



# 24年度「独創性の研究」ノート



# 1. 「独創性の研究」前年の振り返り

## (1) 勉強したこと

上記目的を達成するため、まず基礎的な研究作業（情報収集）として、

### ■独創性とは何かという本質論の整理

- ・これまでの独創性、それに関係するアイデア、独創する際のプロセス等の考え方についての整理
- ・独創力についての定義や、これまでの独創のプロセスに関するモデルを整理

### ■独創力をどのように測定するか

- ・独創力をどのように測定するかという測定の捜査と数量化の問題を整理するため、これまでの独創性を測る尺度の開発等の事例収集  
—行ってきた。

## (2) その結果

関係者にとっては既知のことだったかも知れないが、「私たちは創造性について、あまりよくわかっていない。」（ハワード・ガードナー『MI：個性を生かす多重知能の理論』新曜社、2008年12月初版第5刷）ことが分かった。つまり、**“独創力”は未知の分野であり、フロンティアであると理解した。**

## 2. 今年の作業

### (1) 作業の背景

これまで脳科学や心理学など様々な分野で独創力について研究されてきたが、「あまりよくわかっていない」とされている。今後、科学と称する視点で多くの発見がなされていくと思われるが、「…科学を感覚的認識の一変種と考え、…」（マイケル・ポランニー『暗黙知の次元』）の視点で独創力についての理解を深めていくことも重要だと考えている。

つまり、近代科学が大きな成果を得てきたゆえんである、普遍性・論理性・客観性という原理が軽視し、排除してきた視点の一つである、“風土”の視点で独創力について考察してみることにしたい。

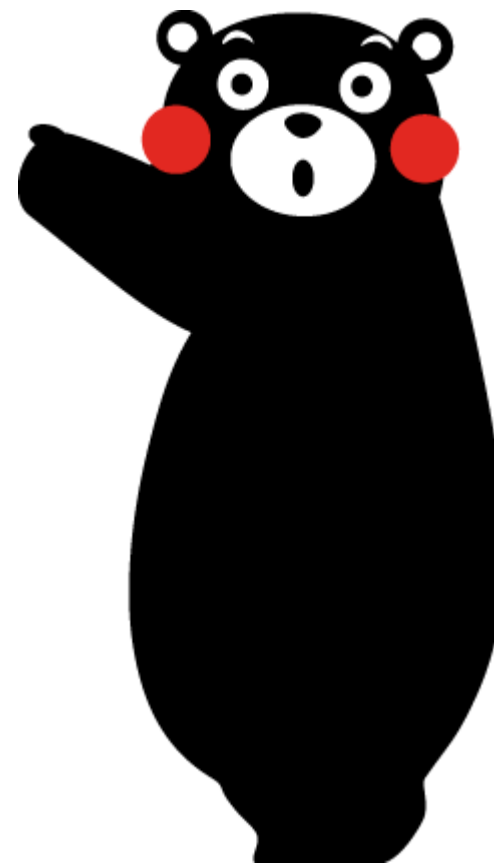
### (2) 具体的な作業

九州、とりわけ1000年の歴史を持つ商業の地、博多周辺で生まれ成功した食品メーカーを事例として風土と独創性の関係について考察した。

ちなみに私は、博多者（はかたんもん）ではありません。

住民登録は福岡市南区であり、博多区ではありません。

しかも、出身は熊本のもん **“くまモン”** であることをお断りしておきます。



### 3. 今年のテーマ

#### (1) 風土は、そこに生きる人の考え方や人間関係にかかわる

「生きる場所としての**風土とは**、…地形や気候などの自然と歴史とそこに生きる人間との相互関係の中から培われてきた文化や習慣、**ものの考え方や人間関係など**、そこに生きる人間の外的世界だけでなく**内的世界形成にもかかわるもの**」井上明美「風土の心理臨床学的研究 ―生きる場としての風土―」京都大学大学院教育学研究科紀要 第56号、2010年）とされている。

※ なお、これまで地域における産業クラスター形成の研究や地域の競争優位を確立するための条件の研究（M. ポーター等「国の競争優位」）がなされているが、人間（経営者など）の内的世界形成と産業の関係についての研究はなされていないと思われる。



こういった心理学的視点を参考にしながら、九州、とりわけ**1000年の歴史を持つ商業の地、博多周辺**で生まれ成功した食品メーカー関係者にインタビューを行い、**風土と独創性の関係について考えた。**

## (2) 博多という町（個人的な感想）

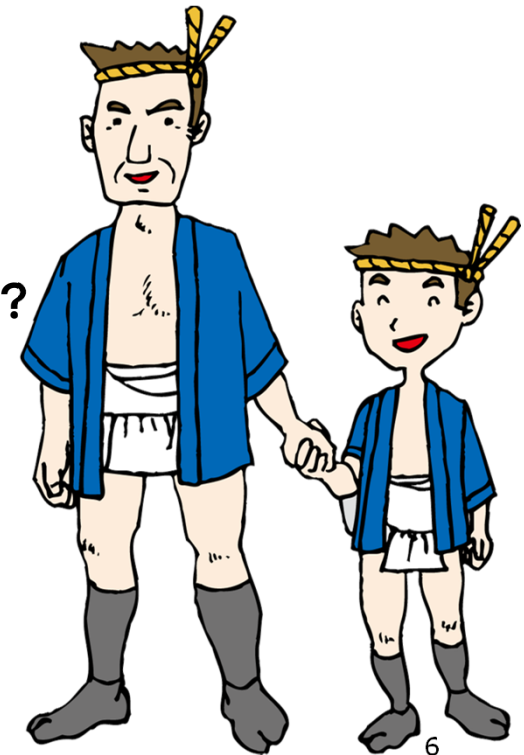
何か明るい、のうてんき、お客さん好き、よくしゃべる、食べものおいしい、  
自分で自分の町を“ええとこやろ！”と確認してくる、博多を悪く言う人は自  
分の  
周りにはいない…



□この町の雰囲気はちょっと違う



□それは風土と歴史のせいかも知れない？



### (3) 1000年の町 博多

□1000年の都 京都

1000年の町 博多

□博多は遣隋使の時代よりも前から既に貿易港

□江戸時代の中にあっても、

狭い意味での博多の町は封建社会を経験していない？

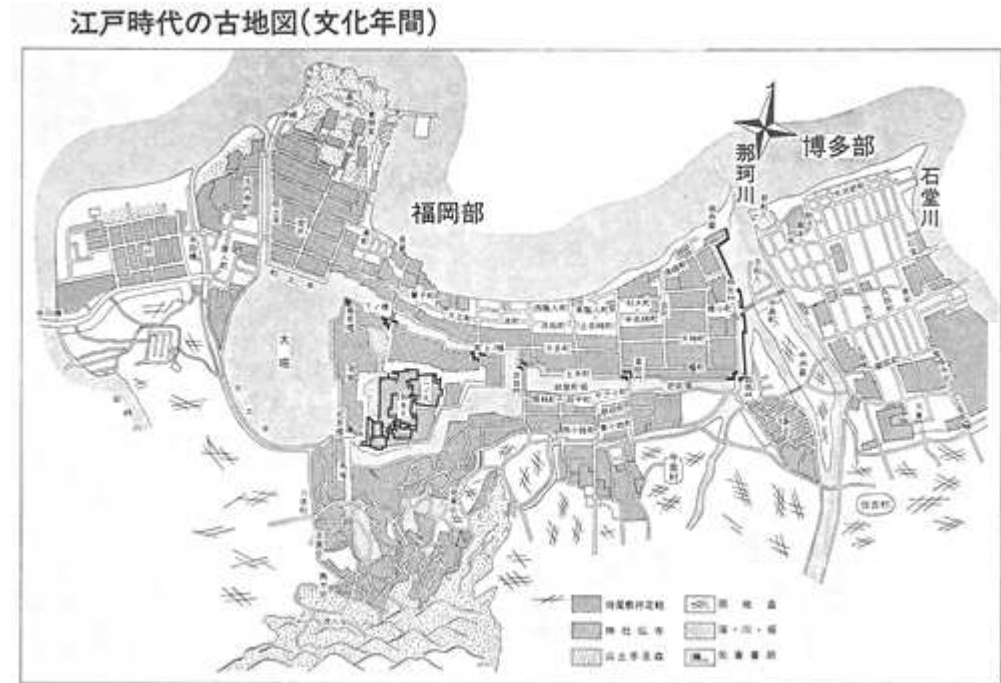




## (4) 双子都市 福博

### 福岡市だけどJRの駅名は博多駅

- ・福岡駅にする案と博多駅にする案との争い。  
政治家には士族出身者が多かったので  
福岡市という名称に決定。その代り、国鉄の  
駅名は博多駅に。



### 福岡市の中心は博多（博多区）と福岡（中央区）で構成

- ・司馬遼太郎によると「大坂は封建社会を経験していない」という。司馬は博多について、  
そのような言及をしていないが、**博多は、豊臣秀吉が設計した町割により、商人と士族の町が川で明確に区分されており、大坂と同様に封建社会の影響が少なかった**と思われる。  
明治以降の博多でも山笠をはじめとする神事や風習が誇りを持って継承されており、  
それらを通じて**地域内の人々は強固に結びつき、彼らのものの考え方や行動を方向づけて**  
**きていると思われる。しかも、この風土の形成プロセスは1000年以上に及ぶ。**



## (5) 1000年の町ならではの経営者の発想法？

「通販企業で成功している会社はなぜ福岡に多いのだろうか？」

やずやの西野さんいわく、福岡には昔から次のような五つの文化（気風）があるそうです。

●失敗を恐れずチャレンジする文化

●失敗した者に救いの手を差しのべる文化

※やずやの西野さんは1億円の借金を背負っていたが、当時のやずや社長が自宅を担保にして肩代わりをする。

●情熱を持って徹底的にやり遂げる文化

●質素をよしとし、着飾らない文化

●成功した情報を共有しようという文化

※橋本陽輔『失敗バンザイ！ やずやの西野さんに学ぶ「逆転成功」の法則』マガジンハウス  
(2012年8月23日第1刷) P194～P200から抜粋

**(6) 博多周辺を拠点とする経営者に共通する発想法**

**これに注目！**

**成功した情報を共有しようという文化**

## 4. 事例・・・「成功した情報を**同業者間**で共有しようという文化」

### (1) 事例1：福岡の通販業界

#### ■平成5年（1993年）の状況

(全国)

- ・当時、通信販売は、カタログ販売を中心とした形態が全盛期で、多数の商品を持つ大手の通販会社が隆盛を誇っていた。

(福岡)

- ・零細企業ばかり。単品販売（多くの商品をカタログで告知する方式とは反対に、一つの商品に絞ってきっちりと説明する通販の形態）が中心

■ 平成5年：DMW（ダイレクトマーケティング・ワークショップ九州）の立ち上げ

- ・ やずやの矢頭宣男社長が尽力し勉強会を立ち上げ
- ・ 『普段はお互いに競合する同業者でありながら、その枠を越えて一緒になって勉強し合う』ことが目的
- ・ 「それから19年間、…競合でありながらも協力し、お互いに、『○○○○をしたら、お客様に喜んでもらえたよ』、『○○○○をしたら、お客様からお叱りを受けちゃったよ』と、成功事例だけでなく、失敗事例も持ち寄ってワイワイガヤガヤと勉強したことが、九州の通販企業の発展につながったと思います」



背景に「成功した情報を同業者間で共有しようという文化」

## (2) 事例2：博多めんたいこ業界

※九州・アジア経営塾講義資料による

### ■株式会社ふくや



- ・昭和23年10月5日、博多・中洲にて食料品店として創業し65周年
- ・創業者の川原俊夫氏の考案した「味の明太子」の製造と販売で業界トップを走り、めんたいこ単品の売り上げでは業界全体の10%以上のシェアを占めている。

### ■めんたいこ業界

- ・市場規模1,200～1,300億円
- ・全国辛子めんたいこ食品構成取引協議会加盟製造業者112社
- ・料理店が作るめんたいこを含めれば福岡市内を中心に300社

その原因は



★最初にめんたいこを作り出しながら、製法特許を取得することも元祖を名乗ることもなかったために、多くの企業が参入し、市場規模をこれほどまでに拡大させてきた。

## ■めんたいこ豆知識

- ・現在の形の味の明太子が販売されるまでの**8年の苦心**
- ・創業10年目に当たる1957年ごろに完成

※もともと、たらこにからしで味付けしためんたいこは、朝鮮半島や中国の一部で第二次大戦前に食べられていたとされる。川原俊夫氏がかつて韓国釜山に住んでいた少年時代に、慣れ親しんだ味を再現することに取り組んだことが起源とされる。

※「ふくや」では川原俊夫氏の命名により「味の明太子」と呼んでいる。ネーミングの由来は、スケトウダラを意味する「めんたい」のこどもであるから「めんたいこ」という意味。明太子と漢字を当てたのは川原氏という。

※「めんたい」自体の語源にも諸説あり、ロシア語の「ミンタイ」から来ているという考え方や、「朝鮮半島の明川（ミョンチョン）に住む太（テ）さん」が初めてスケトウダラを釣ったことから「ミョンテ」という説もある。

(株)ふくやホームページ「明太子Q&A」より



## ■めんたいこ製法の公開

★販売が開始される8年の間、

「めんたいこみたいな無駄仕事はやめない。」と周囲から諷められる

※「やめない」は「止めない」「あきらめない」という意味ではなく、博多弁で「やめなさい」という命令形の意味。「すわんない」→「すわりなさい」というように使う。

★製法特許をとることも周囲から何度も薦められる。



## しかし

「めんたいこはいろいろな味があっていいんです。お惣菜ですから。もしうちがめんたいこの商標を登録して、製法特許をとっていたら、今の市場規模は10分の1もなくて、うちの家業で終わっていたのではないかと思います。

ただ先代は、味で勝負したときに、絶対の自信はもっていたようです。『元祖と書いて味がうまくなるんなら、つけてもいい』と言われたこともありました。」

「もし100人の顧客のうち60人が、ふくやの味を気に入っていただけても、残り40人の客を失うことにもなります。しかし他社のあつ時に満足されるならば、より多くがめんたいこのファンになっていただけることになりますから。」

※西日本シティ銀行ホームページ ふるさと歴史シリーズ「明太子誕生物語り」より



ということで、

川原俊夫氏は

- ①惜しげもなく他の業者に教える
- ②創業以来の付き合いである甘利香辛食品(京都)にも、他社との調合唐辛子の取引を許す…まねのできない独特のうまみ
- ③新規参入の業者のほとんどが甘利香辛食品から同様に供給を受ける

## 教えた結果…

- 1975年 山陽新幹線が博多駅まで開通…めんたいこの人気は全国区に
- 1974年 「まるきた」「やまや」めんたいこの製造販売を開始
- 1979年 「福さ屋」製造販売開始

…その後、多くの業者が参入

## 第一の大きな試練

- ・ 1982年ごろ 「博多・北海道めんたいこ戦争」 勃発！

※原料のスケトウダラは北海道近海で収穫されており、からしを入手することは容易。

製法特許がとられていないのであれば、あえて博多で作られる必要性もない。

鮮度の観点からも産地の業者が目を付けるのも自然な成行き。

しばらくは、棲み分けができていたが、北海道の業者による東京のデパートなどでの販促が始まり、戦争勃発



- ・ 迎え撃ったのは主に首都圏での販売に力を入れていた「やまや」と「かねふく」など。  
(「ふくや」は地元での販売を重視)。
- ・ その結果、ブランド力の違いとおいしさに対する顧客の選択という形で決着！

## その後の試練

- ・ 1983年ごろ 東京の食品会社「モランボン」のめんたいこへ進出したが、2年で撤退
- ・ 1984年 熊本のからし蓮根による中毒事件→同じ「からし」の連想からめんたいこ業界も風評被害を受ける
- ・ 1989年 アジア太平洋博覧会（よかトピア）で、めんたいこの不当表示や過大包装に苦情が寄せら、業界全体として改善に取り組む必要に迫られ、全国辛子めんたいこ食品公正取引協議会を設立

※業界の前に立ちはだかる出来事を経て、**博多のめんたいこ業者の結束力は逆に強くなる**

## そして、またまた公開

- ・ 1994年 西日本の食品業界として初めて製造現場をクリーン・ルーム化。  
10年以上にわたって蓄積してきた衛生管理ノウハウとサニタリー性の高い設備を導入し、3Kを払拭



### ・ 同業者に公開

- ・ 1996年 病原性大腸菌O157が流行した際、その対策として空中に浮遊する微生物を減少させる効果がある特別な塗料をいち早く工場の天井に使用



- ・ 全国辛子めんたいこ食品公正取引協議会の会員各社に見学を薦める

## 惜しみない地域貢献

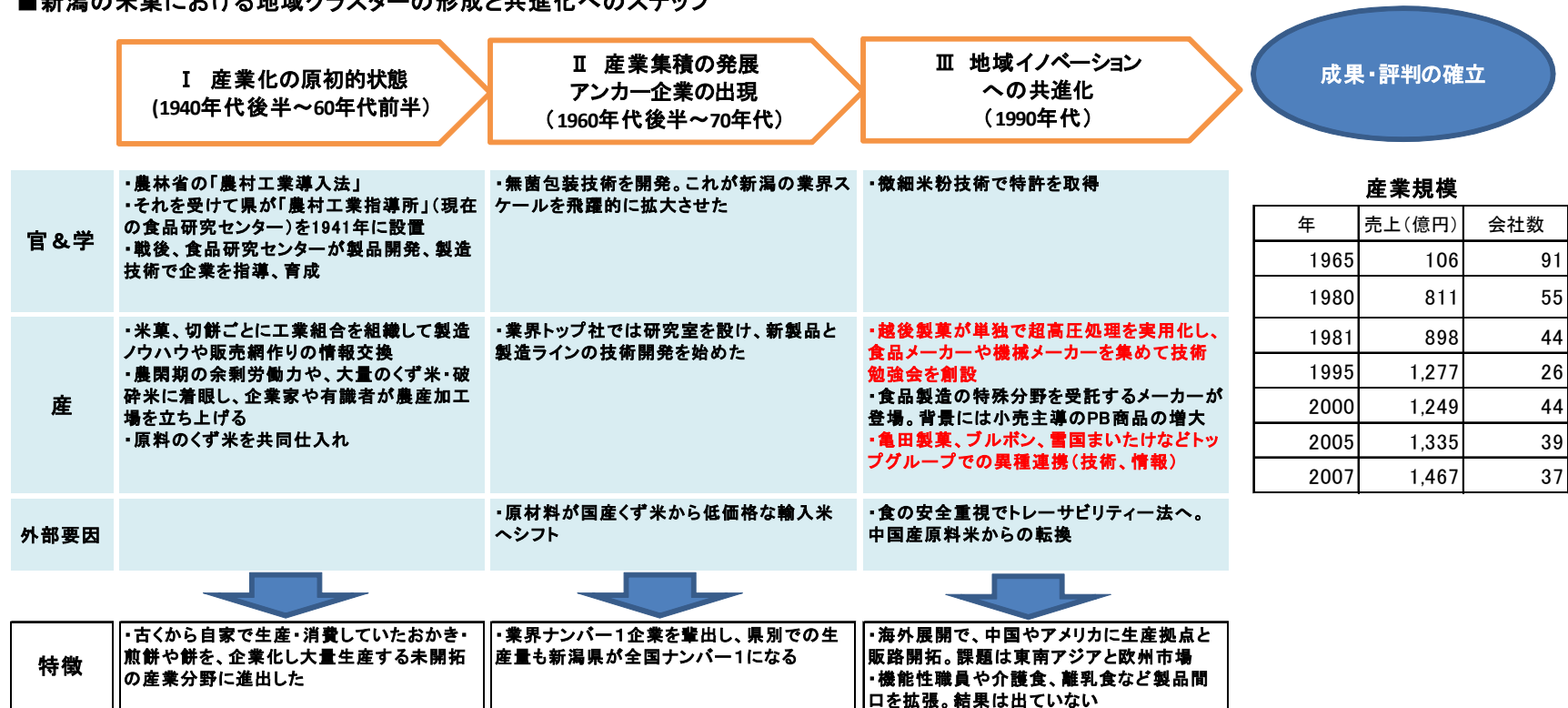
- ・若手社員が踊り隊に参加する博多どんたく港祭りや博多川の清掃活動から、多くのイベントの共催や協賛にも「ふくや」の名前が見られる。
- ・店舗をわざわざ別法人にすることで、店舗のある自治体に納税
- ・博多祇園山笠や博多おくんちの復興、まちづくりからPTAなどの青少年教育まで私財を投じて開催を支える。
- ・社員には地域役員手当を支給。PTAや地域の町内会、青少年育成団体などの役員や世話役を務める社員には、1ヶ月当たり最大5,000円の手当を支給。

「『受けた恩は必ず返す』が創業者の考えでした。博多のみなさんに、めんたいこをここまで広めていただいた、郷土の商品として愛着を持っていただけることを思えば、まだまだ返し足りません。」

### (3) 事例3：新潟の米菓業界

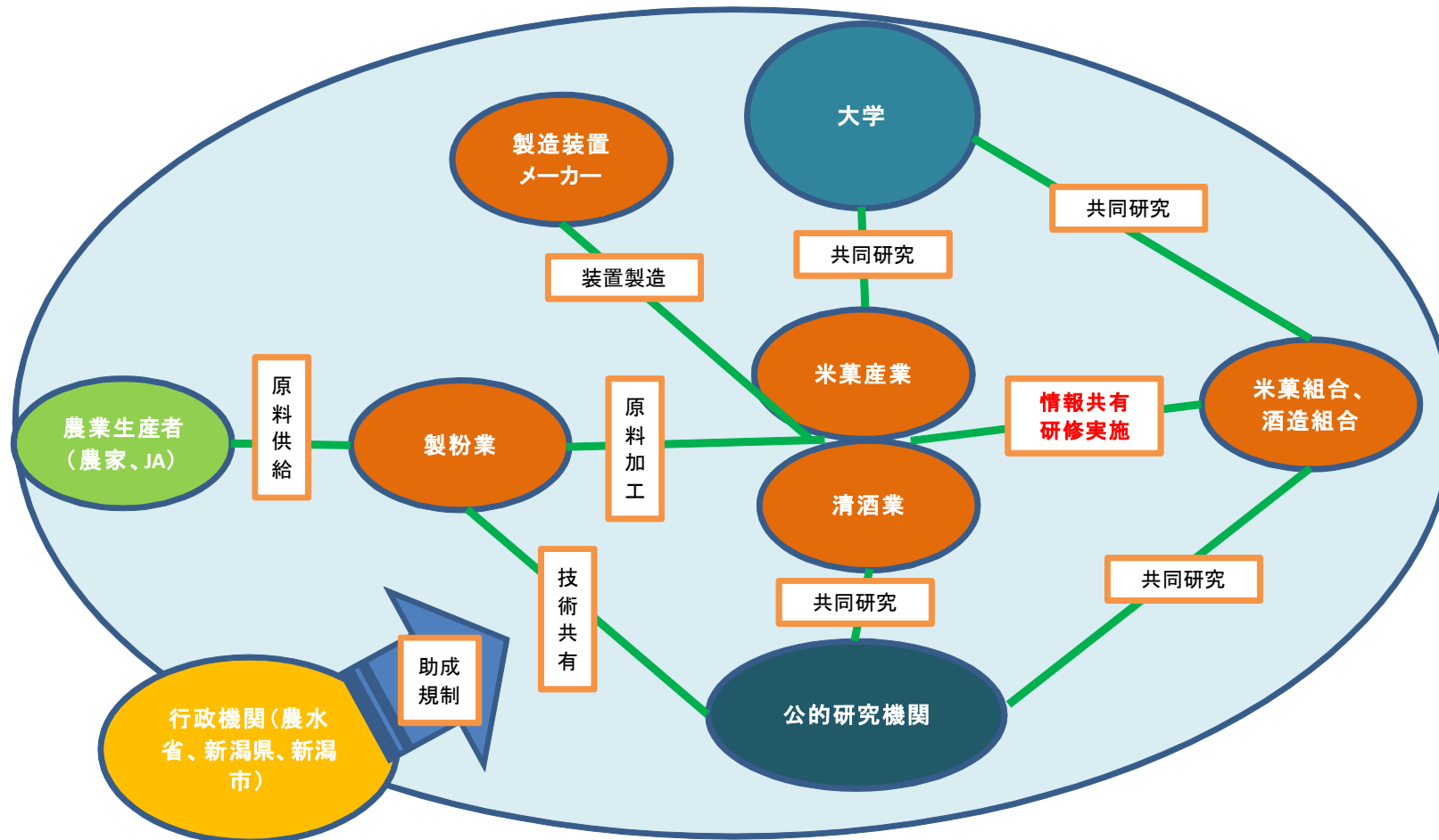
※博多だけでなく地方の同業者がノウハウ等を共有している例

#### ■新潟の米菓における地域クラスターの形成と共進化へのステップ





■新潟フードバレーの現状：米菓、清酒にみるクラスター構造



## 5. 考察（まとめ？）

知的所有権の重要性が指摘されて久しいが、知財戦略の方向性や正答は果たして一つだけであろうか？

↓

- ① 知財は守るべきだ
- ② 知財は守らなくてもよい
- ③ 知財はむしろ広めた方がよい…博多の事例



※正解はケースバイケースだろうが、博多の場合は③が成功要因

※意思決定の背景には、

成功した情報を共有しようという文化

※新潟の事例を見ると、むしろ地方の企業には③の「知財はむしろ広めた方がよい」で力を合わせて市場を開拓していく方法が合っているのかも知れない。

どこの地方でも「知財はむしろ広めた方がよい」でうまく行くというのではなく、  
そのためには、

**何か明るい、のうてんき、お客さん好き、よくしゃべる、食べものおいしい、自分で自分の町を“ええとこやろ！”と確認してくる、博多を悪く言う人は自分の周りにはいない…**

こんな風土が必要か？

#### 11月10日付け日本経済新聞「春秋」

▼デジタルの進化で工作機械が安くなり、ネットの普及でアイデア共有や素材調達が簡単になった。

米国の新しいものづくりの隆盛ぶりをルポした「メイカーズ」の著者、クリス・アンダーソンさんは「既存の大企業も外との交流を増やす方がプラス」と説く。ワクワクするものづくりへ。自前主義の功罪を一考する時か。」

博多だけの話だけと置いていたら、オープンソース型の開発などアイデアなどの知的財産を共有する方法が新しい流れとして紹介されている。

そういう意味で「1000年の町 博多」周辺を拠点とする経営者の発想法は、これからアジアや世界に出て行く企業にとっても一つの視点として参考になると思われる。