



中国食品容器事情

彼国にて 新たな個食容器は育つのか？

スペースシャトルから見た中国の人工物は万里の長城と幹線道路に沿って捨てられ、真っ白な線に見えたPSP容器だったとか。

今、この国ではPSPは使用禁止になっています。先の話が理由かどうか真偽の程は分かりませんが、とにかく禁止されています。ゴミを減らすことは大変良いことだし、それ自体は正しいのですが、生活の利便性と環境問題をコントロールすることが如何に難しいかを物語る事例かと思えます。

食品包材は適材適所。オーバースペックは環境問題発生の元だし、アンダースペックは人々の食生活を脅かす元です。私たちが日々挑戦と反省を繰り返しながら少しずつ少しずつ前に向かって進んでいるのは、人がその生活と環境をコントロールすることが可能なことを証明するため。理想的な食品容器と理想的な食生活、そして環境との絶妙なバランスは必ずあると信じているからです。

禁止されているPSPIはそれ自体が悪者ではなく、使い

方の問題です。食品容器の使い方は、食のスタイルの変化に少しずつ引きずられます。しかし、ゆっくりと時間を掛けて変化していくべきでしょう。



Topics

統合・再編加速する小売業

—第27回 中食・コンビニ容器包装研究会—

中食・コンビニ容器包装研究会は3月25日、東京・神田佐久間町の東京都中小企業振興公社で、プリモリサーチジャパン代表の鈴木孝之氏を講師に招き、「小売業界の現状と展望—統合、再編は『産業化』への道—」と題する第27回目の勉強会を開催した。

鈴木氏は西友支店長や米園シアーズ・ローバック社、西友シカゴ駐在事務所、パークレーズ証券調査部、メリルリンチ証券（現メリルリンチ日本証券）調査部を経て、2003年にプリモリサーチを設立。「イオングループの大変革」「イオンが仕掛ける流通大再編！（新刊）」（ともに日本実業出版社）などの著書を持つほか、メディア媒体へも多数寄稿する。

勉強会では、国内小売業界を取り巻く現状と展望について、「拡大・加速する統合と再編の動き」「小売業の産業化」「クリティカルマスを目指した規模拡大」「収益性の改善」「巨大化と寡占化」「川下発の流通構造革新」など15の伝えたいメッセージを冒頭に紹介。特に収益性（利

益率）については、これを高める上でイオンの「トップバリュ」を例に取り、PB（プライベートブランド）商品開発が果たす役割の重要性を強調した。

このほか、小売流通業界とメーカーの間に挟まれる「問屋業」が置かれた厳しい実情や、1強構造が進むコンビニ業界の展望、小売流通業の“海外戦略”などについて解説。また「3大都市なかんずく首都圏の攻防戦に勝った者が国内を制する」として、ミニスーパー的な新業態の萌芽についても言及した。



●中食・コンビニ容器包装研究会
URL: <http://www.foodscore.com/naka-cvs/>



ジーズ
Vol.34



伝えることの大切さ

「情報」の伝え方について、なにかと話題になっています。ほとんどがなにか問題が発生したあと、その対処の仕方についての論議のようです。伝えた、いや聞かなかった、というようなコミュニケーションのもっとも基本的なルールをなござりにした結果と言えるかも知れません。

現在、私たちの周りは「情報」といわれるものが渦巻いています。「情報」という言葉を聞くと、まず頭に浮かぶのはTVや新聞・雑誌に始まるマスメディアから、携帯電話やWebページなどの情報メディアではないでしょうか。

ところでこの「情報」という言葉は、Informationの訳語として明治時代に森鷗外が創ったものといえます。Informとは伝えるということ。今ではインフォメーションという、イコール「案内」と理解されやすい言葉ですが、本来は伝えることなのです。だから「情報」とは、そこから送りだされる内容、という意味になります。受け手は、それを自分の判断・行動を決定させる知識とし、送り手とのコミュニケーションを成立させます。したがって、発信された「情報」を受け手が理解して、はじめて「情報」伝達が成り立つわけです。

「情報」というとなにか特別なもの、と思われがちですがそうではありません。基本的には、日常のやりとりが即「情報」を発し、受けていることなのです。気持ちを伝える、事実を伝える。一方通行ではなく、受け手が理解してくれることが重要なのです。それを忘れてはならないといつも考えています。私たちは誠実に伝え、正しい理解をもって受け入れていただく努力を怠りません。

- message
伝えることの大切さ
- ハイブリッド研究会レポート
女性の心に響く「惣菜」のPOINTを探る
- 包装食品のものさし〈No.5〉
1. クレームの内容と因果関係
- 情報BOX
海外情報/Topics

女性の心に響く「惣菜」のPOINTを探る

講師●関 宏美 V&Fマイスター (株式会社S-tage 代表取締役社長)

女性に人気のない食べもの屋さんは、繁盛しないといわれています。そこで女性向けのメニュー創りにみなさん苦勞されているようです。とくに最近ではヘルシー志向が時代の流れで、それが女性方の「美しくなりたい」という願望に結びつき、食べ物に対する選別の目はますます厳しくなっているようです。さて、ではどうするか。それには女性方の「お好み」の傾向を掴むことではないでしょうか。今回は表題のようなテーマで、女性の立場から「インナーからの美しさ」つくりを推奨される関先生に、その勘どころを伺いました。その中から幾つかをご紹介します。

(2008年3月18日 第131回ハイブリッド研究会より)

女性が手を伸ばしたくなる「食」の3大ポイント

①安全・安心、味の良さ
これは必須条件。

②「うんちく」のあるもの
稀少価値、こだわり、1点もの。たとえば限定という言葉に弱く、いわゆるあるものに惹かれる。

③「可愛い」の文化
見た目が華やかでいかにもおいしそう。きれいな器、盛り付けなど、女性独特の表現である「かわいい」という言葉で表わされるもの。

食の選び方についての傾向をみてみると、男性は過去の経験やデータによって選びますが、女性はイメージで選ぶ傾向が強いといえます。

因みに女性が選ぶ「食」のポイントについてのアンケートをみると、次のような順位になっています。

- 第1位 安心・安全
 - 第2位 健康、美容効果のあるもの
 - 第3位 見た目が華やかであること「おいしそう」
 - 第4位 こだわりが感じられる(旬、素材、製法など)
 - 第5位 味、おいしさ
- また、今後欲しい「惣菜」のベスト6は次のようになっています。

- 第1位 健康配慮
- 第2位 野菜料理(ヘルシーさを「惣菜」に求めている)
- 第3位 魚料理
- 第4位 主食

第5位 揚げ物
第6位 サラダ

女性特有の悩みを「食」で解消する

食べてより元気に、より美しくというのが内からの健康美、インナービューティレシピ。その基本的なものを紹介します。

◆アンチエイジングレシピ

ビタミンA/C/E

+

酢・オリーブオイル

↓

老化防止効果(アンチエイジング)

老化防止に効果のある抗酸化ビタミン(A+C+E)は緑黄色野菜にタップリ。それに疲労回復、食中毒の予防、肥満予防・改善、高血圧の改善に効果のある酢を使ったレシピがおすすめ。酢の中のエキスが血中のコレステロールや中性脂肪を取り除くとともに、粘った血液を作る元凶である過酸化脂質の生成を抑える。

◆しみ・そばかすに効果が期待されるレシピ

ビタミンC/E

+

キチン・キトサン

↓

しみ・そばかす対策

赤パプリカ、黄パプリカ等にはビタミンCとEがたっぷり。とくに赤パプリカは普通のピーマンに比べCは

2.2倍、Eは5倍。

キチン・キトサンはエビやカニの殻に多く含まれ、チーズやキノコ類にも含まれる。ビタミンと共に摂ることで美肌効果が期待できる。

◆しわ(ハリと潤いを保つ)

ビタミンC

+

コラーゲン(たんぱく質)

↓

しわ対策

しわにはたんぱく質が大切。しかし消化・吸収を促進し体の調子を整える補酵素をいっしょに摂らないと有効に働いてくれない。つまり肉類とたっぷりの野菜をしっかりと摂ること。

コラーゲンは紫外線など外的なストレスによるお肌のダメージを修復・再生してくれる。(ひらめ、カレイ、ふかひれ、ふぐ、えび、貝類、鳥手羽先、鶏ガラなど)

21世紀が求める「食」は

20世紀までは、お腹を満たすことが主体の時代でしたが、21世紀の今は心を満たすことが第一の時代といえます。いかに生活者の視点で、それぞれのクオリティ、満足度に触れることができる商品が開発できるか。クオリティのオリジナル化、多様化が必須ポイントになります。それを女性の観点からいうと、身体にやさしいもの、心に響くこだわりを感じられるもの、素敵・可愛いと感性で受け入れられるものということになります。



1. クレームの内容と因果関係

(4) 事例2

前号で事例に惣菜を研究しましたが、惣菜ではメーカーが悩むのが細菌対策です。加熱惣菜は加熱冷却工程がありますので対応ができますが、未加熱惣菜では大腸菌群を規準値以下に如何に減少させるか、また、これらを冷凍惣菜として供給するときには、大腸菌群を陰性にするという技術が要求されるのです。無菌包装ができる環境が必要になります。このようにクレームとなり得る因果関係を基に、未然に防止する環境工学が必要です。

次に事例2として冷凍餃子を取り上げます。餃子は、具(中身)と皮で構成されます。家庭で肉餃子を作るとき、市販の皮を購入し、豚肉、キャベツ、玉葱、にんにく、にらなどで具を作り、素手で皮に具を適量入れ、包んで半折にして、皮の半分の先端の内側を水で濡らして、皮を閉じて生餃子が出来た。先端に折り目を入れるとより餃子らしくなります。これをフライパンに油を注いで揚げるか、焼くか、蒸し器で蒸すかして加熱したものを皿に盛って完成です。

市販には、冷凍餃子、チルド餃子、生餃子がありますが、ここでは餃子を冷凍で供給する場合を取り上げます。

では、この餃子を食品事業として実施するとき、どのような問題に直面するでしょうか。餃子の原材料は、産地から工場における加工工程を経て消費者の食卓に渡るまでこれをフードチェーンという一何が、どこが問題になるのかということです。

餃子生産に必要なものは、通常言われるように①人、②物、③金、④情報です。従って、人=従業員、物=建物、設備、機械、輸送、金=購入・支払い資金、情報=内部・外部情報(市場)を整える必要があります。餃子の生産を、新工場を建設して行うか、既設の工場で行うかなど大きな課題はありますが、ここでは簡単にするために既設の工場を有効活用することを想定し、原材料を受け入れて餃子生産を行う食品工場について事例研究します。

生産規模、市場規模などを考慮して中規模の餃子食品工場を想定します。

①事業化に当たった課題
工場として、企業理念・方針(コンセプト)を立てます。

ア. 法令遵守の食品工場を目指す。
イ. 品質と安全を優先した餃子食品工場とする。
ウ. 世界一の安全な餃子食品を提供する。

②生産の規模: 例 日産…10,000食
従業員…20人

③対象とする顧客: 例 一般消費者

④製品の特徴: 例 美味しさと歯切れの良い食感の調和と適切なコスト

⑤冷凍餃子のフローチャート

1. フローチャート(フローダイアグラム)を作成
2. フローチャートと工場平面図との関係をチェック
3. 餃子を作る設備と配置(レイアウト)とゾーニングの関係をチェック
4. 物の動線、人の動線、空気の動線の流れについて調べる
5. 危害分析し、CCPを決める

例えば、野菜は、農場から収穫し、包装、出荷、市場・小売という作業が行われます。これをフローチャートで書くと、次のように、通常はこのチャートで理解されます。

表1

①農場→②収穫→③包装→④出荷→⑤輸送→⑥市場・小売店→⑦消費者

ここで問題は、①農場では使用する農業の問題です。②収穫では異物の混入、収穫後の処理(ポストハーベスト)です。農家あるいは収穫場で、泥を落として包装するか、泥を落とし、洗浄して包装するか、泥がついたまま包装して出荷するか。青果市場では色々な形態が見られますが、食品工場では、手のかからない状態、洗浄された状態、または、工場が指定する規格、例えばカット野菜で受け入れられます。

実際は、工場では、受け入れる野菜には毛髪、木片、小石、虫などが付着していたりするので洗浄・選別を行っています。また、目に見えない微生物で汚染されているので洗浄・殺菌、加熱処理が必要です。

このように、簡単なフローチャートでは実際の作業が記載されていないのでわからない点があり、詳細な管理事項の処理がわかるフローチャート(表2)が必要となります。

表2 表1より詳細なフローチャート

フロー	管理項目
①農場	化学肥料、農薬を使用する農場、有機肥料の農場
②播	歴史的由来・起源、種まき機
③栽培	方法、肥料の種類、農薬の有無、水、温度
④収穫	収穫条件、収穫機
⑤選別	異物
⑥洗浄	水: 静水か流水、殺菌水、手洗い、機械洗い
⑦水切り	細菌検査
⑧裁断	規格の有無、裁断機
⑨重量チェック	ウエイトチェッカー
⑩金属探知	金属探知機
⑪X線検査	X線検査機
⑫包装	規格、表示、包材、シール強度、細菌検査
⑬箱詰め	ダンボール
⑭保管	温度、細菌検査
⑮出荷	温度(出荷時温度)
⑯輸送	温度
⑰小売店	温度
⑱消費者	温度

(次号へ続く)

COLUMN(ジーズコラム)

当世 ふところ事情 職場の送別会、記念品の予算は? 花など「5000円未満」7割

春は旅立ちの季節。送別会を開く職場も多いだろう。去りゆく同僚に贈る記念品の予算はいくらか適当と思うか聞いたところ「3000円以上5000円未満」が38%、「1000円以上3000円未満」が35%を占めた。

記念品にふさわしいものを挙げてもらうと、やはり「花束」が圧倒的に多かった。

しかし、花束以外となると、記念品探しは結構難しい。いずれにせよ「記念品はやはり金額ではなく、気持ちが大切」といえるようだ。

(出典:「日本経済新聞」平成20年2月24日より抜粋)