

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「エコ・アクション・ポイント」
- 2) 「海の上の『プリウス』」
- 3) 「暗闇ご飯 人気」

1) 「エコ・アクション・ポイント」

環境省発『温暖化対策型の商品・サービス』を購入することによって一般の消費者がポイントを得ることができ、貯まったポイントを様々な商品やサービス、電子マネーなどに交換できるというもの。

クレジットカード会社のJCBが、温暖化対策商品やサービスを購入したり利用した消費者にポイントを付与し、小売り、外食や運輸など消費関連企業24社が参加している。

大型家電販売店のコジマでは、消費電力の少ない電球型蛍光灯を購入すると1個につき50ポイントが付与される。

ホテル、旅行会社、外食産業、金融機関など幅広く参加しており、エコに特化し業種を問わず企業が参加できる開放型のポイントサービスである。

JCBはカード会社によるカードなしの新規事業と位置づけている。カードに代わる媒体として考え出したのが「アクションナンバー」とよばれる数字で、商品に表示される14桁の数字にはポイント数と商品名、CO2の削減量が関連付けられている。会員がパソコンか携帯電話でナンバーを直接入力してポイントを貯める。

目に見えるポイント化で自分がどんな貢献が来ているか分かるので、今後も参加企業が増え、規模が大きくなるかもしれない。

2) 「海の上の『プリウス』」

北海道の落部漁港にある、特にそれぞれ外観に差異のない数十隻の漁船の中に、世界初のハイブリッド・エンジン搭載の漁船がある。

それに今世界が注目している。

昨年、燃油価格の急騰で世界中の漁業が窮地に立たされた中、日本でもデモやストライキがあったものの、世界の各地のそれとは比べ物にならない程おとなしいものであったとアメリカで報道されている。

それは、日本はもともと燃油高騰対策を行っており、それに加えて600億円にのぼる緊急対策を追加したことが関係している。この緊急対策で、省エネ操業の推進、休漁・減船に対する金銭面での支援、漁業における先端技術の研究、エネルギー効率の高いエンジンを購入するための資金補助などが行われた。この世界初の漁船も、対策の補助金で購入された。

こうした先見的支援も世界から一目置かれるポイントである。アメリカの有名紙ではハイブリッドカーで世界的に有名な『プリウス』の名前を例えて挙げ、この世界で一台の漁船も“海を走るプリウス”という風に表現されていた。

日本の漁業は燃油の高騰以前から、日本人の魚離れや漁師の高齢化、旅客資源の減少という様々な要因で既に危機に瀕していたが、こういった世界からの目があるのを知ると、少しは明るい光が見えたような気になる。古くから魚を食べてきた日本として、輸入に頼らず世界に誇れる先端技術という自国の力で漁業界も上向きになっていてもらいたい。

3) 「暗闇ご飯 人気」

薄暗い部屋で目隠しをしてごはんを食べる「暗闇ごはん」が東京・浅草の緑泉寺で開かれ、人気を集めている。

全国の若手僧侶でつくるグループ「彼岸寺」（青江覚峰代表）が、食について考える機会を作ろうと昨年1月から始めたイベント。視覚に頼らないため、味や食感、においに敏感になるという。

部屋に入る前に目隠しをするので、部屋の大きさも席の並び方も分からない。一品ずつ料理が出されると、器の手触りから会話が始まる。どんなにおいか、舌触りや味はどうかなどと話しながら、料理の素材や調理法を想像する。表情が見えないと、かえって初めての人同士でも会話がはずむ。

参加者からは「調味料の一つひとつや、野菜の繊維の方向にまで気にして食べた。こんなに食べることに集中したのは初めて」といった声が聞かれた。

毎月1回、定員10人あまりで開いているが、100人以上の応募があるという。参加費は3000円。開催日は、「彼岸寺」のホームページで告知している。

ここで出される料理は精進料理ではなく「仏料理」ということで、野菜以外の肉や魚なども命に感謝して食べるそうだ。

日常生活では特別なことがない限り、一つ一つの素材に集中して物を食べるという機会が少ないが、こうしたイベントに参加することで普段気に留めていなかったことに気付くことができるのではないか。