

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「5農家×クリエイターでアイデア百出 佐賀県事業 売り上げ1000万円アップ」
- 2) 「紙ストローより良い？すぐに軟らかくならない“お米ストロー”が量産体制へ」
- 3) 「アヒルの細胞から作り出した“培養フォアグラ”試食を初公開」

1) 「5農家×クリエイターでアイデア百出 佐賀県事業 売り上げ1000万円アップ」

佐賀県内で若手農家がデザインなどを手がけるクリエイターと連携し、自社ブランドを高める事業によって、4年間で全5組が売り上げ1000万円以上増を達成した。「稼げる農業」をテーマに経営の強みを再確認し、それに合うロゴマークの一新や商品化を進めた。店舗開設や商談会などを通じて販路も確保して売り上げを伸ばした。

「さがアグリヒーローズ」と名付けた県の支援事業で、2019年に開始。県内で肉用牛、酪農、採卵鶏、果樹、花きを経営する20～40代を中心とした農家が公募で参加した。統括クリエイターの江副直樹氏が、農家と専門クリエイターをマッチングした。当初2年間は、経営課題の洗い出しによる事業の整理やブランドイメージづくりが中心。これにより「派生的な商品や取り組みが数多く生まれた」（県農業経営課）という。

唐津市でカーネーションなどを生産する平田花園は、ロゴマークやウェブサイトのデザインを見直し、「母の日」用のカーネーションギフトボックスなど資材も統一感が出るよう一新した。新たにトウガラシの栽培、商品化にも挑戦。全体の売り上げはコロナ禍前の2倍まで拡大した。

同園はこれまで、ドライフラワーなどの6次産業化を手がけたが、収益性が課題だった。クリエイターからは「栽培技術そのものが一番の強みでは」と提案があった。そこで花で培った技術を生かし、傍らで進めていたトウガラシ生産を本格化。唐津がトウガラシ伝来の地とされる歴史的背景を絡めて商品コンセプトを固め、一味唐辛子「赤獅子（じし）」など3種を商品化した。飲食店などに置いてもらうことを想定し、筒形の容器に高級感のあるラベルを施した。商談会で評価を受け、現在は県内を中心に、スーパーやピザ店などの飲食店でも取り扱われている。

同園の平田憲市郎さん（43）は「これまで場当たりのだった6次化が、永続的なブランドになるように取り組んだことで成果に結び付いた」と話す。

県農業経営課は「商品やロゴを新しくするだけでなく、しっかりとコンセプトを固め農家自身が考え方を整理したことで、消費者からも注目を集める商品展開につながった」とみて、今後の取り組みの拡大を期待する。

（2023/2/23 日本農業新聞）

地方再生の一貫で生産者とクリエイターのマッチング、というのは様々な取り組みが行われていると思うが、これもその成功例だ。理解を深め共有することでブランディングを行い、モノの価値を最大限に伝えるというのは何においても不可欠だ。持ち前のセンスやSNSを活用できるなど、伝え方を知っている生産者であれば自身が一番伝えたいことを自ら発信していけると思うが、そうでない場合はやはりクリエイターの存在が大きいと思う。伝えるためのブランディングをもっと追求していきたい。

2) 「紙ストローより良い?すぐに軟らかくならない“お米ストロー”が量産体制へ」

天然由来の材料だけで「ストロー」を作る工場が、福岡市で本格稼働に向けた準備を進めている。この「ストロー」はお米などでできていて、食べることもできる。しかも廃棄した場合は完全に土に還る。お米とトウモロコシからとれるコーンスターチで作られた天然由来の「米ストロー」。福岡市東区にある工場で生産されている。社長が「米ストロー」を作ろうと思ったきっかけは、親族が経営する製紙工場で見ただけの紙ストローの山だった。

工場を運営する「UPay」上官ゆい社長「義理の父が紙ストローを作っていたんですね。段ボールがすごい積み重なっていて、『やっぱりこれから紙ストローが来るんだ』って思っていたらすべて返品です。米粉を使い、完全生分解できるもの、完全植物由来のものにしよう。日本でもどんどんコメの消費量が減っているのが社会問題の一つです。日本の素材で製造して行きたいと思いました」

米ストローの原料となるのは、精米の際に発生し、商品価値が低い「くず米」。これにコーンスターチを配合して作られている。着色料を加えれば、彩りも自在に変えられる。天然由来の材料だけでできているので、廃棄した場合でも完全に土に還るのだ。

上官社長「精米するときにはでるくず米、破碎米を使います。中小規模の農家さんですと、畑にまいてたり家畜のえさにされています。私たちは買い取ってアップサイクルしてストローにしていく」実際に「米ストロー」をとり入れたカフェを訪ねた。アイズドリンクを提供する際に使っている。

鍋島和美オーナー「最初は紙ストローかなと思っていたんですけど、紙ストローの舌に当たる感じとか、匂いとかすぐに柔らかくなる感じが好きではなくて、何か代わりになるモノないかなと思っています。コスト高になるんですけど、環境の話もありますし、話題作りになるので使っていこうと思います」「米ストロー」は現在、おもに中国の工場で製造している。今後は、国内工場をフル稼働させて生産量を増やしていきたい考えだ。

上官社長「国内工場から作ったモノを日本の皆さんにも使っていただきたいですし、海外からもメイドインジャパンのブランドの需要をいただいていますので、月に200万本をしっかりと売っていきたくと思っています。たくさんの方々を支えられてきた一年でしたので、恩返しできるように飛躍の年にしたい」
(RKBオンライン 2023/02/22)

紙ストローは一般的に使われるようになってきたが、やはり使用感の不満などは身近でも聞こえてきたりする。この米粉ストローも長時間使用した場合は多少曲がったりはするが、使ったあとも肥料にできたりと可能性が広がっている。今後の展開にも注目したい。

3) 「アヒルの細胞から作り出した“培養フォアグラ” 試食を初公開」

細胞培養技術を使ってアヒルの細胞から作り出した「培養フォアグラ」の開発を進めるベンチャー企業のインテグリカルチャー（東京都）が、21日、味などを確かめる試食の様子を初めて公開した。

21日は、都内のホテルでシェフに「フラン」という茶わん蒸しのような料理を作ってもらい、培養フォアグラを入れた場合と、入れなかった場合の味や風味の違いを調べた。

試食には開発に関わっている関係者15人が参加し、出てきた料理を少しずつ口に運んでゆっくりと味わいながら、味や香り、それに食感などの評価を用紙に記入した。

参加した人たちからは「香りを感じるほどではなかったが、フォアグラのような味はあった」や「コクのある味が感じられた」などの声が聞かれた。

同社によると「培養フォアグラ」は、培養の過程を通じて、すべて安全性が確保された素材で作られているということ。

現在は、100グラム3万円ほどのコストがかかっているということだが、今後、独自の培養技術や生産の大規模化などによって、およそ3年後に300円程度までに抑えることを目指すという。

「フォアグラの風味と舌触りが合わさり、一口食べたときに『いける』と思いました。販売などのルールが整備されたときに、安心なものを安価に届けられるよう技術を磨いていきたい（羽生雄毅社長）」と話す。

（2023/2/21 NHK NEWS WEB）

培養肉につづき培養フォアグラも食べられる段階まできた。味や安全性も問題ないようだが、どうしても培養という響きに不安を感じてしまう。夢のある話だが、これらの食品に頼ることなく実験で終わってほしいという気持ちもある。一方、こうしたニュースを耳にする機会が増えれば人々のお尻に火がつき根本のフードロス問題の取り組みももっと前進するのではないかという期待もある。また別の話でトリュフの人口栽培が国内で成功したり、諸外国での養殖活発化によるキャビアのロシア離れのニュースも目にした。世界三大珍味も養殖が進めば身近な存在になり得るし、日本でも新たな名産として商品化されるかもしれない。食を取り巻く環境や概念が様々変わっていく状況はこれからも目が離せない。