

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ライフ加賀屋店、シルバー層世帯に対応」
- 2) 「河川敷、カフェなど出店可能に 商業利用に開放」
- 3) 「人工芝タワシ」
- 4) 「お好み焼、焼き肉、串カツ…大阪地図、匂いで色分け」

1) 「ライフ加賀屋店、シルバー層世帯に対応」

ライフコーポレーションは1月19日、大阪市住之江区に「ライフ加賀屋店」を開店した。大阪市内では44店目、合計216店。

商圏内の年齢別・世帯別人口構成は、大阪府全体からみると1次商圏では60歳以上・単身世帯の構成比が、2次商圏では30歳代のファミリー層・10歳未満の構成比が比較的高いエリア。

「お魚そうざい」コーナーでは、単身・シルバー層の多い足元商圏にあわせ、さば・鮭・ほっけなどの焼き魚を展開する。

商店街が根付く地域で、商店街を抜けた場所に350坪と比較的小規模で出店した。商品量は物足りなさが出てシルバー/ファミリー層に焦点を絞ったので、近隣スーパーとの使い分けが出来そう。市内に出店が相次ぐ同社は、出店地に合わせて効率的な店舗運営をしているようだ。

2) 「河川敷、カフェなど出店可能に 商業利用に開放」

国土交通省は4月から、国や地方自治体が管理する河川の敷地を民間の商業利用に開放する方針を決めた。これまで営利施設の設置が認められていなかった全国の河川敷や水上でも、店舗を営業できるようになる。菅政権が掲げる成長戦略の一環と位置付け、水辺のにぎわいや街づくりなどへの効果を狙う。カフェテラスや小売店などの出店を想定している。

河川敷の施設は「公共性」が求められ、現状では水飲み場や休憩所、防災用ヘリコプター発着所などに限られている。売店を開く場合は周囲に商業地域がなく、街づくりに役立つことが条件で、経営母体も国や自治体、地方公社、公益企業などに限定されていた。

これらの規制は国土省の事務次官通達に基づく措置。同省では規制を緩和するため、4月にこの通達を改正する方針だ。

今後は地元企業や自治体などで作る協議会で認められれば、営利企業でも店舗などを開けるようにする。常設型の店舗に加えて、河畔にあるホテルやレストランが目の前の河川敷を使い、テーブルやイスを並べてオープンカフェを営業することもできるようになる。

同省は 2004 年から大阪市の道頓堀川など河川局長が指定した区域に限って、特例的に営利活動を認める実験を進めてきた。広場やイベント施設と一体的に使う場合には、飲食店や売店を民間企業でも開けるようにした。今回の規制緩和はこうした実験を踏まえたもので、河川敷を営利企業にも開放すれば、街に人を呼び込む効果があると判断した。

京都では夏の風物詩として、川辺の料理店などが河川敷に座敷などを設けるケースがある。これは京都府が独自の審査基準を設けて認めているもので、例外的な措置だった。

地域の活性化には良いニュースではないか。こうした土地や遊休地などをもっと活用して、商売の幅が広がればと思う。水辺という場所を活かした事業ができれば、人が集まって賑わうだろう。

3) 「人工芝タワシ」

昨年 12 月に発売したプラスチック製のシート状タワシ「プラタワ」が早くもヒットの兆しを見せている。ベランダや玄関用の人工芝マットを製造するテラモト（大阪市）が、人工芝マットのブラシのような形状から「床材ではなく清掃グッズに使えるか」と着目。デザインコンサルティング会社アッシュコンセプト（東京都台東区）と共に開発した製品だ。予約だけで 3000 枚以上の申し込みがあり、最初の 1 カ月で 8000 枚を出荷。月販 5000 枚を想定していたが、1 月も 1 社で 4000 枚の一括オーダーがあったという。

開発で最も苦心したのは硬さの調整。既存の人工芝マットをカットしただけでは硬すぎて握りにくいが、軟らかすぎても汚れをかきとる機能が低下する。またキッチンで使う場合の耐熱性や食品への影響、価格なども考慮し、20 以上の素材でテストを繰り返した。さらに手で握りやすく、広い面洗いやすく、平面にも曲面にも対応できるデザインやサイズを決めるのにも、1 年半を要した。

苦勞の甲斐あり、使用者からは「今までのタワシにない使い心地」と大好評。例えば柔らかい突起が曲面にもよくフィットし、細かいところまで汚れをかきとるので、「排水口のカゴやザルなど目詰まりしやすいものが、今までになかったくらいすっきり洗えて感動した」、「カレーを洗った後のタワシの汚れも、お湯で一瞬すすいだけで落ちて大助かり」「ホーローの鍋を洗っても傷がつかない」「野菜に巻きつけられるので、ゴボウなどの泥落としに便利」などの声が寄せられている。「我々が開発途中では思いつかなかったような用途で使いの方もいらっしゃるようで、そういった工夫して使う楽しさもヒットの要因では」（テラモト マーケティング担当）。特殊配合ポリエチレン樹脂で抗菌剤入り。グリーン、ブルー、オレンジの 3 色があるので、排水カゴ用、野菜用など用途に応じて使い分けるのに便利だ。

ある物を「従来の目的以外で使えないか」、という“？”が形になった商品。普段から一定方向だけでなく様々な角度から物を見ることが大切だということを改めて実感する。複雑で難しいことを考えることも重要だと思うが、シンプルな疑問がアイデアにつながるということも忘れてはならない。

4)「お好み焼、焼き肉、串カツ…大阪地図、匂いで色分け」

大阪の街をにおいで色分けする「OSAKA においかおりマップ」の作成に、分析化学を学ぶ専門学校生が取り組んでいる。「焼き肉」「粉もん」「串カツ」など大阪の代表的な 8 種類のにおいを基準臭に設定し、地域ごとにその強弱を科学的に分析。においで街を“性格”分けする。今年秋の完成を目指しており、同校は「においを生かした街づくりに結びつけた」としている。

研究を進めているのは、食品や医薬品などの分析技術の担い手を育てる日本分析化学専門学校（大阪市北区）。今年の創立 30 周年に合わせて昨年秋、マップ作りに着手した。

同校の学生や府内の高校生ら約 1500 人を対象に「大阪のにおい」をアンケートし、回答の多かった、粉もん・都会・川・排ガス・焼き肉・串カツ・工場・自然—の 8 種類を基準臭に決定。道頓堀川（川）や、大阪を代表するお好み焼き店（粉もん）、大阪城公園の梅林周辺（自然）などでサンプルを採取し、学生が実際ににおいをかいで基準サンプルを定めた。

地図の範囲は主に大阪市域で、今後は地図に盛り込む場所で空気を採取し、そのにおいを基準臭の強弱で分析。数値をグラフ化し、地図に落とし込む。グラフの形の相似により色分けするなどして、においの分布を視覚化する。

採取地点については、大阪らしさあふれる場所のほか、大阪市内の高校の敷地内などでの採取も検討している。基準臭の強弱の判定は、精密機器メーカーが開発した、センサー式の「におい識別装置」を使う。

マップ作成は、2 年生有志が卒業研究として取り組んでいる。2 月 5 日には、基準臭づくりなどの成果について発表。マップ完成までの残りの作業を現在の 1 年生が引き継ぐ。

臭気判定士の資格を持つ佐藤智子副校長は「すぐ分かるにおいもあるが、人の鼻では判別できないかすかなにおいについても突き止められる」と、研究結果に期待を寄せる。

重里徳太校長は「地図をどう活用するかについては、地域や企業、行政などとも連携し、知恵を出し合いたい。においを生かした大阪の活性化の手段は絶対あるはず」と、アイデアの提供を呼びかけている。

香川県のうどんマップのように観光用に有効活用出来そうだ。

8 種類の中にはあまりプラスになる匂いでは無いものもあるのでなるべく良い匂いで埋め尽くして「食の街大阪」をアピールして欲しい。