

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、野菜に“収穫時刻” 鮮度アピール、来店促す」
- 2) 「米国で人気チョップサラダ 日本人のサラダの概念が変わる!？」
- 3) 「津波や高潮など塩害に強い大豆 遺伝子を発見 収穫量アップ」
- 4) 「指でなぞるだけで電話できる究極ケータイ “Luna Phone” への期待」

1) 「イオン、野菜に“収穫時刻” 鮮度アピール、来店促す」

イオンは収穫時刻を明示した農産物の販売を一部店舗で始めた。自社の直営農場でその日に収穫し、近隣の店舗に直送して鮮度をアピールする。コンビニエンスストアや電子商取引との競争を受け、生鮮食品の鮮度は以前にも増してスーパーの重要な競争軸になった。時刻まで明記する取り組みで、直営農場を持つ強みを生かす。

午前8時。茨城県にあるイオンアグリ創造（千葉市）の直営農場で、その日に出荷するハクサイ、コマツナ、キャベツの収穫が始まった。収穫されたものから農場内の作業場に運び込まれ、テープ張りや袋詰めなどの商品化が進む。

9時すぎ。イオン農場のロゴなどが入ったラベル貼りが始まった。ラベルには収穫時刻「8時」の文字と、価格が印字されている。11時ごろに集荷の専用トラックが農場に着き、近隣のイオン店舗に向けて出荷。正午ごろには売り場に作ったコーナーに商品が並んだ。

イオンは昨年12月、茨城県の牛久農場でこうした「朝採れ野菜」の実験を始めた。今後、全国の19農場に同様の取り組みを広げ、約150店で朝採れ野菜を売る。

スーパーが販売する農産物は一般的に市場や物流センターを経由するため、店舗に並ぶのは収穫の翌日または翌々日になることが多い。各社は鮮度の高い野菜を扱うため、通常の仕入れとは別に地場生産者との直接取引を増やしているが、収穫時刻まで明記するのは珍しい。

「自社でやっているからこそ、自信を持って時刻を示せる」。イオンアグリ福永庸明社長はこう話す。契約農場などでは同じ取り組みをしようとしても、本当にその時刻に収穫したか確認しにくい。収穫時刻はラベルだけでなく店頭販促でもアピールする。

課題はある。1ヶ所の農場から届けられる野菜はせいぜい数品目。収穫量にも限りがあり、悪天候で収穫ができなかったり配送が遅れたりすることもあり得る。欠品リスクは否定できず、商品が店に届くまで売り場の棚は空いた状態になりやすい。

こうしたことから、専用の流通網を整えたとしても朝採れ野菜が農産全体の売りに占める割合は数%以下と見られる。だがイオンの狙いは一部でもそうした商品を扱うことで店に活気を出し、来店動機を増やすことにある。価格も生産コストと相場の見合いで決め「鮮度が高くても必ずしも高めの値で売るとは限らない」（同社）という。

日本チェーンストア協会によると、全国スーパーの販売額に占める食品の割合は2015年に64.3%と、10年前から5ポイント高まった。近年は生鮮野菜や精肉、できたて総菜などが伸びている。これらの商品はコンビニなどで手に入れにくく、集客の軸として存在感を高めている。

イオンのような大手スーパーは過去、大量仕入れによる安値を武器に成長してきた。だがメーカーが工場で作る加工食品に比べ、野菜や総菜は規模のメリットを生かしにくい。野菜は品質向上も生産者の努力による部分が大きい中で、いかに他社と違う価値を訴求するか。「収穫時刻の明示」は新たな手法の1つだ。

一貫して自社で行うイオンならではの取り組みだと言える。表示が細かくなればなるほど安全や安心をアピールできる場になるが、偽装の心配が増えるともとれるだろう。もちろんリスクも伴う取り組みだ。大手がここまでこだわると中小企業との差が開いていく気がするが、この差をどう埋めるかが消費者を呼びこむポイントかもしれない。

2) 「米国で人気チョップサラダ 日本人のサラダの概念が変わる!？」

1cmほどの角切り野菜にドレッシングを絡めたものが、チョップド・サラダだ。使われる野菜は、ブロッコリー、アスパラ、ポテト、キュウリ、ベイビー・スピナッチ、赤ピーマンなど。その他に、ツナやサーモンフレーク、チキン、ベーコン、ゆで卵などを入れることも多い。チョップサラダに使う野菜は、水分が少ないものであれば基本的に何でもOKだ。アメリカでは、ステーキをチョップしてサラダの素材にする人も珍しくない。素材選びに自由度があるので、様々なバリエーションを楽しめることができる。

チョップサラダは、今までのサラダの概念を大きく変えるだろう。理由の秘密は、調理法にある。全ての野菜を1cm角にチョップすることで、口に入れた時に食材の味が混ざり合う。そのため、メインディッシュとして味を楽しむことができるのだ。

アメリカの都市部では、サラダをメインディッシュとして食べる人が多い。夕食にサラダを食べるといふ人も珍しくない。それだけアメリカのサラダは、ボリュームがあるともいえる。また、自分の好きな素材をトッピングするカスタムサラダが、文化として確立している。日本にも、米国で人気のカスタムチョップサラダ専門店が増えている。12月15日にオープンしたばかりの「CRISP SALAD WORK (クリスピー・サラダワークス)」をはじめ、5月にもラップボウル専門ファーストフード店として「Saladish (サラディッシュ)」がオープンしている。

「Saladish (サラディッシュ)」に至っては、日本で初めて、サラダをサイドオーダーとしてではなくメインディッシュとして提供したお店だ。どちらのお店も、何十種類という素材の中から、自分好みのトッピングができる。そして、スタッフに特殊なナイフでチョップしてもらおうというスタイル。

今、時代はヘルシー志向へと向かっている。野菜をたっぷりを使い、満足感を得やすいチョップド・サラダは、まさに時代にマッチした料理だ。まだ、日本では、認知度が低いカスタムチョップサラダだが、今後、美に関心のある女性達の間で、ブレイクしていくかもしれない。

1月25日(月)本日、吉祥寺駅公園口から徒歩4分「わたしのサラダ製作所。My SALAD FACTORY!」という専門店もオープンする。厳選された100%国産野菜を始め、ショートパスタやライス、トッピングやドレッシングの種類も豊富らしく、選んだ食材は、半月状の大きな包丁「Mezzaluna (メッザルーナ)」で細かく刻まれチョップドサラダになる。オーダー式の店舗であればメッザルーナでカットされる様は見応えもあり、カラフルな食材は見栄えも華やかで対面型店舗にはうってつけだろう。フィリップスからは食材を均一にカットできる「マルチチョッパー」も2月に販売予定と発表されている。「ジャーサラダ」に続き、今後新たなサラダブームとして広まっていくことが予想される。

3) 「津波や高潮など塩害に強い大豆 遺伝子を発見 収穫量アップ」

津波や高潮などの海水や、水不足が懸念される乾燥地帯など土壌の塩害が懸念される地域でも、安定して生産できる大豆の遺伝子を東北大学や北海道大学などのグループが発見した。既存の大豆と交配させることで塩害に強い品種の開発が期待されるという。

味噌や醤油などの原料に使われる大豆は、世界でも消費量を増やしていて、この15年間で倍近くの3億トンに増えている。植物油や家畜の飼料としても使われている大豆は、干ばつや塩害、低温などに弱く、イネやトウモロコシなどに比べると生産性が低いのが課題になっている。

東日本大震災で津波や高潮の被害を受けた東北沿岸では、農地の土壌で塩害が報告されている。国外では中国の乾燥地帯を中心に、世界の灌漑用地の3分の1の面積にあたる土壌で、塩性化の影響を受けていて、収穫ができなくなっている状況だ。

塩害に強い品種改良を目指す東北大学の佐藤雅志准教授や国際農林水産業研究センターなどのグループは、大豆の祖先である野生のツルマメなど600系統以上の大豆の遺伝子を解析した結果、ブラジルや中国、日本の野生の大豆などから塩に強い遺伝子を持つ品種を発見し、耐塩性を持つ遺伝子が第3染色体にあることを突き止めた。

この遺伝子を導入した2種類の大豆を育てたところ、遺伝子が地中の根で強く発現すると、茎や葉での塩の蓄積が少なくなることも実証されたという。

さらに塩に強い遺伝子を持つ系統と、従来大豆を塩害畑で3年間育てたところ、従来品種は、葉が黄色く枯れたが、遺伝子を持つ大豆では、収穫量が4.6倍良かったという。

研究グループでは今後、遺伝子組み換え技術を使って既存の品種よりも塩害に強い大豆の開発に結び付けたいと話している。

遺伝子組み換えと聞くとあまり良いように聞こえないが、土壌や環境に合わせた農作物の開発はさらに求められると思う。今は大丈夫でもいつどのように環境が変化するかわからないので、今後の研究・開発に期待したい。

4) 「指でなぞるだけで電話できる究極ケータイ “Luna Phone” への期待」

スペインのデザイナーが考案した「Luna Phone」は、携帯電話から数字キーを無くしてしまった美しいデザインが特徴のコンセプトモデルだ。

「Luna Phone」は、1枚の板のように見えるが、本体の上側はLEDライトが内蔵され数字やアルファベットを表示できる。

一方本体の下部はタッチパネルになっており、指先で数字や文字をなぞって描けば、数字が入力されるのだ。

例えば090と入力したければ、タッチパネル上で、「0」「9」「0」となぞればよい。すると上側にLEDライトでその数字が表示される。そのまま相手の電話番号を指先で入力していけば発信できるというわけだ。

またメッセージを送るときも同様に、アルファベットを指先で書くだけで入力できる。まさにシンプルを極めた入力方法だ。これなら誰にでも使えるだろう。

しかも使い方が簡単なだけでなく、本体デザインもとても美しい。

このLuna Phoneを発案したのは工業デザインや家具デザインを行っているジョージ・アルベロ・カブレラ氏。携帯電話の原点である「通話」と「メッセージ」に絞ることで究極のデザインを実現したわけだ。

とはいえ、今の時代、このLuna Phoneだけで日常生活を送ることは難しい。電話以外にも、SNSやWebページ閲覧、ネット通販などのインターネット活用が日常生活に必要不可欠となり、それらが使えるスマホがなくては生きてはいけない時代だからだ。もしもLuna Phoneが製品化される時は、この薄いフラットなデザインを活かして、スマホと組み合わせて使うことになるだろう。またスマホカバーの背面に組み込むなんてアイデアも面白いだろう。つまりiPhoneのカバーやケースの裏側がLuna Phoneになっていれば、iPhoneを裏返すだけで電話を簡単にかけられるわけだ。数字キーなどの突起が無いので、電話をしないときはケースとして違和感なく使うことができる。

パネルに指で数字を書いて、チェックマークをなぞれば電話をかけられる。スマートフォンより簡単で直感的な操作なのでさほど難しくはないだろう。商品化は未定ということだが、この技術があれば携帯電話以外でも医療現場や介護の現場で役立つだろう。ぜひ製品化してほしい。