

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「日清食品、カップ麺 100 万食など提供」
- 2) 「ローソン、チルド弁当発売」
- 3) 「苦みが少なくピーマン臭もない” こどもピーマン” 」
- 4) 「 “ペット貸し出し” ホテルが人気」

1) 「日清食品、カップ麺 100 万食など提供」

日清食品は 13 日、東日本大震災の被災地にカップ麺など計 100 万食を提供し、給湯機能付きのキッチンカー7 台を派遣すると発表した。仙台市青葉区にある同社東北支店に対策本部を設け、支援活動をする。キッチンカーには、1 日あたりカップヌードルで 1000-1800 食を提供できる給湯能力があるという。同社は 12 日、インスタントのうどんやそばなど同社製品計 13 万 4400 食を提供することも決めている。

有史以来の大災害となった東日本大震災は、日頃の備えが出来ているはずの日本であってもそれが通用しない事態となっている。支援物資も各地から届いているが規模が大きすぎるためなかなか行き渡らないようだ。物だけでなく通常通り食べられる状態で提供できるキッチンカーは頼もしい。しかし、それすらも食べることのできない人もたくさんいる。年齢、健康状態、アレルギーといった個人差があるため、ありとあらゆる場面を想定した備えの重要性を痛感した。

2) 「ローソン、チルド弁当発売」

ローソンは、女性向けのチルド（冷蔵）弁当の新ブランド「浪（ろう）そん亭」を立ち上げると発表した。素材の鮮度を保てるチルド弁当の利点を生かし、生野菜をふんだんに使ってシャキシャキとした食感や彩りを重視したメニューを採用。「デザートなどと一緒に購入したい」という消費者の声を反映して、小ぶりのサイズの丼ものもそろえる。

第 1 弾として「とろおり仕上げた親子丼」（498 円）や「豆乳仕立ての韓国風スープごはん」（480 円）など全 6 品目を 15 日から順次発売。ローソンストア 100 を除く全国のローソンで取り扱う。

低温管理することで生野菜や海鮮などの素材が使えるようになり、弁当のメニューのバリエーションも増え、さらに、揚げ物中心の高カロリーメニューが多かった従来の弁当が改善されて低カロリー化するのも魅力の一つだ。

従来の弁当は、20℃前後で管理され、期限切れ弁当は廃棄処分されている。期限切れ弁当の扱いについては、大手コンビニ本社と加盟店の間でトラブルがあり頭を悩ませていた。

売上げを見ながら注力する分野として各大手コンビニが取り組んできていたが、ローソンの扱いが始まり足並みが揃った形だ。従来の弁当ケースの隣にチルドケースを構え、同じように販売することで消費者からすると抵抗もない。生の食材が多いので買ったらすぐ食べる事を心がけた方が良さそうだ。

3) 「苦みが少なくピーマン臭もない” こどもピーマン”」

子どもの嫌いな野菜第1位なのではないかと言うぐらいに嫌われているピーマン。長年かぶり続けてきたその汚名を払拭する機会がついに訪れました。その名は「こどもピーマン」、京都の創業175周年になるタキイ種苗が「FOODEX JAPAN 2011」に発表した新品種。主な特長としては苦味が少なくピーマン臭がない、肉厚でジューシーなので食べ応えがあり、しかもビタミンC・カロテンが豊富とのこと。形はシシトウのような、ピーマンとは少し違った形。

こどもピーマンの正体は激辛で有名なメキシコ原産の「ハラペノ」というトウガラシで、その中に突然変異体としてまったく辛くないものが誕生し、そこから品種改良を重ね、約10年の歳月を経て完成した。

公式サイト「タキイネット通販」の販売価格は1袋30粒入り税込577円、100粒入り税込1575円。

食べられる人にとっては何てことのないピーマンの味だが、苦手な人にとっては受け入れがたいものなのであろう。このピーマンで育った子供たちが大人になるころには、このピーマンが“本当のピーマン”になる、のだろうか・・・

4) 「“ペット貸し出し” ホテルが人気」

アメリカで“ペット”を貸し出してくれるホテルが注目されている。

カリフォルニア州に本社を構えるキンプトン・ホテルズ&レストランズ社。このうち全米51カ所のホテルで、宿泊客に「金魚」を貸し出しているという。

キンプトンズのプレスリリースには、「カラフルな魚が優雅に泳いでいるのを見ると、神経が休まり不安が解消し、血圧が下がる効果があるという調査結果が出ています」と掲載されている。キンプトンズが金魚を貸し出しするようになったのは、まさにこの効果を宿泊客にアピールするためという。

ホテル側では巨大な水槽を構え金魚を一括飼育しており、部屋には宿泊客の要望に応じて1匹1鉢の単位で持っていく。世話はハウスキーピングがしてくれるので、客は魚を眺めて楽しんでいけばよいだけだ。料金は無料。

また、カリフォルニア州ソノマにある高級リゾートホテル、フェアモント・ソノマ・ミッション・イン&スパでは、「犬」を宿泊客に貸し出してくれる。

この犬は、チョコレート・ラブラドルレトリバーの「ゼウス」。彼は同ホテルチェーンの“ケーナイン・アンバサダー”に任命されている。

ケーニン・アンバサダーとは、フェアモント・ホテルズ&リゾート社が認定する、宿泊客へのサービスを行う犬のことだ。サービスと言っても介護犬や盲導犬のようなものではなく、一緒に遊んで、愛犬の代わりになってくれるという内容だ。

現在フェアモント・ホテルには、ゼウスを含めて世界で12頭のアンバサダーが常駐している（アメリカではボストンとソノマに2頭）。多くはラブラドルなどの大型犬で、不特定多数の人間と接することができるよう訓練済みだ。貸し出し規則はホテルによって若干の違いがあるが、いずれもハイキングや散歩、ボール投げ、フリスビーなど種々の要望に応じてくれる（但し、客室で夜を過ごすことは禁止）。

金魚が味気ないホテル暮らしを慰め、レンタルドッグが犬と一緒にの休暇を過ごさせてくれる。今時「ペットOK」のホテルは多いが、「貸し出し」となるとなかなかないサービスだ。ホスピタリティという目に見えないものを売り物にするのがホテルだが、それにはさまざまな表現方法があるものだと感心させられた。

日本でも猫の駅長など、サービスの面で動物を使う事が珍しくはない。こういった動物のサービスは色々なビジネスに応用出来ると思うので、日常の様々な場面で小さな癒しが増えて欲しい。