

阪大名物マチカネワニカレーの開発

The Development of Machikanewani Curry as a Signature Dish of Osaka University

松村 真宏^{1*} 藤本 森峰² 中津 壮人³
Naohiro Matsumura¹ Morio Fujimoto² Takehito Nakatsu³

¹ 大阪大学大学院経済学研究科

¹ Graduate School of Economics, Osaka University

² 奈良工業高等専門学校

² National Institute of Technology, Nara College

³ 大阪公立大学工業高等専門学校

³ Osaka Metropolitan University College of Technology

Abstract: 大阪大学豊中キャンパスで1964年に発見されたマチカネワニの化石は、学術的に非常に貴重なタイプ標本であるだけでなく、大阪大学の公式マスコットキャラクター「ワニ博士」やオリジナルグッズなどにも用いられ、大阪大学のブランド構築にも大きく貢献している。筆者らは、マチカネワニの化石発見60周年記念の一環として、2023年6月からマチカネワニカレーの開発に取り組んできた。本稿では、構想から試作、そして実際に半年間、店舗での販売を通して得られた知見を整理する。将来的にはマチカネワニカレーが大阪大学の名物メニューになることで、阪大のブランド構築への貢献やカフェ坂への新規顧客獲得の仕掛けになることを期待している。

1 はじめに

1964年に大阪大豊中キャンパス理学部の新校舎建設現場で発見された全長約7メートルの古代ワニの化石は和名「マチカネワニ」（学名は *Toyotamaphimeia machikanensis*）と命名された。日本で初めて見つかった約45万年前のワニの化石であり、ほぼ完全な形で見つかったことから種を定義する基準となるタイプ標本として学術的に非常に貴重である [1]。

化石発見50周年にあたる2014年には大阪大学の公式マスコットキャラクター「ワニ博士」が誕生し、学生に親しまれている。ワニ博士の着ぐるみや文具やキーホルダーなど様々なオリジナルグッズが製作され、大阪大学の入学式や卒業式などのイベントにも登場している。味覚糖株式会社（UHA 味覚糖）と共同開発を行った「大阪大学ワニ博士の頭脳グミ」が全国で販売されたこともある。2018年の全国ゆるキャラグランプリでは第27位、大学のキャラクターとしては第1位になるなど、大阪大学のブランド構築に大きく貢献している。

一方、学生食堂（学食）には「阪大名物」と銘打った「天津麻婆丼」というメニューがある。しかし、大阪大学に縁もゆかりもない天津麻婆丼を阪大名物と呼ぶこ

とに筆者は昔から違和感を感じていた。そこで、マチカネワニをモチーフにした「マチカネワニカレー」こそ阪大名物に相応しいと考え、マチカネワニカレーの開発と商品化に取り組んだ。本稿はその一連の活動を記録したものである。

2 マチカネワニカレーの仕掛け

マチカネワニカレーを着想したそもそものきっかけは、1年生向けの2023年度春夏学期開講科目「学問への扉（人を動かす仕掛けの仕組み）」である。この授業で「ミュージアムカフェ坂」（カフェ坂）の利用者を増やす仕掛けを検討したときに、ご飯の盛り付けをワニの形にしたマチカネワニカレーという新メニューのアイデアが生まれた。

カフェ坂は大阪大学豊中キャンパスに7つある学食の一つであり、大阪大学総合学術博物館に併設されている。大阪大学豊中キャンパスの阪大坂を下った先にあるので比較的用户数が少なく、他の学食に比べて席数もオペレーションも多少余裕があった。また、なんといっても大阪大学総合学術博物館の3階にはマチカネワニの化石の実物が展示されている。そこで、マチカネワニの化石を見た人に、その足でマチカネワニに想いを馳せながらマチカネワニカレーを食べてもらう

*連絡先：大阪大学大学院経済学研究科
〒560-0043 大阪府豊中市待兼山町1-7
E-mail: matumura@econ.osaka-u.ac.jp

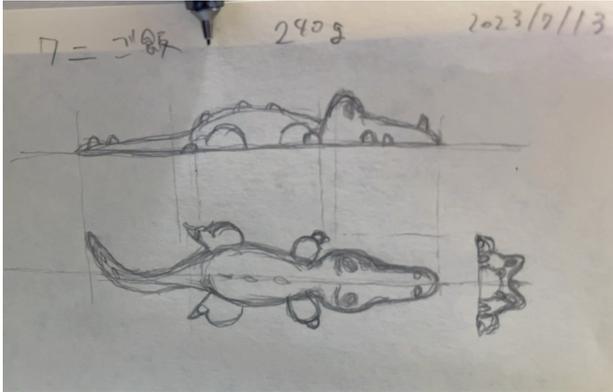


図 1: マチカネワニのスケッチ



図 3: マチカネワニのライス型 ver.1

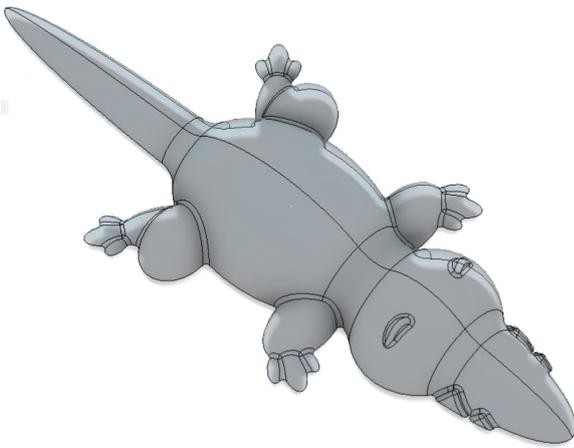


図 2: マチカネワニの 3D モデル ver.1

ことで阪大名物として人々の記憶に残り、阪大のブランド構築への貢献やカフェ坂への新規顧客獲得の「仕掛け」になることを期待した [2, 3, 4]。

3 試作

2023年6月21日(水)に大阪大学生協組合員(阪大生協)に連絡し、この計画にご協力いただけることを確認した。そこで、2023年6月26日(月)にマチカネワニカレープロジェクトを発足し、マチカネワニのライス型を試作することにした。

マチカネワニが寝そべて半身だけ水面から出ているようにすることで、ご飯が抜ける型を実現した。デフォルメしつつも骨格標本ベースで描いたスケッチを図1、3Dモデリングした結果を図2に示す。

さらに、カフェ坂で提供しているカレーライスのライスが240gなので、吸水した米の密度を $1\text{g}/\text{cm}^3$ として 240cm^3 くらいの体積になるようにモデルのサイズを調整し、ご飯が詰めやすくなるように更にデフォルメした3Dプリンタによる試作品「マチカネワニのライス型 ver.1」を成形した(図3)。



図 4: マチカネワニカレー ver.1 の試作

3Dプリンタで成形したマチカネワニのライス型 ver.1の試作品の出来を検証するために、2023年7月28日(金)に大阪大学吹田キャンパスの「キッチンひだまり」にて検証を行なった。カレーライスをライスとルーを別皿で注文し、マチカネワニのライス型 ver.1にご飯を詰めて皿に盛り付け、その周りにルーを流し込んでみたところ(図4)、以下の知見が得られた。

- 全体としてはいい感じ(皿のサイズは約28cm)。
- ご飯ではワニの細かい造形の再現は難しい。
- 手足と尾の細いところはご飯を詰めにくかった。
- ワニの全長が少し長く、尻尾が折れた。
- ラップを敷くとご飯が詰めにくかった。(衛生面に配慮してライス型にラップを敷いてご飯を詰めたため。最終的にはラップは不要になる。)
- 下の方はルーに隠れるので、全体的にご飯を一段積んで高くしてもいいかも。

また、キッチンひだまりの従業員のSさんに見てもらったところ、以下の感想が得られた。

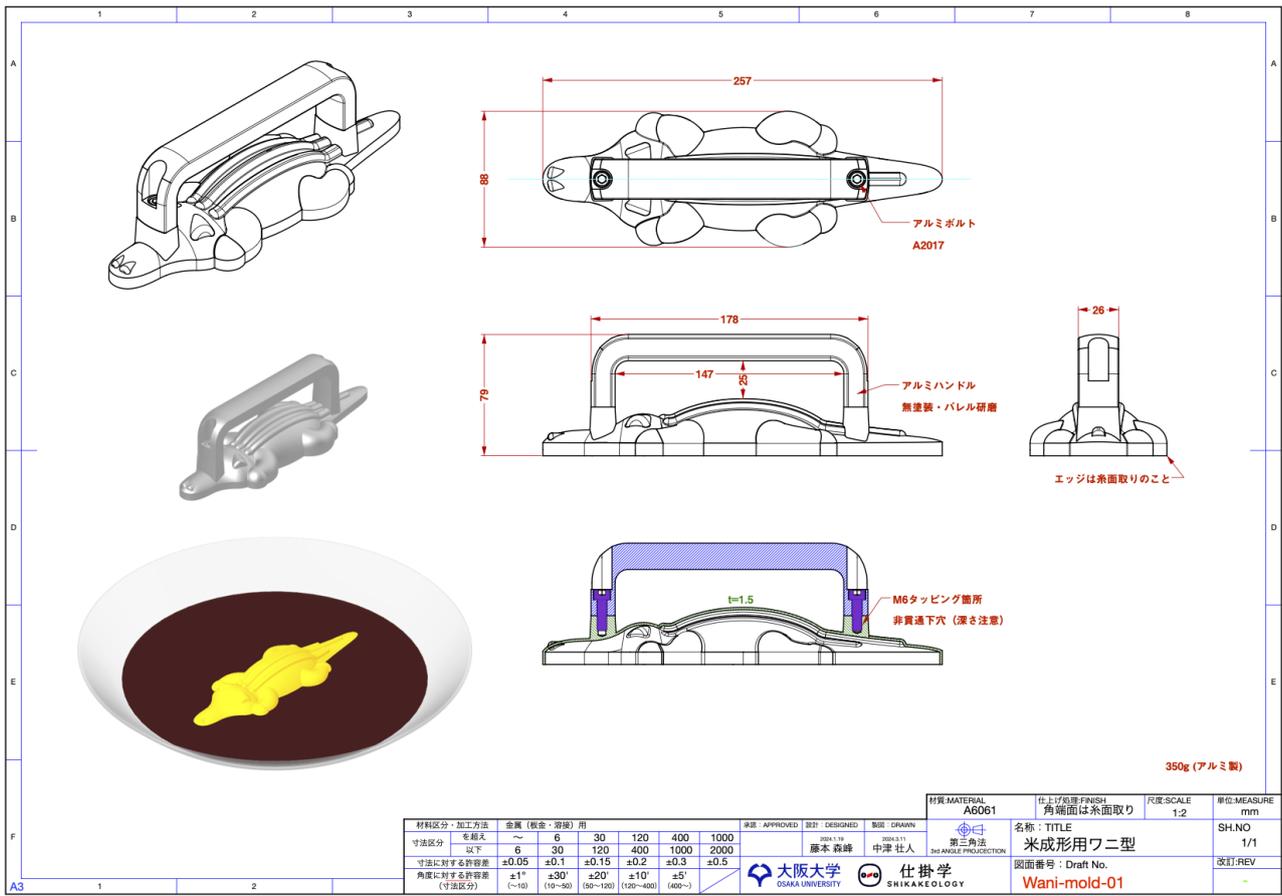


図 5: マチカネワニのライス型 ver.2 の設計図面

- マチカネワニに見える。
- ターメリックライスでも良さそう。
- 白米とターメリックのマーブル模様も良さそう。
- マチカネワニを挟んで、2種類のルーのあいかけも良さそう。
- マチカネワニの上にサラダをのせれば、草の下にいるような演出もできそう。
- ひだまりでも提供したい。

4 製作

試作を踏まえてデザインを再調整した。具体的には、前回より扁平で丸とした形状に収め、目や鼻は無しにするとカモノハシのようだったので付け足し、背中突起も付け足した。

2024年3月4日(月)に3Dプリンタで造形したマチカネワニを持参して、カフェ坂にて関大輔店長と打

ち合わせを行なった。翌日、阪大生協の江口太郎理事長(大阪大学名誉教授)から「マチカネワニ化石発見からちょうど60年です。記念の年で、阪大生協の名物料理になるでしょう。」という連絡をいただき、正式にゴーサインが出たので、マチカネワニのライス型 ver.2の製作に取りかかった。

2024年3月11日(月)に堺市の試作加工を得意とするモノプラス株式会社に加工依頼をした。最終的な設計図面を図5に示す。ハンドルは既製品を流用し、本体の肉厚を1.5mmにして軽量化を図った(全体で350g程度)。食洗機でも洗えるように、材質はフルアルミを選定した。

5 メニュー開発

2024年3月26日(火)に図6のマチカネワニのライス型 ver.2が完成したので、2024年4月2日(火)にこのライス型を阪大生協に持ち込み、阪大名物に相応しいマチカネワニカレーの開発を依頼した。キッチン設備や従業員のオペレーションを確認しつつ検討し



図 6: 完成したアルミ製のマチカネワニのライス型 ver.2

ていただいた結果、枝豆が目、パセリが背中の藻や苔になったマチカネワニがビーフカレーの水辺に浮かび、野菜やソーセージなどの茂みに身を潜めている図 7 のメニューが完成した。

まずは大阪大学いちょう祭の間（2024年5月2～3日）に提供した。値段は、阪大生協の組合員は税込 880 円（非組合員は税込 946 円）と、カフェ坂の他のメニュー（500～600 円台）と比べると強気の値段設定であったが、各日ともに約 20 食を提供し好評であった。

この結果を踏まえて、7月以降の土曜日（午前 11 時半～午後 2 時）に継続的に提供することになった。

6 半年間の成果

販売開始から半年が経過した 2025 年 1 月 7 日（火）に、関大輔店長にマチカネワニカレーの評判、課題、今後の計画について伺ったところ、表 1 に示す回答が得られた。ある程度の人気はあるものの、知名度がまだ十分に広まっていないため、阪大名物と呼べるほどの人気メニューには至っていない。しかし、半年間の販売を通して、さまざまな課題が見えてきた。

土曜日の昼間だけの販売であり、学食の他のメニューと比べると値段が割高ではあるが、世間一般の相場からすると平均的もしくはむしろ安いくらいである。実際、一般利用客の多い大阪大学まちかね祭の期間中（2024年11月2日～4日）は、25%以上の方がマチカネワニカレーを注文しており、大変好評であった。



図 7: マチカネワニカレーのメニュー

今後は、大阪大学総合学術博物館やワニ博士との連携を模索しながら、学内外の新規顧客を呼び込めるようなメニューに育てていきたい。

謝辞

本研究の遂行にあたり、大阪大学生協同組合の皆様には、メニューの開発や料理の提供に多大なるご尽力をいただきました。ここに深く感謝の意を表します。

参考文献

- [1] 阪神ハイウェイ, 2024 SPRING, 233 号, pp.1-2 (2024)
- [2] Naohiro Matsumura, Renate Fruchter, Larry Leifer: Shikakeology: Designing Triggers for Behavior Change, *AI & Society*, 30(4), pp. 419-429 (2015)
- [3] 松村真宏: 仕掛学, 東洋経済新報社 (2016)
- [4] 松村真宏: 実践仕掛学, 東洋経済新報社 (2023)

表 1: マチカネワニカレーに対する販売開始から半年後の評価

<p>評判</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ちゃんとワニの形をして面白い」、「子供が喜んで食べてくれる」、「美味しかったです」などの肯定的な感想をいただいている。 ● 食べ残しもほとんどないので、好評をいただいていると従業員も感じている。 ● 土曜日に提供しており、価格面でも他のメニューよりも割高なこともあるためか、学生ではなく博物館への来訪者の方の注文が多い。
<p>課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 名物的なメニューなので見た目や温度などの質には特に注意して提供している。そのため、他のメニューと比べて提供までに時間を要すること、およびカフェ坂の調理器具では同時に大量には受付できないことが課題。 ● 現在のレシピだと学生利用の多い平日に提供をすることも今後の課題。
<p>今後の計画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 現在、客数（レジ通過数）に対して1割強の方が注文しているので人気は高い。 ● 今後は、マチカネワニカレーを打ち出した内容で土曜日に来店をしてもらうように宣伝の強化を検討。