

富山経済同友会

第4次六次産業化委員会

～2018年度・2019年度～

活動報告

2020年3月

富山経済同友会
六次産業化委員会

目 次

はじめに.....	2
委員会活動一覧（2018 年度、 2019 年度）	4
1 富山県の農林水産業の現状の理解	5
1.1 富山県の持続可能な農林水産業の実現のための 6 次産業化支援.....	5
1.2 若手農業従事者からみた富山県における農業の現状.....	9
2 多様な取り組みの視察・学習	10
2.1 沖縄国際物流拠点視察および沖縄経済同友会との意見交換.....	10
2.1.1 株式会社 ANA Cargo 視察	10
2.1.2 沖縄経済同友会との意見交換会	12
2.2 成功事例にみる戦略的なブランディング	13
2.2.1 思考の方向性	13
2.2.2 戦略的な目標設定	13
2.2.3 ブランド化とマネジメント	13
2.2.4 農村集落再生への取り組み	14
2.3 生産性を高めるデータサイエンスによるマーケティング	16
2.3.1 データで本当に儲ける方法	16
2.3.2 先進的事例（阿蘇クッキー編）	17
2.3.3 実証（協力会社：株式会社 源 ）	17
2.4 県内で芽生える先進的な取り組み	19
2.4.1 ヘルスケア産業の捉え方	20
2.4.2 Healthian-wood®への展開	21
2.4.3 地域再生に広がる取り組み	23
<追 記 課外活動>.....	25

※ 本活動報告における講師や参加者等の役職名は、当時のものである。

※ 本活動報告における「六次産業化」「6 次産業化」の表記については、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」は通称のとおり「六次産業化法」と記載し、その他については通例にしたがい「6 次産業化」とした。

はじめに

六次産業化委員会では、持続可能な農林水産業の実現のために、国、自治体、民間企業など多様なプレーヤーを結び付け、課題の解決に取り組む手法と可能性について、富山県が抱える現状、国内における先進的な取り組みや事例を学びました。

活動内容としては農林水産業の現状を理解し持続可能な産業として多様なプレーヤーとの交流を通し、山積する課題解決に取り組むべく、学びを重点とした活動を実施しました。

行政の立場からは富山県の農林水産部よりレクチャーを頂き、富山県の農林水産業の現状の理解を深めました。全国的に農林水産業の人手不足や低い労働生産性などの課題があり、就業への魅力は低下の一途をたどっており、これは富山県も例外ではないです。この状況を改善するために生産性や付加価値の高い農林水産業の振興を図っており、その手段として六次産業化が有効である事を学びました。

また富山県として県産食材の販路の開拓や拡大を積極的に支援しており、農林漁業の新事業の創出支援のためのマーケティング手法の活用や民間企業との連携の有効性も確認できました。

また実際に富山の若手農業従事者の立場から富山県における農業の現状について講演頂きました。先の行政の立場ではない現場の臨場感が伝わってくる内容で、今後従来型の農業手法にとらわれず効率的かつ先進的な農業経営により若手後継者が魅力を感じることでできる近代的な農業の実現の必要性を感じている事を確認できました。

そして農水産物を六次産業として事業化する際の課題にもなる、出口を含めた物流についての知見を探る上で沖縄にある国際物流ハブを視察しました。勿論沖縄は「アジアの中心に位置する地理的優位性」を有しており、加えて沖縄国際空港を物流ハブとして活用する際には事業補助金も充実している事など、アジア市場参入の為の有効な窓口である事を実感しました。また沖縄経済同友会の皆さんとの交流会では同地の農山漁村の未来を六次産業化によって元気にする事例や観光をベースとした一次産業の発展に向けた取組についての知見を得ることができました。

また講演会においては総務省地域力創造アドバイザーで元羽咋市職員の高野誠鮮氏を講師に招き、「スーパー公務員の失敗履歴」と題し、疲弊していた農村集落再生の取組みとして、戦略的なブランディングにより販売量は元より販売単価においても大きく付加価値を上げる事に成功した事例が印象的でした。消費者の心理分析を行い、そしてブランドを認める消費者に向けストーリー性と商品マネジメントを設計するといった知見はブランディングを進める多くの地域にとって有効であると感じました。

そしてデータビークル社の油野 CEO と西内 CPO の講演では、データサイエンスを活用した生産性向上や、問題を解決する手段など事例を交え講義を受けました。六次産業化においてもプロダクト開発にデータ活用が有効であり、その製造販売においてもデータにより新たな市場機会を創造し

た事例が印象的で、これは全ての産業に有効である事も実感できました。

先に講演頂いた JA 富山県青壮年組織協議会の高木会長も講演会に招待し、既存の農産物販売にもデータを活用すれば生産性の高い労働が可能であるというイメージを作ってもらいました。

最終委員会では県内の先進的視察先として立山町で事業展開し始めた Village-村・集落の「Healthian wood®」を訪問し、前田薬品工業の前田社長より当該事業のコンセプトや今後の展望などをご講演してもらいました。農林水産の資源を生かした、六次産業化の商品・サービス・施設へのわかりやすい事例や多様なプレイヤーとの共創が生まれ、地域の「村づくり」へと動き出し、共有価値創造のブランディングの好事例を体感しました。六次産業化が、持続可能な農林水産業の実現だけでなく、地域再生に広がる好事例となることが期待されるとても興味深い内容でした。

このような段階的なアプローチを経て、グローバル時代かつテクノロジーの進化が著しい時代の中で、六次産業化の事業プロセス実現を含めた販路開拓、戦略的なブランド化、データの活用、そして 2 年間の委員会活動の集大成として、地場の農林水産品を使った六次産業化の商品・サービスなど多様なプレイヤーと共創し地域再生や持続的な農林水産業の発展の試みを、本報告書では活動内容と合わせて、それらより得た知見をご報告申し上げます。

末筆になりますが、ご協力頂きました関係者の皆様方、ご指導いただきました富山県の職員の皆様や講師の先生方々、そして六次産業化委員会の皆様に心より御礼申し上げますと共に深く感謝申し上げます。

委員会活動一覧（2018 年度、 2019 年度）

<2018年度>

日程	内容
4月26日	第1回正副委員長会議 ・ 今次委員会活動について
7月6日	第2回正副委員長会議 ・ 今次委員会活動について
7月26日	第1回委員会 ・ 今年度の活動計画について ・ 勉強会 講師：富山県農林水産部農林水産企画課班長 津田 靖 氏 富山県農林水産部農村振興課課長補佐 伴 義人 氏 演題：「富山県の農林水産業の現状と6次産業化の可能性について」
12月5日～6日	第2回委員会 ・ 県外先進地視察（那覇国際物流ハブ 他）
2月18日	第3回委員会 ・ 講演会 講師：総務省 地域力創造アドバイザー、立正大学客員教授、新潟経営大学特別客員教授、東京大学朝日講座講師 高野 誠鮮 氏 演題：「スーパー公務員の失敗履歴」
3月18日	第3回正副委員長会議 ・ 今年度委員会活動の総括および来年度活動計画の検討

<2019年度>

4月3日	第4回委員会 ・ 2018年度活動実績と2019年度活動計画の検討
4月24日	第4回正副委員長会議 ・ 2019年度活動計画の検討
7月12日	第5回委員会 ・ 2019年度活動計画について ・ 講演会 講師：J A 富山県青壮年組織協議会 会長 高木 謙太郎 氏 演題：「若手農業従事者からみた富山県における農業の現状」
8月6日	第6回委員会 ・ 講演会 講師：㈱データビークル 代表取締役C P O 西内 啓 氏 演題：「データで本当に儲ける方法」 講師：㈱データビークル 代表取締役C E O 油野 達也 氏 演題：「データで6次化やってみた～阿蘇クッキー編～」
12月24日	第5回正副委員長会議 ・ 六次産業化委員会 報告書について
3月26日	第7回委員会 ・ Healthian-wood視察

1 富山県の農林水産業の現状の理解

1.1 富山県の持続可能な農林水産業の実現のための6次産業化支援

【第1回委員会：勉強会 富山県農林水産部「富山県の農林水産業の現状と6次産業化の可能性」】

日 程：2018年7月26日(木)

講義内容：(1)「富山県の農林水産業の現状」のレクチャー (企画班長 津田靖 氏)

(2)「農林漁業の新事業の創出」～とやまの6次産業化～(課長補佐 伴義人 氏)

(1)「富山県の農林水産業の現状」農林水産企画課 企画班長 津田靖 氏

①農業分野

<現状>

富山県農業の特徴は豊かな水と整備された水田を背景とした「良質米の生産県」である事が以下のデータから理解できた。

- ・兼業農家の割合が高い(84%：全国2位)
- ・農業産出額は666億円(全国の0.7%) うち米の占める割合は67%(448億円)
- ・耕作面積に占める水田率が高い(96%：全国1位)
- ・圃場整備率84%と全国トップクラス
- ・水稻種子(種もみ)の県間流通量が高い(61%：全国1位)

富山県の農業は1等米比率が3年連続90%以上を達成しており、高品質でおいしい米づくりに取り組んでいる。

<課題>

- ・稲作中心であることから野菜等の園芸品目の供給力は低く、野菜産出額は富山県64億円(2016年)で全国最下位である。今後園芸作物についてはバランスある生産構造へのシフトや生産性・収益性の向上などが課題となっている。
- ・農地集積(大区画化、汎用化)
- ・経営改善、意欲的な経営展開(担い手を中心とした地域農業の展開)
- ・新規就農者の育成、確保
- ・付加価値の高い商品、サービスの開発(生産性向上、ブランディング、6次産業化等)
- ・県産食材の販路の開拓、拡大(商談会や海外見本市等出店、海外向け販路開拓)

②森林・林業分野

<現状>

富山県は多様な森づくりや森林整備を推進し豊かな森林資源に恵まれ、現在課題として担い手の育成を進め、県産材を使用する建築物への支援などに取組んでいる事を理解した。

- ・急峻な地形を背景に「植生自然度が本州一」
- ・森林面積は、県土総面積の67%

- ・保安林の指定率が高い（69%：全国1位）
- ・民有林の人工林率が低い（28%：全国平均46%）
- ・木材の生産量が少ない（94千m³、全国シェア0.4%）
- ・かつては、日本一の北洋材原木輸入量を誇っていた（現在は激減している）

<課題>

- ・間伐による森林整備、木材の持続可能な生産、優良無花粉スギ「立山森の輝き」の植栽
- ・担い手の育成、定着（林業カレッジによる人材育成）
- ・県産材の安定供給体制の構築と木材需要の拡大（人工林の集約化、県産材の建築利用、木質バイオマス発電）

③水産業分野

<現状>

富山県は「天然の生け簀」と言われる富山湾で定置網漁業を中心とした沿岸漁業が盛んで、多くの種類の魚介類を水揚げしているが、最近の消費者の魚離れやニーズの多様化が水産業者の経営を逼迫している。

- ・定置網漁業を中心の沿岸漁業
- ・多くの種類の高鮮度な魚介類を水揚げ（種類の多さは全国有数）
- ・海面漁業のうち定置網漁業の率が高い（全国3位）
- ・漁業産出額は全国18位（海面養殖業は全国35位）
- ・「富山のさかな」のブランド化と高付加価値化（「ひみ寒ブリ」、「ホタルイカ・シロエビ」、県産の紅ズワイガニを「高志の紅ガニ」などにブランド化）

<課題>

- ・漁業生産額の減少や生産コストの増大による漁業経営の厳しさ
- ・商社の「魚離れ」やニーズの多様化の進行により、消費拡大が課題
- ・若年層の漁業就業者の増加はあるも、全体として就業者の減少傾向と高齢化の進行
- ・持続可能な漁業の推進（種苗生産技術の開発、つくり育てる漁業の推進）
- ・担い手の育成、確保と経営基盤の強化
- ・「富山のさかな」のブランド化と販路拡大（水産物の輸出やインバウンド消費の拡大）



(2) 「農林漁業の新事業の創出」～とやまの6次産業化～ 農村振興課 伴義人 氏

富山県は農林漁業の新事業の創出として「とやまの6次産業化」を推進し支援している。

① 国の政策目標 ※H30 年度国概算決定資料より

- ・6次産業化の市場規模の拡大（H27 年度 5.5 兆円→H32 年度 10 兆円）
- ・6次産業化のうち、加工・直売分野における市場規模の拡大（H27 年度 2.1 兆円→H32 年度 3.2 兆円）
- ・第3次食育推進基本計画の目標達成
- ・バイオマス産業都市における新産業を 400 億円規模まで拡大（H37）

② 富山県の6次産業化に取り組む事業者への支援

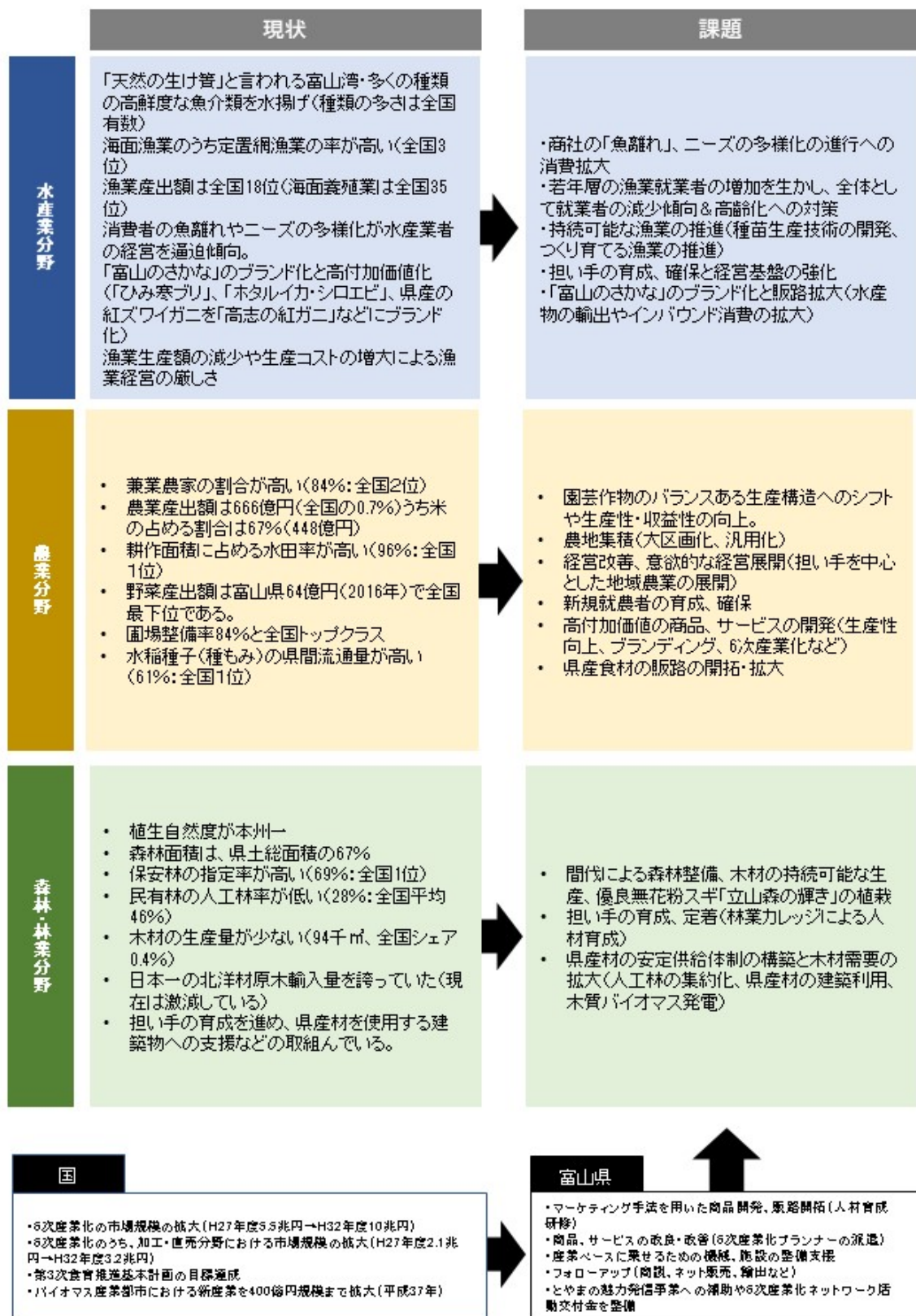
- ・マーケティング手法を用いた商品開発、販路開拓（人材育成研修）
- ・商品、サービスの改良・改善（6次産業化プランナーの派遣）
- ・産業ベースに乗せるための機械、施設の整備支援
- ・フォローアップ（商談、ネット販売、輸出など）
- ・とやまの魅力発信事業への補助や6次産業化ネットワーク活動交付金を整備

【所感】

行政の立場から富山県の農林水産業の現状と課題をレクチャーして頂いた。全国的に農林水産業従事者の高齢化や人手不足そして低い労働生産性に起因する就業率の低さなど課題が多く、これは富山県も例外ではない。この状況を改善するために行政としても生産性向上や付加価値の高い農林水産業を振興していくためのサービス開発として積極的にブランディングや6次産業化を推進している。

富山県として県産食材の販路の開拓や拡大を積極的な商談会の開催や海外見本市等に出店し行っている。海外向け販路開拓に対しては「とやまの魅力発信事業への補助」や、6次産業化に取り組む事業者への支援としては「6次産業化ネットワーク活動交付金」などの整備も行っている。農林漁業の新事業の創出を支援するためにマーケティング手法も活用しており、業界の垣根を超えた民間企業との連携の可能性を感じた。





1.2 若手農業従事者からみた富山県における農業の現状

【第5回委員会 講演会】

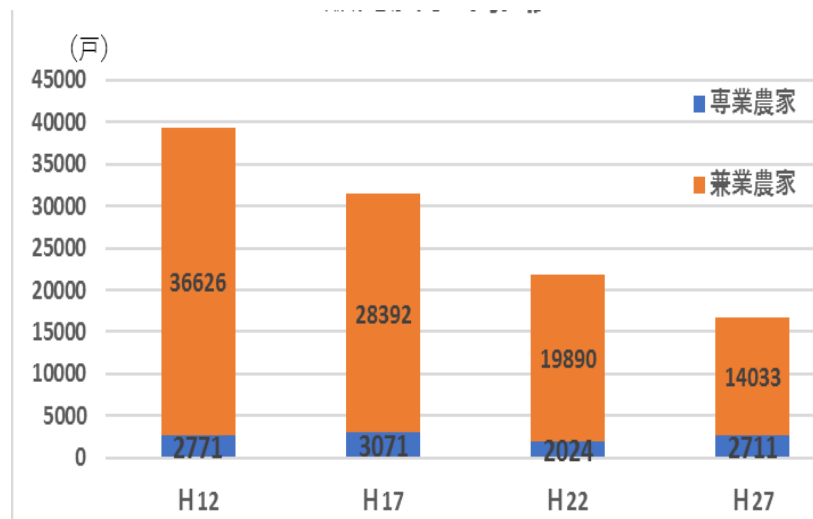
日 程：2019年7月12日(金)

講義内容：「若手農業従事者からみた富山県における農業の現状」

講 師：JA 富山県青壮年組織協議会 会長 高木 健太郎 氏

●富山県の販売農家の推移

販売農家：経営耕地面積が30a以上または過去1年間の農産物販売金額が50万円以上の農家



農林水産省「農林業センサス」より

富山県は集落営農数が全国的にみても多い一方で、富山県の販売農家は年々減少傾向にある。年齢階層別にみると、65歳以上が約65%を占め、40代以下は約10%となっており、高齢化が進み、年々減少傾向にある。(販売農家の平均年齢 H27は69.2歳でH22から0.7歳上昇)

稲作主体の富山県農業は、米の需要減少による米の販売価格の低下により、富山県の農業産出額の落ち込みは全国に比べ著しい。そこで、野菜類等の園芸作物の規模拡大を目指して、1億円産地づくりに取り組んでいる。県内15農協で各戦略品目が選定され販売金額1億円の増加を目指している。高品質のもので安定した供給はまだできていない状況にある。

世代交代し農業経営を先導することのできる若手農業者が必要になっていることは大きな課題で、効率的な農業経営により若手後継者が魅力を感じることで近代的な農業の実現を図ることが大切になっている。JAしみず（静岡県）では、農作業の機械化、担い手農家への農地集積、経営規模の拡大を図ることを目的として農地の平坦化や区画整理、農道整備等を進めてきている。

現在の日本では、農家がいなくなり、日本産の農作物が減り、食料のほとんどが輸入品に頼る負のスパイラル状態にある。適正価格での農産物の販売が、日本の食料を守ることになる。今後農業の高度化や大規模化そしてITによる省力化、販売戦略を含め民間企業との連携など近代農業を推進していく必要がある事を学んだ。

2 多様な取り組みの視察・学習

2.1 沖縄国際物流拠点視察および沖縄経済同友会との意見交換

【第2回委員会：県外先進地視察（沖縄国際物流ハブ活用推進事業）】

日 程：2018年12月5日(水)～6日(木)

参 加 者：8名+事務局2名

訪 問 先：沖縄県那覇市

訪問内容：（1）株式会社 ANA Cargo 那覇空港貨物ターミナルの見学と説明
 （2）沖縄経済同友会 六次産業化についての意見交換会

2.1.1 株式会社 ANA Cargo 視察

ANAは、2009年に那覇空港をベースに日本とアジアを結ぶ巨大ハブを構築した。沖縄貨物ハブは24時間稼働しており、発着および荷の積み替えを深夜に行っている。那覇空港エリアでの通関、保管、流通加工が可能でありアジア主要都市との輸送が4時間圏内という地理的優位性を持っている。

海外へは香港、台北、上海、ソウル、バンコク、シンガポール、クアラルンプールなど7都市を65路線のネットワークで結んでいる。

少子化で内需需要が縮小する中、東アジアの20億人（ASEAN諸国6億人）へ沖縄ハブを通して巨大マーケットへ輸出することは、販路拡大に繋がり地方創生に活力を与える。

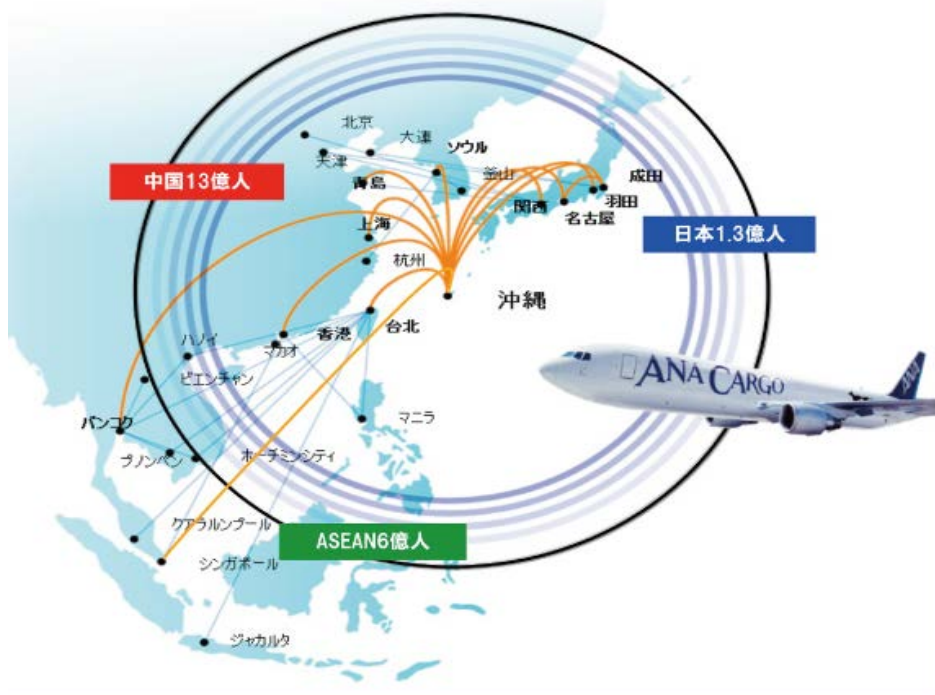


【所感】

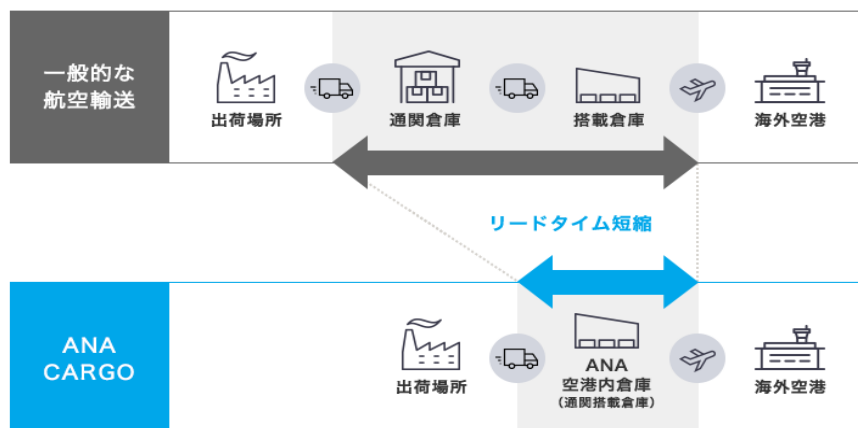
日本国内(地方)において取れた食材、特に鮮度が重要な魚介、生鮮食品等も最短で朝取れた物が24時間後には、アジアの市場やレストランに提供される。

ただ航空輸送は速い反面コストが高く付くため、高級食材等の高付加価値商品としてどう輸出するかが鍵となる。

～ 20億人の巨大市場が4、5時間圏内に ～



出荷場所からANA空港内倉庫に直接搬入することで、リードタイムを短縮。
荷揚げ・荷下ろしを最小限にすることで、貨物へのダメージリスクを最小化。



2.1.2 沖縄経済同友会との意見交換会

【出席者】

富山経済同友会 浅野委員長他 7 名+事務局 2 名

沖縄経済同友会 外間常任幹事、照屋常任幹事他 2 名+事務局 2 名

(1) 沖縄県の六次産業化についての取組み

- ・ブランド化した農産物の直接販売
- ・販路限定による独自のブランド化の確立
- ・加工品開発による離島農業の活性化等について

(2) 沖縄国際物流ハブ活用推進事業（海外展開支援事業）

- ・沖縄県産品等の海外販路拡大に向けた物産展や商談会に掛かる補助
- ・アジア地域から商談目的として沖縄への招聘事業の補助
- ・沖縄国際物流拠点形成のための海外で行うイベントやPR活動の補助等

【所感】

沖縄国際物流ハブの活用推進事業の補助が様々なシーンで設定されており、沖縄製品のブランド化推進や観光促進に繋げる事業および県内企業への後押しを積極的に実施している事が理解でき、非常に有益な意見交換会となった。



2.2 成功事例にみる戦略的なブランディング

【第3回委員会 講演会】

講師：高野誠鮮 氏（総務省 地域力創造アドバイザー、立正大学客員教授、
新潟経営大学特別客員教授、東京大学朝日講座講師）

日程：2019年2月18日(月)

講演内容：「スーパー公務員の失敗履歴」

2.2.1 思考の方向性

役所が陥る思考の問題点になるのは、基本理念が全く無い中で、合議制によって責任所在がない状況に陥ることが多いこと。その中で、アントレプレナー精神のもと、基本理念を立てて、条件を外に出さずに、原因をリサーチし、ゴールに近づくための積極的で前向きな対処法を実施してみることが重要であることを紹介いただいた。

疲弊する原因と対策では、JA/役所の補助輪を外しても運転していける「自立型」を前提に、徹底的な調査・根本原因を探ることが重要とのことであった。

プロジェクト推進では、基本的考え方の整理として、「理念」「戦略」と「実践」があり、「理念」では、地域社会・組織の理想は「人」として捉え、右手と左手は争わず共存・共栄・協力し、「全体」（身体）が栄える。痛みは全身に伝わり、常に元に戻そうと働くという概念をもとに、人体政治・人体経済が新たな理想ではないかという示唆をいただいた。

2.2.2 戦略的な目標設定

「^{みこはらまい}神子原米」の国際ブランド化戦略は、農家所得の倍増という明確な目標を立てていた。そして、魚沼にできて神子原にできない理由はないと、想定競合製品を設定・分析している。分析では、少量生産・地名の利点・食味・全国美味しいお米3位・工場排水、生活排水が入らないという強みを生かし、知名度が全くなく、県内市場では一俵13,000円のコシヒカリという弱みを解決する戦術への取り組みを行うことを考える明確な目的を設定している。

2.2.3 ブランド化とマネジメント

前述の目的に対して、「神子原米」では、消費者ターゲットを、生産者の都合ではなく、消費者の心理分析を行い、ブランドを認める消費者（超高級志向ロイヤル・インペリアルユーザー）を設定した。それらに対するストーリー性と商品マネジメントを設計した点が印象的であった。

消費者の心理分析では、ロンギング効果（あこがれる人の持っている物、食べている物、使っている物への関心）より、

人的影響力（天皇陛下、ローマ教皇、大統領、首相など）に注目。ストーリー性では、消費者が買った商品を他者に語られるか？をテーマに、「エルメスデザイナーの先生で云々」



「ローマ法王に云々」を加えて、強みを生かしながら、弱みを補完するブランド化を実現していた。単なる広告プロモーションではなく、消費者・流通での話題を重ねる戦略PRを展開している。

また、商品マネジメントでは

- ① 美味しいものしか売らない
 - ② 美味しいと言える証左(人工衛星解析)
 - ③ 売らない(安売りしない)事
 - ④ 食の風景を読む(量・時間・質・雰囲気)ことを徹底
- その活動は、メディアを活用して巧みに戦略PRを行っている。

さらに、流通体制も見直し、

- ① 生産者(農家)がつける販売価格
- ② 消費者との直結(JA・経済連抜き・流通業者抜き)
- ③ デパート地下食品売り場(大和、名鉄、高島屋)として行っている。

このようにみると、「神子原米」では農家所得の倍増という明確な目標に対しての目的を明確にし、誰に(超高級志向ロイヤル・インペリアルユーザー)、どのように(ストーリー性と商品マネジメント)仕掛けるかが明確であることから、流通のタッチポイントまでも一貫通貫したブランディング活動を行い、大資本の広告プロモーションの活動を補う知恵と工夫に溢れている。



2.2.4 農村集落再生への取り組み

地域が連携しコンソーシアムを構築、「地域にあるものすべてを活かす。否定ではなく、活かす。」未利活用資源の発掘と活用(政策理念)として、最小限度の水準のシビルミニマムの達成目標として6つを展開している。



主な取組み

- 低所得→市場に左右されない流通確立
- 農産物の高付加価値化(ブランド化)
- 過疎→空家の利活用→都市住民の移住
- 活性→若者の滞在
- 交流→各種オーナー制度
- 自活→役所・JA に頼らない中山間集落

【所感】

結果として、例えば空き農家を逆手に「古民家」という価値にし、羽咋方式として農家と農地がセットに、月額2万円の廉価で提供。入居希望者の選択(囲炉裏・納屋等)を高め、全国農業会議所「農地情報システム」で採用。結果、現在12家族が入居している。

これらが、またストーリーとして地域ブランドマネジメントに昇華される好循環なっているという点から農村集落再生に加え地域活性化を持続的に行える取り組みであるという知見を得た。



2.3 生産性を高めるデータサイエンスによるマーケティング

【第6回委員会 講演会】

講師：(株)データビークル 代表取締役CPO 西内 啓 氏
(株)データビークル 代表取締役CEO 油野 達也 氏

日程：2019年8月6日(火)

講演内容：「データで本当に儲ける方法」

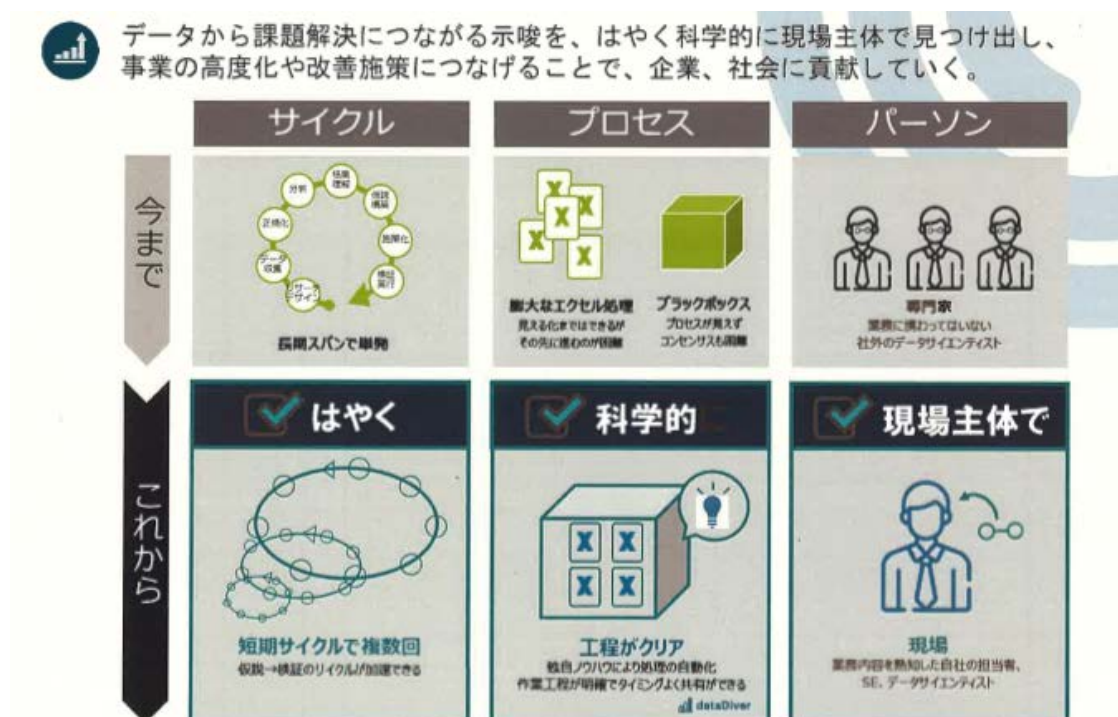
「データで6次化やってみた～阿蘇クッキー編～」

2.3.1 データで本当に儲ける方法

ビックデータの活用が叫ばれる中、データをエビデンスとして経営に活かしていく活動が重要となってくる。例えば、ビックデータのひとつといわれている「伝票データ」。

「伝票データ」には「売上を集計する」だけのデータしかなく、なぜ売れるのかというデータは見当たらない。また抜けや漏れ、名寄せ不備、全角半角不統一など分析に使えるデータとしては存在しないことが多い。

これからのデータ活用は、単純な集計用のデータを集めることなく、経営に効果のある示唆・洞察を得るために、データをいかに集め、分析し、エビデンスの構築、施策化できるかがポイントとなってくる。



2.3.2 先進的事例（阿蘇クッキー編）

データを基にしたエビデンス活用の推進に基づき、経験や勘だけでなく、客観的なデータにより新たな市場機会を創造した事例が紹介された。

くまもと DMC（目的地型観光振興会社）のマーケティングプロジェクト支援の中で、工場が震災の影響を受けた老舗菓子メーカ古今堂より、復興を機に全国で勝負できるクッキーを作ったプロジェクトとの事。

全国の POS データと、食品成分データを掛け合わせ、売れるクッキーと売れないクッキーの違いは何かを分析し、売れるクッキーに使われているフレーバーは「いちご・ごま・キャラメル」売れ筋製品の賞味期限は「270 日から 365 日」など、数多の仮説をベースに現場の方々と調査・検討を重ね商品開発を行った。

くまもとの名産である「いちご」を使ったクッキーを世に出す事ができ、その名も「ゆうべにクッキー」と名付け販売開始されたという事例の紹介があった。



2.3.3 実証（協力会社：株式会社 源）

株式会社 源の源社長協力のもと実施したデータ分析検証のご紹介

分析テーマ：店舗売上データから、売上に影響する要因を探る

方針：「商品ごとの売上に係る要因と影響の度合いをデータから知り対策をする」

利用データ：店舗売上データ（取引日時、商品 ID、売上、数量、担当者など）

分析結果①：製品視点/商品 A は他に比べ売上にプラス影響（126.7%）

検証プラン：商品 A の PR 強化 or 弱化的実施と結果比較

分析結果②：属性視点/特定の年齢層が他に比べ売上にプラス影響（101.9%）

検証プラン：年齢限定プロモーションの実施と結果比較

分析結果③：日時視点/特定の曜日が他に比べ売上にプラス影響（104.9%）

検証プラン：ツアー会社と連携し、曜日毎の滞在時間などを再調査

結論：今回使わせてもらった(株)源様のデータは通常営業の中で蓄積された店舗売上データであり、全ての産業・分野においてもデータ分析によるエビデンスの構築と施策化が可能であることを確認できた。

【所感】

食品や特定の業界に限らず、全産業において必要なコスト（金銭的、時間的、心理的な）を鑑みて、費用対効果も含め、地域経済で課題である人材の課題（来店人数の予測、長く活躍する人材の採用基準作り、エキスパートの人材配置など）解決など、データを活用し、より生産性の高い労働が可能であると認識できた。

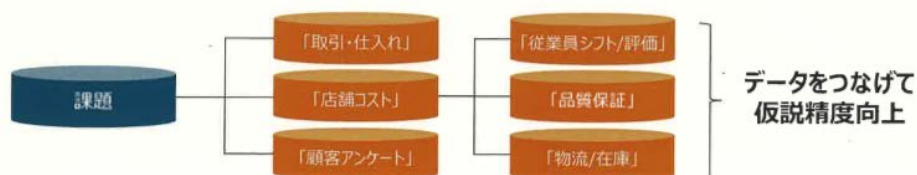
今後データを活用していくうえで必要なポイント

□エビデンスベース（データと統計学を活用）＆スピーディーな検証



□課題に関する多くの「種類のデータ」収集と整理

仮説や対策の精度を向上していくためには、課題に関係するであろうデータを「業務プロセス」「ヒト」「モノ」「パートナー」などの様々な軸で収集し分析・検証していくことが重要となります。



□現場力の向上（人材育成）

やはり、現場が生かせる仮説や結果が必要＆生かす組織づくりが求められます



2.4 県内で芽生える先進的な取り組み

【第7回委員会：県内先進地視察（Healthian-wood®の先進的な取り組み）】

日 程：2020年3月26日（木）

参 加 者：15名+事務局2名

訪 問 先：富山県立山町 Healthian-wood®

事業内容：（1）講演会「Healthian-wood という Village-村-づくり」

講師－前田薬品工業(株) 代表取締役 前田大介氏

（2）懇親会

（3）施設散策

<富山県立山町 Healthian-wood®の先進的な取り組み>

医薬品製造会社の前田薬品工業株式会社（以下、同社）が母体となり、立山町で動き出した先進的なプロジェクト「Healthian-wood®」（以下、本プロジェクト）を視察した。

本プロジェクトは、2020年3月にレストラン施設が開業。今後は、アロマオイル工房、スパ施設、宿泊施設と2022年に向けて順次開業する。本プロジェクトの創業者である前田薬品工業株式会社の代表取締役社長 前田大介 氏（以下、前田社長）に、これまでの経緯とこれからの構想についてお伺いした。

Healthian-Wood



Health & Wellness & Beauty “Village” > Resort

（村・集落） （リゾート）

2.4.1 ヘルスケア産業の捉え方

前田薬品工業は、創業55年を迎え、医薬品市場における9%をもつ外用剤製造がコア事業。現在これまでの実績を活用し、「健康寿命延伸コンテンツ創造企業」として新たな戦略を打ち出している。

具体的には、人生100年時代を見据えた「医療・治療」に加え、「保健・予防」「健康増進」「美容」にも、皮膚の悩みに応えるだけでなく、予防医療の市場開拓と創造を推進している。

ターゲットにしているのは「未病」の市場。「未病」とは、病気でも健康でもない微妙な状態。治療が必要な『患者』ではないが、全く健康というわけでもない様々な状態の人がここに含まれる。

本プロジェクトは「未病」へのアプローチとしてブランディングされている。六次産業化のブランディング・マーケティングのうえで重要な明確な市場設定をしている。なお、農業法人 GENFARM、運営会社 GEN 風景を設立し、前田社長も参画して事業を推進している。



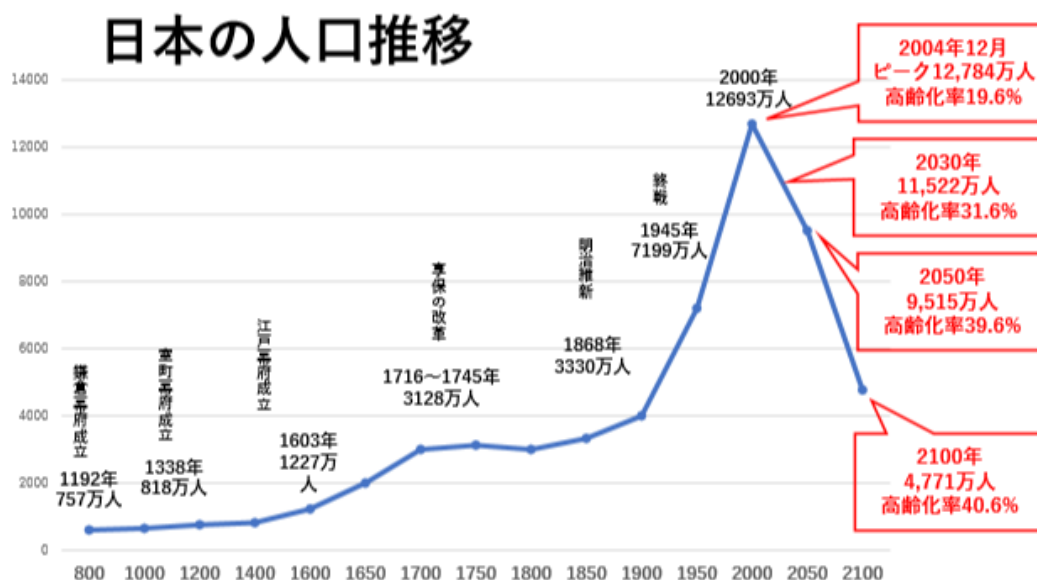
氏名：前田 大介
年齢：40歳（昭和54年生まれ）

家族：妻（40歳）、長女（10歳）、次女（7歳）

職業：前田薬品工業株式会社 3代目代表取締役社長

株式会社GEN風景 取締役

株式会社GENFARM立山 取締役



平均寿命 → 健康寿命

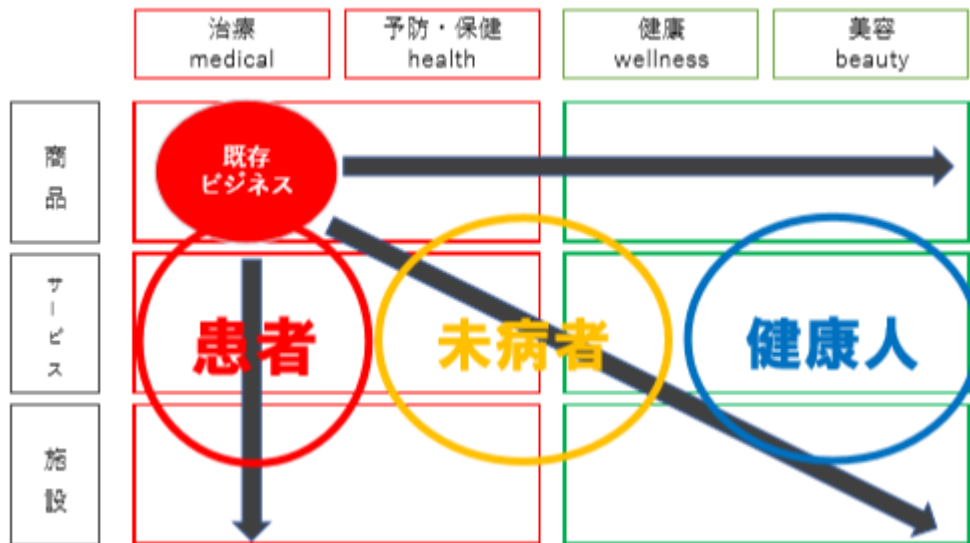
2018年 日本

男性平均：81.09歳
女性平均：87.26歳

2016年 日本

男性平均：72.14歳
女性平均：74.79歳

10年～13年の
ギャップ



次の50年、100年企業への事業構想

「治療のため」の「ものづくり」企業から、

「健康寿命延伸」の「コンテンツ創造」企業への転換

2.4.2 Healthian-wood®への展開

前田社長には、過去にアロマオイルに救われた衝撃的な体験があった。実体験を通じ、西洋医学で医療行為としても適用され、紀元前の古より人類の営みに寄り添ってきたアロマオイルの可能性を見出し、外用剤のノウハウを生かし、アロマブランド「Taroma®」の事業構想が生まれた。

「Taroma®」では、立山町にある農産物・地域資源を生かして、アロマオイルの工房建設を進めてきた。その中で、原料となるハーブ畑の建設、そして、様々な人との出会いや、社会的課題の気づきを通じて、アロマブランド「Taroma®」としての商品づくりだけでなく、サービス、施設まで広がり、本プロジェクトが生まれた。

地域の資源を生かした「Taroma®」から本プロジェクトへの事業展開は、農林水産の資源を生かした、六次産業化の商品・サービス・施設へのわかりやすい事例と言える。

日本**最多種・最大級**の**ハーブの桃源郷**



富山の自然・食・人・文化・工芸

「Taroma」誕生ストーリー（想起）

2014年5月

肉体的・精神的に追い詰められていた時に会ったアロマ

香り、匂い、アロマオイルに興味を抱き、
世の中に出回るアロマオイルとアロマ製品を調べ始める

日本国内産のアロマオイルは極めて少なく
ほとんどがヨーロッパ、オーストラリア、タイ、中国産だと知る

フランス、ベルギーでは精油が医薬品扱いされていることを知る

国内産、薬都富山県産、
製薬会社がプロデュースする
安心・安全なアロマオイルとアロマ製品を
自ら作ろう！！！！

富山県の農林業者様から素材を頂いております。



ハーベンダーの会
代表 藤井英子さん



(株) センティア
代表 伊藤 仁嗣さん



立山地域おこし協力隊
伊藤 章吾さん



昆虫王国たてやま
館長 大江さん

富山県農商工ファンド連携事業に採択されました



立山吉峰ハーベンダー
(ハーベンダーの会)



砺波チューリップ
(株)センティア



立山ヒノキ・スギ間伐材
(立山地域おこし協力隊伊藤さん)



立山ゆず
(昆虫王国たてやま)

前田薬品工業

Taroma



GEN風景

Taroma



2.4.3 地域再生に広がる取り組み

本プロジェクトは、地域資源を生かした商品・サービスだけでなく施設への展開と、独自の価値観と思想感を持ち合わせたことにより、多様なプレイヤーとの共創が生まれ、地域の「村づくり」へと動き出していることから、共有価値創造のブランディングの好事例である。

具体的には、2020年に、近隣の古民家が回収され民泊の施設として動き出す予定。また新たな投資のもと、いくつかの古民家の売却が決まっている。さらに、2022年にオープンする宿泊施設に対して、別荘としての購入依頼の打診もあり、関係人口・交流人口だけでなく、半定住・定住人口につながる予兆を見せ、独自のマーケティングに広がっていくことが予想される。元々は、立山町が移住エリアとして買い上げた地域で、長らく一人として移住者が生まれなかったなか、民間主導の行政支援による好事例として期待される。

前田社長いわく「廃校になった学校が、様々な世代が交流する学びの場として再生することがひとつの目標です。」と言う通り、六次産業化が、持続可能な農林水産業の実現だけでなく、地域再生に広がる好事例となることが期待される。

20年後のHealthian-wood

旅人が**住人**になる 場所

泊まる < 滞在する < **暮らす** 場所

子供、若者、次世代が集まる 場所

営みと文化が受け継がれる 場所

Health & Wellness & Beauty “**Village**” > Resort





<追記 課外活動>

【ランチョンセミナー（とやまの魅力発信事業：シンガポールの富裕層に富山の魅力を発信）】

日 程：2018年11月17日(土) 12:00～14:30

参 加 者：浅野委員長、井上副委員長、藤田事務局長、東南アジア旅行会社、現地富裕層 20 名

開催場所：シンガポール

「神田わだつみ」 add: 50 Tras Street Singapore 078989 (+65 62216264)

1. とやまの魅力発信事業（富山の農水産品を使った食を提供し訪日を進める事業）

富山県が支援する事業で富山の食材を空輸し作った料理で現地の富裕層をおもてなしするランチョンセミナーに参加した。この事業はシンガポールの方々に富山の食の魅力を感じてもらい、自然や風土など富山の観光の魅力を紹介することで、インバウンドにつなげていくというイベントであった。

場所は日本人が経営するシンガポールにある「神田わだつみ」という和食のお店で、同店の日本人料理長により、富山の食材を使い下記の料理をシンガポールの方々に提供した。

●提供メニュー

【お品書】

前菜 3 品

- ・白エビ刺身 昆布出汁 Toyama White Shrimp with Konbu Seaweed Jelly
- ・蒸し里芋 Steamed Japanese Taro
- ・ばい貝 うま煮 Simmered Small Water Snails

刺身 3 点

- ・ふくらぎ 昆布塩 Amaberjack
- ・かます Japanese Barracuda
- ・あおりいか Aori Squid
- ・のど黒 若狭焼き Grilled Black Throat Seaperch Wakasa Style
- ・氷見牛ステーキ Grilled "Himi" Wagyu Beef Steak
- ・カニ炊き込みご飯 Snow Crab Clay Pot Rice
- ・富山白ネギ味噌汁 Toyama Leek Miso Soup
- ・焼リンゴ Baked Apple

酒（シンガポール内で流通している富山県地酒を選定）

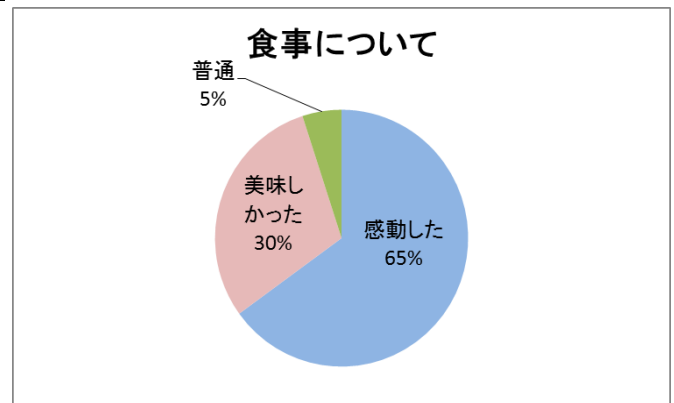
- ・三笑楽 （純米）
- ・羽根屋 （純米吟醸）

① 富山の食材を使った食事についての感想

食通の参加者 20 名の内、13 名が感動したとの高い評価を得た。

美味しくなかったと言う参加者は一人もいなかった。

料理長の富山の食材を生かした最高のパフォーマンスを提供できたと思う。

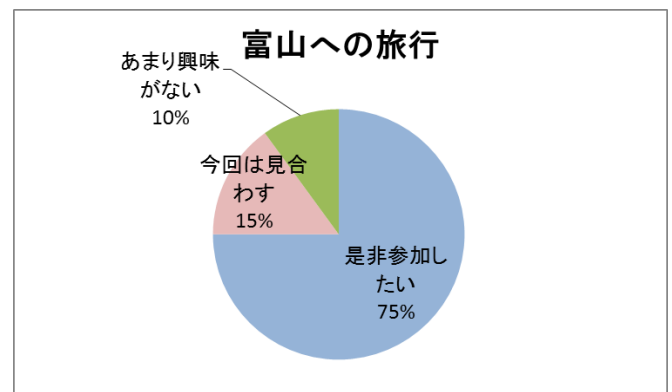


② 富山への旅行についての感想

旅行においては 15 名が是非行きたいと答えており、今回は見合わすという人たちは秋の旅行の日程が付かないためであり、次の機会に必ず行くというお声がけがあった。

殆どの方達が富山の立山と食に強い関心を持っていた。

興味がないという方はご高齢のため、遠くの旅行は行けないという方だった。



③ 今回のランチョンセミナーにおいてのコメント

- ・日本の富山の食事がこんなに美味しいとは知らなかった
- ・富山でしか獲れない魚があるのを始めて知った
- ・日本酒もとても美味しかった。お土産に買ったかった。
- ・富山の食材やお土産等購入出来たらよかった
- ・一度のみならずまたこのような会をやって欲しい
- ・みなさんと触れあえて楽しい時間だった
- ・ぜひ富山に行って、実際の食事をしてみたい
- ・立山に登ってみたいと思った
- ・飛行機はANAに乗って行きたい



2. イベント総括

本イベントは富裕層を主要顧客とする東南アジア旅行会社を招聘し富山の魅力を紹介する事業で、実在の顧客に向けて富山の食体験と観光セミナーを行うという内容だった。

当地の旅行会社の会長、社長も自ら参加し、この事業における関心の高さを表し多大なる協力を得ることが出来たのは、今後の誘客に大きく繋がる関係強化につながった。

富裕層の参加者は一品一品を写真に撮ったり、感嘆の声が上がったりと料理においても最高のパフォーマンスが発揮できたものと思われる。

改めて富山の食の質の高さを痛感した。

また実施に至るまで当該店は全漁連がオーナーシップを有しており、生鮮食品の物流調整や輸送においてもスムーズに事が運んだ。

当該店は日本人職人による調理技術の高さとスタッフの接遇力も高く参加者の満足度も高まったと思う。

今回の招待客は土地オーナー、事業会社社長、医者等で構成されており近年旅行会社としては初めて J R 西日本の「瑞風」をチャーターした層であり、その時の単価は一人当たり 200 万円であった。

結果、当該イベントに協力頂いた旅行会社により 2019 年秋に富山ツアー企画が実現した。今回のイベントは富山の食を通し富山の魅力と関心を高め、インバウンドにまで繋がる良いモデルとなった。

3. 今後に向けて

直接の接点を持つことが難しい富裕層に対しての訪日事業として、今回の事業は新しいプロモーションモデルになった。旅行会社を招聘してもその背後にある顧客の顔が見えずターゲットを掴めないケースが多い。本件のように現地の信頼できる旅行会社の情報を得て、富裕層のようなニッチなマーケットを狙うには有効な手段である。



○ 委員名簿

2018 年度・2019 年度 六次産業化委員会 -2020 年 3 月現在-

	氏 名	会 社 名	役 職
委員長	浅野 雅史	(株)バロン	代表取締役
副委員長	石倉 央	(株)FP不動産センター	代表取締役
副委員長	井上 かおり	全日本空輸(株)	富山支店長
副委員長	小川 万里絵	日本銀行富山事務所	事務所長
副委員長	相馬 淳一	(株)日立製作所	北陸支社長
副委員長	高瀬 幸忠	(株)スカイインテック	専務取締役
副委員長	源 和之	(株)源	代表取締役
	荒木 勝	富山県信用組合	理事長
	池田 安隆	(株)池田屋安兵衛商店	代表取締役
	伊勢 徹	(株)ライフサービス	代表取締役
	稲垣 貴彦	若鶴酒造(株)	取締役
	稲葉 実	(株)三四五建築研究所	主宰
	宇田 正孝	明治安田生命保険（相）	富山支社長
	大井山 行雄	大松青果(株)	取締役社長
	大谷 治郎	マンテンホテル(株)	取締役社長
	岡田 健一	(有)カーショップ岡田	代表取締役
	岡部 雅弘	T.トラスト(株)	代表取締役
	桶屋 泰三	桶屋税理士事務所	所長
	押田 洋治	(株)押田建築設計事務所	取締役社長
	尾畠 和彦	J F E スチール(株)	北陸支社長
	川合 紀子	(有)ステップアップ	代表取締役
	木下 実	木下法律事務所	弁護士
	木山 泰	(株)東芝	北陸支社長
	金田 俊樹	(有)きんた	代表取締役
	窪田 昌司	エムエス保険サービス(株)	代表取締役
	小柴 順子	(株)コージン	会長
	斉藤 伸一	第一生命保険(株)	富山支社長
	酒井 久仁夫	北陸酒販(株)	専務取締役
	坂根 清一	J F E エンジニアリング(株)	富山支店長
	佐藤 幸博	(株)柿里	取締役社長
	嶋 龍仁	(有)ジェイシーパール	取締役社長
	島田 俊晴	(株)島田樹脂	代表取締役
	白倉 三喜	富山日産自動車(株)	取締役会長
	高田 一徳	寿電設(株)	代表取締役
	高田 順一	阪神化成工業(株)	取締役社長
	高田 千明	高田食糧(株)	取締役社長

	氏 名	会 社 名	役 職
	武内 孝憲	(株)牛島屋	代表取締役
	竹田 達矢	たけだ不動産鑑定事務所	代表
	橘 泰行	アール・タチバナ(株)	専務取締役
	橘 義継	(有)真栄工芸	代表取締役
	田中 均	(株)ニチネツ	代表取締役
	田村 元宏	(株)タムラ設計.	代表取締役
	辻井 益雄	(株)富花	取締役会長
	飛澤 淳一	伊藤忠商事(株)	富山支店長
	永井 雄介	富山県民共済生活協同組合	代表理事
	中沖 雄	(株)富山銀行	常務取締役
	長崎 衛	富山糧穀(株)	代表取締役
	中島 奈々	(株)フォー・ユー	取締役社長
	鍋嶋 太郎	(有)ドリームファーム	代表取締役
	西 隆行	(株)神戸製鋼所	北陸支店長
	西岡 秀次	富山商工会議所	専務理事
	西川 宝三	三久建設(株)	代表取締役
	丹羽 誠	(有)ライフプラン研究所	代表取締役
	長谷川 慎治	(株)福井銀行	富山エリア統括店長兼富山支店長
	花田 修一	いなほ化工(株)	取締役会長
	林 清滋	(株)ユニバーサルパッケージ	代表取締役
	原井 紗友里	(株)OZLinks	代表取締役 女将
	福田 可也	(株)クレハロ	代表取締役
	堀井 鉄也	堀井鉄工(株)	取締役社長
	牧田 和樹	(株)牧田組	取締役社長
	榊田 敬次郎	(株)榊田酒造店	取締役会長
	榊田 隆一郎	(株)榊田酒造店	取締役社長
	増山 一雄	増山電業(株)	代表取締役
	村本 幸雄	ムラモトユニフォーム(株)	代表取締役
	森藤 正浩	正栄産業(株)	代表取締役
	柳川 三千代	(株)モーヴ	代表取締役
	山口 昌広	北酸(株)	取締役社長
	山田 彰弘	(株)カターレ富山	取締役社長
	遊道 義則	(株)ユニオンランチ	取締役社長
	横田 龍大	医療法人財団博仁会横田記念病院	理事長
	劉 影	(株)栄輝	代表取締役
担当役員	久郷 慎治	(株)久郷一樹園	代表取締役