

中国産量などに押され減産続く「トップ産地」に新たな活路

# 熊本・八代地方の「イ草」産業を革新 産官学連携で商品開発・市場開拓

熊本県南の八代地方は、イ草の国内トップ産地として知られる。イ草は国産量表向けに供給しており、シェアは高いが、昨今は、安価な中国産量に押され、国産量のシェアが減少。また、パルプやポリプロピレンに取って代わられたこともあり、減産が続いている。これに歯止めをかけようと、熊本県や九州大(福岡市)、花き販売などを全国展開する日比谷花壇(東京)などが産地と連携。産官学で、イ草の香りや機能性を生かした商品開発や市場開拓に乗り出している。



セミナーにはイ草の生産者や関係者、異業種などから予想の3倍を上回る参加があった

## 九州大の研究グループが リラックス効果を裏付け

昨年10月25日、熊本市のホテル日航熊本で「いぐさセミナー」が開催された。サブタイトルは「日本伝統の香り いぐさがもた

らすリラクゼーション効果」。熊本県と日比谷花壇、同ホテルが、八代地方のイグサ生産者や加工販売業者らを対象に開いたもので、協力・後援には、九州大学をはじめJAや自治体、業界団体などが名を連ねた。その中で、画期的な取り組みの成果が示された。

一つは、熊本県農業研究センターアグリシステム総合研究所(熊本県八代市)を代表機関とし、九州大や鈴木油脂工業(大阪市)など

で組む「健康機能性いぐさ利用拡大コンソーシアム」の事業として、九州大の研究グループが3年掛かりで裏付けた「イ草の香り」のリラックス効果の科学的根拠だ。

従来イ草には、吸放湿、ホルムアルデヒドや酢酸ガスの吸着、アンモニアを除去などの機能があるが、研究グループは、現在主流になっている中国産量と国産量の違いは、香りの強さにあることに着目。成分の数・量ともに、国産が大きく上回ることから「国産イ草のアドバンテージは香りにある」として、その効果を検証した。

これで、国産イ草の香りによるリラックス効果が判明した。よくイ草の香りを嗅ぐと落ち着くと言われるが、これまでは感覚的、情緒的に捉えられていた。これを九州大の研究グループが科学的に分析したところ、イ草の香りが、副交感神経の活動を活性化するこ

と、また、後頭部α波の振幅が増大することが、生理的に立証された。副交感神経は、緊張時に活動が活発になる交感神経とは逆に、リラックス時に活動が活発になる。後頭部α波は、リラックスしているときに現れる脳波の波形だ。国内初の研究成果だという。

分析は、20人の被験者に八代産イ草の香りをかきながらパソコンを操作してもらった場合と比べ、副交感神経の活動値が、平均14%高かったという。また、国産イ草の香りに、睡眠効率を向上させる効果があることも確認された。「イ草の効果にエビデンス(科学的根拠)が付いたのが大きい」とセミナー関係者。九州大研究グループの清水邦義・九州大農学研究院准教授はセミナーで「用途に応じた住空間や就労・睡眠環境を提案することで、新たな需要を

喚起できるのではないかと訴えた。

## 日比谷花壇が販路支援 国内外「BtoB」に照準

日比谷花壇の参画によって、新たな商品開発や市場開拓の方向性も示された。

同社は「花とみどりを通じて、真に豊かな社会づくりに貢献する」を企業理念に、花き店を国内約200カ所に展開している。主に各地の繁華街に立地する百貨店やシティーホテルなど富裕層を顧客とする施設へ出店。また、結婚式場やレストラン、ホテルのロビーなどの空間装飾でも実績を重ねてきた。2019年9月期決算の売上高は単体で227億円。

そんな力のある全国企業が、国内トップのイ草産地との連携に乗り出した。同社で今回のイ草プロジェクトを担当する藤本啓之・B2B事業統括部九州エリア南日本外商2グループリーダーは熊本県出身で「古里の特産品であるイ草に、花き店という今までにない販路を提供することで、地域の活性化に貢献したい」と力を込める。両者には共通点もある。国内の花き消費は、家庭や職場で切り

花を飾る習慣が薄れたことなどから、2010年の6300億円をピークに半減している。一方のイ草も、国内トップの八代でも、畳表需要が減少する中、作付け面積が30年前の1割ほどに縮小している。しかもライバルは安価な中国産だけでない。その一つ、積水成型工業（大阪市）が開発した「MIGUSA（みぐさ）」は「耐久性に優れたポリプロピレンと、天然の風合いを醸し出す無機材料（吸湿性炭酸カルシウム）」を使った新素材の畳表だ。耐久性や手入れのしやすさ、デザインなど付加価値の面で先行している。

これに対して日比谷花壇は、結婚式場、ホテル、レストラン、オフィスなど空間装飾にイ草を取り入れ、BtoB需要を掘り起こそうとしている。ホテル日航熊本でも先ごろ「いぐさを使用したディスプレイ&日本の香りのおもてなし」と題して、ロビーや客室を装飾し、宿泊客からアンケートを取るなどした。

セミナーで同社はイ草の優れた点として、①日本伝統の香り②直線的で繊細なラインが表現可能③曲線ができる④自然に曲がる（経時変化を楽しむ）を挙げた。今後は「機能性農産物」としての

## 異業種や産地若手が関心 販路開拓の新組織発足へ

アップにもつながると見られる。

セミナーには業界内外から高い関心が寄せられたという。主催側は当初、50人ほどの来場を見込んでいたが、予想を大きく上回る申し込みがあり、最終的には、建築や観光など異業種からも合わせて171人が参加した。「会場を3回も変更した。遠くは名古屋や福島からも問い合わせがあった」（藤本氏）。参加した健康産業関係者やデザイナー、イ草加工業者ら異業種からの連携を望む声が聞かれ、一方では、産地の若手生産者から、新たなビジネス展開に意欲的な意見が多く寄せられたという。

同社はことしの東京五輪・パラリンピックとともに、首都圏や海外での需要の掘り起こしを図る方針だ。その基盤として、「いぐさ文化復興」をテーマに、生産者や関係者と連携して「異業種とゆるやかなコンソーシアム」（藤本氏）を組み、いぐさ産業発展の最大化を目指すという。

セミナーに併せホテル日航熊本ロビーに展示されたイ草のディスプレイ



ブランド化を図る。特に、従来の、イ草の加工に付き物だった泥染めをしない「無染土イ草」を打ち出す。品種改良されたイ草で、従来は、泥染め加工で、色合いや香りに耐久性を持たせるなどしていたが、無染土イ草はこの工程を省いても色合いや香りを出せる。また、泥染めの作業現場は粉じんが発生するため、作業員の健康被害が懸念されていたが、その解消にもなる。これは、生産方法も重視する欧州市場などでのイメージ