

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ローソン、HOKKAIDO WOOD BUILDING登録店舗“札幌新発寒1条店”出店」
- 2) 「さいたま水族館で“クワイエットアワー” 感覚過敏の子どもに配慮」
- 3) 「ナッツを麹で発酵し“植物性培養フォアグラ”生成 Dr.Foods」

1) 「ローソン、HOKKAIDO WOOD BUILDING登録店舗“札幌新発寒1条店”出店」

ローソンは7月1日、店舗外装や内装仕上げ材に北海道産木材を使用した、コンビニエンスストアとして初の「HOKKAIDO WOOD BUILDING」登録店舗となる、「ローソン札幌新発寒1条店」をオープンする。

HOKKAIDO WOOD BUILDINGとは、北海道において道産木材を使用した建築物を登録し、施設内に木製の登録証を掲示することなどを通じ、道民に道産木材製品の魅力を広く発信し、認知度の向上を図るとともに、建築物の木造化、木質化を推進することで道産木材の利用拡大に資することを目的とする制度。

ローソンは、2022年度の戦略コンセプトである「地域密着×個客・個店主義」の実現に向け、2022年3月1日から、他エリアに先駆け「北海道カンパニー」を設置した。北海道エリアの特性を把握し、お客・マチの変化に素早く対応した地域密着の実現を目指している。

北海道のローソンでは、2008年から輸入材を使用した店舗を建築しており、これまで約250店を出店している。今回北海道カンパニー発足を機に、一部に北海道産木材を使用した店舗を出店する。店舗外装や、内装仕上げ材に北海道産木材を使用し、一目でわかるようにするなど、道産木材の魅力を発信する。

ローソンは、2008年に北海道と包括連携協定を締結し、地域の安全・安心確保、「食」の振興等の協働事業を実施してきた。今後も北海道と連携し、北海道の活性化に向けた活動を行うという。
(2022/06/27 流通ニュース)

デザイントレンドや環境保護の観点からも内外装に木材を使用した店舗や住宅が増え、木造建築の見直しも進んでいるように思う。一概に地産地消とは言え、木材だけでなく廃材や木材以外の建材も再利用できるものは地域で包括し、地域内で資源がサイクルできるような取り組みは行なえないだろうか。木材が豊富な日本だが、環境に良い方法を模索しながら建材や内装材に活用していければと感じる。

2) 「さいたま水族館で“クワイエットアワー” 感覚過敏の子どもに配慮」

強い光や大きな音が苦手な感覚過敏の子どもたちも安心して楽しめるよう、展示環境を配慮した見学会が13日、埼玉県羽生市のさいたま水族館で開かれた。「クワイエットアワー（静かな時間）」と呼ばれる取り組みで、埼玉県が企画。利用者からは歓迎の声が聞かれた。

この日は休館日で、一般来場者はいない。同館は、いつも流しているBGMや館内放送、展示説明の音声を切り、スポットライトも来場者に直接当たらないよう調整した上で、さいたま市内の児童発達支援センター「きらめき園」に通う年中と年長の13人とスタッフ14人を迎えた。

入館前にはぐずっていた子どももいたが、中に入るとみんな落ち着いた様子。夢中で水槽の中をのぞいて「すごい。魚がいた」「おっきいね」などと大喜びした。

クワイエットアワーは英国で2017年に始まった取り組み。視覚や聴覚などの感覚過敏で外出にストレスを感じる人のため、日時を限定して施設の館内放送を止めたり、照明を通常より暗くするなどの配慮をする。国内では愛知県豊橋市の豊橋総合動植物公園や、昨年10月にさいたま市の埼玉スタジアム2002で行われたサッカー日本代表戦で導入した事例があるが、埼玉県が実施するのは今回が初めて。

実施に当たり、さいたま水族館は埼玉県発達障害総合支援センターの作業療法士から研修を受け、準備した。予定が分からないと不安になる子どもの特質に合わせ、館内の展示配置と見学順を分かりやすく示した地図を作り、事前にきらめき園に渡した。見学途中でパニックを起こした場合に1人になれるスペースも用意して臨んだ。

きらめき園の児童発達支援管理責任者、桜井淳子さんは「子どもたちが思った以上に落ち着いていて、すごく居心地がよさそうだった。すてきな企画でよかった」と感激していた。埼玉県は今回の取り組みを検証し、他の県有施設にも広げていく考えだ。
(2022/06/15 東京新聞)

様々な人が一様に楽しめる素敵な取り組みだと思う。クワイエットアワーの趣旨とは少し異なるが、電力供給逼迫により節電に取り組むスーパーやコンビニが増えている事態をみると、時間帯による電力削減はフォーマットとして行う必要がある感じた。もちろんサインの視認性や商品への部分的なスポット照明など最低限必要だが、日頃から電子機器に囲まれ電力をフルで使用した生活に慣れている今、たまには暗く静かな商業施設も新鮮で良いのではないだろうか。

3) 「ナッツを麹で発酵し“植物性培養フォアグラ”生成 Dr.Foods」

ネクストミーツの子会社となるDr.Foodsは6月28日、米国などで展開するハンバーガーチェーンWAYBACK BURGERS 表参道店にて、植物性培養フォアグラを使用した完全植物性の「NEXTフォアグラバーガー」を7月2日より発売すると発表した。
このほかにヴィーガンフォアグラ（一切れ）495円（税込）、ヴィーガンフォアグラ（瓶詰め60g入り）は759円（税込）がラインアップし、これらはECでも販売予定だ。

Dr.Foodsは、培養肉、微細藻類、遺伝子組換え大豆の研究、代替肉の研究開発、代替肉商品の企画・製造、通販事業を手掛ける。今回、食品工場として64年の歴史を持つマーマフーズとの協業により、パテタイプのフォアグラと、焼いて食べられるフォアグラの2種類が完成した。

フォアグラは、世界三大珍味とも言われる人気の食材だ。しかし、強制給餌を行いガチョウやアヒルを育てる生産方法が議論の対象となり、欧米や欧州連合において生産や販売を禁止する動きがあるほか、鳥インフルエンザの影響などにより日本では入手が難しい状態が続いているという。

そこでDr.Foods 生物学博士のDr.Alexis Guionet氏が、珍味であり愛好家も多いフォアグラを、動物に負荷を与えない“植物性”で再現しようと考えたと説明した。同社では、世界初の植物性培養フォアグラと自信を見せる。

アレクシ博士は、日本に住むフランス人で「これまでも植物性のフォアグラはあったが、本物のフォアグラのような濃い味ではなかった。日本の発酵技術でより深い味を実現。カシューナッツを麹で発酵させるとナッツの味が消えて動物的な味わいがでてきた」と説明した。

Dr.Foodsが開発した植物性培養フォアグラは、培養とうたってはいるものの細胞培養はしていない。カシューナッツを麹によって特定の温度で発酵し、それを再度また特定の温度によって発酵させたものが原料という。

Dr.Foods 代表取締役の石塚孝一氏はこの点について、「発酵も微生物を培養しているので、同じではないか。発酵肉や、発酵フォアグラというのも変な話。二段階でやっているから培養と言ってよいのではないか。また、世界初としているのは、発酵させている部分。それはどこもやっていないことで、特許申請している」と説明した。

なお、日本では現状で培養肉の販売が法的に認められていない現状がある。しかし、シンガポールでは国家戦略として食料受給率を上げるための施策として培養肉の製造が可能となっており、今後Dr.Foodsはシンガポールに支社を作り、培養肉の研究・製造を進めていく考えを示した。

(2022/06/28 CNET Japan)

価格も手頃で味も遜色ない代替食品が誕生すれば消費者の選択肢も増え、動物虐待と言われる飼育方法についても解消することができるのではないかと。提供する店が増え目にする機会が多くなれば「こっちでもいい」と思う消費者も増えるだろう。食糧を確保するために抱える問題は様々あるが、こうした企業の努力によって「生きるための食」ではなく「食を楽しむ」ことがいつまでもできると嬉しい。