

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「マクドナルド 新世代デザイン店舗発表」
- 2) 「コンビニ弁当、上手に選んで栄養コントロール」
- 3) 「マヨネーズには2種類ある!？」
- 4) 「生ゴミからエタノール、国内初の実用化成功」

---

1) 「マクドナルド 新世代デザイン店舗発表」

日本マクドナルド株式会社は、4月25日から都内13店舗で“新世代デザイン”のマクドナルドをオープンすることを発表した。テーマは“心地よく洗練された空間の提供”。フランス人デザイナーであるフィリップ・アバンズィ氏が指揮したデザインで、同店のトレードマークでもあった赤の看板も、シックな黒の看板にチェンジされた。

店舗によりイメージを変え、「クオリテ」、「エッジ」、「フード」、「フレッシュ」、「エクストリーム」の5種類のデザイン名の内観が提案されている。

「クオリテ」・・・スタンダード

柔らかな素材感の風合いを生かした新世代デザイン店舗

鮮やかな壁に落ち着いたカラーの壁や天井でゆったりとした雰囲気。

友人同士やカップル、ビジネスなど、さまざまな客層に配慮されたシートが特徴。

「エッジ」・・・ビジネスマン・ビジネスウーマンを意識

少し大人の雰囲気

アースカラーの店内は目に入るすべての色調が暖かく穏やかで、ディスカッションにも活用できる。ベンチスタイルのコンテンポラリーな家具と、木調ブラインドの現代っぽさにも注目。

「フード」・・・子供も楽しめる店舗デザイン

鮮やかで茶目っ気の効いた壁面のグラフィックが目を引き

机・椅子のほか全ての装飾材が鮮やかな色彩で、店舗に入った瞬間ワクワクしそうな雰囲気となっており、幅広い客層を想定し活気あふれるデザイン。

「フレッシュ」・・・カップルやファミリー向け

施設内の店舗に採用されたデザイン

みずみずしい野菜や新鮮な食材をイメージしたベジタブルカラーの店内は、ハッピーで生き生きとしたデザイン。楽しい買い物やデートの最中に立ち寄ってほしいとの願いから、

「エクストリーム」・・・刺激的でオシャレ

“ブルックリンのデザイナー達が集まる地元のカフェ”をイメージグラフィティに彩られたアンティークレンガ調の壁面、モノトーンに近いカラーで統一された家具がミッドセンチュリーに代表されるアメリカのアンティークテイストを感じさせる。

ゆったりとすわれる座席やサービス性の向上により、「ハンバーガー」が120円、「ビッグマック」が340円など、通常の首都圏価格より値上げした新価格体系になる。店舗クルーのユニフォームも一新され、店内BGMも店舗にあったものに変更されるなど、今までとは全く違う「新マクドナルド」となるようだ。店舗をシーンに合わせて使い分けることが出来るのが今回のリニューアルの特徴で、近隣のマクドナルド同士が差別化される。

そのほか、新デザイン店舗では、全国で発売される予定の新商品をひと足早く販売する予定。4月25日からは、店舗オープンを記念して好評だった「テキサスバーガー」をはじめとする期間限定「Big America」シリーズを店舗につき各1種類ずつ再度発売するなど、ここだけのイベントにも目が離せない。

近年、地方のマクドナルドまでデザインリニューアルが行われており、地域別価格の導入、業界でも目新しい”コーヒーがタダ”など企画が次々と当たるマクドナルド。ほぼ全国へ改装が行き渡ったところで最新店舗の打ち出しをし、消費者にまた新しいインパクトを与える目論見だ。”オシャレなお店”という価値観を一番身近に感じられるのがマクドナルドなのかもしれない。

---

## 2) 「コンビニ弁当、上手に選んで栄養コントロール」

コンビニエンスストアなどで売られている弁当はワンコイン（500円）でおつりがくるとビジネスマンに人気だが、毎日続けるとカロリー過多になりやすく、栄養バランスが偏ってしまいがち。

食事の際にまず気をつけなくてはならないのが摂取カロリーだが、ほとんど座って過ごす人や、太り気味で減量が必要な人は基準より控え、活動量に合わせて食べる量を調節することが大事。

豚カツや唐揚げなど揚げ物中心の弁当は総じてカロリーが高く、1000キロカロリー前後のものが多く、毎日食べるのは避けた方がよい。カロリー過多にならないためにはご飯の量を控えるのも手。普通サイズでも無理をして食べきらないで、あえて完食しない。

おにぎりやサンドイッチ、麺類などの組み合わせは良くない。炭水化物の重ね食べは栄養バランスが偏りカロリー過多になりがちで肥満や高血糖、メタボリック症候群のリスクを高めるとともに、体のだるさや眠気にもつながりやすい。

かといって1食400キロカロリーはたとえダイエット中でも必ず食べて欲しい量で、減量の必要のない人や男性ではご飯の量は増やせばよい。

野菜はいくらでも食べて良いので、家からプチトマトや浅漬けなどを持参するのもおすすめ。はるさめやうどん等、カロリーが低い食品も、塩分過多になりやすいので注意する。

ただ何事も完璧を求めると挫折しやすいので、1週間に5勝2敗のペースぐらいからでいい。健康維持には大きなプラスになる。

つついラーメンにはおにぎり・・・と手を伸ばしがちだが、「この日とこの日だけは」というように意識して選ぶ習慣を付けたい。

このところコンビニ各社は低価格路線に走り、ボリュームアピールの弁当が増えているが栄養を考えた弁当も定番で常備してもらいたい。

---

### 3) 「マヨネーズには2種類ある!？」

「マヨネーズなんてどれも同じ」と思っている人もいるだろう。卵と酢、油を混ぜ合わせてできるマヨネーズ。実はJAS規格上、卵の使い方が異なる「卵黄型」と「全卵型」の2種類があり、原材料表示で見分けられる。「卵」は、全卵型を意味する。卵黄型は濃厚なうまみとコクがあり、全卵型はさっぱりとして料理になじみやすい。日本食品標準成分表によると、意外にも卵黄型の方がカロリーが低い。

1925年にキューピーが発売した初の国産マヨネーズは卵黄型。創業者が「日本人の体格向上のため栄養価の高いものを」と作り、以来同社は卵黄型にこだわり続けてきた。一方、全卵型は欧米に多く、「キューピーとは違うものを」と68年に生産を始めた味の素が有名だ。卵黄型を「キューピー型」、全卵型は「味の素型」と呼ぶこともある。

ちなみに「カロリー半分」「コレステロールを下げる」などと表示されたものの大半はマヨネーズタイプのドレッシング。規格外の原材料を使っているなどの理由で、マヨネーズとは名乗れない。

先日アメリカでキューピーマヨネーズがウケているというニュースがあったが、アメリカで販売されている一般的なマヨネーズは「全卵型」で、意外とあっさりしたものだそうだ。全卵型の味に慣れていたため、卵黄型を食べた瞬間その”コク”の虜になってしまった人たちの間で盛り上がったらしい。

メーカーによって味が違うのは分かっていたが、卵の使われ方が異なるということは知らなかった。つまり、食品表示を意識して見ていなかったということになる。普段何気なく食べているものにもこうした違いがあるということ意識して、表示の内容を理解することは必要だと感じた。

---

### 4) 「生ゴミからエタノール、国内初の実用化成功」

新日鉄エンジニアリングは19日、国内で初めて生ゴミなどの食品廃棄物からバイオエタノールを製造するプラントの実用化に成功したと発表した。全国の自治体などに販売する方針だ。プラントは、1日当たり約10トンの食品廃棄物から、約500リットルのエタノールを製造できる。販売するプラントの食品廃棄物の処理能力は1日当たり60トン程度で、販売先は主に人口が30万-40万人の都市を想定していて、プラントの価格は10億-20億円。

このプラントを使えば、生ゴミの焼却処理が不要になり、回収したエタノールを自動車の燃料に再利用するなど、従来のゴミ処理施設よりも二酸化炭素（CO<sub>2</sub>）排出量を30-40%削減できるという。

現在、バイオエタノールの1リットルあたりの原価は40円を超えるそうなので、30円前後のガソリンに追いつこうと思案中だそうです。

バイオエタノールを作った後の廃棄物を使って、アスファルトの用に舗装材などに活用できたら、ガソリンを超える新たな燃料になりそうです。