

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「食品再生、コスト4割減 日本アクセスとベイシア」
- 2) 「キーワードは”立ち食い”」
- 3) 「自宅周辺スーパーのチラシ簡単検索 サイトが新装」
- 4) 「米育てるLED照明、ウシオライティングと昭和電工」

---

**1) 「食品再生、コスト4割減 日本アクセスとベイシア」**

日本アクセスとベイシアは低コストの食品リサイクルに乗り出す。ベイシアの店舗に商品を届けたアクセスのトラックが、そのまま店の食品残さを持ち帰り、家畜の飼料にする工程へ回す。小売り・卸の連携で従来より3-4割コストを抑える。ベイシアは小売業全体に2012年度に求められるリサイクル基準に前倒しで到達することになる。

小売業の店舗からは賞味期限切れの弁当や総菜、加工食品などの食品廃棄物が年間二百数十万トン規模で出る。小売業は食品リサイクル法で飼料などに再生するリサイクル率を12年度までに45%以上にしよう求められている。セブン&アイ・ホールディングスやイオングループなど大手各社が食品リサイクルに取り組んでいるが、コスト負担が課題となりリサイクル率は20-30%台にとどまっている。

1日からベイシアの千葉県と茨城県の計17店で取り組みを始める。日本アクセスのトラックが賞味期限切れの弁当や総菜などを店から持ち帰る。肉や魚など生鮮ごみは除く。店で分別し、抗菌処理したプラスチックの箱に詰める。さらに抗菌処理したシートで包み、冷蔵機能のついた食品用トラックで運ぶ。

食品残さを積む帰りの便でも、荷室内をセ氏10度以下に保ち、雑菌などの繁殖を抑える。残さは毎日早朝に店から回収し、千葉県印西市にある日本アクセスの物流センターの専用冷蔵庫に一時保管。委託業者のトラックが飼料化工場に運送する。つくられた飼料で育てた豚を、ベイシアが豚肉の形で仕入れて販売する。

ベイシアでは1店から出る1日の残さが約210キログラムで、このうち今回のリサイクル対象分は約100キログラム。従来は焼却処理していたが、17店でリサイクルに回すと食品リサイクル率は50%を超える見通し。

両社は状況を見て他地域の店に広げる。全100店で実施すると、リサイクル率は90%を超えるという。

これまで小売業が参加する食品リサイクルは専門業者に回収を委託するのが一般的だった。ベイシアは回収コストとして日本アクセスに1キログラム当たり約30円を支払う。実施地域で専門業者に委託した場合のコストに比べると3-4割安いという。

ベイシアと日本アクセスは07年の改正食品リサイクル法施行で、再利用を前提に市町村の境界を越えて残さの運搬が可能になったことを活用。環境省などから事業認可を得た。

効率よくかつ低コストでできるというのは良いことだと思う。多くの企業が協力して取り組むことができれば、自分たちの企業のノルマ達成だけでなく日本全体のためになるだろう。ただ、ダイレクトではないにしても「共食い」と思うとちょっと考えるところも。。。

---

## 2) 「キーワードは”立ち食い”」

阪神百貨店梅田本店で、ご当地グルメなどを販売する物産展が好調な売れ行きを示している。物産展で買った食品をその場で食べられる「イートスタンド」を設けたことが成功の要因だ。1年のうち物産展がある9カ月間を比べると、スタンド設置後、物産展1回当たりの平均売り上げは14%増加。リーマン・ショック前の平成19年秋-20年春と比べても24%伸びている。

同店では以前から、物産展に立ち食い用の小さなスペースを設けていたが、昨年8月末の「ご当地グルメ甲子園」で、従来の約5倍に広げたイートスタンドを設置。その後は、ほとんどの物産展に設けるようになり、立ち食いスタイルながらこだわりの食を楽しめる場として、来店客の認知度が高まってきた。

食べている姿を見ると思わずつられて食べたくなる効果があり、味が気に入れば、家族や友人へのおみやげに買い求める客も増えたことが売り上げ増につながっているという。スタンド設置のヒントになったのは、同店地下1階にある飲食店街の「スナックパーク」。お好み焼きやラーメンなど、手ごろな値段で味わえるB級グルメ店が立ち食いエリアを取り囲む人気スポットだ。イートスタンドは、この「スナックパーク」の運営ノウハウと、約600坪という大阪市内の百貨店で最大級の催事場を生かしたアイデアから生まれた。

同店催事商品部の山崎康人部長は「産地直送の食材が並ぶことでブームとなっているマルシェのような活気を出したい」と意気込む。“食の阪神”と呼ばれる同店の特色を生かした物産展を今後、激戦区となる大阪・梅田での生き残り策のひとつと位置付けている。

食べ物売るならば、食べる場所を提供することも重要なポイントだと思う。

ましてや、出来たてが一番美味しいものであればなおさらだろう。

面積的に厳しい店もあると思うが、例えば東京駅のサウスコートを見ていると、小さいスペースながら席を設けることで購買アップと賑わいアップに一役買っているのではないかと感じる。女性一人でも気兼ねなく利用できるイートインスペースが増えて欲しいと思う。

---

## 3) 「自宅周辺スーパーのチラシ簡単検索 サイトが新装」

凸版印刷は、全国のスーパーなど2万8千店のチラシを見ることが出来る国内最大級のチラシ検索サイト「ShuFoo! (シュフー)」(<http://www.shufoo.net/>)を今月、リニューアルした。住所を指定すれば、近隣5km四方の店舗のチラシを自動表示するほか、地域の天気予報も提供する。

新聞を取っていない家庭では、チラシなどの情報はHPにアクセスして見ることになるが、他店との比較などが面倒だったが、こうして簡単に調べることが出来るとありがたい。

ただ、タイムセールや売切れ情報などが書き込めるコミュニティがあればより使いやすく、認知度があがるのではないか。

---

#### 4) 「米育てるLED照明、ウシオライティングと昭和電工」

ウシオライティングと昭和電工は稲を育てられるLED照明を開発した。素子や周辺部品を改良し、稲を成長させられる強い光を作り出すことに成功した。これまでレタスなど葉物をLEDで育てる試みはあるが、稲を育てられるLEDは初めて。日本人の主食である米を、天候に左右されない「植物工場」で収穫できる技術の確立につながる。

開発したLED照明は植物の光合成を促す赤色のLEDと、植物の組織を形作る青色のLEDを1メートル四方に約2500個並べた。昭和電工の高出力LEDに、レンズや鏡などで光を集めるウシオの技術を活用。稲や小麦など穀物が育つよう、葉物が育つ従来品の10倍に光の強度を引き上げた。

植物工場の研究に取り組む千葉大学大学院の後藤英司教授が、開発したLED照明を使って栽培実験を近く始める。あらかじめ2カ月半育てた稲を1メートル四方に120本植えて栽培。12月中旬には収穫できる見込み。LEDを使えば栽培期間を太陽光より1カ月ほど短くできるとみている。

ウシオライティングはウシオ電機の照明子会社。開発したLED照明を年内にも企業や大学に発売し、稲だけでなく果物や芋類など様々な植物の栽培に役立てる。

実を付ける植物を育てられるということに単純に驚いた。派遣会社のパソナが建物の地下で稲を育ててはいたが、それをさらに消費電力の少ないLEDでできるとあれば頼もしい。今はまだ違和感を感じるが、近い将来「工場産」野菜・穀物が当たり前になる日が来るかもしれない。