

コンビニエンスストア及び食品スーパーから排出される 食品ロスに係る調査について（中間報告）

1 調査の目的及び全体像

事業系の食品ロスのうち、近年増加傾向である手つかず食品（直接廃棄）については、小売業からの排出量が最も多いと推察される。この調査は、小売業の中でも、食品流通の主要業態であるコンビニエンスストア及び食品スーパーを対象とし、ヒアリングやアンケートを行うことで食品廃棄物の排出実態を把握し、食品リサイクルの促進と食品廃棄物の発生抑制に関する方策を検討することを目的とする。

調査は以下の4項目を実施しており、今回は①についてのみ、調査結果を報告する。

- ① 本部ヒアリング・店舗アンケート調査（コンビニのみ、食品スーパーは取りまとめ中）
- ② 発生量の推計及び近隣食品リサイクル施設の受入余力（取りまとめ中）
- ③ 食品リサイクルループの事例調査（調査中）
- ④ 品切れ時の購買行動等に係る市民アンケート（調査中）

2 本部ヒアリング・店舗アンケート調査結果（コンビニのみ）

(1) コンビニエンスストア本部ヒアリング（主要5社）

ア ヒアリング内容

- 食品ロス削減（発生抑制）の取組状況（生産・サプライチェーン、店舗運営）
- 食品リサイクルの取組状況（飼料化、肥料化）
- フードバンク等への食料提供の考え方など

イ 調査結果（◎印は、複数社が回答）

（ア）発生抑制の取組

主要5社ともに商品開発段階から製造・配送・販売に至るまで様々な取組を実施

- ◎ 菌の繁殖を抑えるガス置換包装等によるロングライフ商品の開発（賞味・消費期限の延長）
- ◎ 弁当・惣菜等の工場での原材料管理の徹底により食材のムダを最小限に
- ◎ 賞味期限が長い冷凍食品の取り扱いを充実
- ◎ 発注精度の向上
（人の手による発注，AIによるセミオート発注など各社さまざま）
- ◎ こまめなフェイスアップ（再陳列：期限の近い商品を手前に）の実施
- 3分の1ルールを見直し，納品期限1/2へ延長

（イ）食品リサイクルの取組

主要5社725店舗（H29）のうち，159店舗（約22%）が食品リサイクルを実施。

- 食品リサイクルと焼却の価格差は5～10円/kg，京都では費用面で難しい

- ◎ 食品リサイクル費用がごみ焼却量より高額なため、差額を補助してほしい
 ※食品リサイクルを実施した場合、約5千円/月（全量焼却の処理料金目安：約15千円）
 フランチャイズ加盟店（店舗側）に負担を求めることになり、説明できない。
- 食品リサイクル実施しているのは、ほとんど直営店である

(ウ) その他の取組、意見など

- 主要5社の店舗数は614店舗（H25）から725店舗（H29）に拡大
- 市社会福祉協議会やフードバンク団体に、改装時等における在庫商品を提供
- フードバンクへの寄贈は、衛生上の観点から難しい
- 店舗の売上と廃棄率には、直接的な関係性はない。廃棄率の増減は、店舗での需要予測（天候や地元催事など）が外れる等の影響が大きい。

(2) コンビニエンスストア店舗アンケート結果（主要5社）

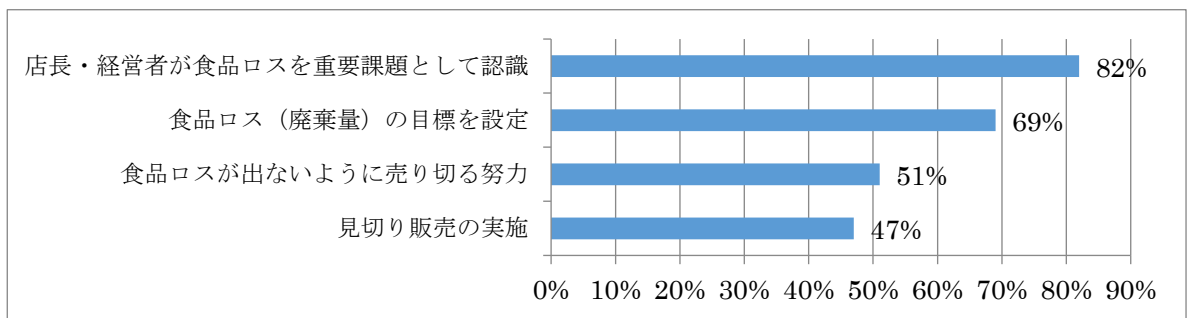
ア アンケート内容

- 店舗での食品ロス削減取組の実施状況
- 食品ロス削減に向けた行政に対する必要な支援

イ 調査結果

主要5社の京都市内全725店舗を対象に、183店舗が回答※（回答率25%）。
 ※アンケート回答者は、食品ロス等に対する課題意識の高い関心層が多いことが考えられ、店舗全体の声を反映していない可能性がある。

(ア) 店舗での食品ロス削減の取組



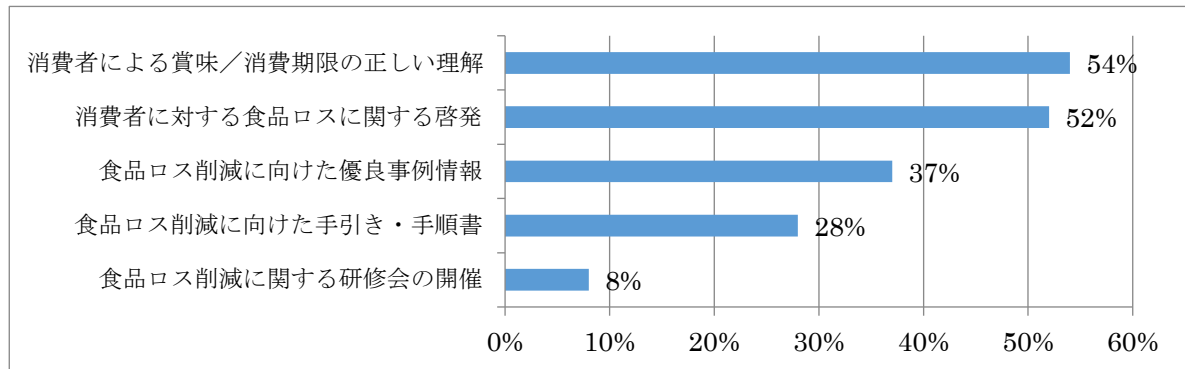
- 食品ロスに対する課題意識が高く（82%）、フェイスアップの実施など売り切り努力も回答者の約半数（51%）の店舗で実施されている。
- 回答者の約半数（47%）の店舗で見切り販売を実施しているが、加工食品・菓子類などが主であり、弁当・惣菜についても見切りを実施したいという意見があった。

<個別の取組例>

- 販売データに基づいた発注

- 曜日や天候のほか、地元催事（運動会など）、近隣での道路工事などを正確に把握し、発注精度を上げている
- 催事商品の予約販売に向けた努力
- フェイスアップし、期限の近いものを手前に陳列
- 見切り販売の実施、段階的な値下げ等の実施
- 手作り販促物、手書き POP などの活用
- 店内調理商品（揚げ物）などをこまめに作る

(イ) 食品ロス削減に向けた行政による必要な支援



- 棚の奥の商品を取る（期限が新しい商品）ことが、食品ロスを生む要因となっていることから、消費者の理解（期限表示等）についての支援が求められている。
- 取組の優良事例の共有についても回答者の約4割の店舗から求められており、情報面の支援も求められている。

(3) まとめ

コンビニ各社（本部）は、商品開発段階から製造、配送に至るまで食品廃棄物の発生抑制に積極的に努めており、加盟店店舗においては、精度の高い発注やフェイスアップの実施など売り切りに向けた工夫を重ねていることが分かった。

一方、食品リサイクル施設が比較的近郊（長岡京市等）にあるといった地域特性があるにもかかわらず、食品リサイクルを実施している市内店舗は約22%にとどまっている。（参考：食品リサイクル法対象の食品小売業の再生利用等実施率49%（平成28年度））その要因として、食品リサイクル処理料金と一般廃棄物処理料金の価格差が挙げられている。

3 今後の取組

現在、取りまとめ中である本調査結果や前述した販売期限延長の社会実験等の結果を踏まえ、食べ残しゼロ推進店舗（食品小売版）の拡大を中心に、優良取組事例の共有等を行い、小売での食品ロス削減を図っていく。