

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「日めくりで買い物お得に、新庄の商店街」
 - 2) 「ダイードリンコ、自販機に無料レンタル傘」
 - 3) 「しばむ“社会的消費” 余裕減り思いやりも縮小？」
 - 4) 「英国発の食品リサイクルカフェ、取り組みは世界へ」
-

1) 「日めくりで買い物お得に、新庄の商店街」

新庄市商店会連合会が、1枚1枚がクーポン券になった2016年用の日めくりカレンダーを作った。加盟50店で使える特典総額は35万円。全国初の試みといい、連合会は「日付をめくりながら毎日買い物を楽しんでほしい」と集客効果を期待する。

カレンダーは市のキャラクター「かむてん」にちなみ、「クーポンカレンダー まいにち、かむてん」と名付けた。市内五つの商店街の計50店舗が参加。来年の366日全てが1枚ずつ1店ごとのクーポン券になっている。

「券持参の方50円引き」「満タン給油で水洗い洗車無料」「焼酎ボトル1本サービス」など、各店オリジナルの特典が記され、使用期限は「月末まで」「1週間有効」などさまざま。カラー3色のイラストは市内3高校の美術部員約70人が分担した。

連合会事務局で地元まちづくりNPOのアンプが企画し、日めくり大手の新日本カレンダー（大阪市）と提携した。新庄が発祥となった100円商店街のように全国に広めたい考えた。アンプの斎藤一成理事長は「地元の店を盛り上げるため、1枚ずつどう使われるか追跡調査し、他の商店街にも事業提案できるようノウハウを高めたい」と話す。3000部発行。11月19日まで税込み500円で、以降600円。

最近では商店街を利用する人が減っているように感じるが、このような取り組みがあると足を運びやすい。今では便利なスーパーマーケットやコンビニが主流になっているが、商店街の良さはまた違う。認知度を高めていくことで、全国的に広まることを期待している。

2) 「ダイードリンコ、自販機に無料レンタル傘」

ダイードリンコは22日、自動販売機で傘を無料で貸し出すサービスを始めたと発表した。自動販売機の側面に設けた専用ボックスに社名入りの貸し傘を備え付けており、急な雨で困っている人に使ってもらう。傘は後日、同じ自販機に返却してもらう。地域貢献活動の一環として社員が発案し、まず大阪市内の60台の自動販売機で試験的に始めた。

今回の企画は、自動販売機への飲料補充・メンテナンスを担当する「ダイードービバレッジサービス」のなにわ営業所社員が発案。「日頃から自販機をご利用いただいている地域の方々に、飲料提供以外でも貢献したい」というのが主な理由だという。

仕組みはシンプル。自販機の横に設置された“レンタルアンブレラBOX”内の傘を借りたら後日返すというだけで、盗難防止の鍵があるわけでも、買った人だけが使える仕組みになっているわけでもなく、誰でも使ってOK。

21日からスタートしたが、ネット上では「これは助かる」「広告効果がある」「ほとんど返ってこないのでは」といった声が上がっている。

そのような声に担当者は「強風による破損や、もとの場所に再度訪れる機会がないなど、返却されない、もしくは、返却に時間を要することは少なからず発生すると考えておりますが、多くの利用者からは良識に基づき返却いただけると信じております」との回答をしている。

売上が減ってしまう雨の日に自販機へ足を運びきかけになる点や、返却の際にも足を運んでしまう。広告効果だけではなく、出向かせる発想が面白い。また、それが良識に基づいての返却を期待する「性善説」に立っている点も興味深かった。まずは3カ月のトライアル期間を分析したうえで他の地域からも要望があれば検討するようなので、いい結果が出ることを願う。

3) 「しばむ“社会的消費” 余裕減り思いやりも縮小？」

日経MJがヒット商品番付で、「東の横綱」に「エコロジー商品」を選んだのは1990年の年末だった。具体例は動植物をデザインしたファッション、再生紙、鯨や宇宙ものの本などだ。

世界的な環境保護意識の高まりが背景にあり、欧米では一定の潮流になっていると指摘。前年末をピークに日経平均株価が下り坂に入り、ブランド衣料から飲食店まで高級志向一辺倒だった消費者心理の大きな転換点を象徴する横綱となった。

90年を境に日本経済は「失われた×年」と呼ばれる低迷期に入る。この間、エコロジーに始まる社会的消費はほぼ一貫して広がり続けた。

2000年以降は環境に健康を加えた「ロハス消費」、作り手の労働問題や地域コミュニティへの貢献にまで配慮した「エシカル（倫理的）消費」などの言葉も生まれた。

その大きな流れが変わる予兆なのだろうか。

消費者庁の「倫理的消費」研究会にマーケティング会社のデルフィスが提出した調査結果が、参加者にちょっとしたショックを与えた。人間や社会、地球のことを考えた消費やライフスタイルについて、「興味がある」人の割合が09年の59.8%から15年の45.4%へ、ほぼ一貫して減少していたからだ。

そうした消費や生活を「実践している」人も、09年の28.3%から15年の19.9%へと減った。この間、「エシカル」という言葉の認知率も13.5%から12.5%へ、わずかだが減少している。これでは倫理的消費が広がっているという研究会の前提が怪しくなる。

同様の調査結果はほかにもある。マイナビが大学生に聞いている就職観だ。02年卒では10%に満たなかった「人のためになる仕事をしたい」という回答が、13年卒では19.2%と2倍以上に。しかし15年卒では14.8%まで減少し、16年卒も16.3%にとどまる。

「社会に貢献したい」も14年卒をピークに減少に転じた。かわって増えたのが「個人の生活と仕事を両立したい」学生だ。若者の職業観にも流れの変化がある。

理由は何だろう。若者も高齢者も余裕がなくなったから。被災地復興の遅さや都知事選でのネット系候補の惨敗などで「ソーシャルなもの」がくすんで見え始めたから。五輪もあり、

横のつながりより国のまとまりを優先する気分だから。自分のことは自分でという自己責任論に共感するから……。仮説はいろいろ考えられる。

仲間と国家はあるが、自分と社会がない。ツイッターや無料通話アプリ「LINE」とともに育つ世代からは、そんな印象も受ける。価値軸の変化に注目したい。

時代が変われば考え方が変わるのも当然だと思うが、調査結果に10ポイント以上の差が出るというのはかなり大きい。戦後の豊かな状況の日本で育ち、ファストフードに加えファストファッションも当たり前になった中、物を大切に使うという感覚も薄れているのかもしれない。ただ、エコやエシカルは消費に余裕があろうがなかろうが意識しなければならない問題だと思うので、ファッション感覚でも良いから意識して少しでも生活の中に反映できればと思う。

4) 「英国発の食品リサイクルカフェ、取り組みは世界へ」

英・リーズの貧困地区アームリーのコミュニティ・センターで2年前に始まった「リアル・ジャンクフード・プロジェクト」。これは賞味期限切れや何らかの理由で販売できずに廃棄されてしまう食べ物を回収し、完璧な料理に変えるというプロジェクトだ。創設者で元料理人のアダム・スミスさんは、カフェで廃棄処分される運命の食べ物を使った料理を提供し始めた時、「世界の食品廃棄と戦う」という大きな目標を掲げ、現在ではオーストラリアやフランス、韓国、米国、ナイジェリアなど全世界に約120の提携カフェを持つまでになった。

国連によると、毎年、世界で生産される食料の約3分の1に相当する約13億トンが無駄になったり、廃棄されたりしている。そのような状況の中、スミスさんは2013年12月のプロジェクト開始以降、これまでに約200トンの食品ロスを阻止したという。

英国では、消費期限が過ぎた食品を販売することは法律違反となるため、プロジェクトに参加するカフェでは、客が支払いたい金額だけ支払う「pay-as-you-fee」方式を採用している。スミスさんによると、これはほとんど寄付のようなものだという。

ボランティアでカフェを支える人たちは、その日に調達できた食材でいかにおいしい料理を作り出すかという課題に日々直面している。それも「楽しみの1つ」と話すのは、英ノーザンプトンでカフェ「エルシーズ」を経営するシェナ・クーパーさん。

クーパーさんは、自分のカフェで回収している廃棄寸前の食料が氷山の一角でしかないと認識している。それでも、この取り組みを通じて、食品をめぐるシステムの実態を人々に知ってもらいたいと話しており、「現在の食品流通システムには多くの問題がある。地球の反対側からわざわざ空輸したバナナをゴミ箱に放り込むなんて、とんでもない話だと思う」と語気を強めた。

英南部ブライトンの教会を利用したカフェで、毎週約200人に食事を提供しているアダム・バッキンガムさんも、「残念ながら、僕たちは食べ物を捨てても、また買えばいいと考えるようになってしまった。便利さで感覚がまひしてしまっているんだ」と語った。

他方ロンドン北部では、2人の起業家が消費者と余った食料の提供者をつなげるアプリ「Olio」を立ち上げた。このアプリでは、提供者が販売期限の迫った食品の画像をアップロードし、その他の利用者がそれらを検索・受け渡しについて相手と直接やり取りすることができる。

起業家の1人、テッサ・クックさんは、「市場調査をした結果、約3人に1人が食べ物を捨てることに『肉体的な苦痛』を感じていることが分かった」と説明する。

2人はこれまでに個人、業者など、食品を提供する15人の「創立メンバー」と契約した。今はロンドン限定だが、いずれこのアプリを世界中で展開したいと話しており、「食料の廃棄について知れば知るほど、ことの重大さにますます圧倒される。本当に無駄が多く、無責任、不道德な行為だ」とコメントした。

「地球の裏側から空輸したバナナをゴミ箱に放り込む」という言葉にハッとした。食品廃棄の問題は今になって始まったことではなく、また全世界で問題になっていることなのに、このような取り組みが未だに「話題性」止まりで浸透しないことは深刻な問題ではないかと思う。消費者と生産地を結ぶ店の役割はとて大きいと改めて感じた。