

地域資源を活用した南三重の活性化にむけて

Activation of Minami Mie using regional resource

渡邊 明¹

Akira Watanabe

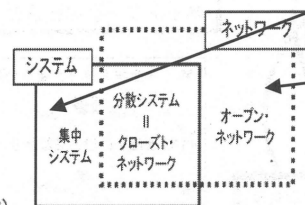
1 はじめに

現在展開している中部電力との研究では、そのコンセプトを「20世紀の延長線上にない、21世紀型の若者を育てる」「20世紀の延長線上にない、21世紀型の産業構造を考える」というところに求めている。USTによる動画配信や SNS の代表的存在である

mixiを利用して非公開のコミュニティを開設計し、個々の講座の内容を議論する場所をインターネット上に設定する。こうすることでネットワークの経済性を利用して「創発」を引き出そうとしている。

システムとネットワーク

- システム
 - 有機体モデル
 - 有限の要素
 - 全体への統合
 - 境界がある
- ネットワーク
 - 分散したノード(節)
 - 水平に結合
 - 出入り自由(オープン・ネットワーク)



シナジー効果が主として支配する領域

創発的效果が発揮できる領域

この部分を認識して産業政策を作らないと今後の産業政策としては効果がない。

コンセプト

概念図

注：井上・林・渡邊編著『ユビキタス時代の産業と企業』政務経理協会の作成過程で議論したペーパー

2 研究の発想の原点

我々の研究のスタートは、以下の共通認識によっている。

- 津以南の高速が無料になったことを受けて、三重県南部のシナジー効果を高めるためには、バッティングしないブランド商品が必要になる。そのためには、国の認定した地域資源を生かした「商品づくり・物語づくり」が必要になる。

- 観光資源や財源が乏しい三重県南部の地域振興を実現するための足がかりとしては、食によるブランド化が一番効率的であるとの認識。このため、南伊勢町で現在の実績を積み重ねると共に、紀北・大紀町においては住民を中心に新たな食品開発を冷凍機や燻製機などを活用し先行させる。
- 経産局の「広域的地域ブランド創作事業」と協働し、南伊勢・紀北・大紀町

1 三重大学名誉教授 Emeritus Professor, Mie Univ.

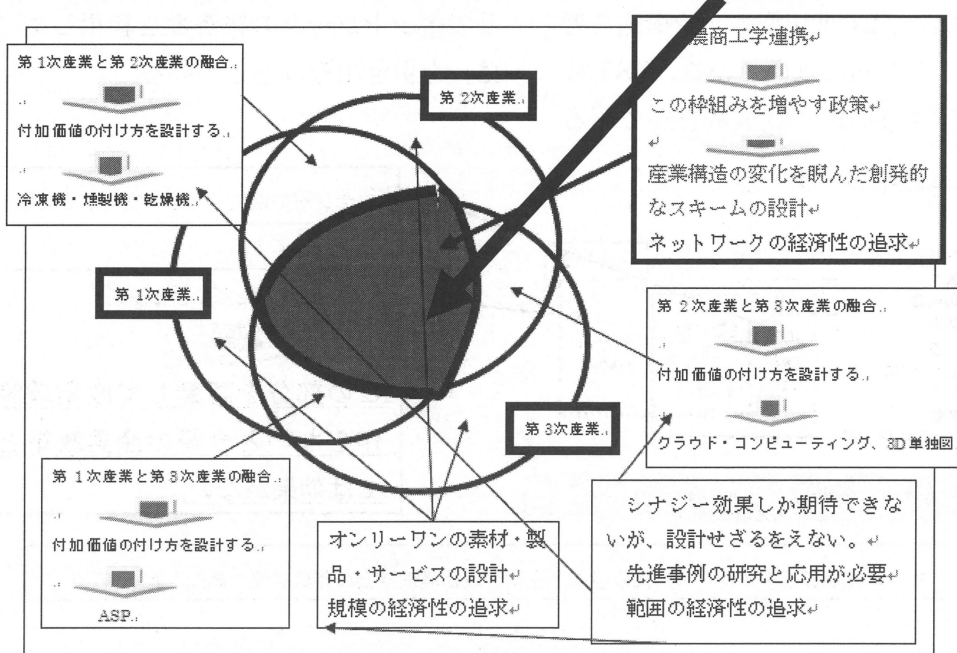
にも多方面からのアプローチも考えていく。

近年、企業規模や業種、地域により景況に格差が見られるなか、地域の活性化を図るためには、地域経済の中核をなす農林漁業者や中小企業者の活性化を図ることが必要である。このため、農林漁業者や中小企業者が有機的に連携し、互い

の経営資源を有効活用することで、新商品・新サービスの開発や販路開拓等を促進することが重要になる。この点を踏まえ、農林水産省と経済産業省が連携して、農林漁業者と中小企業者のつながりを応援し、それぞれの強みを発揮した事業活動を促進するための措置を講ずることとなった。

【農商工学連携のスキーム】

我々は、農商工学連携の手法からの地域おこし方策として、この部分の政策を考えている。



3 A 食品（株）とコラボした新商品開発

～コンセプトは、食品廃棄率の改善と老化防止及び健康維持食品の試作～

我々は、政策ミックスの実践を以下の内容で行っている。これなしでは、個々の企

業のプロダクト・ミックスが成立せず、商品構成が貧素になるからである。

政策ミックス

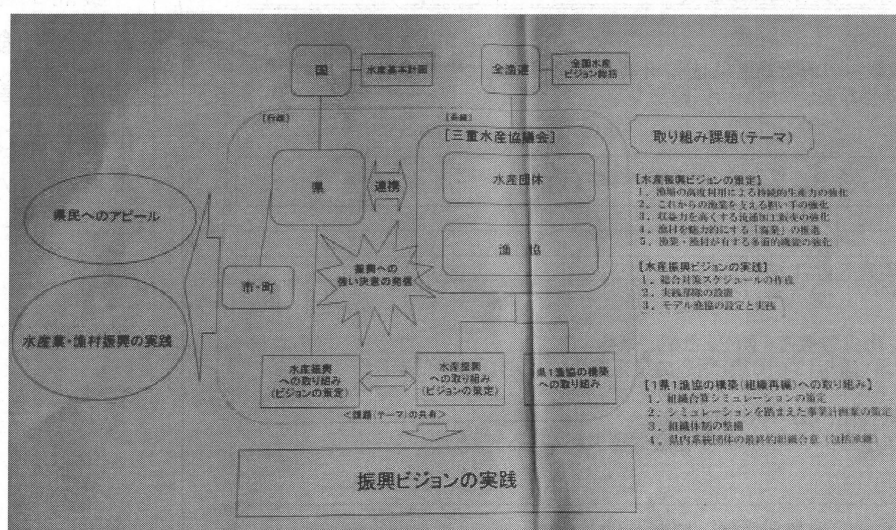
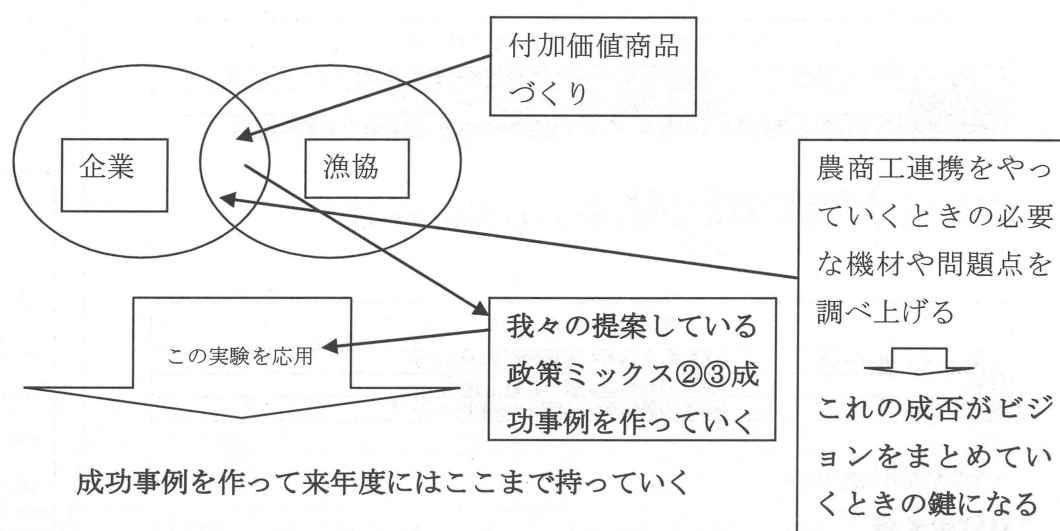
- ① 大量生産的発想もだいじである ← 今までの発想（価格変動に弱い）
- ② 特定なターゲットを狙い付加価値ある大量生産 ← 新しい発想（価格変動に強い）
- ③ 特定なターゲットを狙った少量生産 ← 更に新しい発想（価格変動には決定的に強い）

②③の政策を実践するためには、環境適応が速く、腕のいい料理人と栄養士が相当数存在する企業の協力を仰いだ。

国崎の「アワビ研究会おべん」とテクニカン社の冷凍機を使った商品開発をA食品及び渡邊との間で考えることになった。その場合、経済産業省と農林水産省の実施している施策の地域資源活用プログラムと農商工連携の事例を徹底的に研究し融合して

いこうということに主眼をおいた。将来的には、国・県・漁連・漁協の政策に即した活動になるが現時点では成功例を作ることが先決であると考えた。

その場合、県全体のビジョンづくりの前段階として以下のようなデザインとすばやい実行が必要であると言う共通認識を中部電力と渡邊とは確認している。



インターセクター・ディスカッションを行いながら展開している我々の活動は、マ

スコミでもとりあげられ各方面から協力の申し込みがある。その提案を受けて新しい

コラボレーションのプロジェクトが走り始めている。小規模なプロトタイプを作って大きなビジョンに昇化させないと戦略は失敗してしまうのがシステム論の常識である。

そのため、以下のような商品群を作って、伊勢神宮ネットワークに流して実験している。

1.すくな南瓜米麺

米麺)レイク・ルイズ すくな南瓜)JAひだ	岐阜県産ハツシモ100%使用の米麺 高山市丹生川町で収穫されたすくな南瓜
--------------------------	---

☆すくな南瓜米麺は、南瓜を加工する際に出る端材を原料に粉末化して米麺に使用する。
☆南瓜は昔からボケ防止に役立つと言い伝えがある。

すくな南瓜米麺に、トマトソース。(パスタ)	
トマトソース)ツツモ農園	岐阜県産ルネッサンスの規格外品を使用したトマトソース
養老山麓豚	養老山麓豚のパンチェッタをトッピング
伝統野菜のすくな南瓜を微粉末にして県産ハツシモ100%の米粉に混ぜ込み米麺にした。	

☆トマトソースは、傷物の規格外の物を使用する。
☆トマトには、リコピンが多く含まれ、抗酸化作用により老化防止に役立つ。

枝豆のクリームパスタ	
米麺)レイク・ルイズ	岐阜県産ハツシモ100%使用の米麺
枝豆	岐阜の特産品。岐阜県産を使用
養老山麓豚	養老山麓豚のパンチェッタをトッピング

☆岐阜県産の枝豆を使用

2.食竹炭米麺

米麺)レイク・ルイズ	岐阜県産ハツシモ100%使用の米麺
食竹炭)樹竹炭工房(三重県)	食竹炭の微粉末

☆食竹炭は、便通改善、排泄物の消臭効果があり、介護者の負担軽減に役立つ
☆食竹炭は、高脂血症に効果があり健康維持に役立つ

食竹炭米麺に、アオサのつゆ(そば)	
浜一水産(三重県)	アオサ
芭蕉水わさび	わさび
地元大垣の食材と三重県の食材のコラボ	

☆立体型わさび栽培の為、川虫の被害を防ぐことができる。
☆大垣の地域資源の地下水(通年13℃前後)創造の泉を使用し、わさび栽培に適した水温で栽培されている。
☆わさびの茎は安価で殺菌作用、抗がん作用がある。
☆あおさは、食物繊維、カルシウム、ビタミンAが豊富に含まれている。

食竹炭米麺に、カレー(うどん)	
まるけんミート	飛騨牛すじ
飛騨牛の牛すじを使用し、カレーうどん風に	

☆牛筋は油抜きをして長時間煮込むことで柔らかく、コラーゲンたっぷりで美容に良い

各地の食材とコラボしています。

テクニカン社の冷凍(リキッドフリーザー凍眠)を多用しています。

農商工連携の観点から食品廃棄率の改善と老化防止及び健康維持食品の試作を行っています。

3. 鮎米麺パスタ

米麺)レイク・ルーズ	岐阜県産ハツシモ100%使用の米麺
鮎斗鮎保存会	国崎の鮎斗鮎(伊勢神宮に納めた端材)

★鮎斗鮎を作る際にでる端材を粉末化し米麺に練りこんだ

鮎米麺に、鮎の肝ソース(パスタ)	
米麺)レイク・ルーズ	岐阜県産ハツシモ100%使用の米麺
鮎斗鮎保存会	伊勢神宮に納めた鮎斗鮎の肝

★鮎斗鮎を作る際にでる鮎の肝を使用した肝ソース

鮎米麺のざるそば	
米麺)レイク・ルーズ	岐阜県産ハツシモ100%使用の米麺
東海スチール工業株式会社	芭蕉水わさび

★鮎斗鮎の米麺をシンプルにざるそば風に

この商品を中心に伊勢神宮奉納を行う。

4 介護食事業のデザインと南三重の開発

近年の少子高齢化の進行により、日本の高齢者人口の割合はますます高まっている。世界保健機関(WHO)の分類によれば、総人口に占める 65 歳以上の高齢者の比率によって、①7%以上 14%未満は「高齢化社会」、②14%以上 21%未満は「高齢社会」、③21%以上は「超高齢社会」に分けられている。

特に日本は高齢化のスピードが速く、1970 年に高齢化社会となってから 94 年に高齢社会となるまでの年数は、24 年と世界各国の中でも特筆すべき短期間となっている。

欧米諸国 において高齢化率が 7%から 14%になるまでに要した年数は、フランス 114 年、スウェーデン 82 年、アメリカ 69 年(推定)、イギリス 46 年である。高齢社会が進むにつれて、高齢者の「食」の重要性が高まってくる。高齢化に伴う歯の喪失や嚙む力・嚥下能力の低下に対し、食事に対応が迫られている。また高齢者は何らかの

疾病を持つ人が多く、病院に入院して医師の処方による「治療食」が必要になる場合もある。さらに老人ホームなどの施設で暮らす高齢者にとっても、「食」の問題は避けて通れない問題である。現在、要介護高齢者は 300 万人、2010 年には 400 万人、2025 年には 500 万人を超える推計になっている。

高齢者の「食」のニーズは高齢者の増加とともにさらに高まり、市場も大きくなることが推定される。高齢者の「食」は、ビジネスの面でもますます注目を集めることは間違いないと言える。

介護ビジネスの市場規模は、『図解革命! 業界地図最新ダイジェスト 2009 年版』(高橋書店)では、介護サービス業界の業界規模は 5 兆 8,743 億円とされている。また、『最新業界地図がまるごとわかる本 2008 年度版』(高橋書店)によれば、介護サービス業界について「市場規模は 10 兆円ともいわれる」と記されている。

介護給付・予防給付の総件数、総費用額、総支給額等および介護保険の要介護（要支援）者認定数については、過去数年分のデータが厚生労働省 HP 内の介護保険事業状況報告に掲載されています。介護保険事業状況報告（全国計）（平成 19 年度版）によれば、介護給付・予防給付の総件数は 1 億 153 万 9,884 件、費用額は 6 兆 4,457 億 6,919 万 1 千円、総給付費（費用額から利用者負担分を除いた額）は 5 兆 8,368 億 6,819 万 4 千円である。また、要介護（要支援）認定者数は 440 万 1,363 人である。この他、サービス業基本調査報告（平成 16 年版）によれば、「老人保健・介護事業」の会社の総収入額は 3,422 億 9,800 万円、個人事業所の総収入額は 8,700 万円となっている。同報告では、老人保健・介護事業の事業所数は 1 万 7,002 箇所、従業者数は 61 万 7,638 人（うち常用雇用者数が 58 万 420 人）である。

なお、福祉用具関連産業の市場規模については、日本福祉用具・生活支援用具協会 HP に掲載される 2008 年度福祉用具産業市場規模調査の結果の概要によれば、2008 年度の福祉用具産業の市場規模は 1 兆 1,921 億円である。

最近の動向としては、『日経産業新聞』（日本経済新聞社 日刊）2010 年 1 月 22 日号で介護食市場を取り上げている。現在、介護食は、毎年 1 割強のペースで伸びており、調査会社富士経済では、2009 年の市場規模を 148 億円と予測している。

我々の今後の研究ターゲットは、大量生

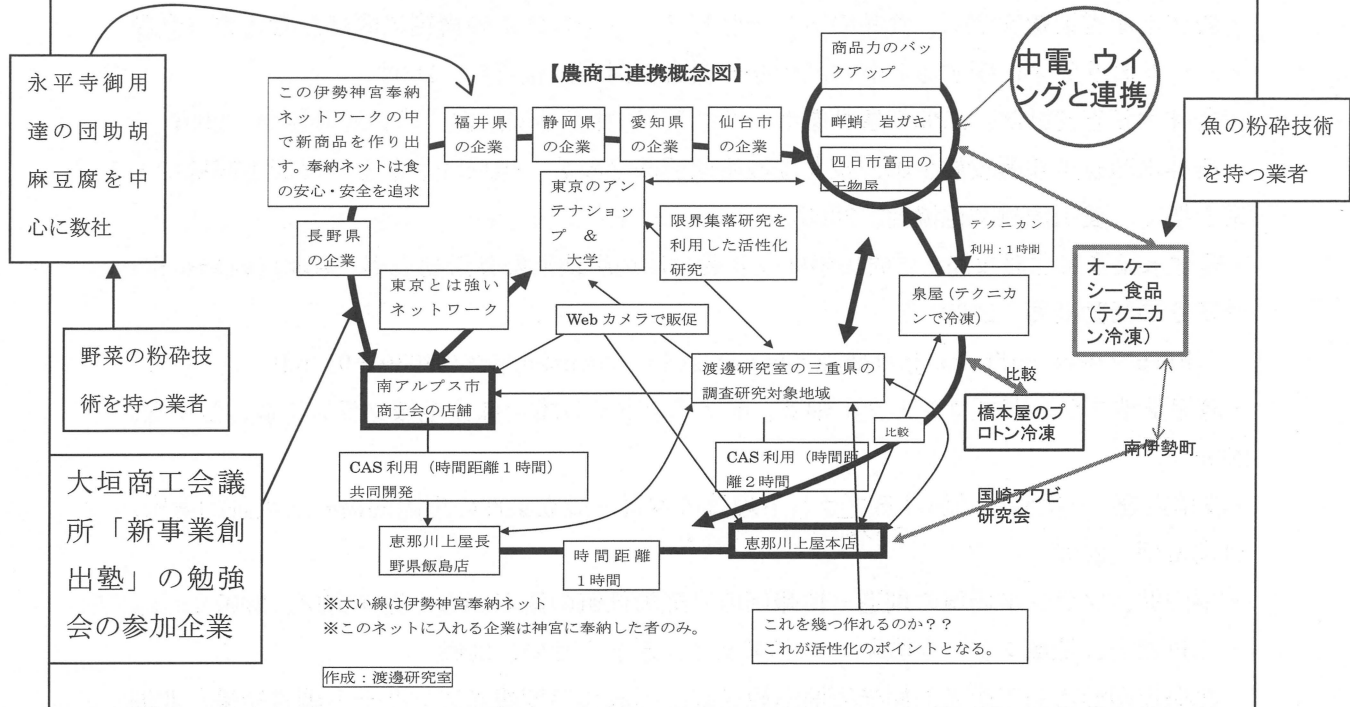
産の可能な介護食市場に向けた事業のデザインである。

5 おわりに

SCM（サプライチェーン・マネジメント）とは、主に製造業や流通業において、原材料や部品の調達から製造、流通、販売という、生産から最終需要（消費）にいたる商品供給の流れを「供給の鎖」（サプライチェーン）にとらえ、それに参加する部門・企業の間で情報を相互に共有・管理することで、ビジネスプロセスの全体最適を目指す戦略的な経営手法、もしくはそのための情報システムであると定義されている。

企業にとっての具体的な目的は、納期短縮・欠品防止による顧客満足の向上、流通在庫を含む在庫・仕掛品の削減によるキャッシュフローの最大化などが挙げられる。我々の場合は、これに加えて廃棄物とも思えるものを回収・利用して食の安心・安全のスキームで付加価値をつけていく創発効果の構築に向けた SCM 研究がある。SCM というコンセプトの根幹には、サプライチェーンの鎖の 1 つ 1 つ（サプライヤ）の個別最適ではなく、“全体最適”を図ることがある。最終需要や販売力が弱いのに、製造単価を下げるためといって生産量を増やしても不良在庫を増やすことになり、逆に強力な販売網を構築しても、部品不足や生産計画の不備により商品供給ができなければ販売機会を喪失することになる。この無駄をいかに解消するのが今後の SCM 研究のテーマである。

SCMのための仕組みの構築へ向けて



する法律施行令及び同法の施行期日を定める政令、2008

- ・農林水産省、経済産業省、農商工連携事業88選、2008
- ・農林水産省、平成15年度食料品消費モニター第2回定期調査結果の概要について、2003、
http://www.maff.go.jp/www/press/cont2/20040811press_2.htm
- ・農林水産省消費安全局、食品のトレーサビリティシステムの構築に向けた考え方（食品トレーサビリティに関するアドバイザリー会合検討結果報告）、2004
- ・農林水産省統計部、2005年農林業センサス第1巻青森県統計書、農林統計協会、2007
- ・農林水産省東北農政局企画、東北地域農政懇談会編著、地域に生きる－農商工連携で未来を拓く、農山漁村文化協会、2005
- ・農林水産省東北農政局、平成19年度東北農政局地産地消優良活動表彰「東北農政局長賞」受賞者の活動概要、2008
<http://www.maff.go.jp/tohoku/press/seisan/nousan/pdf/080303-01.pdf>
- ・博報堂地ブランドプロジェクト編著、地ブランド－日本を救う地域ブランド論、弘文堂、2006
- ・波積真理、一次産品におけるブランド理論の本質－成立条件の理論的検討と実証的考察、白桃書房、2002
- ・平山弘、ブランド価値の創造－情報価値と経験価値の観点から、晃洋書房、2007
- ・二村宏志、地域ブランド戦略ハンドブック、ぎょうせい、2008
- ・北海道函館市商工観光部観光振興室観光課、平成18年度観光アンケート調査結果、北海道函館市、2006
<http://www.city.hakodate.hokkaido.jp/syoukan/kankou/h18questionnaire.pdf>
- ・牧瀬稔、板谷和也編著、地域魅力を高める「地域ブランド」戦略、東京法令出版、2008
- ・三重県、食の安全安心に関するアンケート調査、2004