

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「路線バスで運ぶ農産品、姫路“バスの八百屋”が1周年」
- 2) 「ペットボトルに新聞記事ラップ」
- 3) 「大学の研究成果、食品に活用」

---

1) 「路線バスで運ぶ農産品、姫路“バスの八百屋”が1周年」

姫路駅前のバスターミナル「神姫バスセンター」で週3回開設されている農産品直売所「バスの八百屋」が6月、1周年を迎えた。

直売所は姫路など兵庫県下の広い範囲で路線バスを運行する神姫バスが運営。スタート時の2012年6月には営業日を週1回としていたが、現在は週3回に増やした。営業日には、ターミナル内の空きスペースに販売ブースを特設。沿線の農家が持ち寄る野菜や果物、卵のほか農産加工品などを並べて販売する。

直売所では、農産品の仕入れに路線バスの空席を活用。あらかじめ契約を結んだ農家は最寄りの停留所からバスに乗り、携えた農産品をターミナルまで運ぶ。運んだ農産品は農家自らが直接販売できるほか、同社へ販売を委託する仕組みもある。

「直売所の開設は2009年に参入した農業事業の一環。郊外では空席が目立つところもある路線バスの有効活用を図るとともに、農家と消費者が交流できる場を作ろうという試みでスタートした。当社直営農場で収穫した品も併せて販売している」と同社企画課長の井上啓明さん。「ターミナルを利用する中高年層の女性を中心に、固定客がついたのはありがたいこと。新たな客層への訴求を今後の課題としたい」と話す。

同事業では今後、直売所で培った経験などを生かして売り先の開拓に注力し、直売所のみならず消費地の阪神間へも「バスの八百屋」ブランドで農産品を供給していきたい考え。売り先の確保で事業の魅力を高めることで契約農家数と取扱量の拡大を図るとともに、直売所のほか産地の近くに整備した集荷場への農産品持ち込みを希望する農家も広く募集を続ける。

「阪神間のスーパーからは、すでに引き合いもある」と井上さん。「契約農家の期待にこたえ、さらなる売り先の開拓に努めることで、『バスの八百屋』ブランドの品をできるだけ多くの消費者へ届けたい」と意気込む。

直売所の営業日は月曜と水曜、金曜。営業時間は11時30分-16時ごろ。

空席、ターミナルのスペースなど空いた所を有効活用する方法として、バス会社と物販は理にかなっていると思う。毎日バスを利用している人には、宣伝をしなくても目にする機会が増えるためアピールとしても有効だ。採れたてが購入出来るとなれば、バスを利用したついでに買うきっかけとして十分な魅力を持っていると思う。これからどのように広がっていくか注目したい。

---

2) 「ペットボトルに新聞記事ラップ」

新聞記事でペットボトルをラッピングしたミネラルウォーター「毎日WATER」が28日、津島市のヨシツヤ・Yストア津島本店の特設コーナーと飲料水売り場で、発売された。子ども連れの主婦は「おもしろいですね」と手に取り、買い求めていた。

毎日買う水のように新聞記事に親しんでもらおうと、毎日新聞東京広告局が企画制作した。岐阜県飛騨市古川町の水を500ミリリットルのペットボトルに詰め、毎日新聞の題字と記事でラッピングしてある。記事は「なるほど」をベースに書き換えた。ラッピングははがしてスクラップしておくことができる。

「iPS細胞、臨床研究へ」や「民法改正議論始まる」など記事の異なる31種類を各100本作った。今後、防災用備蓄水や広告宣伝用への展開を検討しているという。オープン価格で、1本58円で販売。なくなり次第販売終了。

商品のパッケージにタメになる情報が書かれているのは面白いと思う。ボトルからはがしてスクラップできるということで分別回収にもつながり、「次はどんなものがあるか」と買う時の楽しみも増えそうだ。

---

### 3) 「大学の研究成果、食品に活用」

大学の研究成果を生かした食品が注目されている。腎臓病の人に配慮した低カリウムのレタスや脂肪分が少ない豚肉、アレルギー原因物質を使わないスイーツなどさまざま、食の安全や健康への関心の高まりに responding している。企業と連携した商品化も進んでおり、地域活性化にもつながると期待されている。

6月上旬、新宿高島屋で行われた35大学の研究室で生まれた食品を披露するイベント「大学は美味しい！！」が催された。水槽に並ぶみずみずしい緑のリーフレタスは、秋田県立大の生物資源科学部が研究開発した「低カリウムレタス」。腎機能が低下する疾患を持つ人は余分なカリウムの排出ができず、摂取量を制限する必要がある。このため、含まれるカリウムの量を通常のリーフレタスの20%以下に抑えた。

「腎臓病だが家族と同じものを食べたい」との声に応え、小川敦史准教授が研究を始めた。一定の期間だけカリウムを含まない溶液で育てるといった方法で栽培に成功し、特許も取得。福島県や福井県の企業などと連携し、量産化や販売の体制を整えた。

商品化に関わった秋田県立大コーディネーターの佐藤幸徳さんは「大学は地に足の着いた研究をできるのが強み。研究を通じ社会に貢献するのも大事な使命だ」と話す。

肉は好きだが健康も気になるという人向けなのは、千葉大大学院の融合科学研究科と地元企業が共同開発した脂肪分が少ない豚肉「ノンメタポーク」だ。

ブタの尿や糞の臭い対策のために開発した微生物を飼料に混ぜたところ、臭いを減らすだけでなく、肉中の赤身に対する脂肪分の割合が通常より3割程度、減ることが分かった。

「高齢者でも食べた後に胃もたれしにくいと好評です」と非常勤講師の森健一さん。6月末にはインターネット通販も始め、販売体制を順次拡充していくという。

小麦や卵、乳製品にアレルギーがある子供でも安心して食べられるシュークリームやロールケーキを作ったのは、東京家政大。生地やクリームに豆乳や米粉を使った商品はアレルギーがない人にも好評だ。クッキーなどもあり、新潟県内の菓子店で購入できる。

東日本大震災の避難所で、アレルギーのため差し入れが食べられないという子供がいたのが開発のきっかけ。東京家政大の卒業生で「大学は美味しい！！」のイベントを企画したNPO法人「プロジェクト88」理事長の高橋菜里さんは「食べ物なら研究成果を伝えやすい」と大学発のブランド食品の普及に手応えを感じている。

これまでに度々、大学と食に関するニュースを紹介したが、近年さらにその動きが大きいように感じる。話題性のある学食や、養殖魚のレストランも含め、学生にも食というのは身近なことで研究結果が自分に直接関わってくるとなると熱も入るのではないか。また、大学発信の食は「安心」のイメージも強い。生産＝利益では無い純粋な研究結果だからこそ信頼出来ると思うので、これからも期待したい。