

特集

「協働」と「連携」によるまちづくり②〇
佐賀県唐津市・玄海町の「唐津コスメティック構想」

広範で重層的な産学官連携で

国際的コスメティッククラスターを推進



北部九州で、美容・健康産業のクラスターの実現を目指す『唐津コスメティック構想』が注目を集めている。今回は、その中心となっている「一般社団法人ジャパン・コスメティックセンター」の活動を紹介したい。



フランス・コスメティックバレー 協会前会長からの提案

今、唐津は国内外の熱い視線を浴びている。美容・健康・素材・交流などにおいて、国際的な産業の集積を目指す『唐津コスメティック構想』の取り組みが、大きな注目を集めているのだ。

その核となっているのが「一般社団法人ジャパン・コスメティックセンター」（以下JCC）。地元

の化粧品関連会社を中心に、佐賀県、唐津市、玄海町、唐津商工会議所、九州大学、佐賀大学などが参加する産学官の連携組織となっている。

この『唐津コスメティック構想』は2012年1月、フランスの化粧品原料製造会社社長アルバン・ミュラー氏の、アジア市場開拓を

唐津市・玄海町情報

【人口】唐津市:124,939人 玄海町:5,876人 (平成29年2月1日現在)

【面積】唐津市:約487.58km² 玄海町:約36km²

【発電所データ】九州電力(株)玄海原子力発電所、玉島水力発電所、厳木・厳木第2水力発電所

【本特集問合せ先】

一般社団法人ジャパン・コスメティックセンター URL <http://jcc-k.com>



見すえた唐津訪問をきっかけに始まる。

ミユラー氏は、1994年に設立された『フランス・コスメティックバレー協会』の前会長でもあった。アメリカのシリコンバレーはIT産業の集積地として知られているが、フランスのコスメティックバレーは、世界最大の化粧品産業集積地である。中部のシャルトルを中心とした半径150kmにもおよぶ広大な地域に、化粧品メーカーをはじめ、大学、研究機関、製造工場などが集積している。さらには周辺農家が栽培する植物から原材料を抽出し、製造、検査、物流までの一貫したサプライチェーンで、いわゆる「クラスター」を形成しており、化粧品を軸とした6次産業化が進んでいる地域である。



(一社)JCCの代表理事であり(一社)唐津観光協会の会長でもある山崎信二さん

「クラスター」を形成していた。

それに加えて、中国や韓国に近しいという地理的な条件、豊かな農産物に代表される地域資源を持つ唐津周辺地域の可能性に着目したのだ。隣の玄海町には薬用植物栽培研究所もあった。

こうして、ミユラー氏は関係者に、「日本版コスメティックバレー」の創造を提案することになる。「アルバンの話には夢がありましたね」と、語るのは株式会社ブルーム社長の山崎信二さんだ。JCCの代表理事でもある。アルバン・ミユラー社とは以前から取引を行っていた。

「実は私も、以前からイメージはあったんです。唐津はもともとアジアに近い港町です。アジアの化粧品市場開拓を考えると、ヨーロッパからの輸送コストが高いことや、日本の製造技術の高さは大きな利点です。また、豊かな水や土壌から生まれる農産物もあり



【上】(株)ブルーム、【下】(株)ブルームの検査室

ます。コスメティックバレーの考え方を、農産物の6次化を含めて、この唐津でやってみたら面白いと思っていました」

提案を受けた山崎さんは早速、行政に話を持って行くと、担当者は興味を持ってくれた。その年、行政職員とともに、フランスのコスメティックバレーを視察する。

国際的クラスターを目指す「フラットフォーム」として

翌年の2013年の4月には、フランス・コスメティックバレー協会と唐津市の間で、協力連携協定が締結された。そして、その年の11月に、ジャパン・コスメティックセンターが設立され、初代会長にアルバン・ミユラー氏が選出された。最初は4社からのスタートであった。話が出てから設立まで約2年、そのスピードは速かった。2015年には一般社団法人に移行する。目指すは、フランスのコスメティックバレーをモデルにした「日本版コスメティックバレー」であった。

その活動内容は、内外の各種企業と地域、大学等の研究機関と連携して、情報提供や、ビジネスマッチング、地域資源の発掘および原料供給支援、研究機関への調査研究委託など多岐にわたる。一言で言うと、企業や団体間の

そこは想像を超える産業集積地であった。研究から最終生産までの約800社の企業があり、8大学、国立研究機関、200の公立・民間研究所と提携を行っていた。農業などの一次産業が原料供給を行う6次産業化が進められており、地域全体の製品出荷額は年に2兆円を超すと言われていた。

橋渡しを行い国際的クラスターの創造を目指す「フラットフォーム」であり、「仲人」である。事務局はプロパー職員の他に、佐賀県、唐津市、玄海町の職員が兼務しており、総勢24名の体制だ。県や市・町の全面的なバックアップを受けており、ともにコスメ産業誘致などに力を入れている。

プロジェクトチームは「国際取引拡大」「地域資源活用」「産業集積促進」「産学連携推進」などの担当に分かれており、そのモチベーションは高い。「なぜ唐津なのかと言えば、ア



(一社)JCC事務局次長の八島大三さん



2013年11月の設立総会 (JCC提供)

ジアに近く農産物も豊富だからというところもありますが、やりたい民間とやりたい行政、つまり熱を持って果敢に挑戦しようという官民がいたということだと思えます」

こう語るの、立ち上げから関わっている事務局次長の八島大三(唐津市職員)さんだ。

設立から本年度で、3年間で経過した。この間、主に枠組みや体制を整えるという「種まき」を行ってきた。4社からスタートした会員も現在は174社(2016年2月末現在)になった。海外企業との合弁会社の設立や、大手化粧品原料商社も進出してきた。海外との提携もフランス、イタリア、スペイン、台湾、タイの5カ国の化粧品産業界に広がっている。だが、この3年間は試行錯誤の連続で、様々な課題も見えてきた。



「全国高校生マイプロジェクトアワード2015」の学校部門で、文部科学大臣賞を受賞した唐津東高校(JCC提供)



佐賀大学で研究して全国で初めて品種登録された「さがんルビー」

を持つている。唐津市内にある農学部付属の「アグリ創生教育研究センター」には、原材料を抽出・保存する装置があり、また、国立大学で初めて「オーガニック認証」を受けている。

の成分の多くは茎と根にあり、100%近く使える。乾燥させて、そこから抽出するので農家のコストは軽減する。特に中山間地の農家にとっては、食料としての農産物と違い、エネルギーコストのから不利な作物といえる。

しかし、原材料を供給できる生産者は、まだまだ少ない。この課題についてJCCは、現在ある材料を有効活用し、生産農家と更なる連携を行う方向でいる。

JCCにおける大学等の研究機関の役割も大きい。佐賀大学は、そのミッションが「地域とともに未来に向けて発展する」というもので、JCCの立ち上げから、積極的に参画してきた。

例えば、ある作物を素材にする場合、目的の成分を作るために品種改良したり、植物の組織培養を使って目的の成分を抽出することができる。そうしたことで、素材研究開発などの役割を果たしている。

佐賀大学農学部は、かんきつ類の遺伝子保存技術では日本一を自負しており、世界でも有数の技術



佐賀大学農学部長の渡邊啓一教授

「さがんルビー」というグレープフルーツがある。これは佐賀大学で研究して全国で初めて品種登録された国産のグレープフルーツだ。今では、農家ともに「産学協働」で育てた佐賀の特産品となった。エキ스는化粧品素材として登録している。

昨年、この「さがんルビー」を材料に、唐津東高校の高校生が佐賀大学と連携してリップクリームとサイダーを製作したことが話題になった。この製作の橋渡しをしたのもJCCだった。資金はクラウドファンディングで調達し、市内の企業や個人が協力したこのプロジェクトは、「全国高校生マイプロジェクトアワード2015」の学校部門で、全国1位となる文部科学大臣賞を受賞した。

化粧品のみならず唐津という地域を世界に売る

化粧品業界は、分野ごとに専門性を持つ企業群が分業しており、ほとんどが中小企業という産業構造を持つている。その意味では、垂直に統合され資本力の高い大企業と違って、中小企業が、海外に拠点を設けることや自社製品を輸出することのハードルは高い。しかし、逆にこうした産業構造だからこそ、会員の特性を生かしながら水平的な統合が可能になり、お互いの長所と短所を補完し合うことができる。

JCCは、海外拠点や輸出入の課題を克服するために、各分野のサプライチェーンを強化すると同時に、そこからスピノフした「地域商社」を、来年度中に設立することになった。企業などの出資を募り、非営利の社団法人では限界のある、企業間の契約や市場開拓を強力に推し進めることを決めている。

ている。

農学部長でJCCの理事でもある渡邊啓一教授は次のように語る。「化粧品会社の研究機関が唐津に来たり、IT産業などのコラボ、コスメに関わる人材育成のための職業大学などが誘致できれば、もっと面白くなります。和食が世界

また、今年度は、フランス、スペイン、イタリアに続いて、台湾、タイの化粧品産業団体と連携協定を結んだ。これはアジアとのバリエーションをさらに強化することによって、アジア市場の可能性をさらに高めていくものだ。代表理事の山崎さんをはじめ、事務局次長の八島さん、佐賀大学の渡邊教授などが口を揃えて言うのは、海外の人々の、日本の製造技術や、原材料に対する評価が高いことだ。

山崎さんは唐津観光協会の会長でもある。「国内向けのオリジナル・ブランドは必要だと思いますが、海外から見れば『メイド・イン・ジャパン』であることがブランドなのだ、と言っています」つまり、唐津には豊かな自然があり、歴史遺産もある。さらには奥深い伝統文化も根づいている。

遺産になりましたが、『メイド・イン・ジャパン』の化粧品素材はブランドになります。佐賀が健康美容産業の集積地であり、世界の拠点となるようにしていきたい。唐津という一地方から、人の生き方を含めて世界に発信していく可能性は十分にありまます」



台湾のビューティパレとの調印式

フランスのパリで開催されている展示商談会「Cosmetics 360」に出展



これらを背景にした高度な製造技術や産品それ自体が、ブランドであるというのだ。「日本の唐津」というブランドとともにも商品売って行かねばならないということだ。事実、JCCのホームページには唐津の伝統文化が多く紹介されている。また会員企業の中には観光業者も参加している。「唐津コスメティック構想」には、単に化粧品の産業集積にとどまらず、海外からの交流人口を引き込み、北部九州の一大産業集積地にしよという、壮大な心意気が潜んでいるのである。