



寄稿

4 野生鳥獣を利用した新しい産業構造の構築について



LettMelodia 代表者

中井 謙次郎

◇はじめに

まず、申し上げておきたいのが、私の事業は革を専門に取り扱いしているとよく勘違いされるのですが、革の事業は私の本業であるマーケットコーディネートデザイン、つまり新しい市場をコーディネートしその仕組みを、コンセプトを、イメージを、デザインするという仕事为主軸としてあり、これはその最たる0から1となるまでをシステム構築化した成功事例としてわかりやすいものであって、それを前面に現在推し進めている革関連事業をクローズアップさせていただいているということをあらかじめ申し上げておきます。

私は和歌山にIターンして3年、起業して2年ですが、和歌山県内で本事業に関連することから動き出してからはかれこれもう早いもので8年ほどとなります。その上で、私が革産業に初めて関わった頃は、現在のように野生鳥獣のお肉が世に広く認知され、普及する前で、全国でも専用のジビエと呼ばれるお肉の食肉解体施設は数えるほどしか存在しませんでした。基本的に、山で捕獲された野生鳥獣は、血抜きをしてそのまま解体施設に運ぶか、もしくは山中で解体し、自分の必要なお肉だけを持ち帰り、あとは山中に埋めて処理してしまうかのどちらかになります。

前者は、地域に野生鳥獣専用の解体施設があることが前提となります。後者は、狩猟免許所持者などが適切に処分することとされています。前者の場合、食肉として販売をするわけなので食肉販売業に分類されます。そのため、施設から出たゴミは産業廃棄物という区分になってしまいます。8年ほど前は、まだこの区分付けが曖昧なところが多かったものの、現在はその廃棄物の処分方法を自治体などから指定されているところが増えています。そのため、ごみ処理の問題はこの食肉としてのジビエの産業にとって大きなコストとなりえます。

また自治体にもリスクがあります。野生動物の内臓や皮は、水分を多く含み、またコラーゲン

ンの塊であるため、非常に燃えにくく、無理に燃やせば燃料代がかさんだり炉を傷める危険性もあります。そのため、このごみの処理という問題を軽減することは、産業を継続させるにおいて大きなリスクヘッジとなります。そして、処理が適切かつ丁寧になされるかどうかは素材としての皮の品質にも大きく影響します。まず、鉄砲を使う狩猟の場合、皮に大きな傷がつく可能性が高いリスクがあります。また、お肉への影響を考えずに長時間放置したり、山中での移動や積み下ろしの際に乱雑に扱えば、食品としてのお肉の質を落とすだけでなく、同時に皮の品質も落とすこととなります。つまり、食としてのお肉の品質を追求すれば、自然と良い品質の環境性（エコ性）の高いマテリアルとなった皮素材になり、事業の継続にも大変大きな意義をもつこととなります。

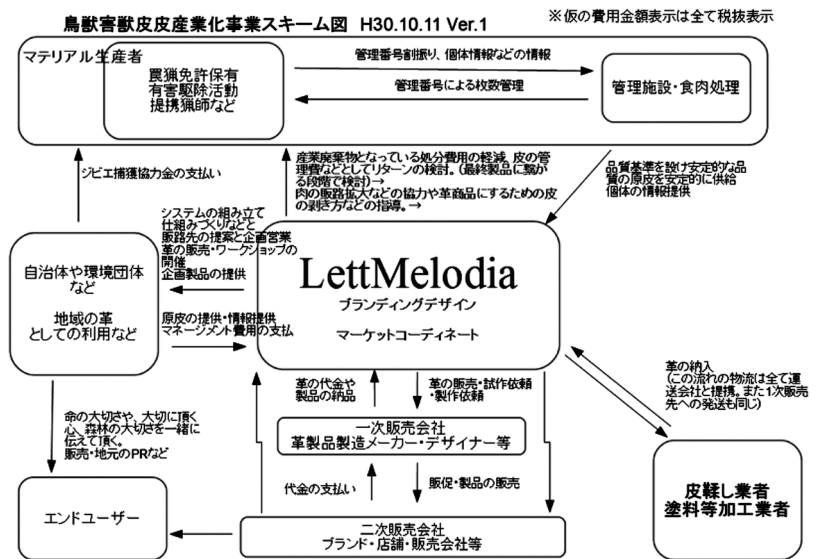
年。さらに製品製作においても問題が生じます。現在一般的な、牛・豚といった革とは性質が異なり、質感の近い、海外から輸入される放牧の羊や山羊、カンガルーといった素材も、日本の狭い、急斜面の多い土地と違い、広い場所でのびのび育てられるため傷や穴といった製品のデメリットとなるものが少なく製品化しやすいものの、日本の野生動物はこの真逆にあたります。つまり得体の知れない素材特徴を持ち、かつ汚い、傷の多い商品を商品化したい製作者はひとりとして居なかったのです。その心理は鳥獣被害が知られ、お肉が広く活用されるようになり、その利用に注目が集まるにつれ年々変化しましたが、現状の産業環境が整い、野生鳥獣の革の特徴を活かした製品を製作できるまでさらに3年の期間を要しました。

◇新しい産業構造の構築

とはいえ、当時何の知識もない私にとって、野生の動物の皮を、私たちの利用する革へとすることは困難を極めました。野生のものは飼育されているものと比べ生育環境だけでなく、それを取り巻く産業環境も全くことなるため、取り扱いがかなり難しいだけでなく、既存産業であれば、すべての素材が利用される構造が構築されているものの、これまで素材として分類されていない野生鳥獣の皮の扱いは大きな困惑と苦勞を伴うものとなりました。

私がこの産業に関わることになった8年前は、野生の皮を取り扱いたいだけの業者はほぼ存在せず、これを探ることからが、本事業のスタートになりました。日本は家内工業が昔から多いため、それぞれのひと作業ごとに業界が存在し、会社が存在します。そのため、ひとつひとつの必要な工程をお願いできる会社を探し出し、製品化までの過程を繋ぐ必要がありました。このコーディネート作業に失敗を重ねながら5

これまでに無かった本産業構造の構築の簡易図式



今現在、図のように、原材料のマテリアルとしての皮から、利用できる革への加工、さらにそこから革としての品質を安定させる作業などを経て、製品製造まで、かつて「点と点」でしかなかった各作業工程はお客様に届く製品にするまでのプロセスとなり、本産業のエンドユーザーに届くまでの地盤に必要な各作業の選択肢を持てる柔軟に対応できる「線」となり、ひと

つの生産産業の構造が構築できました。



プレミア和歌山受賞の猪の長財布

◇生産課程の構築からブランディングへ

製品が完成したからといって売れるわけではありません。傷があり、野生的な革が、美しい畜産の革に同じ土俵で勝てるわけがありません。私たちの革がデパートに並ぶようになったのはわずか2年前のことです。まず、私たちは私たちの和歌山の野生鳥獣の革に対して「Origin」（商標申請中）というブランド名を与えました。これには、和歌山は日本の歴史の根源であり源流であることと、その歴史と革がリンクしている歴史的背景を踏まえた「起源」の革であるという意味を持っています。そして、オリジナル性が高いこと、また、そのロゴには紀伊半島の歴史を語る八咫鳥、そしてオリオン座が猟師の星座であることから3つの星をコンセプトとしたロゴデザインとし、「Origin」と名乗るにふさわしいコンセプト・歴史的背景というストーリーができました。

しかしながら、コンセプトが良い＝売れるということではありません。傷が多い天然の革の価値は通常低いものであり、これをいかに価値を高めていくかが大きな課題でした。この課題をクリアするのにこだわったいくつかの例を示しますと、

1. 徹底的な国内生産で職人の手を加えること。
これは日本らしい色、日本らしい技、日本らしい心配り・仕上がり、といった日本人

らしい付加価値を加えました。

2. 歴史的な背景を前面に広告し、海外の革ユーザーからも支持される革ブランドを目指しました。
3. 山の恵みであることを強調し、自然への感謝と猟師への感謝、そしてエコであることをしっかりユーザーにも伝えるためビジュアルも必ず森と結びつけるコンセプトデザインを行いました。



ギフトショーでの展示



パリでのコンセプトイメージの撮影

他にも様々な訴求するための統一方向性を持たせたいくつものブランドコンセプトをコーディネートし、日本文化を前端的に訴求したブランディングを続けています。これは製品のリリース早々に成果をあげはじめます。まず、コンセプトがしっかりとしていることから、東京ギフトショーへわかやま産業振興財団を通じて出展が決まり、2年連続で出展を果たしました。また地元有田川商工会を通じ、関東のエコ関連の展示会への参加、および、老舗デパートへの

出店をこれまでに3回、またプレミアム和歌山に製品3点の受賞が決まり県内優良産品としての仲間入りを果たただけでなく、地元有田川町のふるさと納税品として並び、地元への貢献を果たすこともできました。

現在、日本ではなく、当初からの目標であった海外での展開に関心をもっており、3年前からパリの展示会へのクライアントと接触しており、今年はそのクライアントからの誘いを受け渡仏し、展示会および各販路への発展へ大きな希望と進展に繋がりました。日本の文化的価値を纏ったこの革製品はその価値の真価を海外へと求めようとしています。このコンセプトは弊社のブランドホームページに深くあらわれております。参考までに、ホームページアドレスを掲載いたしますのでご覧いただけましたら幸いです。<https://origin-leather.jp/>

◇おわりに

よく地方ではこんなことが言われます。PRが下手で商品が売れない、田舎なんて何もない、売れる物がないから産業が無い、といったようなものです。これは良い物が多くある、とされる我が和歌山県も同じお話を耳にします。しかしながら、都会は、何も収穫できず、自然素材という素材は見当たりません。なのに、都会では自然素材の商品が大変よく売れています。これは一種都会にないものに憧れているニーズであり、地方と街という構造がある限り変わらないお客様ニーズであると考えられます。和歌山県は、この産業素材としての、観光素材（景観や歴史、観光目的）としての、マテリアルは地方のなかでも指折りに数えられてもよい環境が整っていると考えています。

現在、このマテリアルが単独で輝かしく羽ばたいていくことが多いですが、今後の発展において、これが横繋ぎされた新しい包括型の産業構造が提案・構築されていくことこそが、縦に広く長い和歌山県という北から南まで特徴ある

環境を持つ地域が活きる発展的産業構造の構築となるのだと明るい期待を持っております。私がゴミとして産業廃棄物とされる可能性があった素材をゼロから産業として作り上げてきた産業構造の構図や、過程は、どの産業にも当てはまる応用可能な新しい経済構造を作り出す切り口となる可能性を持っています。とはいえ、どの産業でもこの点と点の交点が生まれるわけはありません。その業界に学び、他業界をよく知ることが、それぞれの業界のより強い発展に結びつくことは明白です。また、それぞれの産業を担う若い人材の育成も急務です。海外との競争は身近なところまでできています。しっかりとそこに勝って行くためには、日本ブランドとしての各産業のしっかりとした人材が事業を継承していき、それぞれの分野で確立された技術が交点で交わることで今後和歌山のマテリアル産業が活性化していくことが楽しみでなりません。これが私の起業したマーケットコーディネートデザインの真価であり、これからもこのマーケットをコーディネートするという仕事を通し和歌山のマテリアルを利用した新しい産業作りにお役に立ってまいりたいと考えています。