

## S.C.WORKS 今週のスタディ！

### 【ヘッドライン】

- 1) 「ユニー、循環型総菜パン」
- 2) 「佐渡島の全コンビニ、レジ袋有料化」
- 3) 「デイルズフォード・オーガニック」
- 4) 「道頓堀・中座ビルに”道頓堀畑”」

---

### 1) 「ユニー、循環型総菜パン」

ユニーは食品ざんさを原料にした飼料で豚を飼育し、その豚肉を用いた総菜パンを売る食品リサイクルの仕組みを構築した。10月26日から関東で運営するアピタなどの店舗で試験販売し、来春にはサークルKサンクスでも販売する。

まず、ユニーの店舗「アピタ市原店」（千葉県市原市）で排出された食品残渣を「ブライトピッグ千葉」（同旭市）が回収。同社製造の飼料で育った豚の肉をプリマハムが食肉加工品とし、これを使って山崎製パンが総菜パンに仕上げる流れだ。総菜パンの販売店舗数は31店で、数量は月3万個に達するという。

「食品ざんさを飼料に」という取り組みは最近よく取り上げられるが、その飼料で育った家畜を販売している企業はまだ少ない。

残渣で育った家畜に対する消費者のリアクションでこれからの流れが大きく変わりそうなので、注目していきたい。

---

### 2) 「佐渡島の全コンビニ、レジ袋有料化」

新潟県佐渡市でレジ袋削減の取り組みが広がっている。「環境にやさしい島」を掲げる市は昨年、全国でも数少ないレジ袋有料化推進条例を施行。これを受け、島内のコンビニ全9店が昨年9月、1枚5円での販売に踏み切った。温かい食べ物と冷たい飲み物などを小分けする機会が多いコンビニはレジ袋の需要が高く、有料化は利用客の抵抗感が強いと見られていたが、実施1年余りでかなり浸透したという。環境省リサイクル推進室は「全国的にも聞いたことがない」としている。

島内のコンビニは全店が「セーブオン」。運営会社「ハッピーステーション」によると、有料化後の昨年9月から今年7月の10か月間で、レジ袋を使わなかった客は全体の77%に上った。

佐渡市がレジ袋削減の取り組みを始めたのは2007年。09年4月施行の推進条例では、マイバッグ持参率60%以上を目標に掲げた。これまでに221店が有料化。島内全店舗の4分の1だが、年間10万枚以上使う「大型店」などレジ袋を恒常的に用意している一定規模以上の店は、ほぼこの中に含まれているという。

有料化の広がりで購入者の意識も変化。有料化221店を対象にした市の調査では、マイバッグの持参率は07年度の42%から、09年度は88%に上昇した。

削減計画の提出を義務づける条例を施行しているのは、佐渡市以外では東京都杉並区と埼玉県川口市。埼玉県鳩ヶ谷市は2011年1月から施行する。県は、事業者と削減協定を結ぶ方法を始めており富山・茨城県などでも同様の取り組みがあるという。

佐渡市では、離島で他の商圈に客が逃げることなく有料化が浸透したのかもしれない。コンビニでの事例は少なく、このような事例を参考に、全国で規模が拡大することもありそうだ。

---

### 3) 「デイルズフォード・オーガニック」

11月11日、英国のオーガニックショップ「デイルズフォード・オーガニック」日本1号店が東京・青山にオープンした。デイルズフォード・オーガニックは、英国コッツウォルズ地方の農場を原点とし、英国、ドイツ、韓国に7店舗を展開。「ソイル・アソシエーション（英国土壌協会）のオーガニック基準をクリアした商品をメインに販売している。日本では片岡物産がフランチャイズ契約を結び、日本法人「デイルズフォード・オーガニック・ジャパン」を設立。有機 JAS 規格の輸入業者、小分け業者、生産行程管理者の認定を取得し、運営にあたる。1階のグロサリー・生鮮食品コーナーではデイルズフォードブランドのオーガニック食品を中心に、日本国内の生産者から取り寄せた野菜や卵、牛乳などを提供し、オーガニック食材を使用したベーカリーとカフェ、デリカテッセンも併設。2階はレストランとなっており、「レ・クレアシオン・ド・ナリサワ」スーシェフの経験を持つ掛川哲司氏がヘッドシェフを務める。

「安心・安全に加えて、オーガニックのおいしさを伝えたい。そのためには、新鮮な食材をその場で調理した料理を味わってもらうのが一番。日本ではオーガニック食材の生産者が少なく安定供給が難しいという面もあるが、料理を通してオーガニック食材の価値を高めた」（デイルズフォード・オーガニック・ジャパンの伊藤聖泰社長）という。

デリは惣菜が100g・500円前後から、レストランはランチプレートで1800円と手ごろとはいえないが、「青山はオーガニックレストランやカフェが数多くあり、価値を理解してくれる人が多い」（伊藤社長）という。たしかに隣接する国連大学前広場では毎週土日曜に「ファーマーズマーケット」が開かれるなど、立地的にはかなり恵まれているといえる。物販だけでなくイベントを行うなどして、オーガニック関心層のコミュニティ作りを進めていくべきだろう。

本国では認知度も高く信頼されているということ。感度の高い人々が集まる青山という立地は、オーガニックの食文化を広めるには適しているだろう。ただ、売れなければロスとなってしまう生鮮品も扱うだけに、単純にどれくらい売上があれば維持していけるのだろうか気になる。足下の食も危うい日本だが、生活の中にどれほど浸透するか見ていきたいと思う。

#### 4)「道頓堀・中座ビルに”道頓堀畑”」

道頓堀の中座くいだおれビル1階に11月12日、各地の農林水産品を販売する「諸国漫遊 大阪マーケット」がオープンした。

同店は、各地域で農林水産業に取り組んでいる小規模生産者や加工事業者の商品を、都市部で幅広く効率的に発信しようと、大阪みやげ店「なにわ名物いちびり庵」を展開するせのやが出店したもの。

70坪の販売コーナーに、幅90センチ、高さ165センチの木製ブースを44ブース設置し、大阪、和歌山を中心に、京都、熊本、高知などの商品を販売する。総合監修を手がけたワールドプランの大須賀一仁さんは「県単位のアンテナショップはよくあるが、市町村単位や、1生産者単位での情報発信のニーズがある」と、各ブースを事業者に1カ月単位で貸し出すという。

店内には、みらくるグリーンが開発した、蛍光灯の明かりでベビーリーフを育てる「道頓堀畑」と名付けたブースも登場。ゴマ風味のルッコラ、からし味のフリルマスタード、ワサビ味のグリーンマスタードなど珍しいベビーリーフを栽培する。これらのベビーリーフは週末に限り有料で試食ができる。

道頓堀といえば、ミナミの中でも最も人が集まる場所。大阪・近郊の人はもちろん全国から観光客も集まる。地元の人が他の地域の特産を知ることはもちろん、他県の人が自分のところの特産品を改めて見ることもでき、親しみを持ってもらえそうだ。地域の交流・発信の場になればと思う。