

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、有機農家を育成 欧州企業と共同出資会社 専門店展開」
- 2) 「神戸市、直売市場で農家と交流」
- 3) 「ドコモが“遺伝子検査キット”を発表」
- 4) 「インスタント食品から薬味袋が消える！？食品封入カプセル“あじの実(R)”」

1) 「イオン、有機農家を育成 欧州企業と共同出資会社 専門店展開」

イオンは有機農産物の生産農家を育成する。欧州の専門企業と共同出資会社を設立。生産者から農産物を直接買い取り、新たに展開する国内の専門店販売する。2020年をめぐりに首都圏を中心に50店以上にすることをめざす。TPPの発効による貿易自由化を見据え、農家が付加価値の高い農産物に取り組める環境を整える。

フランスで有機専門スーパー約90店を運営するバイオセボンと組む。同社の親会社のベルギー企業と6月にも折半出資で新会社を設立。年内に1号店開店をめざす。それまでに専用の農地を約40ヘクタール確保し、当初はニンジンやホウレンソウなど約30品目を扱う。今後5年をめぐりに農地を25倍の1千ヘクタールに広げ、品目数も3倍程度に増やす。店舗では有機製品の食品のほかに化粧品、日用品も加え、4千品目程度の商品をそろえる。出店はグループの他のスーパーなどから独立した形が中心となる。バイオセボンは農家に有機栽培への転換を促し、契約分を全量買い取る仕組みで事業を拡大している。「有機」の表示をするには化学合成農薬を3年以上使わないなどの規定がある。イオンはグループの販路やバイオセボンのノウハウを生かし、転換する農家の経営を支える。

世界の有機製品市場は年率1割以上伸びているとされる。日本は12年に約1400億円で世界7位だった。市場規模が30倍の米国や4倍のフランスに比べると、日本の市場はまだ小さい。

有機野菜は通常の栽培よりコストが5割程度多くかかるとされる一方、店頭での販売価格は高値で安定している。環境や健康への関心の高まりを受け、日本でも今後の需要の伸びは大きいとみて、イオンは事業を本格化させる。

イオングループでは直営農場を持つイオンアグリ創造（千葉市）が有機栽培を広げ、農家との契約も進めている。

PBの「トップバリュ」でも有機製品を増やしており、一連の事業間の連携も進める。将来は有機農産物の専用物流網も構築する。

オーガニックの先進国であるフランスと提携することによって日本の有機野菜の基準をグローバルに考えるきっかけになるかもしれない。日本にも普及してきたとは言え、有機野菜は値段の高さなどもあり一般家庭にはなかなか馴染んでいない印象がある。イオンPBのトップバリュは安いというイメージがあるが、有機野菜も手に取りやすい価格で販売されているのか、今後こういった価格帯で販売していくのか、気になるところだ。

2) 「神戸市、直売市場で農家と交流」

神戸市が4月、地場の農家と市民が交流できる直売市場の開催を本格的に始めた。港町の神戸は後背地に山間部を抱え、意外にも農業が盛んだ。生産者と触れあいながら地元の野菜や果物を食べてもらおうと民間事業者と連携。洋菓子や神戸ビーフにとどまらない「食都」の魅力を発信する。

「このトマト、甘さはピカイチですよ」。4月中旬の土曜日。神戸市役所そばの広場である東遊園地は、直売市場「イート・ローカル・コウベ・ファーマーズマーケット 2016」で朝から活気づいていた。

市内の北区や西区などで収穫された農産物と、それらを使ったおかずやカレーなどを20店以上が販売した。新鮮な野菜やおいしそうな香りにひかれ、あちこちに来場者の列ができた。スクランブルエッグなどの朝食メニューを食べた市内在住の島よう子さんは「こんなに地元の農業でにぎわっているなんて」と驚いた様子だった。

市場は神戸市と一般社団法人「神戸ファーマーズマーケット」が企画・運営する。去年は秋を中心に試験開催し、1日500人強が来場したという。今年は秋にかけて開催回数を3倍の30回に増やし、参加店舗も1.5倍に拡大。神戸ファーマーズマーケットの小泉寛明代表は「神戸の農家と消費者の橋渡しになりたい」と話す。

市場ができた発端は2年前。市内で不動産会社を経営する小泉氏はある意外な事実を知った。神戸市は面積の1割を農地が占め、農業生産額は約170億円と100万人以上の政令指定都市のなかでトップ級という。

神戸の住み心地をアピールしようと様々なイベントを企画する小泉氏は地元の農家とチームを組み、市とも協議しながら農業の魅力を伝える仕掛けを模索していった。

市民アンケートでは「地元野菜があるなら買いたい」という意見が大半だったが、スーパーでコーナーなどにまとまっておらず、「どこで買えるのか分からない」という声も多かった。

生産者も市内での直販ルートを持たないケースが多いと分かった。必要なのは「作った野菜や果物を直接アピールできる場」（小泉氏）と決まり、直売市場や農家での収穫体験を企画し始めた。

一連の取り組みは、神戸市が15年4月に打ち出した「食都 神戸2020」構想に沿っている。神戸ビーフといった成功例を参考に神戸の農産物のブランド価値を高め、都市部の飲食店なども巻き込んで食を軸にした都市戦略を掲げる。

農産物のオンライン販売や宅配網の構築で地産地消を促す。去年は香港で開かれた世界最大級の見本市に初出展した。「食を切り口ににぎわいを生み出し、農水産の人材育成や観光客誘致につなげていきたい」と、市で食都神戸を担当する農政部農水産課の山田隆大係長は話す。

市民にとって近くて遠いような存在だった市内の農家。直売市場をはじめとした官民一体の取り組みは両者をつなげ、神戸の食を広めていく一歩となっている。

神戸市だけでなく、地元の方でもその土地の農業について知らない人はたくさんいると思う。スーパーでも袋に生産者の名前が記載されていたり顔写真が載っているものが増えてくるが、やはり作った本人から手渡して買うことはなかなかないのでこういったイベントがあれば知るきっかけにもなるし、農産だけでなく飲食店も出店しているとより話題性も増えるだろう。春は4月16日の土曜日から10週連続、7月から12月のあいだの土曜日も開催しているのでぜひいってみたい。

3) 「ドコモが“遺伝子検査キット”を発表」

本日ドコモは新サービス・商品発表会を行ない、夏モデルのスマートフォンなどを発表した。そのなかでちょっと意外な発表もあった。

遺伝子検査キットとは、医療機関に行かずとも自分の遺伝子情報が簡単にチェックできるというもの。最近ではこのような遺伝子検査キットがちらほらと登場しているが、通信大手であるドコモが発表するのはちょっと意外な印象だ。

実は、ドコモのグループ会社である「らでいっしゅぼーや」が販売するもので、主に「肥満関連遺伝子の情報」を調べるためだ。これにより、どのような因子で肥満になるのか、というのがわかる。あるひとは糖質の代謝が苦手、あるひとは脂質の代謝が苦手、別のあるひとは筋肉がつきにくい、などひとそれぞれ体質がある。

らでいっしゅぼーやがこのように遺伝子を調べ肥満の因子を知らせるのは、最適な「食」を提供するためだという。同社は遺伝子検査キットと合わせて、それぞれのタイプに合わせた食材で作られた「健康弁当」をdショッピングで販売する。遺伝子検査でタイプを知り、それぞれのタイプにあった食材や食べ方を提案するのが、今回のキットの目的のようだ。

遺伝子検査キットは、3種類の検査ができるものが1万2960円（税込）、6種類の検査ができるものが2万736円（税込）で販売されるとのこと。

検査キット、健康弁当ともにdショッピングから購入できる。

最初は「ドコモの発表会で遺伝子検査キット!?!」と少し驚いたが、スマートフォンだけじゃない守備範囲の広さをみせてくれた。

最近TVなどでも多く取り上げられている遺伝子検査だが、自分の体質を遺伝子レベルで知れるということで注目度も高そうだ。スーパーで専門ブースを設け、遺伝子レベルでお客様に合った料理提案なども今後できるのではないだろうか。

4) 「インスタント食品から薬味袋が消える!?!食品封入カプセル“あじの実(R)”」

赤田善株式会社(大阪市)は、2015年8月に硬質カプセルを食品に使用した、食品封入カプセル「あじの実(R)」に関して実用新案を申請して新事業を立ち上げた。

加えて、硬質カプセルに液体食品素材を封入させる新技術を開発し特許を申請した。

食品封入カプセル「あじの実(R)」は、食品素材を硬質カプセルに封入した製品。「硬質カプセル」とは、プルラン、ゼラチン、あるいは、ヒドロキシプロピルメチルセルロース(HPMC)などによって形成された、水溶性の可食カプセルだ。

封入させる食品素材には、砂糖、塩、香辛料、ハーブ、うまみ調味料などの粉末状や粒状の調味料、チアシード、ゴマなどの粒状食品素材、調味油、香味油などの食用油などがある。これらの食品素材をカプセルに封入することにより、様々な新しい食品の開発が可能となるという。

「あじの実(R)」は、硬質カプセルを食品の水分で溶かす目的で、水溶性の硬質カプセルを使用している。これまでは、水分を含有する液体食品素材を封入すると、含有水分によってカプセルが簡単に溶けてしまいカプセルとして機能させることができないという問題があった

が、同社は従来技術における問題を解決し封入状態を長期間維持させることができる新技術を開発した。

この新技術により、醤油、食酢などの液体調味料や、果汁、リキュールなどを液体のまま硬質カプセルに封入することが可能となる。

インスタントラーメンやインスタントスープなどのインスタント食品には、風味付けのための調味液が添付されていることがあるが、このような調味液はフィルムを溶着して形成した袋に封入された状態で提供されることが多く、フィルムの開封時に手が汚れてしまう、中身が飛び散ってしまうといった問題がある。

そこで、調味液を硬質カプセルに封入して添付し、調理時に調味液をカプセルごと食品(スープ)の中に投入するようにしておけば、スープの水分でカプセルが溶けて、調味液を食品へ添加することができ、取扱いが容易となる。

魚醤などにおいしい強い調味料などもカプセルに封入することにより、かやくと一緒に入れておくことも可能となる。

また、硬質カプセルに液体調味料を封入し、これをすり身の中に入れてフライすることで、すり身全体に混ぜ込んだものより、同量でもインパクトのある味付けにすることができる。例えば、一口サイズのすり身団子に柑橘系の果汁を封入した硬質カプセルを入れておくと、噛んだ瞬間に口の中で柑橘系果汁の香りを楽しめるようになる。

インスタントラーメンの小袋のゴミや手間がなくなり、風味が豊かになるとあればメリットは大きいと思う。インスタントラーメンも生タイプやレンジタイプなどいろいろと進化しているが、基本的には従来のスープの袋が付いたお湯を注ぐタイプが幅を利かせていると思うので、パターンを増やすのではなくそのものを進化させるというのは効果的だと思う。練り物の例も出ていたが、あじの実を使った新しい味わいの商品も誕生も期待できそうだ。