

容器包装の削減を考えるシンポジウム

---

## エコスにおける繰り返し使える食器を使ったお弁当の販売

---

2013年11月13日



## 事業の位置づけと目的

### ■ 位置づけ

東京都容器包装廃棄物の発生抑制調査の一環として、繰り返し使える食器でのお弁当・お惣菜の販売を期間限定で実験的に実施した。

### ■ 目的

小売店におけるリユース容器使用時の環境負荷低減効果及びリユース容器の課題を把握する。



### 容器包装廃棄物のダイエツトにチャレンジします！ くり返し使える食器を使ったお弁当コーナーのご案内

お客様のご家庭から排出されるゴミのうち、約半分の容積は、食品トレーやレジ袋など、お買い物をした商品についてくる「容器包装」となっております。（出所 環境省）

エコスでは東京都と連携して、使い捨て容器ではなく、洗えば何度でも利用できる衛生的な食器を惣菜売場のお弁当やサンドイッチに期間限定で一部導入いたしました。  
（実施期間 8月27日～9月26日）

この食器を使ったお弁当をご購入されたお客様は、お召し上がりの後、恐れ入りますが、店頭のリユースボックス、又はイートイン・コーナー返却口までお戻しいただけると助かります。

御礼に当店喫茶コーナーでお使いいただける**無料ドリンク券**をお渡ししております。小平の美しい街を守るために、皆様のご協力をよろしく願っています。

詳しくは惣菜売場で商品をご覧ください♪



ワンドリンク  
プレゼント!!



## 実施内容

弁当・惣菜の5品目について、使い捨て容器とリユース食器での併売を行い、売れ行きと利用者の反応について調査した。

### ■ 期間

2013年8月27日～9月26日

### ■ 場所

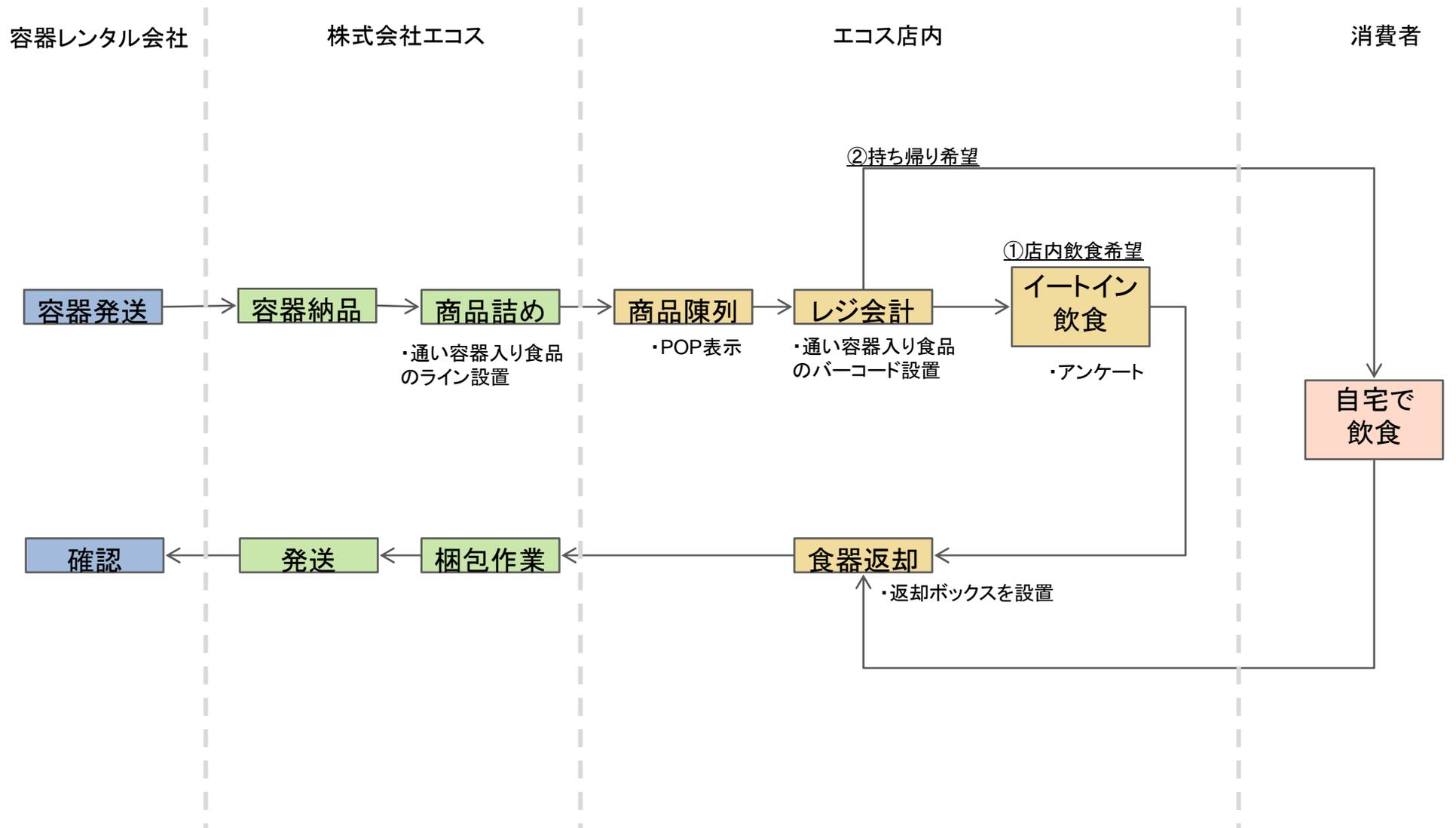
エコス小平店

### ■ 販売品目

- ・ 海鮮丼
- ・ 握り寿司
- ・ 手巻き寿司
- ・ カツ丼
- ・ サンドイッチ



# 通い容器のフロー



## 実施結果

### ■ 実験期間中、対象品の約4割がリユース食器で販売された

\*リユース食器が売り切れてしまった場合に使い捨て容器のみでの販売になった品目もある

### ■ 食器の返却率は約30%

\*ドリンク券は購入時にも利用できたため、実質的な返却のインセンティブとはなっていない

### ■ ごみ発生量の削減効果は9.2kg

### ■ 資材費の削減効果は27,480円

### ■ 人件費、スペースコスト等の増加はほぼ影響なし

- 実験期間中は、食器返却等のオペレーション調整のために担当を1人配置

容器ごとの販売総数に占める割合

	販売数量	シェア
握り寿司	266	29%
巻き寿司	97	58%
海鮮丼	186	42%
カツ丼	235	51%
サンドイッチ	132	40%
合計	916	40%

## 実施結果

### ■ LCA分析結果(対使い捨てトレイ) ～概算値～

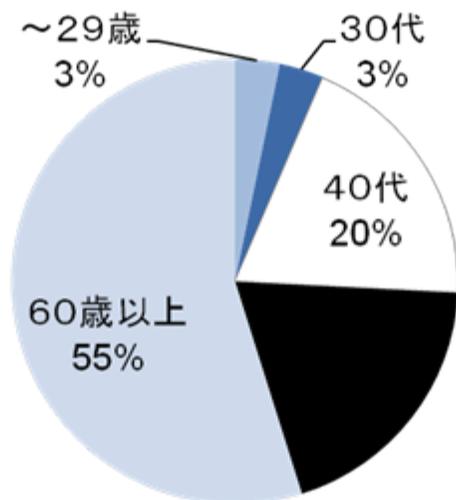
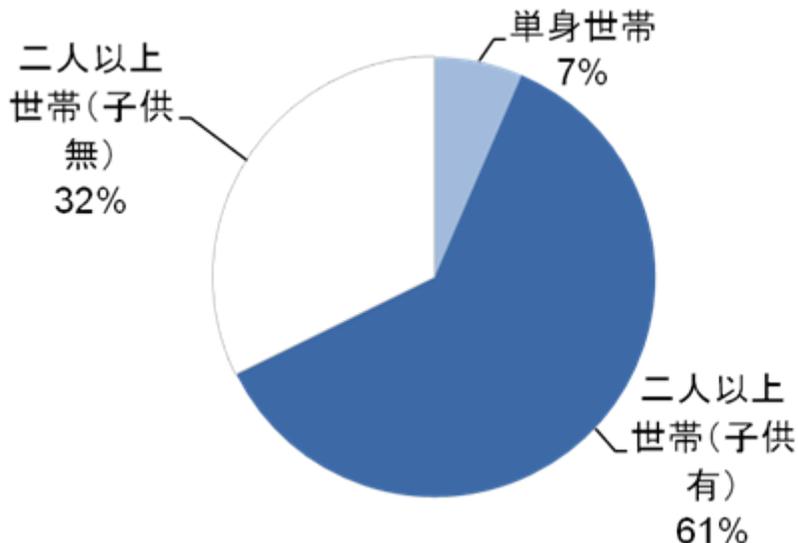
- 「イベント用食器類LCI Ver.3」(2011年1月)を使用
- 今般使用したリユース容器は50回使用時の1回分と仮定

	食品1個当たりの 環境負荷低減効果	916個分の 環境負荷低減効果	単位
地球温暖化	0.16901	155	kg-CO <sub>2</sub> eq
エネルギー資源消費	0.56348	516	MJ
水使用	0.08229	75	kg

# 店頭アンケート調査結果

## リユース食器入りお弁当の販売数量

- ・リユース食器入りお弁当の購入者に多くみられた属性。
  - －二人以上世帯(子供あり)
  - －60歳以上
  - －女性

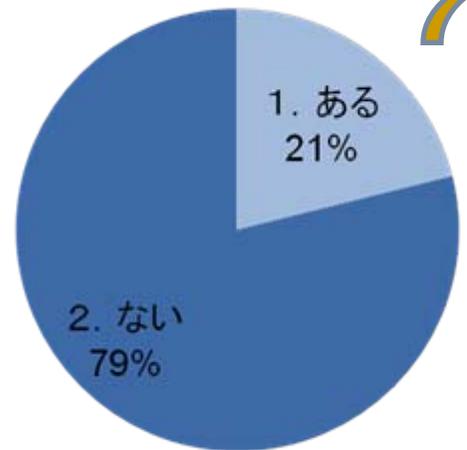


n=147

# 店頭アンケート調査結果

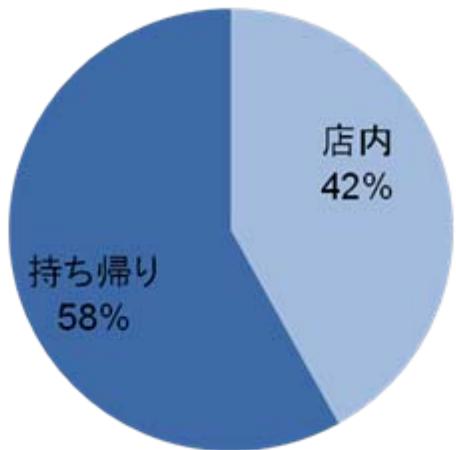
## 「繰り返し使える食器のお弁当」の購入状況、今後の購入意向

購入の有無



n=147

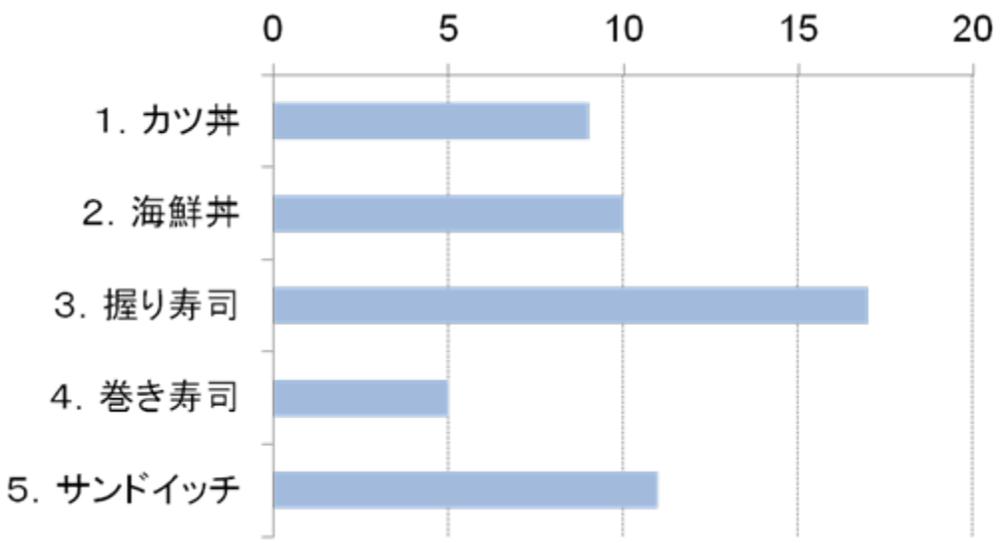
購入後の食事場所



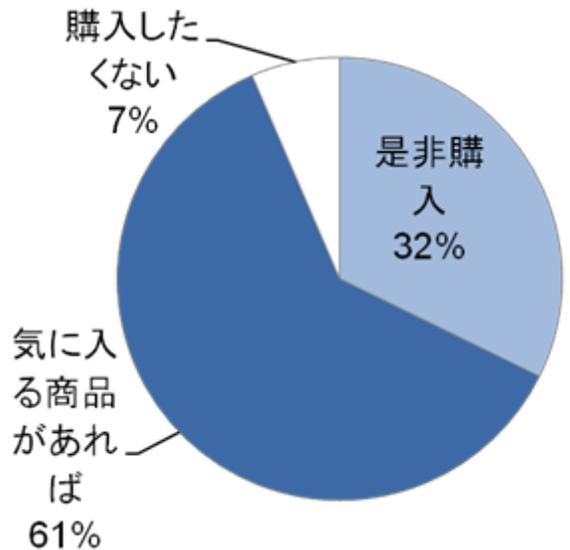
n=31

- ・「繰り返し使える食器のお弁当」の購入割合は約2割
- ・店内飲食：持ち帰り＝4：6
- ・今後も購入したいと考える購入者が大半（9割強）
- ・握り寿司は半数以上の方が良いと支持

良いと思ったもの

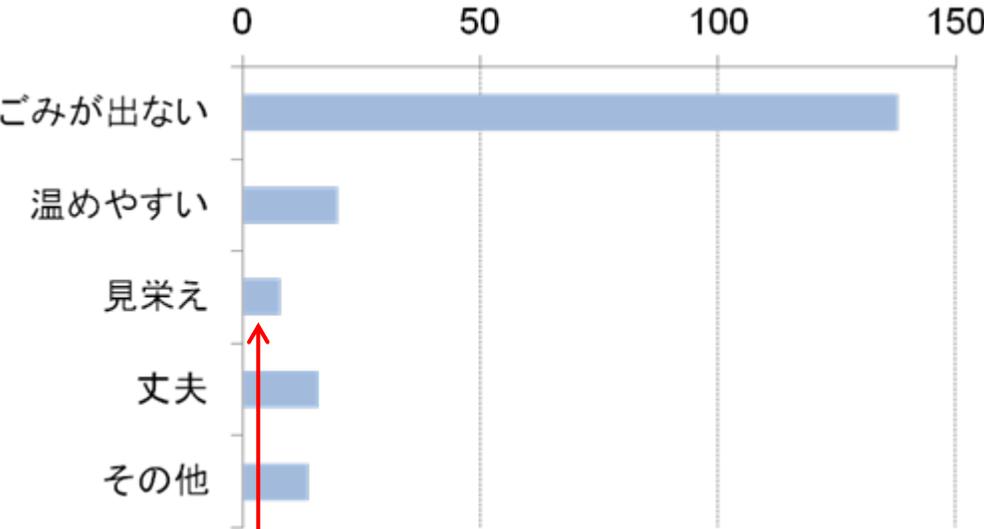


今後の購入意向

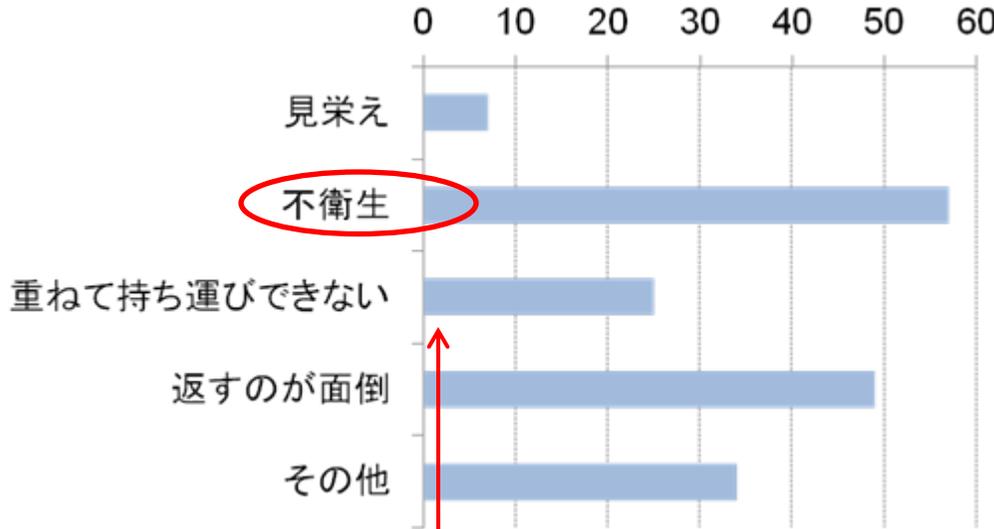


# 店頭アンケート調査結果

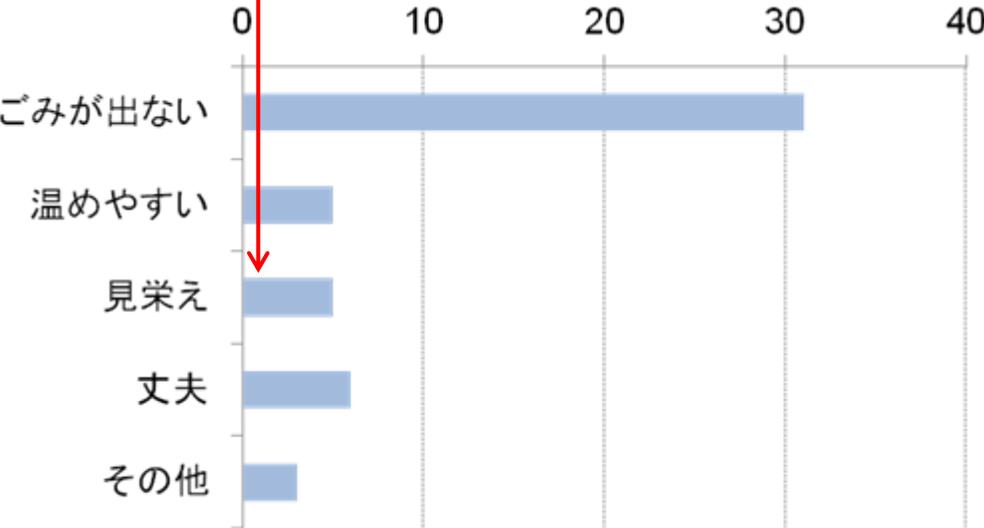
## 良い点(回答者全員)



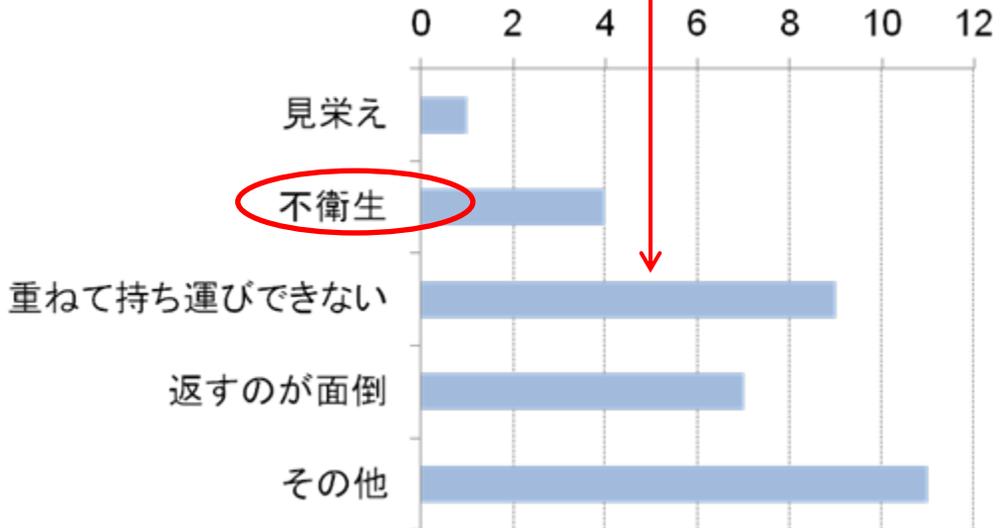
## 悪い点(回答者全員)



## 良い点(購入者のみ)



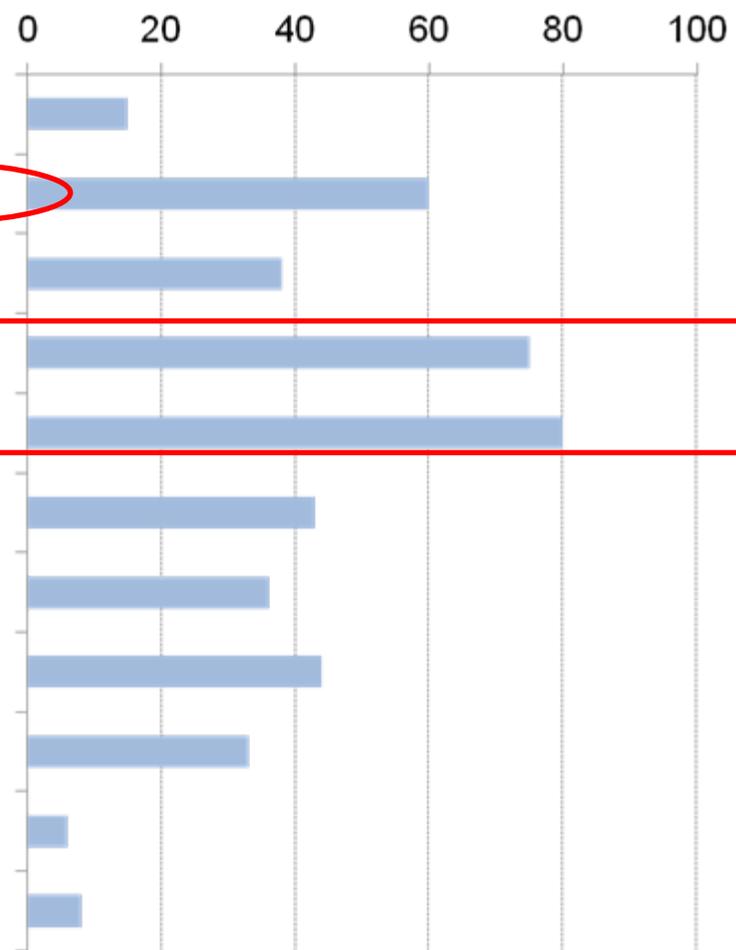
## 悪い点(購入者のみ)



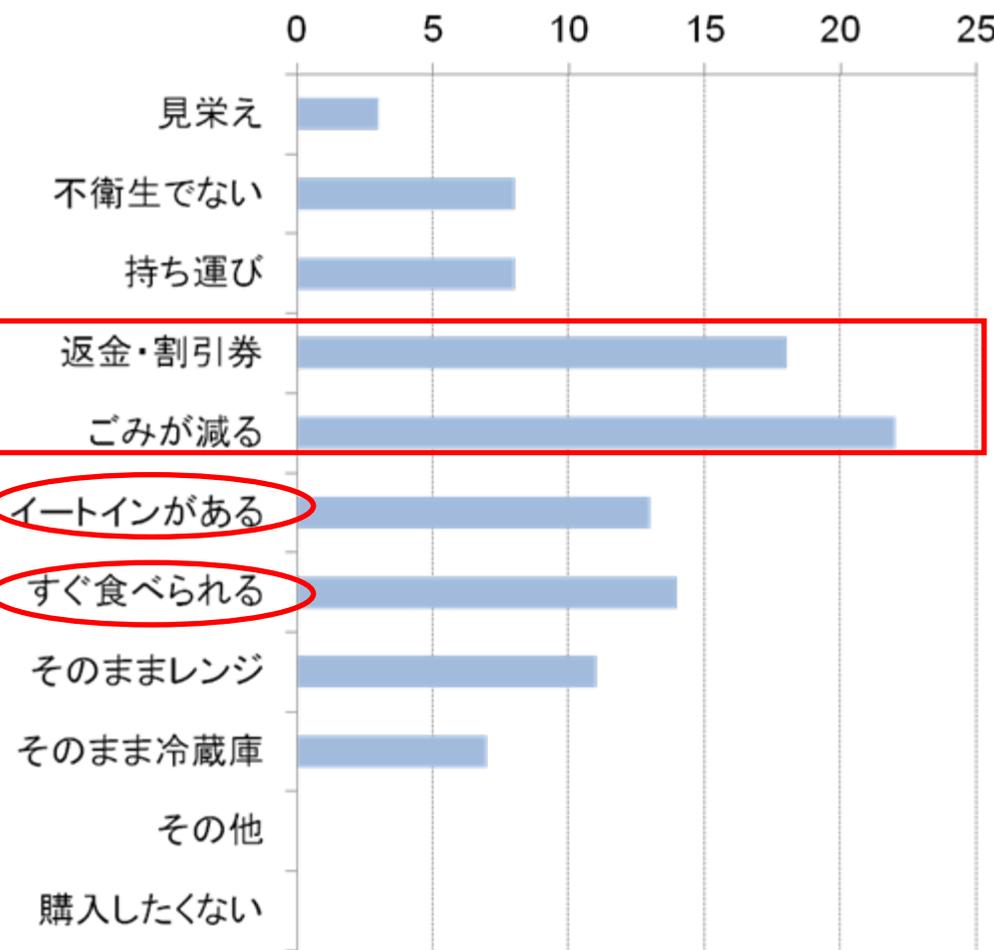
# 店頭アンケート調査結果

## 繰り返し使える食器の商品を買う条件

(回答者全員)



(購入者のみ)



- ・購入条件の上位は、「ごみが減る」「使用後にお店に持ってくることでお金や割引券がもらえる」こと。
- ・購入者だけでみると、「イートインがある」「すぐ食べられる」への回答率が高い。

## 恒常的な実施において想定される課題・論点

### ● オペレーションの確立

- 調理オペレーションは品目による差は多少あるものの、全体的に大きな問題はなかった
- 但し、使い捨て容器とリユース食器の併用は二重オペレーションとなり、作業の効率化が課題
- 返却場所の管理、食器返却作業などの間接業務は、現場には負担が大きく、実施の際には別途検討が必要（作業の標準化には、サービスカウンターなど部門の壁を超えた連携が必要）

### ● リユース食器の改善

- 商品の見栄えを損なわず、高い商品価値を担保できるよう、おいしく見せる形・サイズのバリエーションを検討することが必要

### ● 導入のメリットの創出

- 小売業界における拡大生産者責任に対する取り組みのアナウンスや店舗の環境イメージの向上、コストメリットを創出できるなどの可能性がある
  - 原価の高い一部の使い捨て容器については、コストメリットがでる可能性がある

### ● 返却率の向上

- ポイントの付与など、返却時のインセンティブを設けると効果的と考えられる
- 多くのスーパーで実施できれば、利用者の返却が容易になり、利便性が高まることで浸透