(C)河北新報社

拝見 宮城の底力 4

第2部 対談「地域産業を考える」上

東日本大震災から2年9ヵ月が経過し本格的な復興は今後が正念場となる。とりわけ宮城県民が復興を実感できるためには、地域の産業経済の歯車が滑らかに回り始めることが求められる。創造的復興を目指す宮城県にとって、従来の枠にとらわれない発想、時代を先取りする戦略などが、経済の活力を生む鍵になる。宮城の「食産業」を担う若手企業家二人が、村井嘉浩宮城県知事と対談。地域産業の復興に果たす役割、食産業をリードしていく方向性や気概などについて意見を交わした。

出席者
宮城県知事 村井　嘉浩氏
高政取締役社長室長 高橋　正樹氏
農業生産法人ＧＲＡ代表 岩佐　大輝氏

地域産業を活性化して復興に貢献する意欲などについて話す（左から）高橋正樹氏、村井嘉浩知事、岩佐大輝氏＝宮城県庁

命つなぐ食 守り抜く

時代に応じ変化を 村井氏

むらい・よしひろ 大阪府出身。防衛大学校（理工学専攻）卒。陸上自衛隊東北方面航空隊を経て松下政経塾入り。95年から宮城県議3期。05年知事選で初当選し、3期目。53歳。

「地産」の再評価

村井 食産業は生命の産業だと言ってきた。500年後、1000年後、他の産業は形を全く変えてしまうだろうが、食べ物は大きく変わらない。命をつなぐ食産業は残していかねばならない。

一方で「変化に対応できるものが生き残る」という言葉がある。環境の変化などに対応して、食産業も変わらないと生き残れない。津波で沿岸部の農地は大きな被害を受け、水産業も壊滅的打撃を受けた。しかし、これは生まれ変わるチャンスと受け止めたい。沿岸部の水産業、農業を復興によって新しいモデルとして変えていきたい。

高橋 私で高政の4代目。震災で亡くなった2代目の祖父は「会社は地元に生かされているから恩返しを」が口癖だった。3代目である社長の父も「企業は地域に支えられている」と常に言っていた。女川には48の水産関連会社があったが、津波で44社が壊滅した。当社は会社が残った上、被災した人たちに製品の食べ物を配ることができ不幸中の幸いだった。感謝されたが「こちらこそ、ありがとう」と言いたかった。

郷土愛が強い女川では、漁業や水産物に対する愛着が強い。地元を愛する女川の住民にとって、かまぼこは、まさにソウルフード。配った揚げかまぼこは郷土愛に根差した商品なのだと感じた。漁業の復興こそが女川の復興につながる。どれだけ地元を愛せるか、どれだけ地元の商品を外に向けて売ることができるか。シンプルに考えて頑張る。

岩佐 震災後、故郷の山元町に戻ってきて「大変なことになった」とショックだった。出荷額13億円のイチゴ産業が壊滅状態。町の一般会計予算が45億円程度であり、町の経済はどうなるのだろうと大きな危機感を持った。祖父がイチゴ農家だった縁もあり、何とか基幹産業のイチゴを再生しようと2011年に3人で農業をスタートした。

いま問題になっているのが、作り手と消費者との間が遠いということ。生産者から流通を経て小売りまでが長く、消費者の声を聞けない生産者は一般的なものしか作れない。販売までを視野に入れ消費者の声を取り入れたマーケティング活動、商品開発をしようと起業した。もう一つ、宮城をはじめ日本の食べ物は国際的競争力が強いということを伝えたい。私たちの作った宮城のイチゴが東京で1粒1000円で売れているが、サウジアラビアでは5000円で売れるかもしれない。グローバルな価値観を認識すれば、農業はもっと変わる。10年先以降を見通すと、グローバルで勝てる農業にしないと先細りになる。仙台空港を活用して「空飛ぶイチゴ」という展開も考えられる。

村井 二人とも若さが前面に出ており、やる気を感じる。ソウルフードという言葉に感動した。グローバルな考え方も素晴らしい。人口減で日本の市場は小さくなっているが、世界は70億人を超え、20～30年後に90億人と予想されるなど増えている。アジア、アフリカと市場はいくらでもある。作り手が市場開拓して販売もするという熱意で世界に届けてほしい。世界の胃袋を満たし、飢餓を救う産業になる可能性もある。

郷土愛生かし復興 高橋氏

たかはし・まさき 宮城県女川町生まれ。神奈川大経済学部卒。東京の食品製造会社勤務を経て01年10月、高政に入社。現在は同社取締役社長室長兼企画部長。38歳。

6次産業化

岩佐 生産者が加工、販売まで手掛ける6次産業化はいろいろな切り口がある。まずは、おいしい物を作ること。イチゴ栽培は通常5年、10年の修行が必要だが、私たちは長年の生産技術をＩＴ化によって蓄積して実現できた。

次に重要なのは、おいしい物を価格に転嫁できるかだが、これが難しい。おいしいイメージを消費者に持ってもらう販売戦略が必要になる。ネットで販売する手もあるが、まだマーケットのサイズが小さく、範囲が限られている。集まってきた食べ物を流通に乗せる中央卸売市場は昔からあるインフラ。ノウハウ、物流機能もあり、既存インフラを有効活用、融合させる方法も考えてみてはどうだろう。

加工の問題では、イチゴをジャムにした場合、競争相手が大手の食品会社になること。競争しないで、連携する方法を考えてもいい。全て農家が囲い込もうとすると無理が出る。

世界の市場視野に 岩佐氏

いわさ・ひろき 宮城県山元町生まれ。東京の大学に在学中の02年、ＩＴサービス会社設立。12年、東北再創造を旗印にＧＲＡ設立。先端技術でイチゴとトマト生産。経営学修士ＭＢＡ（グロービス）。36歳。

高橋 女川で6次産業化を考えた場合、まちづくりそのものになるのかもしれない。震災前から女川の漁業のほとんどは鮮魚出荷か1次加工までで、最終商品がない。復興に向け重要なのは、収益がどれだけあるかだ。6次産業化は急がなければならない。

震災後、地元漁業者が初めてギンザケを水揚げした時のことだ。福島第1原発事故の風評被害に加え、チリ産の養殖ギンザケの在庫がだぶついていたこともあり、値が付かない。二重の借金を背負い、まちに残った漁業者の心も折れかかった。

海に近すぎるが故、海の相場イコールまちの相場になってしまう。私は製品をつくりましょうとずっと言ってきた。例えば、うちの笹かまぼこは1枚150円。魚の相場がどうあろうと最終的には150円で売れる。製品化しないと、利益が確定しないし、先が見えない。最終商品まで女川の中でつくって、売って、収益力を高めたい。

村井 6次産業化はリスクの分散にもなる。1次産品の相場が下がっても製品の価格は維持できる。宮城は水産物が豊かで、生が一番おいしいため、加工して販売するという意識が全体として低い。パッケージの工夫などで、よりおいしく見せ、販路を拡大するか。いろいろな力を借りて広げていく。宮城の1次産業が生き残る方法だ。女川町全体を潤すためには観光とのリンクも重要だ。

高橋 物を発送するのではなく、来てもらう。アナログだけれど、郷土愛にあふれた女川に来てもらおう。おいしい魚もあるし、漁業体験などもできるよう検討している。女川の魅力をより高めることは、まちを離れている人が戻る土壌づくりにもなる。私たちの最終目標の一つは女川の人口を増加に転じさせること。経済と一緒に、メンタルの「復幸（ふっこう）」も成し遂げたい。

村井 1次産業のこれからについて考えると、漁業では漁師の数が減り続け、高齢化も進む中で水揚げする仕組みを残していくことが大切。震災後に水産業復興特区を提案した。反発もあったが、石巻市桃浦地区に特区制度を導入できた。新しいものを取り入れながら既存の仕組みを残していくことが重要だ。農業は被災した沿岸部の農地を元に戻すのではなく、集約して大規模化する。民間の資本力、技術力も入れて、農家が力を合わせて農業を再開させる仕組みをつくっていく。

ブランド化戦略

高橋 ブランド化戦略では、キリンビール、日本財団と連携した女川ブランディングプロジェクトが昨年11月に始動した。ブランド名は「ＡＧＡＩＮ」。再びわれわれのまちを取り戻す。英語のアゲインと、方言の「食べてね」の「あがいん」から付けた。有識者や地元のご意見衆が認定した商品で構成していくことになる。自社ではチーズ笹かまぼこの新商品に「蔵王」と名付けた。蔵王町の蔵王チーズを使っている。海も山も元気になる。宮城全体の幸せを味で表現した。

「女川さいがいエフエム」の番組でも発信している。話すのは若手の水産関係者。今月半ばまでに全国20局ネットになる。ネットでも聴け、発信範囲は広い。

岩佐 農業を規模の効く産業にするための武器の一つがブランド。山元町がイチゴの産地ということは、宮城の人は知っていても東京では1%にも満たない。人が認知して買うところまでいかないとブランドとは言わない。宮城は、まだ足りない。圧倒的なものにしたい。ジャパンブランドの再評価が進み、和食がユネスコの無形文化遺産に登録された。農水産物の役割は大きい。

村井 震災前に「みやぎの食ブランド化推進方針」を策定した。宮城のイメージをどうつくるかが課題。既存、新商品含め、さまざまな工夫を進めたい。そして、継続的な情報発信だ。産学官が力を合わせて進める。そのマグネットの役割を果たしたい。若い人たちが地域で頑張っている。きょうの話を聞いてワクワクした。成功事例を多くつくり広げていきたい。

高政 女川町のかまぼこ製造会社。震災で工場設備が損傷したが、操業再開後、避難所などで製品を無料で配った。

ＧＲＡ 山元町でイチゴなどを栽培。付加価値を磨き上げたブランド「ミガキイチゴ」でグッドデザイン賞を受賞。

シリーズ「拝見　宮城産業の底力」は本年度内に6回の掲載を予定し、3月まで原則として各月第1日曜日の河北新報に掲載します。今回から始まった第2部「対談」編は3回続きで、宮城の各産業の成長戦略を展望します。企画は河北新報社企画事業部、協力は宮城県。

HINOKIYA

新年あけましておめでとうございます。 25th ANNIVERSARY

e-マネ（ソーラーシステム+HEMS）

固定階段式 小屋裏収納
※固定階段が認められない自治体もございます。

木造住宅でも2階の広さそのままに開放的な屋上を庭として有効活用。

狭小地の多い都市部では明るく広い庭を確保することは難しく間取りの制約も悩みのひとつ。屋上庭園「青空リビング」は都会で暮らす便利さと住まいの快適性を両立させ、日当たり・通風・眺望に優れ、安全性・プライバシーの確保も容易な屋上を第二のリビングとして活用することができます。
企画型住宅「スマート・ワン オールインワン」は「青空リビング」に加え、今や新築住宅の必需品となった「ソーラーシステム」と電力を見える化する「HEMS」、更に屋根裏スペースを有効活用する「固定階段付 小屋裏収納」を備え、家族の笑顔あふれる生活を実現します。

業務拡大につき正社員募集。
■募集職種
●営業職（ハウジングアドバイザー）
●営業事務職（展示場事務）
●工事監督職（2級建築士以上）
■給与／弊社規定による
■休日／週休2日制
■応募方法／下記のメールまたはお電話まで応募ください。面接日・場所・時間などを通知いたします。面接時には履歴書（写真貼付）・職務経歴書（書式自由）をご持参ください。
Mail i-sato@hinokiya.jp
TEL 022-781-5705（平日9時～17時）
●担当／総務部 佐藤

現実的な広さを体感できる リアルサイズ展示場 REAL SIZE
坪数（間口や奥行きも）やキッチン、リビング、子供部屋などそれぞれの部屋の大きさ・生活動線・アイテムなど現実的な大きさ【リアルサイズ】にこだわり、家づくりに役立つアイデアをたくさん盛り込んだ提案型の展示場です。
ぜひ、お近くの展示場でご体感ください。

仙台中山展示場 ミヤギテレビ エコライフ住宅ガーデン イオン仙台中山内 仙台市泉区南中山1-35-47 TEL 022-779-6414
仙台長町展示場 TBCハウジング ザ・モール仙台長町サイド 緑と風のガーデン内 仙台市太白区長町7-27-13 TEL 022-393-5430
利府展示場 河北TBC 利府ハウジングギャラリー内 宮城郡利府町利府字八幡崎前45 TEL 022-352-1810
石巻展示場 ミヤギテレビ 石巻ハウジングストリート内 石巻市蛇田字新大埣350-1 TEL 0225-98-7351
石巻西展示場 KHBマイホームセレクション 石巻蛇田総合住宅展示場内 宮城県石巻市蛇田字沖60-1 TEL 0225-25-6335
岩沼展示場 復興応援岩沼ハウジング アベニューのぞみ内 岩沼市押分字南谷地地内26街区8画地 TEL 0223-29-4826
仙台駅東口展示場 TBCハウジングステーション内 仙台市宮城野区榴岡3-1-25 TEL 022-353-6341
仙台泉紫山展示場 仙台放送・河北新報社 泉ハウジングパーク紫山内 今春 OPEN 予定

桧家グループ
株式会社 桧家住宅東北
〈本社〉〒984-0013 宮城県仙台市若林区六丁の目南町2-28
TEL 022-781-5705 FAX 022-781-5706
●建築業許可 宮城県知事許可(般-24)第19308号
●一級建築士事務所登録 宮城県知事登録第12610068号
www.hinokiya.jp ひのきや 検索