

七十七ニュービジネス助成金受賞

第22回(2019年度)

企業
インタビュー

Interview

株式会社ワンテーブル

代表取締役 島田 昌幸 氏



会社概要

住 所：多賀城市八幡字一本柳117-8

設 立：2016年

資 本 金：10百万円

事業内容：食品製造業、コンサルティング業

従業員数：12名

電 話：022 (355) 6696

U R L：http://www.onetable.jp

防災備蓄食業界初のゼリー状 備蓄食を開発、地域活性化と 新防災産業の創造を目指す

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、株式会社ワンテーブルを訪ねました。当社は、防災に関する商品の企画・製造・販売を手掛けています。東日本大震災の経験を踏まえ約8年の年月を費やし、防災備蓄食業界初のゼリー備蓄食「LIFE STOCK」を開発、宮城から新たな産業創出を目指しています。当社の島田社長に、会社設立の経緯や事業内容等についてお伺いしました。

——七十七ニュービジネス助成金を受賞された感想をお願いします。

当社の事業と社会的影響についてこのような評価をいただけたことが嬉しいです。今後に向けた期待も含まれていると感じます。今回受賞したことをきっかけとして今まで以上の多くの人に、当社の事業のテーマである防災について知ってもらえることも嬉しく思います。頂いた助成金は、災害備蓄用ゼリーの更なる改良を行っているため、新商品開発に向けた研究開発費に使用したいと思っています。

目今の課題を解決する

——起業に至った経緯について教えてください。

私は父方の家系に起業家が多かったので、一般企業に就職するのではなく自分のやりたいことを仕事にするのが普通だと思っていました。そこで北海道教育大学に在学中だった18歳の時、大学ベンチャーを起業しました。その会社は、北海道の広大な農地を活かして、農業と教育のリテラシーを掛け合わせた総合型学習スクールでした。その事業を行う中で、野菜を大量生産するだけだった農業に宅配事業やコミュニティビジネスを導入して、頭脳で行う農業を行い1次産業の高付加価値化を進めました。その会社は譲渡しましたが、その実績を評価していただき2007年に国土交通省認定の観光地域プロデューサーに任命され、農業にITとデザインの要素を注

入したビジネスモデルを作り上げました。

そんな中、ある農業法人の社長から「仙台で日本一の農業会社を作りたいので協力してほしい」という話があり、その方の熱い思いに共感した私は、地元である北海道を離れ仙台に来ました。そして地元農家の方々と連携して、都市住民参加型市場である「マルシェ・ジャポン」の運営に携わりました。

しかし、2011年の東日本大震災で大きな被害を受けました。私自身も被災しながら炊き出し等の支援を行い避難所を訪問する中で、阪神淡路大震災から何年も経っているのに災害対応は当時から何も進歩していないことに気づき衝撃を受け、この目の前の問題を全部解決したいと強く思うようになりました。

災害が起きた時、多くの方が助言はしますがその土地で実際にアクションを起こすことは少なく、次の世代に何も残せていませんでした。私はそうではなく、未来に残せるものを作りたいと思いました。震災の発生によって社会的な問題、産業の問題、地方の衰退の問題等が一気に表面化したと思っています。そこで宮城県が課題先進地域となってこれらを解決し、日本の未来に新しいビジネスとして解決策を提供できる会社になりたいと考え、2016年に当社を設立しました。



本社兼工場

命の未来にイノベーションを起こす

——経営理念についてお聞かせください。

「命の未来にイノベーションを ～つくる力と、守る力で、命を豊かにする～」としています。生活を豊かにするというのは多くの企業が言っていますが、当社は命を豊かにすることを大切にしています。命という言葉は重すぎてどんな企業もなかなか言及

できませんが、震災を経験したからこそ命の未来にイノベーションを起こそうとすることができます。人は当たり前すぎて日常を幸せだと認識していませんが、震災によって身近な幸せや命の尊さを改めて認識した私たちだからこそ、命を大切にするための事業を作っていけると思い、このスローガンにしました。

——社名の由来について教えてください。

ワンテーブルという社名は、宗教も人種も年齢も性別も関係なく集まった人達が1つのテーブルに座って、自分の立場から物事を話せる環境をみんなで作りたいという思いから名付けました。

ロゴマークは「1」を繋ぎ合わせたものがモチーフです。0から1を作り出す企業であること、1つのテーブルのメンバーで未来を作っていくことを表しています。



当社ロゴマーク

「つくる力」と「守る力」

——事業内容について教えてください。

当社の事業は「つくる力」と「守る力」の2つに分けられます。「つくる力」は食文化創造事業で、主に都市型農業の開発・コンサルティングや、地域風土の再生・プロデュースを行っています。「守る力」は備蓄・防災事業で、災害備蓄用（又は防災備蓄食）ゼリー「LIFE STOCK」の開発・製造・販売を行っています。

——「LIFE STOCK」について教えてください。

「LIFE STOCK」は電気・水・ガスがなくても食べられるゼリー飲料です。東日本大震災を経験して、災害が起きたあとも生き残った人の暮らしは

ずっと続いていくことに気が付きました。被災直後は断水が発生し、水が必要なカップラーメンなどの備蓄食が食べられず、乾パンも食べにくい状況になります。飲み込むことが苦手な人は食事をとれず、水分摂取を控えることで健康被害が発生します。被災から数日経つと支援物資の配布や炊き出しの実施がありますが、避難所で食べるものは炭水化物中心で糖尿病の方が食べられるものが少ないです。栄養が偏ることで体調不良や被災太りを引き起こし、免疫力の低下によって風邪や感染症が広がります。また食べ残しや食べ終わった後のゴミが嵩張るためスペースを必要とする上、悪臭や虫の発生などの問題に繋がります。水が貴重なため食器を洗えず不衛生な状態も続きます。これらの問題から、あつとき本当に欲しかったのは水を必要としない備蓄食だと感じ、どんな状況でも誰でも食べられる備蓄食としてゼリー飲料の開発に着手しました。



「LIFE STOCK」

——「LIFE STOCK」の特徴について教えてください。

最大の特徴は水や電気がない状態でも美味しく食べられるゼリー状であることです。またアルミを含む多層構造の特殊な包装資材を利用し、製造工程やレシピ、充填方法を工夫することによって、ゼリーとして世界初の5年以上の常温保存が可能になりました。さらに、コンパクトなので小さなスペースでも備蓄できます。廃棄の際もべったんに潰せるので缶やペットボトルに比べて嵩張りません。パッケージのデザインは切り絵や絵本のようなイラストと英語、日本語での表記があり、文字の読めない子どもや外国人でも分かりやすいような工夫をしています。

「LIFE STOCK」は2タイプ3種類の味がありま

す。1つはエネルギー補給を目的とするエナジータイプです。1袋100gで約200kcalのエネルギー量があり、2袋で乾パン1缶分(100g)のカロリーに相当します。味はグレープとペアー(洋梨)の2種類があり、被災後の極度のストレス状態でも甘さを感じ、おいしくエネルギーを補給することができます。もう1つはバランスタイプです。被災時はおにぎりやパンなど炭水化物に偏った食事が多いため、厚生労働省の「避難所における食事提供の計画・評価のために当面目標とする栄養の参照量」の1日分のビタミン量を参考にして開発しました。1袋30gで、カロリーを抑え栄養バランスを考慮しています。味はアップル&キャロットの1種類で、多くの方にご好評頂いております。



左：バランスタイプ 中・右：エナジータイプ

充填技術ブランド「TOKINAX」

——充填技術について教えてください。

水を必要とせず栄養価が高く誰でも食べられる備蓄食を考えて辿り着いたのがゼリーでしたが、賞味期限の課題がありました。主流な備蓄食である乾パンの賞味期限に5年が一般的だったため「LIFE STOCK」も5年の賞味期限を目指しました。充填技術には、国内トップクラスの技術を持つ企業に協力してもらい、「LIFE STOCK」に適した機械を採用しています。充填技術、包装技術、レシピコントロール全てに日本のものづくりの技術を詰め込み、これら3つを掛け合わせて「TOKINAX」という充填技術ブランドを開発し、5年半の賞味期限を実現しました。

これが可能になったのは防災備蓄ゼリーというテーマにメーカーが賛同し、各社が持つ優れた技術を掛け合わせることができたからです。当社はコネ

クトインダストリーとして技術を繋ぎ合わせて使用し新たな価値を生み出す役割を担っていると思います。だからこそ当社は「TOKINAX」で特許を取りません。特許を取らないことで、当社はその時最も優れた技術を組み合わせ使用することができます。特許を取るメリットもありますが、取るとその技術をずっと使い続ける必要があります。目標達成のために常に優れた技術を使いたいのこのようにしています。

TOKINAX

LONG-LASTING FILLING TECH

TOKINAX ロゴ

——「参加型非常食」について教えてください。



様々なバリエーションの試み

またこの取り組みによって「LIFE STOCK」に備蓄以外の付加価値を生み出すことができます。ある企業からの依頼で、台風19号によって被害を受けた市町村の特産品であるリンゴを使った商品を製造しました。パッケージにその企業名と被災地のリンゴを使用している旨をデザインすることで、それを企業が備蓄するだけでなく取引先やお客様への贈答品として渡すこともできるようになります。それを貰った側は被災地支援という企業の意思を感じることができます。企業にとって会社のPRになりますし、贈答品として使用するので広告費として計上でき、在庫は備蓄としても使うことができるので備蓄費がかからなくなります。さらにこの商品を作ることで被災地にもちゃんとお金が入ります。ただ乾パンを備蓄するのではなく、少し工夫するだけでハッピーになれる人が増えると思っています。



参加型非常食のコンセプト

「参加型非常食」とは「LIFE STOCK」の概念です。地元の特産品のフルーツや名物料理、日本でも有名なシェフや企業とコラボレーションしています。

例えばスポーツチームとコラボして、ロゴマーク入りのパッケージに運動時に最適なエネルギーを入れたゼリーを作ったり、有名企業の人気メニューの味をモチーフにしたゼリーを製造したりといった試みを行っています。また個人とのコラボでは、「BOSAI POINT」という事業で本田圭佑選手がメインサポーターを務めています。幅広い分野に進出することでより多くの人に商品や防災について興味関心を持ってもらいたいと思っています。



企業とコラボレーションした商品

広がる用途

——防災分野以外での需要について教えてください。

東日本大震災では誤嚥性肺炎で亡くなった方もいました。体調不良やストレスで飲み込む力が低下し

てしまう中、水分の少ない食べ物等は誤嚥性肺炎の一因になり得ます。飲み込む力が弱く上手く咀嚼ができない高齢者や赤ちゃん、障害のある方など誰もが安心して食べられるものが必要だと感じました。そこで当社は医療法人と協力して重度の障害がある方でも食べられるよう商品開発を行いました。その結果できた「LIFE STOCK」バランスタイプはストローやスプーンによる経口摂取はもちろん、胃ろうで摂取することもできました。医療・介護分野で今後使用されるような商品になればいいと思っています。

スポーツ分野ではオリンピック・パラリンピックに合わせて国際的に認められているアンチドーピング認証取得を目指し、選手が安心して召し上げられるプロ仕様の栄養ゼリーを開発中です。また、プロスポーツ選手から個別に相談を受け、その人の体調や特徴に合わせた専用商品の開発も行っています。

参加型非常食のコンセプトのように、「LIFE STOCK」は誰でも参加できるプラットフォームだと思っているので、企業や個人それぞれの希望に柔軟に対応することが可能です。こうして「TOKINAX」の技術を最大化させていくことで様々な分野に参入できると思っています。今年は医療・健康・介護・福祉・美容の分野への参入を目指しています。



胃ろうでの使用の様子

極限状態の課題解決のために

—BOSAI SPACE FOOD PROJECTについて教えてください。

宇宙航空研究開発機構（JAXA）と、極限状態の宇宙空間と災害時における食に関する共通課題に着

目し、双方のノウハウや強みを組み合わせることで新しい防災・宇宙産業を創出することを目標にしたプロジェクトです。災害時の環境と宇宙の環境は非常に似ています。宇宙での課題を解決することが災害時の課題解決にも役立つ、その逆も同様です。例えば宇宙は重力がないから十分運動できない、避難所でも運動は困難です。宇宙には水が存在しない、被災地では断水が起こる。こういう状況でどう対応するのかということを知りていくと、双方向に活用できる技術や知見がたくさんあります。お互いの技術を出し合って新たな開発をしていこうというのがこの取組みです。

「LIFE STOCK」もJAXAの助言を受けながらレシピ開発を行ったもので、将来的には宇宙食としての活用も目指しています。さらに現在、熱中症対策ゼリーを開発しています。実は宇宙でも脱水症状が起きるので双方の課題解決に繋がります。他にも、人間は紫外線を浴びて体内でビタミンDを生成します。宇宙空間では紫外線を浴びることができないので外から摂取しなければなりません。その対策としてビタミンDゼリーを作ると、そのゼリーはビタミンD不足が要因の1つともいわれる花粉症対策にもなり得ます。また、宇宙空間は無重力のため骨や筋肉が弱りますが、実はこれが老人の老衰や骨粗しょう症とすごく似ていることがわかりましたので、この対策のゼリーも作ることもできるのではないかと考えています。



プロジェクト発表会の様子

—製造・販売状況について教えてください。

工場が完成して安定して生産できるようになり、

2019年11月ごろからAmazonで一般販売を始めました。地方公共団体や企業だけでなく、一般の方からも注文を頂いています。新聞で「LIFE STOCK」を取り上げられた際はとても反響が大きく、記事を読んで理解し納得してもらえる商品なのだと感じました。

地方公共団体では、宮城県の新商品特定随意契約制度に認定して頂いたこともあり県内の市町村に備蓄され始めています。来年には県内ほぼすべての自治体に導入されるのではないかと思います。また県外でも福岡市などへ導入しています。

防災ISOを発議する

——その他取り組んでいることについて教えてください。

震災で命、財産、地域文化等すべてを失った経験や過ちを繰り返さないために町に必要な機能や文化づくり、次に来る災害に備える地域社会と世界貢献を実現しようと考え、防災産業を創造することを目標にしています。そのため最も注力しているのが防災のものさし作りです。防災についての指標はまだないため、例えば会社や自治体で何を備蓄するかは各々の判断に委ねられています。1人あたりの備蓄の基準が明確に決まっていれば皆が安心できます。そこで経済産業省と共同で地域中核企業ローカルイノベーション促進事業を行い、東北から防災産業を創出するためのプラットフォーム形成とISO防災取得に向けた企業間連携の構築を行っています。

また防災産業づくりを行うため、様々な事業とコラボレーションしようと考えています。防災は食、教育、医療等の限られた事業にしか関わらないため、関心の高い層にしか知られていません。今後はより多くの事業とコラボレーションすることで新しいビジネスが生まれ、今まで無関心層だった人にも防災を知ってもらえるきっかけになると思います。例えば「美容×宇宙×防災」では、紫外線対策に必要な宇宙の技術を活用して子供用日焼け止めの開発を行い、その商品を販売する横で熱中症対策ゼリーを販売することができます。「他業界×防災」をすることで、当社にも相手企業にも新しい市場が生まれると思います。

防災産業の創造

——今後の事業展開について教えてください。

現在の「LIFE STOCK」とは別に、改良版である「LIFE STOCK2.0」を開発中です。極限状態でストレスがかかると舌が鈍化します。今の商品はそんな状態でも甘く感じるように敢えて甘めに作っていますが、血糖値が上昇しやすい欠点があります。様々な人が食べることを想定して、血糖値の上昇を抑制するもの、もしくはコントロールできるものを開発しようとしています。現在の商品はまた別として、甘さを抑え食べやすくしつつカロリーは減らさないような改良をしています。

他には防災産業をしっかりと作り、世界基準の防災ISOを当社が発議したいと考えています。また元々は来年株式上場の予定でしたが、証券会社を変更したためN-3期（上場申請期の3年前の準備期間）から再スタートになりました。当社にとって上場することは、当社と当社の事業がより多くの人に知られ、防災について考えるきっかけになるための手段だと考えているので焦ってはいません。

理由がなくても

——起業家へのアドバイスをお願いします。

起業家に必要なのは飽くなき挑戦心と情熱です。人は何かをするとき、それをやる意味や理由を求めたくなりますが、理由がなくても走れるのが起業家だと思います。やりたいと思っているものに対してやる理由を見つけようとする人は起業家向きではないと思います。



島田社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(2020. 1. 22取材)