

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「食品の保存料解説冊子、添加物メーカーが発行」
 - 2) 「手作りおにぎり ドライブスルー」
 - 3) 「迷子防止アラーム」
 - 4) 「農商工連携」
-

1) 「食品の保存料解説冊子、添加物メーカーが発行」

食品に使われている保存料って何？と考えたら意外に知らない。食品添加物をつくる上野製薬（大阪市）が冊子「しあわせな食の未来のために・ソーだったのか！保存料」（10ページ）を作成し、無料で配布している。

現在、794種類の食品添加物が許可され、うち保存料は26種類。微生物による腐敗を抑えるのが目的だ。「保存料が体内に入ると腸内の善玉細菌が死ぬってホント？」「安全性の審査はどうやって行われるの？」。こうした問いなどに山田隆・元国立医薬品食品衛生研究所食品添加物部長が答える形で解説している。同社は「学習会のテキストなどに生かして」と話している。

相次ぐ食品に関する事件によってますます商品の「裏側」を気にする人が増えたが、知識がなければ内容を見ても理解することができない。こうした手引きがあれば自分の目で安心を確認する判断材料になるので（偽装していれば元も子もないが・・・）、メーカーだけでなくスーパーが独自で発行してもよいのではないかと思う。

2) 「手作りおにぎり ドライブスルー」

米卸・炊飯加工の「米心（べいしん）石川」（金沢市）が、手作りおにぎりのドライブスルー「Beishin おにぎりキッチン」を同市の北陸自動車道近くに開店した。ドライブスルーでのおにぎり販売は全国でも珍しい。

注文を受けてから炊きたてのごはんで握る「鮭（さけ）の粗ほぐし」「ふぐ一夜干し胡麻（ごま）塩仕立て」など12種類あり、1個100～180円。石川県産コシヒカリを、くみ上げた地下水で炊き、能登の一番釜天然塩を一振り。具も小松菜、大豆など、できる限り県産にこだわった。包装に特殊な紙を使い、約6時間は柔らかいまま食べられるという。

オープンした18日には、1日の販売目標の500個を超える920個が売れ、午前7時の開店から閉店の午後3時まで平均約1時間待ち。おにぎりを握る10人がフル稼働したが、警備員らが車の整理に追われた。

1人平均2.5個の購入を予想していたが、初日の平均は4～5個。「子どもたちがファストフードのドライブスルーが好きなことからヒントを得た」と米心石川の中村潤・企画仕入

開発課長。「朝から気軽に立ち寄って、おにぎりを食べてもらいたい。少しでも米の消費拡大につながれば」と、2号店に意欲的だ。

街中におにぎり専門店は増えたが、ついにドライブスルーまで出た。日本ならではのにおにぎり、地産地消・ヘルシー・手軽・美味しいとくれば、この人気ぶりも一瞬ではなくきっと定着するだろう。

3)「迷子防止アラーム」

高島屋横浜店が親子連れの来店客に始めたサービス。親機と子機がセットになっているアラームの子機を子供に持たせておき、親子が売り場で10メートルほど離れるとアラームが鳴る仕組み。保護者が買い物に夢中になって、その間に子供がフラフラとどこかに行ってしまうとすぐに探し出すことができる。6階の「キッズクラブカウンター」で無料で貸し出ししている。

高島屋での迷子対策は、子供に番号シールを貼り親の携帯番号などを登録しておき、万が一迷子になっても親にすぐ連絡が出来るような取り組みも行われている。

全国的にも百貨店での迷子放送の数は、こういった対策により年々減少しているようだ。食の安全と同様に、買い物も安心して出来る環境づくりは重要である。

4)「農商工連携」

鳥取県で、大学、農家、加工業者らが連携して、新しい特産品を生み出した。

それは、かつて琵琶湖の固有種だったホンモロコという淡水魚である。

環境の変化により地元ではほとんど採れなくなったホンモロコを、減反政策などで耕していない鳥取の田んぼで養殖。加工食品としても売り出したのだ。鳥取大学の農学部教授が簡易な養殖法を考えだし、4年前に採卵と農家の技術指導をする研究所を設立。

お年寄りでも手間を掛けずに養殖ができる上、ホンモロコは高額な値段で取引され、現金収入が増える。5年前にはわずか4戸だった養殖農家は現在54戸と、戸数では日本一だ。

京阪神地域の料亭向けに出荷されるほか、食品加工会社の協力で佃煮にして昨年8月から販売。東京のギフトショーにも出品したり、県の商工会連合会もバックアップし、販路拡大に協力している。

こうして、農業、商業、加工業者や地元の大学等が地域一丸となって、地域資源を生かした独自の商品売り出す事は、いっそうの先細りが懸念される地方の農林水産業の活性化につながる非常に良い試みだ。「農商工連携」の発想で、日本の食糧自給率も上がるきっかけになるのではないかな？