第 138 号 松前屋通信

2023 年 9 月 1 日　発行
発行人・編集人：MDM チーム
発行：株式会社　松前屋
大阪市中央区東心斎橋 1-4-13　2F
TEL（06）4256-1823　FAX（06）4256-1812

“うめきた” に近未来がやってきた!

2年後に控えた大阪・関西万博。パビリオン建設の遅れなど心配ですが、万博に向けて、大阪の各地では開発が進められています。その中の一つが大阪駅のある梅田の北側、通称“うめきた”エリア。以前は貨物駅だったため、一等地であるにもかかわらず賑わいとはかけ離れた存在でした。

さて、そんな“うめきた”エリアの玄関口としてこの3月に新設されたJR大阪駅のホーム・改札が、『近未来』だ！とちょっとした話題に。実際に近未来を味わいに行ってみました。

＜その1＞【世界初！フルスクリーンホームドア】

今回の開業の一番の目玉だといわれる「フルスクリーンドア」。天井までガラス張りで多様な列車のドア位置に合わせてドア自体が左右に自在に動くそうです。目玉！挟み込み事故を防止する3Dセンサー搭載など機能はハイテク。そのドアには現在、主に電車の運行情報が映し出されていますが、広告などにも活用されるようです。

↑地味だけど高機能な新しいホームドア

＜その2＞【大画面に大阪を感じる！？インタラクティブウォール】

コンコースには14mに高さ3.3mにわたって壁一面にスクリーンや液晶ディスプレイのエリアが出現。水都・大阪のイメージとして水中で魚が泳ぐ映像や、大阪・関西万博のPR映像が流れており、一緒に写真を撮りたくなるビジュアルは観光客のSNS発信でも活躍してくれそうです。

↑一番“大阪”を押している
インタラクティブウォール

＜その3＞【近未来感バツグン！顔認証ゲート】

一番の話題になっているこのSF感満載のゲートはマスクもOKな顔認証改札です。まさに“顔パス”で改札を通れるこのシステム。現在は実証実験中でICOCA（関西のICカードシステム）定期利用者がモニター応募することで使用できるとか。それ以外の人もICカードをかざせば通れる、ということでしたので私もチャレンジしてみました。“顔パス”ではありませんが、側面の画面の光と表示、足元に映し出される矢印が近未来感バツグンでした。

まだまだ人通りの少ない出口のため観光客の反応は見られませんでしたが、万博の時には大阪のPRに一役買ってくれると期待しています。

（筆：綾部）

→顔認証ゲート
足元の表示にも注目です

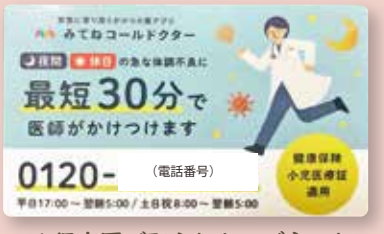
『みてね』で診てね　コールドクターサービス

涼しくなるにつれて子供の急な風邪症状に身構える季節になってきました。風邪にかかること自体も大変ですが、特に夜間や休日の急病は、本当に頭を抱える事態となります。

そんな子育て世代の強い味方のサービスがあります。その名も『みてねコールドクター』。往診の需要が急増したコロナ禍を経て開始されたサービスのようです。
平日18時～翌6時・土日祝9時～翌6時というように一般の病院の休診にあたる時間に往診してくれます。

しかも①　電話・アプリから申し込みを行い、②最短で30分で医師が車で訪問、③診察はもちろん、④子供が良く罹患する感染症を始め、コロナ等検査もできます。⑤薬はその場で出してくれるので薬局に行く必要もなし、⑥決済は後日カードや後払い。というように、病気の子供を抱えていてもスムーズに利用できるようです。
気になる費用ですが、子供は地域の医療助成制度対応のため大阪市在住の人は500円で受診でき、医師の交通費別途1000円もアプリからの申し込みならば不要、と至れり尽くせりです。大人の診察も可能ですが、時間帯によって8,000～15,000円前後かかるようですので、やはりメインユーザーは子供でしょうか。

わが子の通う保育園では案内チラシと共に予約ダイヤルの書かれたマグネットも配布され、さらには大きなポスターも掲示中と保育園おすすめ状況。まだまだ限られた地域でのサービスですが、対応エリアは拡大中。もっと利用する人が増えていくと思われます。我が家もまだ利用したことはありませんが、目につく場所にマグネットを貼って備えようと思います。（筆：綾部）



↑保育園で配られたマグネット

むしろ健康飲料！？ノンアルビールの今

酒は百薬の長と言われたのも今は昔、今やアルコールは百害あって一利なしと言われています。じゃあ、アルコール飲料が体に悪いかと言うと、そうとも言いきれないよう。ビールであればポリフェノールや酵母の力で腸内環境が整う、またホップ化合物が、アルツハイマー型認知症の予防に役立つという研究も出ているようです。そして実はその健康効果は「ノンアル（コール）ビール」でも変わらないとか。

コロナ禍のおこもり需要や健康志向の流れに乗り、すっかり市民権を得た「ノンアルビール」ですが、その製造方法は実はひとつではありません。
①ビールを作って、そこからアルコールを抜く。
②そもそもアルコールを発生させない。（ビールの原料を抜く、使わない）
③製造過程で発酵を抑制する。（アルコール発酵を1％以下に抑える）

①は分かりやすいですが、日本では発酵段階でもアルコールが1％超えると法律上「アルコール」になってしまう為、コスト高となり、ほぼ作られていないようです。②はつまりビール風の味付けをするということ。本物の味わいには遠く及ばない…らしい。日本において主流は③で、大手メーカー各社の高い技術や、様々なノウハウを活かして作られているとのこと。

健康効果を狙うのであれば①が良さそうに思いますが、輸入物しかなく割高。②は健康効果は無さそうなので論外。③には糖類0やプリン体0等健康効果を前面に打ち出したものも多く、また選択肢も多いので、手軽に楽しむには良さそうです。ただし製造過程でビールの味わいに近付ける為、糖質や添加物が入っているものもあるので、よくよく表示を見て選ぶ必要がありそうです。

（筆：豊田）

編集後記

今回の松前屋通信はいかがでしたでしょうか。ノンアルコールビールに３つも製造方法があるとは驚きました。だんだんと美味しくなって来ていて、メーカーさんの努力を実感します。
今後は表示内容にも注目して購入したいと思います。　綾部