

兵庫県立大学 × 東馬場農園 × 阪急デリカの取り組みのご紹介

当社では、株式会社 NOUEN 様のご協力のもと、兵庫県立大学国際商経学部グローバルビジネスコースの学生とともに、地域特産品の魅力を伝え、フードロス問題の解決を図るプロジェクトに取り組んでいます。

プロジェクト 5 年目の、今回使用する食材は、神戸市でも大規模のトマト生産者 東馬場農園様で栽培されているミニトマト
「うれしおとまと カリーナ」



「うれしおとまと」とは

東馬場農園の敷地内から出る塩分を含んだ地下水を使用したトマトです。自然の恵みを活かし、味の濃いトマトを生産。塩田地区の地下塩水で育ったトマトを「うれしおとまと」と名付けました。
『とまとの熟れは、～うれしいおいしい～そんなこだわりとまとを食卓へ届けます』

「うれしおとまと」にはいくつか品種があり、この度使用する「うれしおとまとカリーナ」はかわいいプラム型のミニトマトで、園で一番ファンの多い商品です。糖度が高く、甘みも酸味もしっかり。味が濃いのが特長です。

「うれしおとまとカリーナ」とフードロス問題

実情を知るため、学生たちは 2024 年 11 月、実際に東馬場農園へ訪問。
ハウス内ですくすくと実っているトマトを見て、栽培環境、品種管理、環境負荷軽減など、栽培する上でこだわっているお話を聞かせていただきました。
また、実が割れたりサイズが不ぞろいといった理由で、毎年約 600 kg 程度のミニトマトが規格外となり、破棄されていることを知りました。



手塩にかけて育てたトマトが、日の目を見ることなく破棄される

生産者の思いに触れ、フードロスに対する意識が強くなった学生たち。「もったいない」という思いを商品にするため、カフェやパン屋を巡り、陳列法や顧客層、商品名などについて調査。
さらに、商品レシピやデザイン、価格設定、PR 方法などを当社の担当者とも連携しながら学び、1 年かけて商品アイデアからマーケティングまでを練り上げました。

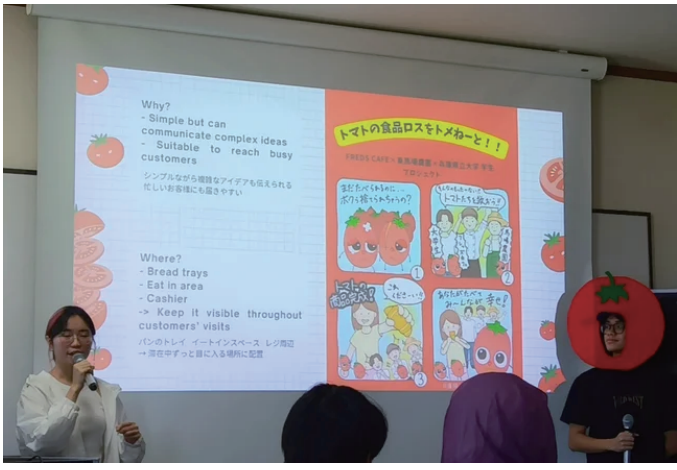
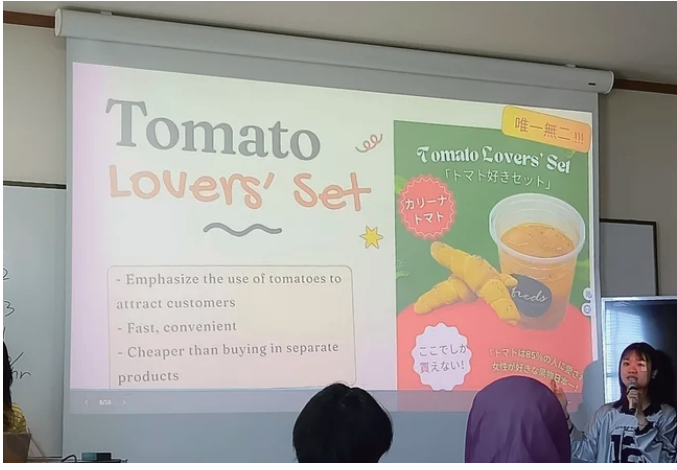
2025 年 1 月、学生たちが開発商品を提案しました。メニューとして考案したのは、トマトとフルーツを合わせたスムージーなどの夏らしく冷たいドリンクや、フィリングにトマトを使用したサモサやカレーパン、さらにチュロスやアップルパイといったスイーツと組み合わせた商品など。
見た目や味わい、ターゲット層からトレンドまで細かく考慮された商品が並び、選定に議論を重ねました。



当社の担当者が深慮熟考した末、酸味と塩味でさっぱりと食べられるトマトを使用した塩パンと、夏でもゴクゴク飲める冷たいミネストローネの 2 品を選定。

マーケティングプラン発表会

2025 年 7 月、兵庫県立大学 神戸商科キャンパスにて学生たちがマーケティングプランを発表しました。
ポスターやセットメニュー、ノベルティの考案、動画の作成。さらにはトマトをモチーフにしたマスコットキャラクターやフードロスの削減を促す漫画の提案など、多種多様なアイデアが溢れた発表会となり、当社も大きな感動と刺激を受けました。



大事なのは、廃棄されるはずだった食品であっても、価値を下げずに適正価格で取り扱うこと

廃棄されるはずだった食材を、価値を十分に感じられる特別な商品へ生まれ変わらせる。そのために、「おいしくなければ意味がない！」と何度もアイデアの練り直しと試作を繰り返しました。
兵庫県の特産品「うれしおとまとカリーナ」に携わる人々、そして、現代社会が直面するフードロス。
「特産品の持つ良さを最大限に伝え、その特産品が抱える課題をともに解決していく」
という生産者の思いを含め、お客様に納得して手に取っていただくために、商品だけでなくマーケティングプランにも踏み込んだプロジェクトになりました。

2025 年 8 月 1 日（金）よりフレッズカフェにて販売開始



『カリーナトマト塩パン』
兵庫県、東馬場農園「うれしおとまとカリーナ」のトマトピューレを使用した生地に有塩バターを巻き込み焼き上げました。トマトの濃厚な酸味とバターのコクが食欲を引き立てます。

価格：持ち帰り(1 個)237 円(税込)・店内飲食(1 個)242 円(税込)

『冷製ミネストローネ』
兵庫県、東馬場農園のトマト「うれしおとまとカリーナ」を使用した冷製ミネストローネです。野菜がたっぷり入った、夏にゴクゴク飲める冷たいミネストローネです！

価格：持ち帰り(360 ml)702 円(税込)・店内飲食(360 ml)715 円(税込)