

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「スタバがVOLVOと協力し、店舗に充電ステーションを設置」
- 2) 「誰でも“コーヒーの木”のオーナーに 本州初の“国産コーヒー”」
- 3) 「16歳社長、果物のロスを“レスキュー大福”」

1) 「スタバがVOLVOと協力し、店舗に充電ステーションを設置」

3月15日、アメリカのスターバックスが自社が取り組むサステナビリティ施策の一環で、店舗にEVの充電ステーションを設置することを明らかにした。このプロジェクトは自動車メーカー「ボルボ」と共同で進めていくようだ。充電ステーションが設置されるのは、ワシントン州シアトルからコロラド州デンバーをつないだ約2000kmの間にある15店舗。

これらの店舗には、合計で最大60の充電ステーションが設置されるそう。コーヒーを飲みながら充電を待てるのは、EVの所有者にとっては非常に嬉しいことだろう。

ちなみに、スターバックスは充電ステーションを設置する店舗数を、55までに拡大する予定だと発表している。

EV普及の課題は、充電ステーションの少なさが一因となっている。このような取り組みが増えれば増えるほど、EVへの乗り換えを考える人も増えてくるに違いない。

(2022/4/1 TABILABO)

2030年代に予想されているガソリン車の廃止に伴い、電動自動車の普及は今後急速に進むだろう。ただ、充電場所の整備はまだまだ数が少ないように思う。このニュースは海外だが、今後日本でも路面店や商業施設は自動車用の充電ステーションが必須になるなど、カーボンニュートラルの加速に向けた動きがありそうだ。

2) 「誰でも“コーヒーの木”のオーナーに 本州初の“国産コーヒー”」

自分の手で豆から育てたコーヒーを味わう。そんな贅沢な楽しみ方を、日本にいながらにして体験できるかもしれない。本州初となる国産コーヒー豆の初収穫に成功した岡山市の農業法人「やまこうファーム」が今月末、一般消費者が国産コーヒーの苗木を購入できる「オーナー制度」を開始する。同社はコーヒー農園の開設を目指す企業や団体などを対象に苗木を販売してきたが、コーヒーファンである一般の消費者にも「自分の木をもつ」という楽しみ方を提案することで、国産コーヒーの普及・拡大につなげたい考えだ。

バナナやパイナップルなど、日本での栽培が難しいといわれている熱帯植物の栽培を手掛けるやまこうファーム。コーヒーの総消費量が世界で上位に入る日本が、豆の99%を海外からの輸入に頼っている状況をビジネスチャンスと捉え、12年前に東京農業大学と共同で国産コーヒー豆の研究を開始した。

同社が扱う豆は希少価値の高いアラビカ種ティピカという品種。同社代表の山本耕祐さんは「生命力も強いので簡単に実が付くものと思っていたが、はじめはちっとも実がつかず、苗もひょろひょろとして弱々しい苗ばかり。失敗、失敗の連続だった」と振り返る。

幾度もあきらめかけたが、豆そのものの品種改良に加え、育成環境を作り出すために適温を維持し、直射日光を避ける温室ハウスを設置するなど工夫を重ねた結果、2020年によくやく自信を持って販売できる品質のコーヒー豆を収穫することができた。

同社のコーヒー豆の最大の特徴は完全無農薬だ。山本さんによると、海外から輸入する豆の多くは栽培時だけでなく、長時間の搬送時にも農薬による燻蒸処理が施されている。これに対し、一切農薬に晒されていない国産豆は、山本さんいわく、「雑味のない苦み」が楽しめる。「コーヒーは体に良いといわれているが、農薬がたくさん使われている時点で矛盾しているのでは」との疑問もあったという。手間がかかる分、国産コーヒーの価格は100グラムで5000円-1万円と高級だが「農薬が入っていないコーヒーを飲みたいという人の元へ届けたい」と意欲を示す。

国産コーヒーの普及と生産量の拡大に向け、やまこうファームでは「ジャパン・コーヒー・プロジェクト」（以下JCP）と名付けて企業や団体、個人経営者を対象にコーヒー農園のオーナーを募集する活動を行っている。購入後は自家栽培か、やまこうファームへの管理委託のいずれかを選択することができ、自家栽培を選択したオーナーには同社が蓄積した栽培ノウハウを提供し、無農薬栽培の方法から温室ハウスの設営、収穫の手伝いまでフォローする。収穫した豆は同社がコーヒー豆を買い取るため、販路開拓の心配も不要だ。企業、団体に対しては温室ハウス1棟あたり100本の苗木を、10棟分から販売する。山本さんによると、すでに10社の農業法人が購入しているという。

今月末からは1本から購入できる一般消費者向けのオーナー制度も展開する。苗木の価格は1本あたりおよそ3万-5万円ほど。苗木の大きさにもよるが、栽培開始から3年ほど経てば苗木1本あたり1-2キロ（コーヒー100-200杯程度）の豆が毎冬収穫できるという。

木は1メートル程度の高さで成長を止めることができ、日照を避け、最低気温15度の環境を維持できる環境があれば、個人宅でも栽培が可能。収穫した豆はやまこうファームでオーナー専用に焙煎することも可能だが、希望があれば自身で行える手網焙煎の方法もアドバイスするという。オーナー制度については募集を開始する前からすでに予想を超える数の問い合わせがあり、個人では特に喫茶店の経営者などからの問い合わせが寄せられている。

山本さんは「苗木販売とコーヒー農園のオーナー募集事業を通じてコーヒー豆の収穫量を増やし、多くの人に国産コーヒーを届ける取り組みをしていきたい」と意欲を示している。

（2022/4/16 SankeiBiz編集部）

昨今のコーヒーブームを見ても、いかに需要があるかは十分に分かる。自家焙煎をするだけでも「こだわり」である中、自分で「木を育てる」ことができればさらに愛好家の心を掴むだろう。山本さんの熱意が各地に広がって、完全無農薬のコーヒーが手頃な値段で飲める日が来るのが楽しみだ。また社会情勢や自然環境の変化で食糧確保の危機が懸念される今、こうして日本の農業に新たな光が見えることも嬉しい。

3) 「16歳社長、果物のロスを“レスキュー大福”」

東京・世田谷区でフルーツ大福店を経営する女子高生社長が、食品ロス削減に本格的に取り組み始めた。小さかったり、皮が傷ついたりした規格外の果物を、あんこと餅で包み「レスキュー大福」として通常のフルーツ大福より4割安く発売した。生乳の廃棄を回避

するため、今夏には規格外マンゴーなどのピューレと合わせた発酵飲料「ラッシー」も発売する。

薄井華香社長は、金沢市の青果仲卸に生まれ育った16歳。2021年6月、飲食店経営や農産物加工販売などの「ソフィオーネ」（東京・世田谷）を起業した。金沢発祥のフルーツ大福屋「凜々堂（りんりんどう）」とフランチャイズ契約を結び、東京・経堂で店舗を運営している。売れ行きは好調で「営業黒字を確保している」（薄井社長）。

起業時の理念である「食品ロス削減」への取り組みを今春から本格化している。まずは、店頭で「レスキューコーナー」を新設した。

同社は主に金沢市中央卸売市場（金沢市）から果物を仕入れている。市場では皮が傷ついたデコポンや、へこんだリンゴなど「味は抜群なのに、ちょっとした傷で廃棄されてしまうフルーツがある」。それらをあんこと餅で包み「レスキュー大福」として通常品の4割安で発売した。

通常のフルーツ大福は1個700円ほどするが、レスキュー大福は400円前後。若い世代に食品ロスの問題に興味をもってもらおうと、学生でも買いやすい価格にした。

インド料理によく出る飲み物で、ヨーグルトをベースに作るラッシーの販売も始める。新型コロナウイルス禍で、生乳が余り大量に廃棄される懸念がある。贈答用としては販売できない果物をピューレにし、ラッシーと合わせる。4月からマンゴーの栽培地である宮崎県など産地を回り、材料を調達する。「ミルクも果物も、無駄にしたくない」との薄井社長の思いがある。

同社では薄井社長のほか、7人のスタッフが勤務する。大学生のアルバイトも含め、社員は全員年上だ。高校に通いながら、社長業もこなしている。4月には動画配信サイト「ユーチューブ」で、食品ロスを防ぐための料理番組の配信も始めた。若い人に、同世代の視点で日本の農業の魅力や、課題を伝えていく計画だ。

（2022/4/15 日経MJ）

規格外や期限間近のいわゆる「見切り品」に対する消費者の考え方は変わってきていると言える。見切り品という言い方も見直されており、各所で様々な取り組みが見られるが、特に生鮮品は新鮮で活きの良いものを選びがちになってしまう。このニュースのように、学生でも購入できる低めの価格帯なのはありがたいことだし規格外の商品がロスになっている事実をより多くの人に知ってもらえる機会になりそうだ。