

## S.C.WORKS 今週のスタディ！

### 【ヘッドライン】

- 1) 「甲州ワインビーフ」
  - 2) 「時間別食品」
  - 3) 「マイボトルでゴミ減量」
  - 4) 「環境配慮『カートカン』入り飲料」
- 

#### 1) 「甲州ワインビーフ」

ワインの生産量日本一の山梨で、その醸造過程で出るぶどうの搾りかすを飼料に混ぜて育てた牛の肉が販売されている。それが甲州ワインビーフだ。

「脂分の多い肉ではなく、赤身で勝負できる肉を作りたい」と、小林牧場が1991年に開発した。肉の味を左右する飼料にこだわり、研究を重ねる中でたどり着いたのがぶどうの搾りかすだった。搾りかすにはポリフェノールや酵素が豊富に含まれており、脱臭作用や肉質を柔らかくする効果がみられたそう。できた肉は小林牧場の目指した通り、キメの細かい歯触りと赤身のまろやかな味が広がり、赤身そのものの味が楽しめるそう。地元のレストラン等でも材料として使われており、女性やお年寄りに人気。

山梨の特産品がワインなのは共通認識だが、その特産をうまく使い、新しい特産品が生まれるというのは良い循環であるし、他の地域でも応用が効く試みで、地域振興や街おこしなどにも効果がありそうだ。

---

#### 2) 「時間別食品」

時間別食品とは、メーカー側が、食べたり飲んだりする時間を指定した食品や飲料のことで、昨今人気が高まっている。

キューピーは「夜9時からのごはん」というコンセプトをもとに、レトルトのカレーやスープ「ホッとタイム」を売り出している。野菜が多めで、カロリーは控えめ。カロリーを取り過ぎることを気にしている20□30代の女性たちに好評だそう。

森永乳業も「21時過ぎても食べたい人へ」と銘打ったアイスクリーム「真夜中の贅沢」を、首都圏を中心に販売している。女性向けに濃厚な味と低カロリーを両立させたもので、売れ行きが良いので、今後、全国に販売地域を広げる予定という。

日本ミルクコミュニティは朝、午後、夕、夜それぞれ専用の「マイヨーグルトタイム」を販売している。20□30代男女を中心に朝以外はヨーグルトを食べなかった人の需要もつかんでいる。消費者は大きく時間が書かれたパッケージによって、売り場に並んだ多くの商品群から迷わず選び出すことができる。

コンビニのほか、エキナカ店や深夜営業のスーパーなどで夜間や早朝から買い物ができるようになっていることが販売を後押ししている。

元は飲料などで「朝専用」など時間指定のものが消費者に受けたことから派生したようだ。

---

### 3) 「マイボトルでゴミ減量」

京都の環境 NPO が近畿コカコーラボトリング等の協力で実現を目指す試みで、「マイボトル」を持参し、ペットボトル飲料の代わりに中身だけを買うという事業に、京都市が助成金を出すと先月 28 日に発表した。

ボトルのデザインを京都らしくし、修学旅行生や観光客にも使ってもらい、ゴミ減量を押し進める。

大手コンビニチェーンに協力を打診中で、今年中に試験導入し、来年以降に実施を目指す。

料金は 100 円以内を想定している。

エコバッグと違い、マイボトルを持ち歩くことや飲み終わった後の給水は不便で、難しい試みへの挑戦である。

単なるパフォーマンスで終わらぬよう、環境対策の事業はより見極められてから実現されるべきである。

---

### 4) 「環境配慮『カートカン』入り」飲料

カートカンとは、カンの形をした筒型の紙製飲料容器のこと。

ヨーロッパ生まれの容器で、日本では凸版印刷が特殊バリアフィルム（GL フィルム）を用いた改良を行い、独占販売権を所有している。

紙容器であるが、フィルムのおかげで美味しさを損なわず内容物の劣化を長期間抑えることが出来る。

電子レンジで温めることも可能で、飲んだ後は牛乳パックと同様にトイレットペーパーにリサイクル出来る。（カートカン約 17 本でトイレットペーパー1 ロール）ただし、炭酸飲料には使用できない。

原料の紙に間伐材を含む国産材を 30%以上使用し、売上高の一部を「緑の募金」に寄付しているため、カートカンを買うことは、山に資金が還流され、国内の森林整備に必要な費用の一部を消費者が負担することにつながる。

環境のために木（紙）を使い過ぎてはいけないと思っていたが、実際は間伐材を利用することで山のメンテナンスが行われ、元気な木が育ちやすい環境になる。林業は衰退傾向にあるが、末端の消費者が意識して購入すれば、資金が生まれて森林の活性につながる。大手飲料メーカーではポッカが積極的に取り入れているが、他社も取り入れて、消費者に発信してもらいたい。