

# 北海道の強みを活かした食の高付加価値化を



大橋 裕二 (おおはし ゆうじ)

(株)日本政策投資銀行業務企画部課長

1968年雨竜町生まれ。91年北海道東北開発公庫入庫。2001年日本政策投資銀行プロジェクトファイナンス部調査役、03年(株)産業再生機構出向、05年日本政策投資銀行事業再生部調査役、07年同行北海道支店企画調査課長、北海道大学大学院非常勤講師、10年5月より現職。北海道経済、観光、食に関する講演、執筆多数。主なレポートに「「儲かる経営」を目指して—これからのホテル・旅館の経営戦略—」、「北海道が創る食の未来」、「190万都市、札幌市の人口構造にみる課題」（いずれも同行より発表）等がある。

## カップアイスでわかること

夏、自宅で子どもとカップアイスを食べた。近所のスーパーで買ったこのアイスのふたには「北海道産乳原料使用」と大きく書かれていた。アイスを食べつつ、カップ側面の小さな表示をみた。この製品の販売者は東京の大手メーカーであり、製造は静岡の別の会社であった。乳原料は北海道産であるが、道内で製造されたものではない。消費者としては安くておいしければどこで作られてもよいのだろうが、もしこのアイスが北海道で製造されるのならば、道内に生産額や雇用の増加といった経済効果とともに、物流コスト、ひいては環境への負荷の低減をも期待できるだろう。ちなみに全国の「アイスクリーム」出荷額のうち北海道のシェアはわずか1.8%<sup>※1</sup>だ。北海道の人口は全国の4.3%であるので、道民が全国平均並に「アイスクリーム」を消費すると考えれば、統計上は道内での生産分は道内需要の半分も満たしていないことになる。

この「アイスクリーム」のように北海道が主な原料の生産地でありながら、それを製造・加工する過程、すなわち付加価値を増加させる過程を道外に譲っている食品は少なくない。例えば小豆の収穫量は北海道が全国の8割前後を占めるが、統計でみる北海道の「あん類」の出荷額は全国の8%に過ぎない。他にもある。スーパーで乾麺等のコーナーをみて、北海道が日本一の小麦・そばの産地であることを感じさせられることはまずないだろう。実際、統計の「和風めん」の北海道の出荷額シェアは全国の3%もないのだ。さらに例は尽きない。北海道は新潟と1、2を争う米どころであるが、「米菓」の出荷額は新潟が全国の半分を担うのに対して北海道は1%に満たない。飲み物も弱い。全国一水資源に恵まれる北海道の「ミネラルウォーター」の出荷額は、全国のわずか3%である。

そばなどは輸入原料との競合も大きいのであるが、これは他県も同じことである。産地としての強みを活かして、輸入原料も使い分けながら産業が成立しているかも重要だ。例えば、そばの産地として名高い長野

※1 「アイスクリーム」等の出荷額のシェアは、経済産業省平成20年工業統計表「品目編」による。

県は「和風めん」の出荷額が北海道の約2倍もある。実は長野県のそばの作付面積は北海道の5分の1以下であるにもかかわらず、なのだ。このように北海道は食料供給基地としての強みを活かしきれず、付加価値を大きく取りこぼしている。これまで北海道は食のバリュー・チェーン<sup>※2</sup>を意識して、北海道全体として食の垂直統合を進めていくという視点が欠けていたのではないだろうか。

### 静岡のお茶クラスターに学ぶ

表1の農林水産業、表2の製造業（食料品）の県内総生産の順位をご覧ください。北海道の基幹産業である農林水産業の総生産は全国一であり、しかもこの10年の推移をみても他県の低迷と比べて健闘していることがわかるだろう。その一方、製造業（食料品）をみると静岡、京都の躍進が目立つが、北海道はずいぶん低迷している。

ここでは静岡を例に考えてみたい。全国の茶栽培面積の4割を有する静岡は、「緑茶（仕上茶）」の出荷額で全国の6割、そして近年市場が伸びている「茶系飲料」についても全国の1/3のシェアを持つ。つまり単にお茶を栽培するだけでなく、当然のようにそれを加工し、製品とするプロセスが県内にある。また面白いことに静岡は「紅茶（仕上茶）」の出荷額でも全国の8割弱を占める。実は全国の紅茶の輸入数量の6割は清水港に入るのだ。さらに近年は産学連携によるお茶を原料とする機能性食品の開発も盛んだそうだ。このように静岡ではその強みである「お茶」を核とする強固なクラスターが当然のように形成されている。茶葉という原料の生産だけでなく、飲料という最終形ま

表1 県内総生産（名目）「農林水産業」5年前、10年前との比較  
(百万円)

平成18年 順位	都道府県	平成18年	平成13年	平成8年	a/c
		a	b	c	
1	北海道	705,580	695,446	758,173	93.1%
2	千葉県	257,992	266,246	336,248	76.7%
3	茨城県	245,969	249,828	316,596	77.7%

表2 県内総生産（名目）「製造業（食料品）」5年前、10年前との比較  
(百万円)

平成18年 順位	都道府県	平成18年	平成13年	平成8年	a/c
		a	b	c	
1	静岡県	1,058,225	908,760	643,911	164.3%
2	京都府	982,367	499,638	513,659	191.2%
3	兵庫県	717,951	790,374	781,741	91.8%
12	北海道	495,887	657,162	636,106	78.0%

(内閣府 県民経済計算)

※2 バリュー・チェーン (value chain)  
価値連鎖。原材料の調達から製品・サービスが顧客にとどくまでの企業活動を価値の連鎖ととらえる考え方。

でのバリューチェーンをしっかりと押さえている。

一方の北海道は、数多くの種類の農水畜産物を日本一生産し、全国、そして一部は海外にも売り渡しているのであるが、足元では多くの乳原料を使用する「アイスクリーム」でさえ自給できていない。もちろん北海道は「バター」などの乳製品では国内でも圧倒的なシェアを有するが、「アイスクリーム」と「バター」ではどちらがもうかるか考えてみてほしい。利益率の低い「バター」ばかりでは割に合わないだろう。

### もっと食料供給基地としての強みを活かす

北海道は食料自給率200%を誇る。しかしそれを道外に向かって自慢するのはよいが、道内では喜んでばかりはいられない。下図は家計の実収入と食料支出の推移である。収入が伸び悩む中、食費も削られる対象なのだ。そもそも高齢化、人口減少で食が細る一方の日本で食でもうけようというのは容易ではない。食品の製造・加工過程において道外に譲っていた付加価値を道内に取り込むこと、この地域間競争に負けない努力をしなければ、せつかくの200%がもったいない。

「食クラスター」推進を標ぼうする北海道は、足元の豊富な食材から何を作りどう売ればより高い付加価値を追求できるのか、戦略的に考える必要がある。しかしそれは何か特別なものを作るというより、まずは食料供給基地としての強みを活かしていない食品を探し、それをできるだけ道内で製造・加工することを考えるのがよいだろう。幸い、北海道はおいしい食の宝庫として国内外に強固なブランド力を有することも大きな強みだ。北海道が本気になれば、他の地域に負けるはずがない。

図 1 世帯当たり1か月間の実収入と食料の支出の推移  
(年平均・2人以上の世帯のうち勤労者世帯)

