伝説のホップ「ソラチエース」40周年祝う

サッポロビール×キリンビール

ビアガーデンを共同開催

酒類飲料日報から

サッポロビールとキリンビールは、日本で誕生した伝説のホップ「ソラチエース」の誕生40周年を祝うイベント「SORACHI　BEER　GARDEN」を羽田エアポートガーデンで7～8日に共同開催した。同イベントを機に、サッポロビールの契約ホップ生産者の国産ソラチエースを初めて、ヤッホーブルーイング、木内酒造、忽布古丹醸造に販売。3ブルワリーが醸造した限定ビールも含め、スタイルの異なるビール全5種類（400㎖／900円、200㎖／500円）を提供する。

6日に行われた発表会で背景や提供ビールについて説明された。同イベントは、ソラチエース誕生35周年の2019年、同ホップを使ったビールを両社が発売したタイミングで初開催。毎年発信を続けてきたが、リアルでの開催はコロナ禍明け初となる。

サッポロビール「SORACHI1984」ブリューイングデザイナー新井健司氏は、「ソラチエースは米国産が多いが、国産100％を目指し、2020年には30aだった畑も、昨年は360aに大幅拡大。誕生40周年を機に、他ブルワリーに初めて販売した。ホップでビールを選ぶという楽しさを伝えたい」という。

キリンビール「ブルックリン・ブルワリー」ジャパンコマーシャルダイレクター金惠允氏も、同社のホップへの取り組みを紹介するとともに、1984年に品種登録されながら、当時求められていた爽快なビアスタイルと相いれず不遇をかこったソラチエースの歴史を振り返り、「1994年、米国に渡ったソラチエースはやはり日の目を見なかったが、2002年にアメリカの栽培農家がその魅力を再発見し、潮目が変わる。ブルックリン・ブルワリーのヘッドブルワーギャレット・オリバーは2008年に出会ったソラチエースにほれこみ、翌年にはソラチエースを使ったビールを限定発売。好評を受けて全国発売した。"ホップのエース"の意味を込め、ラベルにもトランプのエースを採用。ホップの名前を冠したビールはソラチエースだけだ」と説明した。

ギャレット氏は同年、20kgのソラチエースを携え木内酒造1823を訪れる。同社洋酒製造部ゼネラルマネージャー谷幸治氏は、「ソラチエースの鮮烈な香りに驚き、一緒にビールを仕込んだ。ホップ栽培家も紹介され、2010年には国産麦芽とソラチエースを使ったビール"NIPPONIA"を発売した」と振り返る。

また、ヤッホーブルーイング「上富良野産ソラチエース」は「ココナッツフレーバーに着目。2回のドライホッピングで香りを引き出し、ヘイジーダブルIPAで仕上げた」。

忽布古丹醸造「epita 2024 Sorachi Ace IPA」は、「同じ町で生まれたソラチエースに、地元産カスケードも使用。モルトも中標津産と、日本初の北海道産原料100％IPAだ」。ブルックリン・ブルワリー「ブルックリンソラチエース」は「セゾンスタイルで、レモングラスやディルの香り、ココナッツの甘さを引き出した。10月には限定品"FILTERED"を発売予定」。

木内酒造「常陸野ネストビールNIPPONIA2024」は「ソラチエースを使い続けて15年、究極の純国産ビールを造った。ホップはIBUKIも使用。地元産の麦に酒米も少量使うことで軽快で飲みやすく仕上げた」。

J-オイルミルズ「720gUDエコペット」

「食品包装部門賞」を受賞

環境配慮やユーザビリティ追求

大豆油糧日報から

日本包装技術協会主催「2024日本パッケージングコンテスト」で、J－オイルミルズのペットボトル容器・720gUDエコペットが「食品包装部門賞」をこのほど受賞した。同賞は、包装合理化・改善などに著しく貢献したパッケージに与えられる。同社が開発した720gUDエコペットは、環境配慮やユーザビリティを追求しており、家庭用オリーブオイル製品JOYL「FILIPPO BERIO」などに採用されている。

720gUDエコペットは、容器とラベルに再生PET樹脂を一部配合した。標準的な日本人成人の手の寸法データをもとに、中央部にある同社ロゴの油滴マークが親指にかかるよう持ちやすくしている。それとともに、側面の角を落とし楕円形状にすることで、手にやさしくしフィットするようにしたという。側面には約100g単位でくぼみを付けることで、残量を視覚的に確認できるようにしている。上部には突起状の「OIL」の文字を入れることで、油であることを視覚のみならず触覚でも分かるようにしたとしている。

ラベルは一般的に、ボトルにぴったりくっついているため、「ラベルを剥がす際につまみにくい」「爪の間に入って痛い」という声があったことから、容器の底にくぼみをつけることで剥がしやすくした。それにより、ラベルと容器を分別して捨てることへの促進にもつながるとしている。

段ボールには輸送・保管用途に加え、開封後そのまま店頭などで陳列トレーとしても使用できるSRP（シェルフ・レディ・パッケージ）を導入している。SRPは指で簡単かつきれいに開封でき、陳列トレーとしてそのまま棚に設置できるという特性から、店頭での品出しや陳列作業の負荷軽減・時間短縮につながることが期待されるとしている。

同社は廃プラスチック問題が深刻化する現状を踏まえ、19年から社内横断組織としてパッケージング委員会を立ち上げ、「容器包装に関する指針」を制定し「環境対応」と「ユーザビリティ・使い勝手」をキーワードに容器・包装の開発に取り組んでいる。

老舗ヴィーガンレストラン監修

相模屋食料「ひとり鍋」2品

大豆油糧日報から

相模屋食料は8日から、「ひとり鍋」シリーズの「VEGAN　TOFU　濃厚豆乳たっぷりスンドゥブ」＝写真＝と「同　生湯葉のつくれる豆乳湯とうふ」を、関東・甲信越地域を中心としたスーパーなどで発売開始した。老舗ヴィーガンレストラン「T．s（ティーズ）レストラン」を運営するTOKYO－T's（東京都品川区）監修したコラボ商品となる。TOKYO－T．sでは、「秘伝のたれやスープは肉や魚介類、卵・乳製品をいっさい使用せずに完成した自信作」と強調する。「ヴィーガンユーザーのみならず、多くの方に満足していただける商品となった」としている。

「VEGAN　TOFU　濃厚豆乳たっぷりスンドゥブ」は、専用に作ったおぼろとうふと濃厚でコクのある豆乳に、ティーズレストラン監修の植物性100%のスンドゥブの素を、電子レンジ対応の容器に入れ、電子レンジで3分加熱するだけで出来上がる。

「同　生湯葉のつくれる豆乳湯とうふ」は、「昆布のうま味がたっぷりの秘伝だしが濃厚でコクのある豆乳と溶け合い、絶妙なおいしさを生み出している」（TOKYO－T．s）と説明する。容器に豆腐と豆乳、秘伝だしを入れて、電子レンジで3分加熱すると生湯葉ができ、「昆布のだしのうま味が溶け込んだ豆乳たっぷりのつゆで豆腐と一緒に楽しめる」（同）。

地域循環型農業モデル構築へ

米の研磨粉の有効活用など

■岩塚製菓ら5者

米麦日報から

長岡地域資源循環プロジェクト「N．CYCLE」に参画する岩塚製菓ら5者は今秋から、新潟・長岡地域で米生産者の収益向上・地域産業の活性化推進を目指す取り組みを開始する。籾殻炭や研磨粉を利用した「籾殻炭バイオ堆肥ペレット」の活用や「J－クレジット」創出などを通じ、同地域で「持続可能な地域循環型農業モデル」を構築する。

2030年度までにバイオ炭900ha・中干期間延長7000haでカーボンクレジットの取り組みを実施する目標だ。メンバーはえちご中越農協、ホーネンアグリ、ネオス、NTTコミュニケーションズ。

「籾殻炭バイオ堆肥ペレット」はホーネンアグリが開発した土壌改良剤で、えちご中越農協が集約した籾殻炭や、岩塚製菓の製造工程で発生する米の研磨粉が原料。えちご中越農協が秋耕の際に同ペレットを使用するよう営農指導を行う。

稲作で発生する温室効果ガス削減に向けた取り組みも実施。籾殻は処分（焼却や土壌へのすきこみ後の微生物による分解）でCO_2を大気中に放出するが、バイオ炭にすることで大気中への放出を防ぐ。中干延長も実施し、メタンガスの排出抑制にも取り組む。

NTTコミュニケーションズはこれらの取り組みの「J－クレジット」創出支援と市場への流通を担う。ネオスは消費者の理解・関心増進に向けたプロモーション企画などに取り組む。

KEY PERSON interview

この人の出番

マーケット動向や新たなビジョン展開、そして、パーソナルな素顔に迫る。

720

プランテックス代表取締役社長　山田 耕資 氏

閉鎖型植物工場を世界標準に

プランテックス（東京都中央区）が開発した世界でも例がない閉鎖型植物工場に注目が集まっている。室内全体で植物を育てる一般的なオープン型と異なり、密閉された箱（ユニット）の中で植物の生育環境を緻密に制御できるのが特徴だ。山田耕資社長は、「将来的になくてはならない農業生産手段の一つになると思っている」と力を込める。

オープン型の場合、工場全体の室温を細かく制御することが困難で、ある工場では位置により5℃程度バラつきがみられるという。1℃違うと収穫量が10%減るデータもある。温度以外にも生育条件のパラメータは複数ある。そこで同社は光、空気、水の20のパラメータを定義するとともに、それらを制御できるハードウエアを開発した。

22年6月、ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス（U・S・M・H）と茨城県土浦市に、閉鎖型植物工場を作った。同工場で栽培するレタスは、24時間以内に約200店舗へ出荷され、フレッシュな状態で販売している。色つやも良く、おいしいと人気でリピート率は高い。生菌数が少なく、農薬不使用のため洗わずに食べることができ、日持ちもする。露地栽培と比較し、1株で12Lの水を節約できるという。

オープン型の植物工場と同じ栽培面積で3～5倍の生産量になるため、「環境制御にコストをかけても安価にできる。品質のバラつきも少なく、高品質を訴求できる」と強調する。U・S・M・Hではバジルやルッコラの商品化も進めており、秋頃に販売される予定だ。

川崎市内の研究所では現在、オクラ、ネギ、ニラ、トマト、イチゴ、二十日大根に加え、小麦、トウモロコシ、大豆など穀物の栽培実験も開始している。栄養成分を高める研究も行っており、レタスに含まれるβ－カロチンはニンジンの約半分に達し、GABAやポリフェノールを増やす研究もしている。「農家でも名人が育て方を工夫し、おいしい野菜を作っている。生育環境をコントロールすることで種のポテンシャルを引き出し、自然環境ではできない、おいしい野菜をつくる技術の確立を目指す」と述べる。

同社の事業は、量産工場の販売と研究所での共同レシピ開発だ。ユニットの規格は統一しているため、「研究所で生み出したレシピは量産工場でダウンロードでき、即座に社会実装化できる。効率の良い研究が最大の特長だ」と説明する。

山田社長は、「2050年には世界人口の増加により、1・7倍の食料が必要になるとされるが、今の延長線上では不足分を賄えない。食の安全保障を確立しつつ、食市場は成長産業でもあるのでビジネスチャンスを捉えにいく」と意気込む。

課題については、「事業をいかに加速するかだ。世界的なデファクトスタンダードになると考えている。社会実装を進めながら、研究所で次々と作物の栽培を成功させ、短期間のうちに技術で圧倒していきたい。海外進出も具体的な計画が見えている」と展望を語る。（橋本）

やまだ・こうすけ　2007年に東京大学大学院卒業後、ものづくりの生産工程改革で有名なインクスに勤務。10年以降、日米計6社のベンチャーの創業に参加した。13年末に、人工光型植物工場と出会う。世界の食と農に革新をもたらす技術だと確信し、創業を決意する。エンジニアリングの分野で卓越した実績・スキルを持つメンバーらと共に、新しい産業を興すことを目指して14年6月にプランテックスを創業した。

記者の目 Reporter's Eye

絶対当たる台風予報？

米の産地を取材していると「この2～3年の異常な暑さが普通になってきた」という声を聞く。一方で、昨年の猛暑の経験から生産者が水管理を徹底し、「台風さえ来なければ豊作まちがいなし」と心強い声を聞くこともあった。しかし、今年も7月ごろから全国各地に台風が大雨を連れてきた。豪雨は秋田や山形で甚大な被害をもたらし、収穫を諦めざるを得ない生産者もいるという。

では、台風被害を未然に防ぐには何ができるだろうか。去る9月4日、気象庁が「台風情報の高度化に関する検討会」の初会合を開いた。「利用者ニーズに応じた様々な時間スケールの台風情報やきめ細かな台風情報のあり方」の検討が目的で、来年1月を目途に台風情報の高度化に関する中間とりまとめを行い、6月に最終とりまとめを行うスケジュールだ。

そもそも、今の台風情報はどうなっているのだろうか？　検討会の公表資料によれば、気象庁は「気象衛星やスーパーコンピューターを活用し、誰にでも警戒すべき事項が誤解なく伝わるよう、40年以上にわたって台風の進路や暴風の見通しを予報円と暴風警戒域という形で表示している」という。

一方で「近年は公共交通機関の計画運休や自治体の防災行動計画の策定、住民の広域避難の検討など、早めの備えを促す情報の重要性が高まっている。また台風は個々に風の吹き方などが異なるため、台風の特徴、詳細情報が欠かせない」という課題の解決に向け、検討会開催に至った。

検討会に先立ち行われたニーズ把握調査では、物流や建設、保険などの企業・団体からヒアリングを実施。1週間～1カ月以上前からの情報の必要性、雨・風・波浪・高潮予想の重要性を聞き取った。それを受け、検討課題を「早めの備えを促す情報」と、「台風の特徴を伝えるきめ細かな情報」の2点に整理。

「早めの備えを促す情報」では現状の台風情報は、台風発生の24時間前から予報円や円形の暴風域・強風域を中心とした情報しか提供できていない。1週間先、1カ月以上先で求められる情報とは何か、それが論点になる。「台風の特徴を伝えるきめ細かな情報」では、台風の特徴を伝える細かな情報や、その解説により事前対策や防災対応が効果的に行われる可能性があるとしている。

仮に1カ月先の台風情報が高精度で分かれば、「台風さえ来なければ」ではなく「台風が来るから前倒しで全量収穫した」という言葉が聞けるかもしれない。品質も重要だが、まずは確実に収穫できることが大事だ。これ以上の台風被害が出ないことを願いつつ、秋には各地のおいしい新米を頬張りたい。（岩渕）