

STEP 一般財団法人 四国産業・技術振興センター **ねっとわーく**

Shikoku Industry & **T**echnology **P**romotion Center

巻頭言 独立行政法人中小企業基盤整備機構 四国本部 本部長 上川 謙二

お知らせ 令和4年度産学共同研究開発助成事業のご案内
2022イノベーション四国顕彰事業(募集予告)

2022

7

夏号



今治城天守閣(愛媛県)

巻頭言

地域に寄り添った中小企業支援を目指して	01
独立行政法人中小企業基盤整備機構 四国本部 本部長 上川 謙二	

お知らせ

● 令和4年度産学共同研究開発助成事業のご案内	02
● 2022イノベーション四国顕彰事業(募集予告)	

事業活動の紹介

(1) 高機能素材産業支援	04
令和4年度 高機能素材産業支援事業の概要	
(2) 食産業の振興	06
① 令和4年度 食産業支援事業の概要	
② ifiaJAPAN2022に出展	
③ 四国健康支援食品普及促進協議会 令和3年度総会(講演)	
(3) 技術開発支援	16
① 令和4年度事業化案件研究調査事業の助成先決定	
② 令和3年度事業化案件研究調査事業の成果報告	
(4) 販路開拓支援	21
令和4年度 イノベーション四国ビジネスマッチング事業の概要	
(5) その他活動	22
① 令和4年度定例理事会・定時評議員会開催	
② 令和4年度上期 IC・支援機関連絡会	

その他

STEPのひとりごと	28
編集後記	

巻頭言

地域に寄り添った 中小企業支援を目指して

独立行政法人中小企業基盤整備機構 四国本部
本部長 上川 謙二



昨年4月に四国本部（高松市）に着任して2年目を迎えました。四国は初めての勤務地でもあることから、まずは地域を知ることが重要なのですが、着任以前からのコロナ禍の影響による制限もあり四国各県の企業、支援機関等への訪問が十分出来ないうまででした。今後できるだけ多くの地域を精力的に訪問し、地域の特性や強みを把握しながら支援ニーズを掴んでいきたいと思っています。

四国は観光や特産品等の地域資源にも恵まれた魅力ある地域だと感じており、現在住んでいる香川県も福岡県出身の私から見てとても住みやすい街です。今年は瀬戸内国際芸術祭の年でもあり、コロナ禍で中止となったイベント等も再開されてきていることから、コロナ禍前の街の賑わいが戻ってくることに期待しています。

中小機構は、国の中小企業政策の中核的な実施機関であり、地域の支援機関等と連携して全国に9か所ある地域本部とのネットワークも活かしながら、企業の成長ステージに応じた幅広い支援メニューによりサポートしています。本年度は企業の生産性向上におけるIT化を推進しながら、経営環境の変化に対応した事業再構築（新分野展開、事業転換、業種再編等）の取り組みへの経営相談やハンズオン支援にも注力しています。

私はこれまでの経験の中で、東日本大震災、熊本地震や豪雨災害における復興支援にも関わりながら、被災事業者のご苦労を目の当たりにしてきました。近年頻発する自然災害や感染症対策に備えて「事業継続力強化計画」の策定支援も行っており、中小企業の成長において事業継続に対する意識を高めていくことも重要です。

また、多くの企業において人材確保・人材育成への課題も抱えておられます。四国本部の人材育成事業では「中小企業大学校四国キャンパス」として中小企業のニーズに沿った研修を企画し、支援機関とも連携して四国各地域に展開しております。

四国本部では、STEPの皆様をはじめ地域の支援機関との連携を図りながら、地域に寄り添った中小企業支援により、地域経済の活性化とイノベーションの創出に貢献していきたいと考えています。

“四国ならではの”支援の取り組みと成果を全国に発信していければと思いますので、皆様とともに四国を元気にしていきましょう。

プロフィール

上川 謙二（かみかわ けんじ）1962年生まれ 福岡県出身

【職歴】 1980年 地域振興整備公団入団

中小企業基盤整備機構 経営支援部参事、

九州本部復興支援部長、企業支援部長を経て現職（2021年4月就任）

◆お知らせ

7月29日締切

令和4年度産学共同研究開発助成事業のご案内

企業と大学等の共同研究・製品開発に助成を行います

STEPは、イノベーション四国と連携し、企業の技術開発・販路開拓をはじめとするイノベティブな取り組みに対する支援を行っておりますが、今回、四国の中小企業が大学・高専および公設研究所等と行う共同研究・製品開発について、下記のとおり5月6日(金)から7月29日(金)の間、助成対象事業の募集を行います。

今年度の助成金額は1件あたり50万円程度、4件程度の採択を予定しています。

◆「産学共同研究開発助成事業」募集概要

支援対象	四国内に本社または事業所を持つ中小企業
対象事業	企業が取り組み中または検討中の技術開発・製品開発のうち、大学・高専または公設試験研究機関等の研究者と共同で行う事業とします 対象事業は従来と同じですが、令和4年度は産業界におけるカーボンニュートラルへの取り組み強化を受け、これらの取り組みに関する技術について一定枠を設けることも視野に入れて応募を行います
支援対象経費 および助成金額	・当該事業の実施に直接必要な経費 ・1件あたり50万円程度を限度とします
研究期間	1年以内
募集期間	2022年5月6日(金)～7月29日(金) (7月29日16時STEP必着)
応募方法	所定の申請書に必要事項を記載のうえ、STEPに提出 (申請書様式は、STEPのホームページからダウンロードできます) https://www.tri-step.or.jp/support/development/application-requirements/
選考	審査委員会において、「技術面」、「事業化面」、「政策面」などについて、書類審査および必要に応じてヒアリングを行い評価した上で決定します。採択件数は4件程度を予定しています。
採否等の通知	応募者宛てに通知します
実績報告	事業完了後、実績報告書を当センターに提出していただきます
応募に関する お問い合わせ・ お申し込み先	〒760-0033 高松市丸の内2番5号 (一財)四国産業・技術振興センター 産業振興部 矢野 TEL 087-851-7081 FAX 087-851-7027 E-mail step@tri-step.or.jp URL https://www.tri-step.or.jp/

2022 イノベーション四国顕彰事業（募集予告）

第27回四国産業技術大賞

■四国産業技術大賞

●公募期間 9月1日（木）～10月31日（月）

（表彰区分）

①産業技術大賞 ②革新技術賞 ③技術功績賞

四国地域の産業技術の発展に顕著な功績があった企業等を表彰することにより、企業等の士気高揚を図り、四国地域の産業技術の高度化に資することを目的とします。

＜昨年度の受賞企業＞ 2021イノベーション四国顕彰事業表彰 第26回 四国産業技術大賞

受賞種別	受賞者名 (所在地)	受賞概要	推薦者
産業技術大賞	株式会社 越智工業所 (愛媛県今治市)	炭素繊維を活用して「2名90秒設営」を可能とした、 医療用陰圧/防災用テントの開発	愛媛県 産業技術研究所

★技術開発成果が優秀で、革新性の高いもの

最優秀革新技術賞	YAMAKIN株式会社 (高知県香南市)	「接着強さ」と「操作性」に優れた歯科用接着材 「KZR-CAD マリモセメントLC」の開発	高知県発明協会
優秀革新技術賞	池田薬草株式会社 (徳島県三好市)	徳島県の産学官連携によるスダチ果皮からの 機能性成分の抽出と新商品開発	徳島県立 工業技術センター

★技術開発成果が優秀で、他への波及効果や、社会的課題解決への寄与が期待できるもの

最優秀技術功績賞	小豆島ヘルシーランド株式会社 (香川県小豆郡)	オリーブが豊富に含有するポリフェノールに着目した 機能性表示食品などの新商品開発	自薦
優秀技術功績賞	株式会社 大澤ミシン商会 (愛媛県今治市)	高精度・高操作性・高可動性のタオル用 自動ヘム縫い機の開発	愛媛県 産業技術研究所

奨励賞	扶桑興産株式会社 (香川県綾歌郡)	『ミマツ』 水処理設備自動通報装置盤 (遠隔監視制御システム) の開発	自薦
	株式会社 太陽 (高知県高知市)	循環式養液栽培用高性能養液ろ過装置の開発	高知県 工業技術センター

1 高機能素材産業支援

令和4年度 高機能素材産業支援事業の概要

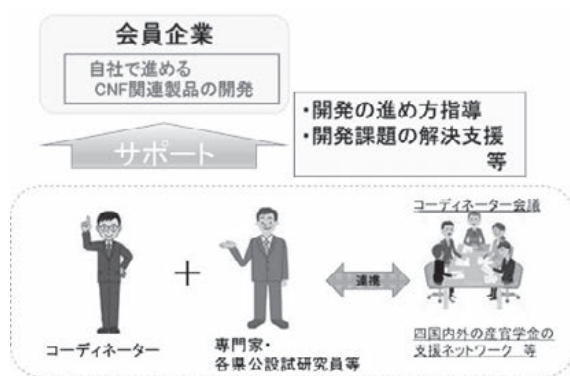
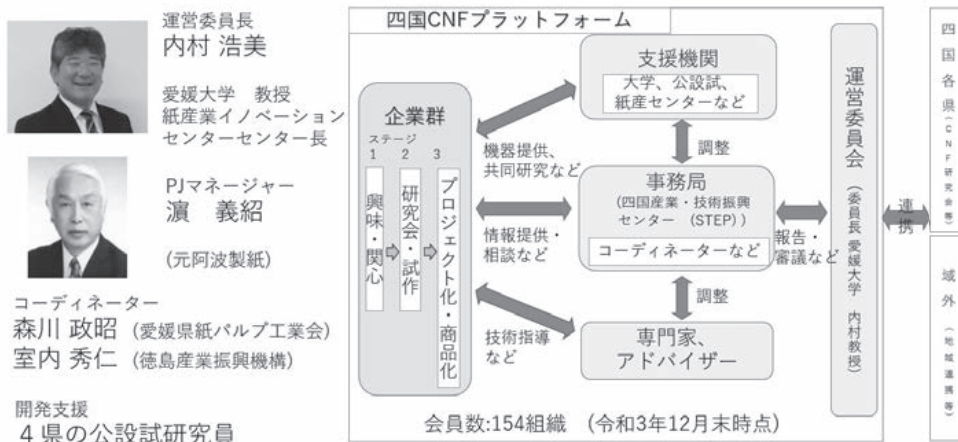
高機能素材産業支援プロジェクトでは、四国の特長を活かせる素材であるセルロースナノファイバー（CNF）、炭素繊維等の利活用に向けた事業を支援しています。

企業訪問、セミナー開催等による「取組企業の発掘」や、製品開発案件に対するコーディネーター、専門家の技術指導等による「製品化支援」、また、展示会出展・マッチングによる「販路開拓支援」などを実施し、支援先企業の「新しい事業の柱」に育てる計画です。

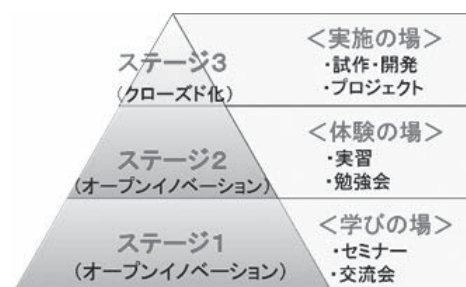
令和4年度は、CNF関係に軸足を置き、自社製品の高付加価値化に取り組む事業の支援を中心に、効率的に実施することとしています。

事業名	概要
高機能素材を活かした製品の開発支援	- 企業にコーディネーターや専門家が訪問し、伴走型で技術課題解決や企業間連携などの開発支援を行うことで製品化につなげる。 - CNF関係は「四国CNFプラットフォーム」をベースに、各支援情報を「CNFコーディネーター会議」で連携しながら支援。
企業訪問・普及啓蒙活動	- 専門家等が企業を訪問し対話するなかで、四国の素材産業発展にとって有望な開発テーマ、取組企業を発掘する。 - 企業訪問時には、「CNF利活用検討ヒント集」等を活用し、企業ニーズをより具体的に引き出す。
CNF・炭素繊維実用化事例紹介セミナー	製品を開発した企業等の方々から、経験談等を紹介いただくことにより、企業の取組意欲を高めるためのセミナーを開催。（CNF、炭素繊維 各1回 実施予定）
CNF体験セミナー	実習等でCNFの取扱いを体験していただき、CNFの取扱いのコツをつかんでいただくセミナーを開催。
ナノセルロース塾（四国開催）支援	全国大のCNF推進組織「ナノセルロースジャパン」が主催する「ナノセルロース塾」の地方開催を四国で行い、四国の取組みを全国にアピールするとともに、企業の取組みを促す。
展示会出展支援	「新機能性材料展」等、企業の展示会出展を支援し、各企業の取り組みをPRするとともに、販路開拓に繋げる。
個別マッチング	高機能素材利活用製品開発企業の販路開拓を支援するため、都市部に強い「経営支援NPOクラブ」等を活用し、個別マッチングを行う。

四国CNFプラットフォームの体制



(製品開発の支援体制)



(四国CNFプラットフォームの事業構成)



(CNF利活用検討ヒント集)

オープンイノベーション・塾生募集 ナノセルロース塾 第5期(2022年度)

ナノセルロース塾はこれまで高い評価を得ております。
第5期は講義内容を刷新して開催します！

(開催予定)

月 日：R4年10月7～8日

場 所：四国中央市

内 容：講義、見学、展示

(ナノセルロース塾)

2 食産業の振興

①令和4年度 食産業支援事業の概要

四国地域における主力産業である食料品製造業において、四国の特長を活かした付加価値の高い食品素材・商品の創出を促し、その販路開拓を強力に支援します。

◆事業概要

事業目的	四国の特長を活かした付加価値の高い食品の創出を促し、その販路開拓の支援を行うことにより、食産業の振興を図ります。
事業イメージ	○四国内の食品素材、加工メーカーを中心に、新たな四国产の食品素材・商品の販路開拓支援及び開発支援 ○四国产の機能性食品に対する民間認証制度である四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー）の普及拡大

◆マッチングサイトの利用拡大による販路開拓及び商品開発支援

四国内で実施するリアルなマッチングイベントでは顧客層が主に四国地域に限定されることから、地理的・時間的制約を解消する方策として、令和3年度に国の補助金「地域産業デジタル化支援事業」を活用し、マッチングサイト「四国発!ヘルシー食品&素材マッチングウェブ（ヘルシー四国）」を構築しました。

令和4年度は、本サイトへの利用者数増拡大に向けた取り組みを実施し、本サイトを有効活用した販路開拓を強力に支援するとともに、四国の特長を生かした付加価値の高い食品の創出に向けた取り組みを推進します。

「ヘルシー四国」の概要及び登録方法につきましては、本巻末にPRパンフレットを添付しておりますので、ご参照願います。

事業名	概要
マッチングサイトの利用拡大による販路拡大及び商品開発	○インターネットを通じた企業間取引（BtoB）に意欲のある企業の発掘とマッチングサイトを利用した販路開拓・商品開発支援 ○マッチングサイト登録企業を対象に、販路開拓・商品開発を目的とした展示会・出展支援 ○デジタル技術活用による訴求力のある商品プレゼンテーション手法への取り組みに対する支援 など

◆四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー）及び四国健康支援食品普及促進協議会活動

四国における機能性食品創出に向けた取り組みである四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー）について、各種展示会・セミナーにおいて紹介し、認知度向上の取り組みを行うとともに、協議会会員間の交流促進に係る活動を行います。

事業名	概要
四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー）の運用	・関係・連携機関が主催する各種セミナー、展示会等でのPR活動 ・四国食品素材論文ライブラリーの内容充実 など
四国健康支援食品普及促進協議会活動	・会員への食品機能性に関する各種情報提供（雑誌、新聞、中央省庁ホームページなど） ・会員間の相互交流、特定の課題・テーマに関する会合の開催 ・製品開発・販路開拓に関するサポート（個別対応） など

② ifiaJAPAN2022に出展（四国健康支援食品普及促進協議会）

当センターが事務局をつとめている「四国健康支援食品普及促進協議会」では、2017年6月に運用がスタートした「四国健康支援食品制度（愛称：ヘルシー・フォー[®]）」の普及広報ならびに2021年10月に開設されたマッチングサイト「ヘルシー四国」のPRを目的として、「ifiaJAPAN2022（※1）」の「産学官連携・食の地域ブランド創生コーナー」に出展しました。

（※1） ifia/HFEJapan2022（国際食品素材／添加物展・会議）

食品原料・素材関連企業と食品メーカー開発関係者とのビジネスマッチングの場として、株式会社食品化学新聞社の主催で開催されている展示会。

【開催概要】

- ◇ 期 間：令和4年5月18日（水）～20日（金）
- ◇ 会 場：東京ビッグサイト 西1・2ホール
- ◇ 併 催：HFEJAPAN2022
- ◇ 来場者数：18日：7,086名 19日：7,327名 20日：8,284名 計22,697名
- ◇ 出 展 数：219社・団体、590小間

3日間における面談件数は約30件で、3日目の5月20日（金）には、当センターの森産業振興部担当部長が第2出展者プレゼンテーション会場にて「四国健康支援食品制度（ヘルシー・フォー[®]）」についてというテーマでプレゼンを行いました。



（四国健康支援食品普及促進協議会）



（会場内の様子／(株)食品化学新聞社提供）

また、本展示会に合わせて、5月18日（水）、会場内の会議室にてオンライン併用で「食品機能性地方連絡会（※2）」の本年度第1回会合が開催され、オンライン参加も含め約30名が出席されました。

会合では、愛媛県東温市産業建設部専門監兼地域活力創出課長の山本一英氏によるプレゼン（テーマ：とうおん健康医療創生事業の取組）、本連絡会事務局による本年度活動予定の説明に続いて、北海道、四国（当センター）、沖縄県健康産業協議会などから各地の取り組みについて報告がありました。



（食品機能性地方連絡会[東京ビッグサイト内会議室]）

（※2）食品機能性地方連絡会

「健康寿命の延伸」、「地方発食品産業の振興」、「食品機能性表示における情報と課題の共有」を目的として2013年11月に設立された組織で、食品の機能性に関して問題意識を持つ地方公共団体ならびに経済団体などが年数回集まり、食品機能性に関する情報共有のほか、政府や関係省庁に対して食品機能性に関する要望の取りまとめなどを行っている。（当センターは発足当初から参画）

□ 代表 小砂 憲一 氏 [(一社)北海道バイオ工業会会長]

③ 四国健康支援食品普及促進協議会 令和3年度総会（講演）

— 2022年3月16日（水）14:30～15:30 —

以下は、さる3月16日に開催された「四国健康支援食品普及促進協議会令和3年度総会」終了後に開催された講演の内容を取りまとめたものです。（文責：事務局）

講師 インフォーママーケットジャパン(株)

Diet & Beauty編集長・事業部長 江渕 敦 氏

【略歴】

健康産業新聞社(株)（現 インフォーマ マーケッツ ジャパン(株)）に入社。企画室長を経て現職に。専門媒体（紙・WEB）発行、展示会主催に加え、「ビューティ&ウエルネスサミット」「SPA&ウエルネスシンポジウム」を始め、ビューティやウエルネス分野のイベントや研究会、講演会、視察ツアーを企画・実施している。

現在、地域資源を活用した健康・美容商材をテーマに「ジャパンメイドビューティ研究会」、日本ならではのウエルネスビジネスをテーマに「Jウエルネス研究会セミナー」を主宰する。

また、健康・美容産業を広く取材してきた独自の視点で、Cosmoprof ASIA（香港）、済州フォーラム（韓国）、沖縄、新潟、徳島等地方自治体、大学での講演多数。

2013年から国立大学法人琉球大学「Spa & Wellness Management論」非常勤講師を務める。Jウエルネス振興会世話人代表/NPO法人健康と温泉フォーラム専門委員。

演 題 Jウエルネスが街や暮らしを変える

■ はじめに

インフォーママーケットジャパン(株)の江渕と申します。本日は、このような大事な会議にお呼び頂きまして、ありがとうございます。先程から四国健康支援食品普及促進協議会総会での話を伺う中で、弊社の名前がちらほら出て来たりして、いつもお世話になっていると思って感謝しております。

本日の講演は、皆さまが普段聴講されているものと中身が少し違うのではないかと思います。「Jウエルネスが街や暮らしを変える」という内容の話を「新しい切り口」でお話し出来たらと思っています。

■ Diet & Beautyフェア

私が取り組んでいる主要業務を紹介させていただきますと、毎年9月、「アンチエイジングジャパン」ならびに「SPAウエルネスジャパン」と併催という形で、Diet & Beautyフェアを開催させて頂いております。

アンチエイジングジャパンでは、アワードとして、四国の認証制度（ヘルシー・フォー®）に対し、2019年に日本抗加齢協会の特別賞を授与させて頂きました。本年は、9月26日からの三日間開催ということで、毎年、包括テーマを設定しておりますが、今年は「温活・血活・腸活・菌活」ということで、いままで取り組まなかったことに注力して進めて行こうと考えており、「働く女性の健康を応援する」ということがテーマとなっております。

弊社が発行している媒体の一つである「Diet & Beauty」は、20年前に月刊でスタートし、現在は、年4回の季刊で発行して

おります。本日の講演において、この媒体をお配りしておりますので、これに記載されているような内容についても適宜お話ししたいと思います。

■ これまで取り組み

私は、この媒体と展示会を20年前からスタートさせており、米国視察ツアーのほか講演会・イベント・セミナーなどを開催するといったように、弊社の社内では、色々と特異なことに取り組んできました。本日の講演は、こうした健康食品周辺の色々な分野について取材してきた立場からお話したいと思います。

私共は、毎年、日本とか地域の魅力を発掘して、「出口」を創るサポートし、美容とか健康をジャパンプランドとして構築していくことを目指し、「ジャパンメイドビューティアワード」を実施しており、「受賞の商品群」の中には「ヘルシー・フォー®」もご紹介します。

こうしたアワードとともに研究会活動も進めており、昨日（3月15日）、食品会社のバイヤーと「売れるヒントをみんなで共有しよう!」というテーマで会議を開催しました。この会議では、「商品のパッケージとかリーフレットの情報が重要」ということになり、これらはお客さまや店舗スタッフに情報を伝えるための大変有効な手段でもあることから、「ここに注力しよう!」という結論になりました。

さて、展示会の検討段階において、企業の方に出席ゾーンの設定に関連して、「どういった方々をターゲットにされますか」とお伺いますと、「興味を抱いてくる方なら誰でもよい」と言われる方がいます。これは、バイヤーから見ると、「ターゲットが定まっておらず、販売チャネルの選定も出来てない。また、価格のバランスも整ってない」と受け取られる場合があることから、展示会への出展に際しては「誰に売るのが、どう使ってもらえるのか」といったことをもっと事前に詰めておくことが重要であると思われます。

もう一つの取り組みは、私が進めております「Jウエルネス」です。これは、去年4月にキックオフして、毎月、セミナーを開催しており、環境省、林野庁、観光庁、別府市長、厚生労働省事務次官、大分県竹田市長といった方々に登壇して頂いております。「Jウエルネスとは何？」と思われる方もいるかと思いますが、後でご説明申し上げたいと思います。

■ 健康・医療新産業の創出に向けた動き

まず、国内の健康産業におけるトピックス的なことをいくつか交え、国の取り組み、健康課題、ヘルスケア産業などについてお話ししたいと思います。

現在、国は、「健康・医療新産業協議会」（資料1）において、健康・医療新産業の創出に向けた取り組みの検討を進めており、さる2月17日には「第2回新事業創出ワーキンググループ」が開催されました。

今回、昨年1月からほぼ1年振りの開催となりましたが、こういう方々が、日本の健康・医療新産業の創出に向けた意見交換に関わっているとご理解頂ければと思います。ここには、日本病院会、日本医師会、電子情報技術産業協会、日本医療機器産業連合会のほか、健康長寿産業連合会などがメンバーとして参加しております。健康長寿産業連合会は、数年前、NTT社長が会長となって、丸の内界隈の大手企業さん4社が立ち上げたもので、いわば、「経団連の健康産業版」のようなものです。これに神奈川県が加わっているのは、最近、同県とこの連合会がジョイントして健康経営での連携をはじめたところ、そうした関係性がベースにあると思われます。

資料の下方を見て頂きますと、各地域の次世代ヘルスケア産業協議会の北海道版である「北海道ヘルスケア産業振興協議会」の会長とか、また、全国大組織である「一般社団法人健康食品産業協議会」の橋本会長、フィットネス協会の会長が名を連ねております。食品関係の方がこういう場に参加されるようになったのは数年前からで、状況はかなり様変わりしてきております。

この協議会で「どういうことが話し合われているか」について、少しだけご紹介すると、まず、進捗状況としては、業界自主ガイドラインの制定を受けて、フィットネス・エスティック、あと寝具関係における認証のガイドラインの策定が進められております。また、アカデミアにおいては、「予防」とか「健康づくり」の領域のサービス・商品については、医薬品とは違い、オーソライズするようなシステムが構築されてないので、エビデンスを整理していくことで、AMED（日本医療研究開発機構）事業の活用が進められております。

次に、皆さまよくご存知のPHR（パーソナルヘルスレコード／患者が自らの医療・健康情報を収集し、一元的に管理していく仕組み）では、個人情報問題もある中、「どう取り扱っていくのか」という問題などについて、いま盛んに議論されております。地域版の次世代ヘルスケア協議会に関しては、いま、全国41地域で協議会が設立され、活動が展開されております。

また、新たな産業創出としては、ベンチャーを応援する取り組みが盛んに進められております。それと、これまで話として出て来なかったのですが、「医療インバウンド」がまた文字として浮かんでくるようになり、何か準備が始まるのではないかと思います。

ここでのポイントを整理しますと、「医療との連携」と「個人データ面での企業との連携」により健康増進を図っていくということで、これらについての国際展開が「未来の健康づくり」政

策ということになります。2月の健康博覧会において、私と中小企業庁の課長とジェットロの理事を交えた話があり、そこでジャパンブランドについての話をさせて頂いた中小企業庁の課長も「アジア圏の成長への対応が最大テーマである」という内容の話をされておりました。中小企業が海外展開する場合、色々な課題に対応しなければならず、その中でも特にEC（電子商取引）の活用が重要ですが、日本には、その辺で大きな遅れがあるということでした。この中小企業庁の課長は「最近では観光の方とも話をする」と言われていたことから、「観光とモノの連携」に向けた取り組みも進められているものと思われる。

（資料1）健康・医療新産業協議会 新事業創出WG委員

秋山 弘子	国立大学法人東京大学 名誉教授 (兼)未来ビジョン研究センター 客員教授
黒井 秀典	国立研究開発法人国立長寿医療研究センター 理事長
奥 益本	一般社団法人日本病院会 副会長
樋口 雄二	公益社団法人日本医師会 副会長
奥重 洋之	一般社団法人電子情報技術産業協会 ヘルスケアインダストリー部会 ヘルスケアIT研究会 主査 (兼)一般社団法人日本医療機器産業連合会 産業戦略委員会 医療ICT推進WG 主査
北村 亮太	健康長寿産業連合会 WG2 座長
小林 憲明	日本バイオ産業人会議 世話人
菅藤 健治	神奈川県 副知事
妙中 義之	国立研究開発法人国立健康医療研究センター研究所 名誉所員
武久 洋三	一般社団法人日本慢性期医療協会 会長
辻 哲夫	東京大学 高齢社会総合研究機構、未来ビジョン研究センター 客員研究員 (兼)一般社団法人 医療経済研究・社会保険福祉協会 医療経済研究機構 理事長
辻川 大	J・I・ロベンチャー・グローブス・インベストメント株式会社 パートナー
徳田 誠久	北海道ヘルスケア産業振興協議会 会長
中井 孝之	一般社団法人シルバーサービス振興会 常務理事
難波 吉雄	国立研究開発法人日本医療研究開発機構 統括役
橋本 正史	一般社団法人健康食品産業協議会 会長
林 義治	日本製薬工業協会 研究開発委員会 副委員長
山本 隆一	一般社団法人医療情報システム開発センター 理事長
吉田 正昭	一般社団法人日本フィットネス産業協会 会長

（出典）経済産業省ホームページ

■ 化粧品産業ビジョン

もう一つご紹介するのは、化粧品分野に関することです。昨年4月、「化粧品産業ビジョン」が策定・発表され、そこでは「強み、弱み」が述べられており、書かれている内容は化粧品分野に限られるものではないと感じました。

本ビジョンは、アジア市場への進出の必要性について述べるとともに、

- ・海外で稼ぐ力はまだまだ弱いものの、アジアにはアンチエイジングのニーズとか高齢化社会に対応した製品分野で日本は先行しており、この分野を攻めていく
- ・ニーズ面で日本はきめ細やかな対応できることを“武器”とする

といったことが述べられております。

■ ヘルスケア産業

これ(資料2)は、2016年頃の資料で、日本国内のヘルスケア産業の市場規模は10年後の2025年には12.5兆円程度になることが当時発表されました。これには、介護系のサービス・製品は含まれておらず、それを合わせると、30兆円を超えるぐらいの規模になります。ヘルスケア産業というのは、公的保険外サービスの中で特に「健康保持・増進に働き掛けるもの」とされており、項目がズラッと並んでおりますが、この中で特に注

目されている「サプリメント・健康食品、健康志向旅行・ヘルストゥリズム・ウェルネスツーリズム」といった分野は、4兆円とか3兆円の市場規模になると想定されております。また、フィットネス関係は、自宅で使うモノも含めて、最近、非常に伸びてきており、市場規模は現在の倍程度になると予測されており、いまのところ、予測に近い形で推移しているものと思われます。日本におけるヘルスケア産業は、このような形で括られていることをご理解頂きたいと思います。

(資料2) 国内のヘルスケア産業の市場規模

国内ヘルスケア市場規模2025年12.5兆円へ J. Wellkey

ヘルスケア産業(公的保険外サービスの産業群)の市場規模(推計)の内訳			2016年	2025年
ヘルスケア産業 (健康保持・増進に働きかけるもの)			約 9.2兆円	約12.5兆円
健康経営を支えるサービス	健診事務代行 メンタルヘルス対策 等		5,600億円	7,600億円
食	サプリメント・健康食品	OTC・医薬部外品 等	3兆2,000億円	4兆1,600億円
知	ヘルスケア関連アプリ ヘルスケア関連書籍・雑誌 等		300億円	600億円
睡眠	機能性寝具		1,500億円	1,900億円
測***	検査・健診サービス	計測機器 等	1兆200億円	1兆1,200億円
遊・学	健康志向旅行・ヘルストゥリズム		2兆3,800億円	3兆2,000億円
癒	エステ・リラクゼーションサービス リラクゼーション用品 等		4,000億円	5,200億円
機能補完*	メガネ・コンタクト 等		2,700億円	3,400億円
運動	フィットネスクラブ**トレーニングマシン等		7,100億円	1兆5,900億円
予防(感染予防)	衛生用品、予防接種***		3,600億円	4,000億円
住	健康志向家電・設備		1,000億円	1,300億円
衣	健康機能性衣服 等		-	-

* 医療機関の院内・院外に設置するサービスとして認識 ** 美容系・健康系施設に設置するサービスとして認識 *** 公的・民間の介護施設・介護サービス事業者・介護施設に設置するサービスとして認識

※参考 患者/要支援・要介護者の生活を支援するもの2014年約15.8兆円、25年約20.6兆円に

■ 健康食品市場の推移

次に健康食品市場の推移として、健康産業新聞の新年号からグラフを掲載しております。2004年～2005年にピークを迎え、その後、一旦落ち込んでおります。このグラフに私なりの“講釈”を付け加えると、このようになります。(資料3) 93年にトクホがスタートし、米国のD S H E Aもこの頃スタートしております。その後、一気に伸びて行き、「健康バブル」と言われていた2002年には、私が執筆する新聞が創刊されております。この頃、様々なことがあり、当時のことはよく覚えておりますが、ダイエット関係の商品がとにかく売れた時代で、コエンザイムQ10が発売開始となったのも確か2004年頃で、業界は活気に満ちておりました。美容系では、エステティック(全身美容術)の方でセルライト(皮膚の凹凸状態)が注目され、それを取るマシンが輸入されるなど、とにかく色々な業界が伸び、市場規模は業界によって異なりますが、大体は、こういうカーブ(成長曲線)になります。2005年まで伸び続けたものの、2006年頃に健康被害が発生したほか、中国から偽物が入ってくるといった出来事があったため、その後、とにかく「安全・安心な本物」へシフトしていくようになりました。

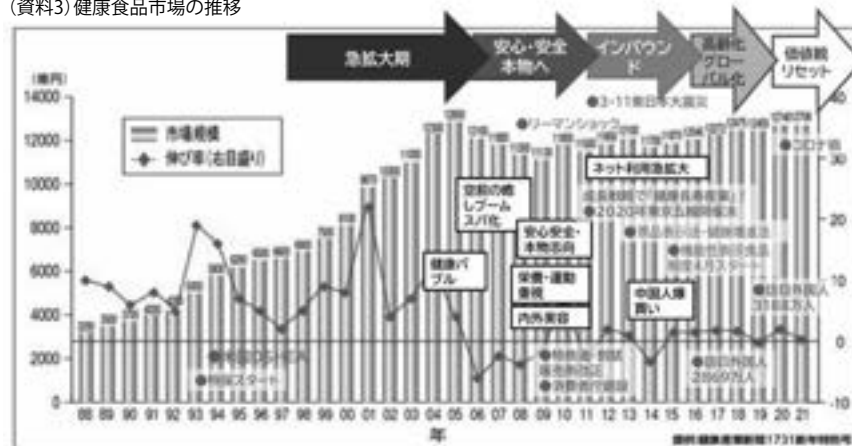
一方、サービス業の方は、空前の癒しブームで温浴施設・岩盤浴などが活況となり、こうした流れから、実際に「**栄養・運動**をもう一回見直してみよう」とか「**体の中から美容を考えよう**」

という流れになっております。リーマンショックで影響を受けた業界もありますが、その後、大きな出来事として、「特商法・割賦販売法の改正」があり、これによって厳しい対応を求められるようになった業界もありました。

その後、消費者庁創設、3.11など色んな出来事があり、そうした流れの中でネット利用の普及拡大が進みました。2020年の東京五輪は、この頃に決まったのですが、ここからインバウンドが強化され、反対に振れて、「爆買」みたいなことが起こるわけです。インバウンドによるオーバーツーリズムが問題となる中、来日外国人観光客が2800万人を超えて3200万人に近づいてきたところで、コロナ禍となったわけです。

このように美容・健康産業の最近20年間における大きな流れを見ると、「**高齢者社会とグローバル化というところに『新たな市場』を見出そうとしていた**」ものと思われます。つまり、高齢者向けのビジネスと国際的なビジネスにおいて、「日本の力」を発揮していこうということが、この頃の大きな方向であったと思います。そして、「**価値観のリセット**」となり、この頃から、「いままでのように生産性・効率性の向上を目指すやり方ではないのか」という逆に振れる動きが出始めました。いわば、「振り子」のように振れながら、価値を創り出しているようなイメージです。

(資料3) 健康食品市場の推移



健康課題

ここで、「健康課題」について共有したいと思います。

生活習慣病については、メタボ・フレイル(※1)予防といった措置が採られていることは皆さま、よくご存知と思いますが、肥満は減っておらず、全然解決していません。男性の30歳台後半から40歳台で肥満の方は減らないわけです。こうしたことを解決するためには、盛んに「**行動変容が必要である**」と言われてはおりますが、解決には至っていません。

もう一つの大きな課題として「**若年女性の不健康**」があります。これについては、「栄養・運動・睡眠」三大不足で引き起こされていることは分かっております。

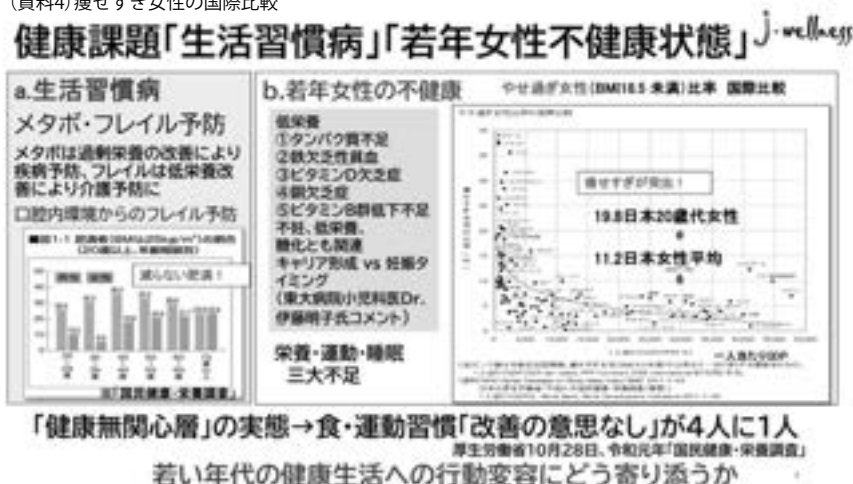
これ(資料4)は「痩せすぎ女性の国際比較」で、横軸が「一人当たりGDP」、縦軸は「痩せすぎ女性の割合」を表しており、

右へ行くほど、先進的な国が多く、大抵の国は、この“反比例曲線”の中に収まるのですが、日本は、このような感じで、突出して、痩せの女性が多く、特に20歳代女性では19.8%で、とんでもない数値となっており、左の方に目を転じて頂くと、カンボジアとかネパールなど貧しい国の多いことが分かります。摂取カロリーでみると、終戦間もない頃の数値よりも低いとさえ言われております。

こうした状況にも拘わらず、最近の「国民健康・栄養調査」では、食・運動習慣を変える意思のない方が25%もいることから、「この辺りにどうアプローチしていくか」が今後のビジネスにおいては課題になっていくものと思われます。

※1:フレイルとは高齢者の筋力や活動が低下している状態を言う。(出典:日本老年学会)

(資料4) 痩せすぎ女性の国際比較



Diet & Beauty FAIR2021に見るトレンド～フェムテック・フェムケア～

昨年の「Diet & Beauty FAIR2021」で見られたトレンドについては、「**フェムテック・フェムケア**」もテーマの一つとなっておりましたが、さらには、「免疫」、「プロテイン」、「Well-Being、Wellnessへの志向」などもトレンドとして登場しておりました。

フェムテック(女性が抱える健康の課題をテクノロジーで解

決できる商品・サービス)という言葉は、最近よく耳にされるとありますが、これは2012年頃から欧米にて登場してきたもので、日本では、野田聖子議員が会長を務める「フェムテック振興議員連盟」が発足した2020年が「フェムテック元年」とされており、発足当初から追っかけて取材を行っておりますが、経済産業省では「実態調査」を行うとともに、「実証事業の補助金公募」をスタートさせました。

最近では、国もフェムテックを後押しするような感じになってきており、不妊予防の指針の作成とか、不妊治療の保険適用が実施されるとか、世の中が随分様変わりしております。2008年頃から、「女性の働き方」について、政府の取り組みも増えてきており、最近では、それらが目に見える形で具体化されつつあります。

また、三菱地所は、丸の内界隈において「**まるのうち保健室**」というプロジェクトを進めております。2014年・2015年には「働く女性白書」では女性の健康状態を調査して、さきほど紹介した「栄養・運動・睡眠不足」は明らかであるとともに、痩せすぎ女性の多いことが述べられております。

こうした活動は、数年前から続いており、さる3月8日には次の白書である「**働く女性ウェルネス白書2022**」が発表されました。その中で、約300人が健康プログラムに参加した結果として、月経不順、隠れ貧血などの方が結構多いことが紹介されております。こうした様々な問題に対しても、健康産業として何か対応できることがあるのではないかと感じがあり、私はずっと取材を続けております。また、機会があれば、皆さまにご報告したいと思います。

このように現代の女性の健康状態をいくつかのポイントで見ると、「フェムケア・フェムテック」というような、これまで浮かび上がってこなかった“新しい市場”がもしかすると既に出来上がっているのではないかとこの見方もあると思われます。「その辺にどうアプローチしていくか」という感じで考えていくことでも良いのではないかと考えられます。こうしたことは、必ずしも化粧品だけではなく、食品にとっても大きなチャンスになる可能性があると思われます。

■ 2022年のトレンド

日本の場合、米国の数カ月後にやって来るようなトレンドが結構多く、2022年のトレンドとしては「1980年以降生まれのミレニウム世代は大きなターゲットになる」と言われております。彼らは「**心と体づくりのためには、何を食べればよいのか**」についての意識が高く、クルマとかファッションなどを買うのではなく、健康・食事・旅行といった「コト」に消費する傾向が強いとされております。あと、ホールフーズマーケット（米国の食料品スーパーマーケットチェーン）のトレンドとして、柚子、ターメリック（ショウガ科に属するウコンの根茎を乾燥・粉末化したもの）などに注目が集まりつつあります。

先週、米国アナハイムにおいて「ナチュラルプロダクツエキスポ」（※2）が開催されました。期間中、込み具合が凄く、話によると6万人程度の入場者数があったようです。海外からの入場者がなかったものの、それでも盛況だったようです。3月29日のオンラインセミナーで講師をお願いしている方に電話して、この展示会の状況などを伺ったところ、とにかく、**プラントベースドフード**（※3）という言葉が飛び交っていたとのことでした。茸類の中の菌糸体、ミルク系では豆プロテインなどの人気が高いものの、大豆は意外と日本人ほどは受け入れられていない感じだった、とのことでした。訴求では、とにかく、ストレス・睡眠関係の人气が高く、また、C B D（※4）を活用した商品は依然多いようで、例えば、「C B D + 昆布茶」、「C B D +

プロバイオ」といった商品も依然として数多く展示されていたようでしたが、大手メーカーはこれには手を出していないようでした。日本からの抹茶も沢山展示されていたようでした。今回紹介した「ナチュラルプロダクツエキスポ」については、後日、健康産業新聞が特集記事を掲載させていただきますので、興味のある方はお読み頂ければと思います。

※2：米国最大規模の自然・健康食品展。

※3：全て植物由来原料から作られた食品、またその大部分が植物由来原料から作られた食品。

※4：カンナビジオール。麻に含まれる天然成分の一種。次世代の栄養成分としての注目を集めている。

■ 世界のウェルネス産業の動向

ウェルネス産業の国別ランキング表によると、日本は、米国と中国に続いて世界第三位であり、その市場規模は約30兆円とされております。

これ（資料5）は「世界のウェルネス市場規模」を分野別に取りまとめたもので、2020年の市場規模全体は4.4兆ドルで、日本円に換算すると約500兆円となることから、日本のGDPと同じくらいと言えます。こうした“バルーン（気球）”の中で、大きなものとしては「パーソナルケア＆ビューティ」、「フィットネス＆アクティビティ」、「健康的な食事、栄養、ダイエット」があり、これらがメインとなっております。これに「公衆衛生、予防、オーダーメイド医療」、「伝統医療、補完代替医療」、「職場のウェルネス」が加わり、さらには「温泉」、「スパ」、「ウェルネスツーリズム」、「ウェルネス不動産」などがあります。そして、最近、新たな市場としてカウントされはじめたものとして、「メンタルウェルネス」もあります。

こうした世界のウェルネス市場は、2025年には7兆ドルになると見込まれていて、特にウェルネスツーリズム、ウェルネス不動産、スパ、温泉などが伸びる分野とされております。

ウェルネス市場の数値については、初期の頃から追跡しておりますが、まずは、自分の体に直接関係する「パーソナルケア・ビューティ、アクティビティ、健康食」などが注目されて大きくなっていきました。最近では、職場とか不動産などに段々注目が集まり、「自分の体を置く環境」の方にも目が向き始めているような状況と言えます。

このように価値観の変化は、コロナの時代になると、より一層、「空気、光、建築材」などの方に段々と意識が移りつつあり、それらに関連する市場が伸びようとしております。特に調査会社の予測では、コロナ前の2019年の時点で既に「メンタルウェルネスの市場規模が伸びてくるであろう」との予測が立てられていて、これは、コロナ前から色々なストレスが話題になっていたことを意味するものであると考えられております。

メンタルウェルネスに含まれるものとしては、主なものとして、コーチング・アプリ・プラットフォームなどの「自己改善関係」、脳を活性化する「栄養補助食品」、「瞑想・マインドフルネス」があり、また、今後、メンタルウェルネスの中の大きなウエイトを占めていくものとして「睡眠」があります。これらは、世界的にも注目されていて、今後、ビジネスとして成長していくことが期待されております。

(資料5)

世界のウェルネス市場規模 2020年4,4兆ドル



■ 「価値観のリセット」が暮らし、生き方を変える

今年発表された「GWIレポート2021」において、『価値観のリセット』が暮らし、生き方を変える」といったことが書かれていて、そこには7項目がポイントとして挙げられております。(資料6)

一つ目は「ウェルネスは、特別なモノではなく日常生活の中の当たり前で不可欠なものに」ということです。ここで言う「ウェルネス」とは、WHO（世界保健機関）によると、「身体的・精神的・社会的に健康な状態」を意味しており、「居心地の良い状態である」とのことで、「ヘルスケアのプラスαで、もっと居心地の良い状態に高めていく」とか「暮らしのレベルを上げて、満足度を高めていく」ことであると思って頂ければよいわけで、例えば、一週間働いた後、土日で何処かへ旅に出るとかそういう特別なモノではなく、「毎日の生活の中にウェルネスが生まれる」と言われるようになっております。それと「免疫意識の高まり」です。

また、よく言われることとして、「医療とウェルネスの接近」があります。

医療側からすると、もう少し患者のケアを考えるに当たっては、ウェルネスというサービス・考え方が必要であり、他方、ウェルネス側にしてみると、もっと医療側と連携するためには、エビデンスが必要になると考えられます。さらには、「自然」、「人とのつながり」、「メンタルヘルス」も重要です。特に「人とのつながり」では、家族・人間関係を考えつつ、「人生の目的」とか「自分を振り返る」ことも必要ではないかと思われま

(資料6)

「価値観のリセット」が暮らし、生き方を変える

① ウェルネスは、特別なモノではなく日常生活の中の当たり前で不可欠なものに。
② 感染症予防と慢性疾患予防との密接な関係が明らかになり、免疫意識が高まった
③ 医療とウェルネスの接近。エビデンスを強化し正しい情報の発信を求められる。
④ 「自然」への意識の高まり。幸福に大きな影響がある。企業は長期的に再生可能で環境を意識した方向へ。
⑤ 人との「つながり」はさらに重要に。デジタルとリアルとのバランスがウェルネス産業にも重要。
⑥ 孤独でないことなど精神的の幸せのためメンタルヘルスを重要視していく。
⑦ コロナ禍であらゆる価値観がリセットされる。キャリア、家族、人間関係を深く考え、人生の目的、感謝、思いやりの再認識につなげる。
これらの価値観のリセットは、ウェルネス産業すべての分野に広く影響を及ぼし、将来ウェルネス企業は、CSRやUN SDGs、環境、社会、ESGへの積極的な企業姿勢が求められる。

GWI2021レポートより

■ 国内のウェルネスへの潮流と取り組み

国内におけるウェルネス関係の動きに関しては、前々から叫ばれてきた「東京一極集中からの分散」がいよいよ本格的にスタートしようとしているような感じです。

これ(資料7)は、私が以前講演でよく使っていた図で、当時よく主張していたのは「日本においても、一人の人間に対して、色々な美容・健康サービスが連携して、一番良い状態を創っていくことは提案できないだろうか」ということです。

米国の統合医療クリニックにおいては、こういう形態が多く、具体的には、心療内科医が表に居て、その背後には、ヨガのインストラクターとかアンチエイジングの専門家など10数名控えていて、全員で「一人の方に対して、最適な美容・健康を届けることのできる簡易的なシステム」は出来ないものだろうかとずっとご提案してきましたが、こうした連携を進めていくうえでは、その根拠とか理由は益々重要になっていくと思われます。

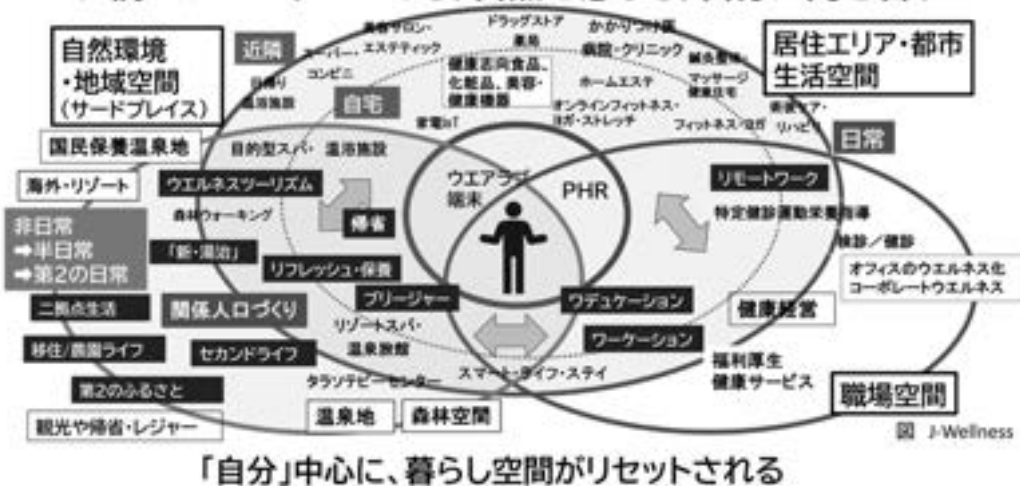
こうしたことは、現在のコロナ禍の中では、自分の周辺だけではなく、職場空間とかサードプレイス(自然環境・地域空間)との関係がより密になって行き、「『自分』中心に『暮らしの空間』がリセットされていく」のではないかと思います。この図において「重なり合っているところ」、例えば、「職場空間」と「居住エリア・都市生活空間」が重なりあっているところとか、あるいは、「職場空間」と「帰省先・リゾート先」が重なり合っているところでの「ワーケーション(観光地などでテレワークを活用して働きながら休暇を取るすべし方)」とか「ワデュケーション(ワーケーションに森林環境教育を組み合わせたもの)」が注目されております。

また、最近では、「2拠点生活」における「間の距離」が段々縮まっていき、そこにビジネスチャンスが結構生まれているような感じがします。特に地域にとっては、都市で暮らす人々との関係作りは、今後のビジネスの活性化へと繋がっていくものと考えてられます。それゆえ、ここでセカンドライフとか色々な仕事をするために出掛けて行くことも含めて、こうした場所での「自分と都市居住者との関係」を構築していくことは、企業にとって何らかのビジネスを創出していく可能性を秘めているものと思われます。例えば、自分が訪れたところは、やはり愛着

がありますので、当地のモノを帰ってから購入するとか、何かの折に再度訪れるとか、そういう関係性を構築していくことだろうと思われます。

(資料7)

多様な価値感を持つ 生き方・暮らし方へ j-wellness
 コロナ禍➡ウエルネスのある/自然を感じる/自分に向き合う



■ Jウエルネスとは

本日の講演のテーマである「**Jウェルネス**」については、皆
さんのお仕事に「ウェルネス」を掛けて頂いたものに、さらに
「日本」を掛けたものをイメージしております。(資料8)

日本の四季・自然環境には独特のモノがあって、また、安全とか公衆衛生といった社会環境でも日本は他国に対して抜きん出ており、時間に正確で、都市においては「高層ビルがあるかと思えば、鳥里川海もある」といったように都市と地方の共存が図られております。また、先端科学とか医療もあって、伝統文化では温泉とか和食があり、何より先人の知恵としての生活習慣のようなものもあり、さらには、「おもてなし」と「モノづくり」といった気質もあります。長寿の条件である「生きがい」と「つながり」であると言われております。

今後は、こういう様々な要素の「**重なり合**り」を創り上げていくことで、国内の健康長寿社会を構築し、様々なサービスの連携を進めていくことが必要ではないかと考えます。例えば、医療において、若者に対するものが社会復帰がそのゴールであるのに対し、高齢者に対するゴールは多種多様であると思われます。そういう「多様」なところに「行き届く」ようなサービスについては、おそらくウェルネスというようなもので対応していくことになると思われます。要は、「**その人のための、その人にとって最適なサービスを提供する**」ことが重要であり、おそらく、日本向けのこういうビジネスモデル・製品・サービスは、グローバル社会においては、海外に向けての“武器”になると思われます。

昨今、盛んにSDGsが唱えられておりますが、その一個一個の項目を見て、改めて思い起こすと、「日本では昔からこういうことしていた」ということが結構あるように思われます。日本

は、この10年間、生産性・効率性を追求し過ぎたところがあるかもしれませんが、これまで取り組んできたことは、世界に対しても売っていけるのではないかと感じております。

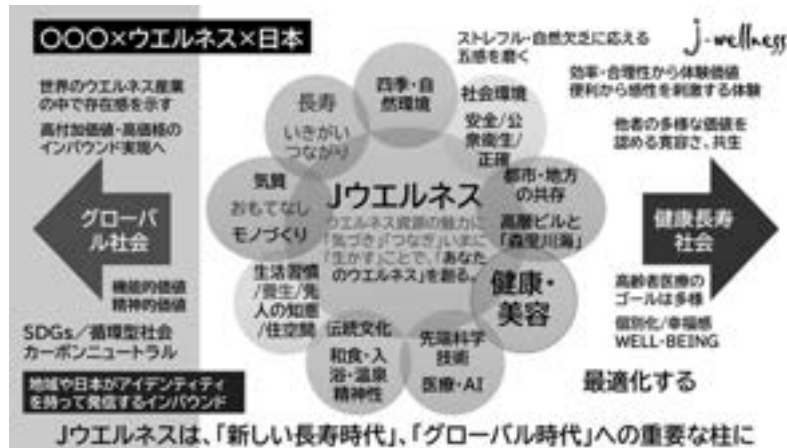
このように、日本は、自信を持って世界に向けて発信していける可能性があるわけで、いま申し上げた日本のウエルネスの背景には「現代の暮らし」がありますが、別のところでは脈々と続く伝統的な文化などを以って世界に対して売っていけるように「健康、美容、ウエルネス」が創られているというような感じです。

今後は、日本としては、「**長寿の国が発信する新しいウエルネス**」を発信していくことが重要になっていくものと思われます。日本の魅力を知るといことも重要ですが、海外向けにはモデルを構築する必要があり、あとは、健康経営もその一つですが、ラグジュアリー（贅沢、豪華）な方々だけでない、一般の方々向けのウエルネスのモデルを創り、その品質を高め、その結果として、色々な企業による連携も考えられます。

インバウンド需要については、2019年頃まではもの凄く増加していたわけですが、振り返ってみると、その時点で既に問題が結構浮き彫りとなっていて、アジアだけではなく欧州からの客も増えているとか、あと、「モノ消費からコト消費へ」とか「量から質へ」という発想の転換も必要であったわけですが、結果的に、インバウンドそれ自体に振りまわされていたような面も結構あったように思われます。

このため、これからのインバウンドに対しては、「地域が、日本がアイデンティティを以って発信」するようなモノに変えて行き、また、いずれ再び訪れるインバウンド需要に準備しておくことが必要であると考えます。

(資料8)



■ ウエルネスのプロジェクト

ウエルネスへの取り組みを進めているプロジェクトがありますので、ラグジュアリーではありますが、いくつか紹介したいと思います。

一つ目は、「虎ノ門・麻布台プロジェクト」というもので、これは森ビルと「アマン」というホテルグループが共同で進めているもので、2023年には、高層ビルが完成することとなっております。もう一つは、三重県多気町において、ロート製薬が中心となって東京ドーム四個分が入れるスペースに「本草湯」という温泉が整備されました。まだ取材は出来ておりませんが、その内容を見る限りでは大変興味深い施設と思われます。

次に「ものづくり×ウエルネス」の事例を紹介します。日本の「ものづくり」は大変きめ細やかで、相手を喜ばせるもので、今回紹介する「ポーラ化成工業(株)アプリ『me-fullness』」はアプリで「その人の心の状態を良くしていく」という化粧品会社ならではの取り組みです。

北海道小樽市には、済生会病院と商業施設が一体となって、建設・整備が進められているウエルネスタウンがあります。パーソナルヘルスレコードを活用しながら、住民だけでなく訪れる人々の健康増進を上手く進めていくという取り組みです。

また、アウトドアフィットネスということで、フィットネスを屋内だけでなく、外でも行うことを事業として全国各地で展開している企業もあります。こうした今までにない新たな取り組みが色々な地域で始まろうとしております。

■ まとめ

ベストセラー書「ワーク・シフト」・「ライフ・シフト」の著者が最近出した著書の中の序文において、「生き方と働き方に関して100年に一度の大変革を経験しつつある」ということが述べられていて、日本については、「新しい長寿社会を築く千載一遇のチャンスが訪れており、柔軟な働き方や家族や地域との関わりが拡大していく」ということが予測されております。

「新しい長寿社会」とか「グローバル社会」においては、ウエルネスという括りで「大きな価値」が見出され、「様々な健康・美容ビジネスが変わっていくのではないか」との期待を込めて、「貴方の為の最適なウエルネスを提供」というような形になっていくものと思われます。

こうした動きに伴い、おそらく、地域の商材などを「外」に向けて発信していく時には、その地域の色々な背景を込めようということが考えられており、先ほど冒頭で紹介したバイヤーの方々も「その商材の背景には、どのような魅力があるのか」を見ていくようで、四国独自の認証制度をはじめとした取り組みにおいては、「地域の個性」が現れていくものと思われます。こうした「四国ならではの個性」を上手に発信していくことにより、製造業だけではなく、色々なサービス産業との連携で「新しい連携のあり方」が生まれるかもしれず、もしかすると、「観光との連携」もあるかもしれません。このように連携について“広く”考えていけたらと思います。

ウエルネス産業では、これまでは各部門が単独で拡大を続けてきたのですが、これからは、色々なモノがお互いに連携しながら大きくなり、巨大な産業へと発展していくのではないかと思います。例えば、職場のウエルネスについては、先ほど紹介した「まるのうち保健室」のように、女性の健康を考える時に食事や運動は当然関係してくるわけで、もしかすると福利厚生としてツーリズムのような形で、その地域を訪れて、メンタルヘルス・ケアをしていくことも考えられます。

このように、ウエルネスにおいては、みんなが連携しながら取り組んでいくというスタイルが考えられるわけで、恐らく日本も、そのようになっていくことが必要ではないかと考えております。

■ 終わりに

本日の講演においては、もう少しちゃんと皆さんにお伝えしたいことがあったと思っております。その意味でも9月のアンチエイジングジャパン(※5)への皆さまの参加が望めます。そのイベントにて、四国から発信するサービスとかモノについて、みなさんの届くようなお手伝いをさせて頂きたいと思いますので、是非よろしくお願い申し上げます。

少し話が長くなりましたが、以上で講演を終了させて頂きます。

ご清聴、ありがとうございました。

※5: 今回8回目の開催を迎える「アンチエイジング ジャパン」は、エイジングケア(美と健康長寿)ビジネスが集う国内初の専門展示会。学術トピックスや研究、エビデンスなどの専門情報を発信する場としても注目を集めている。

場所: 東京ビッグサイト 西ホール

日時: 2022年9月26日(月)・27日(火)・28日(水) 10:00~17:00

主催: インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社

3 技術開発支援

①令和4年度の事業化案件研究調査事業支援先が決定しました

当センターでは、四国地域イノベーション創出協議会と連携し、事業化を目指す四国の中小企業様の技術開発・製品開発について令和4年度の支援対象事業の公募を行った結果、8件の応募がありました。

新型コロナウイルス感染拡大の影響が産業界に及んでいる中、より多くの中小企業様を支援するため今年度も昨年同様、採択件数は4件とし、厳正な審査を経て8件の応募の中から下記の4件を支援先として決定いたしました。助成金額はいずれも100万円です。

当センターならびに四国地域イノベーション創出協議会は、技術開発・研究開発の支援に加え、開発終了後も成果の事業化や販路開拓等について引き続きフォローアップを行うこととしています。

◆令和4年度事業の支援先

企業名	研究開発テーマ、概要
廣瀬製紙株式会社	「超臨界CO2による不織布洗浄技術」 超臨界とは物質がある温度・圧力を超えると、気体と液体の境界面が消失する現象である。超臨界CO2洗浄は半導体などで既に実績のある技術であり、①分子拡散力が高く、細かい隙間の洗浄が可能 ②有機溶剤並みの洗浄力 ③有機溶剤不使用で廃液コスト不要・環境に優しい④CO2の着脱が容易 などの理由から採用されている。これらの技術を不織布へ応用し、材料純度要求の高い医療・ライフサイエンス用途への応用技術として検討を行う。
シンワ株式会社	「新しい表面修飾技術を活用したナノファイバー不織布の用途開発」 エレクトロスピニング法により製造するナノファイバー不織布は、比表面積が大きい、圧力損失が小さい等の長を有する優れた高機能素材ではあるものの、高い製造コストのために製品化事例が未だに少なく、さらなる高付加価値化が求められている。そこで、共同開発した表面修飾技術を活用してナノファイバー不織布の高付加価値化技術の確立を図るとともに、新たな分野への用途展開につなげる研究調査に取り組む。
株式会社USUi	「波力・浮力発電装置の実証実験による発電出力の調査及び研究」 現在、弊社、代表取締役が特許を取得し、実用化に向け開発を進めている波力・浮力発電装置「GOMES」実証機による新居浜港での海上実証実験を「新居浜港カーボンニュートラルポート」事業の一環として実現するために、まずは陸上にて疑似波力として電動による実証機の下上往復動実験を行い、実証機の動作確認及び発電量の長期安定性確認等のデータを取得し、海上設置、事業化及び社会実装に向けた取り組みを加速します。
株式会社中温	「真空低温調理を用いた野菜のうまみ成分の研究調査および野菜キットの開発」 通常の水煮野菜とは異なる、低温調理法を用いてうまみが向上した根菜類を原料とする、調理簡便な野菜キットの開発を行う。これはユーザーが調味をせず、加熱のみでうまみの向上した良質な食事が得られる革新的技術であり、元来の高温加熱食品である水煮野菜の問題、食味・食感の低下・調理の手間を省く事も可能とする。本研究開発は、野菜毎に最もうまみに優れた調理の温度、時間を設定すべく、試作前後のアミノ酸量を調査する。



競輪の補助事業

この事業は、競輪の補助を受けて実施しました。

<https://www.keirin-autorace.or.jp/>

②令和3年度事業化案件研究調査事業の成果報告

令和3年度の事業化案件研究調査事業で採択決定しました4社、合同会社アーク(三豊市)、イトマン株式会社(四国中央市)、株式会社コスモ工房(高知市)、株式会社ユークリッド(四国中央市)の成果を報告いたします。

◆合同会社アークの研究調査成果

研究調査テーマ名	高感度呼吸センサによる新型コロナワクチン接種後の見守りシステムの開発
実施期間	令和3年4月～令和4年2月
企業名	合同会社 アーク
研究調査概要	令和3年3月から新型コロナ第4波が襲来し、医療従事者から新型コロナワクチン接種が開始され、7月には第5波が襲来し新型コロナワクチン接種2回が急速に行われた。新型コロナワクチン接種による副反応(アナフィラキシー症状)が問題となっている。副反応は確実、早期に発見し対応する必要がある。我々は高感度呼吸センサを用い新型コロナワクチン接種後の副反応を早期検知する見守りシステムを開発し実証実験を行った。
研究調査成果	高感度呼吸センサを使用した新型コロナワクチン接種後の見守りシステムで使用するために呼吸センサユニットを改良するための研究を行い実際に改良試作した。また新型コロナワクチン接種後のバイタルデータはクラウドを使用し、インターネット経由パソコン等を使用し、簡単に複数人同時にモニタリングするためのシステムの開発を行った。 最終的に新型コロナワクチン集団接種会場において複数人の新型コロナワクチン接種後のバイタルデータの同時計測を行い、正確に測定可能であることを実証した。  ワクチン接種後の専用呼吸センサ装着写真  見守りシステムによる実証実験  改良試作した呼吸センサユニット  見守りシステムの表示画面(6名分)  新型コロナワクチン接種後の見守りシステム用呼吸センサ

【本研究内容に関する問合せ先】
香川県三豊市高瀬町比地2243-2
合同会社 アーク

担当:代表社員 三崎 幸典
TEL:090-3180-5826
E-mail:yuki--37misaki13@docomo.ne.jp

◆イトマン株式会社の研究調査成果

研究調査テーマ名	医療・介護現場における感染制御及び負担軽減のための紙製ディスポーザブル容器の開発及び事業化
実施期間	令和3年4月～令和4年2月
企業名	イトマン株式会社
研究調査概要	感染症の脅威は増々大きくなり、色々な対策が継続して行われる状況の中、感染症対策に重要な医療介護用「リユース容器」が「使い捨て（ディスポーザブル）容器」に置き替わる市場を目標に、「便器」「尿器」「吐瀉物用容器」3品の上市を行った。今後は「紙製の使い捨て容器」の商品化を目指す。
研究調査成果	2年以上にも渡るコロナ禍で感染症に対する様々な対策が医療や介護現場にて実施されている昨今ではあるが、これらの現場で排泄物や吐物を入れる様々な形状の容器は依然として主にプラスチック製の「リユース容器」が使用されているものの、有効な感染症対策として既存の容器が「使い捨て（ディスポーザブル）容器」に次第に置き替わってゆき、ディスポーザブル容器の市場が広がっていくことが予想される。それに加え現在の日本においては、感染源となる排泄物や吐物を処理した後の容器を医療従事者や介護従事者が用手洗浄している病院・施設が圧倒的に多く、現場で過度の負担を強いられている。将来的には現場の負担軽減と医療・介護従事者の絶対的人員確保の観点から欧米で普及率の高い汚物処理器「マセレーター」が日本の病院介護施設に於いても徐々に使用拡大していくであろうという予測の下、「紙製ディスポーザブル容器」の開発を進めた。 （上市した3品）  図1. 便器  図2. 尿器  図3. 吐瀉物用容器（ガーグルベースン）

【本研究内容に関する問合せ先】

愛媛県四国中央市金生町下分680番地
イトマン株式会社
(URL: <https://e-itoman.jp>)

担当:デザイン推進部 中西 華子
TEL:06-6948-5669
E-mail:nakanishi@e-itoman.jp

◆株式会社コスモ工房の研究調査成果

研究調査テーマ名	新しい意匠性を有する竹集成材とその製造方法の開発
実施期間	令和3年4月～令和4年2月
企業名	株式会社コスモ工房
研究調査概要	これまでの竹集成材は、竹ラミナの繊維方向が一定になるラミナ配置を基本に製造され、意匠性のバリエーションは限られていた。しかし現在、価値観の多様化が進出し「他の人とは違うもの」が必要とされている。このような背景の中、竹集成材の新しい意匠性を持つ竹集成材の開発に取り組んだ。
研究調査成果	本研究では、次のような3種の竹集成材の製造方法を確立し、新しい意匠性の竹製品を提案することができた。 ①竹ラミナを放射状に配置し目柄が美しい「放射断面集成材」 曲線加工を行った際の目柄が美しく、店舗向けの竹高級内装材などへの活用を検討する。 ②自由な曲面と平面強度高さが両立する「自由湾曲竹集成ボード」 自由な曲線と強度の両立により、構造意匠材としての活用を検討する。 ③加熱による自然な色の組合せによる「二色多段集成ブロック」 趣味性の高い意匠で、キッチン用品、文具、玩具などへの活用を検討する。 開発した竹集成材

【本研究内容に関する問合せ先】
高知県高知市仁井田字新築4650
株式会社コスモ工房
(URL: <http://cosumo-kobo.jp>)

担当:取締役 岡村 りか
TEL:088-847-1823
E-mail:k.cosumo@rice.ocn.ne.jp

◆株式会社ユーグリードの研究調査成果

研究調査テーマ名	環境にやさしいパラミロン粒子抽出技術の開発
実施期間	令和3年4月～令和4年2月
企業名	株式会社ユーグリード
研究調査概要	ユーグレナ(和名:ミドリムシ)から、新機能性素材であるナノファイバーの集合体であるパラミロンを抽出、回収する方法は、アルカリ処理を行い、界面活性剤(SDS)で加熱洗浄を行うのが一般的だが、処理時間の長さ、残留アルカリの問題、熱エネルギーの課題に加えて、栄養豊富な残存液が強アルカリにより2次利用が困難になる。(株)ジンノ工業が持つマイクロバブル発生装置等の技術を用いることで、アルカリフリー、SDSフリー、加熱フリーで、装置を通過するだけでパラミロン回収率99%以上を目指す。
研究調査成果	1.マイクロバブル装置に、ユーグレナ培養液を流し、ユーグレナ細胞膜破壊への同装置の可能性確認試験を実施した。 2.予備試験での60%強の抽出率を、実用化レベルに高めるために、装置の改良を行った。 3.マイクロバブル発生装置の構造検討の結果、ユーグレナの全生育状態の物を抽出するために、超音波を組み合わせることで効率的な抽出を試みることとし、高出力超音波発生装置のみによる抽出試験を行ったところ約99%の抽出結果であったが、単位体積当たりの消費エネルギーが大きく実用性に乏しかった。 4.超音波のみによる抽出は可能だが、高出力で長時間の処理が必要で大量処理には向かないが、小出力、短時間処理でも、マイクロバブル発生装置と組み合わせることで、効率的処理の可能性を確認した。 5.マイクロバブル発生装置に超音波発生装置を組み合わせ、超音波印加部の構造改善を繰り返し抽出率88%に達した。各装置の更なる改良で目標の抽出率99%は可能であると考える。    ユーグレナ培養液 遠心分離後 乾燥パラミロン

【本研究内容に関する問合せ先】

愛媛県四国中央市金生町山田井183番地
株式会社ユーグリード
(URL: <https://euglead.co.jp/>)

担当:石川 一雄
TEL:0896-22-4557
E-mail:euglena@info.euglead.co.jp



競輪の補助事業

この事業は、競輪の補助を受けて実施しました。
<https://www.jka-cycle.jp/>

4 販路開拓支援

令和4年度イノベーション四国ビジネスマッチング事業の概要

イノベーション四国では、平成27年度から四国4県の企業の特徴ある技術を都市圏の大企業等にPRする「イノベーション四国ビジネスマッチング」に取り組んでいます。この中で、特にニーズの高い「販路開拓」を支援の中心に置き、企業が自社の強みや技術の独自性を確認する機会、新たな課題やニーズを発見する機会等を作っています。

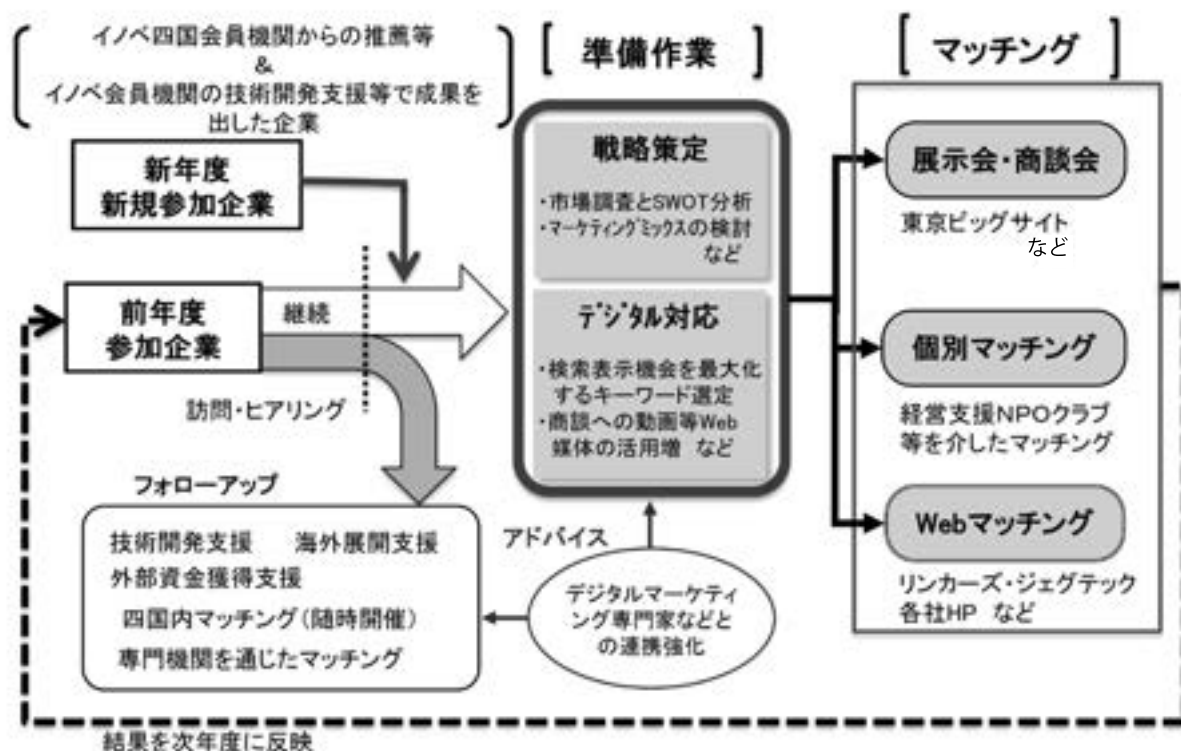
昨年度におきましては、右表の7社に対して、イノベーション四国会員機関、イノベーションコーディネーター（IC）、他地域支援機関等による伴走支援のもと、より高い成果が得られるよう、事前に各社自身が自社の強みを確認し、売込み戦略の策定やPR手法のブラッシュアップなど綿密な事前準備をしたうえで、個別商談（個別マッチング）を実施しました。併せて、前年度実施企業に対しては、フォローアップを行い、商談成立に向けて積極的に支援しました。

その結果、数社の商談が成立しました。マッチング終了後は、各社の事情に応じた適切なフォローアップを行い、継続的に支援する体制を構築しています。

今年度においても、マッチング支援機関を活用したマッチング事業の推進を検討していくとともに、Web媒体の活用などマッチングの成果を上げるためのアドバイスや、関係機関等との連携の一層の強化など、より精度の高いマッチング事業となるよう取り組んでいく予定です。

◆令和3年度 マッチング支援企業（実績）

県別	企業名	本社所在地等
徳島	(株)SGIC	阿南市
	(株)アクティス	松茂町
	(株)阿波酢造	勝浦町
高知	(有)上田電機	高知市
愛媛	日泉化学(株)	新居浜市
	(株)イトウ	四国中央市
	(株)中温	松山市



5 その他活動

① 令和4年度定例理事会・定時評議員会開催

当センターは、令和4年度の定例理事会、定時評議員会を開催しました。

定例理事会は5月31日、東急REIホテルにおいて、理事総数13名中11名の出席（うちWEBでの参加3名）および監事2名の出席により開催し、令和3年度の事業報告、決算および公益目的支出計画実施報告書について承認しました。このほか、JKA補助事業の実施、定時評議員会の招集、参与の委嘱について承認しました。

定時評議員会は6月15日、東急REIホテルにおいて、評議員総数14名中14名（うちWEBでの参加1名）の出席および理事2名の出席により開催し、令和3年度決算等の承認のほか、任期満了に伴う理事の選任を決議しました。

令和4年度 定例理事会

1. 日 時：令和4年5月31日（火）13時00分～14時00分
2. 場 所：東急REIホテル
3. 出 席：理事11名、監事2名
4. 議 事：第1号議案 令和3年度事業報告について
第2号議案 令和3年度決算の承認について
第3号議案 令和3年度公益目的支出計画実施報告書の承認について
第4号議案 令和4年度（公財）JKA補助事業の実施について
第5号議案 定時評議員会の招集について



令和4年度 定時評議員会

1. 日 時：令和4年6月15日（水）13時00分～14時00分
2. 場 所：東急REIホテル
3. 出 席：評議員14名、理事2名
4. 議 事：第1号議案 令和3年度事業報告について
 第2号議案 令和3年度決算の承認について
 第3号議案 令和3年度公益目的支出計画実施報告書の承認について
 第4号議案 令和4年度（公財）JKA補助事業の実施について
 第5号議案 理事の選任について



承認された令和3年度決算

貸借対照表（令和4年3月31日現在）

（単位：百万円）

	令和3年度	令和2年度	増 減
資 産	569	569	△0
負 債	18	13	4
正味財産	550	556	△5

損益計算書（正味財産増減計算書）

（単位：百万円）

	令和3年度	令和2年度
収 益	104	116
費 用	109	115
正味財産増減額	△5	0

（注）金額は、百万円未満切捨てで表示している。

新理事

阿波製紙株式会社	取締役専務執行役員	長尾 浩志 氏
四国電力株式会社	常務執行役員	宮崎 誠司 氏

②令和4年度上期 IC・支援機関連絡会

イノベーション四国では、事務局のSTEPと副事務局の産業技術総合研究所、中小企業基盤整備機構の3者および関係パートナーの四国経済産業局とで四国内5地域を巡回して、各地区のイノベーションコーディネーター（IC）および支援機関の方々との連絡会を開催し、当該年度の活動計画の周知・協力依頼と関係者からの意見や情報の収集を実施しました。

昨年はコロナの関係でYouTube配信となりましたが、今年は5月24日～6月16日の間で順次開催し、一部オンラインも併用しました。

連絡会では、冒頭、植松運営委員長より「コロナにウクライナの件が加わり、世界規模での経済活動の停滞・悪化が深刻な状況の中、生産活動や日常生活にも大きな影響がある。厳しい環境下であるが、個々の力ではどうしようもないことでも知恵を出し合いイノベ四国のつながりを活用することで成果につながっていくことを期待したい」との挨拶がありました。

各事務局から以下の説明がありました。

【STEP】マッチング支援、産学共同助成事業、高機能素材産業支援、食産業支援、顕彰事業

【産総研】産総研四国センターの概要、マテリアルプロセスイノベーション

【中小機構】中小機構の支援業務、マッチング支援（ジェグテック）

【四経局】経産省関連支援事業（GoTech、ものづくり補助金）

また、公設試験機関・産業支援機関・大学高専・金融機関などの各支援機関からも活動内容の紹介がありました。

連絡会を通して、IC・支援機関の企業支援活動についての活発な議論や意見交換がなされ有益な会合となりました。今後もIC・支援機関との連携促進を図り、より実効性のある企業支援を行っていききたいと思います。

◆開催状況

会 場	開催日	場 所
松 山	5月 24日	松山二番町ホール
東 予	5月 25日	西条商工会館
徳 島	6月 1日	あわぎんホール
高 知	6月 9日	高知県民文化ホール
高 松	6月 16日	高松センタービル（オンライン併用）
参加人数：IC31名（含オンライン参加9名）、支援機関17名		



植松運営委員長挨拶



連絡会（高松会場）



競輪の補助事業

この事業は一部、競輪の補助を受けて実施しました。
<https://www.keirin-autorace.or.jp/>

賛助会員入会のご案内

年会費

1口 3万円／年（何口でも結構です）

お問い合わせ先

STEP総務企画部までお問い合わせください。

TEL 087-851-7025 FAX 087-851-7027 E-mail step@tri-step.or.jp

STEPは、昭和59年に四国地域の技術振興を図り、地域経済の発展に貢献することを目的に、民間有志の方々により設立された広域（四国地域全体）の産業支援機関です。

平成20年には、近年の企業活動の高度化・グローバル化に対応するため、四国内の研究機関や産業支援機関などに働きかけ、「四国地域イノベーション創出協議会（イノベーション四国）」を設立し、当センターを始め会員機関など四国の総力を挙げて企業の皆さまが抱える課題全般を解決支援しております。

これらの活動を発展させ、永続的なものとするためには、企業の皆さまからの要請と支持が不可欠であり、財源については、当センターの賛助会費等を充てておりますが、これについても皆さまのご理解とご協力が不可欠です。

つきましては、当センターの良き理解者、支持者として賛助会員に入会され、四国の経済発展に貢献して頂きますよう、何卒よろしくお願いいたします。

(BtoBマッチング)
四国の食品企業と全国各地の食品関係企業との「出会い」支援ツール

登録企業・閲覧会員募集中

四国発!ヘルシー食品&素材マッチングウェブ 開設



本サイトは、四国を中心とした食品素材・加工メーカーなど素材・商品や提供サービスを掲載し、全国の卸会社や食品加工メーカーなどの方々に検索・閲覧していただくことにより、企業間(BtoB)のマッチングをより効率的かつ実効的に行えます。さらに、機能性食品の創出、販路拡大に加えて、事業者による連携・協業などといった様々な成果が期待できます。

本サイトの構築コンセプト

CONCEPT 1	CONCEPT 2	CONCEPT 3
企業の皆さんが簡単に利用できること 本サイト掲載の「ウェブサイトご利用条件」をご覧ください	企業や製品の情報を様々な方法で見つけられること	登録企業へのコンタクトが容易に行えること
無料で利用できる 簡単に、企業・商品が登録ができる 閲覧会員登録すれば 限定公開情報(展示会のみでしか入手できないFCPシートなど)が閲覧できる	四国を中心とした食品素材・加工メーカー等が 素材や商品の特長などの情報を、訴求力が高い動画を駆使して積極的に掲載することで、BtoBマーケティングを意図したバイヤー等への情報提供が効率的に行える 属性やキーワードによる高度な検索ができる 四国における特徴ある食品の全国への紹介サイトとして、通年で活用できる 地理的・時間的な制約の解消	システム上で 登録企業へマッチングリクエストを送ることができる イベント開催スケジュールと連携しリアル商談を効率的、効果的に行うことができる



四国発!ヘルシー食品&素材マッチングウェブ <https://www.healthy-shikoku.jp/> 詳しくはコチラ▼
(「ヘルシー四国」で検索)

- 登録企業**
- 四国内で製造された機能性等に注目した付加価値の高い食品素材や食品の開発、販路拡大に意欲のある企業であること
 - 本サイトの設置運営に賛同し、インターネットを通じて企業間取引(BtoB)の推進に取り組む企業であること
- 上記に適合すれば、四国外の食品素材・加工メーカーなども登録可能です

- 閲覧会員**
- 登録企業及び商品の公開情報を閲覧登録なしに、誰でも閲覧できます
 - 閲覧会員登録すれば、さらに限定公開情報の閲覧ができます



本サイトは、令和3年度地域新成長産業創出促進事業費補助金(地域産業デジタル化支援事業)「四国における機能性食品創出のデジタルマッチング支援事業」の一環で作成したものです。



この資料は、競輪の補助金を受けて作成しています。
<https://www.jka-cycle.jp>

マッチングサイト 四国発!ヘルシー食品&素材マッチングウェブ

閲覧会員登録・企業登録方法

1 アクセス方法

①URL入力

<https://www.healthy-shikoku.jp/>

②検索サイトで検索

ヘルシー四国

検索

③QRコード



2 企業や製品を探したい ➡ 閲覧会員登録

- ① トップページ右上の「閲覧会員登録」をクリック
- ② 右の閲覧会員登録メールアドレス登録画面に、企業名、業種、お名前、メールアドレスなどを入力し送信。
- ③ メールで送られてきた会員登録URLをクリックし、ログインページが開けば、閲覧会員登録完了です。

詳細は、本マッチングサイトトップページの「使い方の流れ」の「閲覧登録」説明動画をご参照ください。

閲覧会員登録

閲覧会員登録を行うと、登録企業・製品/サービスの検索にアクセスすることができます。ウェブサイトに利用者の（利用目的）を記載の上、各種情報を入力してください。下記情報を送信後、メールにてログインページ、ログインID、パスワードをお送りします。あらかじめ「Healthy-shikoku.jp」ドメインからのメールを受け付けられるよう、迷惑メールフィルター等を設定してください。

所属企業/業種	必須	企業名	
業種	必須		
お名前	必須	お名前	
メールアドレス	必須	info@healthy-shikoku.jp	
利用規約	必須	ウェブサイトに利用者の（利用目的）を記載の上、各種情報を入力してください。 チェックを入れてください。 ☐ 利用規約に同意する	
送信する			

3 自社の製品をPRしたい ➡ 企業登録

- ① トップページ右上の「新規企業登録」をクリック
- ② 右の企業ユーザー登録画面に、企業名、業種、ご担当者名、ご担当者メールアドレスなどを入力し送信。
- ③ メールで送られてきた企業登録URLとログイン情報でログインし、企業・製品情報を登録してください。

詳細は、本マッチングサイトトップページの「使い方の流れ」の「企業登録」説明動画をご参照ください。

企業登録

ウェブサイトに利用者の（利用目的）を記載の上、各種情報を入力してください。下記情報を送信後、ご担当者にメールにてログインページ、ログインID、パスワードをお送りします。あらかじめ「Healthy-shikoku.jp」ドメインからのメールを受け付けられるよう、迷惑メールフィルター等を設定してください。

企業名	必須	株式会社ヘルシー四国
業種	必須	
ご担当者名	必須	お名前
ご担当メールアドレス	必須	info@healthy-shikoku.jp
利用規約	必須	ウェブサイトに利用者の（利用目的）を記載の上、各種情報を入力してください。 チェックを入れてください。 ☐ 利用規約に同意する
送信する		

ログイン後、登録社管理画面から、担当者情報、基本情報、マッチング情報、PR情報、製品/サービス情報をそれぞれ入力・保存してください。（入力にあたっては、管理画面の操作マニュアルをご参照ください）

■ 企業情報登録項目

担当者情報

HSMS ID	
ご担当者名	必須
所属部署・肩書き	
ご担当者電話番号	必須
ご担当者メールアドレス	必須

基本情報

HSMS ID	
企業名	必須
企業名(ふみ)	必須
代表者名	
設立年	
資本金	
従業員数	
郵便番号	必須
住所	必須
住所(建物名など)	
代表電話番号	必須
代表FAX番号	
代表メールアドレス	
企業ウェブサイト	

マッチング情報

HSMS ID	
業種	必須
属性	必須
マッチング対象希望	必須
オンライン会議ツールの対応状況	
Zoom, Webex, Microsoft Teams, Skype Meet Nowなどから、対応可能なシステムにチェック	

PR情報

HSMS ID	
企業のメインイメージ画像	必須
企業のメインムービー	
キャッチフレーズ	必須
簡単な紹介文	必須
企業・事業概要	自由編集欄

製品/サービス

管理ID	
製品・サービス名	必須
簡単な紹介文	必須
製品の画像	必須
製品のムービー	
製品概要	自由編集欄 必須
ターゲット	
利用シーン	
原料・原産地	
加工地	
安全性確認状況	
効果・効能	
共同研究等の有無	
最低・最大納入量	
納入先実績	

設定公開
通知可

趣味は硬式テニス

58歳の今、「趣味は硬式テニスです!」と当たり前のように言っているが、昔はテニスが下手すぎて、趣味はテニスと言うのが恥ずかしいくらいであった。私のテニス歴を簡単に紹介したいと思う。

いつから、どうしてテニスを始めたのか?テニスを知ったのは小学校5、6年生の頃。当時のアイドル、花の中3トリオの一人、桜田淳子さんのLPレコードを買った際に中に綴じこんであった歌詞カードにテニスラケットを抱えたテニスウェア姿の淳子ちゃんが写っていたのを見て、テニスがしてみたいと思ったのが始まりだったような気がする。

高校では硬式テニス部、大学ではテニス愛好会に籍を置いてなんとなくテニスをしていた。社会人になって初めに就職した会社でも硬式テニス部があり、やはりテニス部に入ったが、実業団の試合に出ているくらいの部なので、部内の個人ランキング戦があったが、上位には上がれずじまいであった。結婚して30歳の時に四国電力に中途入社。最初の勤務先は徳島県阿南市で、業務が忙しくないときはテニス部のコートでテニスを楽しんでいた。転勤で高松に來ると、週末に決まった定期練習があり、テニスの練習が以前よりも安定的にできるようになった。ここではテニスに熱いメンバーが多く、その影響か、テニス部の活動にも熱が入るようになり積極的にテニスに取り組んだ。この時期は、多少上手く、強くなっていったような気がするが、まだまだ下手の横好きレベル…。その後、中央出向を2回ほど経験して東京の駒沢公園近郊で草テニスをするチームのメンバーになったり、出向先の某研究所では、実業団のメンバーに入れていただいたりした。実業団のシングルスで勝って、仲間に喜んでもらえたという貴重な経験もできた。おかげで関東エリアではテニスを通じての知り合いが増えた。新型コロナの感染拡大で近年は東京方面へ行けていないが、「また、東京方面に來るときはラケットも忘れずに持って来いよ。」と言ってもらえるのは嬉しい限りである。

高松に來て部内の試合でなかなか勝てなくて悩んでいた時期があった。高校生で硬式テニスを始めたころから、あこがれの選手はビヨン・ボルグ選手で、真似たフォームをしていたが、ミス減らすため、両手で打っていたバックハンドを片手にし

たり、フォアハンドのミスを減らして威力を上げるために、より良いフォームを目指して改造に取り組んだりした。人からアドバイスをもらい、いろいろ試してみて良いと感じたものを取り入れていった結果、私らしくテニスができるようになったと自負できるものになってきた。2回目の中央出向から高松に戻ってからは、テニス部のOB等のおじさんたちが日曜に集まってシングルスをやリ、その夜は、試合結果をネタに飲み会をするという楽しいグループに参加させてもらえることとなった。初めのうちは負けが多かったが、県のシングルの試合に参加して膝にケガをしてから、意外にも積極的なテニスができるようになり勝率が上がった。これは膝をケガしたことにより、以前のように持久戦の打ち合いをするテニスができなくなり、短時間でポイントを決めるテニスをせざるを得ない状況になったことによる。その戦法に取り組み始めたら意外にも主導権をとって試合を進められるようになり、体力を消耗せずに試合でも勝てることに気付いてしまったのである。その頃は40代後半になっていたが、ようやく自分のテニスに自信が持てるようになり、「趣味はテニスです。いつでも誘ってください。一緒にテニスをやりましょう。」と言えるようになったのである。

55歳の時に、夏のテニスは暑くて体力的に厳しくなってきたと感じ、エアコンが効いた屋内でやっているテニスに憧れて、人生初めてのテニススクールなるものに通うようになった。会社のテニス部のメンバーからは「リゾートテニスですか」と茶化されたりしたが、実際にスクールで練習をしてみると、今までミスが多かったボレーなどが安定してきたり、以前はバックハンドが苦手でそこを狙われ崩れて負けるシーンもあったが、現在はバックハンドの新しい打ち方に取り組んでバックハンドでも決め球が打てるようになりつつある。58歳の今も、私のテニスは成長しており、自分のテニス人生の中で今が一番で最強と言えることがとても嬉しく思っている。また、義父も若いころからずっとテニスをしているのだが、85歳を超えた今も現役で毎週、自分の足で自転車をこいでテニスコートに行き、テニスを楽しんでいる姿は、私にとっての目標となっている。

(K.S)

編集後記

今年は全国的に早くから暑い日が続いていますが、元気にお過ごしでしょうか?

香川県も統計のある1951年以降最も早い梅雨明けとなりました。梅雨の期間は最短の15日と降水量も少なく早々に水不足になりそうです。ただうちの子供にはあまり関係ないようで、目前に迫った夏休みに何をするかでいろいろ悩んでいるようです。親としては宿題のほうがか心配なのですが。とは言えせっかくの夏休み、コロナもやっと少し落ち着いてきた感じなので今年こそはGoToキャンペーンを使って、まず近場から遊びにいってみようかな(笑)

でも、この夏は水不足&節電となかなか厳しくなりそうな予感…

(A.S)