

市民に紹介したい！ 研究発表会講演論文の紹介

<A1-4 第22回廃棄物資源循環学会研究発表会講演論文集>

販売事業者による容器包装の削減可能性

—肉の袋売りの重要性とトレイ使用の実態

京都府立大学大学院 齊藤友宣 尼崎市 井奥沙織 京都府立大学大学院 山川肇

紹介者：環境カウンセラー 友田 加世

容器包装ごみが少ないというだけで、袋売りの肉を選ぶわけにはいかない。

特に、口に入れる食材（ここでは肉）を買う場合は、肉の質はどうか（美味しいか）、量はどのくらいか、新鮮か、値段と見合うかなど、消費者の目は厳しく光る。同時に、献立や予算など、頭の中のコンピューターがカチャカチャと音をたてる。スーパーでの買い物は、戦いに近い。

これらの条件をクリアしている場合、次に肉の容器包装も気にかかる。肉の容器包装といえばトレイにラップ包装が一般的だが、トレイは調理後にすぐさまかさばるごみとなる。そこで、ごみを持ち帰りたくない人の中には、レジの後、中身（肉）を取り出し、トレイだけをスーパーのごみ箱に捨てて帰る人もいる。

このような人に限らず、ごみを減らして環境に配慮したいと考える人や、有料のごみ袋を節約したい人、ごみの分別やごみ出しの利便性を考える人などにとって、肉の袋売りという選択肢があればありがたいのではないだろうか。

そこで、ごみの少ない容器包装のあり方を考える上で大きな可能性を持つ、肉の袋売りの現状に関する論文を紹介したい。

以下、論文より抜粋（紙幅制限のため、発表者の了解を得て、若干表現を変更した）。

背景と目的

消費者が容器包装の2Rを進める上では、販売段階の取り組みも重要である。関西地方（京都市）において、2010年8～12月に肉の袋売り販売実験を行い、販売事業者の受け止め方、売上点数、消費者意識、容器包装の削減可能性について、調査・報告する。

小売店の肉の袋売りに対する意識・評価

肉の袋売り販売実験に協力した3事業者へのインタビュー調査から、小売店が肉の袋売りを考える際に考えるメリットと課題および実施に至る要因をまとめると、メリットとしては、①包装資材のコスト削減、②トレイを廃棄する消費者への対応 が比較的共通認識として存在した。課題としては、①見た目の問題（色が変わる、脂がつく、くしゃつとなる）、②売り場面積の問題、③袋詰めの手間の問題、④肉の色が見にくくなる問題、⑤加工作業のマニュアル変更の問題、⑥衛生面の問題（消費者が触って、手の熱が伝わり、傷みやすくなる懸念）が挙げら

れた。

課題の、①見た目の問題の一つの懸念は、安物に見られることであったが、逆に特価品等に適用する場合は問題ないと判断もあった。実際、京都の3店舗では特価品への適用で実施している。

消費者の意識・購買行動

販売実験で、2事業者2店舗（店舗B、店舗C）の売上データを得た。トレイ使用商品と併売しており、各店舗の販売数割合を図1, 2に示す（図1は、肉種別で、期間前半は環境（ごみが減る）、後半は利便性をPOP表示。図2は、価格POPと利便性POPを分離した場合に分けた）。

POPによる差は大きくないが、いずれの事業者でも平均して4割弱の売り上げがある。消費者に一定受容されていると考えられる。

また、来店した消費者に対する意識調査でも、約6～8割が、トレイは不要と

考えている。これらの結果から、京都でも消費者受容性は高く、十分に販売していくことが可能であると考えられる。

結論

- 1) 肉の袋売りについて、事業者は、袋詰め作業の手間の増加や、商品の見た目、さらに衛生面での懸念を持っている。
- 2) 懸念があるとした事業者でも、実際の販売では売れ行きも良く袋売りを継続していることから前向きになっていると考えられる。
- 3) 消費者への意識調査でも、6～8割程度は「トレイは不要」と考えている。
- 4) 販売実験では、袋入りの売上割合は4割程度であり、購買行動としても一定程度、消費者に受容されている。
- 5) 肉の袋売り以外にも、プラスチック製の蓋をラップに転換するなど、販売包装の削減余地は少なくない。

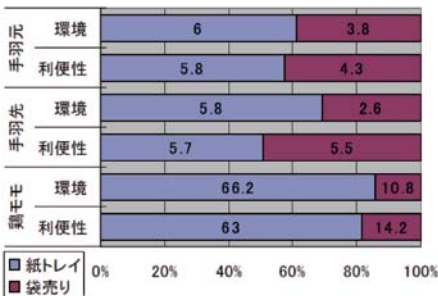


図1 事業者Bでの袋売り購入割合

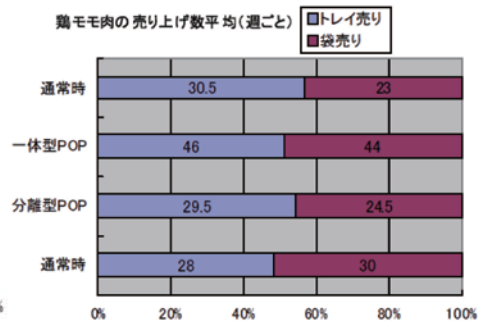


図2 事業者Cでの袋売り購入割合