

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「“ロイホ”の冷食アピール“こだわり”具体的に伝える」
- 2) 「アーバンリサーチとゼノマ、睡眠状態を計測するスマートパジャマ発売」
- 3) 「“お菓子の過剰包装やめて”女子高生がネット署名活動」

### 1) 「“ロイホ”の冷食アピール“こだわり”具体的に伝える」

自宅でも外食気分を味わいたい。新型コロナウイルスの感染が続くなか、ロイヤルホールディングス（HD）はそんな「巣ごもり消費」を取り込もうと冷凍食品の販売に力を入れている。商品企画に携わるのはイノベーション創造部のリン・フォンションさん（40）だ。冷凍食品の競合が激しくなるなか、自社商品の魅力を消費者にわかりやすく伝えようと奔走している。

リンさんはマレーシア出身。地元は地鶏やモヤシ料理が有名な美食の街として知られ、リンさんも食へのこだわりは人一倍強かったという。日本に留学すると食品科学を専攻した。卒業後はロイヤルHD傘下の機内食の製造会社に就職。工場の品質管理に携わり、イスラムの戒律に従う「ハラール認証」の取得に向けた商品開発を担った。現在リンさんが手がけるのはファミリーレストラン「ロイヤルホスト」などの冷凍料理シリーズ「ロイヤルデリ」だ。ハンバーグやドリアなど25種類をそろえ、1袋250～780円で販売している。

ロイヤルデリは1950年代から蓄積した食材の冷凍技術を応用し、うまみを逃がさずに出たてのような味わいを維持したのが特徴だ。開発中の「ハーブチキンのグリル」は皮のパリパリ感が残り、かむと口の中いっぱい肉汁があふれる。冷凍すると風味が落ちてしまいがちなハーブの香りもしっかり残っている。ただ、冷凍食品は新型コロナをきっかけにレストランや居酒屋の参入が相次いでいる。伝え方が悪ければ、高品質の商品も競合商品の中に埋もれてしまう恐れがある。リンさんは商品をできるだけ簡潔で具体的に説明できるように意識している。

英語や中国語、マレー語などを操るリンさんにとって「日本人が無意識に使っているあいまいな言葉はものすごく多い」。例えば、「こだわり」という表現。料理の魅力を伝える際に多用されるが「消費者には何も伝わらない」（リンさん）。どんな食材をどういう製法で作っているのかを説明する必要があるという。専門用語の多用も避ける。ドリアやパスタに使う「アメリカーナソース」は「エビなどの甲殻類を炒めて作るソース」といった具合に言い直す。商品の製造を担う料理人と何度も打ち合わせながら消費者に伝わる表現を探る。

リンさんは「料理人と消費者の橋渡し役」を自認する。調理に忙しく、工場で働くシェフから疎まれることもあるが、「気を使っても良い商品は生まれない」（リンさん）。思ったことは何でも遠慮せずに意見するのがリンさんのポリシーだ。最近はSNSで写真映えする料理の盛り付け方を研究している。商品パッケージに載せる写真に生かし、より多くの消費者をひきつけようとしている。

海外向けに商品を開発したりデザインする場面で、言葉選びが一番と言っていいほど難しく、語弊がないようにと気をつけていても現地の方に確認しない限り確認が持てないのがネックだ。外国語が堪能なスタッフがいる場合は心強いがそうでない場合の外国語翻訳への規定やガイドラインがないのが現状だ。日本的なあいまいな言葉選びや言い回しなど

をよりシンプルにわかりやすく伝えるにはどうしたら良いか、今後も引き続きに課題になりそうだ。

(2020/06/08 日経MJ)

---

## 2) 「アーバンリサーチとゼノマ、睡眠状態を計測するスマートパジャマ発売」

アーバンリサーチ（大阪市西区）とXenoma（ゼノマ、東京都大田区）は、睡眠状態を測るスマートパジャマ「デジタルヘルスケアパジャマ」を12日に発売する。レム睡眠やノンレム睡眠などの状態を記録し、グラフで確認できる。価格は2万9000円（消費税抜き）。起床する時間帯を指定すると睡眠の深さに応じて適切なタイミングで起こしてくれる。

布地の温度センサーと慣性センサーでパジャマの温度や呼吸、心拍、体動を計測する。アーバンリサーチからパジャマとして販売し、無料のスマートフォンアプリで睡眠改善や記録サービスを提供する。

リスト型ウェアラブル端末などと違い、違和感なく身に付けていられる。オプションのスマートリモコンと接続すると温度変化にあわせてエアコンの設定温度を自動調整できる。

胸ポケットに睡眠測定デバイスが搭載されており、これで睡眠を測定して睡眠状態を可視化するそうだ。寝苦しい夜にエアコンが自動で温度調整してくれるというのは快適だと思うが、それ以外にどんなメリットがあるか使用した人のコメントを聞いてみたい。また、このように衣類で体の状態を測定できるなら例えば働く人のユニフォームに導入して健康状態を管理できるかもしれない。きちんとデータで可視化して、身体が資本の中「忙しくて休めない」というような状況を少しでも回避できれば良いなと思った。

(2020/6/4 日刊工業新聞)

---

## 3) 「“お菓子の過剰包装やめて” 女子高生がネット署名活動」

「プラスチックごみが増えるお菓子の過剰包装をメーカーはやめてほしい」。新型コロナウイルス感染に伴う外出自粛の影響で、家庭ごみが増える中、東京都内の私立高校1年の女子生徒（16）が、身近なお菓子について、こんな署名活動をネット上で始め、賛同の輪が広がっている。

「私のような中高生が大好きな『お菓子』。そんなお菓子を作ってくださっている亀田製菓さんとブルボンさんにお願ひがあります」。五月十三日、オンライン署名サイト

「Change.org」で提案すると、六月四日現在で約一万七千人の署名が集まった。女子生徒は、両親ときょうだいの五人暮らし。四、五月はオンライン授業を受けるなど自宅で過ごす毎日。母親とプラスチックごみの整理をしていたとき、食品を包装するごみの多さにショックを受けた。「昨日ごみを出したばかりだったのに、リビングのごみ箱は、翌日にはいっぱい。押し込んですぐパンパンになった」と振り返る。

特に過剰だと感じたのが、お菓子類。お菓子の袋を開けると、また個別に包装されている。トレイまでついていて「これって必要？」と疑問を感じた。

昨年、環境問題を扱った雑誌の特集記事をネットで読み、海に大量に流入するプラスチックが世界的な問題となっていることに危機感を抱いていた。小学五年生の夏、家族旅行で訪れた沖縄の海の美しさを覚えている。「私たちは知っている。見て見ぬふりはできない」と行動に移した。

外出自粛の要請が出ていた四月、一般家庭ごみ（可燃）は大幅に増えた。東京二十三区では前年同期比で8・3%増の十七万七千トン。横浜市は13%、千葉市は7・5%、さいたま市は4%と、それぞれ増加している。

政府は新型コロナウイルスの感染拡大防止のため「新しい生活様式」の実践を呼び掛けている。一例に持ち帰りやデリバリーの利用を挙げており、今後も家庭ごみの増加は予想される。

女子生徒の署名活動の目標は二万五千人。「先進的な大手二社に削減活動を先導してほしい。賛同者の声を、直接会って担当者に伝えたい」と話す。

亀田製菓（新潟県）の担当者は「（提案は）おっしゃる通りだと思う。トレーを抜くなどエコパッケージ化を進めています」。ブルボン（同）は「植物由来のプラスチックに換えるなど削減を進めており、今後も問題解決に努めたい」とコメントした。

環境問題について取り上げたり考えたりする機会は多くとも、この記事のように実際に行動を起こしメーカーに声を直接届けるという人はかなり少数派だろう。同じくスーパー内にある「お客様の声」も、実際に投函される数は来店者に比べ割合少ないのではないだろうか。消費者の声はとても重要なものであり情報源なので、届いた要望をホームページで公開したりアナログ化した掲示板を店内に置き「いいね機能」などを付け声を挙げずとも意見できる場を設けることで、もっとたくさんの声が集められるかもしれない。

（2020/06/04 東京新聞）