

2009/07/06 (mon)

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「現金割引」
 - 2) 「スペリア」
 - 3) 「産地偽装 目立つウナギ」
 - 4) 「親子で『昆布と食文化』を学ぶ」
-

1) 「現金割引」

「スイカ」「パスモ」に続いて、流通業系の「ナナコ」「ウォン」などのICカードが急速に拡大しており、それに伴って既存のカードが色あせ、カードによる販促にも変化が見え始めている。

近年、どの業種にも活用されてきたポイントカードだが、この「目に見えない」割引を意識している人が減ってきているようだ。ポイントははっきりと目に見えるわけではないので、顧客の意識が低くなると一気に魅力を無くすとの見解だ。

一方で「目に見える」割引が台頭している。大手小売イオングループの20日、30日の「お客様感謝デー」や東急ストアの「勝手値シール」といったものだ。「お客様感謝デー」は、カード会員に当日5%引きで販売するもので、直接5%を割り引くというところがミソ。「勝手値シール」は“東急”をもじった毎月19日に行われているものだが、20円引きのシールを10枚綴った紙をお客に提供し、任意の商品に勝手に貼って購入するもの。つまり商品を10点買えば200円の割引になる。

直接的で目に見えるので、消費者の目にはかなり得したようにうつるようだ。どちらも5年ほど前から毎月定期的に行われているもので、特に不況の昨今“オトク感”のある方がうけが良いのかもしれない。

2) 「スペリア」

電子マネーであるICカードをパスケースの中に2枚重ねにしておいても、その間に挟んでおくだけで駅の改札などの読み取り機でエラーが出ないシート。

ICカードは受信アンテナを内蔵していて、読み取り機から出た電磁波によって情報を受信する。そのためパスケースの中にICカードが2枚入っていると、どちらのカードを選ぶか読み取り機が迷ってエラーが出てしまうという。

この混信を防ぐために、電磁波を通さないステンレスシートの両面を、電磁波をよく通す磁性シートで覆った。これをICカードの間に挟んでおくことにより、かざされた側のカードだけを読み取ることが可能になった。

各社のカードが統一されれば迷うことなく使えるが、こういったアイテムが活躍する日は長く続きそうだ。

3) 「産地偽装 目立つウナギ」

数ある水産物の中でも産地偽装が目立つウナギ。

昨年以降、警察に摘発されたウナギの産地偽装は少なくとも 6 件に上る。「ウナギの養殖場は少ないので、市場には国産がたくさん出回っている。不自然だと思ってはいたんだが」という声もある。産地偽装はアサリなどでも発覚しているが、取引価格が高いため買い手を欺いた時のうまみが大きく、かば焼きなどに「加工」されて流通することが多い点が偽装の多い理由だという。

日本で養殖されているのは「アンギラ・ジャポニカ」という種類で、中国から輸入されるのは主に「アンギラ・アンギラ」。同協会によれば、日本人は元々、アンギラ・ジャポニカのさっぱりした味を好み、硬くて油っぽいアンギラ・アンギラは敬遠してきた。

しかし、現代の食生活で濃い味への抵抗感が薄れてきたこともあり、味の違いを感じ取れなくなってきたことが偽装の横行につがながっているとも言われている。

ブランド志向や過剰な国産信仰がこうした偽装を生み出すことへとつながっている。

消費者をだますことはもちろん最低な行為だが、自分の味覚や五感を鈍らせないようにすることも不可欠だと思う。

4) 「親子で「昆布と食文化」を学ぶ」

今年で 3 回目の開催となる、味の素・読売新聞主催の「親子昆布たんけん隊@利尻・礼文」が 7 月 28-31 日に開かれる。これは、北海道の利尻島や礼文島を訪れて昆布の生態を観察し、日本の食文化を学ぶというもの。

高級昆布として知られる「利尻昆布」の産地を訪れ、昆布のだしを使った和食について理解を深めることが目的で、利尻島ではボートの船底から海中の昆布を観察するほか、町立博物館で昆布漁について学ぶ。礼文島では、乾燥した昆布を仕分けする作業を見学する。

参加者が現地の小学生と交流しながら味覚や食生活について考える「だし・うま味子どもサミット」や、京都の有名料亭の料理人を講師に迎えて参加者が昆布のだしを使って料理に挑戦する体験教室もある。昨年は昆布の生態観察や料理教室など体験活動が好評だった。

参加対象は主に首都圏に居住する小学 4-6 年の子どもとその親で、3 泊 4 日の日程、参加費は 13 万円。

食育の一環として子どもを対象にした「社会見学」が増えてきているが、長い夏休みの中で遠い場所へ泊りがけで行き新しいことを知るというのは深く印象に残ると思う。

「学校で・みんなで・授業を受ける」のも一つだが、自分が参加したいと思うものにチャレンジすることでさらに知識や好奇心が増すのではないか。子どものうちに貴重な体験をすることはとても有益になると思うので、今後こうした提案を行う企業が増えればと思う。