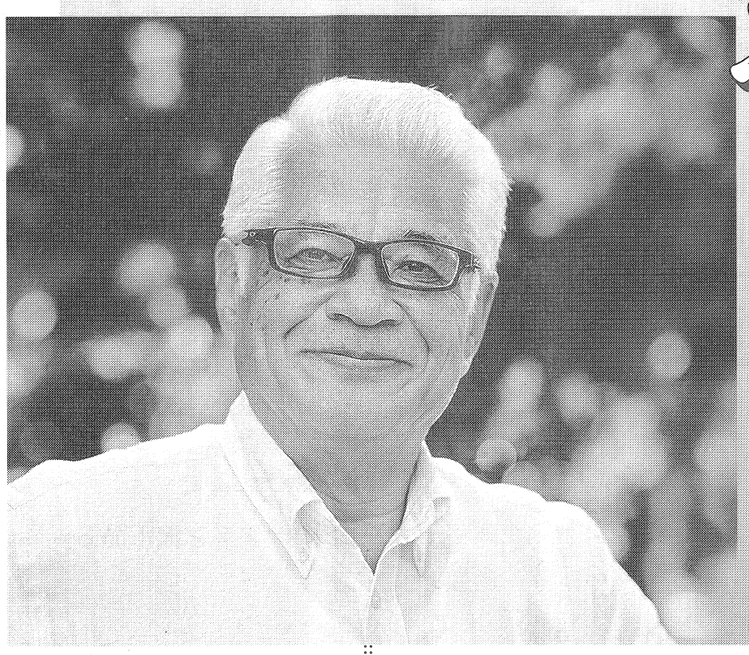
FSSF会場で対馬・壱岐・新上五島・五島生産者が大集合

離創協3年目

長崎から東京・大阪・福岡そして世界へ



離島振興地方創生協会 千野 和利理事長

離島振興地方創生協会（離創協）は、間もなく設立2年半を迎える。コロナ禍で日本経済が疲弊する中での誕生だったが、長崎県で離島振興フォーマットを確立し、これを日本の離島や地方へと水平展開することを目指し、その骨子となる島の生産者と都市部の消費者との仲立ちとなる事業を会員企業とともに作り上げてきた。「離島から、地方から、食を通して明るい兆しを作りたい」と語る千野和利理事長に、離島や地方が抱える安全保障上の最重要課題としての食料自給率の向上へ果たす役割、日本が元気になる地方創生について聞いた。（聞き手＝日本食糧新聞社・今野正義会長ＣＥＯ）

日本が元気になる地方創生 食で離島振興フォーマット化

――コロナ禍によるパンデミック、ロシア・ウクライナ問題を踏まえ安全保障上の食糧問題解決と地方創生については。

千野　離創協は新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言が東京に発令された2020年4月7日、四谷に事務所を構え設立された。2年半がたち、その間パンデミックとなったコロナ禍による経済の停滞、歴史的な円安、常態化しつつある気候変動、ロシア・ウクライナ問題から派生する世界的な食糧危機などで、これまでの日本人が持つ価値観が大きく変えられるとともに、世界の中で安全保障上の重要な位置付けとして食糧問題が取り沙汰されている。同時にロシアに端を発するエネルギー問題も、国内の原発問題も含めて突きつけられた状況だ。

食産業リーダーを養成

――講師陣として食品産業界の経営層・商品開発担当者を中心に、官僚、十八親和銀行、離創協理事そのほか多彩な顔触れの方々が訪島し、講演の合間に生産者と面談して、生産現場を視察してもらった。この活動で、会員企業各社と島の生産者との距離が縮まり、商取引が具体化して新しい商品開発につながってきた。「百聞は一見にしかず」が示すように、これからも多方面の方々に訪島してもらい、日本の離島を体感してほしいと思っている。

――設立以来の離創協活動の具体的な活動、その成果は。

千野　島の生産者に対して、都市部で販売に携わる小売業、卸業、食品メーカー、飲食業との展示商談会を増やすことで、都市部における変化する生活者の多様な食生活を理解する機会として推進してきた。今年も関東では、日本アクセス主催の東日本フードコンベンション（埼玉）、関西では、日本食糧新聞社と当協会共催のフードストアソリューションズフェア（FSSF、大阪）、九州では、ヤマエ久野主催のヤマエグループ総合展示商談会（福岡）などに、延べ65社の島の生産者が参加している。これらの展示商談会を定番化し、東京・大阪・福岡を拠点に食品関連事業者との情報交換・商談の場としてより充実させていく。

――会員企業の協力体制と成功事例は。

千野　離島の生産品を関東・関西の消費者に対して認知度を高め、最終的にブランド化を目指す生産者の思いを具現化する方策として、食品スーパー（SM）・百貨店・飲食店で実施する「物産展」は、販路拡大の要となる。設立時から今日まで、関西では万代、阪急オアシス、ライフコーポレーション、大起水産、阪急百貨店ほか、関東ではヤオコー、成城石井、小田急商事、三菱食品、日本アクセス、ヤマエ久野の3社は、日本を、九州を代表する大企業であるにもかかわらず、離創協が志向する目的に対してプロジェクトチームを組み、長期的な計画の下、本格的に地方創生に取り組んでもらっている。

各々の企業の置かれている立場で方策の違いはあるが、このような日本の流通における生産から消費までのバリューチェーンに対して、より合理的かつ垂直統合的な視点から、生産者と販売者との共生の構図を推進していける企業グループだと思っている。今後の農水産業活性化のための基盤整備ならびに出口戦略に対して3社の支援を得て、可能な限り着実に生産プロジェクトを推進し、持続可能な夢のある成功事例を作り続けたい。

――設立当時の離創協の目的は、島嶼（とうしょ）国家である日本が有人国境離島を多く有し、47都道府県の中でも人口減少が際立つ長崎県で、離島の島民人口減少を食い止めるための持続可能な食品産業の基盤整備と育成を図ることだった。その目的達成のため、バリューチェーンの構築、農水産業の基盤整備、生活基盤の整備という3本柱を軸に、離創協会員各社や行政の支援を受け、着実に進めてきた。安全保障上の最重要課題としての食料自給率の向上とは、日本全国の地方・離島における農水産物の基盤整備と増産体制の確保であり、少子高齢化・人口減少という構造的な課題解決に取り組むことが、地方創生そのものであると確信している。

千野　離島の生産品を関東・関西の消費者に対して認知度を高め、最終的にブランド化を目指す生産者の思いを具現化する方策として、食品スーパー（SM）・百貨店・飲食店で実施する「物産展」は、販路拡大の要となる。設立時から今日まで、関西では万代、阪急オアシス、ライフコーポレーション、大起水産、阪急百貨店ほか、関東ではヤオコー、成城石井、小田急商事、三菱食品、日本アクセス、ヤマエ久野の3社は、日本を、九州を代表する大企業であるにもかかわらず、離創協が志向する目的に対してプロジェクトチームを組み、長期的な計画の下、本格的に地方創生に取り組んでもらっている。

各々の企業の置かれている立場で方策の違いはあるが、このような日本の流通における生産から消費までのバリューチェーンに対して、より合理的かつ垂直統合的な視点から、生産者と販売者との共生の構図を推進していける企業グループだと思っている。今後の農水産業活性化のための基盤整備ならびに出口戦略に対して3社の支援を得て、可能な限り着実に生産プロジェクトを推進し、持続可能な夢のある成功事例を作り続けたい。

――日本アクセス主催の東日本フードコンベンション（埼玉）、関西では、日本食糧新聞社と当協会共催のフードストアソリューションズフェア（FSSF、大阪）、九州では、ヤマエ久野主催のヤマエグループ総合展示商談会（福岡）などに、延べ65社の島の生産者が参加している。これらの展示商談会を定番化し、東京・大阪・福岡を拠点に食品関連事業者との情報交換・商談の場としてより充実させていく。

――会員企業の協力体制と成功事例は。

千野　離島の生産品を関東・関西の消費者に対して認知度を高め、最終的にブランド化を目指す生産者の思いを具現化する方策として、食品スーパー（SM）・百貨店・飲食店で実施する「物産展」は、販路拡大の要となる。設立時から今日まで、関西では万代、阪急オアシス、ライフコーポレーション、大起水産、阪急百貨店ほか、関東ではヤオコー、成城石井、小田急商事、三菱食品、日本アクセス、ヤマエ久野の3社は、日本を、九州を代表する大企業であるにもかかわらず、離創協が志向する目的に対してプロジェクトチームを組み、長期的な計画の下、本格的に地方創生に取り組んでもらっている。

今年下半期には、九州エリアのSMにも協力してもらい、関東から九州まで都市部のSMで展開し、将来的には消費者に日本各地の食文化として残り続ける銘産品を楽しみ、味わってほしいと思っている。

――離創協設立後、その方向性は。

千野　離創協が今日までスムーズな活動を実践できたのは発足時の設立会員4社の多大なる支援・援助があったからだ。

類設計室の優秀で強力なスタッフ陣に離創協設立以来、運営面に深く携わってもらい、三菱食品、日本アクセス、ヤマエ久野の3社は、日本を、九州を代表する大企業であるにもかかわらず、離創協が志向する目的に対してプロジェクトチームを組み、長期的な計画の下、本格的に地方創生に取り組んでもらっている。

各々の企業の置かれている立場で方策の違いはあるが、このような日本の流通における生産から消費までのバリューチェーンに対して、より合理的かつ垂直統合的な視点から、生産者と販売者との共生の構図を推進していける企業グループだと思っている。今後の農水産業活性化のための基盤整備ならびに出口戦略に対して3社の支援を得て、可能な限り着実に生産プロジェクトを推進し、持続可能な夢のある成功事例を作り続けたい。

コラボ商品が続々誕生

――SDGsの観点から食品産業の基盤整備をどのように進めますか。

千野　離創協発足時から離島振興の重要な柱として「農産物生産基盤整備」を進めてきた。その目的は、離島や地方の創生には農業振興が不可欠であり、持続可能な社会を作ることで農業の多面的機能を生かし、儲かる農業の推進・体制の再整備こそが地域活性化につながると考えている。

長崎県離島の五島市、壱岐市では、長崎県、長崎市、JA、生産者、離創協会員、離創協とのプロジェクトがスムーズに展開し始めている。五島では、夏カボチャを23年に200t、サツマイモを30年に3750t、ブロッコリーを24年春冷凍食品として発売予定。関係者の総意を結集して実績を着実に作り上げ、まさに小さな成功事例になろうとしている。

壱岐でもニンニクを28年に40t、ジャガイモ（長崎黄金）を24年に300tの増産に加え、「壱岐の潮風」が取り組むアイメック農法による高糖度トマトの販路拡大にも着手している。

これらのプロジェクトが順調に進む最大の要因は、ニチレイフーズ、RAGグループ、MVM商事などの会員企業の出口戦略の構築と、農業総合研究所、日本アクセス、KIFA、福岡ソノリクなどが関与する物流・保管・貯蔵・加工機能を担う会員企業の存在がある。カーボンニュートラル・デジタル化・グローバル化・サステナブルという現在の農業が取り組むために必要な課題解決を図るとともに、さらにスピードを上げていきたい。

バリューチェーン構築の中でも島の安全・安心な素材を原材料とするさまざまな新商品の開発がSM・食品メーカー・ベンダーなどの会員企業の協力体制の下、順調に推進している。ヤオコー、成城石井、山崎製パン、イートアンドホールディングス、サンクゼール、ロッテ、SLライ「アナゴ弁当」「ランチパック」「プレミアム餃子」「肉焼売」「塩バターメロンパン」「ケーキ」「五島うどん（PB）」「アイスクリーム」ほか、多彩な新商品の誕生は島の生産者にとって、何ものにも変え難い喜びと自信となっている。

生産者と会員企業のコラボによる離創協ロゴ入りの新商品

大手企業と島の生産者とのコラボレーションで生まれる商品の数々。可能な限り持続可能なものにしていきたいと思う。

最終目的は地元の生産者が主体となり、実践的かつ持続可能な成功事例を作り上げることだ。

――今後の離創協の在るべき姿や、ご自身の抱負について。

千野　私が70歳の古希を迎えた19年、48年間の阪急生活にピリオドを打ち、長崎県の中村法道前知事から引き受けた離島振興という仕事が、シニア時代のライフワークになるとは想定外だった。この3年半、島内食品産業の振興という課題の下、延べ30回・130日を超える離島行きで、島の生産者との多くの出会いにより、さまざまな気付きと感謝の連続で、あらためて学ぶことの多さを実感している。

五島の魚を東京・大阪に

海に囲まれた長崎県離島にとって物流のハンディはあるが、食品産業の中でも『水産業』の活性化は不可避の案件だ。さまざまな課題を抱えつつ五島の天然魚・養殖魚、ならびに新上五島の養殖魚の流通については、関西の万代、大起水産に加え、今後、関東のヤオコー、成城石井、山崎製パン、イートアンドホールディングスが中心となり、本格的に販売してもらえる。ほかにも平和堂、阪急オアシス、東急ストアなどの会員企業からの取引も定着化している。このような動きに加えて、出口戦略に合わせた養殖魚の生産計画を作り上げ、生産者と販売者の相互信頼の下、スムーズな商流と食品ロス削減の実現を目指していく。

新鮮な長崎県五島の鮮魚販売

……向してほしい」との助言を受けた。「食から未来をつくりだす～JAPAN FOOD ISLANDS計画」というタイトルの下、わが国で古くからその土地の歴史・文化・気候・風土・自然の恵みが重なり、何代にもわたり受け継がれてきた各地の産品を、少しでも後世に残し続けていければと考えた。

成功事例として長崎県で離島振興のフォーマットを作り上げて、これを日本の離島・地方に水平展開することを目指している。そのためにも生産者・地方行政だけでは、こなせない部分を離創協が触媒となって、食品関連企業を中心に会員企業が持つ高度な知見と技術革新力を農水産業に応用できるようにしていきたい。

ここ複数年、世界レベルで起こる出来事の中で、企業が果たすべき役割についても大きく意識が変わりつつあるようだ。企業が成長するために利益を積み重ねていくことはもちろん、これからのZ世代（1995～2004年生まれ）が求めるSDGsやESGを問い直すことが大切であり、多くの企業は新しい時代を生き抜くため「社会貢献」を企業理念として定着させ、変貌しつつあると感じている。

今後とも離島から、地方から、食を通して明るい兆しを作り出せるように離創協としても努力していきたいと思う。皆さまのご理解とご支援をお願いします。