

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「アルコールCM “ごくごく” “ぐびぐび” やめます」
- 2) 「コメでもハラール対応 訪日客向け・輸出視野に」
- 3) 「“溶けにくいアイスクリーム”が誕生」
- 4) 「近年大都市でも増えている“屋上庭園”が超巨大化」

---

### 1) 「アルコールCM “ごくごく” “ぐびぐび” やめます」

酒類の製造販売の9団体でつくる「酒類業中央団体連絡協議会」は8月31日、アルコール飲料のテレビCMなどの出演者の年齢を、これまでの20歳以上から25歳以上に引き上げる方針を明らかにした。「ごくごく」「ぐびぐび」という効果音の使用や、のど元のアップもやめる。同日開かれた内閣府の作業部会で報告された。

酒類の広告には法規制がなく、業界が自主基準をつくっている。アルコール健康障害対策基本法をもとに設置された専門家による作業部会の意見を踏まえ、協議会が議論してきた。

出演者の年齢の下限を25歳にするのは、「若いタレントのCMは、未成年者にも飲酒への関心を高めている」と指摘されたため。18歳から飲酒できるオーストラリアと、21歳からの米国では、「明らかな成人」としてCMに登場できるのは25歳以上と定めていることを参考にした。

「ごくごく」などの効果音やのど元のアップをやめるのは、「アルコールを我慢している依存症の患者には苦痛」という声に配慮した。これから自主基準の改正手続きに入り、実施時期は未定という。

協議会メンバーの日本洋酒酒造組合の伊藤洋専務理事は「お酒を楽しく長く飲んでもらえるよう、今後も業界で適正飲酒に向けた取り組みを検討していきたい」と話した。

テレビ離れ、アルコール離れなどと言われても何らかの形で情報は得ていると思うし、CMの影響力はあると思う。アルコールは決して健康に良いといえる商品ではないかもしれないが、ほどほどに楽しむ程度であれば食事が豊かになりコミュニケーションも増える。売り手側からすれば美味しそう・試してみたいと思わせることは必要不可欠なので、縛りが増えるなか各社どのようにアイデアを出してくるか楽しみでもある。

---

### 2) 「コメでもハラール対応 訪日客向け・輸出視野に」

イスラム教の戒律に沿うことを証明する「ハラール認証」がコメにも広がっている。イスラム教徒の訪日客の増加を受け、コメの販売業者が認証を相次ぎ取得している。観光客が訪れるホテルやレストランに売り込むほか、輸出も視野に入れる。

「市場の成長が見込めるイスラム圏をターゲットにする際にハラール認証は不可欠だ」。コメの生産・販売を手掛けるフィードイノベーション（秋田県大館市）の佐藤仰喜代表は話す。

2013年に同社が生産するコメと精米工場について、ハラール認証を取得した。肥料に豚の排せつ物を使わず、田んぼの近くに養豚場がないなどの条件を満たしている。販売するのは秋田産あきたこまち。国内では土産店が扱うほかハラール対応のレストランが採用している。「20年の東京五輪に向けて訪日客の増加が見込まれ、日本米のおいしさを知ってもらふ機会が増える」（佐藤代表）と読む。今年からはドバイへの輸出も開始し、日系のスーパーに売り込む。

同社が有望な輸出先として期待するのがイスラム教徒が多いマレーシアだ。経済成長にともない所得水準が向上し、訪日客も増えている。日本政府観光局（JNTO）によると14年は前年比41%増と全体の伸びを上回った。

実質的に政府がコメの輸入をコントロールするというハードルもあるが、商談を進めている。

コメや雑穀を加工・販売する種商（佐賀県鳥栖市）は14年8月、同社が製造・販売する全商品でハラール認証を日本アジアハラール協会（千葉市）から取得した。

イスラム教徒の訪日客が増える一方、「特に地方ではハラール対応の外食店の確保が難しいとの声が旅行会社などから聞かれるようになった」（同社）のがきっかけとなった。

認証を取得したのはコメや雑穀、豆などの約200品目。全国のレストランやホテルの間で採用が進んでいるという。一部の製品はシンガポールやタイ、マレーシアにも輸出している。コメ卸大手の木徳神糧は、来春から「タイ香り米」の5キロ入りのパッケージをハラール認証のマークを付けたものに刷新する。輸入元のタイの精米卸がタイの認証機関から07年に取得した。

パッケージの刷新に先駆け今春からは希望する取引先に認証書のコピーを配布するようにした。外国人の利用が多いスーパーのコメ売り場に認証マークを添付してもらった例もある。タイ香り米はジャスミンライスとも呼ぶ長粒種で世界的に高級米として知られる。タイからは中東やマレーシアにも輸出しており、根強い人気がある。現在はタイ料理店への販売が中心だが、認証マークの添付も契機に販路を拡大する。

国内市場の縮小でハラール認証など海外に目を向けた動きが活発になっているが、まだまだ知らない部分も多い。その物自体は戒律に触れるものでなくても、認証を得るには生産過程や加工段階の履歴を深くたどっていかないと見えない部分もあるのだということがわかった。常に基準が見直されていくものなので、製造・外食産業は今まで以上に情報収集力も求められていくだろう。

---

### 3) 「“溶けにくいアイスクリーム”が誕生」

「溶けにくいアイスクリーム」が登場した。気温が高い日に適しているだけでなく、従来よりも健康的（飽和脂肪を抑えられており、より低カロリー）で、環境にも優しい（製造や運搬、保存のためのエネルギーが減る）と研究者たちはリリースで述べている。

スコットランドにあるエジンバラ大学とダンディー大学の共同研究チームが発見した、この新しい魔法の成分とは、「BslA」と呼ばれるタンパク質だ。水と油の分離を防ぎ、泡がはじけるのを抑え、表面をコーティングする。アイスクリームに使用すると、硬い氷の結晶ができにくくなる一方で、軽い口当たりが維持され、溶けるまでの時間が長くなるという。

「研究チームは、英国の暑い夏のことを考えていました。少なくとも、溶けたアイスクリームがコーンを流れ落ちることはなくなります」と、今回のタンパク質を発見した研究者のひとりであるエジンバラ大学教授のケイト・マクフィーはUK版『WIRED』に語った。

マクフィー教授によると、研究チームは、体によい細菌の特性を調べていたときに、自然に発生したこのタンパク質を発見したという。このタンパク質の特性がアイスクリームの特性に合うと判断され、実験が始まった。

『Daily Mail』紙の記事によると、このタンパク質は、日本で食べられる納豆に自然に発生するもので、チョコレートムースやスフレなどのデザートのお食感をよくするためにも利用できる。

研究チームは、微生物を用いてこのタンパク質を生成する方法を開発したという。すでに企業などから関心が寄せられてはいるが、溶けにくいアイスクリームを家庭の冷凍庫で見かけるまでには、あと3-5年ほどかかりそうだ。

夢のような食品が登場するたびに、人の食に対する関心は絶えないと思わされる。このように成分の概要があきらかになっているものはまだ安心できるが、成分がわからず問題になる食品も出てくるだろう。夢のような食品は透明性があってこそだと思う。

---

#### 4) 「近年大都市でも増えている“屋上庭園”が超巨大化」

米カリフォルニア州の都市クパチーノの、大規模な再開発計画「THE HILLS at Vallco」が発表され、話題となっている。その新提案とは、現在のショッピングセンターを含む約3万6000坪の土地に、ショッピングモールやレストラン、映画館などを配置し、その屋上全体を巨大庭園にするという、驚きのプラン。誰もが利用できるというその庭園内には、約6kmのウォーキング&ジョギングコースのほか、ワイン園やオーガニック菜園、子ども用の遊び場などを配置。

このほか住居棟やオフィス棟の建設なども、プランに含まれているそう。

同施設計画では環境問題への配慮も申し分なく、雨水を利用した給水システムや、緑化による地球温暖化対策など、エコ派に嬉しい造りも魅力のひとつとなっている。

「THE HILLS at Vallco」は現在、開発許可申請に向け、地域住民や関係者への説明会などを行なっているという。

実現すれば、おそらく世界一巨大な屋上庭園となると思われ、自然と共存する街として新名所になりそうだ。

屋上のワイン園で収穫されたものがカリフォルニアワインになる計画もあるそうなので、収穫したものをそのままショッピングモールで販売することもできそうだ。巨大にすることで屋上庭園も広く取れ、自然により溶け込むことになる。自然との共存する都市開発にまた新たな一歩を見いだせるのではないかと感じた。