ	ウ	エ	オ	計
7月	0	6	0	1	5	12
12月	1	5	0	0	8	14

(%)	ア	イ	ウ	エ	オ	計
7月	0%	50%	0%	8%	42%	100%
12月	7%	36%	0%	0%	57%	100%



オ その他の記載 (12月分)

- ・ 就きたい就職先が県外
- ・ 経験を積みたい

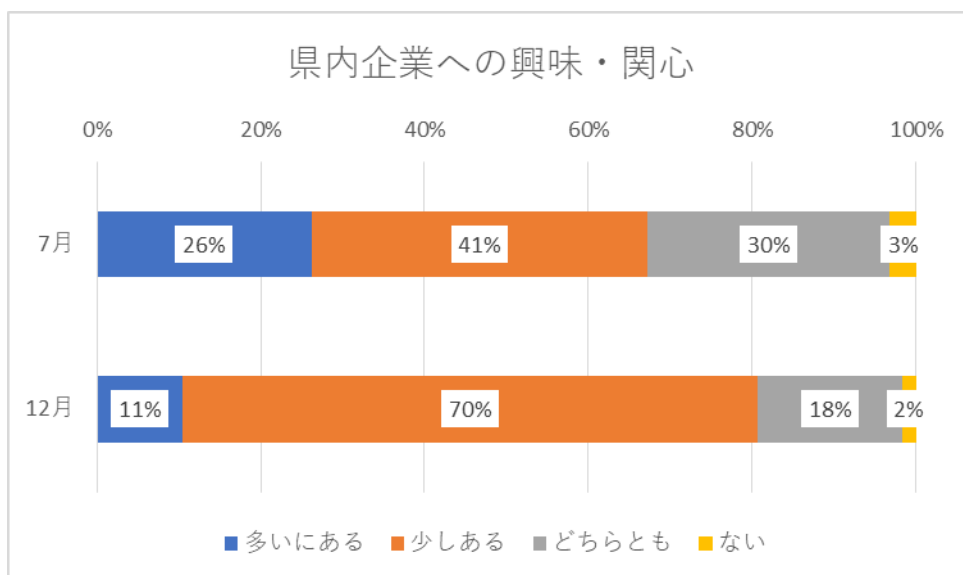
- ・若いうちに色々な経験をあまり人に頼りすぎない環境でいたいから
- ・県外に出たい（２） ・親元を離れ、自立したいから（２）
- ・その土地で有名な食物や、その食物を使用した食品は何かを学びたい

4 宮崎県内の企業（食品産業・医療関連等含む）に対し興味・関心がありますか。

ア 多いにある イ 少しはある ウ どちらとも言えない
エ ない オ 全くない

(人数)	多いにある	少しある	どちらとも	ない	計
7月	16	25	18	2	61
12月	6	40	10	1	57

(%)	多いにある	少しある	どちらとも	ない	計
7月	26%	41%	30%	3%	100%
12月	11%	70%	18%	2%	100%



5-1. あなたは、宮崎県産の農林畜水産物について知っていますか。

知っている農林畜水産物をすべて挙げて下さい。

全く知らない場合は空欄でかまいません。

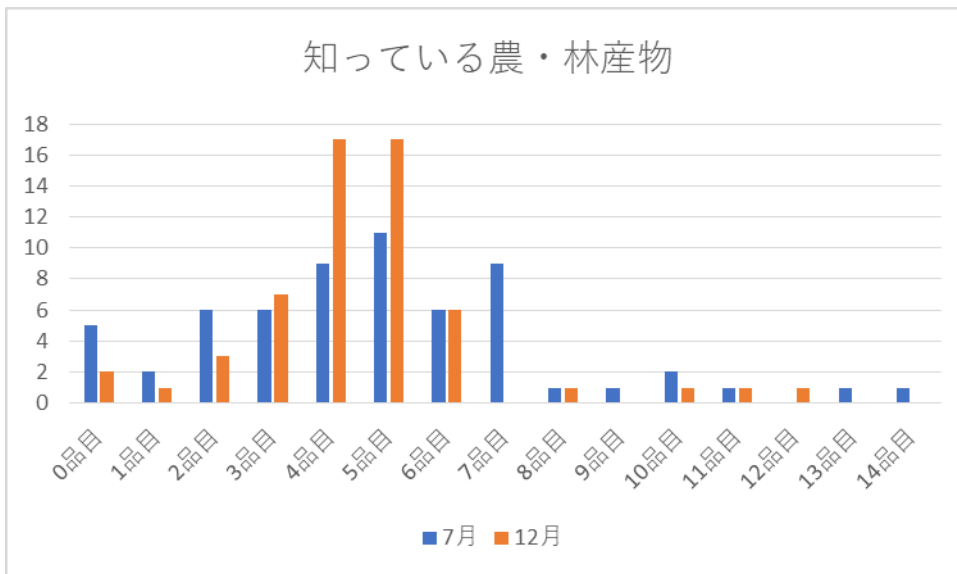
【農・林産物】

(人数)	0品目	1品目	2品目	3品目	4品目	5品目	6品目	7品目
7月	5	2	6	6	9	11	6	9
12月	2	1	3	7	17	17	6	0

(人数)	8品目	9品目	10品目	11品目	12品目	13品目	14品目	総計
7月	1	1	2	1	0	1	1	61
12月	1	0	1	1	1	0	0	57

(%)	0品目	1品目	2品目	3品目	4品目	5品目	6品目	7品目
7月	8%	3%	10%	10%	15%	18%	10%	15%
12月	4%	2%	5%	12%	30%	30%	11%	0%

(%)	8品目	9品目	10品目	11品目	12品目	13品目	14品目	総計
7月	2%	2%	3%	2%	0%	2%	2%	100%
12月	2%	0%	2%	2%	2%	0%	0%	100%



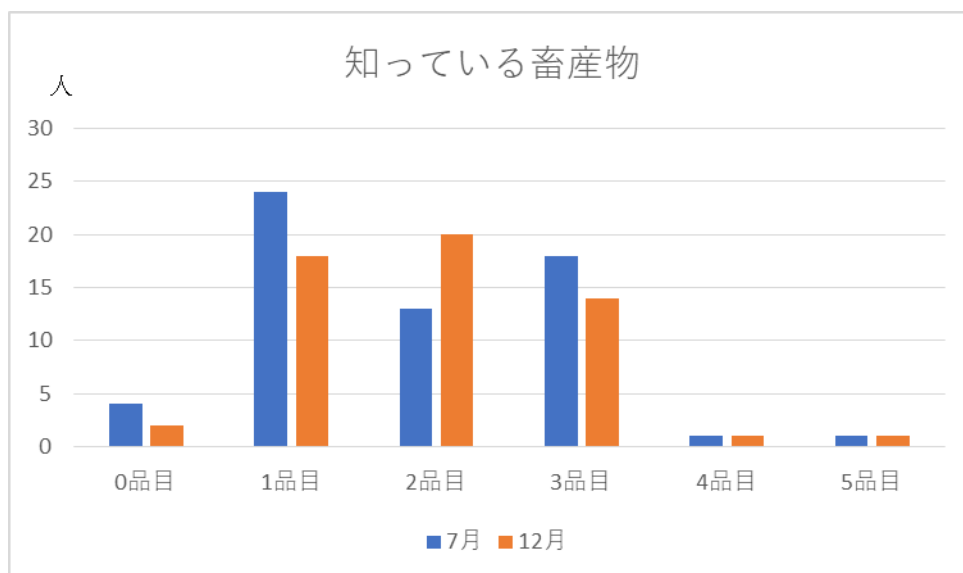
ピーマン、きゅうり、大根、切干大根、キャベツ、玉ねぎ、トマト、ごぼう、しいたけ、ほうれん草、たけのこ、さといも、さつまいも (かんしょ)、自然薯、スイートコーン、かぼちゃ、なす・佐土原ナス、ズッキーニ、きのこ (しいたけ、えのき)、マンゴー、きんかん (たまたま・完熟)、日向夏、メロン、ライチ、へべす、かぼす、いちご、バナナ、みかん、お茶、杉オビスギ、スイートピー

★ピーマン、きゅうり、マンゴー、日向夏が多かった。

【畜産物】

(人数)	0品目	1品目	2品目	3品目	4品目	5品目	総計
7月	4	24	13	18	1	1	61
12月	2	18	20	14	1	1	56

(%)	0品目	1品目	2品目	3品目	4品目	5品目	総計
7月	7%	39%	21%	30%	2%	2%	100%
12月	4%	32%	36%	25%	2%	2%	100%

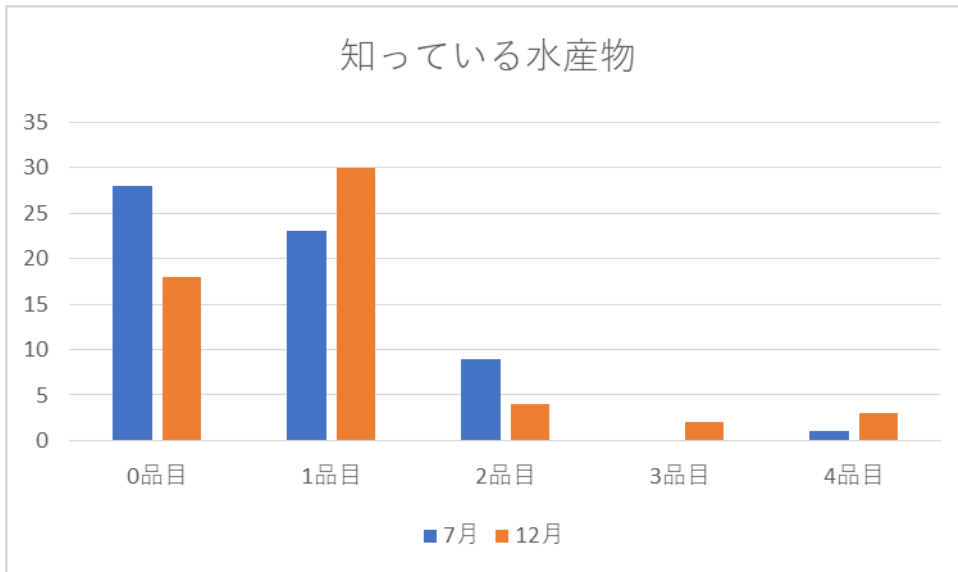


牛肉（宮崎牛）、鶏肉（地鶏）、豚肉（ブランドポーク・ぶどう豚）、いのしし肉、鹿肉、牛乳、卵

【水産物】

(人数)	0品目	1品目	2品目	3品目	4品目	総計
7月	28	23	9	0	1	61
12月	18	30	4	2	3	57

(%)	0品目	1品目	2品目	3品目	4品目	総計
7月	46%	38%	15%	0%	2%	100%
12月	32%	53%	7%	4%	5%	100%



かつお、マグロ、ぶり、サバ、アジ、あゆ、シイラ、とびうお、タチウオ、いわし、しらす、ちりめん、キャビア、チョウザメ、うなぎ、カキ、はまぐり、伊勢海老、めひかり

★キャビアが多かった

5-2. 5-1 であげた農林畜水産物の中で、○○を使ってこんな調理をしたい又は○○を使ってこんな加工食品を作りたいというアイデアがあったら書いてください。

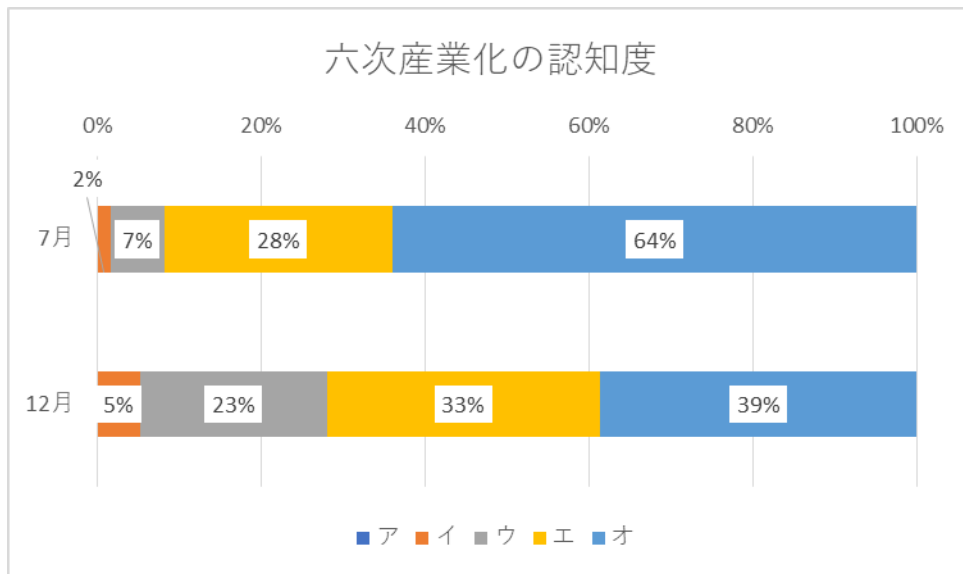
- ・家庭でも手軽に使うことができる、栄養のとれる、新しいイメージのもの
- ・ピーマンの肉詰め
- ・野菜を使ってスイーツ
- ・農林畜水産物全てを合わせた料理
- ・宮崎牛を使ったフレーク
- ・いわしを利用した食べやすい料理
- ・マンゴージャムを作りたい
- ・マンゴーを使ったスイーツを作ってみたい
- ・マンゴーチーズケーキ
- ・きんかんを使ったデザート
- ・きんかんのゼリー
- ・ケーキなどにスイトピーをかざりつける
- ・果物を使ったヨーグルト

6-1. あなたは、宮崎市域で近年推進している「六次産業化」について知っていますか。

ア 内容も含めよく知っている イ 内容も含め少しは知っている
 ウ どちらとも言えない エ 内容は知らないがことばは知っている オ 内容もことばも知らない

(人数)	ア	イ	ウ	エ	オ	計
7月	0	1	4	17	39	61
12月	0	3	13	19	22	57

(%)	ア	イ	ウ	エ	オ	計
7月	0%	2%	7%	28%	64%	100%
12月	0%	5%	23%	33%	39%	100%



6-2. 6-1で「ア 内容も含めよく知っている」と「イ 内容も含め少しは知っている」と回答した人は、知っている内容について簡潔に記載して下さい。

- ・生産から加工まで含めた産業化
- ・一次、二次、三次を組み合わせた産業を行う
- ・農家の方が生産から販売までを行うこと
- ・生産から加工まで含めた産業化

7. その他、宮崎市域の食品産業や宮崎の特産品などに関して、あなたが感じていることや全国に向けたPR方法などを下に記載して下さい。

- ・まず宮崎県内の人に、宮崎の産業や特産品などをPRする。
- ・宮崎の特産品を食べる人が少ないように感じる。おいしく手軽に食べられるレシピをネットで紹介したり、キビリ隊のような活動を増やし食に関心をもってもらいたいと思う。
- ・宮崎県は国際的サーフィンで有名なので、海に関することをPRに使うといいと思います。
- ・CM、インスタグラム
- ・宮崎には自然が豊かで多くの特産品があるので、もっと全国に向けてCMなどでPRしてほしいと感じました。
- ・SNSでの発信
- ・テレビで有名人に宮崎のものを食べてもらってPRする。宮崎ロケがあると良いと思う。
- ・宮崎牛で富士山をあらわしたようなインパクトがあるもの
- ・きんかんをもっとアピールしていい。農家さんにテレビに出てもらう。
- ・PR方法は、できるだけたくさんの人に、何度も、宮崎について目にしてほしいので、ポスターやCMなどを作るとよいと思う。
- ・もう少し特産品を増やすといいと思う
- ・地鶏など肉類の製品は広く知られているが、野菜はあまり知られていないように思う。
- ・もっと宮崎牛の知名度を県外だけでなく、外国の方にもアピールできたらいいと思う。
- ・東国原さんのように影響力のある人に上についてもらう
- ・野菜や果物が多いので、食品そのものの良さを紹介したり、商品化して全国に薦める。
- ・多くの特産品があるので、アレンジ料理を多くPRする。
- ・野菜や果物が沢山あり、海や山の自然も豊かである。
- ・おいしい食材が豊富にあるので、野菜や果物を使った料理や惣菜をスーパーにおいてPRする。
- ・おいしいものが宮崎にはたくさんあります
- ・海や山などの自然がきれい。マンゴーがおいしい。
- ・日照時間が長いことを生かした農業の特徴
- ・食材が新鮮でおいしい
- ・様々な特産品があるが、一般の方の認知度が低く感じる。
- ・プロ野球やサッカーのキャンプ時や南部高校総体、宮崎国体の時に、出店の形で行う。
- ・家の近くに直売所があるので、宮崎の野菜は日常的に利用します。
- ・宮崎県産マンゴーや日向夏は有名だが、その他については、まだあまり周知されていないものもあるので、そこをもっと広げていきたい。
- ・宮崎で作る農作物はよい作物ばかりなので、今後もどんな料理に生かせるか考えていきたい。

- ・今回の講演で聞いたような、2つで一万円のプリンなど、印象的な PR 方法を、宮崎の食品産業や特産品などではうまく活用できていないと感じる
- ・宮崎ならではの商品をもっと生み出したい
- ・若い人に注目してもらうような物をつくる
- ・テレビでもっと紹介したり、今の時代に合わせて SNS などを利用して PR。宮崎にはおいしい食べ物・特産品があるので、もっと全国に向けて広まってほしいと感じます。
- ・他県で宮崎の商品をみる機会が少なく感じる
- ・ブランド化
- ・手に取りやすい、ストーリー性のある食品を産み出していきたい
- ・宮崎の特産品は、たくさんありお菓子等によく商品化されているイメージがある。全国へ向けての CM やテレビ等のメディアが PR する方法が 1 番広く知られる方法ではないかと思った。
- ・宮崎産のブランドのついた食品があるのはうれしいと思う。
- ・どの食品もとてもおいしく全国に広げたら人気だと思う。
- ・テレビ、雑誌
- ・空港での PR、インスタグラム等の PR
- ・宮崎の食品はおいしくて、宮崎ならではの気候や環境を生かしたものが多いため、知名度の低い宮崎の特産品を SNS 等で広めていきたい
- ・宮崎牛やピーマン、日向夏などよく知るものとあまり知らないものの差が大きい。
- ・宮崎の特産品などはおいしいイメージがある
- ・観光客に向けた PR、SNS を用いた PR
- ・宮崎の温暖な気候ならではの農作物は、この地域でしか作れないことを PR したい
- ・全国放送の CM、有名芸能人（堺正人とか）に特産品を食べて PR してもらう
- ・目立つものが宮崎は少ない
- ・宮崎の特産品といわれて思いつかない。もっとアピールした方が良い。
- ・特産物はマンゴーやきんかんのイメージが強く、他にどんな商品があるかよく知らない。
- ・地方にはあまり浸透していないと感じる
- ・宮崎は自然が豊かでおいしいものや優しくて温かい人がたくさんいる良いところなので、ぜひ来てください。
- ・食材が新鮮でおいしい
- ・どんな活動をしているのか、県民でそもそも知っている人が少ないと思います。

【アンケート結果からの考察等（管理栄養学科）】

管理栄養学科の特色として、県内学生が多いが、今年対象となった学年は特に多く、97%にもなっている。ただし、就職先の希望としては、宮崎市内 11%、宮崎県内（宮崎市外）30%、宮崎県外 26%、未定 33%となっており、現時点では宮崎県内の就職希望者が約 4 割という結果となっている。一方で、県外への就職希望者が 26%と比較的多い結果が得られた。今まで県外へ出た事の無い学生が、県外に憧れる気持ちは理解できるが、県内の状況も分かっていないと思われるため、今回の講演会のような内容を知る機会を増やした上で、県内への就職を検討させたい。

県内企業に関する興味については、「多いにある」だけを見ると 26%から 11%へ減っているが、「多いにある」「少しはある」を合わせると、7月から12月の間に 67%から 81%へ増加した結果が得られた。

宮崎県産の農林畜産物の認知度は、あまりにも低く、無記入の学生もおり、献立作成や食事指導をする管理栄養士養成校として、学生の指導方法を考えていかねばならないと感じた。特に、水産物の無記入は 12 月でも 3 割おり、実際の知識は分からないが、すぐに頭に浮かんで書くという事はできなかった結果であったことは間違いない。講演でキャビアの製品が出たので、それを書いた学生は多かったが、1~2年にかけて学んだ内容がアンケート結果に反映されていないことについては、今後の検討に生かしていきたい。

六次産業化の認知度も、講演会の内容としてあったにもかかわらず、「内容もことばも知らない」と答えた学生が 39%もいたことは残念だった。選択肢ウ「どちらともいえない」が7月の7%から12月には23%と増えていたが、選択肢アやイで「知っている」と答えると、次に内容を書かなくてはいけないので、書くほどの自信は無いということであろうか。

宮崎市域の食品産業や特産品などに関して、感じていること全国へのPR方法については、半数の学生が意見を書いていたので、これを機会に考えさせる時間を作ることも重要だと思った。

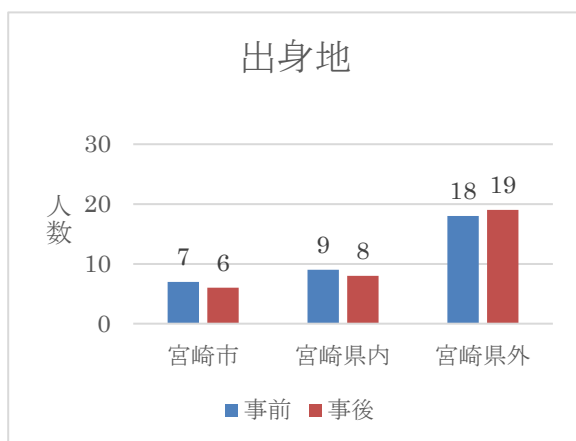
(2) 食品開発科学科

- 1) 調査期日 1回目 令和元年7月25日
 2回目 令和2年2月20日
 2) 調査対象 南九州大学食品開発科学科2年 34名

3) 調査結果

1、出身はどちらですか？

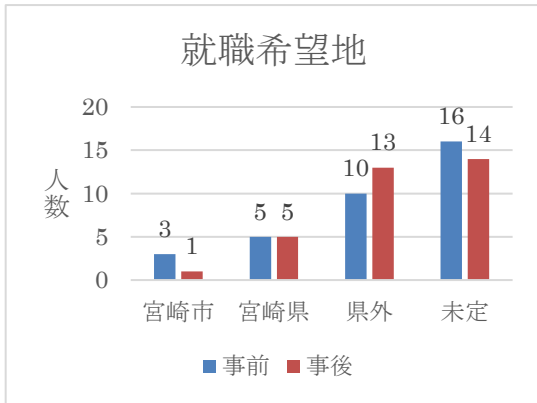
	宮崎市	宮崎県内	宮崎県外	計
事前	7	9	18	34
事後	6	8	19	33



宮崎県内と宮崎県外出身者がほぼ同数

2、現在、就職先として考えている場所はどこですか？

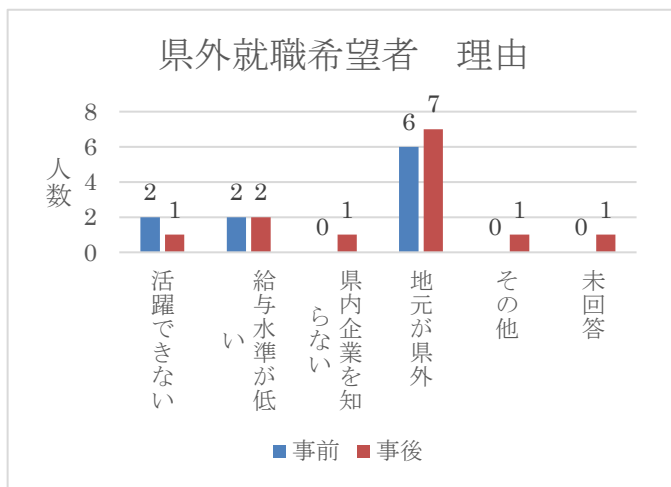
	宮崎市	宮崎県	県外	未定	計
事前	3	5	10	16	34
事後	1	5	13	14	33



- ・2年生ということもあり、就職希望地が未定の学生が多い。
- ・3年生になると地元食材を使用する実習授業を継続時に実施するとともに、正課授業として地元企業等でのインターンシップを実施することから、宮崎での就職を目指す学生が増えることも期待される。
- ・宮崎県外出身者については、入学前から卒業後に出身地での就職を考えている学生が多い（設問3）。

3、上の設問で、「ウ 宮崎県外」を選んだ方だけお答えください。なぜ、県外を選んだのですか？

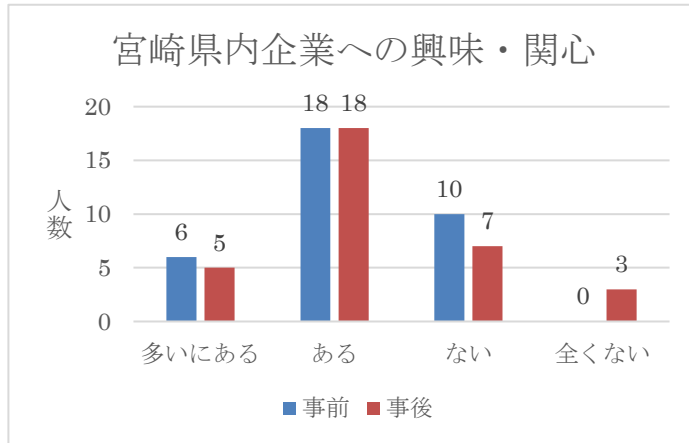
	活躍できない	給与水準が低い	県内企業を知らない	地元が県外	その他	未回答	計
事前	2	2	0	6	0	0	10
事後	1	2	1	7	1	1	13



・「地元が県外」の理由を挙げる者が多い。

4、宮崎県内の企業（食品産業・医療関連等を含む）に対して興味・関心がありますか

	多いにある	ある	ない	全くない	計
事前	6	18	10	0	34
事後	5	18	7	3	33

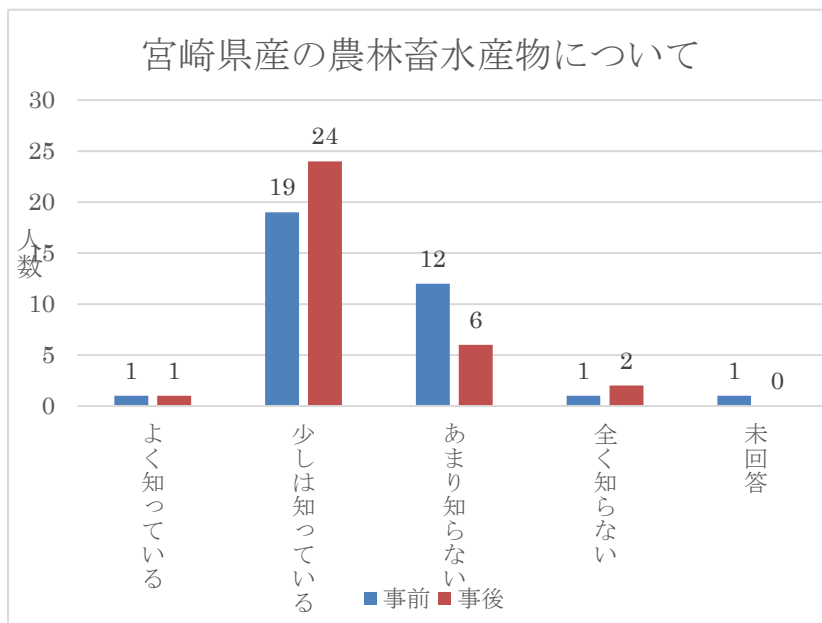


・約半数の学生が宮崎の企業に興味・関心がある。

・事前・事後で同数となっており、宮崎の地元企業への関心度は安定していると見なすことができる。

5、(1) あなたは、宮崎県産の農林畜水産物について知っていますか

	よく知っている	少しは知っている	あまり知らない	全く知らない	未回答	計
事前	1	19	12	1	1	34
事後	1	24	6	2	0	33



・宮崎産の農林畜水産物について知っているという回答した学生が事前よりも事後で増加した。

(2) 「よく知っている」または「少しは知っている」と回答した人は、知っている農林水産物をすべて挙げてください。

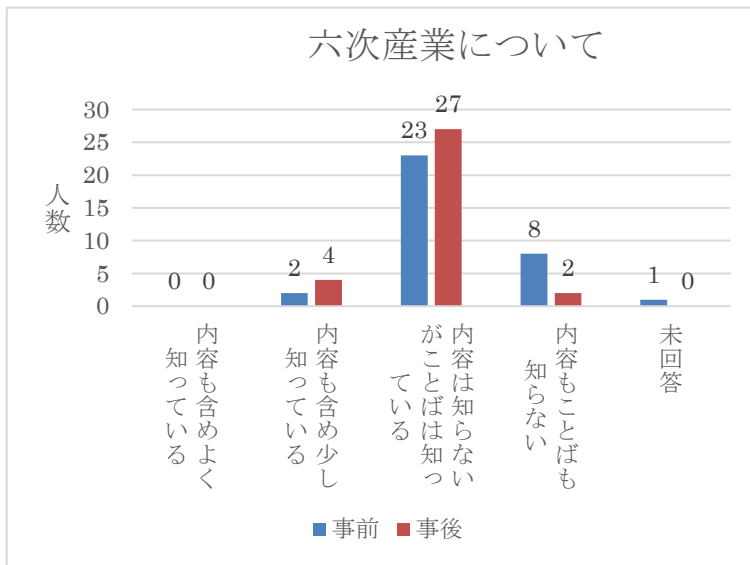
	農林産物	畜産物	水産物
事前	ピーマン、きゅうり、南瓜、スイートピー、マンゴー、日向夏、へべす、椎茸、おびすぎ、大根（切干大根）、ズッキーニ、メロン、きんかん、黒皮南瓜、ナス（佐土原）、干しいたけ、パプリカ、ライチ、わかめ、茶、筍、玉ねぎ、お花	宮崎牛、豚、鶏、はまゆうポーク、チーズ、観地ポーク、ブランドポーク、プロイラー	メヒカリ、ウナギ、マグロ、カツオ、伊勢海老、シイラ、フグ、キャビア、ブリ、アジ、チョウザメ、カマス、タチウオ
事後	きんかん、ピーマン、きゅうり、ピーマン、ズッキーニ、マンゴー、スギ、しいたけ、スイートピー、お茶、ゴボウ、日向夏、へべす、佐土原ナス、パプリカ、大根、アボカド、ミカン、ゆず、サツマイモ、ライチ、そば	牛、鶏、肉牛、豚肉、鶏肉、乳牛、宮崎牛、地鶏、銘柄鳥、はまゆうポーク	めひかり、キャビア、ウニ、イセエビ、シイラ、カツオ、シビ、サバ、アジ、チョウザメ、太刀魚、イワシ、延岡産ボラ（からすみ）

3 2 であげた農林畜水産物の中で、〇〇を使ってこんさ調理をしたいまたは〇〇を使ってこんな加工食品を作りたいというアイデアがあったら書いてください。

事前	事後
<ul style="list-style-type: none"> ・日向夏、へべすの柑橘のお酒 ・日向夏のお菓子 ・きゅうりの水分をいかしたデザート ・宮崎県産のものを使ったハンバーガー ・黒皮南瓜でクッキーやケーキなどのお菓子を作りたい ・水産物の酒粕漬け（保存性向上、風味改善、嗜好性向上などが期待できる） ・規格外を使ったような加工食品 ・ピーマンでジャムを作りたい ・ズッキーニの調理があまり知られていないので調理法を世間に知らせたい。 ・カツオの缶詰 	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物を使ったお菓子を作る ・宮崎県産の食品を用いた「宮崎バーガー」（材料：宮崎牛、宮崎のお米、宮崎県産の野菜） ・きんかんを使って、パンやお菓子などの加工食品を作りたい。 ・マンゴータルト ・にわとり、牛をそばろにしてふりかけみたいにする。マンゴー日向夏などをパンに入れたりする。水産物は骨などをとって食べやすいように加工する。 ・日向夏を使った調味料 ・マンゴージュース ・しいたけの佃煮 ・ライチを使ったスイーツ ・ライチの加工品をあまり食べたことがないので、ケーキの生地などに使用したらどんな味がするのかとても興味があります。

6、あなたは、宮崎市域で近年推進している六次産業化について知っていますか

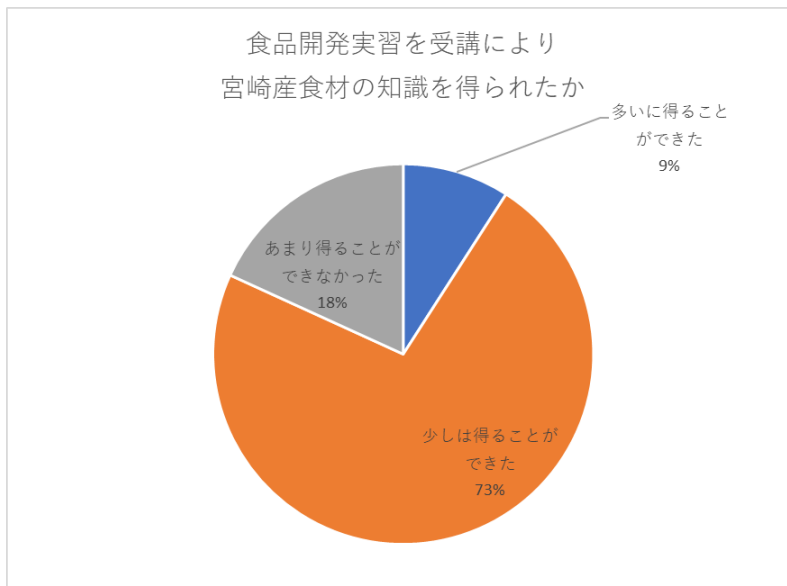
	内容も含めよく知っている	内容も含め少し知っている	内容は知らないがことは知っている	内容もことばも知らない	未回答	計
事前	0	2	23	8	1	34
事後	0	4	27	2	0	33



・六次産業について知っている学生が事前より事後において増加した。

7、「食品開発実習」を受講することにより、宮崎県産の食材などに関する知識を得ることができましたか。(事後のみ実施)

	多いに得ることができた	少しは得ることができた	あまり得ることができなかった	計
事後	3	24	6	33



8. その他、宮崎市域の食品産業や宮崎の特産品などに関して、あなたが感じていることや全国に向けたPR方法などを下に記載してください。

事前
<ul style="list-style-type: none"> ・チキン南蛮やマンゴーのイメージが強すぎて他の1位の農産物が影が薄くなってしまっているイメージなので、お土産等に使用して県外に発信していくことを目的にブランド化を進めていけばいいと考えます。 ・宮崎県の食品産業はまだ規模が低いので若者が興味を引くようなイベントをもっと増やすべきだと思う。 ・短い動画、Youtubeの広告（30秒）程度でPR ・宮崎牛について大会で優勝しているのにテレビなどで見かけない（有名でない）のが不思議に思う。 ・気候のためか特産品は夏野菜が多いと感じる。PR方法としてはSNSを通してのものが良いと思う。ただ活動を伝えるのではなく音や絵などで分かりやすく見やすくするとよいと思う。 ・宮崎はどちらかというと農業のイメージがあります。なのでもっと水産物をPRしていけばいいと思います。 ・宮崎地域の食品産業や特産品はあまり知られていないのでもっと積極的にPRすべきだと思う。YouTubeやSNSなどのネットでPRする。 ・県外へのPRは、インターネットを活用し購入者の間でもInstagramやFacebookといった拡散が早いものに載せてもらえるようなデザインのものが良いと考えた。 ・加工に力を入れることで、保存性を高めて、全国で物産展を良く開くなど。 ・YouTubeの広告で自動車学校のCMは流れているのに宮崎のち食品産業や特産品についてのCMは見かけないのでネットの広告を積極的に利用してPRすべきだと思う。短い歌や耳触りの良い言葉があるとより効果があるはず。 ・宮崎といえば、「マンゴー」や「地鶏」等はお土産でよく目にするが、それ以外でも農作物を周りにアピールできるのにそれを活かしていない。せっかく食品専門の大学や高校があるのだからもっと積極的に開発等を行えばいいと思う。また「宮崎県外だから」「将来宮崎から出るから」ではなく、違うところから周りの目から見た意見を入れるべき。 ・CMが古いから今風に作り変える。 ・自分たちのような若者にも興味を持つようなイベントをやれば特産品の知名度が上がると思います。 ・六次産業化をあまり聞かないので、情報発信面を上げてほしい。 ・若者が興味を持つようなイベントを増やす。市だけでなく、県内でも特産物をアピールしていく。 ・宮崎県っていろんなものを作っているのに、あんまり知られていないのもったいないと思います。せめて県民だけでも知ってほしいです。 ・若者が行ってみたくなる食品のイベントをやったらいいと感じる。

事後
<ul style="list-style-type: none"> ・インターネットに掲載し、全国に向けて発信すれば宮崎の特色を伝えることができるのではないかな。 ・特産品を使った加工食品が市場から求められているのか気になる。 ・ここに生活しているからこそスーパーなどの売り場で特産品を知る機会があるが、それ以外の場での情報は見られない。家ではテレビをつける時間が少ない学生が多いため、SNSなどでのPRが良いと思う。 ・マンゴーの印象が強すぎるため、ほかの特産品をもっとPRが必要だと感じる。 ・宮崎県のPRするために、宮崎県の公式チャンネルをYouTubeに開設して、そこで神楽やプロ野球、Jリーグなどのイベント情報や町の様子を撮影して発信する。 ・SNSやYouTubeなどのネットで宣伝だけでなく、宮崎出身の有名人にも宣伝するなど。 ・ふるさと納税で有名なのでそれを利用した方法が一番早いのではないかなと思う。 ・アピールの内容よりも、アピールしようとする意欲がなかなかないと思う。 ・テレビで流れているCMが古いので、新しく分かりやすく作り直せばいいのではないかなと感じた。 ・テレビやSNSを使って宮崎地域の食品産業や特産品をPRしていく。有名なマンゴーや宮崎牛を全国に売り出す。 ・有名なマンゴーや日向夏といった特産品と一緒にPRする。宮崎の有名人を使って広告する。 ・ネット社会なので、ネットを活用した広告・PRをしたらいいと思います。いろんな所（大手スーパーや他県の道の駅など）に宮崎県はいっぱいあるんだよと売り込むことも大事だと思いました。話題性を呼ぶようなキャッチコピーも付けたいと思います。 ・宮崎の特産品の良さを生かした店を出店したり、特産品をもっと知るための体験を実施する。 ・宮崎県は温暖で広い平野を有し、自然豊かで比較的作物等の栽培に適した環境であり、宮崎牛は日本和牛能力共進会で肉用牛として全国一位を取っており、高品質な食品の提供ができる。PRとしては、高品質であることを押ししたり、体験型農業等による集客をはかる。 ・へべすをもっと県外に広げてほしい。皮は薄く、種も少ないので料理やお菓子にたくさん使えんと思います。 ・宮崎の農・畜産物が全国的に有名だが、延岡産の水産物も全国に名を残せるくらい美味しいと思う。 ・日本一の産物があるのに、宮崎県の人知らないことが多く、もったいないなと思いました。 ・宮崎の特産品はとてもの良いものが多いので全国にPRしたほうがいいと感じた。 ・県内ではキャビアやライチなど他県などでは集めるのが難しいものを珍しい特産品として出しているの、どんどんPRしたらもっと宮崎が有名になるだろうなを思いました。

【アンケート結果からの考察（食品開発科学科）】

食品開発科学科生の出身地は、宮崎県内と県外がほぼ同数である。県外出身学生は、宮崎にある本学で学んだ後に、出身地近辺で就職することを見込んで進学する者の割合が以前から高いことが特徴である。一方で、今年度卒業した学生の中で、出身地は宮崎県外であるが、宮崎県内に就職した卒業生が2名いる。昨年度は6名の県外出身者が宮崎に就職しており、年度により差があるものの、本学で大学生活を送る間に宮崎の魅力を見出し、卒業後の居住地として宮崎に根付く卒業生が毎年必ずいる。当学科の学生に県外出身者が多い理由の一つに、「食品開発」に特化した教育・研究を掲げている大学の学部・学科は全国的に見ても稀であることが挙げられる。在学中の学びがきっかけとなり、宮崎の質の優れた食材を利用した食品産業に興味を示し宮崎に就職することに繋がる例もあると考えられる。

宮崎県内出身学生については、現時点で就職先を未定としている学生も多く、当学科で正課授業として実施している「食品開発実習」での宮崎産・学内産の食材を使用した加工食品の製造について、2年生から3年生まで継続的に学ぶことにより、地元の食品産業への興味に結びつき、就職を検討する学生が増加することが期待される。3年次には地元食品企業等におけるインターンシップを正課授業として実施しており、積極的な受講を促している。また、3年次後期には授業科目「キャリアフォーメーション」において、就職課との連携のもとに地元で開催される合同企業説明会の案内と参加促進を行うとともに、地元企業担当者から「宮崎で働くことの魅力」などについて話を聞く機会を設けており、インターンシップで地元企業での研修を体験することと併せて、宮崎市域の企業の実態についての理解に繋がり、就業意欲が湧くことが期待される。

今年度の食品開発科学科卒業生で宮崎県内に就職が決まった者の割合は53%であり、昨年度とほぼ同様の割合であったが、食品産業界と連携しながら、地元での活躍を担う人材育成を今後も継続していくことが重要である。

3. まとめ

今年度本事業により実施した地元の食品企業等との連携によるインターンシップ、講演会等により、地域に根付いた食品関連企業の魅力が学生に伝わったものと思われる。

また、宮崎特産品を使用し付加価値を有する加工食品の開発につながる教育研究活動を継続することにより、地元特産品を使用することの優位性についても意識付けをすることができた。さらに、消費者に提供される食品の安全を確保するための衛生管理手法（HACCP）に関する教育プログラムを今年度本格的に開始し、26名がHACCP管理者資格の認定を受けた。このように、大学卒業後に地元の食品関連産業において即戦力として活躍できる人材育成の体制が着実に整備されつつある。

宮崎全体の以前からの課題として、宮崎から県外に流出する若い世代が少なくないことが挙げられており、様々な対策が試みられている中で、宮崎の食品産業の発展に携わる人材を育成していくことが本学の重要な役割の一つであると認識しながら今後も教育研究を実施していく所存である。

以上