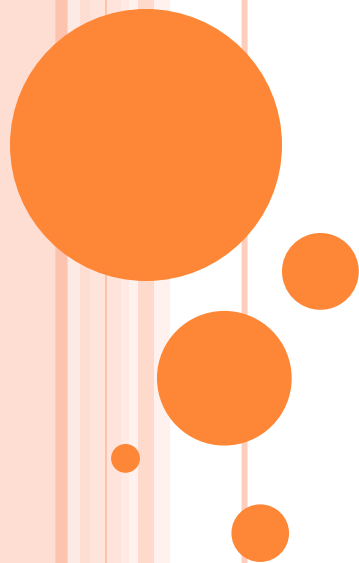


(株)吉野家における 食品リサイクル・食品ロス削減の取組について

(株)吉野家 グループ管理本部 総務課長
関口 努



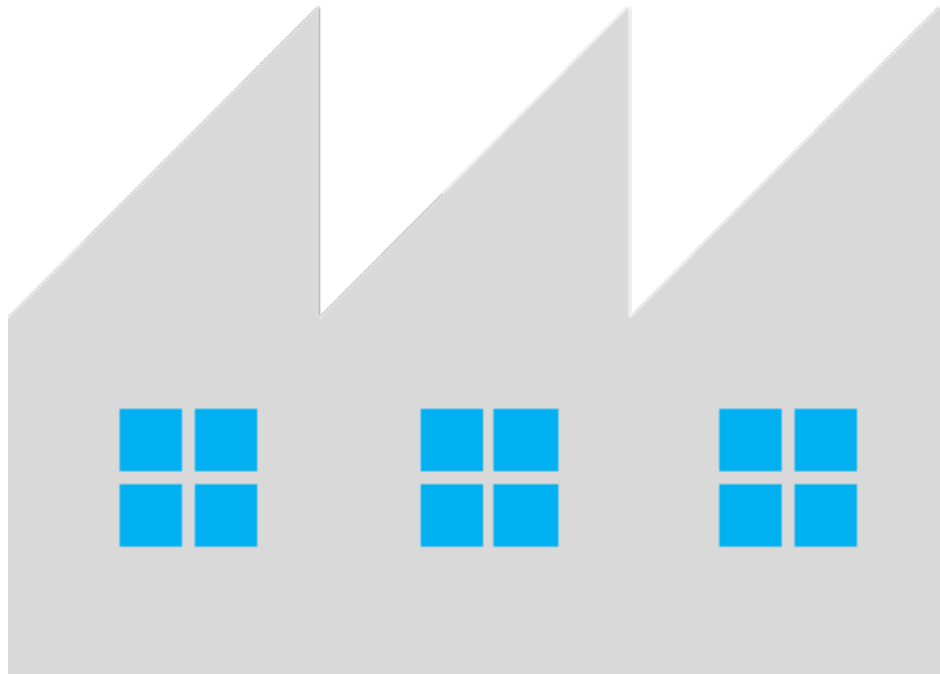
外食産業での食品ロス削減について

①. 製造段階での取組

②. 物流段階での取組

③. 店舗段階での取組

吉野家の各段階での食品ロス削減取り組み



製造工場での取組



輸送段階での取組



店舗での取組

- ①納品～提供前
- ②提供後

①. 工場段階での取組



- ・規格外品の他の商品への再利用

牛肉・玉ねぎの規格外食材



ハンバーク・ドレッシングの具材

- ・葉物野菜の外葉など⇒動物園等への飼料提供
- ・野菜の芯など⇒生ごみ処理機での減容

工場外観



生ごみ処理機



白菜の芯など

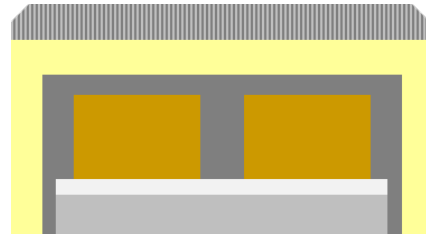


処理機上部より投入

②. 輸送段階での取組



製造工場



配送センター



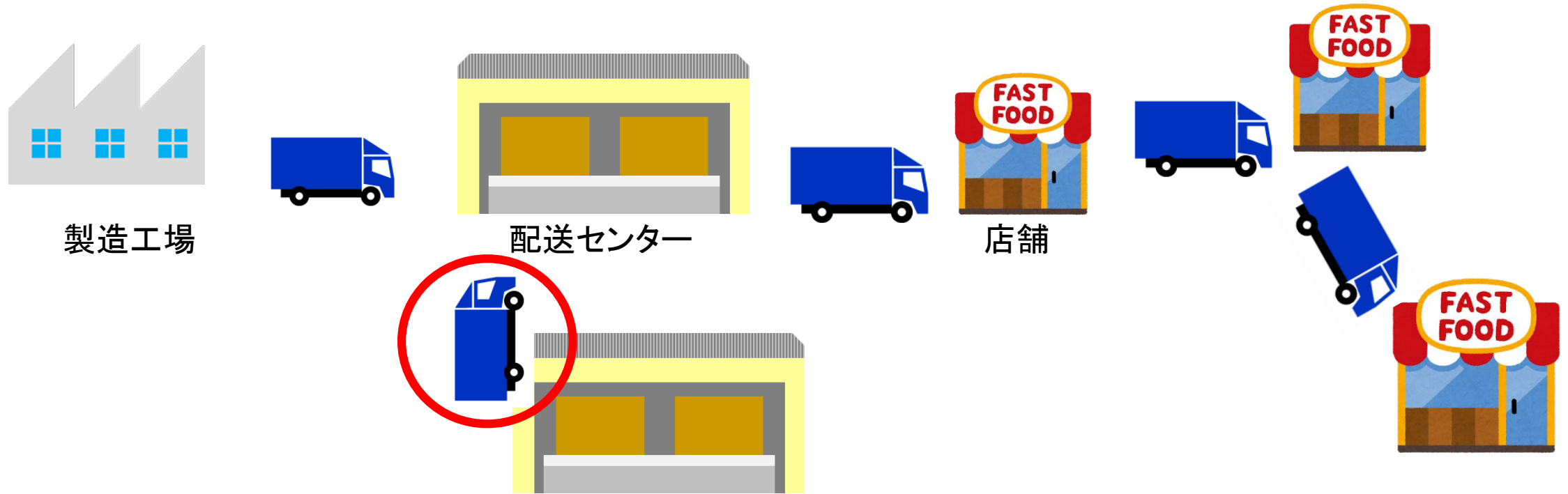
店舗



製造工場からの出荷⇒配送センター⇒店舗

食材の輸送について、冷蔵車両を使用し保管温度を一定に保ち、品質維持している。

②. 輸送段階での取組その2



全国各地の配送センターの在庫一元管理により、一部の配送センターで在庫過多になった場合、他の配送センターへ在庫を移動し、期限切れを発生させない様なコントロールを行っている。

③. 店舗段階での取組



- ・食材仕入れ量の決定方法

食材の自動発注システム……地域のイベントなど外的環境変化や過去の販売実績に基づき、1日ごとに販売数を予測し、使用する食材を発注する。

- ・食材準備量の設定方法

1時間ごとの販売数予測に基づき、食材の仕込みを行っている。

- ・調理過程

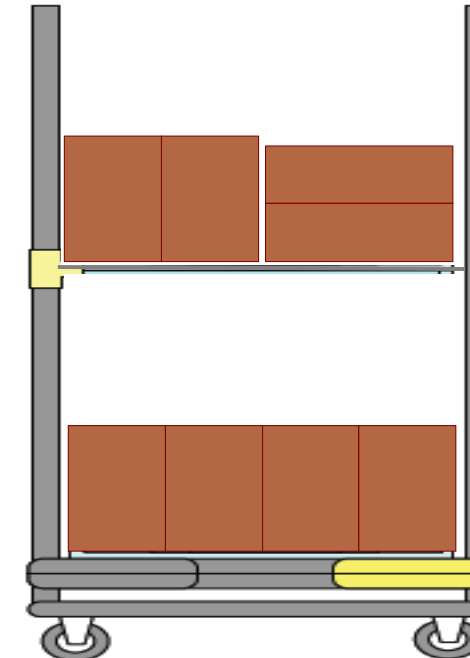
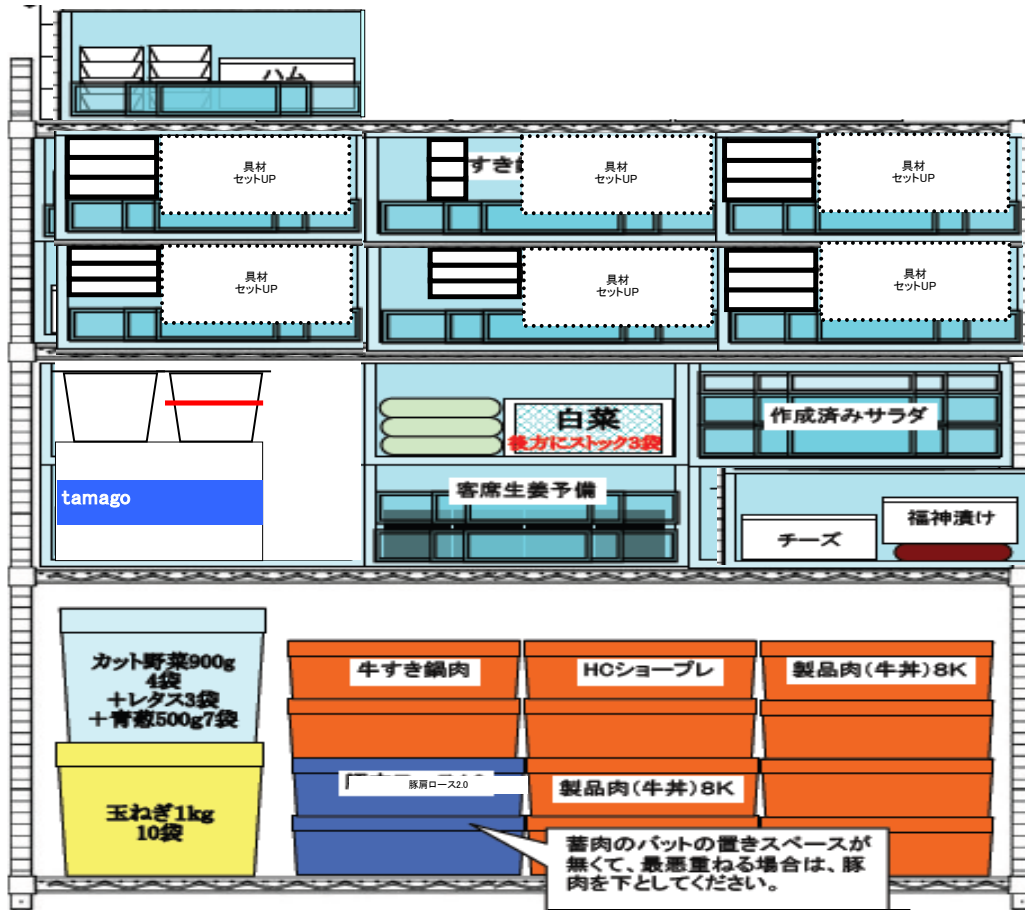
牛丼作成時に発生した牛脂は全国で回収し、飼料へリサイクル実施

- ・商品提供後

食べ残し残渣は計量し、商品作成方法のミスや顧客ニーズに合致しているか？の参考としている⇒商品開発（小盛メニューの導入など）

冷蔵庫内の配置を例示(1)

在庫管理を分かり易くする方法を例示し、店舗に伝えている。



鍋膳食材専用カート

タレ・汁物専用カート

冷蔵庫内の配置を『ガイド』で例示

(写真での表示で従業員がイメージし易いようにしている)



鍋膳専用食材が
1カートに収まる。



サラダバットがサンテナに収まる為、
具材セットアップをバット管理できる。
(エレクターへの直置きも無くなる)



肉類(牛丼以外)は、エレクター下段を
使用して種別で管理できる。



何がどこにあるか
分かりやすい。



下から上まで空間を使うこと
ができ、収納効率が上がる。



タレ缶の下に
タレ缶台を設置。

食べ残し残渣計量



生ごみは水切り後
ゴミ箱へ

その他

- 店舗近隣でリサイクル施設がある所については、店舗で発生する生ごみを肥料・飼料などリサイクルを行っている。
- 通販部門では、大量に商品が残ってしまった場合は、フードバンクと連携し、食品ロス削減に努めている。

吉野家の食品リサイクル率(2017年実績)

食品廃棄物発生量

工場	1205. 8t	食品リサイクル率	100. 0%
店舗合計(1267店舗)	5516. 7t(1日1店舗 11. 9Kg)	食品リサイクル率	79. 2%

うち調理過程で発生する牛脂等(食品廃棄物)が約80%、

残り20%が食品ロス(顧客の食べ残しが大部分・・・75%以上を占めている)

食品ロス削減キャンペーン参加について

- 参加店舗：都議会レストラン店（株）はなまるが運営
- キャンペーン内容：宴会コース利用者で食べ残しゼロにて、利用者全員50円引き
- キャンペーン期間：10／1（月）～10／12（金）の平日
- 進捗状況：10/1～10/12宴会コース利用者総数：6組246名にて
食べ残しゼロ組数：1組（6名）
（期間中食べ残し発生：平均63g／名）
キャンペーン効果：食品ロス削減量▲0.4Kg



[参考] 外食産業における食品リサイクル等の取り組み

1) 外食産業の食品ロス削減・リサイクルの取組状況

■ 食品ロス削減の取り組み例

- 需要予測の高度化、
- 生産リードタイムの短縮、
- 店舗への供給前段階での消費期限超過ロスの削減、
- 店舗でのフライオイルの寿命延長、
- アフターオーダー制への変更、
- ポーションサイズの選択肢拡大、メニュー開発など

■ 食品リサイクルの取り組み例

- 地域農業事業者と連携した肥料化の取組(株)平井料理システム)
- 自社プラントを導入した飼料化の取組(康正産業(株))
- 店舗への生ごみ処理機を導入した肥料化の取組(株)アレフ)
- 自社収集運搬による飼料化・肥料化の取組(株)松屋フーズ)
- セントラルキッチンの食品残さのメタン化の取組(株)木曾路)

※平成28年度「外食産業における食品リサイクルマニュアル」より

大手中堅企業を中心に、外食産業各社は、自社の事業実態に合わせて、個々に食品ロス削減・リサイクルの推進に努めている

2) 外食産業での食品廃棄物の特徴・課題①

【外食産業の構造】

外食産業の市場規模推計値 25兆6,561億円(平成29年)

- ◎ 中小・零細の事業者が多い産業構造（上位100位企業のシェア約1/4～1/3）
（多くを占める個人店はリサイクルの手段が限られる）
- ◎ 多種多様な業種・業態が混在
- ◎ 食品廃棄物の主要な発生主体である「店舗」の大きさは比較的小さく、チェーン企業の場合は広域に分布

以上のような産業構造から、外食産業からの食品廃棄物の発生は

- **多店舗・少量発生。**（一方でリサイクル施設は偏在）
- **業態・業種ごとに発生する食品廃棄物の種類・性質が、多様である。**
（リサイクルしにくいものもある）
- **店舗の食品廃棄物を、「燃えるごみ」と「食品廃棄物」に「分別」する作業が難しい。**

等の特徴がある。

店舗から排出される食品廃棄物を分別収集して、再資源化するには課題が多い

3) 外食産業での食品廃棄物の特徴・課題②

外食産業の食品廃棄物は、

■ 提供前(調理)と提供後(食べ残し)の2つに分かれる。(表1参照)

・ “調理”段階での食品残さ削減は、企業経営でも重要な課題。

既に各社で削減に取り組んでおり、計測・削減はある程度可能

・ “食べ残し”が発生するのは、概ね外食産業のみ。

食べ残しの削減やリサイクルは重要であるが、事業者サイドで計測・削減が難しい。

・ “食べ残し”は「家庭ごみ」と一緒であり、消費者意識の変革など国民運動と一緒に取り組む事案である。

■ 可食部・不可食部が混在し、事業者によって内容・割合は様々。

・ 業種・業態・業容で比率も様々。同じ店でもメニューや時期で比率は異なる。

・ 可食・不可食を分ける計測が難しい。“食べ残し”にも不可食部が含まれる。

⇒ 外食産業での食べ残し等、食品ロス削減にあたっては、関連業界との連携、特に国民運動など行政と連携した取組が必要。

表1 外食産業等での食品廃棄物の発生状況と“食べ残し”

～食べ残しは 事業者 食品ロスの対象外と考える見方もある

	発生場所 (外食産業)	発生場所 (他の食品産業)	排出のコントロール主体	主な削減方法/取組・啓発等主体
食品事業者 共通で発生 ↑	お客様への 提供前の食品廃棄物 厨房、 物流センター 等	工場、 物流センター、 店舗等	”食品事業者” (事業者サイドで ある程度 計測削減可能)	システム改善や企業努力で 削減可能 / 【食品事業者が取組主体】
↓ 外食産業を中 心に発生	お客様への 提供後の食品廃棄物 (食べ残し) 客席 [食り法対象]	消費者の自宅 など [食り法 対象外]	”消費者” (事業者は食べ残しがし ないような施策に取組む 必要があるが、事業者サ イドで計測削減困難)	消費者意識の変革、国民運動 などによって削減可能 / 【行政を中心に事業者が協 力】