

会員紹介

産・学連携から うまれた

「鹿児島県の新しい黒」

日本有機株式会社 『薩摩黒鴨』



豊かな自然に恵まれた曾於市末吉町に、日本有機株式会社が手掛ける『薩摩黒鴨』の飼育場がある。薩摩黒鴨は、鹿児島大学農学部が五年半もの歳月をかけ、中国在来種を育種選抜して誕生させた新種の鴨で、平成八年に同社が技術移転を受けた。以来、産学官の密接な連携のもと試行錯誤を重ね、全国でも前例の無い孵化から飼育・処理・加工・商品化までを一貫して行うシステムを築き上げた。【6次産業化】

安全な自然素材のみをエサに、クラシック音楽を聴きながら無薬でのびのびと育つ鴨は上質な脂肪分を蓄え、繊細で奥深い旨味を持つ。プロの料理人からも高い評価を得てきたが、二羽から取れる肉の量がやや少ないことから、二年前、大型化を目指して産学による（鹿児島大学との）更なる新種の研究開発がスタートした。イギリスの大型種と薩摩鴨との交配を繰り返して、このほど三



◀日本有機株式会社
代表取締役 野口愛子氏



東京生まれの東京育ち。昭和55年、社長就任。環境保全・循環型社会の実現を目指し、有機肥料の製造販売に止まらない様々な事業を展開。海外への輸出、研修視察や地元の小学生への講話まで、精力的な活動を続ける。

代目が誕生したばかりの『薩摩黒鴨』

である。首元以外を優美な黒色の羽に覆われた大振りの体躯には、無限の可能性を秘める。やわらかな肉質と美味しさはそのままだに、αリノレン酸やDHAが薩摩黒鴨の二・五倍も含まれていることが分かったのだ。これらはオメガ3脂肪酸と呼ばれ、血中の中性脂肪やコレステロールの数値を下げる働きが注目されている成分。同社の代表取締役・野口愛子氏も、薩摩黒鴨の機能性食品としての将来に期待を寄せる。「鹿児島県の黒の文化に、花大きく咲かせたいですね」。すでに、レトルトのカレーや燻製などの商品開発も進めている。

同社の企業理念は『薩摩の農文化を世界へ』。地域に根ざし、豊かな環境を守りながら、より多くの人々の健康に貢献したい。そんな思いを乗せて、鹿児島県の新たな特産品『薩摩黒鴨が世界へと羽ばたく日は近い』。



▶屋久島のとある場所にて採取した原石の形を生かした『茄子彫吉祥硯』。筆置きも同材。



幻の石に魅せられた 職人が彫り上げる 黒硯に宿る用と美。

屋久島天然硯 秀命堂

『硯材は薩州屋久島石を第一とすべし』。江戸時代の文獻にそう謳われながら、あまりの稀少性から廃絶していた幻の石に惚れ込み、自然の造形を生かした天然硯として現代に蘇らせたのが、秀命堂の北山秀明氏だ。

屋久島石は海中にある水成岩。地上の石のように風化するのではなく、波に幾度となく洗われて最も硬い質の良い部分だけが残る。火山島である屋久島において六千万年

の間、火山熱による変性を免れてきただけでも奇跡的だが、硯になり得るのはさらにその「握り」。「石を見極められるようになるまでに、十年かかりました」。見た瞬間インスピレーションが湧くような原石に出会えると、飛び上がるほど嬉しい。漆黒の肌に映える錆の紋様や侵食跡の凹凸など、一つとして同



◀屋久島天然硯 秀命堂
代表 北山秀明氏

郷土史に触れたことをきっかけに屋久島硯を研究、自らが職人となって13年。鹿児島市田上に営業所、五ヶ別府町に工房を構える。月の半分を製作に充て、残りの半分は販売のために全国を飛び回っている。

じものがない特長を引き出せるよう、すべて手作業で彫り進めていく。表面に鋒鉞（ほうびょう）。刃物の切っ先の意）と呼ばれる石英などの粒子を程よく残しつつ、きめ細やかに仕上げる研磨作業は、職人の一番の腕の見せ所だ。良い硯で磨った墨は速やかに下り、色濃くよく伸びる。使えばすぐに違いが分かる実用性の高さと、硯と読んで字のごとく見て楽しめる美しさを兼ね備えた本物を作り続けること。それが、屋久島石の魅力を作り手の魂とともに伝える『創作工芸』として、古の名硯を復興させた者の責任と考えている。

ネット万能の時代だが、作品から発散されるエネルギーを直に感じてもらうため、全国の百貨店やギャラリーに出向いての販売にこだわる。長年の愛好家も多く、使い込んだ後のメンテナンスまで真摯に請け負う。二面一面に秀命堂の銘を打ち、大切に手渡される特別な硯は、確実に後世へと遺っていくはずだ。

MICE（マ이스）ビジネスを 活用した新ビジネスが活発化

M (Meeting)・I (Incentive Travel)・C (Convention)・E (Exhibition/Event)とは、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントの総称である。

現在、首都圏をはじめ各都市では、2020年に向け、新しいビルの建設・オープンが続き、商業施設をはじめ、ホールやカンファレンスセンター（国際会議に対応した会議室・多目的ホール・ホテルを備えた複合施設）が入り、イベントや国際会議を誘致する動きが活発化している。

MICEは企業・産業活動や研究・学会活動等と関連するところが多いが、「人が集まる」という直接的な効果による観光面での付加価値、相乗効果が生み出されるという利点がある。

そこで、各企業がMICEにどう関わっていくか、または関わるべきなのかを考えてみたいと思う。

先日、オープンした「虎ノ門ヒルズ」は、大型多目的なホール、マルチメディア対応のハード整備に加え、ケータリングサービスや宿泊施設、LAN設備やWi-Fi環境等のITインフラを備えている。それにより大型展示会や物産展、商品発表や学会など国際的イベントの誘致にもつながるストーリーができてくる。交通網においても、2020年の東京五輪開催時にはメインスタジアムと選手村を結ぶ新しい道路の開発も進み、今までオフィスタウンであった虎ノ門界隈は今後商業的にも進化していくことだろう。

また、展示会場の規模だけではなく交通アクセスや時間的なメリットも考えるとMICEによるコンパクトな機能は有効な取組と言えることから、都市型のMICEに取り組む施設の動きに加え、地方においても国内外から誘致しようとする動きが始まっている。例えば、本県の「鹿児島中央駅西口地区開発」、長崎の3万㎡規模の「長崎MICEセンター」の計画などである。

このMICEによる具体的な効果は、これまで百貨店等の商業施設で物産展を開催してきたが、イベントや会議体を中心とした催し物において地域をPRし、その土地の歴史や特性を活かした特産品に光を当て販売に結び付けていくことにある。これにより参加者はもちろん主催者、スタッフ等が地域とコミュニケーションをとることでネットワークが広がり、新たな集客方法として活用できる点にもある。

さらにはこのようなMICE事業は大型かつ長期の準備期間を要することから、商品開発や販路対策など計画的な取り組みも可能になる。また、首都圏で

は東京五輪に向け、交通環境や多国語表示、多民族対応の料理が流通するなどグローバル化が進み、大型会議などもこれに連動するように大きく変化し、特産品の価値の伝え方や販路などについても新たな視点で取り組むことが求められてくるでしょう。

（東京駐在 木口）

Meeting

企業等のミーティング等。

例：海外投資家向けの金融セミナー
グループ企業の役員会議 等

Incentive(Travel)

企業が従業員やその代理店等の表彰や研修などの目的で実施する旅行のこと。企業報奨・研修旅行とも呼ばれる。

例：営業成績の優秀者に対し、本社役員によるレセプション、表彰式等を行う。

Convention

国際団体、学会、協会が主催する総会、学術会議 等。

例：IMF・世銀総会、国際幹細胞会議、APEC貿易担当大臣会合 等

Exhibition/Event

文化・スポーツイベント、展示会・見本市。

例：オリンピック、東京国際映画祭、東京モーターショー、国際宝飾展 等