

産学官連携による 秋田スギの葉を活用した商品開発

スギの学名は「クリプトメリア・ジャポニカ」といい、ラテン語で「日本の隠れた財産」という意味を持つ。「財産」との言葉通り、スギの利用価値は高く、古くから木材として建材や工芸品に利用されてきた。近年は、二酸化炭素の吸収源として、地球温暖化防止の役割も期待されている。一方で、葉の部分は活用方法が少なく、ほとんどが林地残材として捨てられているが、秋田県内では、産学官が連携し、秋田スギの香りを活用した商品開発を手掛けている事例がみられる。

1 秋田スギの香りを活用した商品開発の事例

(1) ジン

a クラフトジン製造が世界でブーム

秋田工業高等専門学校、秋田県立大学、秋田県総合食品研究センター、秋田県醗酵工業株式会社（本社：湯沢市）は、2018年に共同プロジェクトを立ち上げ、秋田スギの葉で香り付けしたジン「Akita Dry Gin—森香るクラフトジン—」を開発した。

ジンは、農業由来のエタノールに、ジュニパーベリー（セイヨウネズの実）のほか、ボタニカル（香草、薬草、果皮など）で香り付けをして単式蒸留器で再蒸留した酒類で、ラム、ウォッ



「Akita Dry Gin—森香るクラフトジン—」

カ、テキーラと並び世界4大スピリッツとして知られる。設備投資が小規模で済むこと、蒸留後の熟成期間が短くすぐに出荷できること、ジュニパーベリー以外のボタニカルは選択の幅が広いことから、地域の特産品と組み合わせた「クラフトジン」の製造が、2010年頃から国内外で盛んとなっている。秋田スギの葉で香り付けしたジンも、クラフトジンに該当する。

b アクティブ・リサーチャー支援事業に応募

共同プロジェクトは、ジンの開発にあたり、県の2018年度アクティブ・リサーチャー支援事業（※1）に応募し、クラウドファンディングで資金調達を行った。秋田工業高等専門学校と秋田県立大学は香り成分の分析、秋田県総合食品研究センターはボタニカルの調達、香り成分の抽出、レシピ（配合割合）の作成、蒸留条件（方法）の検討、試験製造を各々担当し、2020年3月に「Akita Dry Gin」が完成した。このジンは、「森林浴しているような、心やすらぐお酒」をコンセプトに、秋田スギの葉の爽やかな森の香りが特長となっており、秋田県醗酵工業株式会社が「秋田杉GIN」として商品化し、2020年6月から販売している。

原料となる秋田スギの葉は、秋田県森林組合

連合会が湯沢市にあるスギ林の間伐材から採取し、発注から10日以内に秋田県醗酵工業株式会社に納品している。ジンのボタニカルには乾物を使用することが多いが、秋田スギの葉は新鮮なまま使用するため、香りが損なわれず、また、コストと労力の軽減にもつながっている。

(※1) 県内産業活性化の推進のため、産学官の連携により実用化に近づいた研究を進める県内の大学・公設試験研究機関などの研究者を対象に、クラウドファンディングに提案するプロジェクトの企画・立案を支援する事業

c TWSC2021で最高金賞を受賞

「秋田杉GIN」は、初回製造の1千本は発売と同時に完売となり、2021年9月末までの販売本数は約1万本を数える。2020年に「あきた食のチャンピオンシップ」で銀賞、「第7回新東北みやげコンテスト」で地域性特別賞を受賞したほか、2021年には「東京ウイスキー&スピリッツコンペティション(TWSC)」の洋酒部門で最高金賞を受賞した。TWSC2021では洋酒の銘柄名が伏せられたブラインドテイastingによる厳正な審査が行われたため、受賞により「秋田杉GIN」の秋田スギの香りの商品価値を証明することができた。消費者からは、「清涼感、爽快感を得られる」、「香りに癒される」、「幼少時に森林浴を楽しんだ思い出が浮かぶのか、懐かしい気持ちになる」といった声が聞かれる。

共同プロジェクトの発起人である秋田工業高等専門学校・上松仁教授は、「秋田県の森林資源である秋田スギを活用し、世界と競えるAkita Dry Ginを開発することができた。ジンの市場は、国内よりも欧米の方が大きいため、国外のコンテストへの出品などを通じ輸出に取り組むことも視野に入れている。『秋田ブランド』を世界にアピールし、将来的には本県のインバウンドの振興につなげたい」と意欲を語る。



「秋田杉GIN」(秋田県醗酵工業(株)ホームページより)

(2) 精油

a 専業主婦が起業し商品化

秋田市にあるアトリエアンダンテの代表・佐藤智子氏は、秋田スギの葉から抽出した精油(※2)の製造・卸売販売を手掛けている。

佐藤氏は、主婦として趣味でアロマテラピーを楽しむなかで、ヒバのある青森県、木曽のヒノキがある長野県などでは銘木の香りを活かした精油が製造されていると知り、秋田スギから抽出した精油の製造を決意した。抽出方法は秋田県立大学木材高度加工研究所から、起業のノウハウは公益財団法人あきた企業活性化センターから指導を受け、2015年に事業を始めた。

佐藤氏は、事業を手掛けたことにより、2015年に「あきたビジネスプランコンテスト」で優秀賞、2017年には県商工会議所女性連合会・女性起業家大賞奨励賞を受賞している。

(※2) 植物から抽出した天然のオイル

b 県内の他資源との組み合わせ

主力商品は、精油のほか、精油を水で希釈したアロマスプレー、精油を数滴落として香りを楽しむアロマストーンとなっている。秋田スギの葉は、造林業者が立木を伐採し丸太に加工する際、佐藤氏が木の先端部分から新鮮な葉を厳選して採取している。また、アロマスプレーに



は白神山地の天然水、アロマストーンには本県が全国屈指の埋蔵量を誇る珪藻土を使用している。

商品は、県内の土産物店、県内外のアロマテラピー関連商品の専門販売店、雑貨店で扱っているほか、秋田市のふるさと納税の返礼品にも採用されている。精油(5ml)のこれまでの販売本数は約4千本となっており、主に県外の専門販売店で売れている。一方、2019年に発売したアロマスプレーは、土産物として県外客に人気が高く、コロナ禍により土産物需要は落ち込んでいるものの、県内の消費者が県外に住む家族に贈るケースが増えている。

c ニューヨークで秋田県をアピール

精油は2017年、アロマスプレーは2019年に、各々、「新東北みやげコンテスト」で入賞している。また、アロマスプレーは、ニューヨークで日本の文化を紹介する事業を行うNPO法人「Jコラボ」のショールームに、本県を代表するコスメアイテムとして出品された。世界中で本県にしかない秋田スギを使用していること、白神山地は国内で初めて世界遺産に登録された地として海外でも訴求力があることが、出品の決め手となった。佐藤氏は、「商品を通して県内の資源を再評価するきっかけを作りたい。商品をより一層浸透させ、本県の魅力を県外、世界に伝えたい」と語る。



秋田スギの葉の精油
(アトリエアンダンテ)

2 商品の共通点

本稿で紹介した商品は、日本の固有種であるスギのなかでも原材料となる機会の少ない葉の部分を使用していることが、世界でも珍しい商品づくりにつながっている。また、秋田スギは日本三大美林の一つであること、秋田県は古くから名酒の産地として名高いこと、白神山地が希少性と知名度の高い世界遺産であることなど、本県の持つ有形無形の地域資源が商品価値を引き上げている。

次いで、価格帯も含め日常生活で手軽に楽しめる点が、消費者ニーズにマッチしている。これまでは捨て置かれることの多かった部分に利用価値を見出したサステナブルな商品であることに加え、飲酒時のアルコール度数、アロマの香りの強弱などを自分好みに調整できることも、消費者の満足度向上につながっている。

そして何より、高品質な商品づくりへのこだわりが消費者に支持される最大の理由と言える。

3 世界と渡り合える新たな商品開発を期待

秋田県のスギ人工林の蓄積量は日本一を誇る。豊富な資源を背景に、引き続き、秋田スギの葉を活用した世界と渡り合える商品の誕生が期待される。産学官に加え、地域とも連携することで、各々が持つ専門知識、技術、情報などを活かした商品開発を行うことができよう。清々しい香りに着目すると、消臭剤・デオドラント商品、石鹸やスキンケアクリームといった化粧品の展開も視野に入ってくると思われる。また、秋田スギの抽出成分にはリラックスや抗菌などさまざまな効果が確認されていることから、このような機能性を重視した商品の開発も需要の獲得につながるものと考えられる。

(相沢 陽子)