



カロリーアンサー通信

株式会社ジョイ・ワールド・パシフィック営業本部 東京営業所

〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号

住友生命八重洲ビル5階 青森県東京ビジネスプラザ内

○TEL 03-5201-7005 ○FAX 03-3271-0701 ○ <http://www.j-world.co.jp/>

責任編集者：小田桐 英夫 携帯 090-2027-0396

Vol. 24

ご挨拶



皆さま、明けましておめでとうございます。本年も変わらぬご愛顧、そしてご指導とご鞭撻の程よろしくお願い申し上げます。アンサー通信も回を重ねて24号となりました。本号で3回目の1月号になりますが今年も納入先情報、栄養関連情報などタイムリーにお伝えしていきたいと思っております。さて、前号でお伝えした通り12月は月末に3社へ納品させていただきましたので深雪の我が故郷へは30日に戻りました。大阪や三重の外気に慣れた体でしたから新青森のホームに降り立った時、久しぶりに寒い！と身震いしました。（東京の住人ですから）お寺に行き屋根に上がりTVのアンテナを直し年越しをしました。元旦に嫁の実家を訪ね3日には鶯鴨のとげ抜き地蔵へお参りに行きましたので大変忙しい年末年始でした。（4日が仕事始めでした）例年より積雪も多く朝晩の雪かきも女衆（嫁、末娘、母）だけでは辛い日も多いのでしょうが小言の一つもなく感謝感謝の4日間を過ごしました。亭主元気で留守がいいとか濡れ落ち葉なんて揶揄されぬように家族との絆も大切に


する一年にしたいと思っています。もちろん、健康に注意しながらカロリーアンサーの普及にも精一杯の努力を傾注いたします。肝心の商品在庫が切れましてお客様への納期も長くなりご不便をおかけしているのですが今月もギリギリ3社へ納品の予定です。そういえば、11日に「丸の内タニタ食堂」がオープンメディアもあらためてカロリーに注目していますし、一般市民の健康志向もますます高まるのではと期待しております。計算値と実測値の違いや簡単な操作で目の前にある食事を測れることなど、しっかりアピールして行きたいと思っております。



丸の内タニタ食堂

ニュースコーナー

● お客様の反響

レシピサイトが多様化 キーワードは「独自性」「専門性」というニュースを読みました。料理レシピサイトの動きが活発だそうです。私共が日頃よりお世話になっているスーパーマーケットでもHPを開くとほとんどがレシピサイトとリンクさせていることが多いのですが中身を実際に見てみるとカロリーや塩分摂取量についての記載がないサイトも結構ありました。言わずと知れたNo.1サイトは「クックパッド」 **COOKPAD** <http://cookpad.com> です、1230万人のユーザーだそうです。投稿レシピがメインですから栄養情報はありません。ヤフーレシピはカロリー表示有り、楽天レシピは表示なし、味の素レシピはカロリー、塩分のほかに野菜摂取量も掲載、いま流行のソーシャルブログレシピ、タベラッテはやはり栄養情報はありません。E・レシピ表示なし、キッコーマンホームクッキングはカロリーと塩分を表示、ボブ&アンジーというレシピはカロリーや塩分だけでなくその他の栄養成分も親切に掲載していますしカロリーからも料理が検索できるベストサイトですね。ぐるなびレシピはカロリーと塩分について表記する欄はありますがレシピによって表示はまちまちです。タベルズという食のプロたちが提供しているサイトは美味しそうなのですが残念ながら栄養の情報は無いですね。わんこやにゃんこのレシピサイトもありました。その他、多数のレシピ検索サイトがあり今後は男性の利用者も増えていくという考察もありました。無粋かも知れませんが病気になるのも、ならないことも生活習慣が大きく影響すると思っておりますので、やはり塩分の取りすぎや脂質の取りすぎには注意して行きたいです。

すね。それから、コンビニの売場に惣菜がどんどん増えていきますし一人分の（野菜炒め用）カット野菜など、とにかく便利です。食事の宅配なども会員が20万人をまもなく突破するそうです。安くて便利で安心安全、管理栄養士による監修（もちろんカロリーや塩分についてしっかり表示してしまし）など、いたれりつくせりです。手をこまねていると駅の近くという立地条件の優位性だけでは消費者の変化や多様性から置いてきぼりになってしまいますね。

● お客様の活動

導入して戴きましたお客様の使用状況をお伝えしたいと思います。

◎お酒の専門店「柏屋」では、「健康と喜び」をキーワードに店内にて販売しているお酒のカロリーを研究して、POPでお客様へ公表しています。お店の場所は、東京都府中市緑町2丁目12番地21お店の壁一面が目印と大きな瓶が並んだ店内が見えます。

◎スーパーマーケットではお客様サービスの一環として惣菜や弁当の栄養情報を数値化し表示を行っています。結果的に安心・安全に対するお店の姿勢が伝わり他店との差別化やお客様の健康意識の向上に役立っていますというお話が聞けました。

◎レストランの導入ケースも多いですが効果は上々のようです。大手ファミレスチェーンなどでは表示はあたり前ですが地域型のレストランでは難しかった課題が簡単な操作で出来るようになりヘルシーメニューの開発などにも活躍しているそうです。

いろいろな分野で導入をいただいておりますが測定頻度としては月平均で約50検体、少ないところで月に5~10検体ほど測定されております。

逆にフル活用されているところでは月平均で320検体（こちらは商品開発と検証を交互に行っています）ですからカロリーアンサーのメリットが活かされておりますね。そのほか、パンメーカーでもフル活用しているようです。用途としてはやはり新商品の開発や日々の品質チェックを主に月あたりで見ますと140検体ほど測定しております。現場にもだいが馴染んでいるようでテストキッチンに鎮座しているケースや停電対策としてUPS（無停電バックアップ）を設置されているメーカー様もございます。大事に使っていただいております。

柏屋



● 食品表示一元化への動き

食品表示法律一元化に向けた有識者や消費者団体の代表者を委員とする検討会が現行制度の課題や改善点を協議し、2012年6月までに法律一元化の具体的な方向性をまとめる。食品表示に関する新しい法案は13年の通常国会への提出を目指す。9月に立ち上げた「食品表示一元化検討会」は15人の委員で構成し、メーカーなどの食品関連の業界団体の代表者なども参加。座長には宮城大学食産業学部の池戸重信学部長が就いた。会合は月1回のペースで開催し、来年6月をめどに報告書をまとめる予定だ。

○食品表示に関する主な法律とその目的
 食品衛生法: 飲食に起因する衛生上の危害発生を防止すること
 JAS法: 原材料や産地など品質に関する適正な表示により消費者の選択に資すること
 健康増進法: 栄養の改善その他の国民の健康の増進を図ること

JAS法、食品衛生法及び健康増進法の関係

JAS法
 商品選択

食品衛生法
 食品安全の確保

健康増進法
 (栄養表示、特別用途表示)

名称
 賞味期限
 保存方法
 遺伝子組換え
 製造者名等

アレルギー
 添加物

(現行法令に基づく表示例)

品名	スナック菓子
原材料名	じゃがいも(遺伝子組換えでない)、植物油、食塩、デキストリン、乳糖、たんぱく加水分解物(小麦を含む)、酵母エキス(パウダー)、粉末しょう油、魚介エキス(ワタダー(かに(えび(殻むき))、香辛料(アミノ酸)、食塩)、調味料(アミノ酸等)、酸化防止剤(ビタミンE)
内容量	51g(1食量) 51g(1食量) 51g(1食量)
保存方法	直射日光を避け高温多湿の場所を避けて保存してください。
販売者	39

※JAS法に基づく表示事項
 食品衛生法に基づく表示事項
 JAS法、食品衛生法に基づく表示事項
 健康増進法に基づく表示事項

● 小田桐の独り言

床屋に行ってきました。17号で土光さんに少し言及しましたがTV朝日の番組でも取上げていたそうです。(現在の日本社会に求められているテーゼのヒントが土光語録や臨調の覚悟にあったと…たまには、まともだな!)大坂の橋本さんと論客で知られるY教授(橋本さんの政治手法に大反対している御用学者ですが)の議論を見ました。自身で覚悟を持って行動し、既得権とすざまじい戦いを行っている当事者と机上の戯言ばかりを無責任に垂れ流す識者の浅はかさが顕れたのではないのでしょうか。(顔を洗って出直してこい)前にも言いましたがTV局も新聞も増税容認派ですが、いい加減にせよって感じ

税金は上がるが…
給与は下がる…!?



人口と議員数比率

	人口(万人)	議員数	人口/議員
世界平均	7001.8	393.1	12.8
日本	12000	732	16.4
インドネシア	20926	500	41.9
アメリカ	28142	535	52.6
インド	101381	790	128.3

です。財政破綻だとか年金破綻なんて誰でも分かっています、だから増税しカモフラージュ的なバスターとして議員定数の削減や公務員の給与削減、人員削減があるわけですか。そもそも別々な考え方はせず、子供でもその程度なら考えます、政治家や識者、メディアの皆さんは満たされた人々、現政権中枢も社会における労働的体験がない人、少ない人、あるいは恵まれた労働体験をしてきた人が多いのでしょうか。増税されても堪えない人々ばかりの議論。本当に増税で財政再建が果たせると考えているのでしょうか。10年先20年先の破綻が分かっているのなら何故、いまから手を打って国民に訴えていかないのか。屁理屈や出来ない言い訳をぐだぐだと満たされた人ばかりで議論していないで20年後に少しでも間にあうように国民運動として行動して

欲しいです。内需を拡大させることによって国債の心配(ギリシャやイタリアのように日本は外国と国債の持合はやっていないと聞きますし)やTPPの不安も和らぐでしょう。内需の拡大にこそ新たなビジネスチャンスが創出されますし輸出依存している産業界も救われます。官から民への規制緩和をさらにダイナミックに行うべきです。それと子育て支援です。医療費、教育費、子育て中の就労支援(都市部の保育所充足…橋本さんはバイタリティもあるし行動が速い。無認可保育施設の拡充や子育て支援施策対策を次々と打っている)もちろん、現物支給や間接的な経済支援だって日本国内にお金を回すためには有効な手段だと思えます。働き場所を増やし(そういえば東京のコンビニや居酒屋で働いているアジア系の外国人はみんな留学生なのかな)住宅、車、家電、医療、学校、観光など消費を活発化させることで税収を増やすという成長戦略を示してくれば希望が湧きます。摂りやすいところから税を召し上げるという発想を変えるべきです。不退職の覚悟は増税に向けるのではなく

年金貰っても税金で無くなるね
困った困った!

消費税上がるのかしら?



内需拡大と成長戦略の実行にこそ向けるものでしょう。真逆な方針をあらため、有効な政策を考えて行動に移せないのなら政治家は辞めるべきです。未来を担う子供たちを育てる費用は社会全体で負担するというくらいに仕組みを変え何としても出生率を上げないと。(これも、屁理屈を並べる評論家はごまんというがスカッと無視して)それと、不公平や不条理の解消です。インボイス、外形標準課税制度への改革、公務員の年金改革(前々号でNOKの会社側負担率のインチキを取上げましたが)など、おかしい官民格差や優遇制度などもこの際、全部あらためて…命がけでやって下さい、鶯鴨の床屋一派では到底そういう覚悟はありませんので!新年早々、1時間だけ私達、床屋仲間は憂国の志士になったのでした。

蛇足ですが田中康夫氏が以前から提唱していたベーシック・インカム(最低生活保障)という制度も本気で検討する時期ではないのでしょうか。会社に出て働かない主婦は悪者ではありませんし損得だけで物事を考えるのは戒めたいですね。厚労省のおばさん!

デモンストレーション 申込用紙

本製品にご興味ございましたら電話、E-mail または FAX にてお申し込み下さい。折り返し、ご相談の日程調整について担当よりご連絡差し上げます。

①ご来場希望の日程をご記入下さい。

第一希望日時	
第二希望日時	
第三希望日時	

※御社訪問デモ御希望の場合は別途ご連絡の程宜しく御願いたします。

②連絡先

TEL: 03-5201-7005 (月～金 AM9:00～PM5:00)

E-Mail: hideo@j-world.co.jp

FAX: 03-3271-0701 (24時間受付)

(この用紙に必要事項をご記入の上、ファックスまたはメールにてお送りください)

企業/法人名	
ご担当者様	(ふりがな) ----- (お名前)
ご連絡先	TEL ----- E-mail ----- FAX
ご連絡方法	TEL ・ E-mail ・ FAX (いずれかを○でご指定願います)

※ご記入いただきました情報は本製品販売以外の目的では使用しません。

株式会社ジョイ・ワールド・パシフィック

本社：〒036-0162 青森県平川市館山前田 85-2

東京営業所：〒104-0028 東京都中央区八重洲 2-2-1

住友生命八重洲ビル 5階青森県東京ビジネスプラザ内

担当：小田桐