

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、野菜大放出」
 - 2) 「エイチ・ツー・オー、離乳食の宅配に参入」
 - 3) 「消費者庁、食品表示の一元化検討、波乱含みで開始」
 - 4) 「平日の夕食メニュー、最重要事項は“栄養バランス”」
-

1) 「イオン、野菜大放出」

イオンは10月8日と9日、野菜の大放出を総合スーパー約410店舗で実施した。一部の野菜高値による野菜消費の低下が懸念されるため、だいこん（1本98円、東京都内の例）、ぶなしめじ（1袋85円）、にんじん（1本25円）、じゃがいも（1個25円）、たまねぎ（1個25円）など、各日約10から15品目を放出。地域・店舗により、品目、価格は異なる。

さらに、天候不順なため色が薄くなったり、少し傷ついた通常は出荷されない“理由（わけ）あり”野菜を仕入れ、全国19店舗で販売。

日頃安定供給しているとはいえ、野菜は自然の物だけに足りなかつたり余つたりといった状況は度々発生する。その都度大手小売がこのように安売りで提供するといった対応を行っているが、イベント化することで消費者の心を掴めるだろう。普段なら処理される理由あり商品も際だつのではないか。加えて、こうした機会に食の大切さやありがたみを伝えられるようにすれば、もっと有意義だと思う。

2) 「エイチ・ツー・オー、離乳食の宅配に参入」

エイチ・ツー・オーリテイリングは5日、離乳食の宅配事業に参入すると発表した。ベビーフード市場は働く女性の増加などを背景に拡大しており、成長が見込めると判断した。インターネットなどで10日から注文を受け付けるが、宅配は12月から始める。立ち上げるのは「賢いママの選択 離乳食クラブ」。生後5-18カ月の乳幼児を離乳初期から完了期の4段階に分け、それぞれの成長過程に合わせたメニューを、栄養バランスを考えたセットで提供し、他社との差別化を図る。メニューは「親子丼、里芋の煮物、野菜スープ」など、35品目による15パターンの組み合わせがある。価格は8食入りで3840円など。

京都女子大学の中山玲子教授をアドバイザーに迎え、乳児100人による試食も行った上で開発した。ファミレスなどを展開するロイヤルホールディングスが福岡の工場で製造し、プライベートブランドとして販売する。阪急阪神百貨店の北部公彦取締役常務執行役員は「『食育』に重点を置き、これまでの離乳食とは違う新しい市場を開拓したい」と強調する。離乳食の主流はレトルトや瓶詰だが「風味を損なわないように急速冷凍した」（北部氏）と

いう。冷凍庫で保存しておき、お湯の中で温めてから食べるため、普段は自分でつくる母親が体調の悪いときなどに緊急避難的に使うこともできるという。

ベビーフード市場は250億円とされるが、和光堂やキューピーなど上位5社で約9割を占める。エイチ・ツー・オーは「メーカーではなく、小売りの発想で可能性を求めたい」（今井康博執行役員）としており、初年度5億円、将来的には20億円の売り上げを目指す。高齢者向けなどの展開も視野に入れている。

流通のPBでベビーフードはあまり聞いたことがないので、今後こうした取り組みを行うところが増えそうだ。高齢者人口の方が多く、どうしてもそちらに目がいきがちのような気がするが、どの業界にとっても子供市場は見逃せない。「便利な世の中」になってから生まれた世代が親になる今後、子育てにおいてもより充実した商品やサービスが求められると思う。

3) 「消費者庁、食品表示の一元化検討、波乱含みで開始」

複数の法律が関係している食品の表示制度の一元化に向けて検討が始まった。消費者庁の食品表示一元化検討会は9月30日、東京・平河町の都市センターホテルで第1回の会合を開いた。検討会は表示に関する法律の一元化に向けて検討していくほか、栄養表示の義務付け、いわゆる健康食品の表示、加工食品の原料原産地表示の拡大も審議。12年6月までに合計10回の会合で報告書をまとめる。会合では委員から原料原産地表示について分科会を設けるべきなど運営についての意見が出るなど波乱含みのスタートとなった。

消費者庁は09年に設置、表示については農林水産省、厚生労働省などから移管され、特定保健用食品の認可などを進めながら、栄養表示、健康食品の表示、原料原産地表示の個別の制度も見直してきた。一方で消費者庁内部で表示の一元化に向けて課題を把握、整理していたため、栄養表示、健康食品、原料原産地表示の検討も明確な結論が出ないまま一元化検討会に申し送りとなった。

食品の表示にはJAS法、食品衛生法、健康増進法などが関係している。食品以外も含めた全製品を対象にする法律としては、景表法、不正競争防止法などがあるが、消費者庁は食品だけに絞って一元化を目指す考えだが、会合では委員から「他の法律も検討すべき」などの意見が出ている。

食品表示の複雑な表記で混乱してしまう人は少なくない。一元化と表示の拡大で消費者がわかりやすく、安心して買い物ができるようになることを願いたい。実現するのはまだ先になりそうだが、経過に注目していきたい。

4) 「平日の夕食メニュー、最重要事項は“栄養バランス”」

マイボイスコムは9月27日、夕食に関する調査結果を発表した。それによると調査母体において、平日の夕食メニューでもっとも重視されているものは「栄養バランス」だった。半数近い人がメニュー選択の上で栄養のバランスに配慮したものを選ぶよう、心がけている。次いで多い要目は「食べたいものを食べる」で1/3強という結果が出ている。さらに「毎日

の献立に変化があること」が続いており、これらを充足しうる平日の夕食メニューを「毎日」考察している、家庭での炊事担当者の苦勞がしのばれる結果が出ている。

今調査は2011年9月1日から5日にかけてインターネット経由で行われたもので、有効回答数は1万2186人。男女比は47対53、年齢階層比は10代1%・20代10%・30代29%・40代32%・50歳以上27%。なおグラフに反映されている回答値は計測値に、2010年3月の住民基本台帳の性別・世代別人口構成比に合わせてウェイトバックが行われている。

今調査母体ではその摂取スタイルは多種多様ながら、ほぼ全員の99.4%の人が平日に夕食を食べている。

景気の悪化、食中毒、食品偽装、放射能汚染など、食を取り巻く環境には問題がつきものだが、その中においても「栄養バランス」が最も重視されている。

消費者としてもこうした問題の中で知識や見目を養わなければならないし、提供する側にも真摯に取り組んでもらいたいと改めて思った。