

# 食品業界のビジネス人材養成機関としての「かなざわ食マネジメント専門職大学」の可能性に関する一考察 ―インバウンド市場を含めたグローバル視点の重要性

清水 恭彦\*

## 概要

少子高齢化の中で徐々に大学入学者数が減少する日本において、政府は2017年に55年ぶりに学校教育法を改正し、新たに専門職大学なる学校を設置した。2024年4月末現在で4年生の専門職大学は20校存在する<sup>i</sup>。この背景には、ITや介護など国内需要が確実に高まる分野に高度な専門的知識、能力を持った人材を輩出することに加えて、バブル期終焉の1992年以降、相対的に国際競争力をなくしている産業が多い中で、新たな外貨獲得力の可能性が高くなってきている分野（アニメなどのエンタメ関連分野）や、いままではあまり国外市場を意識してこなかったものの海外市場の開拓が急務で重要となる分野（日本の加工食品、日本の農産物）にも高い実務的能力を持った人材を養成していこうということがあると思われる。このような中で2021年に開学した、かなざわ食マネジメント専門職大学は、インバウンドを含む海外事業人材に特化した専門の養成機関ではないことはいうまでもないが、基本的には後者に分類されると思われる。このことを前提とし、本学の存在意義と、そのあるべき姿について考察を行ったものである。尚、本見解は完全に個人的なものであり大学の公式な方針等とは関係がないことを念のため明記する。

---

\* しみず やすひこ かなざわ食マネジメント専門職大学フードサービスマネジメント学部 教授  
かなざわ食マネジメント専門職大学紀要 第3号（2025年）

### 1. 専門職大学の誕生とその役割

2017年に学校教育法が55年ぶりに改正され修業年限4年、卒業すれば「学士（専門職）」の専門職学位を得られる専門職大学が誕生した。学校教育法の第83条の2第1項には「深く専門の学芸を教授研究し、専門性が求められる職業を担うための実践的かつ応用的な能力を展開させることを目的とするものは、専門職大学とする」とあり、第2項には「専門職大学は、文部科学大臣の定めるところにより、その専門性が求められる職業に就いている者、当該職業に関連する事業を行う者その他の関係者の協力を得て、教育課程を編成し、及び実施し、並びに教員の資質の向上を図るものとする。そして、その具体的な設置基準として文科省は学位を得るのに必要な単位のうち実習が占める割合を3割から4割と定め、これらの実習は企業などの現場で行われ、教員のおおむね4割以上を実務家が務めるものとするとしている。また教育だけではなく、大学である以上、研究も行うものとするが、理論と実践を架橋する機関として、「実践の理論」を重視した研究を志向することを求めている<sup>ii</sup>

### 2. 農産物、加工食品分野に輸出に関する政府の方針

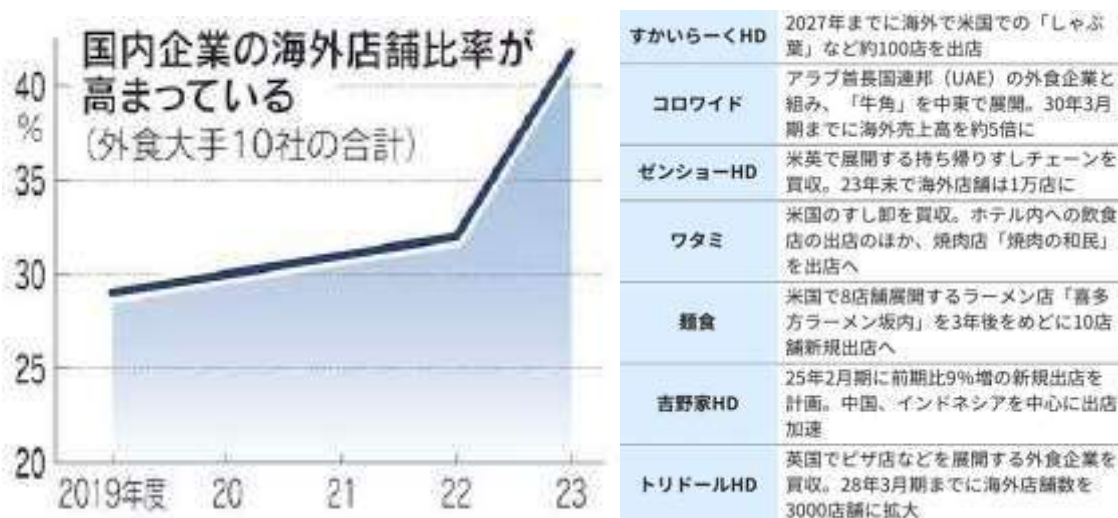
第二次安倍政権の2013年、日本再興戦略を閣議決定し、その一環として日本の農産物・加工食品の輸出にも力を入れる方針とした。この方針は戦後一貫して自動車に代表される工業製品を中心に輸出を行い、外貨を稼いできた日本にとっては大きな方向転換ともいえる。その結果、その輸出額は2013年には約5,500億円であったものが、2020年（令和2年）は9,860億円と約1兆円まで増大した、しかし、5年後の2025年にはその倍の2兆円、そして10年後の2030年には5倍の5兆円とする目標を定めた。これは非常に高い目標だといえる。もちろん政府はこのことを認識しており、これを実現するために多くの施策を農水省が中心となり、海外への輸出を行う食品メーカーへの補助金制度<sup>iii</sup>なども行っており、他にも例えば農林水産省、JETRO、JAを含む15団体で2017年4月に日本の農林水産物・食品の輸出プロモーション戦略の策定・実施機関としてJF00D0（ジェイフードー）が日本貿易振興機構に附置する形で設立された。このような中、現在では、加工食品の分野ではウイスキー、日本酒、抹茶、カレールー等の調味料が上位の輸出品となっているが、まだまだ十分とはいえない。参考まで日本のウイスキーと日本酒を合わせて、約1000億円の輸出となっているが、英国のスコッチウイスキーは毎年、日本円で1兆円以上の輸出があり、英国の最重要輸出品目となっている。その意味からも、今後は政府の支援策だけではなく、食品業界としても人材の質を含めた企業能力の向上を継続して高めていくことが求められている。

### 3. 日本の外食産業の海外進出

農水省は農産水産物や食品メーカーの海外輸出ばかりではなく、日本の外食産業等の海外

展開支援なども行うとともに日本食の海外普及に向けても農水省は様々な支援策を行っており、例えば「日本の食文化海外普及人材育成事業」を通じて日本の食文化の海外普及を目的に調理又は製菓の学校を卒業した外国人留学生が、日本国内の飲食店等で働きながら技術を学べる制度（最長5年）を実施している<sup>iv</sup>。また、外食産業に関しては、政府は第二次安倍政権の時から外食チェーン等のサービス産業の海外展開についても関心を示していたこともあり、経済産業省を通し、一般には「クールジャパン機構」と呼ばれる海外需要開拓支援機構を通じた支援も行っている。ちなみに経済産業省は「日本の魅力」を事業化し、海外需要の獲得につながる分野として、「アニメなどのメディア・コンテンツ」「食・サービス」「ファッション・ライフスタイル」を挙げて、実際にこれらの分野に集中的に投資して支援を行っている<sup>v</sup>。

実際、2010年代からは多くの外食チェーンが世界的な日本食ブームにも後押しされるように海外進出を加速してきている。日経新聞<sup>vi</sup>によれば外食産業の収益は海外事業がキイとなってきておりサイゼリアは23年9月―24年2月の連結決算のうちアジア事業が55億となり利益の大半を海外で稼いだとしている。トリドール社も、現在、世界約30の国と地域に、約2,000店舗の飲食店、約20のブランドを展開しており、栗田社長は、海外進出はリスクではなく、少子高齢が進む日本にとどまることこそが一番のリスクだといい、近年ではヨーロッパやアメリカなどに展開を強化し、グローバルフードカンパニーを目指すという。スシローを経営するFood & Life Companies (F&L)は2024年9月期、売上、店舗数では国内が7―8割ながら海外174店舗の貢献度は高く全社営業利益の約半分となったことを発表。外資系企業である日本マクドナルド以外の日系大手外食チェーンの多くが海外市場に活路を見出そうとしている。



出典：日経新聞デジタル版 2024年5月13日より抜粋

#### 4. インバウンド消費への注力

かなざわ食マネジメント専門職大学紀要 第3号(2025年)

2025 年 1 月 10 日、政府は首相官邸で農林水産物・食品の輸出拡大に関する関係閣僚会議を開き、海外販路開拓や輸出産地育成による「輸出拡大の加速化」や「食品産業の海外展開」に加えて、「インバウンド（訪日客）による食関連消費の拡大」を足して、三本柱の政策で進めていく方針を決めたと発表した<sup>vii</sup>。事実、海外から日本を訪れる観光客の約 7 割が食事を楽しみに来ているといわれているが、2025 年 1 月 15 日に観光庁は訪日旅行外国人消費額が 8.1 兆円と過去最高となり、その内訳は飲食費が 21.5%、買い物が 29.5% だったとの速報値を発表した<sup>viii</sup>。そして、この買い物の中では、京都市宇治周辺のお茶屋ではインバウンドによる抹茶の「爆買い」が続いており、お店に並んだ途端に売り切れ状態だと NHK を含む多くのメディアが報じている<sup>ix</sup>。また大手緑茶メーカーの伊藤園は都心や空港に「お茶専門店 伊藤園」や「茶寮 伊藤園」を主にインバウンド向けに展開しているが緑茶や抹茶のティーバッグが海外からの観光客に大人気で、どこにおいてもすぐに売り切れになるという<sup>x</sup>。これに輸出も伸ばしているウイスキー、日本酒、即席味噌汁、カレーのルーなどもお土産として人気があるが、ネスレ日本のキットカット（特に日本でしか売られていない抹茶味）や江崎グリコのポッキー、そして日本人にも土産品として人気のある北海道の石屋製菓の白い恋人なども大人気である。その他の企業にとっても日本の食品企業には中小企業が多く、なかなか海外進出ができないなかで、まずは国内のインバウンド市場に力を入れることは現実的に有効な方法かもしれない。同時に外食分野でも多くのインバウンド客は食を目当てに来て「ぐるなび」などのインバウンド向けで多言語対応しているグルメサイトからの外国語版で人気の店を探すようなケースが多く、地場の個人経営の店などであっても対応がしやすくなることはいうまでもない。

##### 5. かなざわ食マネ専門職大学からの食のグローバル発信と地元を超えての学生募集

それでは、このような状況下で開学した本学は、いったいどのような役割を担うべきであろうか。少なくとも多くの地方の大学の経営学部に求められているような地域の経済を担う人材を主に食の分野で排出するということではないように思われる。やはりグローバルな視点を持った食のプロを養成するべきであろう。もちろん大学で学ぶ食のビジネス分野がすべて海外絡みとなる必要はないことはいうまでもない。国内においてもフードロスの問題や食を中心とした地方創世、国内市場における食の健康志向トレンドとそれに伴う変化など学ぶべき分野は沢山ある。しかるにやはり学生の将来の希望の進路が外食産業や食品メーカー、または農業団体であれインバウンド市場を含む海外関連市場の開拓が最重要事項の課題となるように見える。そうなれば、当然、大学としてもこのことを意識したカリキュラムが求められるといえるだろう。

学生集めについては「食マネジメント」という分野に特化した大学であるために前述したように国の政策とは一致している反面、地元中心に学生を集めようとすれば、ただでさえ少子化により地方の私立大学の定員割れが常態化する中で、一般の経済経営学部などと比べても学生集めに苦勞することは明らかであろう。その意味では広く学生を募るという

ことが他の地方私立大との大きな違いとなるべきだと思われる。それが実現すれば、他の地方の私立大学とは明確な差別化がされており、国家政策とも合致することから少子化の中にあっても学生集めに苦勞することはなくなるとと思われる。

ちなみに金沢から世界に向けての「食関連の情報発信」をみてみれば、金沢は確かに地方都市であるが、実は海外では、金沢は欧米を中心に人気の都市になってきている。米国の大手雑誌「ナショナルジオグラフィック」は2024年10月23日、「Best of the World 2025（2025年に行くべき世界の旅行先25選）」を発表、そこで日本からは金沢が選ばれたが、11月には同じく米国の富裕層向け旅行雑誌であるコンデナスト・トラベラーのBright Ideas in Travel 2024でも旅行先部門で世界の12地域の一つとして東アジアで唯一金沢市が選ばれている。そして、2005年1月にはフランスの女性誌「ELLE FRANCE（エル フランス）」においても「一生のうちに訪れるべき世界8カ所」のひとつに金沢を選んだ<sup>xi</sup>。それ以上に、それに先立つ2023年4月、1600万人の読者を持つ米国最大のグルメ雑誌「Food & Wine」が金沢を「次に来る世界屈指の美食の7都市」に日本の都市で唯一選んでいるのである<sup>xii</sup>。その意味では食ビジネスにおいては金沢が日本の中心都市のひとつと海外からの情報により国内の学生も認識するようになってもおかしくはないと考える。

#### 6. 実務家教員のあり方について

専門職大学では前述したように学校教育法の第83条の2第1項で「専門性が求められる職業を担うための実践的かつ応用的な能力を展開させることを目的とする」としている。そして「教員のおおむね4割以上を実務家が務めるものとする」とする。そうであれば、実務家教員に求められるのは単に過去の実務経験だけではなく、まさに現在進行形の実務経験も求められるのではないだろうか。文科省もそのことを意識したのか専門職大学における「みなし教員」を必要専任教員のおおむね二割以内、つまり実務家教員の約半分まで認めているが、これは「企業等の現場で現に取り扱われる生きた知識・技能等を教授する役割を期待」<sup>xiii</sup>するものであるとしていることから明らかと思われる。そうであれば専門職大学における実務家教員の理想的な形としては欧米の職業訓練学校ともいえるビジネススクールの一部でも見られるように主軸は大学に置きながら週の1－2日は教員自らが担当科目に関連する実務―自らが会社の社外取締役となる、企業のコンサルタントのような仕事にも従事する等、実務と教育の両方に同時に携わることも効果的であるように思われる。これは専門職大学の学生に義務付けされている企業等で実務に従事する臨地実習についてもより適切な助言や支援が教員側からも行える可能性が高まると思われる。また「食」にフォーカスしている大学というからには、様々な食の分野―外食チェーン、食品メーカー、大手流通・小売り等、そして職種なども製造、商品開発、調達物流、マーケティング、店舗運営等の分野の実務者、実務経験者、専門家が揃っており、名実ともに教員は食分野のプロ集団であることも同時に求められるであろう。そして、やはりこれらの食

の専門家に加えて、学生にグローバルビジネスにおいて助言ができる、海外ビジネスの実務経験者、異文化圏の企業、人との交渉経験者、その研究者などが教員としていることも非常に重要になってくると思われる。

## 7. 成功している専門職大学が持つ視点

専門職大学自体の制度が新しく、現段階ではどこが成功して、どこが失敗したとはいえないかもしれない。しかし、その中でも比較的成功しているといわれている専門職大学に東京を中心に名古屋、大阪に展開する国際ファッション専門職大学がある。その成功要因は大都市の中にある（東京は新宿）という立地なのか豊富な資金力なのか、それとも専門分野の特性なのかはわからないが、HP 中の近藤誠一学長の大学紹介<sup>xiv</sup>を見るとひとつの視点が見えてくる。それは「グローバル視点」である。近藤学長による大学紹介は本大学が誕生した理由、重視する点として4点を挙げており、その最初は次の言葉で始まっている。「なぜ今、ファッションを軸に『グローバルビジネス』を考えることが必要なのか」。つまり、グローバル視点で考える必要性である。そして、2点目にファッション業界も環境を重視したビジネスモデルを考える必要性、3点目には企業と連携して社会的な実践の中で教育を行っていく必要性、そして最後の4点目としてマーケットは世界であり、日本の良さを武器に、グローバルリーダーを育てる必要性としている。そして最後は（本学で学んだ）皆さんが、世界で活躍する日を楽しみにしていますと結んでいる。つまり、最初と最後に本大学の学生は視点をグローバルに持てと言っているのである。この中でも注目に値するのは最初のグローバル視点の必要性の後にある「経済産業省はこれからの日本における、ファッション領域を通じた持続的な価値創造を促進するため、『ファッション未来研究会』を2021年に開催しました」との説明であり、その中で「ファッションとは、単に身体保護等の機能としての衣服の議論に留まらず、独自の文化や価値観、人の創造性を表す媒体でもあり、人口減少下及び経済社会のデジタル化が進む我が国における海外需要獲得戦略の中でも、最も重要視される領域の1つです。」（下線は筆者）と定義されていると述べている。

このことから考えると、近年、開学が認められた各専門職大学には文科省が要求する形式上の設立要件だけではなく、ある程度の政府の意向も反映しているように思える。つまり、介護やIT系など国内の需要が高まる分野があり、他の分野—ファッション分野をはじめ、食品、アニメの分野の専門職大学は、世界市場を見据えたカリキュラムとそれに対応できるスタッフを揃えることが大学運営の望ましい形と思われる。

## 8. まとめ

以上のことから、少子化による学生減少の時代でも、社会の需要が増えていく分野を選び、そこに特化していく大学、専門職大学は成功する可能性は大きいと考えるが、その際の不可欠となるのは改めて「グローバルな視点」といえるのではないだろうか。少な

くとも本学のような食ビジネスの分野ではいえるだろう。文科省としては、それを絶対的な要件とはいわないかもしれないが、少なくとも安倍政権の時の政府側の意向は食ビジネスの分野にはグローバル視点を期待していたといえる。その一方で、電子部品はもちろん、アニメやファッション分野と比べて食品の海外輸出は世界的な日本食ブームといえども嗜好性の問題、そして多くの食品メーカーは海外経験の乏しい中小企業であることもあり、海外市場の開拓は簡単ではないであろう。その意味では、まずはインバウンドを対象とした活動から始めるのもよいと思えるが、そうであるからこそ食ビジネスを支える人材を養成する専門職大学としては、グローバル視点を常に意識して大学運営を行っていくことが成功の要因だと考える。

- 
- <sup>i</sup> 文部科学省 HP [https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/senmon/1414446.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/senmon/1414446.htm)
- <sup>ii</sup> 文部科学省専門職大学の設置について  
2018. 11. 21—[https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/senmon/\\_\\_icsFiles/afieldfile/2018/11/16/1410421\\_001\\_1.pdf](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/senmon/__icsFiles/afieldfile/2018/11/16/1410421_001_1.pdf)
- <sup>iii</sup> 例えば、農水省の輸出・国際局の輸出支援課が窓口となって海外輸出を計画する中小の食品メーカーに最大 5 億円までの補助金を出す（同額を自社で出資することが条件）「食品産業の輸出向け HACCP 等対応施設整備事業」などがある
- <sup>iv</sup> 農水省 HP <https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisyoku/ikusei/>
- <sup>v</sup> クールジャパン機構 <https://www.cj-fund.co.jp/about/company.html>
- <sup>vi</sup> 日経新聞 2024 年 5 月 13 日  
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0UC12BLX0S4A310C2000000/>
- <sup>vii</sup> 日経新聞 稼げる農業へ、食品産業の海外展開支援 関係閣僚会議  
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0UA101WB0Q5A110C2000000/>
- <sup>viii</sup> 観光庁インバウンド消費動向調査 2015. 1. 15  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001856155.pdf>
- <sup>ix</sup> NHK News Web 「宇治 高まる抹茶人気 戸惑いの声も」  
<https://www3.nhk.or.jp/lnews/kyoto/20250226/2010021959.html>
- <sup>x</sup> 2025 年 2 月 14 日伊藤園本社におけるマーケティング本部での筆者による聞き取り調査
- <sup>xi</sup> 北國新聞デジタル版 2025. 1. 17 [https://www.hokkoku.co.jp/articles/-/1632831#goog\\_rewarded](https://www.hokkoku.co.jp/articles/-/1632831#goog_rewarded)
- <sup>xii</sup> Food & Wine 2023  
<https://www.foodandwine.com/worlds-next-great-food-cities-7484717>
- <sup>xiii</sup> 文部科学省専門職大学の設置についての資料 pp 5 6 および pp 9 1
- <sup>xiv</sup> 国際ファッション専門職大学 HP <https://www.piif.ac.jp/about/president/>