

1. 食道がん治療シート発売へ セルシード 治験届提出, 19年にも

(Fuji Sankei Business i, 2015年12月5日紙面より)

バイオベンチャーのセルシードは4日、東京女子医科大学と共同で開発を進めていた食道がん治療向け「食道再生上皮細胞シート」の治験届を3日付で医薬品医療機器総合機構（PMDA）に提出したと発表した。2016年から2年間、臨床試験を行い、17年末のPMDAの承認申請を経て、早ければ19年にも発売する見通しだ。

頬の裏にある口腔内の粘膜を採取し、それを独自開発の温度応答性培養皿で培養して細胞シートを約2週間で作製する。培養の技術は、同大の岡野光夫教授が発明した成果を活用した。培養した細胞シートを食道内のがん細胞を切除した場所に張り付け、傷跡を早期に治癒させる。食道がんの手術ではここ数年、内視鏡で食道の表面を切除するケースが増えている。ただ傷の治りが悪く、食道狭窄に陥りやすいなどの課題を抱える。治験では傷の治りやすさ、狭窄の防止効果などを調べる。

食道がん患者は国内に2万人いるが、毎年1万人が命を落とすとされ、男性の罹患率が女性の5倍に達する。セルシードは治験届提出に先立ち、東京女子医大、長崎大学で合計20症例の臨床試験を行った。橋本せつ子社長は4日、東京都内で会見し「いずれも経過は良好だった」と話した。

セルシードは将来の細胞シートの発売に備えた準備も開始。6億円を投じて、東京都江東区のテレコムセンタービル内に、16年春頃に細胞培養施設（CPC）を設ける。開発中の食道再生上皮細胞シートや軟骨再生シートといった細胞シート製品の製造拠点とする。セルシードはスウェーデンでも治験を行う準備を進めており同国医薬品庁との調整が済み次第、来年前半にも治験を始める見通しだ。

細胞シートなどの再生医療製品では、ジャパン・ティッシュ・エンジニアリングの自家培養表皮「ジェイス」が07年10月、テルモのヒト（自己）骨格筋由来細胞シート「ハートシート」が今年9月に厚生労働省から製造販売承認を得ている。



食道再生上皮細胞シートの開発状況について説明するセルシードの橋本せつ子社長＝4日、東京都港区のスウェーデン大使館

2. 農水産物輸出額、過去最高へ 1～10月6029億円、和食の需要増え

(Fuji Sankei Business i, 2015年12月9日紙面より)

農林水産省が8日に発表した2015年1～10月の農林水産物輸出額（速報値）は、前年同期比23.2%増の6029億円だった。年間で過去最高だった14年の6117億円を超えるのが確実となった。世界的に和食の需要が増え、国内生産者の輸出への意識が高まっている背景がある。輸出額は下期に増える傾向があり、政府が掲げる16年に年間7000億円という目標を、15年で達成する可能性もある。

ただ、政府が重視する牛肉やコメといった品目の輸出規模はまだ小さい。環太平洋戦略的経済連携協定（TPP）で国内市場は安い輸入品の増加が予想され、国内農家は収入確保のため輸出の本格化が大きな課題となる。農水省によると、輸出額の内訳は農産物が24.9%増の3554億円、水産物が20.4%増の2261億円、林産物が25.5%増の215億円。農産物のうち約半分の1793億円は、飲料や調味料など農家の所得に直接結びつきにくい加工食品が占めた。野菜・果物は247億円、牛肉は84億円、国内の需要減少で余っているコメは16億円だった。いずれも前年同期比で伸びているが、海外販路の開拓はまだ不十分と言える。

農林水産物の輸出先は、香港がもっとも多く35.7%増の1422億円、次は米国で17.7%増の897億円となり、台湾や中国、韓国が続いた。森山裕農水相は同日の閣議後の記者会見で「国内だけが市場ではないという意識を農家に持ってもらうことが一番大事だ」と強調した。



栃木県内のリンゴ園。農林水産物全体の輸出額は増えているが、加工食品が中心で野菜や果物などの輸出額はまだまだ小さい。

3. 「糖質控えめ食品」市場拡大 生活習慣病対策に一役

(Fuji Sankei Business i, 2015年12月10日紙面より)

糖質の量を控えめにした食品が次々と登場し、市場が拡大している。「緩やかな糖質制限」が糖尿病や高血圧など生活習慣病対策に役立つとの見方が広がっているためだ。社員の健康管理の一環として低糖質食を提案する会社もある。

糖尿病予防やダイエットのために低糖質食の知識の普及に努める「食・楽・健康協会」は11月、東京都内で報道陣向け報告会を開催。支援する企業14社の麺類やパン、菓子といったさまざまな低糖質商品がずらりと並んだ。通常の食事では1食当たりの糖質量は90～100グラム。これを20～40グラムに抑えるのが緩やかな糖質制限(ロカボ)食だ。ロカボは「Low - Carbohydrate」(低炭水化物)の略で、推奨する同協会代表理事の山田悟医師は「糖質制限で生活習慣病などを防げれば、年間医療費で1500億円近い削減ができる可能性がある」と話した。調査会社の富士経済の昨年7月の調査によると、生活習慣病に対する認識の広がりや、糖質を制限したダイエットのブームにより、2013年の「糖質オフ・ゼロ」の食品市場は2275億円。その後も市場は拡大しているという。

糖質が多く含まれるため敬遠されがちな麺類も、おいしく食べてもらおうと各社が工夫を凝らす。江崎グリコは、低糖質アイスで培った技術を生かし、3月にラーメンやパスタなど冷凍麺の商品「糖質offキッチン」シリーズを展開。一般的な麺類より約30%糖質をカット。菓子も加えてシリーズを拡大し、今後2年間で約10億円の売り上げを目指す。紀文食品は、おからとこんにゃくでつくった「糖質0g麺」を13年秋に発売。4～9月の売上高は前年同期の約2倍。同社によると、糖尿病患者や家族から「通常の麺は食べられないので、よく購入する」「そうめんと変わらず、おいしい」と好評だという。森永乳業は14年に低糖質プリンを発売。通常の同社商品と比べて糖質を約70%カットした。人工甘味料を使用しているほか、カラメルソースを生地に混ぜ込むことで、糖質を抑えつつプリンの風味も味わってもらえるようにした。20～30代の女性を中心に人気という。

タクシー会社、日の丸交通(東京)は、14年度の健康診断でメタボ判定を受けた社員約40人に対し、食事などに関するアドバイスを行う「メタボ社員ZEROプロジェクト」を実施。乗務員らの健康を管理することで、事故を起こさないタクシーを提供することが目的だ。同プロジェクトは、主に勤務中の食事内容の報告や食前の血糖値の定期的測定などにより、社員の健康状態を管理。勤務中の食事には、小麦の外皮が原料で低糖質のパン「ブランパン」などの商品を展開するローソンも協力した。社員からは「食事内容に気をつけるようになった」「運転中の眠気がなくなった気がする」との声が寄せられたという。今後は全社員に対象を広げ、メタボ判定を受ける社員をなくす方針だ。



江崎グリコが販売する「糖質offキッチン」シリーズや低糖質のアイスを紹介する担当者ら
=東京都中央区