

## 『道産子食クラスター』

北電興業株式会社 取締役社長 吉田 守利(よしだ・もりとし)  
(北海道生産性本部常任理事)



略歴：1950年生れ。中央大学法学部 卒。74年北海道電力㈱入社、01年 同 北見支店長、03年 同 広報部長、05年 同 理事・東京支社長、07年 同 常務取締役 就任、08年 北海道経済連合会 専務理事 就任、2012年(平成24年) 北電興業㈱ 取締役社長 就任 現在に至る

近年、国内や道内で産業政策が語られる時、キーワードに「食クラスター」が登場するようになった。この概念の親元に位置する「産業クラスター」という言葉は、世界の産業政策学上では既に世界標準であったが、「食」という個別産業分野でのネーミング化は、2000年頃に命名された、オランダの「フードバレー」に匹敵する、堂々たる「道産品」ではなかろうか。今や、「一村一品」、「地産地消」、「農工商連携」そして「6次産業化」等々の名だたる全国区キーワードの仲間入りを果たし、支持を得ていると思う。

最近、徳島県の「葉っぱビジネス」のニュースに久々に接した。どこにでもある葉っぱを季節感を持つ価値のある地域資源として、かつ、平均年齢70歳のお年寄りも労働力として活用する発想に加え、IT による市場管理まで実施しているという。

私が経済団体に勤務していた3年前、道内の産業振興策として検討していた食クラスター分野で、北海道の食産品をアジアに輸出するための市場・流通・商流調査を目的に台湾に出張した折、現地で長年に亘り住みつき、日本食材の輸入・販売や日本料理店を手広く事業展開している日本人経営者とお話できる機会を得た。

台湾もシンガポールもそうだが、こうした現地日本人事業者や商社などの現地駐在員などに共通するのは、「南国では四季を感じる事が少なく、それだけに、和食に典型的な季節感のある食材が貴重」なのだそうだ。「高くても、いくらでもほしい」との談であった。

以前に耳にしていた葉っぱビジネスを思い出し、「典型的食材は北海道にあるぞ。春から秋の山菜やキノコだ。」帰国後、早速、道内の実態調査に着手したが、なんと山菜部門はすでにビジネス化され、どのような収穫・集荷システムをとっているのかは判らなかつたが、ネット販売システムも整備されていた。山菜の種類にもよるが、天然物で平均市販価格はキロ4000円レベル。ほとんどが国内販売を前提にしたもので、天然物は当然ながら量的制約から、予約販売が多く、旬を過ぎると売れ切れ表示となってしまう。国内でもそんなに人気があるものを「輸出できれば」付加価値はさらに高まるのではと……。フキ、タケノコやワラビは塩漬けや瓶詰が可能であるが、タラの芽、ウド、ハマボウフウ、フキノトウや行者ニンニクは冷凍が可能なのか、私には処理技法も知識も不案内。その上、輸出に伴う安全証明や検疫手続きそして輸送コストなどを考慮すると、事業ベースになるかどうか、素人には判断が付きかねて、検討チームにフォローをお願いした次第。いまだ吉報はないが、聞くところによれば、エゾシカ・プロジェクトの方が優先ということらしい。納得である。鹿による畑や山の食害は緊急課題なのだ。

地場資源そのものは商売になるが、農水産業の生産高日本一の北海道であっても付加価値率は全国で低位にある。この分野で、今、熱い動きが始まっている。「北海道フードコンプレックス国際戦略総合特区(略称フード特区)」として国の指定を受け、規制緩和や税制優遇、財政支援を活用する「成長産業戦略の特区」手法である。

「ほっちゃれ」鮭から作る「鮭節(鯉節のよう)」という調味材や、牛乳から作る非発酵ヨーグルト味食材の「ピュアブラン」など、既に開発され評価が高い食クラスター商品があるが、このフード特区を活用することによって、地場資源を生かした新たな商品開発は勿論、健康維持・増進に資する機能性食品の開発や究極には医薬品開発を目指すプロジェクトになりえるのではないか。本年度からは、厚い規制の壁をやっと打ち破った北海道独自の「食品機能性表示制度」もスタートできることになり、喜ばしい限りである。「道産子フードクラスター」が「kaizen(かいぜん)」に次ぐ英単語になることを確信している。