

農産物と技術シーズのマッチング

財団法人にいがた産業創造機構 (NICO)
産業創造グループ 真島 操氏

1 財団法人にいがた産業創造機構(NICO)の紹介

私ども財団法人にいがた産業創造機構(以下、NICOと略す)は産業振興に向け多くの部署をもって動いております。2003年に、県内の産業振興を担う公益法人を統合し、「にいがた産業創造機構」になりました。設立後もいくつかの公益法人と合併し、産業振興関係の部署が集約しています。職員数は120名ほどで、そのうち県・市町村からの出向組が30名、プロパーが30名程度、残りは事業がらみでいろいろな形で雇用したり、民間から来たりといった状況です。

産学連携チームはNICO発足時に、産学官の連携によるイノベーションの創出を進めていこうということで設立されました。産学連携チームはおおむね10名くらいでプロパーや県から出向の職員で動いています。私自身は県からの出向で3年目になります。

2 NICOのミッション

NICOのミッションは「にいがたの産業をもっと元気にする事」です。基本的には「当面する経済環境変化への対応」と「中長期的視点に立った産業構造の転換」という観点から進めています。産業構造の転換を進めるツールの一つとしてあるのが産学官連携であり、中長期的な視野に立ってこれからの新潟の産業をどう引っ張っていくかという観点で動いています。

3 産学連携のミッション

産学連携は、産業創造の最も重要な手段の1つであるという認識を持っており、その産・学・官の連携を促進するのが産学連携チームのミッションだと考えております。産業支援団体という観点から言いますと、企業の研究活動を支援し、新潟県の産業をもっと元気にするということになります。

産学官連携を進める場合は、企業ニーズだけがテーマではありません。企業ニーズだけからは新しいものはなかなか生まれてこないのです、ある意味技術シーズから引っ張っていく部分がどうしても必要だと思います。

また、新潟県は食品産業が大きなウェイト(新潟県の製造品目別出荷額のうち、食料品は13%を占める。2006年度)を占めていますので、今年度、「食」の総合支援窓口を新設し、売れる商品づくりをトータルにサポートす

る「売れる商品づくりサポート会議」¹で商品開発からマーケティング、流通業界の方までつなげていくという取り組みを始めております。また物産展開催を全国の百貨店や海外の百貨店等と連携しながら進めております。



にいがた産業創造機構 真島 操氏

4 産学連携のミッションを実行するために

産学連携のミッションを実行するために何をするのか、実はここが1番大事です。以下の4つの点に整理して説明します。

(1) 企業ニーズの掘り起こし

「企業ニーズの掘り起こし(産の声を聞く)」。言うのは簡単ですが、行うのは非常に大変です。私たちには武器があるわけではなく、直接的な食品のノウハウを持っているわけでもありません。このような状況で企業に行った時にどういう形で連携をとれるか。ここができないと物事が全く前に進みません。最終的には企業の開発チームと本音の話、ここだけの話が言える関係が出来上がらないとなかなか先に進まないのかなと思います。

¹ 百貨店、スーパー、コンビニなどの流通関係者やデザイナー等の専門家が売れる商品づくりにつながるアドバイスを行うと同時に、商品の魅力・新規性・競争力(市場性)などについて専門的な視点から評価を行います。特に評価が高く支援対象と決定した商品は、必要に応じブラッシュアップを図り、首都圏などに対する新潟発の商品として販路拡大をサポートします。(NICO 主要事業ガイド 総合案内 2008 より)

(2) シーズの発掘

「シーズの発掘(学の情報を集める)」。毎年、県内にある大学のシーズプレゼンテーションの共催や開催支援をしています。やはり少なくとも県内の大学の先生が何の研究をやっているかが分かる状況をつくらないといけません。また、連携を図るうえで重要になるのは技術シーズよりも先生の人柄です。さらに、先生が“できる”というレベルは企業では全くできないレベルのものであることが多いので、その見極めをどれだけできるか、ということも大切になります。そういう意味でやはり何人かのおがままの言える先生をつくっておくことです。直接的な専門でなくても食品科学、食品製造学という観点では、直接的なシーズにマッチしていなくても、話の分かる先生のところへ頼みに行くことが重要なのかなと思っています。

(3) 環境整備

また、個人的な取組みをしていてもなかなか成果として出てこないで、「環境整備(産・学・官をつなぐ仕組み作り)」をしなければいけません。研究会やセミナーの開催をして、そこからいろいろなことが出てきます。

(4) 情報収集・情報提供

「情報収集・情報提供(他機関との連携)」も NICO の非常に大きな役割です。展示会やフォーラムなどに参加し、「これ、おもしろいな」というものをいかに企業につないでいけるか、が重要となります。

5 NICO(産業創造グループ)が主催する主な研究会・シンポジウム

NICO としては、いろいろな研究会やシンポジウムを開催しています。私が担当しているのは、ブランドニイガタ食品研究会です。その他、金型や DME(ジメチルエーテル)、マグネシウム、医療・健康産業など、それぞれの背景を踏まえながら研究会やシンポジウムを主催しています。

6 平成 20 年度 NICO が管理支援する競争的資金

平成 20 年度の現時点で NICO が管理支援している競争的資金は 8 つです。農水省、文科省、経産省と省庁の垣根はありません。テーマ名を見ていただくとわかり、テーマ毎の関連性ははありません。それぞれ、技術シーズ先行型もありますし、企業ニーズ先行型もあります。そこにモノがあるのならチャレンジしていこうという精神で動いています。

競争的資金の倍率は平均して 5 倍くらいということなので、7～8 つの課題の管理法人をしていることは、どれくらいの提案に関わっているかは想像がつくと思います。

平成 20 年度 NICO が管理支援する競争的資金

テーマ名	事業	事業期間
高圧処理を利用した東アジア産穀物の機能性食品開発	農水省	H.19～20
食の高付加価値化に資する技術基盤の開発	JST	H.19～24
マグネシウム合金の次世代型製品開発	文科省	H.19～21
越後杉の炭素化合物研磨剤による次世代プリント基板研磨技術の開発	経産省	H.19～20
大型角筒形状の高精度温間プレス成形技術の開発	経産省	H.19～21
全固体蓄電部品の開発	経産省	H.19～21
植物性乳酸菌を含有する機能性米の開発	経産省	H.20～21
3次元 CAE エンジニア育成プロジェクト	経産省	H.20

出展: 地域事例情報交流会の発表資料

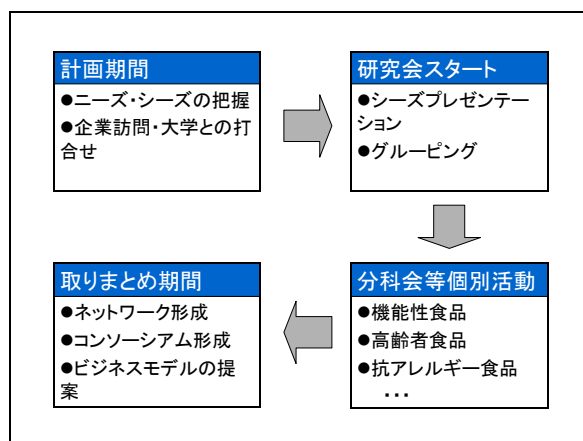
7 ブランドニイガタ食品研究会の取組み

まずは計画作りです。「ニーズ・シーズの把握」、「企業訪問・大学との打合せ」を行います。これらの活動もネットワークができるまでが大変です。

基本的にはシーズ先行型という考え方をしております。シーズプレゼンテーションをやりながら、そのシーズに関心のある企業をグルーピングしています。企業ニーズは、同業他社がいる中ではなかなか出てきません。分科会活動を通して、最終的な商品開発を目指すところでは個々の企業と大学という関係になります。そこで、私どもはそれを取りまとめてネットワークを形成したり、コンソーシアムを形成したり、ビジネスモデルの提案をしたりします。

しかし、実際は、我々が知らないところで商品化されているというケースもあります。商品化の先が見えないようなケース、例えばこれから競争的資金を取っていこうというケースでは、我々が絡んでコンソーシアムの形成、計画書の作成支援を行います。比較的商品化に近い部分ではこっそり動き出すのが一般的な傾向のようです。

また、実は現在、ブランドニイガタ食品研究会は休眠中という状態です。食品加工に関する県内の大学のシーズが一巡してしまったかなという感じです。産学連携に一生懸命な先生もいるし、淡々と基礎研究をやりたい先生もおられます。産学連携に関心がある先生という観点ではネタが尽きてきて、次の展開を考えていかなければならない状況になっています。



ブランドニイガタ食品研究会の取組み

出展: 地域事例情報交流会の発表資料

7.1. ブランドニイガタ食品研究会での取組み成果 1 「甘酒ぷりん」

技術シーズのきっかけとしては、新潟大学歯学部の摂食嚥下の先生から始まりました。その情報を受けて、「はっぴーと」という会社が、嚥下困難者が昔の甘酒のイメージで食べられるという「甘酒ぷりん」を作りました。爆発的ではありませんが、ニッチなところでは売れているそうです。

7.2. ブランドニイガタ食品研究会での取組み成果 2 「食の支援ステーション」

企業からの働きかけで、新潟大学医歯学総合病院の中に「食の支援ステーション」を立ち上げました。摂食嚥下は認知症から機能障害までいろいろあるので、本当にこの商品がこの患者・障害に適しているのか分かったようでは分からないことからこの取組みが始まりました。企業がお金を出して大学病院の一室を借り、外来に来ていただいた患者さんやその家族向けに、専門スタッフの指導・見守りのもと、商品の試食や試用ができるという活動をしています。

7.3. ブランドニイガタ食品研究会での取組み成果 3 「かまどご飯釜」

食品ではありませんが、ブランドニイガタ食品研究会をきっかけとした事例です。前新潟県農業総合研究所食品研究センター長からのお米についてのプレゼンから、そのノウハウや技術を生かして、テーブルウェアの会社がおいしいご飯を炊けるお釜を商品化しました。この連携は、私も最初は知りませんでした。確かに、このお釜で炊いたご飯は非常においしいです。今はホームページ上だけの販売ですが、2万円ちょっとくらいで売っております。

8 新潟の産業構造と今後の方向性

新潟県では食品産業がそれなりの位置づけを持っています。製造品目別出荷額では、一般機械器具の14%に次ぐシェアを食料品が持っています(13%)。食料品のなかでは、米菓、切餅、清酒が主要産業になっています。農水産生産額でも米が6割を占めており、新潟と言えばやっぱりお米だということになります。米菓や切餅がこれだけ占めているのは、米菓屋さんやお餅屋さんが本当にいっぱいあるからで、産業クラスターといえるのかもしれない。

実はこれを引っ張ってきたのは、新潟県の食品研究センターです。手作りの米菓屋さんにおいて、量産化するにはどういうふうにかを徹底的に指導したのが、食品研究センターでした。この結果、手作りの米菓屋さんから量産型の米菓屋さんが生まれました。餅も同じで、もともと地域で注文されてから作る賃餅(ちんもち)が主体だったのが、衛生的に餅を製品化して全国に販売していくことを啓蒙したのが食品研究センターでした。

やはり産業形成をしていくには「核となる人」、それから「1つの方向性を見据えて動く人」がいないと難しいと考えています。今後も新潟県では米を中心とした産業クラスター、COEの構築を進めていけたらなと思っています。

【お問い合わせ】

財団法人にいがた産業創造機構 産学連携チーム
〒950-0078 新潟県新潟市中央区万代島5番1号
万代島ビル9～10F
TEL 025-246-0068 FAX 025-246-0030
URL <http://www.nico.or.jp>
E-mail info@nico.or.jp