

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「イオン、キッチンカー貸し出し フードコートの混雑緩和」
- 2) 「ミニストップ、ソフトクリームのスプーンを“食べるスプーン”に」
- 3) 「食品スーパー衛生問題 万博を控える大阪府が調査に乗り出す深刻な実態」

---

1) 「イオン、キッチンカー貸し出し フードコートの混雑緩和」

イオンはキッチンカーを貸し出すリース事業を始める。イオンモールが運営するショッピングモールで外食企業に貸す。東京や埼玉、愛知の1都2県で始め、全国に広げる。人流が回復してモールの飲食店で休日昼間の混雑が課題になっており、店外での飲食の選択肢を提供して混雑緩和につなげる。

まずイオンモールむさし村山（東京都武蔵村山市）など3施設で計4台のキッチンカーを用意した。1週間単位で貸し出す。料金は天気予報などを考慮して稼働日数を割り出し、業態や販売品目によって個別に決める。当初はテナント企業向けだが、利用状況をみてテナント以外にも対象を広げる方針だ。年内には約20台に増やし、全国の大型モールやアウトレットで1000平方メートル程度の広場のある施設を中心に展開する。

新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、週末や休日の昼間にモール内の飲食店やフードコートが混雑し、飲食の需要に対応しきれなくなった。一方で夜間は来店客数の回復が鈍く、飲食店の売り上げ確保が難しい。テナント企業の出店意欲を下げる要因になっている。

2023年2月期は国内の既存モールの来店客数がコロナ前の20年2月期に比べ11%減り、売上高が9%減少した。テナントの飲食店の売上高は11%減った。キッチンカーでテナント以外の企業が試験的に営業できれば、モール出店のきっかけにつながる。

イオンモールはキッチンカーのリース業を手掛けるため、定款の一部を変更して「自家用自動車有償貸渡業」などを書き加えた。17日に開かれた定時株主総会で提案し、株主に承認された。

（2023/5/28 日本経済新聞）

混雑緩和かつ出店者の負担も固定店舗より少なくなるので良いアイデアだと思う。まずはテナント向けということだが、左右されがちな天候や業態も考慮もされるということで公平性もあり、出店者の裾野が広がればお客さんにとっても店が変わる楽しみにもなってイベントの幅も広がりそうだ。

---

2) 「ミニストップ、ソフトクリームのスプーンを“食べるスプーン”に」

ミニストップは6月9日から、ソフトクリームのスプーンを使い捨てのプラスチック製スプーンから「食べるスプーン」に切り替えると発表した。  
食べるスプーンは2022年5月末から一部店舗で実験し、その結果をもとに改良を加えたもの。さまざまなフレーバーのソフトクリームにもマッチするバター風味になっているとのこと。

6月9日から「ソフトクリームバニラ（コーン・カップ）」で食べるスプーンに対応し、同日から順次発売の「ナガノパープルソフト」「ナガノパープルミックスソフト」でも食べるスプーンが付属する。なお小麦アレルギー、大豆アレルギーのある人にはプラスチックスプーンを提供するとしている。

同社は食べるスプーンでミニストップのソフトクリームを食べると、年間約44トン相当のプラスチック削減に貢献するという。  
(2023/5/27 ねとらぼ)

アイスクリームはそもそも急いで食べなければ溶けてしまうし、スプーンを使うのも食べ始め・序盤のうちだと思うのでふやけてしまうなどの問題もなさそう。さらにこのスプーン自体が美味しかったり味が選べたりすればもっと価値がありそう。それだけ売って欲しいということにもなるかもしれない。同様の話で紙ストローに対する不満の声は多いが、こちらエコなうえに最後まで美味しくいただける素材が登場してくれればと思う。

---

### 3) 「食品スーパー衛生問題 万博を控える大阪府が調査に乗り出す深刻な実態」

日常生活に欠かせない食品スーパー。生鮮食品のショーケースには多数の冷却装置があるが、その内部にほこりがたまるといった衛生管理の不備が問題視されている。日本の「食」の魅力を世界にPRできる2025年大阪・関西万博を踏まえ、大阪府が食品衛生対策として、全国でも異例の実態調査と啓発を開始。ただ、店側の負担も大きく、改善を義務付けるなどの関連法令がないのが実情で、関係者は苦慮している。

「これはひどい」。食品流通の業務改善コンサルタント「アールエスディジャパン」（大阪市）の和田英昭社長（68）は昨年10月、顧客店舗の冷却装置の内部を見て驚いた。同席した男性店長は「お恥ずかしい限りです」と頭を垂れた。冷却装置には、冷気を整流してつくるエアカーテンに必要な「ハニカム」と呼ばれる部品がある。ほこりがたまりやすいため、製造業者は半年から1年に1度の清掃を推奨しているが、和田氏によると、部品が汚れて黒ずむまで放置されるケースが多いという。

ハニカムの汚れは深刻で、和田氏が大阪産業技術研究所（大阪府和泉市）に店舗から回収したハニカムの汚染度調査を依頼した結果、カビ菌などが大量に検出されたという。すぐに人体に影響があるわけではないが、汚れの程度によっては深刻になりかねない。和田氏は「一見清潔な食品売り場には不衛生のかけらも見られないが、見えない汚れがあることを認識しなければならない」と指摘する。

店舗側がハニカムのメンテナンスにこの足を踏む理由は手間とコストだ。幅約180センチの冷蔵ショーケースには4つのハニカムが付けられているのが一般的だが、清掃作業には3人がかりで約1時間もかかる。閉店後の夜間に作業するには負担が大きい。清掃を外注するにもハードルは高い。標準的な店舗に置かれている冷蔵ショーケースは50~60台あり、約80万円の経費がかかる。

「なんとかした方がいいのは分かっているが…」と、ため息を漏らすのは関西を中心に展開するスーパーの50代の男性店長。ハニカムの清掃のためには陳列した商品の一時的な撤去も必要だ。

かつては定休日に清掃を行った時期もあったが、店舗間の競争激化で定休日もなくなり手が回らないのが実情という。店員で対処するには時間外での手当も必要になる。「お客様の目に触れにくいからどうしても後回しになる」と男性店長は本音を漏らす。

スーパーのハニカムの衛生問題について、府に情報提供があったのは昨年11月。府議会でも取り上げられ、府は一部スーパーの立ち入り検査など実態調査に乗り出し、ハニカムの定期的な清掃を促すチラシの配布を保健所や業界団体を通じて始めた。府がこうした迅速な対応をしている背景には、2年後に迫る2025年大阪・関西万博があるからだ。約2800万人を超える想定入場者に対し、大阪は「食」を前面に出して迎え入れるだけに、食品衛生に関して万全で臨まなければならない。

ただ、担当者を悩ませているのは改善を促すための根拠となる法令がないことだ。揚げ物などの調理や魚や肉を切り分けるのであれば食品衛生法で対処を義務付けられるが、ハニカム清掃はあくまでも推奨にとどまる。

府は今後適用できる条例などを制定することも視野に入れているが、担当者は「現状は『よろしくお願ひします』というのがベース。少しずつ状況を改善していくしかない」としている。

(2023/5/27 産経新聞)

以前から気になっていた問題に対してついに行政が動き出した。店舗の定点観測を行っているが、ここ数年の異常な湿度でカビに悩まされる店は多く、ケース以外にも大量に発生するカビが問題になっている。お客様の視線は商品に向いているとはいえ、ふとした時に大量のカビが目に入ればそれだけで店を避けるきっかけになってしまう。定休日の減少、人手不足など言い出せばキリがないが、「万博があるから」ではなくやはり普段から買い物に来てくれるお客様のことを一番に考えないといけない。例えばサブスクでメーカーが予め清掃したものを取り替えて回ったり、働きたくても働き口がない高齢者を専門スタッフにするなど何か良い方法で解決策を見つけたい。