

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「コープ 棚下灯を消灯し営業」
- 2) 「第一興商“紙パックリサイクル”」
- 3) 「第三の牛乳」
- 4) 「“外飲み”でも“塩”に注目！」
- 5) 「不用の浴衣は留学生に」

---

**1) 「コープ 棚下灯を消灯し営業」**

関東、信越の8生協で作るコープネット事業連合（さいたま市）は今月、会員生協約180店舗のうち79店舗で売場ケースの照明を一部消灯する取り組みを始めた。これにより年間で約225トンのCO2排出削減と約595万円の電気料金節約が見込まれるという。消灯するのは食料品や飲料、冷凍食品の陳列棚。

生鮮は難しいが棚下灯を消す店舗が少なくはない。ただ、見栄えが悪くなることで商品の鮮度感が下がらないよう注意しなければならない。棚下灯は消して、冷ケース上部から商品棚全体を照らす照明も開発されている。LED灯が使われている店舗もあり、グレードに合った節電・節約が必要となってきたようだ。

---

**2) 「第一興商“紙パックリサイクル”」**

カラオケルーム「ビッグエコー」を展開する第一興商は、全国の店舗から排出された紙パックを集めてトイレトーパーに生まれ変わらせ、もう一度店舗で使うという「循環型リサイクル」に力を入れている。

カラオケルームでは、来店客に提供するジュースなどは紙パックを用いるものが多い。同社の場合、全国の254店舗から排出される使用済み紙パックの重量は年間約11トンに上るが、循環型リサイクルにより全店舗のトイレトーパーの年間使用量の16%に相当する再生紙原料を提供しているという。

第一興商の使用済み紙パックリサイクルは昨年11月にスタートしたが、今年4月からは来店客を巻き込んだ内容に発展した。来店客が1リットル入りの使用済み紙パックをビッグエコーの店頭を持ち込むと、枚数（5-20枚）に応じてスナックやおつまみ、パスタ、ピザなどがもらえるキャンペーンを9月末までの期間限定で展開している。特に、昼間や土日の来店頻度が高い主婦層の反応がよく、主婦の集まりである“ママ会”の参加メンバーが数枚ずつ持参しあうことも少なくないという。

同社は京都議定書が発効された 2005 年以降、環境対応を本格化させてきた。フライドポテトなどを調理するときに出る月 7000 リットルの廃油を集めて店舗用のハンドソープに加工・再生したり、来店客の残飯を家畜の飼料として再利用したりしている。こうした地道な取り組みに、来店客からは「感心した」などと共感する声も増えているという。

カラオケはどちらかというイメージが良い方ではない。この取り組みで、環境対策とカラオケに対するイメージアップに繋がると良い。

大阪はまだゴミの分別については遅れているので、こういう取り組みで、得をして分別出来るというのは大阪人の体質に合っていそうだ。

---

### 3) 「第三の牛乳」

「第三の牛乳」とも呼べる加工乳の需要が広がっている。

魅力はなんと言っても手ごろな価格。店頭価格は 1 リットル 140-160 円程度と、通常の「牛乳」より 40-60 円、「成分調整牛乳」と比べても 20 円程度安い。牛乳類全体の消費は減少傾向にあるが、ビール系飲料同様、最も安い「第三」が支持を集めつつある。

生乳をそのまま使う「牛乳」、生乳から乳脂肪分などを除いた「成分調整牛乳」、生乳に脱脂粉乳などを加えた「加工乳」があり、一般成分調整牛乳は除去した乳脂肪分を他の乳製品に転用でき、加工乳は生乳以外の割安減量も使うので安くなるとされる。

農林水産省によると 5 月の生産量は前年同月比 3%減、成分調整牛乳が同 9%減に対し、加工乳のみ約 4 割伸びた。

加工乳、成分調整牛乳のほうが牛乳よりあっさりしているので、牛乳のコクが苦手な人には歓迎されているようだ。

---

### 4) 「“外飲み”でも“塩”に注目！」

カロリー表記はもうおなじみだが、最近ではカロリーと共に、食事の中で気になる「塩分量」をメニューに表記する居酒屋が少しずつ増えているようだ。

「庄や」「ゆるき茶屋」「栄太郎」など約 750 店舗を展開する大庄では、メニューにエネルギー、たんぱく質、脂質、塩分量が載っている。

「炙りメサバ」は塩分 2.5g、「キャベツとカリカリベーコンの塩ダレ和え」が 1.7g、「冷やしトマト」は 0.3g というぐあいだ。メニューはホームページに掲載されているので、店に行かなくてもチェックできる。

どんな料理にどのくらい塩分が含まれるのか、眺めて見るのも面白そうだ。

大庄に聞いてみると、15 年くらい前から健康に役立つ情報を提供しようと、エネルギーと主な栄養成分の量、アレルギー物質の有無などをメニューに表示しているとのこと。

ちょっとユニークなのは、その料理がどのくらい身体を冷やすのか、もしくは温めるのかわかる「熱寒指数」というのもあること。たとえば冷え性の人なら、身体が温まるものを選んで食べれば良いというわけだ。

それに「血液型で選ぶ健康・美容占いメニュー」なんていうのもある。厳密に科学的なものばかりではなくても、お酒を飲みながら健康ネタで盛り上げられそうだ。

他にも、関西を中心に「酔虎伝」「八剣伝」「居心伝」など約650店舗を展開するマルシェグループでは、2005年の春メニューから、「食の情報メニュー」を作成して、各テーブルに設置している。これを見れば、グランドメニューに載っている料理のエネルギー、塩分、アレルギー物質の有無などが一目でわかる。

栄養成分だけではなく、CO2排出量や原産地表示もある。飲みながら環境問題を考えられるというわけだ。お酒の席であまりムスカシイ話題は避けたいが、環境は旬の話題。案外うけるかもしれない。

一覧表になっているので、塩分量が少ない料理を探して選ぶのは簡単そうだ。

メニューで塩分量がわかればいいが、実際には掲載している店はまだ少数派。そんな時に便利になるのが外食メニューの栄養成分を掲載してくれている「外食のカロリーガイド 五訂増補」（香川芳子監修、女子栄養大学出版社）だ。

ファストフードやファミリーレストランの大手チェーン、居酒屋の料理のエネルギーや塩分量を掲載している。すべての料理が載っているわけではないが、ある程度の料理を見れば、その店のおよその傾向はわかりそうだ。

酒のつまみが中心の居酒屋ではどうしても塩分を摂りすぎる傾向にあるが、こうして表記されることで改めて気にする人もいるだろう。

食事制限が必要な人もコミュニケーションの場に参加しやすくなるのではないかな。ただ、お酒がすすむとそんなことも忘れて自制が効かなくなりそうだが。。

---

## 5) 「不用の浴衣は留学生に」

日本橋高島屋は、不用になった浴衣を引き取るキャンペーンを7月6日まで行い、7月下旬に外国人留学生向けに開く着付け教室で活用する。着付け教室で使われた浴衣は同店8階の特設売場「ゆかたコレクション」に持ち込まれ、同売場で使える1000円分の優待券と交換されたもの。着付け後、浴衣はそのまま留学生にプレゼントされる。

浴衣のように日本人の伝統的なもので留学生や外国人受けするものは少なくない。日本が好きで来日している彼らの手に渡ることで、より日本の文化を世界に知ってもらうことができそうだ。家に眠っている不要な日本の伝統品に焦点をあて、こうしたリサイクル活動に繋がることは探せば多くありそうだ。