

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ぐるなび、店舗ページに食材情報充実」
- 2) 「宇都宮発“ご飯にかけるギョーザ”、自転車チームと“駆けるギョーザ”に」
- 3) 「給食誤配防ぐカラー食器 アレルギー対策で導入」

1) 「ぐるなび、店舗ページに食材情報充実」

飲食店検索サイトのぐるなびは20日から掲載店舗が使う食材の情報を充実させる。各店舗のページに食材の産地や生産者の情報を表示する専用の欄を設ける。飲食店に情報公開を求め、消費者の外出に対する不安を和らげる。

飲食店がこだわりの食材を紹介できるようにして、他の店舗と差別化しやすくする。店舗ごとに最大18種類の食材の詳細情報を紹介する。

飲食店がページの管理画面を通じて情報を入力する。旬の食材情報をリアルタイムに更新できる。食材の写真やコメントもつけられる。取り上げた食材を使ったメニュー情報も掲載する。

こだわり食材を使っているところはすでにそれをウリにして紹介していると思うし、あえて公開したくないところは使わないサービスだろう。ただ、こういうサービスができて消費者に少しでも多くの情報が伝わるのは良いと思う。偽装問題に発展しないよう、店側にはモラルをもって取り組んでもらいたい。

2) 「宇都宮発“ご飯にかけるギョーザ”、自転車チームと“駆けるギョーザ”に」

宇都宮のユニーワールドと、自転車プロロードレースチーム「宇都宮ブリッツェン」は、ギョーザ味調味料「ご飯にかけるギョーザ」のコラボ商品「駆けるギョーザ」を10月17日に発売する。

今年6月に発売された「ご飯にかけるギョーザ」。新感覚の調味料としてネットを中心に話題となり、テレビ番組にも数多く取り上げられるなど、瞬く間にヒット商品となった。店頭では品薄状態が続いていたが、このほど増産体制を整えたという。

同社は本業の物流業で取り扱う「食材」を通して、農産物、食品加工、飲食などで地元「栃木」を応援していこうという姿勢を貫く。「何らかの形で地元プロスポーツチームの応援もしたいと考えていた」と同社の小川拓矢さんは話す。

コラボ企画は自転車プロロードレースで今季トップを走る「宇都宮ブリッツェン」の運営会社サイクルスポーツマネージメントの廣瀬佳正ゼネラルマネジャーから9月に持ち掛けられた。小川さんは「廣瀬さんから、商品名の『かける』を自転車チームのイメージにつながる『駆ける』とするアイデアを提案され、即決した」と振り返る。商品ラベルをチームカラーの「赤」に変更し、オリジナルアイテムの一つとして販売することでチームの利益に貢献できることなどから、トントン拍子に話が進んだ。

今月同市で行われるアジア最高峰の自転車ロードレース大会「ジャパンカップ」には、県内外から多くの客が訪れることから、オリオン通りに期間限定で開設される同チームの特設ショップ「RED ZONE」で販売することを目標に生産スケジュールを調整。小川さんは「ショップのオープンに間に合わせたかったが、ギリギリのタイミングでの納品となってしまった」と明かす。

19日までは「RED ZONE」で販売する。その後は、ロードレース会場などでの同チームグッズ販売ブースで取り扱う。価格は1瓶（110グラム入り）500円前後を予定している。

かけるだけで餃子そっくりな味になる調味料。「かける」「ぎょうざ」というインパクトの強い商品なので話題性も大きい。焼いた餃子をお土産にはしづらいが、こういった形でなら持ち運びしやすそうなので自分用・お土産用と用途も広がりそうだ。地元企業などと連携することで一過性の話題で終わらせずに、長く愛される商品に育てていきたい。

3) 「給食誤配防ぐカラー食器 アレルギー対策で導入」

卵などの食物アレルギーを持つ児童生徒への給食の誤配を防ごうと、東京都板橋区教育委員会は区立の小中学校75校でカラー食器やカラートレーを導入することを決めた。既に一部の学校では9月から導入されており、今学期中に全校での導入を目指す。

区教育委員会によると、区立の小中学校には3万1177人（5月1日現在）の児童生徒が在籍し、このうち、約3%にあたる846人（同）が何らかの食物アレルギーを持つという。

区は食物アレルギーを持つ児童生徒に卵や肉、そばなどそれぞれの原因食物を取り除いた「除去食」を提供しているが、食器や食器を載せるトレーは一般食と共通だった。

導入は一般食との取り違えを防ぐため、どのようなアレルギーを持っているのかが一目で分かるようにピンクや青、ベージュの3色の食器を導入することにした。トレーについても、一般食は緑色で、除去食はピンク色を使うこととした。

担当者は「誰が見ても一目で食物アレルギーに対応していることがわかる。誤配や誤食がないよう、さらに細心の注意を払っていきたい」としている。

色を変えるという単純なことで、視覚的な注意力を高めミスを少なくするというのは良い取り組みだと思う。人が行うことにはどうしてもミスが起こり得るが、それを少しでも減らすためにはこのような工夫が必要だ。給食だけでなく、スーパーの商品にも応用できるのではないか。