

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「環境配慮度、数値で示す」
 - 2) 「銀座めざましシェ、TV 番組プロデュース物産館 OPEN」
 - 3) 「iPhone 片手に酒蔵見学」
-

1) 「環境配慮度、数値で示す」

カーボンフットプリント表示が付いた商品の販売が始まっている。カーボンフットプリントは原料から製造、販売、廃棄、再利用まで含め、その商品がどれくらいのCO2を排出しているかを重さで表示する。地球温暖化対策として各国で取り組みが始まり、日本では経済産業省が主導し、今年度から実証実験として進められている。

しかし、始まったばかりの現時点でこの表示を付けた商品のごくわずか。取り組み自体に客からの評価の声が寄せられる一方で、他の商品にも表示がないと比べようがないとの声も多い。環境熱心だというメッセージは伝わるが、コメでCO2排出量が7.7キロといわれても、数字をどう判断してよいのか分からないのが実情だ。

経産省は「対象商品が広がれば、その数字を比較して商品を選ぶ人も増えるだろうし、メーカー側も製造段階などで、よりCO2削減の努力をする」と将来性に期待する。目指すのは消費者になじみ深い食品のカロリー表示並みの浸透だ。

「エコ」や「環境にやさしい」など抽象的なうたい文句が表示の中心だったが、実際どれくらい環境によいのかを数値で見ることが今後購買目安の一つになる時代が近づいているのかもしれない。

カーボンフットプリントという言葉を目にしたのは随分前のような気がするが、ようやく少しずつ店頭で並び始めた。早いうちにすべての足並みが揃うことを期待したい。ただ、安心安全やエコを追い求めるあまり「表示」が増え、情報が氾濫するようでは本末転倒なので、その点にも工夫が必要だろう。

2) 「銀座めざましシェ、TV 番組プロデュース物産館 OPEN」

ご当地フードブームで盛り上がる中、地上13階-地下1階という超巨大な物産館が銀座5丁目に誕生した。プロデュースするのは、あの人気テレビ番組「めざましテレビ」だ。約250人が並び1月22日にオープンした。

「銀座めざましシェ」と名付けられた同物産館の特徴は、なんとといっても全国47都道府県すべての物産がビル1つに収まっていること。しかも、全国を6エリアに分け(3-10階)各エ

リアをアナウンサーやキャスターが“担当の顔”としてプロデュースに当たるというもの。めざましファミリーの色が存分に出た各フロアは必見。

東京初登場となる沖縄の「ジンジャーシロップ」や、東京でもブームが来ている宮崎の「肉巻きおにぎり」なども、“めざまし流アレンジ”を加えて展開予定で、そのアレンジ性にも注目が集まりそうだ。

また、3-10階の物産販売スペース「めざマルシェ」だけでなく、地下1階には生鮮食品エリア「めざマル鮮」や、全国津々浦々のお酒500-600種が並ぶ11階の「めざマル酒」、12-13階のカフェ&レストラン「めざまる食」など、全14フロアにご当地のおいしさがぎゅっとつまっている。

ここまで大きくしてTV局とタイアップする物産店は全国でも初めてで、1階のエントランスには番組出演者からのウエルカムボードや記念撮影スポットも展開している。

最近ではアンテナショップが所狭しと軒を連ねる銀座。全国各地のご当地グルメにありつけるこの地区だが、TV番組の知名度や繋がりががあるので他店との差別化がはっきり出来そう。ランチタイムにはバイキングが楽しめる12階のめざマル食レストランが、夕方からは利き酒ができる11階のめざマル酒が1ヶ月経った今も大混雑。いずれも場所柄、平日は会社員やOLが多く訪れているようだ。週末・休日には観光客が多く列が出来ており、“新名所”として大きな話題を呼んでいる。

3) 「iPhone 片手に酒蔵見学」

米アップル社の携帯電話「iPhone（アイフォン）」を使った酒蔵見学が14日、岐阜県羽島市竹鼻町の酒造会社「千代菊」で行われ、13日と2日間で200人超の見学者が携帯電話を手に酒造りのイロハを学んだ。

iPhoneを使った酒蔵見学は一般開放に合わせて、県立国際情報科学芸術アカデミー（岐阜県大垣市）2年の相磯達也さん（27）と山本高司さん（24）が卒業制作として実施。同社の岡本雅行副社長が昨年、同アカデミーで講義したことがきっかけとなった。

見学で使用されたアプリケーションは、相磯さんがプログラミングを、山本さんが画像やサイトのデザインを担当した。岡本副社長は「伝統産業と最新のIT技術の融合。若い人が日本酒に親しむきっかけになる」と歓迎している。

酒蔵見学では、見学者が貸し出し用のiPhoneを設置された計10カ所のパネルに接触させると、精米や洗米、麴振りといった酒造りの工程が画像や動画で映し出された。見学者は案内人なしでも見学できるほか、スタンプラリーのようにパネルを探す楽しみもある。iPhoneには見学時間などが記録され、帰宅後、専用のウェブサイトで酒蔵見学を振り返ることも可能だという。

参加者は「1人でも迷うことなく見学できた。実際の仕込み過程も動画で見ることができ、わかりやすかった」と満足そうに話した。

人に案内してもらって見学することはもちろん有意義だが、自分の携帯電話を片手に自分のペースで回れるというのも魅力的だ。徐々に定着しつつあるスマートフォン、タッチするだけで様々な情報が入手できるとあれば、紙やインクのムダも省ける。今後さらに身近でこのようなサービスが広がるのではないかな。