

## S.C.WORKS 今週のスタディ！

### 【ヘッドライン】

- 1) 「小学生の3割以上、自分専用の携帯電話を利用」
- 2) 「JT、日清食品との関係強化最大5%出資へ」
- 3) 「納豆専門店&納豆自販機」
- 4) 「ハマチの脂の乗りを最適化」
- 5) 「暮らしの無駄、自覚」

---

### 1) 「小学生の3割以上、自分専用の携帯電話を利用」

キッズgooリサーチ調べによると、自分専用の携帯電話を使っている子どもは34.4%だった。内閣府の「情報化社会と青少年に関する意識調査」でも31%と3割以上の小学生が自分専用の携帯電話を使っていることが分かった。

また、携帯電話を持ち始めた学年は、「4年生から」が最も多く、25.1%だった。また、「1年生から」が7.1%、「2年生から」が8.6%と一桁であるのに対し、「3年生から」が19.5%と、3年生を境に携帯電話を持ち始める子どもが急増している。

使い方では男女とも7割以上が「親や家族との電話」、「親や家族とのメール」利用については、男子48.2%に対し、女子は65.8%、「友達との電話」利用が男子27.7%に対し女子43.2%、「友達とのメール」利用は男子28.1%に対し女子56.8%と男女の差が出る結果となった。

家庭でルールを設けているかという質問に対し、ルールを設けていない家庭は45.9%だった。具体的なルールとしては「利用料金について」(25.0%)が最も多く、次いで「利用する機能について」(21.6%)、「電話やメールの相手について」(19.5%)という結果だった。

ルールを設けない家庭が増加しており、携帯電話自体での子供向けの機能制限サービスも普及しつつありますが、より一層企業等のサイトで子供向けの利用規制が必要とされています。また、学年別の携帯電話利用者の割合は中学生が58%、高校生が96%、インターネットの1日平均利用時間は中学生男子71分、女子124分という回答も得ています。こういった結果を踏まえて店舗やメーカーの携帯電話・インターネットサービスの強化が加速するものと見られます。

食材・食品以外の面でも安全かつ確実なものが求められています。

## 2) 「JT、日清食品との関係強化 最大5%出資へ」

日本たばこ産業（JT）は3日、即席めん最大手の日清食品に対し、平成20年4月以降、5%を上限に出資する方向で検討していることを明らかにした。JTと日清は、冷凍食品大手の加ト吉の共同買収、冷凍食品事業の統合に着手しているが、資本提携に発展させて関係を強化する。

昨年のM&Aの動きに対し、今年もこういった他業種同士の統合等が加速し、売場での販促も様々な取り組みが行われる年になりそうです。

---

## 3) 「納豆専門店&納豆自販機」

去年12月21日、山梨県の納豆メーカー「せんだい屋」が東京・世田谷区にイトインを併設した複合店「納豆工房・せんだい屋 池尻店」を出店した。

山梨県内に12店舗を展開する同社として初の県外出店&イトイン併設店で、1人暮らしの近隣住民や通行客の利用を見込む。店舗面積は26.5坪で客席数は25席。

店内で食べられるメニューは8種類の納豆の中から好きな納豆を選べる「納豆定食」をはじめ、「納豆チャーハン」や「納豆タコライス」「納豆ホットサンド」などがある。

おにぎり屋・味噌汁屋など和のファストフード店が増えたが、ついに納豆屋も登場した。

同店のもう一つのウリが、「納豆自販機」。山梨県では珍しくないそうだが、東京では初めての設置。

この納豆自販機を山梨で一番最初に設置した時は、「買う気がおきない」などの苦情もあったそうだが、観光客には「おでん缶」や「ラーメン缶」のように大人気とのこと。

賛否両論はあると思うが、見つけたらやっぱり買ってみたいくなるのかも・・・

関連 URL <http://www.sendainatto.jp/jihanki.html>

---

## 4) 「ハマチの脂の乗りを最適化」

香川県が養殖ハマチの出荷量減少に歯止めをかけようと、「おいしい」と感じる脂肪率の研究に乗り出した。

香川県は、ハマチの養殖に成功したのが国内初であるのに、全国シェアは国内5位と意外に低い。

このため、香川県は養殖開始80周年の今年、県産ハマチのブランド化を計画。

ハマチの脂肪率を健康志向の現代人向けに合わせることで巻き返しを図ろうというのだ。

まず、ハマチを解体せずに含有脂肪率を測定できるソフトを開発。数パターンの脂肪率のハマチから、最もおいしかったと思うものをアンケートや試食会で選んでもらい、最も人気の含有脂肪率を割り出し、えさを与える時期や量など飼育方法を見直す。

関連 URL [http://www.pref.kagawa.jp/pubsys/cgi/contents\\_view.cgi?cd=18123](http://www.pref.kagawa.jp/pubsys/cgi/contents_view.cgi?cd=18123)

## 5) 「暮らしの無駄、自覚」

「地球温暖化を防ぐためなら、〇〇のない世の中でもがまんでできるか」という世論調査センターのアンケートで、「我慢できる」という答えが特に多かったのは「自動販売機」(84%)と「コンビニなどの深夜営業」(83%)だった。

コンビニの24時間営業は75年に始まり、いまや全国で4万3千店舗に広がったコンビニは大半が深夜営業をしている。427万台ある自販機とともに手軽な買い物を実現した代表格のこの2つを、環境のために手放すのも「我慢できる」とした答えの多さは注目に値する。ただ、これらを失う代わりに得られる二酸化炭素排出の抑制効果がどのくらい大きいかには諸説ある。

環境省が「個人でできる温暖化対策」として挙げているクーラーと温水洗浄トイレについては、どちらとも「我慢できる」と答える率が低かった。さらに、この2つは世代別の傾向の違いがある。クーラーは年齢が上がるに従って「我慢できる」が増えるが、温水洗浄トイレは逆だ。

一方、「脱マイカー」についても運転する人に聞いてみたところ、中心街へ乗り入れ禁止になっても「我慢できる」派が4人に3人の割合に上った。

マイカーの一人当たりの輸送量の二酸化炭素排出量は、鉄道の9倍、バスの3倍とされるだけに、高い「脱マイカー」意識は、今後の政策次第で大きな削減効果を期待できそうだ。