

令和3年度 フーズ・ヘルスケアオープンイノベーションプロジェクト  
戦略検討委員会 議事録

日時：令和4年2月17日（木）午後2時00分～午後3時40分

会場：オンライン

1 開会

2 挨拶

静岡県 経済産業部部長 三須敏郎

3 事務局説明

令和3年度におけるプロジェクトの進捗状況について

4 意見交換

青島 委員	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 戦略1から6まで網羅的な事業展開している点は、素晴らしいと思う。</li><li>・ ただ、これらの戦略すべてが必ずしも相互に整合的とは限らないので、相互関係を考えて優先順位をつけることを考える必要がある。</li><li>・ 例えば、県内の人を健康にするということであれば、健康食は、県民に売ることになるが、付加価値を上げるということになると、県民にこだわらず、より広く展開する必要がある。これら二つの目標は両方達成しなければいけないが、矛盾する面があるので、時間軸の中で、どういう優先順位をつけて両方を実現していくかということを考える必要があると思います。</li><li>・ その他、戦略1は素材開発とか技術開発であり、戦略2は、商品開発や素材を価値化していく段階だと思うが、現状ではどちらも静岡の企業の活動だけが紹介されている。しかし素材は、素材プラットフォームとして広範囲に展開した方がビジネスとしては良い可能性がある。全ての素材を県内の人が商品化まで持っていくことにこだわらなくていいかもしれない。両方をどのようにうまく整合性をとるのかという意味では、県内にこだわらず、もうちょっと広く考えてもいいのではないかと思います。</li><li>・ リビングラボも同じで、リビングラボで取ったデータを県内の企業の人だけに提供して商品開発する必要はないと思います。静岡で収集したデータを核として、その活用を、県内に限らず、いろんな人たちの協力のもとで広げていくみたいな形をとっても良いのではないかと思います。</li><li>・ 広範囲で網羅的な取組間の整合性を考えて、どう優先づけてやるのが良いのかを、考えていきたいなと自分自身も思いましたし、そういうことを考えると良いと思います。</li><li>・ 最後に感想ですが、静岡ブランドというのは非常にいいと思いますが、ブランドに皆が引きつけられるためには、なにか核となるものが欲しいと思います。静岡らしさ、静岡で一番みたいなものがあって、それに関連するものが商品として出てきてブランドをつくること考えると、何が静岡で一番なのかを考えていました。</li></ul>
合田 委員	<ul style="list-style-type: none"><li>・ プロジェクトのこれまでの成果を聞かせていただきまして、戦略のつながり方からすると、作るどころとそれからそれを挑んでどのように活用するか</li></ul>

の二つに分かれていると思います。

- もともと食品の産業では機能性表示食品制度に乗って、新たな価値を高めたような食品成分を見つけ、それをいかに活用するかに大きな力点があって、そここのところは従来通り進んでいると思います。
- 静岡県は、そもそも農林水産物が非常に多彩なところが強みであり、その中からいろんな食品成分が活用できるということで進んできました。
- 今度、これは食環境の整備に使えるということで、この食品を食材として提供する、または食材を組み合わせた食事として提供することに多くの方が取り組んでいただければ、より機能性を高めた食品の活用が図れると思います。
- 質の高い農林水産物とその加工品、こういったものが豊富で自在に使える、これがある意味ではこの地域の特徴、ブランドであり、それを活用したものの、それに地域ならではの食材というものを、ピンポイントで明確に示すと、よいブランドができるのではないかと思います。
- これは作る方から見たものです。
- 今度はこれを、この食環境を整備した後に、使う側から考えると、今度は挑むという戦略3になりますが、このところは、ヒトを対象にした試験やさまざまな情報を地域で集めることが必要です。コロナ禍のなかで、非常に努力してやってきたところですが、今後の展開を考えると、難しいのは、やはり個人に最適化するというところです。
- ここは従来のモノだけではいけませんので、人がどのように行動するのか、マーケティングの考え方、それから、個人の行動、行動経済学の視点からの取り組み、そういったものが複合的に必要になってくるので、多くの関連分野の方々が、イノベーションとして集まってくる必要があると思います。
- ここで重要な鍵となっているのは、一人一人のデータをいかに蓄積するかという視点ですが、これについては現在、国の方向性としては、一人一人の個人の健康情報を自分できちんと管理をしようというパーソナルヘルスレコードの考え方があります。これを支援するというのであれば、この新しい食品成分をどのように活用するのか、食事をどのように活用していくのかについて、大きな突破口が開けると思います。
- リビングラボを運用してきたなかで、一人一人のヘルスデータというものは、やはりこれは健診事業をやっているところとタイアップしながらでないとかかなり難しいという問題があります。そういう面では今回、社会健康医学大学院大学が参加されて、健診に関わるノウハウは非常にお持ちですし、それからコホートの事業もすでに始められているということですので、ビッグデータを活用するという観点からすると、一人一人の個人の健康情報を活用するアプリケーションを、いかに本人の使い勝手がいいものにするのか、この開発のところが鍵となると思います。
- 今後は、個人の特に食事に関するデータ、こういったものを収集して、そのフィードバックをしながら、介入の効果をきちんと判定した上で、本人に納得してその製品を選んでいただく仕組みづくりが必要だと思います。そのため、ヘルスオープンイノベーション静岡との連携ということを是非とも期待したい。

<p>齋藤委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2ページを見ると、戦略の1、2、4、6というのはつながっているように見える。必ずしもそうではないのかもしれないが、基本的には、開発してそれを事業化して売っていくということになるのでこういった戦略の関係にあるのかと思いますが、これ全体を考えた場合、最終的には、静岡のブランド力を創っていくことが必要だと思います。</li> <li>▪ 静岡には食材が非常に多いということですので、もちろんその食材、静岡産の食材を使うということもあるが、それを加工する技術、これも静岡なんだというところで、食材も静岡で確保する、技術も他にはない、それを持った静岡の食品というのブランド化していき、日本へ世界へPRしていきたい。</li> <li>▪ そのとき、何を作るのかを考えると、これはいろいろと関連してくると思います。</li> <li>▪ ヘルスケアというところのデータを蓄積した結果、食と健康につながるあるいは未病というところにつながるような、何を食べたらいいのか。そして、できれば未利用の食品を使う、あるいは食品ロスにならないようなことを考えていくということになって、さらには今はコロナ禍ということですので、どうやってそれを宅配をしていくとか、買いやすくするとか、最終的には非常食というところにつなげていくということで、もちろん普段食べてもいいわけですけども、非常食として美味しく食べられるもの、そういったものを全体的に積み上げていくといえますか、ゴールから戻っていった、何をやっていけば最終的にそこにでき上がるのかということを考えていけると面白いと思います。</li> <li>▪ 最終的には、誰をターゲットにして何を作っていくのかということになると思うが、全体としては、この最後の27ページにあります、目標値というのが、いつも件数とか、人材育成の人数になっているんですけども、企業の方々が参加されて、活性化するというのを考えると、なかなか出しにくいと思うが、やはり売上などの金額が改善あるいは伸びていくということがないと企業としては取り組まれないと思います。</li> <li>▪ 可能な範囲で、今後はそういった金額的なところも配慮されていたら良いと思っております。</li> <li>▪ そういった形で、まずそのゴールを決めてそこに向かっていくためにはどうしたらいいのかというところを考えていくと、最終的にはブランドにつながっていくと思って聞いていました。</li> </ul>
<p>朴委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ すばらしい成果を上げているとは思いますが、ちょっと気になっている点が2点あります。</li> <li>▪ 1点目は、事業化が年間40件の目標に対して、すでに27件となり、これが達成見込みというとなると、これは大学の人間としてはものすごくうらやましいことです。死の谷を通った優秀な事業ができてということがわかるので、こういう事業化された商品が、やはりちゃんと売れているかどうかをこの場で少し紹介いただきたい。売れないものを作ってもしょうがないと思いますので。</li> <li>▪ 2点目は、ヘルスケアがものすごく数年前からブームなので、今回のデータから見ますと、目標の5件から4.6倍に増えている。そのため、本委員会でもこういうところの支援を太くするのかとか、目標を延ばすのか、そういうものを議論した方がいいのではないかと感じました。</li> </ul>

松田  
委員

- ・ 2点申し上げたいと思います。
- ・ 一つは、研究開発から事業化、販路開拓という流れの中で、イノベーションをやっということご説明いただきましたが、これは、研究開発、製品開発の流れからいく、シーズから考えていく「ものづくり」です。
- ・ これではないお客様のニーズからスタートする「ものづくり」もあり、そちらの面からいくと、もう少し消費者データとか消費者の分析、定量的な質的な分析も含めて、アプローチできるもう一本の開発の柱があってもいいのではないかと思ったのが一つです。
- ・ それともう一つ、販路開拓のところでは、私は東京の方でマーケティングの会社を運営させていただいておりますのと、それと食セレクションの審査委員長を10年間やっております、去年、「頂 (いただき)」っていうブランドを作りました。
- ・ 本県は439品目という食材がありまして、そのうちの130品目ほどを認定しておりますので、個々の商品っていうのは非常に弱いんです。その弱さを克服していくために「頂」っていうくくりを作りました。いわばファミリーブランドっていうようなものを作って、それを成長していく販路と組んで伸ばしていこうということで、マーケティング課が頑張ってくれており、日本一強いスーパーと言われている首都圏の埼玉県を中心にした食品スーパーヤオコーで、非常に信頼の高いことになっております。1月の中旬と2月、先日でも4日間のフェアをやりまして、頂ブランドで展開した結果、150%以上の売り上げの成果を上げておりまして、静岡県に対する信頼感がすごくでております。従って、頂ブランドで出てきた食材に関しては、多く取り入れていただけたと思います。
- ・ 静岡県との取り組みも、JA経済連も含めて、売り上げが伸びていっております。そういう意味でいい成果が出ていますが、これは地域ブランディングの一つの典型で、農林水産物の、県産ブランドとしては、多分日本一だと思います。個々のブランドでは北海道も新潟も持ってますけども、それをトータルにブランディングしていくっていう考え方はなかったもので、非常に良かったと思います。これが一定の成功を収めている理由は、中に入ってるJA経済連が頑張っていて、今まで弱かった部分を、いろんな形で提案していているということです。このプロジェクトは、食材を使った加工食品とか、化粧品の分野です。そうすると、ヤオコーでも特に加工食品に関しては扱ってくれる可能性はありますが、物流とか、そういう面でどうしたらいいのか、小さい会社ですと営業マンがおらず、物流も大変難しい。機会はあるのに売り込めないっていう状況があるように思います。そこは加工食品と食材との連携を含めた何らかの形の営業支援システム、早い話が販社みたいなものがあれば、一番動きやすく、そこが売り込みをやっ、しっかりとって売り場を作らないと、売りの完結にはつながらないのではないかという印象を持っています。
- ・ いくらいいものを作っても売れなければ、価値にならないわけですので、アウトレットの部分の機能の強化がいるのではないかと思います。そういう意味で、今、静岡の食材が入って一定の成果を収めているヤオコーやセブンイレブンの流れに乗っっていくっていうのも一つの手ではないかと思っます。
- ・ 「静岡のなにをブランディングするか」っていう本質的な問題もあるので

	<p>すけども、今、成功しているものに上手く乗っていくってのも一つの手なので、そこの連携をもっと連携を深めていくっていうことが必要なのではないかと思います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食材の方もそうですけども、一番の問題は、物量がないこと。ヤオコーは200数十店全店で展開できる能力がありますが、それに供給できる商品がない。静岡を代表する三ヶ日みかんがありますけども、1個も提供できないわけです。これはもう売り先がもう固定されて決まっていますので、仕方がないですが、残念なことがいっぱいあります。ヤオコーとしてはもっと仕入れたいんですけども、仕入れられない。仕入れられない理由は物量がない、生産できない。生産できない理由は、給料が安いので誰も農業に参入してこない、という悪循環にありますので何とかして、そこら辺が、うまく収入問題も解決すべきで、ブランディングで付加価値、それで収入として働いてる方々にお返しできれば、うまい善循環が作り出せるのではないかと思います。</li> </ul>
<p>矢澤 委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ちょっと感想というか、4点ほど申し上げたい。</li> <li>・ 私のライフワークが食による予防医学をいうことで委員会に参加しています。プロジェクト自身の最終目標はやっぱり一般消費者の健康ということだと思います。目標として、健康寿命を1位に持っていきこうと、いつも4位か5位、6位くらいです。</li> <li>・ 前回も話をしたと思いますが、平均寿命は着実に伸びており、健康寿命も着実に伸びているが、いつまでたっても、ほぼ平行線で、この不健康な年齢層が男女合わせると、平均10年が一向に縮まらない。15年経っても、零点何歳ぐらいしか縮まってないです。このような統計処理からすると、健康寿命を延ばすというのはある意味、容易かもしれないが、平均寿命に健康寿命をどれだけ近づけるかということは、もっと考えた方がいいのではないかと思います。その中の一つの手法としては、「フレイル予防」というのが出ていたと思います。</li> <li>・ このフレイルに関しては、通常フレイルというと虚弱、高齢者特有というような限定的な意味合いですが、私はオール世代フレイルを考えるべきだと思います。</li> <li>・ つまり、子供の偏食であるとか、ちゃんと栄養が取れていない女性のやせ過ぎであるとか、男性の飲みすぎ・食べ過ぎなど、いわゆるその栄養不良であって栄養バランスが悪いことだ、というのがフレイルの根源的な視点です。そうすると、もうすべての世代においてフレイルっていうのは、発症するきっかけもしくは発症しているという認識を持つ。そうすると、我々がずっと追い求めてきた機能性食品あるいは機能性表示食品の販路、市場が高齢者に限らなくなります。</li> <li>・ 従いまして、高齢者だけではなく、オール世代フレイルということを少し掲げた方が予防医学からすれば若いうちからの大事な局面を救うことになると思っています。これが第2点目です。</li> <li>・ 第3点目は、まさにこれに関連しますが、おやつについてです。私たちは、「機能性おやつ」という言葉を使っていますが、これを三つの段階に分けています。「機能性表示おやつ」というのは「機能性表示食品」、今約5000が公式が登録されておりますが、自主的な取り下げが約1割ありますので、実際では4500と言われております。その4500のうち、飲料を含めて、おや</li> </ul>

つタイプのものが1300あります。これは「機能性表示おやつ」であって、ピラミッドの最高峰にあるものでも1300あるということです。その前の段階のものが、「ウェルネスおやつ」と考えておりまして、それに近づけようという努力をしているあるいはそういう高い意識を持った企業が研究し、開発してきたおやつです。その手前にも、一般的なおいしい楽しいおやつが、底辺には幅広くあるわけです。

- ・ こういうものを持っていらっしゃる、こういうものを考えていらっしゃる方たちが少しでもウェルネスおやつを目指して欲しい。ウェルネスおやつを目指して到達しているところでは、機能性表示食品おやつに到達していただきたいと思っています。すべての世代において、好まれるのがおやつですから、オール世代フレイルに対して大事だと思います。
- ・ また、こういったコロナ禍の中で、メンタルな部分が非常に弱くなってきているあるいは弱点を突かれている時代だと思います。これはやっぱり癒しということが必要で、おやつの存在そのもの、おいしいものを楽しく食べるということ自体が、その成分にかかわらずすでにリラクゼーションになる。精神的ないわゆる社会性・社会的フレイルに対する、一つの対抗策としてあると思います。
- ・ 関連するのですが、できれば、子供食堂に対する支援をどこかの部門で、このフーズ・ヘルスケアの中で考えていただけるとよい。子供の頃から食に対する認識、興味を持っていただけられるようになれば、大人になった時のフレイル予防になるのではないかと、高齢者フレイルに対する対応になるのではないかと思います。
- ・ 4番目です。先生方のご意見の中にたくさん出てきたと思いますが、これをどうやって落とし込むかということです。まず県民と考えるならば、どうやって、一般の県民の口にお届けできるかということです。そのために、広報活動ということは、とても大事だと思っております。一般の方たちの耳あるいは心に響く広報活動って一体何だろうかということを考えているわけです。
- ・ 一昨日ですが、本委員会の委員である山本精一郎先生と1時間ほど意見交換をさせていただいたのですが、非常に感銘できるご意見がありました。結局、もともと関心ある人っていうのは、やはり意識高い系で、ところがそういう健康意識の低い系の方が、ほとんど底辺にいらっしゃる。この方達の意識を高めるということは、とても大事であると考えておりまして、その手法としていくつかお考えお持ちでしたので、このあと、ご発言いただければと思っています。
- ・ これは辛口の発言で悪いのですが、行政のやり方は、非常に遅いです。活動が遅いです。成果はこういったデータで、拝見いたしまして、立派だと思います。しかしながら、本当にこの委員の先生方の意見が、どれだけ言葉だけじゃなくて実行されてるかっていうことは、疑問に思っています。行政としては、これをとりまとめているところは遅いと思います。
- ・ 例えばですが、ご用聞きってあるわけです。県民の一人一人に何か意見ありますか、どうしたいですかっていうご用聞きをどこまでやるのか。「何だったら県庁に来い」という話じゃなくて、意見を聞きに行くという手間です。昔ながらの「なにか御用ありますか」っていうぐらいのへりくだった態度で県民の皆さんにいろいろご意見を伺いに行くということがあっても

	<p>いい。そのぐらいのバイタリティーがあった方が、せっかくのこのプロジェクトですので、もっと有効に活用してもらえればいいと思います。</p>
<p>山本 (万里) 委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 非常にたくさんの件数を実施していますが、やったことがどういう成果になってるのかっていうのは、しっかりウォッチしていただきたい。</li> <li>・ 意見を一つと、あとは紹介を一つさせていただきたい。</li> <li>・ 意見は、戦略3のところ、データをいろいろ利活用するという話がありましたが、これは今回、県としての取り組みということで聞かせていただいているのですが、国との連動ってのはどうなってるのかと思いました。ご存知のように、デジタル田園都市構想であったりとか、東京、大阪を中心に、グローバルバイオ拠点が非常に加速して動いております。こういったところ、やはり連携をしていく必要があるのではないかと強く思います。</li> <li>・ その際に、今PRISM（プリズム）などでも実施されていますけれども、データの連携をどうするのか、これは、言語レベル合わせていったりするのでしょうか、そういったところやってる部署と県で相談されて、せっかくデータを取られてることなので、県で眠らせるのではなく、生きたデータの使い方っていうのが必要になってくると思います。</li> <li>・ 今は、公開が基本だと言われていまして、それをいかに民間に活用していただくのかっていう考え方に変わってきていると思いますので、データ連携を今後どうするのか、ちょっと範囲から外れてしまうのかもしれないけれども、Greater Tokyo Biocommunityの中に入るとか、何かそういったことを考えていただくと、たくさん取られてるデータが、他の県とどうなのかとか、日本の中でどうなのかとか、そういうところで位置付けがわかってくるのではないかと思います。</li> <li>・ 実際にとる場合のデータですが、やはり一番大事なのが、質の高さだと思っています。この精度が悪いと、あとあと連携した際に使えないと聞いております。今ちょうど私どもは、東北メディカルメガバンクといろいろなバイオデータのやりとりしていますが、その中でやはり一番大事なのが、精度の高さだと言われています。そのため、そのところを最初の段階でしっかり詰めて、どのようなプロトコルにするのか、統一プロトコルをどう作るのかというあたりから、しっかりやっていただくと、あとあと連携した時も、ものすごく有益な情報になると思います。</li> <li>・ もう一つは、紹介です。現在、第2期SIPの中で、軽度不調改善というものに取り組んでるという話を以前いたしました、こちらの軽度不調改善をする食品群を機能性表示食品ではなく、複合食品として民間認証しようということになっております。今、農林水産省の方でも、新たに民間認証制度が立ち上がっております。こういった制度を活用いただくと、新たな食品というのが規定できて、売り込みができるということがわかってまいりまして、それは、第2号になるんだと思いますが、そちらを目指してやっております。</li> <li>・ 軽度不調を改善する食品としては、「総合健康栄養食品」という一群の食品を作って、これを来年度、展開していくという動きをしようということで農林水産省と話をしております。なかなか機能性表示の範疇に入らないような、栄養機能も機能性も両方目指したような食品を新たに認証して売っていくということが可能だということがわかりましたので、是非とも幅を持たせて、いろいろな形で、食品を表現していただければいいので</li> </ul>

	はないかと思いました。
若林 委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今日の説明を聞きまして、このプロジェクトは概ね順調に着実に進んでいるという感想を持ちました。</li> <li>・ それから、何人かの委員から、このプロジェクトで開発した例えば機能性表示食品は、本当に販売量や生産量が増加しているのかという質問がありました。私のところではあまり情報がありませんが、1例だけ紹介させていただきます。機能性表示食品として申請をしておりますフジ日本精糖のイヌリンについては、2015年、ちょうどこの機能性表示食品制度が始まったときから、2021年までに、生産量は3倍強まで増加しているということです。売上高については、わかりませんが、大変好調であるということを知っております。これについては、今日参加されております企業の方からも少しコメントをいただけるかと思えます。それが2番目です。</li> <li>・ それから3番目です。すでに他の委員から指摘がありましたように、資料の18ページで、説明がありました今後の取り組みの「静岡社会健康医学大学院大学と一体となったヘルスケアビジネスの創出」については大変関心が高いプロジェクト研究計画だと思います。医療ビッグデータについては、何とか解析ができると思いますが、疫学ですとかゲノムコホートをどういう地域を対象に、参加者は数千人にするのか、数万人にまたは数十万人にするようなプロジェクトにするのか、期間は5年にするのか10年、20年、30年にするのかというようなことについては、精度も非常に重要になってきますので、かなりしっかりとした下準備が必要かと思えますし、大変重要なデータが出てくると思えます。ぜひ、しっかりとした下準備をしていただければ、食と健康に関連する良いデータが、そこから出てくるかと思えますので、前向きに進めていただければと思います。</li> </ul>
山本 (精一郎) 委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ちょっと遅れての参加となってしまいましたが、非常にたくさんのプロジェクトされてるということを知り、感銘を受けました。</li> <li>・ この10月に、国立がん研究センターから静岡の社会健康医学大学院に赴任しております。</li> <li>・ 私は、もともと統計学とか、疫学とかが専門です。それでいろんな研究で、どんなものを食べれば、がんになりにくいとかをコホート研究でやってきました。あとは、治療開発の方は新しい抗癌剤の開発とかやってきました。ただ、いくら疫学研究やコホート研究で成果を出しても、誰もたばこやめないし、誰も運動しないみたいなことがあり、コホート研究やってるだけでは、世の中は変わらないと思って、健康行動学というか、いかに行動変容を起こさせるというか、起こしてもらおうかが大事だと思い、そういう分野にここ10年ぐらい取り組んできました。</li> <li>・ その際、自治体の方とか、商品を持つ企業の方と組むことが当然ながら非常に重要になってくるのですが、アカデミアのヘルスケアの分野では、企業の方と組むことはなかなかなくて、自治体と組むことさえもあまりないようなことが結構ありました。</li> <li>・ 国立がん研究センター勤務の最後の方に、私は世界経済フォーラム第四次産業革命日本センターという経済産業省のジョイントベンチャーに出向してました。それまで厚生労働省と長くつき合ってきましたが、経済産業省ではあまりにその考え方が違い、非常に感銘を受けました。今日の経済産</li> </ul>



	<p>業部の方の作られた資料を見ても、同じ方向性を感じ、非常にうれしく思います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 産業があって、みんなが豊かになってそれで健康になって、いろんな好きなことができるということは非常に大事だと思っています。そのためにはアカデミアとか、自治体の力だけでは、全くこれどうしようもないところがたくさんあるので、ぜひ企業の方々、静岡、特に地場の企業の方々と組んでやっていきたいという思いです。</li> <li>・ それで、先ほどさまざまな先生から新しい大学院でやることを期待していただけていますが、KDB、ビックデータとか疫学というのものだけでは、なかなかすぐということにはならないわけですが、県の方々の委託研究をわれわれで引き受けてたくさんやることになってます。そのなかでは、できるだけ介入研究、食事やいろんな運動だとか、ヘルスケアでは、特にフードは大事だと思っているので、そういうものの介入をあちこちの自治体で評価し、それを全県あるいは全国に広げていくといったようなことを一つ大きな柱にしたいと思っています。</li> <li>・ 私は、大学院大学における地域・産官学連携委員会の委員長を拝命しており、その由あってこの会に参加しています。この会の議論を大学に持ち帰って、静岡県全体でこんないろんなことやってるんだということ共有していろんな方々と共同できるようにしていきたいと思っています。</li> <li>・ 今日は、初めてだったので、勉強させていただき、大学及び私の「できそうなこと」と「やりたいこと」をお話させていただきました。</li> <li>・ ちなみに私は、今ヘルスコミュニケーションや行動経済学を大学で教えていますので、そういう分野を生かしてやっていきたいと思っています。</li> </ul>
川隅委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ プロジェクトの活動内容について、多方面にわたって、実績を残しているということで、すばらしいと思いました。</li> <li>・ 前回も少し話をしましたが、このコロナ禍でもう丸2年が経過するわけですが、マーケット、それから消費者のニーズもすごく大きく変わってきています。特にここにきて感じるのは、やはり健康志向ということで、時間のある中で、自分の食事を健康志向で考え直すというようなこと、家で筋トレをしたりダイエットをしたりというようなことも多くなってきたようですが、健康志向が強くなってきていると思います。</li> <li>・ 当社も、自社製品を使いながら、昨年からはフレイル予防の啓蒙を新聞広告等で打ち出しております。当社にとって、一つ大きなテーマということでとらえております。その中で、これから当社、もっともっとフレイル予防というところで、どういう製品を開発するのか、どういうマーケティングをするのかを考えていかなければいけないと思いました。今日の報告を聞いて、例えば、リビングラボだとか、もっと身近に活用や検討できる場所があるということに気づきまして、ぜひ進めたいと思っております。</li> <li>・ それからもう一つは、大変多方面に実績を作られてるということで、県内の事業者がこの活動をもっと広くPRすることが必要なのではないかと思います。そうすると、関連する多くの事業者が関心を持ち、このプロジェクトも活性化していくのではないかと思います。</li> </ul>
古谷委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 私の方からは2点ほど申し上げます。</li> <li>・ 当社の方では、GABA やデキストリンを使ったコーヒーやお茶、それから高タンパク質を使ったウェルネスなおかしを今、開発進めていますが、この</li> </ul>

	<p>「健康イノベーション教育プログラム」に当社から2名が参加しました。私たち産業界における人間としましては、学び直しといいますか、人材の育成では、本当に助かりました。2名からは「大変好評で、講師が一流であった。10ヶ月間であったが、6科目、健康の基礎からマーケティングまであって、非常に勉強になった。今後、食と健康の事業化に生かしたい」という報告書が出ております。ぜひこういう機会をもう一度設けていただきたいと思っています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ それから二つ目ですけども、静岡ブランド健康食レシピの開発、これは開発を広報はしてありますが、その広がりや定着がどうだったのかというところが大変興味のあるところです。</li> </ul>
<p>増田 (秀美) 委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回の資料を拝見して、本当にさまざまな戦略で、民間企業として、たくさん活用させていただきました。</li> <li>・ まず、種苗会社ですから、開発という面におきましては、「ソフトケールGABA」、葉物野菜では全国で初めて機能性表示を取りましたが、それに引き続いて、今年度も、二つの野菜とそれに対する加工品の研究開発が進んでおりまして、おそらく2022年には、取得できると思っています。</li> <li>・ それから、マーケティングに関しましては、東京駅のニコリーナで販売をさせていただいたりとか、これはただ販売させていただいただけではなくて、そのフィードバックをしっかりといただきまして、販売者の方との対面でのフィードバックをいただきました。</li> <li>・ それから一番最初に取りましたソフトケールGABA、これが今年度の食セレクションに認定されまして、「頂」のマークをいただきました。これによって、機能性表示食品というものと、それからおいしい野菜、静岡の野菜というものがイコールになったということを大変うれしく思いましたし、それから、頂というものを展開できるということも大変うれしく思いました。</li> <li>・ ただ、どのように頂ブランドと自社ブランドを融合させていたらいいのか。これが私たち民間のちょっと課題というか、疑問というか、わからない点なので、またその辺を教えてもらえたらと思っています。</li> <li>・ 先ほど他の委員から、拡大販売していくための物量が足りないということがありました。確かに、私たちが大量に生産していくのはどの企業でも難しいですが、そこで当社では、農業に知財ビジネスが必要であると考えております。農業では知財ビジネスが大変遅れていまして、私たちはケールの生産方法と収穫物に対して、ライセンスを取りましたが、これは守るためではなく、生産拡大のために必要だと思ったからです。種苗メーカーですから新しい野菜を生み出せて、それを拡大生産するためには生産者の協力が必要ですが、その生産の技術がわからないと、それぞれが一からになってしまう。そのため、私たちがちゃんと知財ビジネスにした状態で普及すると、広げるということにも農業の知財ビジネスを有効活用できます。工業会では当たり前である、この知財ビジネスの展開を農業界でも広げることができるよう、県の協力がいただけたらと改めて思っているところです。</li> <li>・ それから、私たちは健康経営もやってるのですが、やはり健康経営の中で、やはり野菜を取るってことはとても重要なことです。それを、社内でまとめるためには、やはりそういう健康経営に対する経産省の仕組みを活用することは、とても重要だと思いました。でも、通常は民間でなかなか</li> </ul>

	<p>7項目をクリアするのは大変なのですが、民間の保険会社でこれをクリアできる保険の仕組みがありました。このような形で、いろんな中小企業が健康経営をするためには、ある一定の仕組みとパッケージがあるとやりやすくなりますから、そのようなことも県として考えていただけたらと思います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ それから楽しく健康になるということがとても重要であると思ったときに、カゴメの「ベジチェック」というツールがあるのですが、野菜をたくさん食べるといつも高い数字が出て、とても楽しいと思ってます。このように、楽しみながら野菜をとって自分の体の中にどんなに野菜摂取があるのかとかを考えていくと野菜摂取、そしてイコール健康寿命1位をとるという目標に対して近づく手段だと思う。一般の消費者の方にも楽しめて、そしてそれを自分の中で管理できるような仕組みが、県の中でもあると研究開発から消費者のところまでつながりながら健康寿命1位の県になれると思っています。</li> </ul>
<p>宮地 委員</p>	<p>(時間の都合からチャットにて意見)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ お世話になった弊社の機能性表示食品であるトマトが現状2億円に増加(昨対220%)。2025年には20億円は堅いです。</li> <li>▪ 弊社はスタートアップですのでデジタルツインによる農業DXを推進しています。フードテックに関しましても弊社を御活用ください。</li> <li>▪ 事業のアウトプットを、もっとメディア活用で周知していただきたい。その為に、委員やメンバーにメディア参画はいかがでしょうか。</li> <li>▪ マーケットインの視点から、市場、JA、スーパーなども委員またはメンバーに参画はいかがでしょうか。</li> </ul>
<p>山田 委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ これだけのいろんな取り組みをフーズヘルスケアオープンイノベーションの中でまとめ上げるのは大変な尽力だと思って感心して聞いていました。</li> <li>▪ まず、コロナになってテクノロジーの進捗と医療系の進捗はものすごい勢いで進んでると思いますので、リビングラボも、ぜひもっと力を入れてやっていただきたいと思います。これからのことを思うと、健康診断が毎日できるような状態にも、すぐになるのではないかと、健康診断を行うところに行かなくても、そのようなことができるような状態になるのではないかと考える。コロナに伴う技術の進歩なので、ここのもっと力を入れることによって、何か静岡県も独自の取り組みができるのではないかと期待を持ってました。</li> <li>▪ あと2点申し上げます。</li> <li>▪ 私も他の委員と同じ意見ですが、やはり今の時代は、多様化の時代ですし、個の時代だと思います。その中で、静岡のものを外に売ることか、なかに売ることかということも非常に大きな議論です。企業としては、外に売った方が非常に収益性も上がるという面はあるんですけども、逆に県内でしか売ってないものっていうのを作るってということも、この多様化の時代の中では、非常に重要なブランドになりますし、それがガストロノミーツーリズム等々につながるということも、非常に期待できることと感じています。</li> <li>▪ それともう1点は、県としては、フーズ・ヘルスケア イノベーションを県内の健康長寿に、ぜひとも結びつけていただきたいと感じています。その中で、県内の健康長寿は、前のフーズサイエンスヒルズの取り組みを始めてから残念ながら下がってるのではないかと思います。昔は全国でも静岡</li> </ul>

	<p>は1位だったが、現在5位ということで、下がってるという危機感を持っています。そのため、もっと我々がやってる取り組みを県内の健康長寿の方に生かしていかなければいけないと思います。各事業の中では、やはり作る事とか、開発することってというのが一つの目標になっているところが多いと思いますが、最終消費者に届けるとか、そういったところの取り組みが欠けているというところがあります。届けてこそ、県内も健康長寿が上がっていくと思いますので、作ることやオープンイノベーションをすることが目的ならず商品を開発して県民に届け、県内の健康寿命が上昇していくということが、取り組みとしてこの中に、入ってくると非常に良いと思います。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>そのためにも県内の流通業者に仲間の中に入れてもらい、商品開発をもっと活性化していく。静岡県は、全国4位と食品企業数が多い県なので、サプリメントも含めて食品会社にも、もっと多くの企業に参画してもらうことが健康長寿のためには必要であると感じました。</li> </ul>
<p>増田 (正寿) 委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>私は、高齢者福祉を22年間、携わってきておりました、皆さんのように、食べ物とか商品に対して専門家ではないのですが、どちらかという高齢者福祉の文脈から超高齢社会を迎えて、大変な状況になってきてます。</li> <li>何が大変かっていうと、介護人材が全く足りなくて、そういった文脈からもやはりITを使って、生産性を向上させよう、そんな取り組みとともに高齢者の方々が健康寿命を延ばしていただき、未病、あとは介護予防もしていただくことによって、ヘルパー不足をクリアするというところでいろんな取り組みをしております。</li> <li>今回、我々が企画提案した内容が、資料1の15ページにも記載されておりますが、非常にいい結果も出始めております。ただ、今回この事業のなかで課題も見えてきておりました、ここの課題をクリアするようなことが、静岡県の方からまた支援いただければありがたいと思います。</li> <li>その一つのキーワードとなるのが、11ページにも書かれています「来年度以降に向けて」です。リビングラボの窓口が移管されたりとかコーディネーターが伴走していただくことによって我々民間が非常に事業化に近づいてくるということを非常に感じました。そんな支援をいただけるとありがたいと思います。</li> <li>他の委員からの指摘にあるように、データが蓄積し、データをマイニングして、AIに置き換えたりとか、そのような形で今後はこのサイエンティストとかSEが非常に重要になると思いますが、静岡県で採用しようと思っても、採用できないです。そのため、私どもは今、渋谷の方に事業所を構えているわけです。やはりそういう意味で先ほどから出てますブランド力を高めて、本当にシリコンバレーや渋谷のように、フーズサイエンスとか、ヘルスケア、ここの文脈は本当に静岡県が集積地というようなことをやりながら、若いベンチャーとか若い学生とかが静岡に集まっただけのような、そんな取り組みがこれからできたら素晴らしいということで話を伺いました。</li> </ul>
<p>岩城 委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>私からは、資料の5ページにあった先端産業創出プロジェクト間の連携ということについてです。</li> <li>フーズヘルスケアオープンイノベーション以外に、アグリオープンイノベーション、マリンオープンイノベーション、チャオープンイノベーション</li> </ul>

	<p>といろんなプラットフォームがありますが、その関係構築がすでに進んでいます。そこで、さらにその先、各支援機関でフォーラムを持っており、フーズヘルスケアで1500の会員がいるので今度は重複する企業もいらっしやると思いますが、その会員同士も交流してもっとオープンイノベーションが盛んになるような仕組みもつくってはどうかと感じております。県で音頭をとって進めていただけると大変ありがたいと感じております。</p>
<p>渡邊委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当機構は、県の産業支援機関ということで、海洋関連産業と海洋の環境保全、この2つの柱で新しい価値を創造するという旗印のもとで仕事をしております。</li> <li>・ そうした立場から、三つほど申し上げます。</li> <li>・ 一つは、資料の4枚目にカレー商品の開発などで話もありました。私どものプロジェクトの中でも、製品化について、プロダクトアウトの話がよく出てきますが、商品そのものを客観的に見ると、ほかにも、類似の商品が多々あって、その商品に手を伸ばしていただくための工夫、味はどのようなか、コスト的にどのようなかとか、別の観点が必要だなということを常々感じております。そういう観点につきましても、ざっくり言ってしまえば、マーケティングあるいはマーケットインということになるのかもしれませんが、そういったところの取り組みにつきましても、フーズの知見などもお借りしながら取り組んでいきたいと思っております。</li> <li>・ それからフードテックの話がありました。私どもでは、海洋関連産業といいたが、水生生物だけではなく、それを加工するための技術あるいは水中を見に行くためのドローン技術等々についても取り組んでおります。そして、そうした知見に関しては、残念ながら静岡県内だけというよりは、県外あるいは海外において進んだ知見がありますので、そういったものを静岡という場に持ち込んで、地元の企業と連携をした新しいものづくりをしていく。こういった取り組みもしているところです。このフードの世界の中でも、新しい技術、優れた技術を持っていらっしゃる方々について、県内に限らず幅広く声かけをして静岡の地に引っ張り込む、そこで生まれた価値を全国、全世界に届けていく取り組みをしていきたいと考えておまして、今後、新しい取り組みをされるという記載がございましたので、ぜひご一緒できればというのが、二つ目です。</li> <li>・ 最後に三つ目です。魚に関してはいろいろと切り口がございますけれども、タンパク質の価値ということから、肉食よりも魚の方が云々という形の評価が出てきて、そんな中でそれをどう食べやすくするという取り組みもあります。一方で食生活の中で魚はなかなか食べられないよってという話もあります。それをトータルで考えたときに、通常の食の合間に小腹が空いた時に食べるという観点での「おやつ」という仕組み。また、介護の現場の話を伺ったときに、やっぱり高齢者になると食が細くなっていて、本来とるべき栄養量が十分とれない。それを食事の間のおやつという形で取り組むという取り組みも大事なことだという話がありました。通常の食のメニューの中だけではなくて、おやつという食習慣が、栄養価を維持するのに非常に重要であるということを感じております。その取りこみやすい形である「おやつ」という形の中に、地元の食材の有用成分を生かしていく取り組みというプラットフォームが一つあって、そこにいろんな方々が関わってくる取り組みができると、素晴らしいと思っています。熊</li> </ul>

	<p>本県の取り組みですが、熊本の地元のブランド食材の有用なものを、お菓子という形に変えて全国にデリバリーする取り組みをしている事例がありますので、そういったことにつきましても一緒にできればいいなと思っていますところでは。</p>
--	---

#### 4 閉会