



日経ビジネスに見る「経済先読み・解説」 101号

経営コンサルタント 栗田 剛志 11.7.25

発行元：m9コンサルティング

<http://www.m9consulting.biz>

このメールマガジンは、今週発売となる日経ビジネスの中から気になった記事を選び、私なりの視点で考えたことについてお伝えするものです。会社での朝礼時のネタ、取引先との会話、同僚との間の話題づくりにお役に立てたらと思い、毎週月曜日に発信いたします。

「日経ビジネス2011年7月25日号 no.1601
『日本の食、逆転の夏～復興バネに創り直し』より

【復興後の姿で目に浮かぶのは】

東日本大震災における農林水産被害額は、2兆1175億円に上ります。2004年の新潟県中越地震の農林水産被害額は1300億円、阪神・淡路大震災は900億円でした。過去の震災とは、ケタが違います。

海では、船や加工設備を流されてしまった漁業関係者、沿岸部では、津波によって田畑が海水に浸かり、農地が塩害を受けてしまった農業者がたくさんいます。産地が福島に近いというだけで買ってもらえなかったり、値段が半分以上になってしまい途方に暮れている方々がいます。当たり前ですが被害額が大きい分だけ、困っている方々も多いのです。

復興への早急な対応が必要とされています。ただ、元通りに復旧したとしても、明るい未来が約束されているわけではありません。価格が下落し、従事者の生活は圧迫され、後継者が減り続けることで産業自体が衰退していく。これは、震災以前の構造的な問題です。

被災地が元通りに復興したとしても、構造的な問題は何も解決されません。むしろ、今こそがそうした構造的な問題を見直すことができる最後のチャンスなのです。

「単なる復旧にとどめず、日本の食を変革したい」と、被災地にあっても前を向く人たちは震災を機に、あるべき将来像を模索し始めています。

「宮城で作った枝豆を、気仙沼の海水で茹でたものがあるんです。気仙沼で津波にやられずにたまたま残った冷蔵庫に入ってたの。これ何とかさばけないかなあと思って」

被災した東日本の「食」を支えることを目的とした「東の食の会」という団体があります。その中心メンバーである、仙台にて農場や加工工場などを経営する「舞台ファーム」の針生社長のもとには、地元の生産者から様々な「売れない」農作物の情報が集まります。

この枝豆は、宮城県の農家が栽培したものを、気仙沼の水産加工業者が海水で茹で、凍結加工したものです。農業と漁業をコラボレーションさせようというユニークな発想のプロジェクトだったのですが、販路までは確保できていませんでした。売りあぐねていたところに、震災に襲われ、生産者たちは途方に暮れていました。

冒頭のセリフは、針生社長のもので、この枝豆は、「東の食の会」に持ち込まれ、会のメンバーである、消費者に直接生鮮食品を販売するビジネスを展開する生鮮食品通販「オイシックス」に委ねられました。

「素晴らしいものを作っているのに、残念ながら売るための発想がない」という状況は、至る所で見られま

す。農林水産業という1次産業、それを加工する2次産業、販売する3次産業。この「1」「2」「3」を足しても乗じても「6」になるため、製造・流通までバリューチェーンをつなぐという農林水産業のあり方を「6次産業」と呼びます。

農業、商業、工業のそれぞれ1文字をとって「農商工連携」と言ったりもします。

作ったものを流通に乗せ、消費者の手に渡る出口につなぐまでを考えていかないと、産業自体の将来はありません。

復興を進めるにあたり、今までの姿そのものに戻してもしょうがないのです。どうせ復興するなら前よりも良くなければなりません。6次化に踏み込む大きなチャンスです。

「塩害を受けた農地に太陽光発電装置を設置し、そこで生み出された電気を使って野菜工場を稼働させる。水気耕栽培技術で野菜を栽培し、カット工程などが担える加工工場も併設する。ワンストップで商品化して、外食、給食、小売店へ出荷する」という新しい農業の計画を、針生社長は自治体と連携しながら練っています。

これこそが6次産業化です。

「ガソリンや重油といった化石燃料でハウスを暖め、農機を動かし、何を作るかは農協任せ、いつできるかは天候任せ。作った後は農協に出荷して、どこの誰がかってくれたかすら知らない」

これが、今までの農業の常識です。

復興後の姿で目に浮かぶのは、どちらでしょうか。

日本人の生活スタイルが変化するとともに、国内における魚の摂取量は年々減少しています。

「消費低迷が魚価の下落を生み、漁師の生活を圧迫する。その結果、後を継ぐ人が減り、産業として衰退していく」

漁業は、このような悪循環に陥っています。

「高い鮮度を実現して産地の情報などをきちんと伝えることができれば、魚の消費はもっとふやせるのではないか」

「日本IBM」では、情報技術を駆使して、魚をより速く運び、産地や鮮度の情報を消費者に伝えるプロジェクトを進めています。その名も「スマーターフィッシュ・プロジェクト」。「賢い魚」です。

実験では、朝、釧路で水揚げされた旬のマダラを東京に空輸し、当日のうちに飲食店まで運び、夜には料理として提供するといったことを行っています。

マダラを入れた箱には、温度センサーがついた無線タグを取り付け、港や空港、最終的には消費する飲食店に入荷する時点までの箱内の温度が一目でわかります。

ITによって、当日水揚げされた魚であることが保証されるとともに、新鮮さも箱内の温度という形で「見える化」されるようになります。

魚がどのような状態で運ばれているという情報が付加価値につながるのではないかと考えられ、こうした情報が消費地に伝わることで、産地では安い食材が高級食材に生まれ変わる可能性があります。

農業にしても漁業にしても、産業内に大企業はほとんどなく、投資余力に乏しいのが現実です。クラウドが当たり前になり、無線タグが普及するなどして、ITの環境は大きく進んでいます。それほど大きな投資をしなくても、ITを上手に活用することで仕組みを構築することができます。

ジリ貧の業界で、「スマーターフィッシュ」のような革新を取り入れることは重要です。漁業を変える大きなチャンスなのです。

復興構想会議が出した提言のキーワードのひとつに「つなぐ」ということがあります。それぞれがバラバラであった生産者と消費者をつなぐには、既存の仕組みを変えて行かなくてはなりません。「つなぐ」役割を担う変革者が必要なのです。

それは、地域内の若手のリーダーであつたり、被災地と首都圏の関係者をつなぐ人材だったりします。まさに、今私が行っている農商工連携や地域資源活用の仕事もこの役割に該当します。

新しいつながりによって起こる化学反応で、復興を支援していきます。