

# 地方創生 レポート

REGIONAL REVITALIZATION

## 薬用植物栽培による地方創生への取組み(その4) ～薬膳関連商品の開発～

本レポートは、2013年4月から三重県と共に取り組んできた薬用植物栽培について、『MIE TOPICS:No.95(2019.1)』、『三十三トピックス:No.100(2020.4)、No.104(2021.4)』の続報として纏めたものです。薬用植物栽培をキーワードに、地域の活性化実現に向けて取り組んだ商品開発事例をレポートすることで、地域金融機関の地方創生の在り方を討究します。

キーワード：薬膳スープ、薬膳茶、薬膳菓子、薬用植物、産地化、地方創生、地域金融機関

### 1. 取組みの概要

薬用植物栽培の取組みを通して、地域の魅力創出をプロモートすべく思考を巡らすなかで、常に念頭に置く基軸は、①地域資源の有効活用、②自然環境の保全、③地域全体の収入機会増加です。一つ目の地域資源の有効活用に関し、地理的に様々な薬用植物が生息していること、歴史的に多くの本草学者の輩出やお伊勢参りのお土産品として丸薬“萬金丹”が親しまれ全国に広がったことが挙げられます。また、研究・学問的視点では、東洋医学研究所・薬学科を有する学校法人鈴鹿医療科学大学や一般社団法人日本薬膳学会の知見が得られます。更に、加工に関して、医薬品製造業・医薬品製造販売業免許を保有し地元深く根を張る“地域未来牽引企業”株式会社九鬼産業の協力が得られます。二つ目の自然環境の保全に関し、国土の7割を占める中山間地は、人口密度が低く、近年では深刻な獣類による被害を受けています。フェンス設置などの対策費用増加や生産者の栽培意欲低下が課題となるなか、その解決策の一つとして獣害に耐え得る薬用植物栽培を拡大することで土地の荒廃を防止します。三つ目の地域全体の収入機会増加に関し、団塊世代の後期高齢者突入など超高齢化が進行するなか、健康寿命の延伸に向けた取組みが重要テーマです。医薬品原料となる薬用植物の栽培・加工・販売や健康食品・薬湯・薬膳料理など地域の名産に成り得る商品の開発・販売に関する株式会社三十三総研(旧、株式会社三重銀総研)のノウハウや株式会社三十三銀行のネットワークを活用することで、収入の増加・雇用機会の拡大を図り地域全体の活性化に繋がります。

### 2. 商品開発実績

三十三総研の取組みは、2013年4月の薬用植物栽培の可能性調査に始まり、薬用植物の産地化、医薬品原料の製造販売、商品開発へと拡大し9年が経過します。その間の商品開発に関わった実績は、有限会社湯元榊原館の「鍼灸・薬膳宿泊プラン」(2017年)、マル信緑香園の「薬膳茶」(2018年)を始め、複数の事業者が「薬膳クッキー」、「薬膳ゼリー」、「薬膳プリン」(2019)、「パイヤ茶」(2020)などを商品化しています。

### 3. 薬膳スープの開発、発売開始

2022年2月22日、株式会社ディーグリーン(本社：北牟婁郡紀北町、社長：東城)は、新商品として、薬膳スープ「薬膳チキンブイヨン」の発売を開始しました。

#### (1) 経緯

事業内容は、HP制作、WEBシステム開発ですが、新規事業として2014年7月より地元紀北町周辺の魚を離乳食用に加工してネット上で全国に販売する事業(モグック:mogcook)を開始、「33FGビジネスプランコンテスト2018」で準グランプリを獲得しました。三十三総研と同社の出会いは、この時に遡ります。三十三フィナンシャルグループは、地方創生を目的にビジネスプランコンテストを主催、受賞者特典の一つとして、事業実現に向けたコンサルティングを実施しています。

#### (2) モグックについて

主要顧客は、健康意識の高い子育て中の家庭、対象は離乳時期の乳幼児です。事業開始のきっかけは、同社が東京の知人から寄せられた安全・安心な離乳食を我が子に食べさせてあげたいとの要望

に應えることから始まりました。また、所在地である紀北町は高齢化と人口減少が進行しており、働く場の提供が喫緊の課題であることから、地元で獲れた魚を地元で加工し、全国にネット販売するビジネスモデルが考案されたのです。具体的には、水揚げされた旬の魚を骨抜き作業後、スチーム加熱（離乳時期の乳幼児の成長に必要な栄養素を安全かつ確実に摂取できる）し販売しています。

### (3) 課題

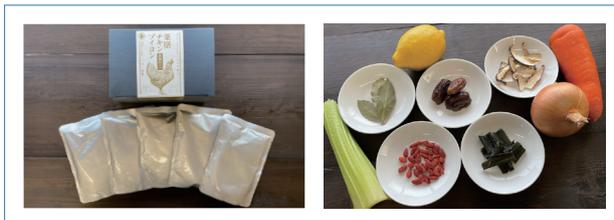
モグックは、事業開始以来、「安全・安心な食事を我が子に摂らせたい」という顧客のご要望を捉え着実に成長しております。しかし、離乳時期という特定の期間を対象とした商品である上に、近年の少子化の影響もあって、将来的に成長が頭打ちになることは明白です。それを踏まえ、幼児用商品の開発など事業拡大に向けた取組みに着手しているものの根本的な解決には至っていません。筆者は、同社東社長よりその点に関する懸念を聞き、顧客層拡大をテーマに支援することで合意に至りました。

### (4) 支援内容と経過

対象顧客を選定するに当たり、既存顧客のリピート率(70%)がECサイト日用品・生活用品業界リピート率(50%程度)と比較して大幅に上回ることに着目、対象顧客がモグックの商品選定理念(「赤ちゃんにとって本当に良いと言える」「信頼できる生産者が真心を込めてつくる」「ママを応援できる」)に賛同しているものと推論し、乳幼児のみならずご自身の食事にも心を配る高い健康意識の持ち主であるという仮説を立てました。そこで、同社東社長に対し、薬膳メニューの開発による幼児期以降の子供・親・祖父母への顧客層拡大を提案しました。東社長からは即答で賛同を得られたので、その足で、鈴鹿医療科学大学副学長で日本薬膳学会代表理事の高木久代先生に相談、快諾を得て、本プロジェクトは始動しました。仮説を立証するため、2020年3月、既存顧客向けに薬膳に関するアンケート調査を実施したところ、89.4%の好感触が得られました。調査結果を踏まえつつ、高木代表理事、東社長、三十三総研の筆者・水谷課長代理による三者ミーティングを重ね数多くの

薬膳プランが案出されるなか、食卓シーンを念頭に、一汁としての薬膳スープの開発を決定。日本薬膳学会と同社との「薬膳スープ開発に向けての商品指導契約書」(2020.12)の締結、日本薬膳学会からのレシピ提供(2021.1以降)を受け、本プロジェクトの骨格が出来上がります。まずは、少量の試作品製造を依頼する業者が見つからず困惑しましたが、三十三総研と関係のある県外業者に依頼し試作品を製作しました。結果は残念ながら、レシピの改良が必要な出来栄でした。試食・議論を重ねるなか、味・食べ易さ・見栄えなど消費者が嗜好する商品ラインナップを揃えるべく、五行(木・火・土・金・水)と季節(春・夏・梅雨・秋・冬)をベースに、自然の恵みや肉、魚介類をバランスよく、美味しく味わえる薬膳スープとして、本商品の基本コンセプトが固まり、三十三銀行の顧客である鈴鹿市の食品製造会社に製造を委託、ブランディング、パッケージ製作を終えて、本年2月22日、「薬膳チキンブイヨン」を発売開始しました。食材は可能な限り国産を使用し、調理の手間は不要です。寒い冬は温め、夏は冷製スープとして、常温でも美味しく食せます。季節の食材を加えるレシピもセットし、我が家の味も演出可能です。今後は、「薬膳折々oriori」ブランドのラインナップとして、薬膳チキンブイヨン関連商品や具材レシピの提供にも継続的に取り組む予定です。

図表 薬膳チキンブイヨン



## 4. 結びに

三十三総研の今後の展開は、既存商品の品揃え拡充や販売高の拡大、新たな事業者の発掘や新商品開発の支援、更には、原材料となる薬用植物の地元農家における生産拡大や地元企業による加工・製造拡大へと繋げることです。この好循環を推進し、薬用植物の地場産業化を確立します。

著者：伊藤 公昭 博士 (学術)

役職：株式会社三十三総研 代表取締役副社長

兼職：株式会社三十三銀行 地方創生推進室長、国立大学法人三重大学 学長アドバイザー 客員教授、  
学校法人鈴鹿医療科学大学 客員教授、一般社団法人日本薬膳学会 顧問