

## 地質情報を広めるー化石チョコレートの開発

## One of outreach goods for earth science from GSJ - fossil chocolates

# 森尻 理恵 [1]; 利光 誠一 [2]; 斎藤 眞 [3]; 古谷 美智明 [4]; 青木 正博 [5]

# Rie Morijiri[1]; Seiichi Toshimitsu[2]; Makoto Saito[3]; Michiaki Furuya[4]; Masahiro Aoki[5]

[1] 地質調査総合センター, 産総研; [2] 産総研・地質; [3] 産総研・地質情報; [4] 産総研・地質標本館; [5] 産総研

[1] GSJ,AIST; [2] GSJ, AIST; [3] GSJ, AIST; [4] Geological Museum, AIST

; [5] Geological Survey of Japan, AIST

<http://www.gsj.jp/Muse/>

2008年5月10日に、「地質の日」元年記念行事と称して、全国の地質系博物館や関連団体において一般向けのイベントが行われた。「地質の日」は2007年3月13日に地質関係の組織・学会が発起人となって定められたもので、明治9年(1876年)ライマンらによって日本ではじめて広域的な地質図である「200万分の1日本蝦夷地質要略之図」が作成された日に因んでいる。「化石チョコレート」はこの地質の日記念グッズとして作成されたもの(利光ほか、2009)で、昨年の連合大会でも販売された。発売開始からほぼ1年経ったので、改めて地質関連商品と地質情報の流通について振り返ってみたい。

この商品の大きな特徴は、産総研地質調査総合センター(以下、当所)の持つ標本および知財を民間の会社が利用して新たな製品を生み出した、産学官連携の一例となっていることにある。他の博物館イベントにおいて、チョコレートで化石のレプリカを作る試みはなされているようだが、過去に手作りの限定販売の例はあるものの、本格的に工場生産し販売する商品はほかに例がないと思う。博物館等で地質の展示を見た人たちがその「話」を持って帰ることのできる商品にするという考えで、当所と民間会社は合意した。販売は、全国の自然史系の博物館等のミュージアムショップで行われており、情報の流通に貢献している(<http://www.geobox.jp/shop.html>)。

また、これは、チョコレートを売るというよりも、地質情報を売る、という立場で、品質にあえてこだわった。精巧な型作りとともに、レプリカとしてのレベルを保つため、工場でも細かい部分は手作業に頼らざるを得ず、熟練した作業員が行っている。そのためコストがかかり、バランスを取る意味もあって、チョコレートも添加物の少ない本格的なものを用い、子供だましではなく大人も満足できるものを目指した。たとえば、カカオ60%のビターチョコを用いたのは、ミルクチョコでは脂分が多く、三葉虫の複眼がきちんと出せないためである。子供向けの味を少々犠牲にしても、化石の好きな子供たちの眼は下手な大人よりもずっと厳しいことは、標本館活動の経験上理解している。そのため、駄菓子のような値段設定にはならず、博物館によっては高い、博物館の販売利益が少ない、と言う声も依然としてある。なかなか難しいところで、どこに妥協点を持っていくかは、それぞれの立場で、何を最も重視するかによる。

発売当初は、地質の日の制定のお知らせも兼ねて、朝日、毎日、日経、産経の全国紙で、科学欄ではなく、家庭欄や一面の隅のコラム欄等で取り上げられた。また共同通信社の取材を受けて、多くの地方新聞紙に掲載された。その他、取り扱っていただいている博物館経由で信州日報等の地方紙にも掲載された。さらに、NHK水戸放送局や民放のバラエティー番組や、横浜のケーブルテレビ、北海道のラジオ、つくばのタウン誌、等でも取り上げられた。また、ネット上の情報ポータルサイトでも掲載された。これらの読者や視聴者は必ずしも地質学に興味のある人たちばかりではなく、「化石」に触れてこなかった人にも興味を持ってもらえたのが、個人のブログで何例も紹介され、じわじわと広がりを見せている。

筆者らも、地質学会等の学会や、地質ニュース、GSJニュースレターなど啓蒙誌に今回のチョコレートの製品化にかかわる話をしてきた。地質標本館でも発売当初から、化石チョコレートとオリジナルの化石を並べて展示しており、来館者の興味を引いている。実はSPP活動で、高校に出向いたとき、講義のほかにチョコレートを回覧したところ、すごくインパクトがあり、筆者の磁気異常の講義は吹き飛んでしまった気がした。やはり、その精巧さとチョコレートの品質の高さ(食べさせなかったのが香りのみ)が生徒の心をつかんだようだった。

販売会社にとってはおいしい話とはならないかもしれないが、チョコレートという媒体を介して地質情報の断片を地球科学に興味のなかった一般の方にも届けたいという我々の目論みはまずまずの滑り出しと言ってよいだろう。今後も、さらに地質情報の新しい媒体となる商品を通じて、積極的に地球科学をアピールしていきたいと考えている。

## 文献

・利光誠一・斎藤眞・森尻理恵・青木正博・古谷美智明(2009)、地質の日記念グッズ「化石チョコレート」。地質ニュース1月号。