

フーズビジネステーマに議論

静岡県中部未来懇話会 平成23年度 第2回シンポジウム

一般社団法人・静岡県中部未来懇話会の平成23年度第2回シンポジウムが10月12日、「次代のリーディング産業育成への道～21世紀型フーズビジネスの創造」をテーマに、静岡市駿河区のホテルセンチュリー静岡で開かれた。松井純会長（静岡新聞社・静岡放送社長）が「フード産業を中部地区の中核産業に育てるため、今回の議論をビジネスの参考にしてほしい」とあいさつした。日本総合研究所首席主任研究員の金子和夫氏が「21世紀の地域経済をリードするフード産業の振興を目指して」と題して基調講演を行った。パネルディスカッションでは研究者、企業経営者ら4氏が現状認識や今後の処方せんを披露した。



パネルディスカッション

中嶋氏 静岡県中部地域の食品関連産業の現状をどのようにとらえているか、伺いたい。北海道などとも協働も

木苗氏 県は平成21年4月にフーズ・サイエンスセンターを開設した。私はその後、センター長に任命された。フーズ・サイエンスヒルズとして、もちろん中部が中心だが、東部のフアルムバレー、西部のフォトンバレーと連携する

東部、西部と連携も視野

ことも私は考えている。さらには、しずおか産業創造機構でもいろいろやっている。お互いにそれぞれの産物を生かして、新しい産業、商品を作る、そのうすうすマーケットは2倍になる。北海道とコラボレーションすることによって、北海道で静岡のものも売っていただけ、静岡でも北海道のものを売っていく、そういうふうに考えていけばいいと思う。

缶詰の一大産地
溝口氏 静岡県というものは、缶詰の一大産地集積地。日本で生産されている缶詰の3割

- パネリスト
 - 木苗 直秀氏 県立大学長
 - 藤田 圭亮氏 なすび社長
 - 松永今朝二氏 大村屋酒造場社長
 - 溝口 康博氏 はごろもフーズ社長
- コーディネーター
 - 中嶋 壽志氏 静岡経済研究所 専務理事

ぐらい（数量ベース）が、静岡県で生産されている。日本で生産されている缶詰の約半分ぐらいが今、マクロ、ツナ関係の缶詰が、この静岡県で作られている。

缶詰そのもののマーケットは少しずつ減ってきている。特にツナ缶を中心としたところは、なかなか価格が上がり、近い状況になっていて、つい直近では原料等が上がってきているが、そのコストアップ分を価格に乗せられなくて、業界としてかなり苦戦をしている。

業態変えリスク分散
藤田氏 まず、現在の外食産業の規模をお話します。1997年、29兆円ということ、これが昨年、2010年になると、24兆円ということ、この十数年で約5兆円が消えてなくなったというような業界だ。

こういふ現状の中、当社は10年ほど前からお店の業態とか、客単価というものを、い

次代のリーディング産業育成への道

ろいろ変えてリスクの分散をしたり、お客様に使いつけていたようなことをしている。

中国に2006年に進出して、今年で5年目。最初は日本のやり方、日本の料理ということでやっていて、なかなか評価をされることがなく、



藤田氏

非常に苦戦をしたが、なるべく日本のやり方を押し付けず、嗜好の現地化、あるいは人材マネージメントの現地化、社員教育の現地化、ということをしたことで、上海と杭州と寧波にフランチャイズ店を含めて現在6店舗を展開、順調に進んでいる。中国では日本と市場が逆で、外食市場も年間で15%ほど伸びているとい

われている。早くから海外へ

松永氏 来年でちょうど180年になるが、島田市で酒造りやっている。日本酒の現状が、ピーク時の昭和50年ころの生産量は930万石（約168万ト）で、現在は342万石（約62万ト）。3分の1になった。静岡県も同じようにやはり

厳しい状態。昨年の静岡県の日本酒の生産量は、たった2万3000石（4150ト）で、全国の0.6%くらい。ただ、静岡県は断然ほかの県、全国と比べて違う点がある。吟醸酒など特定名称酒という、吟醸酒の割合が高いお酒の占める割合が80%と高いこと。全国では40%くらいだから、静岡の県産酒というのは、この辺に大きな特徴がある。これからの一つの生き残る道筋がその辺にあるのではないかと気がする。

各企業がこのところ、輸出という形で海外への進出を始

高付加価値品に活路



木苗氏

まわっている。だから、そういふところを出し合う取り組みを進めている。異業種交流と

21世紀型フーズビジネスの創造

めている。私のところでは、ちょうど20年ほど前から、米を中心に働きかけをして、今現在、当社の生産の3割が、米国を中心とした輸出。そんなこともあり、現在、当社は10年前、20年前に比べて、生産量の落ち込みを10%から20%にとどめている。

中嶋氏 最近、食に絡んで6次産業化ということがテーマになってきている。広く連携をしていこうということ。この、連携について伺いたい。

同業種交流で試作品
木苗氏 いろいろなノウハウを皆さんそれぞれお持ちに

いう言葉があるが、私はそれになぞらえて同業種交流と言っている。かなり近いところの方が集まって、知恵を出し合っている方が、より効果的に行くんじゃないかな、ということ。例えば、今やっているのは21社が六つのグループに分かれて、スナック菓子とかお茶とか流動食とか、いろいろなものをターゲットにして、試作品を作っている段階だ。多分来春にはいろいろな商品が出てくると思う。

いくつかの業者と一緒にやってやることによって、例えばあるお菓子を作るときにも、それぞれ皮が得意、あんが得意とか、あるいは途中の工程のこの部分はこちらに任せろというようなこともある。そしてものができて、その販売を考えた場合も相当広域に展開できるのではないかと考えている。

全国即社と協力関係
溝口氏 当社は缶詰以外でも電子レンジでチンするご飯とか、スナック菓子とか、結構いろいろのものを作っていて、最近ではかつお節やのりもや

も食べる。今はお茶だけの機能性を言っている。でも食生活を考える、そういったようなものがある一定の時間内にとつては、そういうか、そうした複合作用というか、相互作用というか、何かそういうものも期待できる部分があるかもしれない。だから、そういう意味ではまだまだ研究する余地があるのではないかと。ということは、このリーディング産業を考えると、研究者の育成も視野にないといけないと思う。

視点を変えれば仕事に妙味

溝口氏 常日頃思っているのは新しい需要を作る、新しいマーケットを作るということ。最近、かつお節とoriを売ら込むのに、「かつおのサラダ」というのをテレビのコマーシャルで流している。焼津市は缶詰産業も盛んだが、もう一つ大きな産業は、かつお節。かつお節や、oriなどの伝統的な食品をもう1回見直してもいい、そうするためにどうしたらいいのかということをやらずと考えると、行き着いたのが、サラダにかつお節

ではないのかと。既存の商品でも、視点を変えて新しい見方をすれば、まだまだ面白い仕事ができる部分があるのではないかと思つて。仕入れ、川下から川上へ、藤田氏、お客様に食材に対する意識、レベルというものが、



とかのりを使つてもらおうということ。のりにしてもかつお節にしても、旧来の使い方ではなくて、新しい使い方をいなのを消費者の方が認識してくれば、そこに新しいマーケットができてくる

食材の使い方変えて新市場

年々上がってきている。安心で安全で、いつどこで誰が生産したのか、あるいはどこで獲れたのかというようなことがしつかりと伝わるような商品の提案というものが、さらにこれから必要になってくるのかと思う。今、外食産業の仕入れの方法というものが変わってきている。川下からも川上へとというようなことで、間の業者を抜いて、生産者や漁師から直接仕入れる方法を取っているところが非常に増えてきている。

しかし、こんなようなことがどんどん進んでいくと、市場とか業務用をメインにしている魚屋、肉屋、八百屋などの位置づけがこれからどうなっていくのか、というところが懸念される。

人材育成がポイント

松永氏 これからの地域の食文化をどうしていくかという点では、若い人材を、私たちがどれだけ育て上げられるか、ということが、非常に大きなポイントになるような気がする。

当社でも、これまではずつ



中嶋氏

と、東北から来た杜氏が酒造りをしてきたが、今年から静大大学院を出た若者をチーフの杜氏として、酒造りをさせるキーワードは「FOOD」。

中嶋氏 これからの中部地域のフーズ産業の未来ということを考えてみると、フーズワードではないかと思う。Fはフレキシビリティ、変化への対応。次のOはオンリー、差別化。もう一つのOはオープン。多様な技術を受け入れていくこと。最後のDはディープ。技術、マーケットの深掘り。こうしたことをすることによって、中部地域のフーズビジネスがこの地域をけん引するリーディング産業として輝く、そうなることを期待して、議論を締めくくりました。

はなくて、一番組みやすいところと組もうという考え方でいる。それが結果として、ものづくりにおいては全国80社ぐらい、いわゆる協力工場関係を結んでいて、そういうところと生産、製品開発も含めて、協力をしながらやっているということだが、そういう意味での連携にはなる。

久能山東照宮とコラボ

藤田氏 2005年から久能山東照宮とコラボレーションして、商品開発をした。うち



溝口氏

るようになって、自社内で異業種交流のような状況になつていて。お客さん提供できるか、どんな食べ方の提案ができるかというように、日々考えている。結局、地域のメーカー、会社とどういような組み合わせができるかという、いわゆる地域限定の話で

の清水の店で食事をしたお客様だけは、善段公開されていない本殿の参拝ができるというもので、国宝になったという商品もあり、今そちらの商品が売れている。2年間、現在清水のお店だけで2万人の集客につながっている。

それから、折戸ナスという商品がある。このなすは2005年当時は生産されていなかった。それで清水の新しい農作物のブランドを何とか開発したいというところで、当時のJA清水の望月眞佐志組合長に私の方でお願いをして、何とかもう一度折戸ナスの生産を、ということと、弊社とJAと、県にも入っていただき、「三すずび研究会」というものを立ち上げた。それで昨年ぐらいから、弊社以外のホテル、飲食店を出して、そのなすの需要を賄えるほどの生産量が必要。これもまた新しい清水のブランドの確立になればと、その時期には必ず全店舗でこの商品を使う料理を入れていく。

地域社会と共存共栄

松永氏 私どもは地酒屋。地

新たな地域ブランド確立に力

それより前には、島田酒米研究会というものを立ち上げた。酒造好適米の五百万石を少し栽培してくれないかという呼びかけを十数年前にした。まず3人の若手の農家の方に、



松永氏

域社会と共存共栄するのが地酒屋であるということが原点だと思つている。そういつた一つの理念の中から、地域のいろいろな接点をどういう形で設けようかという考え方、地域の方々と一緒にやっているイベントがたくさんある。

その一つが、お米とお酒の学校。子どもたちの教育に少しでも役立てばということ。2005年からやっていると、1200人ぐらいうつづつと参加して、今年もこの間稲刈りをやったが、大体今まで1650人ぐらいい参加している。

一緒に夢を追いませんか、ということから始め、現在は9人になつていく。

それから、島田の食材と島田の地酒を楽しむ会。十数年前に米国にお酒の関係を巡る際に、ニューヨークの三ツ星レストランで開かれた、日本酒とフランス料理をコラボレーションしたパーティーに参加して、料理とお酒の大変素晴らしい時間を経験した。その時にこんなに素晴らしい食の文化を自分が味わっているのに、地元島田の方々にそういったことを何も提案していないということから、反省して、帰ってきてから、近くの結婚式のシェフと相談して始めた。

中嶋氏 フーズビジネスが静岡県中部地域をけん引していくためには、どんな課題があり、どんな取り組みが必要なのか、お伺いしたい。

複合作用に期待も

木苗氏 お寿司を食べるときにワサビも食べるし、いろいろな魚介類も口にすると、あとでお茶も飲むし、それからひよつとするとその後ミカン