

令和2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

日時：令和3年3月29日（月）午後3時30分～午後5時

会場：オンライン

1 開会

2 挨拶

静岡県 経済産業部部長 天野朗彦

3 事務局説明

令和2年度プロジェクトの進捗状況について

4 意見交換

(委員の主な意見)

- ・ それぞれの取組が個別に行われているように見える。プロジェクト全体として相互の学習や共通のリソースをうまく活用するといったように、「きわめる」から「ひろめる」までがどう連動しているのか、有機的な連関が見えてくるといい。
- ・ 「プラットフォーム」としては道半ばの印象。共通で使えるようなプラットフォームが、スケールアップする形でできあがってくるといい。
- ・ ヘルスケアの展開では「食べる」人の側の問題が重要。良い物を作って届けるところまではできるが、それを誰が購入してどう活かすかという、風下のところをいかに膨らますかが重要。健康食を地域で、お弁当やレストランで提供し食べてもらい、フィードバックが帰ってくる。この点がリビングラボでは重要で、この情報を拾い集めることで循環が生まれる。
- ・ 地域の様々な食材を地域の方々が購入し摂取していただくことで、循環が生まれると実感している。
- ・ 県立大では管理栄養士を毎年25名ずつ養成しており、そのうち4割ほどが大学院に進学して、大変力をつけている。エビデンスを理解し、消費者へ届ける専門家が増えてきており、そういった人材を活用する必要があると思う。地域の健康ステーションなどの取組をしていると、「何をたべるのか」「どのように食べるのか」に非常に関心が高いことがわかる。必要な情報をきちんと伝えられる人材の育成・活用が必要である。
- ・ 栄養の専門職は、高齢者の施設、病院、行政にいる。健康福祉部も含め横串を刺す展開をしていけばもっともっと広がる。
- ・ 最終的に作られた製品がどれだけ消費者に伝わるかが重要。つまり露出度をいかに上げていくかが重要。
- ・ コロナで在宅の仕事が多く、積極的にそのようなところへアピールできる仕組みが必要。
- ・ SNSを活用した新商品のPRをしていかないといけない。
- ・ テレビのコマーシャルはインパクトがあるが、そこまでやるにはコストがかかる。SNSをうまく活用しながら、一度使った人がそれを広めていってくれることも可能であり、そういった仕組みを検討するとよい。
- ・ 静岡県の外に成果をアピールしていくことが重要である。
- ・ 静岡県は、近隣の県から見てイメージがよいというアドバンテージを持っている。大きなマーケットである東京・関東圏に対して、静岡ブランドをどうアピールできるかが重要。
- ・ SNSの活用や、ショップを関東圏で展開し、「静岡の地産地消によってできた高付加価値の健康食品が信頼に値する」というイメージを作り出す展開が今後必要だと思う。
- ・ 成果指標の健康寿命1位を達成し、県のイメージとして健康県というブランドを確立すると、おのずと静岡

県で作られたものに対するブランド力が増してくることが期待できる。食育も含めた多くの県民への指導の積み重ねで、健康寿命1位を達成することが大事になると思う。

- ・ 戦略3リビングラボに注目している。データがクラウド上に集約されると県版の Society5.0 ができあがると思う。
- ・ 現在ほどの程度データが集まっているのか。人間ドックに繋がれると良いと思う。
- ・ 「健康の見える化」に地域の方が関心を持つようになった。ウェアラブル端末を使って見えないデータがとれるようになり、一番関心を持たれるのは「睡眠の質」である。ウェアラブル端末を使ってストレスと関係があることが分かった。多くの人に参加することによって、気がつかない情報が蓄積していることがわかる。
- ・ ウェアラブル端末でとれる活動量等は、精神活動と密着している。実証研究をしてエビデンスを取ることは難しい。24時間のデータをとり続けることで、被験者がどのような状態におかれているのかということがわかる。これがデータをとり続けることの意味であると最近分かった。すなわち、たくさんデータをとることが重要ではなくて、質の良い情報をとる、チャンピオンデータを丁寧に拾っていくところから広がりが生まれる。
- ・ 現在は、丹念に取得できる情報を組合わせていこうとしている。一番取得が難しいのは、情報量が多い「食べ方」の情報である。今後1年かけて、「食べ方」の情報を集めることができるアプリを開発していきたい。
- ・ 健康寿命1位にするためにできることは、「予防医学」のみ。「栄養・運動・休養」という3点セットが重要であり、それを支えるのは、全て「食」である。「運動」に関してどのような活動をしているかは、今回のプロジェクトの取組の中で見えてこなかった。
- ・ コロナの変異株のまん延など、予測ができない情勢の中で、防御としてできることは身体の内側からの健康である「栄養・運動・休養」を適切に行うことであり、全て「食」に関わっている。
- ・ 「フレイル」は高齢者に限ったものではなく、栄養バランスが悪いことが一番の起点となる。子どもや妊婦の栄養不足など「社会的フレイル」など、高齢者だけでなく、若い人にも関わるため、取組の中で「フレイル」をもっと取上げて良いのではないか。
- ・ 一般の人たちに対するコンシェルジュのような知識を持っている管理栄養士は重要なキーパーソンである。
- ・ 食による予防医学の中で、機能性食品は一つのゴールであるが、その中間の段階で、機能性を持たせる食材、機能性惣菜、機能性弁当が出始めている。機能性おやつなどの間食・補食は、トータルのカロリーを分散させるという意味で重要であると証明されてきている。
- ・ おやつの中かで最高峰のものが機能性表示食品のおやつであるが、その途中の段階である「ウェルネスおやつ」をどんどん開発すると思う。県としても「食による予防医学」に取組んでほしい。
- ・ バイオ戦略2020の基盤的施策で、パーソナルヘルスレコードの活用、大規模健康人コホートバイオバンクの構築を目指し疾患別のコホートもそれと繋げていくこと、全ゲノム解析を取入れること、これらを各省庁が取組んでいくということが、基盤的施策の中かで打ち出されている。
- ・ 「個別化」というキーワードが重要である。個別化ヘルスケアの中では、個人の情報に加え、食品側の情報も加えたものが、個別化ヘルスケアになる。その基盤として、ゲノムデータの基盤の基礎を東北メディカルメガバンクの計画に乗せることとなっている。
- ・ 大学院大学で取組むデータヘルスの推進について、データを一つの県で集めるのか、全国ネットの連携に入れていくのか、最初に検討する必要がある。県内のクローズドなデータにするのか、県外のオープンデータと連携するのか、どのようにするのかは、データの取り方が異なってくるため、早い時期に決めないといけない。是非、大きなコホートの中で活用できるようなデータ取りをして、静岡のデータを全国的に活かしてもらいたい。個別化ヘルスケアの中で必要な両方の要素（個人データ、食品側情報）をもっているので、データマネジメントポリシーを定めて、戦略的にデータを取ってもらいたい。
- ・ 弘前 COI はクローズドにしながら、1社1社の個者対応にして新しい食品を開発していくというような流

れ。一方、東北メディカルメガバンクは、オープンデータでコホートの100万人計画を進めていこうとしている。

- ・ 機能性表示食品の開発と科学的データベースの構築を行っており、工技研・農技研・AOI等と連携し、地域の食品関連企業と一緒に、機能性表示食品の開発を行ってきた。これまで約60商品の届出を完了した。売上も順調に伸びている。
- ・ この成果には、他の県に類を見ない、助成制度が功を奏したと感じている。今後も、助成制度の継続が必要だと考えている。
- ・ 今後は、新しい機能性表示食品、例えば「フレイル」、「免疫」に関する機能性表示食品、の開発が必要になる。新たな機能性素材の開発も同時に必要になると思う。さらに、機能性表示食品の摂取による健康維持への寄与に関する研究的なアプローチが重要となる。
- ・ コロナ禍の1年間で食品のマーケットと消費者のニーズが大きく変化した。一つは、在宅・休校等により業務用の商品が売れず、家庭用が売れたこと。家庭用の中でも、当初は即食性の簡便なインスタントラーメン・パックご飯・レトルト食品がよく売れた。時間がたつと、意外にも調味料・香辛料といった、素材そのものが売れるようになってきた。これは、家族で時間をかけてゆっくり楽しみながら料理し、おいしいもの・健康に良いものを食べるようになってきたということ。
- ・ この流れは、これからも続いていく。そういった意味で、新製品の開発や販路の開拓、情報の発信など、もう一度コロナを見据えて見直す必要があると感じた。
- ・ 平成30年に、県立大・AOI-PARCの力をかりて、葉物野菜で初めて機能性表示食品を取得した。ひとつの事業を生み出したらそれを広げていくことが民間のやるべきことである。
- ・ プロジェクトの成果としていろいろな発信物があるなかで、それを形にしていくことが必要である。
- ・ 機能性表示等の成果を生んだ場合、それらを共有したり相互学習ができるような体制をとるということが、民間企業の責務だと思う。
- ・ 県の補助金を活用して、JA三島・函南管内で、ソフトケールの実証試験を行った。AOI-PARCの力を借りてデータ取りや、土壌の違いによる生育の違いなど、データの解析を進めていき、県内・全国へ拡大できるように試験を行っている。
- ・ 生産者・農協だけではどうにもならない問題が、県の力を借りて取り組めるようになる。
- ・ 今後、新しい野菜の機能性食品を3つ取ろうと思っている。サプリメントで狙った栄養を補給するように、生鮮食品で選べるような時代がきたらいいと思う。
- ・ 補食のためには、生産量がないとどうにもならない。生産量を上げるための県の取組は大変重要だと思う。
- ・ 機能性表示食品を個々にとることも重要だが、それらが一つの商品となると大きな成果となると思う。
- ・ 機能性を取るときのデータ取りは非常にお金がかかる。機能性を取ることとデータをとることは連動しており、今後も県の支援が必要となる。
- ・ スタートアップ企業は、ヒト・モノ・カネの工面が大変である。機能性のダブル表示を取るとき、時間と費用がかかるが、財団の助成事業が非常に役立つと思う。これらの支援制度は、商品が世にでるにはいい加速装置であるので、維持・拡充できればいいと思う。
- ・ 今後、ハピトマやケール、パプリカなどを、メディシェフだけではなく県内のいろいろな企業に働き掛けて、6次産業化的に加工品を作るだとか、全部の野菜・果物を混ぜたミックスジュースを作って静岡県のプライベートブランド商品にしていくだとかして、それをスーパーに働き掛けたり、いろいろな企業がパッケージで逆プレゼンをしてもらい商品化していき、全国に展開するなど、「サービス」自体を全国に広げていくといったことができれば、静岡県としても実施していく意義があるのではないかと思う。
- ・ トマトの機能性を取った後、20億円分くらいの注文があるが、現状1億円分くらいの生産能力しかない。この2年でトマトを作る生産農家を20倍に増やしていく計画がある。全国へ広げていく中で、「静岡県の

機能性表示としてとったサービスである」ということを付加価値としてPRしていきたいと思う。

- ・ 戦略2と戦略4が独立した戦略ではなく、組み合わせると良くなってくると思う。各戦略が単発で終わらずに、連動し有機的に活動できるとなおいと思う。
- ・ 戦略3 健康データのクラウド化は様々な企業や自治体が取組んでいる。健康素材をあつかっているメーカーがどうやって活用していくかが今後の大きな課題となる。
- ・ ドラッグストア業界は大きな企業が規模の経済で市場を占めており、中小がどのように生き残っていくかを模索している業界である。東北の薬王堂というドラッグストアはまさに戦略3を実践している。薬王堂のドラッグストアに来た客の健康データを取得し、ポイントがたまることで、住民から薬王堂に対するエンゲージメントが高まっていくという、独自の差別化戦略をとっている。
- ・ 戦略3もゆくゆくは住民の「静岡県」に対するエンゲージメントが促進されることによって、県民の健康意識が高まって、産業界にも影響して、健康長寿に結びついていくと、活用できる場面が増えると思う。
- ・ こういったことを実施しているということをもっと県民にアピールした方がいいと思う。
- ・ AOIプロジェクトもフーズ・ヘルスケアオープンイノベーションプロジェクトと共に、機能性表示食品等で企業の支援を行っている。
- ・ 支援した成果をそのまま終わらせないよう、支援機関として情報発信や販路拡大などに重点をシフトしていくことが必要となる。
- ・ 県庁や様々な支援機関が連携して取組を広げていければと思う。
- ・ 静岡県は、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・マリンオープンイノベーションプロジェクトやファルマバレー、フォトンバレーなど、様々な研究を進めており、これらが連携していき関連企業や研究機関が集積されることに期待する。
- ・ 我々の対象としている企業は、県内4万社の従業員20人以下の小規模企業である。それらの企業が経営革新に取り組んでおり、現状の経営に新しいアイデアを組み入れて、新しい事業展開を考えている。よって、小規模企業が、これら研究機関に参画できる機会が欲しい。
- ・ 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においては、コロナ禍で「食」が見直されている現状があるので、食の栄養成分を研究し、機能性食品が開発され、最終的にそれらがまとまって商品化されるといいと思う。
- ・ 各戦略の連関の必要性を感じている。各プロジェクトが販路開拓や発信まで有機的に繋がっていくことが大切であり、製品開発からその後のフォローまでの支援を中期的に考えてもらえればと思う。
- ・ 県の「食の都プロジェクト」等、発信の取組をしているので、それらと繋げて、最終的にビジネスにつながっていければと思う。
- ・ 静岡商工会議所も産学連携で様々な取組を行っているが、先生方は素晴らしい研究をしている一方、最終的に事業化できない、商品化してもモノが売れない、ということが多くある。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ではその点がフォローできていると思うので、さらに強く押し進めていって欲しい。
- ・ 産学連携で取組んだ研究成果で棚上げになってしまっているものがあり、もう一度棚卸しして、このプロジェクトで実施できたらと思う。例えば、静岡発のポンカンである「太田ポンカン」について、皮のなかにノビレチンとβクリプトサンチンという2つの機能があり、ぜひこれを活用してもらえればと思う。
- ・ 良い商品が開発され、販路開拓や販路支援を引続き積極的に実施してもらえたらと思う。

4 閉会