

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「枚方のスーパーにリハビリカフェ ショッピングで効果を」
- 2) 「無添加&健康促進の子供向け宅配弁当、広がる」
- 3) 「賞味期限表示を“月単位に” 業界団体が食品ロス削減へ手引書」
- 4) 「パナソニック 店舗照明、光の色“演出” 車ディーラーなどの」

1) 「枚方のスーパーにリハビリカフェ ショッピングで効果を」

枚方市北山の食品スーパー「スーパーストアナカガワ北山店」に、下半身が弱った高齢者や、脚をけがした人たちがリハビリできるカフェがオープンし、人気を集めている。スーパー内にリハビリ施設という全国でも珍しい取り合わせ。歩行支援機器を貸し出しており、リハビリを兼ねたショッピングもできるのが特徴だ。

カフェの名称は「暮らしの保健室LICOS（リコス）」で、一般社団法人LICOS（枚方市）が5月にスーパーの協力を得て開設。約100平方メートルのスペースに、テーブルといすを並べ約30席ある。コーヒーやジュースなどカフェのメニューを楽しめるほか、スーパーで買った食品も持ち込める。

カフェは、歩行支援機器と歩行支援のショッピングカートを用意。歩行支援機器は左足と右足、両足が不自由な人のために3タイプを用意。モーターなど電気を使わずバネの力で歩行をサポートし、不自由な足に装着すると脚の動きに同調し歩行を導く。カートは5台用意し高齢者や体の不自由な人が体を預けられる設計で歩行を手助けする。

さらにスーパー内で買い物することで、体の運動を推進するとともに認知機能やコミュニケーション能力などを向上させ、認知症予防につなげる。

使い方などは、常駐する理学療法士で、LICOS代表理事の川内雅和さん（29）がアドバイスしている。川内さんは「リハビリが必要になった近隣の住民に、買い物など日常生活を通して、リハビリに取り組んでもらえる」と話している。

一方、スーパー側は地域に優しいというイメージを提案、売り上げ増にもつなげたいとしている。

従来ならば体力的な問題で買い物に来るのが難しいような方たちがこれを目的に身体を動かせるようになるのはとても良いことだと思う。運動+買い物行動ということで身体も頭も使うことができるので普通のリハビリとはまた違う効果が得られるのではないかと期待したい。他の店にも広がって、たくさんの方にこのような場所が提供できるようになることを期待したい。

2) 「無添加&健康促進の子供向け宅配弁当、広がる」

2015年3月、FCNは第1回インキュベーションプロジェクト「リアンプロジェクト」で最優秀賞に選ばれた。このイベントはベンチャー企業などの創業期の事業プランを審査するも

ので、255社が応募し、予選を通過した8社がプレゼンテーションを行なった。その結果、最優秀賞に評価されたFCNは、学習塾と学童保育施設に対して夕食用の弁当や手づくりのおやつを配達している。

ありきたりの弁当ではない。メニューは健康増進と味覚の形成を意図して、旬の食材を使用した和食に徹し、無添加の手づくりである。主食に玄米や雑穀を混ぜて栄養価を高め、主菜には「鯖の西京焼き」「鱈の竜田揚げ人参ソース」など魚料理も取り入れ、副菜には海藻やきのこを使用している。タレやドレッシングも出汁取りから手づくりだ。容器にも意図が込められている。保温性の高いステンレス製の容器を2つ用意し、主食と主菜・副菜に分けて入れているが、理由は2つある。

ひとつは、環境対策として使い捨て容器を採用しないこと。もうひとつは、容器を手を持って食べる習慣をつけさせることである。ひとつの容器に主食・主菜・副菜を盛り込むと、子供の場合、置いた容器に顔を近づけて食べる“犬食い”になりがちだ。この癖が身につかないように、容器を分けて手に取れるサイズにしたのである。

さらに、弁当にはメニューや食材を説明した手書きの「食育メモ」が添えられている。1食単価は小学校低学年向けが500円、小学校高学年向けが560円、中学生向けが620円。注文は生徒から直接受け付け、入金もFCNに生徒から振り込まれる。学習塾も学童保育施設も場所を提供するだけで、売買には介在しない。現在は都内の「日能研」10教室に弁当を1日平均50食、学童保育施設10ヵ所にはおやつ、夏期休暇や冬期休暇には、日能研と学童保育施設に弁当を計250食配達する日もある。

高齢者向けの配食や弁当が広がる中、子どもの食事については放任されていた現状があると感じた。もちろん保護者が管理すべきことなのだろうが、和食となると作るのに手間がかかったり知識が乏しかったりと敷居の高いイメージがあるのかもしれない。幼少期の食事が大人になったとき大きく身体に影響するにも関わらず、小さい子どもたちは食べるものを自分で選べるわけではないし、近年では給食も洋食に寄りつつあると聞いた。子どもに対する食育ももちろんだが、保護者に向けた食育も必要ではないかと感じた。

3) 「賞味期限表示を“月単位に” 業界団体が食品ロス削減へ手引書」

食品メーカーなどでつくる「製・配・販連携協議会」は2016年7月15日に総会を開き、加工食品の賞味期限表示に関する指針をまとめた「手引書」を公開した。賞味期限切れにともなう食品の廃棄処分など、いわゆる食品ロスを減らすことを目的とするもので、とくに比較的保存期間の長い加工食品については日付単位でなく月単位の表示を促している。同協議会の担当者は、「（協議会に）加盟していない企業にも食品ロスの削減を訴えていきたい」と話した。

手引書では、食品ロスを減らすためのさまざまな方法が紹介され、メーカーだけでなく小売り側にも不当な返品を防ぐための「意識改革」を求めている。4ページのパンフレットと「パワーポイント」のファイルで構成される手引書のうち、ファイルについては、協議会の公式サイトで近日中に公開される予定だという。

最近食品ロスに関するニュースが多く日本だけでなく海外でも問題として挙げられている。

賞味期限が一日過ぎただけで加工食品が廃棄される業界の習慣に着目し、日付単位ではなく月単位にすることでかなりのロスを減らすことが出来るという。まだ手引書でしかないので中々習慣化されたものを変えていくのは時間がかかるだろう。手引書の段階ではなく法として義務化していくほうが意識を変えていくには早いのではないかと思った。

4) 「パナソニック 店舗照明、光の色“演出” 車ディーラーなどの」

パナソニックは洋服やクルマの販売店など向けにLED照明器具の光の色をオーダーメイドするサービスを始める。従来の照明器具では光の色は4種類程度しかなく、選択肢が少なかった。新サービスでは基本となる光の色を35種類用意、要望があればさらに新しい色も製作する。店舗演出用照明の売上高を18年度に現在の2倍の100億円に引き上げる。

新サービスは10月から始める予定で、専用のウェブサイト进行を設ける。顧客は好みの色を選択。サイト上に表示される店舗イメージやサンプル器具を借りて色味を確認した後、注文する仕組み。

パナソニックは受注後、光の色を搭載した照明機器具を製造、納入する。LEDの場合、光源の上にかぶせる蛍光体の配合を変えることで色味を調整でき、納入までの時間は従来に比べややかかるものの、製造コストは大幅に高くはないという。

集客や雰囲気作りのために演出照明にはお金をかけたいという顧客は多い。きめ細かい対応をすることで同社の従来器具に比べて1割程度価格も上乘せして販売し、単価アップを目指す。ブティックやクルマのディーラー、美術館やバーなどに売り込む。

照明はスーパーマーケットでも店内のイメージや商品の魅せ方に大きく関係している。光の「色」をオーダーメイドできると演出の幅も増え、より視覚的にも印象に残る売場作りができそうだ。ぜひ利用してみたい。