

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「セブンカフェ “スムージー” 出来たての健康感」
- 2) 「国内初、レトルト商品に音声コード」
- 3) 「“えっ、100円でいいの” 不要なものを格安で次の人へ」

1) 「セブンカフェ “スムージー” 出来たての健康感」

果物や野菜を店頭の専用マシンでシェイクするセブンイレブン・ジャパンのスムージーが好調だ。「出来たての健康感でコンビニ食品のイメージを変えたい」と考案し、透明な容器に入ったカラフルな果物で消費者の目を引く。2021年夏ごろに展開を始め、足元では800店に拡大。健康志向の高まりや店内調理のワクワク感から、女性のみならず幅広い客層の支持を得ている。販売個数は想定の1.5倍で推移する。

グリーンスムージーやイチゴバナナソイ（豆乳）など5つの味を展開し、価格は300円。コーヒーカップのような透明の容器に凍った果物や野菜などが入っており、専用マシンにセットすると1分程度で完成だ。味によってミキサーを回す位置や速度を変えるなど「とにかく品質にこだわった」（開発担当の園田康清さん）結果、一週間に2～3回購入する消費者も多い。

開発当初は朝食代替りの需要を想定していたが、ブルーベリー系は朝食、バナナ系はおやつ代替りなど味によって選ばれ方に特徴が出てきている。都心の通勤通学客のみならず郊外の街道沿いなど幅広い立地で売れている。新型コロナウイルス禍で人流が減る中で来店動機の創出につながっており、今夏をメドに3千店弱まで拡大する計画だ。

構想は14年まで遡る。通常のコンビニ商品が数カ月～1年で製品化されるなか異例の開発期間だ。「コンビニ弁当や惣菜は不健康というイメージを払拭しようと試行錯誤を重ねた」（園田さん）。

おいしいと感じる5度以下で提供するため、冷凍で店に運ぶことにこだわった。冷蔵も検討したが、「提供温度が10度近くなることもあり、ぬるくておいしくなかった」。

一方、冷凍で運ぶにはハードルも。スムージーは冷凍の果物と甘みなどの味の付いた氷をまぜ、水分量と味を調整しているが、糖度の高い水は凍りにくく開発に時間を要した。ただ、冷凍にすることで消費期限が短い果物を納品から2～3カ月もたせられ、廃棄をほぼ出さないという効果も生まれた。

コンビニ業界はコロナ禍による人流減の影響から脱し切れておらず、セブンは来店しないと味わえない出来たて製品は状況打破に有力とみる。店内で揚げるカレーパンなどと並び、スムージーにかける期待は大きい。

（2022/4/10 日経MJ）

コンビニ＝安いけど身体にはあまり良くない、といったイメージが近年払拭されてきている。野菜の多い商品や糖質オフ、脂質オフのサラダや弁当も多く見かける。スムージーは従来から健康的でおいしいというイメージがあるが、できたては買える場所も限定されており市販のものは値段が高いといった懸念もあるだろう。そんな中、身近なコンビニでも安く買えるとSNSでも話題になっており、今後の扱い店舗も増えそうだ。コンビニの動きには引き続き注目しておきたい。

2) 「国内初、レトルト商品に音声コード」

ホテルニュータンダ（長崎市常盤町）は、自宅でホテルレストランの味を再現できるレトルト商品「長崎居留地洋食シリーズ」を発売した。視覚障害者に配慮し、商品説明を音声で聞ける規格「Uni-Voice（ユニボイス）」をレトルト食品としては国内で初めて採用。同規格の用途も広げようとしている。

新型コロナウイルス感染症拡大を受けて企画。毎年、冷凍食品として期間限定販売し好評を得ているカレーとビーフシチューをはじめ、同ホテル内レストランの人気メニューのハヤシライスソースなど5種類をレトルトで商品化した。

持続可能な開発目標（SDGs）の「誰ひとり取り残さない」という理念に基づき、視覚障害者も調理しやすい商品を目指した。当初はパッケージに点字を印刷する構想だったが、一定の表示面積を要し、点字を読めない視覚障害者もいることから再検討。県立盲学校教諭で自身も全盲の東濱啓さんのアドバイスを受け、ユニボイスを採用した。弱視や失読症、高齢の人など幅広い層に使いやすくなった。

スマートフォン専用アプリで、パッケージの2次元コードを読み取ると、自動読み上げ音声で聞ける。温め方の手順だけでなく、蒸気口の位置なども説明し、安全に調理できるようにした。コードの掲載箇所をエンボス加工にし、触ると位置が分かる。

パッケージの図柄は長崎市出身の版画家、田川憲（1967年死去）の作品。「国内初の気球飛揚の地」に近いホテルの立地にちなみ、気球をあしらった。ポストカードも封入し、作品にまつわるエピソードが聞けるユニボイスのコードも掲載している。

同ホテルで配布する観光マップにもユニボイスを採用し、観光情報を音声で聞ける。商品を企画した八尾直美企画部次長は「今後もレストランのメニューやホテルの約款などに活用していきたい。ユニボイスはさまざまな場面で役に立つ規格なので、商品を通じたさらなる普及にも期待している」と話した。

いずれも1500円（税別）。同ホテルの売店やネット販売サイトで購入できる。

（2022/04/19 長崎新聞社）

スマホ作業が必要な場合ハードルがあがってしまうように思うが、身近に視覚障がい者がいないため、こういった生活をされているのか、日常においてこういった不便があるのかなかなか把握できない部分がある。広く出回っているメーカー商品こそ誰もが使いやすいように対応し、より多くの方がフラットに生活をおくるためには、課題も山ほどあると感じた。

3) 「“えっ、100円でいいの” 不要なものを格安で次の人へ」

今月3日、山形県飯豊町に日曜日だけ開くりユース施設「くるくるSHOP」がオープンした。

日曜日限定で開く店で、住民らが不要になった物を持ち寄り、欲しい人はそれを持ち帰ることができる店だ。

10畳ほどの小さなスペースに、まだまだ使える服や食器、それに本など200点ほどが並べられている。2回目の開店となったこの日も次々と人が訪れた。

この店は地域おこし協力隊のメンバーらがボランティアで運営している。

他のリサイクルショップと違うのは、気に入った物はいくつでも100円の負担で持ち帰ることができること。

持ち帰る物は重さを量って、どの位の量がリユースされたのか記録される。利益を目的としているのではなく、あくまでもごみの削減や交流が店の目的で、家賃や光熱費は樺地区から助成してもらっているという。

集めた100円は店の外で回収している空き缶やペットボトルキャップなどをリサイクルに回すための送料に使われる。

この「くるくるSHOP」の出店を考えたのは、飯豊町出身で地域おこし協力隊の後藤武蔵さん。

「去年の12月ぐらいに町のCO2削減の案について考えている時に、いちばん自分たちの中で取り組みやすいというのがごみ削減かなと思ひまして始めました。」

店のヒントになったのが、あの「葉っぱビジネス」でも知られる四国の町の取り組みだったそうだ。

「徳島県の上勝町がごみの削減で『ゼロ・ウェイスト宣言』をしていてその中の取り組みの一つがこのような一角をリサイクルショップのような形をして、いらぬ物を置いて再びいる人の方に届けるというのをやっています。（武藤さん）」

人口1300人余りの山間部の町、徳島県上勝町は、2003年に町内から出る焼却・埋め立てゴミをゼロにする日本初の「ゼロ・ウェイスト宣言」を行い、町をあげてごみ削減に努めた結果、2020年にリサイクル率8割以上を達成し、国の内外から注目を集めている。ごみは収集車で集めるのではなく、町民がごみステーション「ゼロ・ウェイストセンター」に持ち込み、45種類の資源に分別し、リサイクルに回される。また不要でも使える品物は併設された「くるくるショップ」に持ち込み、誰でも自由に持ち帰ることができる。

山形県飯豊町も国のSDGs未来都市に選定され、地球温暖化防止に取り組むゼロ・カーボンシティ宣言も行っていて、出来たばかりの「くるくるSHOP」はそうした町の目標達成の一翼を担っている。

「ここにある物を持って行ってくれることで買うCO2が削減される、さらに捨てられる物だったので、新しい人の元に行き行くことによって捨てるCO2のどちらも削減できると考えている。

一人一人の意識が重なって行って小さいながらも町がどんどん変わっている。飯豊町でもお金をかけずにこういう場所を起点にごみの削減とか大きいお金をかけなくてもできるんだというのをやってみたいなと思っています。（武藤さん）」

小さな店の大きな挑戦は始まったばかりだ。

（2022/04/20 テレビユー山形）

自分にとって不要なものでも誰かが必要としているかもしれない。必要とは思っていなかったけれどそこで新たな出会いがあるかもしれない。環境にも人とのつながりにもプラスになる良い取り組みだと思う。利益を得ることではなくあくまでゴミの削減が目的であれば、場所さえあれば誰もが参加できそうだ。幅広い層が集まり、駐車場などある程度のスペースもあるスーパーでこそ、こうした取り組みを行うことができればと思う。