

第 27 回

摂大農学セミナー



主催：摂南大学農学部先端アグリ研究所

連絡先：摂南大学農学部事務室

SETSUNAN.Obu@josho.ac.jp

072-896-6000

摂南大学農学部の研究成果を広く知ってもらい、産官学の連携を推進するために**摂大農学セミナー**を開催します。無料・一般公開のセミナーとして、毎月開催しております。本セミナーは摂南大学農学部を会場にした公開セミナー、またはオンラインによるライブ配信で開催いたします。開催方法は、セミナーごとにお知らせします。多くの方のご参加をお待ちしております。

【開催日時】 2022 年 4 月 18 日（月）15:00～16:30

【開催方法】 無料・一般公開

【視聴方法】 **Zoom** によるライブ配信

【発信会場】 8 号館 8304 教室

【プログラム】

15:00-15:05 はじめに

先端アグリ研究所 所長 教授 椎名 隆

15:05-15:45 地域ブランド化の基本問題

食農ビジネス学科 教授 濱田 英嗣

（座長 浦出 俊和）

15:45-16:25 マイクロナノバブルの農業分野での利用

農業生産学科 教授 玉置 雅彦

（座長 高木 大輔）

16:25-16:30 終わりに

食品栄養学科 教授 吉井 英文

オンラインセミナー参加方法

- ・オンラインのライブ配信（Zoom）で開催します。
- ・次のHP よりお申し込みください。
<https://forms.office.com/r/64wuR0gcTi>
- ・メールでの参加申し込みも受け付けます。
- ・お申し込み後、視聴方法についてメールでご連絡いたします。
- ・詳しくは摂南大学農学部 HP(<https://www.setsunan.ac.jp/agri/>)をご覧ください。



地域ブランド化の基本問題

食農ビジネス学科・教授 濱田 英嗣
eiji.hamada@setsunan.ac.jp

〔講演要旨〕

2000年代に入り、全国各地で地域ブランド化が新たな地域活性化手段として注目され、様々な取組が行われている。消費者も食の安全、安心問題等により記号的価値ニーズ(総括的生産情報)が高まり、農水産物の合理的な購入手段の一つとしてブランド品を求める動きが高まった。つまり、地域ブランド化は生産側と消費側双方からの時代の要請であり、一過性のブームではない。ただし、こうした経緯にもかかわらず、残念ながら2022年現在、大半の地域ブランド化の取組は期待されたほどの成果をあげられていない。地域ブランド化が期待されたほどの成果をあげられていない点に関して、私見では少なくとも二つ反省点があると考えている。

第一に、その大半が自治体を中心とした行政主導ブランド化であり、地域資源活用のシンボルとしてブランド化が安易に位置付けられ(地域資源とブランドは全く別の論理)、その結果、有象無象の「ブランド品」が生まれ、ブランド化の取組は「全国駅弁大会」と化した。つまり、地域資源活用シンボルとしてのアピールが前面に出て、消費者がブランドに期待する品質や徹底したこだわりはそれほど重要視されなかった。

第二に、ブランド化とは社会(消費者)に対する当該製品についての生産者(団体)による「約束事」である。しかし、生産者(団体)が消費者に何を約束するか、ここをしっかりと固める作業が欠落してしまった。つまり、当該製品のさらなる美味しさを目指して生産者が何にこだわっているかを消費者にわかり易く、その目標と達成する手立てを公表(約束)しなければならない。加えて、約束が順守できる期間(ブランドの有効期限)なども提示する必要がある。しかし、「売するため・目立つためのブランド化」が前面にでて、本来のブランド化の基本路線を逸脱しているケースが多い。

本セミナーでは、これらについて①なぜ2000年以降に地域ブランド化がブームになったのか、②地域ブランド研究レビュー、③下関フグブランドの成功要因④下関フグからみた地域ブランド化の基本問題、警鐘で話題提供を締めくくりたい。

マイクロナノバブルの農業分野での利用

農業生産学科・教授 玉置雅彦

masahiko.tamaki@setsunan.ac.jp

【講演要旨】

ファインバブル（微細気泡）とは、直径が $100\mu\text{m}$ よりも小さな気泡で、「マイクロバブル」と、それより小さい「ウルトラファインバブル」の2種類があります。直径 $1\mu\text{m}$ 以上で $100\mu\text{m}$ 未満の気泡を「マイクロバブル」、直径 $1\mu\text{m}$ 未満の気泡を「ウルトラファインバブル」と呼び区別しています。以前は、「マイクロバブル」、「ナノバブル」と区別したりしていましたが、国際標準化に当たり「マイクロバブル」、「ウルトラファインバブル」と呼ぶことになりました。しかし私も含めて、以前からの呼称の方が使い易くイメージもし易いので今でも「マイクロバブル」、「ナノバブル」と呼ぶ人も多いです。今回のセミナータイトルも、そのような理由でマイクロナノバブルの呼称を使いました。

ファインバブルのような微細気泡は、自己加圧効果、圧壊時のフリーラジカル（主に水酸基ラジカル）の発生、負の帯電特性などの様々な特殊な特性を有します。また、エアポンプなどで発生させる通常の気泡（「ミリバブル」）よりも水中での浮上速度が遅く、自己加圧効果によって気泡が縮小しながら水中に完全溶解するため、通常の気泡よりも効率的に気体を水中に溶解させることができます。さらに、長時間水中に存在し続けるため、溶存気体の保持も優れています。

ファインバブルは、現在では環境、農業、食品、水産業、洗浄、工業、美容、医療など多様な分野で活用されています。本セミナーでは、作物栽培、植物病原菌の殺菌、残留農薬除去など、どのような農業分野でファインバブルを活用できるのか検討してきた応用実験の事例をいくつか紹介します。作物栽培には空気をマイクロバブル化させて利用する例が多いですが、発生させるバブルの種類によって作物の生育が異なることを認めました。また、植物病原菌の殺菌や作物の残留農薬除去効果は、オゾンガスをマイクロバブル化して処理することで効果が高まりました。これらの実験結果と、現段階で考えられる考察を交えてお話をさせていただきます。さらに、現在進行中の実験についても簡単に紹介します。

ファインバブル発生技術は日本で生まれた技術ですが、本技術は利用現場での開発と実用化が先行し科学的証明が遅れています。今後は、様々な分野での基礎実験に基づく科学的証明が望まれます。