



令和4年度 地方公共団体及び事業者等による食品廃棄ゼロエリア創出の推進モデル事業等
部門Ⅲ 食品リサイクル推進・食品ロス削減モデル事業

株式会社ドール 「バナナエシカルバリューチェーンプログラム」 最終報告

2023年2月
株式会社ドール



モデル事業報告 概要

1. 事業の目的
2. 事業の内容
3. 実施体制
4. 事業の運用
5. 事業の成果
6. 現状の課題と今後に向けて



1. 事業の目的

年間を通じて店頭に並び、乳児からお年寄りまで幅広い年代に親しまれる「バナナ」をキーに、消費者・小売店とともにパートナーシップを組み、「食品廃棄・ロス削減」を考えるきっかけづくり、その啓発活動に貢献する。

- ①消費者が必要な分量を自身で計量し、購入する「量り売り」
＝家庭での食べきり推進・食品ロス削減に寄与する
- ②バナナの皮など、家庭から排出する食品廃棄物を原料とした「コンポスト」(堆肥)づくりのプログラム化
- ③プラスチック包材・容器を使用しない商品形態での販売
＝家庭でのプラスチックごみ削減



2. 事業の内容

■ 取組名称

「ドールバナナ エシカルバリューチェーンプログラム」

■ 概要

① 「バナナの量り売り」

…スーパーマーケット店頭にて、専用の計量機を設置。
パック包装していないバナナをバラで陳列し
消費者がセルフでバナナを計量・購入できる仕組みを提供する。



② 「コンポスト企画」

…スーパーマーケット店頭にて、コンポスト作りの参加者を募集。
参加者には「コンポストキット」を提供。またオンラインで勉強会を開催し、
コンポストに取り組む意義・作り方を啓発。



2. 事業の内容

■ 「量り売り」モデル店舗での実証実験

- ・ 関東圏を中心に、スーパーマーケット5店舗へ「バナナの量り売り」導入を提案。また同店店頭で「コンポスト企画」の参加者を募る。
- ・ 2022年度内に、店舗での展開マニュアル、消費者への効果的な啓発方法、効果測定方法（食品ロス削減量、消費者の行動変革など）の確立。
- ・ これらの成果を踏まえ、2023年度以降、取り組みを多店舗に拡大させるためのスキームを確立・ロードマップを作成する。

■ 効果検証

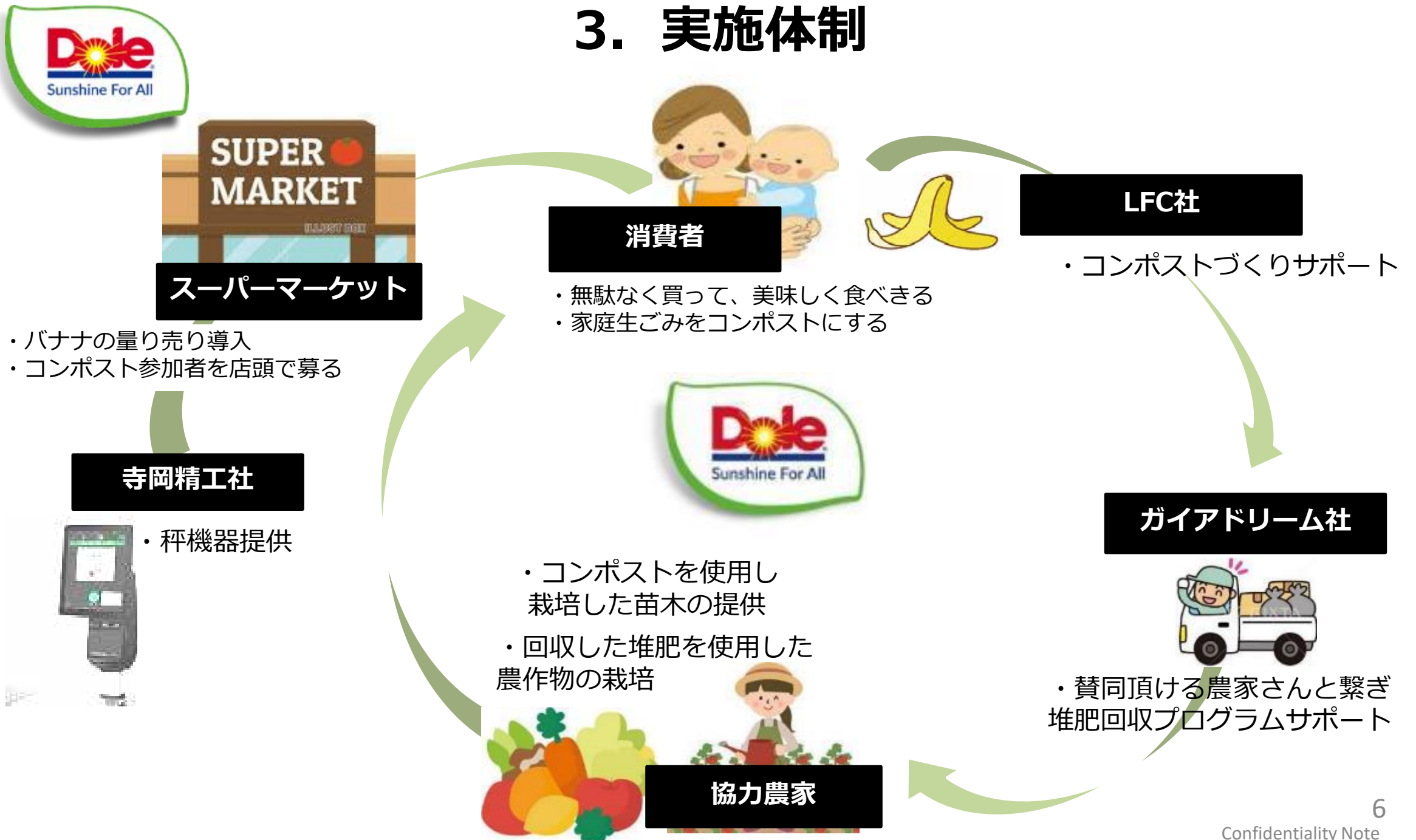
(定量)

- ・ 量り売り商品の導入により、削減できたプラスチック包材量を算出
- ・ 家庭から回収できた堆肥の量を計量し、削減できた家庭生ごみの想定量を測定

(定性)

- ・ コンポストプログラム参加者に対し、アンケート実施。食品ロス削減に関する意識向上効果の検証
- ・ 量り売り販売の協力店舗関係者に対し、ヒアリング実施

3. 実施体制





4.事業の運用「バナナの量り売り」

店舗導入（売り場づくりと消費者への周知啓発）：

バナナ売り場に専属スタッフが立ち、消費者への説明・サポートを行った（開始後14日間）
買い方説明ボード、啓発POP等を店頭に設置するほか、説明動画を電子サイネージで流し、
量り売りに慣れていない消費者もスムーズに計量・購入ができるよう工夫した





4.事業の運用「バナナの量り売り」

店舗運用サポート：

導入開始後3か月間、ドール社員が各店舗を毎月訪問し、売り場状況を確認
また店舗担当者から、販売動向やオペレーション面での困りごと・要望を聞き取り
課題の抽出と改善を継続的に行った

量販店 店舗	訪問日 記入者	量り売り販売開始から 22 日目 バナナ販売状況 ・陳列されている商品/売価 キウイバナナ288円・トップバリューオーガニックバナナ198円・ディズニーバナナ158円 有機栽培198円・スウィーティオ258円・検撰298円・ベストプライス98円・熟撰158円
1. 商品に関して ・バナナの熟度 カラー4～6 ・商品の品質、みため 袋がない分多少の傷は目立ってしまうが特に問題なし。		
2. 売り場に関して ・資材の設置状況 量り売り用の資材・担当者の手書きPOPも掲示されていた。 ・改善した方がよいと思う点 ①量り売りの機械が故障してしまった際にすぐ対応できる体制をつくるー今日の午前中機械が壊れてしまい復旧するのに時間がかかったため。 ②機械の使い方に関して量りの上などにわかりやすくPOPなど簡易な操作方法について記載があれば、マネキンさんがいないときでもわかりやすく、親切だと感じた。		
3. 消費者動向 ・バナナ売り場にどんな方が来ているか 平日は年齢層の高い人が多く1、2本が人気。休日は6～7割がファミリー層。 3日に1回買いに来る人がいることからリピーターもいる様子。 ・「量り売り」に対するリアクション 家族連れの子供が量りを使って楽しんでいる様子あり。 青のほうが多体的に人気が高く、高齢者は特に青を好む傾向あり。 ・購入に至った方は、何をみて購入しているか 傷やラテックスが付いているものを避けるなどバナナの見え目がいいものを選ぶ人が多い。		
4. 店舗ご担当者さまの声 ・商品と、売れ行きに関して マネキンさんがいる期間は売れやすいが、いない期間は量り売り機械の使い方がわからずそのままレジにもって来ってしまう人もいます。 ・「量り売り」販売に関するご意見 量り売りで扱っているプレミアムスウィートについて、他のバナナとの違いを強調し、消費者にわかりやすい説明があったほうが良いとの意見だった。例えばMID・熟度〇〇・食感〇〇など。また、量り売りで買う方が〇〇円お得など他商品との差別化をしたらより価値がわかりやすいとのことだった。 ・店舗資材や陳列方法に関するご意見 特に問題はないが、2本・3本と書かれているPOPの必要性をあまり感じない。 書くのであれば1～3本から購入できるなどまとめて書かれていた方がよい。		
5. 気づいたこと 担当者は量り売りに対して好印象だと感じた。しかし、今までにない方法で販売するには分かりやすさを重視する必要があると感じた。社内ではコンセプト・売り場について理解を促しているが、消費者目線に立つて量りの使い方や機械の設置など基本的な詳細を含めること		

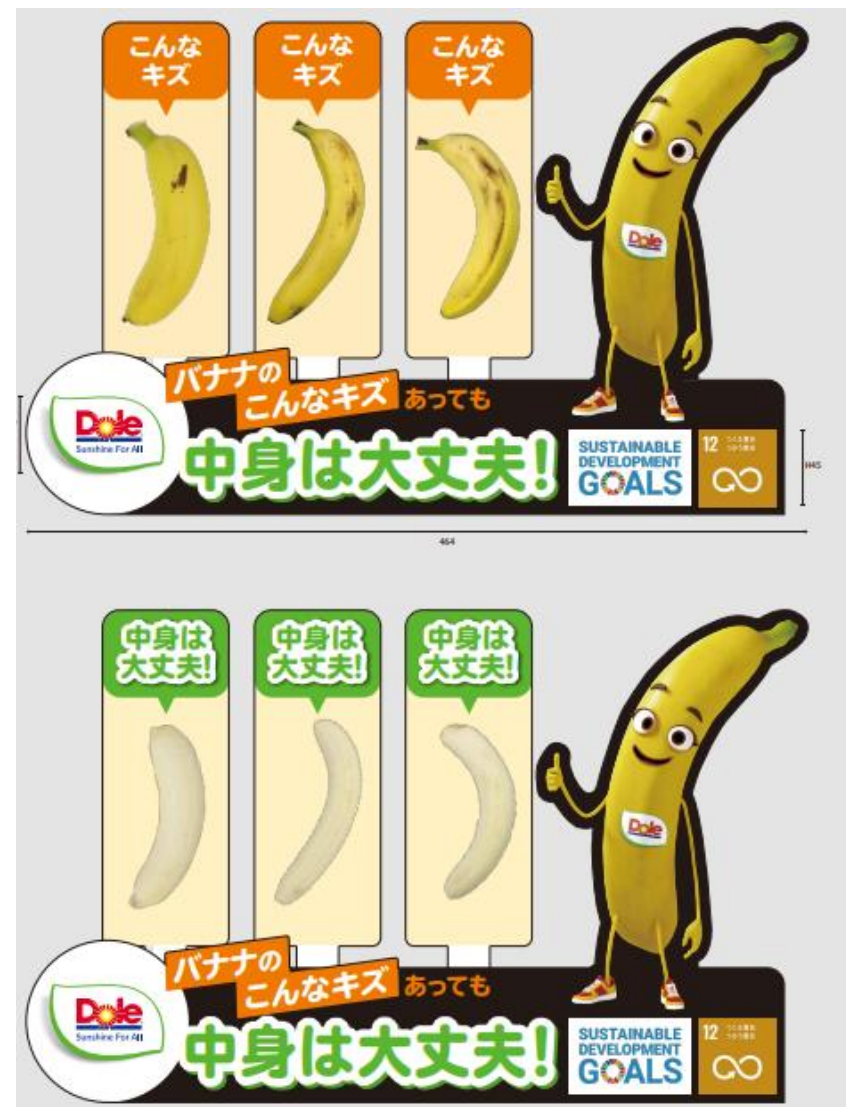


4.事業の運用「バナナの量り売り」

店頭啓発ツール（追加）：

導入後、「（袋入の商品と比べ）皮のキズ等が目立ちやすく、外観が見劣りすることで消費者に敬遠される」課題が明らかになった

→有識者の先生方からのご助言も受け、「皮にキズがあっても中身は大丈夫」であることを啓発する資材を追加制作し、売り場に設置





4.事業の運用「バナナの量り売り」

販売状況：

参加店舗の協力を得て、販売点数・店舗での廃棄（販売しきれず廃棄したバナナ）量を把握
※「廃棄」については、いずれの店舗も「ない」との自己申告であったが
これは全店とも「食品ロスを出さない＝当日中に、値引きして売り切る」姿勢を取ったためと推測される

	単位	開始1か月	開始2か月	開始3か月	開始4か月	開始5か月	開始6か月
店舗①							
バナナ販売数							
量り売り実施店舗におけるバナナの廃棄重量							
店舗②							
バナナ販売数							
量り売り実施店舗におけるバナナの廃棄重量							
店舗③							
バナナ販売数							
量り売り実施店舗におけるバナナの廃棄重量							
店舗④							
バナナ販売数							
量り売り実施店舗におけるバナナの廃棄重量							
店舗⑤							
バナナ販売数							
量り売り実施店舗におけるバナナの廃棄重量							

各店舗の事情を確認した結果、
①全ての店舗でバナナの廃棄は発生しないことが確認されました。
②量り売りによって、計31,729点のバナナが購入されました。
（※「1点」の本数は購入者で異なる）

※概ね2022年6月-7月に導入を開始



4. 事業の運用「コンポスト企画」

「コンポスト」参加者募集：

→応募総数 33通、当選者 計28名

(募集期間約1か月・7月31日〆切、4チェーン参加)

告知方法：

- ①「量り売り」売り場にて、POP掲示・リーフレット配布
- ②ドール公式HP、SNSで告知

応募方法：

「バナナ量り売り」を含む、1,000円以上のレシート画像とともに、
「参加への意気込み」を記載。受付はインターネット応募のみ

当選後：

ドールより「コンポストキット（バッグ・基材・マニュアル）」、
「初回オンライン講座案内」を参加者へ送付





4. 事業の運用「コンポスト企画」

「コンポスト」参加者サポート：

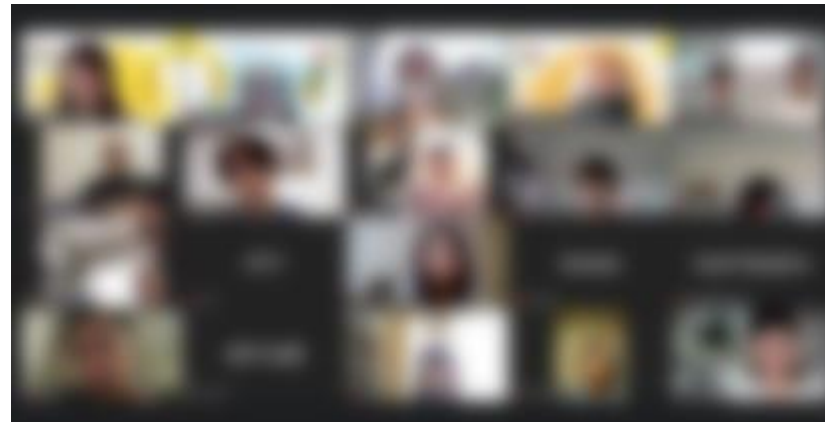
コンポスト育成における課題「完成までの約3か月間、継続して取り組む」をサポート

①オンライン講座 計3回（日時指定、任意参加）を開催

- 第1回： 9月3日（土）はじめて講座 …20名参加
- 第2回： 11月5日（土）そろそろ追熟講座 …11名参加
- 第3回： 12月3日（土）コンポスト完成！報告会… 6名参加

②ドール企画専用LINE窓口（個別Q&A対応、匿名・非公開）を設置

11名がユーザー登録・チャット活用





4. 事業の運用「コンポスト企画」

コンポスト活用：

できたコンポストの使い道として「協力団体にコンポストを送り、農作物を受け取りたい」を選択した参加者9名から、宅急便にてコンポストを回収
ボール/協力団体にて、開封・計量ののち、再追熟。計30.98kg分のコンポストが集まった
約3週間の追熟後、できあがった堆肥を土壌として活用し、ポット栽培で育成した農作物を発送



回収したコンポスト





4. 事業の運用「コンポスト企画」 （参考）

※推進モデル事業の対象外ではあるが、ドールとして同企画を自主継続し、第二回・第三回の参加者募集を実施

→各回57通・4通の応募があり、通年では合計71名がコンポスト作りに取り組む結果となった

（参考）

- ・第二回 ～10月31日〆切 （10チェーン参加）

応募総数 57通、当選者 計39名

- ①12月3日（土）はじめて講座 …16名参加
- ②1月21日（土）そろそろ追熟講座 …13名参加
- ③2月18日（土）コンポスト完成！報告会… 7名参加

- ・第三回 ～12月31日〆切 （10チェーン参加）

応募総数 4通、当選者 計4名

- ① 2月18日（土）はじめて講座 …1名参加



■「量り売り」店舗導入～運営にあたっての、マニュアル確立

→概要説明・売り場イメージの作成・必要な物品の準備・消費者への周知の方法・店舗担当者への教育・軽量機のメンテナンス方法など、初期提案から導入準備・運用開始まで、一連のオペレーションマニュアルを作成した

ラベルのセット（交換）

① トンネルで紙を巻いてください。
 巻き終わりの紙をしっかりと、ラベルの巻き終わりを確認し、100%確認してください。

●ラベル終了のお知らせ
 スプレッドシートを巻く必要がありますが、巻く前に以下の「スプレッドシート」が使用可能です。

② 紙の巻き終わりを確認してください。
 紙の巻き終わりを確認してください。

●ラベルセット方法

① 紙の巻き終わりを確認してください。
 紙の巻き終わりを確認してください。

② 紙の巻き終わりを確認してください。
 紙の巻き終わりを確認してください。

③ 紙の巻き終わりを確認してください。
 紙の巻き終わりを確認してください。

④ 紙の巻き終わりを確認してください。
 紙の巻き終わりを確認してください。

⑤ 紙の巻き終わりを確認してください。
 紙の巻き終わりを確認してください。

15



5.事業の成果

■「量り売り」導入による、プラスチック包材の削減効果

▶約2,337kg分のプラスチック包材削減ができたと推計

量り売りバナナ導入による、1ケースあたりのプラ削減量：約217g

(プラ使用…袋・商品ラベル・袋留テープ)

導入開始（6月13日週）より約7か月間で、計10,766ケースを販売

規格	入り数	①袋	②商品ラベル	③袋留めテープ	1csあたりプラ使用量 (①+②+③)
袋規格	27	216	0.0027	1.08	217.0827
はだか①商品ラベルなし	40	0	0	0	0
はだか①商品ラベル付	40	0	0.000972	0	0.000972

※袋規格＝最も流通量が多く一般的な商品を、検証対象として選定

(単位：g)

※はだか規格＝検証途中で「商品ラベル」の添付を開始したため、両方のパターンを算出

規格	出荷期間	出荷数 (cs)	削減量(g)	削減量(kg)
はだか①商品ラベルなし	6月13日週-11月21日週	8,922	1,936,812	1,937
はだか①商品ラベル付	11月28日週-1月16日週	1,844	400,299	400
期間中の削減量 総計	6月13日週-1月16日週	10,766	2,337,111	2,337

※「袋規格」「はだか規格」とも、調達のプロセスについては同じであるため
使用する包材の重量にもとづき「削減量」を推計

(参考：バナナの包材に使用するプラスチックについて)

【袋入】



【はだか（量り売り用）】





5.事業の成果

■「量り売り」導入による、消費者の意識変容

▶店頭での声（一部）

- ・まとめて買うとすぐ茶色くなっちゃうから、欲しいぶんだけ買えるのはありがたい
- ・プラスチックフリーに向けた試みですね
- ・買い方を覚えたら、楽に買えそうですね！
- ・海外みたいで面白い。いつも、子どもが喜んで量っています
- ・必要な分だけ買えて重宝している。ずっと続けてほしい
- ・すぐ食べる分と、若いものを組み合わせて買えるので便利
（注：食べごろのバナナ・青めの若いバナナを両方陳列した売り場にて）
- ・今まですぐ悪くしちゃってたけど、1本ならちょうどいいね。
- ・学校でも、食品ロスについて勉強したよ（注：小学生のお子様より）

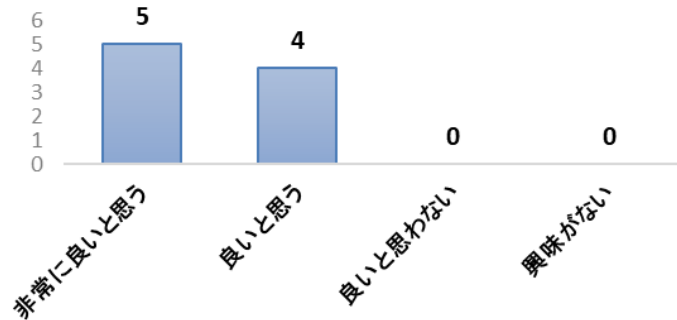
- ・傷が目立つのがちょっといや。きれいなものを買いたい。
- ・いちいち量るのがめんどくさい。やっぱり袋入りが便利。



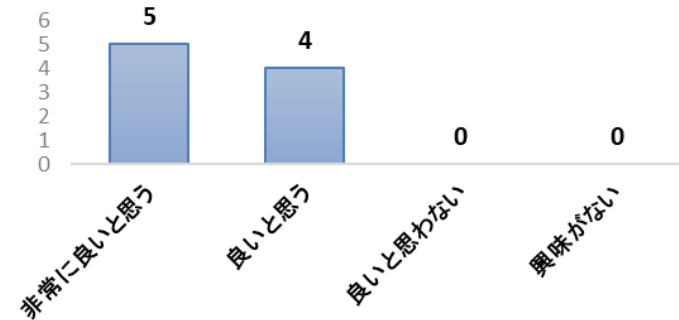
5.事業の成果

■ 「量り売り」参加店舗 担当者の意識変容 「バナナの量り売り」に取り組んだ9店舗に対し、ヒアリング実施 (対面もしくはメール、2023年1月)

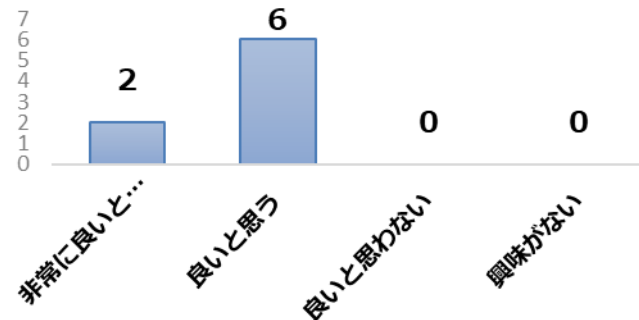
Q. 「必要な分だけ購入する事で、家庭でのロスが減る」という考え方について



Q. 「プラスチック包装を使用しない事で、プラごみの削減に繋がる」という商品形態について



Q. バナナの皮をきっかけに、家庭ごみの削減を実現するという考え方について
(参加店舗のみ)





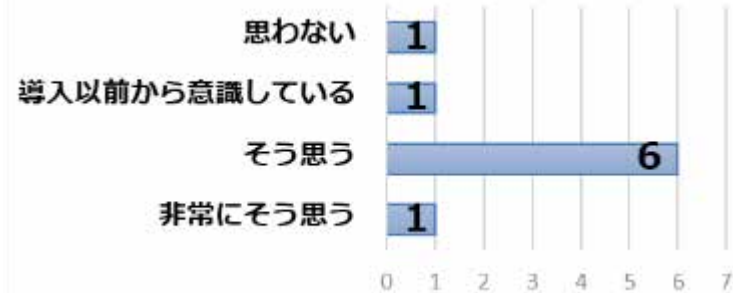
5.事業の成果

Q.「エシカルバリューチェーンプログラム」導入で、自身の考えに変化はあったか

①食品ロス削減に繋がる取り組みについて、意識するようになった



②プラスチック包材の削減に繋がる取り組みについて、意識するようになった



③必要な分だけを購入できる「量り売り」を、バナナ以外の青果物でも取り組みたいと思った



(フリーコメント)

- ・どうしてもキズが多くなりやすく、それによって見た目が悪くなりやすいのが大きな課題。計量機自体の使い勝手は悪くないので問題ない。
- ・バナナだけでなく他の商品もそうだが、最初は大変だけれど粘り強く行っていくのが大切。お客様にも浸透し始めている。
- ・環境のとりくみについてはいいと思うが、実際の売上に繋がっていないのもあるので、改善が必要だと思う。



5.事業の成果

■消費者の意識変容：

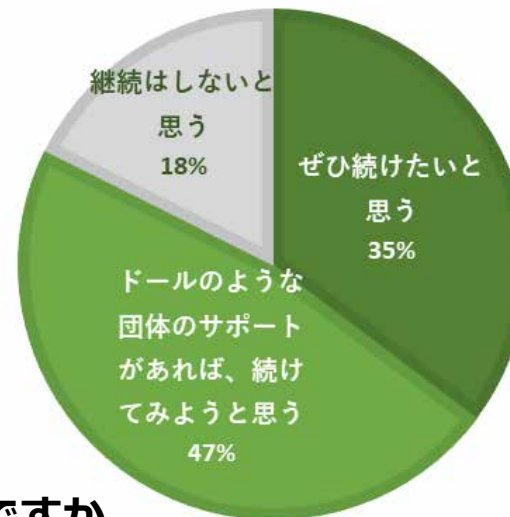
コンポスト企画参加者 事後アンケート実施：17名より回答（2022年11月）

コンポストに関して

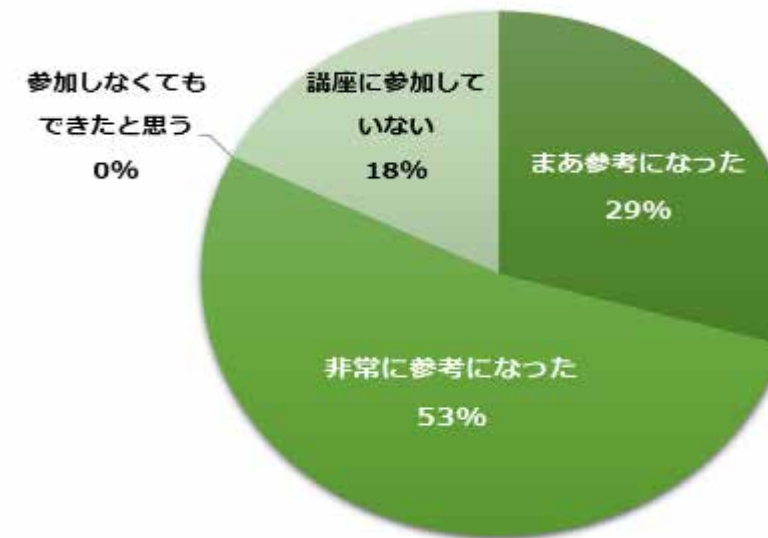
Q. コンポスト作りに取り組んでみて、いかがでしたか
（選択式、複数選択可）

取り組むことが楽しかった	10
環境について、意識するきっかけになった	6
家庭の生ごみについて、意識するきっかけになった	15
取り組むことが面倒だった	1
作り方が難しかった	1
その他 （こどもの教育としてもよかった/意外と匂いがなく快適だった/やはり虫は来た）	3

Q. 今後もコンポスト作りを
継続してみたいと思いますか



Q. オンライン講座は、コンポスト作り
に取り組むうえで参考になりましたか



Q. できあがったコンポストは、どのように使いたいですか

「自宅で使いたい」 …8名
「お礼の農作物と交換したい」 …9名



5.事業の成果

バナナの量り売りに関して

Q.「バナナの量り売り」を体験して、あなたの買い物時の行動に変化はありましたか（選択式、複数回答可）

プラスチック袋包装も家庭でごみになることを意識するようになった	12
家庭での食品ロスについて意識するようになった	8
バナナを食べきれ分だけ購入するようになった	7
その他：食べきれない分の冷凍庫でストックすることが減った	1
その他：バナナ以外でも、食べきれ分だけを購入するようになった	1

Q.プラスチック袋包装のバナナを購入していた際、
ご家庭でバナナを食べきれず捨ててしまうことはありましたか

食べきれず捨てることはなかった	9	53%
1袋のうち1本程度捨てていた	6	35%
1袋のうち2本程度捨てていた	2	12%

Q.量り売りのバナナを購入した際、
ご家庭でバナナを食べきれず捨ててしまうことはありましたか

食べきれず捨てることはなかった	16	94%
1袋のうち1本程度捨てていた	1	6%



5.事業の成果

■「コンポスト企画」実施による、消費者の意識変容

コンポスト企画 参加者事後アンケートより

- ・コンポスト作りに参加して、**生ゴミを全くごみとして捨てない生活のすばらしさ**、また、食事のメニューにも変化が。貴重な体験ができたと感じています。ありがとうございました。虫と臭いが気になった時期はございましたが。
- ・以降も家族で楽しむ**新しいライフワークの1つとして継続**していく予定です。参加できてとても良かったです！
- ・コバエが気になるので、寒い時期に入ってからコンポストづくりに取り組みました。**自宅近くの貸し出し農園等との連携で、そこにコンポストをお渡しすれば農産物が頂けるようなスキームだと生産過程を共有できて地域コミュニティへの参画**にもつながるのではないのでしょうか。
- ・生ゴミが土に変わっていく変化を見るのが楽しい。**本来はこうやって循環するものなのだな**と気がついた。生ゴミが減ると、可燃ゴミがこんなにも減るのかと驚いた。ゴミ収集日に出す量が減って助かっている。オンライン講座やLINEサポートがあって安心して取り組めた。
- ・楽しくスタートしたコンポスト作りですが、仕事が忙しいとどうしても日々のお手入れが難しくなってきました。（中略）それでも生ごみが減ることのメリットは大いに感じられたので生ごみ処理機を購入するに至りました。**生ごみだけでなく、ごみを減らす意識**も高まりました。



5.事業の成果

■「コンポスト企画」実施による、家庭生ごみの削減（推計）

▶959.43kg分の家庭生ごみ削減効果と推計

参加者属性		コンポストづくり			世帯人数・取組日数より推計 「家庭生ごみ削減量」
参加者	世帯人数	コンポスト 実測重量 (回収分)	コンポスト 申告重量 (家庭計測)	コンポスト 取組日数 (申告)	
27歳男性	2		3.0	85	49.47
48歳男性	1		5.0	40	11.64
53歳女性	5		9.0	47	68.39
24歳女性	5		20.0	63	91.67
69歳女性	4	7.06		90	104.76
48歳女性	4	2.26		65	75.66
45歳女性	2	2.84		61	35.50
66歳女性	1		15.0	80	23.28
51歳女性	5		5.0	63	91.67
51歳女性	3	3.97		55	48.02
15歳女性	6	3.01		48	83.81
43歳女性	3	1.64		60	52.38
60歳女性	2		8.6	85	49.47
65歳女性	1	5.54		82	23.86
37歳男性	3		5.0	100	87.30
34歳女性	3	4.66		45	39.29
65歳女性	1		4.0	80	23.28
		30.98	74.6		959.43
			105.58		(kg)

①家庭ごみ1人1日765g×厨茶38%
＝平均的な家庭生ごみの排出量を291gと推計

②事後アンケートにて申告の「世帯人数」「取り組み日数」より
平均的な家庭生ごみ排出量×取り組み日数×世帯人数にて
「削減できたであろう家庭生ごみの重量」を算出したもの

※本事業では、各参加者の家庭生ごみ排出量を実測していないため
推計値として算出



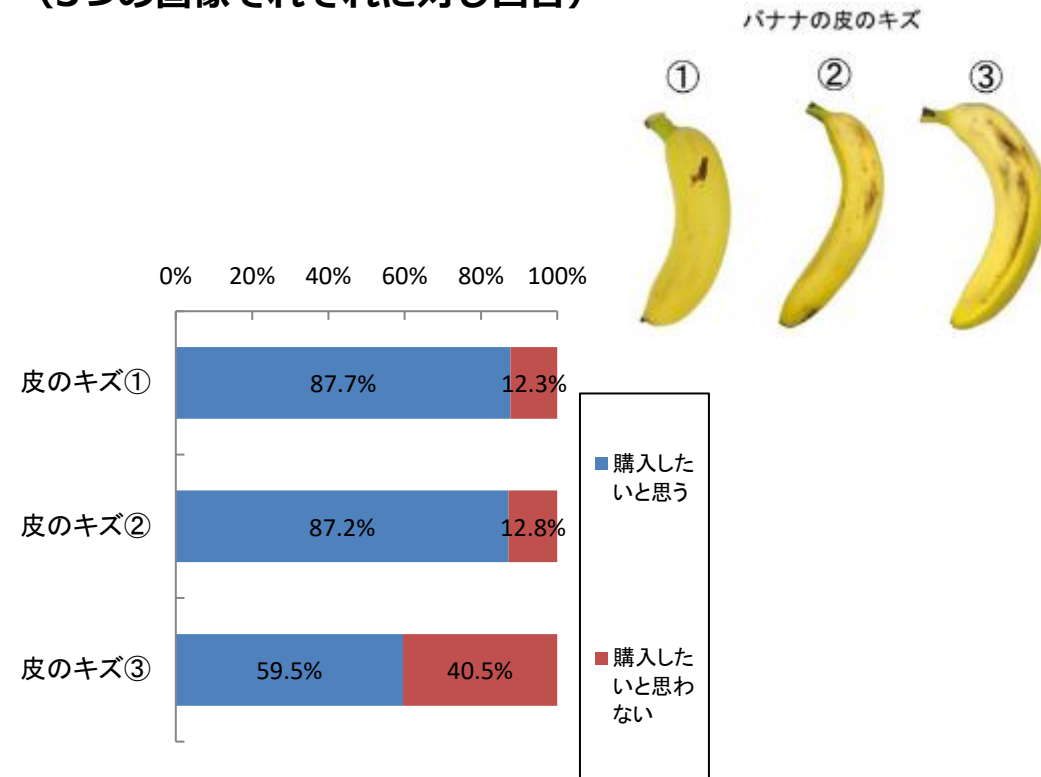
5.事業の成果

■消費者の意識調査：

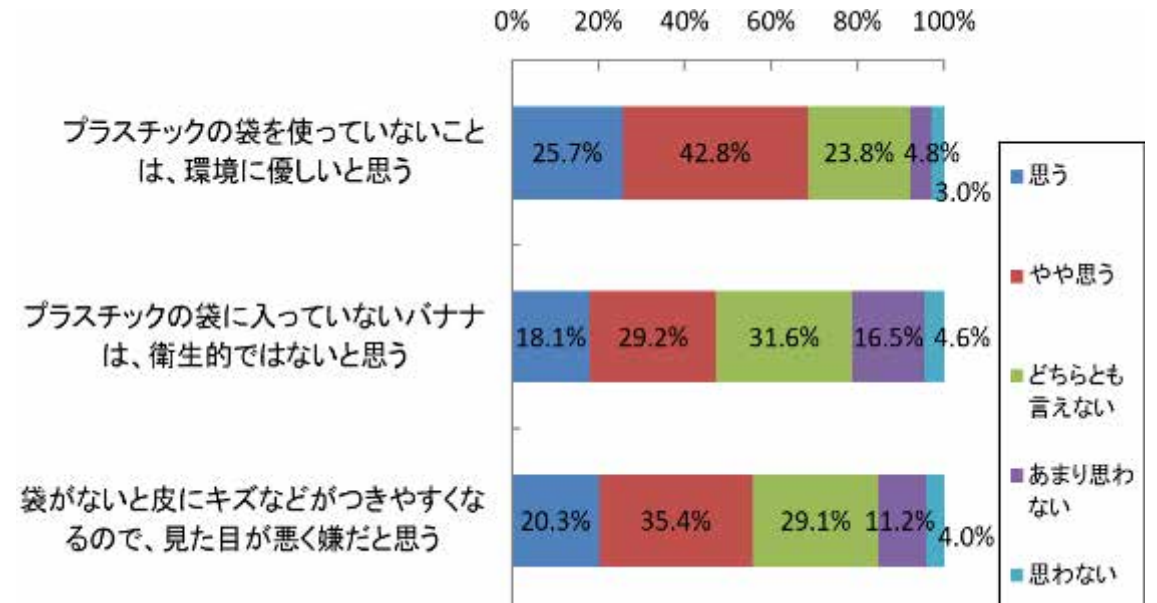
ウェブ調査にて、一般消費者1,113名に対し「バナナに関するアンケート」を実施

(男女比・年代は均等。20代～60代以上のバナナを月1回以上購入する消費者)

Q.バナナの中身の品質が変わらなければ、バナナの皮にキズがあっても購入したいと思いますか
(3つの画像それぞれに対し回答)



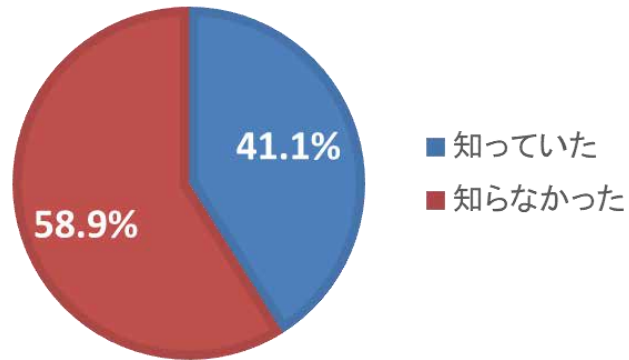
Q.日本で売られているバナナの多くは、プラスチック製の袋で包装されています。もし袋に入っていないバナナがお店に並んでいたら、どう思われますか



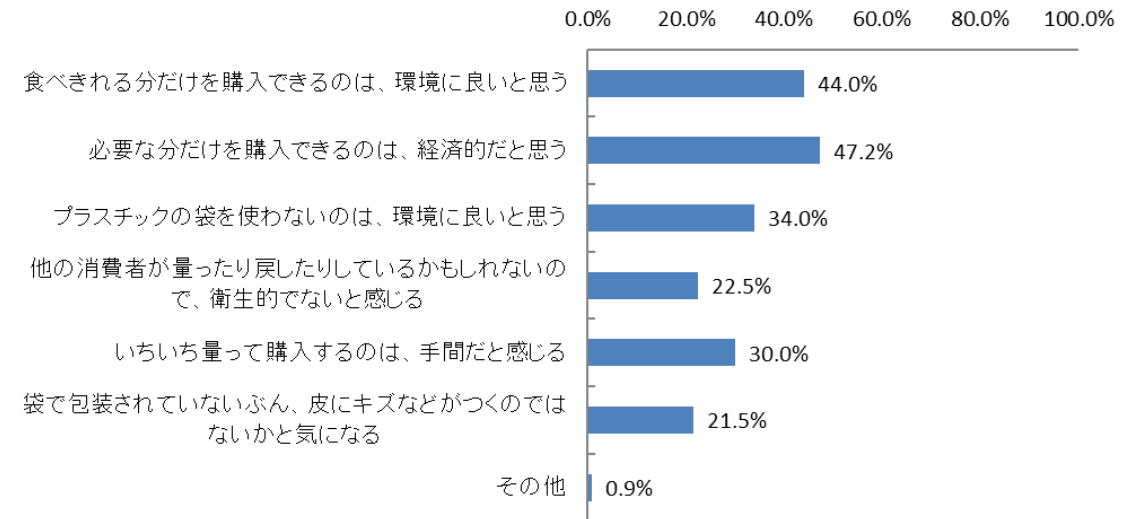


5.事業の成果

Q. ドールでは、袋に入っていないバナナをバラで陳列し、消費者が必要な分だけを量って購入する「バナナの量り売り」を行っています。この取り組みについてご存じですか



Q. 必要な分だけを、自分で量って購入する「バナナの量り売り」について、どう思われますか（複数回答可）



「その他」回答

- ・環境には良いし食品ロスも減ると思うが、どんな人が触ったか分からないのは多少気になる
- ・海外では標準のことで日本も追いつくべきだと思う
- ・担当者が必要だがおそらく無理だろう



(参考：波及効果)

- 参加チェーンの多くが、取り組みを社内外に共有・発信した
- メディアの関心も高く、多くの媒体で取り組みが紹介された

日付	媒体	媒体名	社名	内容
2022/10/1	テレビ	サタデーワイド9	NHK	揚げ餅は食料ロス削減！？「もったいない」を大切に愛する
2022/10/13	テレビ	イブニング	H1B	くまのりお嬢さん！インジェクションにスーパー右・最高級エリマキ
2022/10/13	テレビ	どさんこワイド179	GTV	札幌・登別エリア・大型スーパー「出店」の狙いは
2022/7/4	紙媒体	農経新聞	農経新聞社	バナナでエシカル推進「量売り」「コンポスト」で食料・ドール
2022/10/13	テレビ	めんたい	UHB	最新型コープさっぽろ誕生！店内が緑々・新のバリエーション
2022/07/01	WEB	毎日新聞	毎日新聞社	(プレスリリースより転載)
2022/06/29	WEB	TARI: ABO	NW STANDARD	「ドール」初の量り売り企画！「バナナエシカル」の「チ」
2022/07/01	WEB	ZDNet Japan	朝日インタラクティブ	(プレスリリースより転載)
2022/07/01	WEB	ENLIT JAPAN	朝日インタラクティブ	(プレスリリースより転載)
2022/07/21	WEB	Yahoo! ニュース	ヤフー	(プレスリリースより転載)
2022/10/11	WEB	AdverTimes	広告会議	ドール・バナナの量り売り好評！食べ盛り需要に即応も
2022/8/23	紙媒体	中経新聞	中経新聞社	Eco 環境 量り売りで脱プラ 量り売り 食料ロス削減
2022/06/22	WEB	lbpres	日本ビジネスプレス	(プレスリリースより転載)
2022/07/01	ラジオ	ONE MORNING	LOKYO FM	letter for the next
2022/06/22	WEB	igDIME	小笠原	(プレスリリースより転載)
2022/06/22	WEB	isa	編成デジタル	(プレスリリースより転載)
2022/06/22	WEB	スマートニュース	スマートニュース	(プレスリリースより転載)
2022/06/30	WEB	スマートニュース	スマートニュース	(プレスリリースより転載)
2022/07/01	WEB	AFPU News	クリエイティブ・リンク	(プレスリリースより転載)
2022/10/21	WEB	産経ニュース	産経デジタル	1日3本のバナナで食料ロス削減 地産地消も推進「バナナ」
2022/8/20	紙媒体	青森日報	青森日報社	量り売り 人気店がある 脱プラ、フードロス削減 大手も参入
2022/8/25	紙媒体	沖縄タイムス	沖縄タイムス	脱プラへ量り売り人気 量り売り 小売大手も参入
2022/8/20	紙媒体	河北新報	河北新報社	量り売り 人気 脱プラや食料ロス削減に 市内店舗も 小売
2022/8/24	紙媒体	中経新聞レレクト	中経新聞社	量り売り 人気 脱プラで食料ロス削減に 市内店舗も 小売
2022/9/1	紙媒体	神戸新聞	神戸新聞社	量り売り 人気 脱プラで食料ロス削減に 市内店舗も 小売
2022/8/1	紙媒体	日本経済新聞	日本経済新聞社	ドール・バナナ「量り売り企画」導入ス！相次ぐ 食料ロス
2022/06/22	WEB	NewsCafe	イード	(プレスリリースより転載)
2022/06/22	WEB	うまいめし	ぴあ	(プレスリリースより転載)
2022/06/22	WEB	ハピママ*	ぴあ	(プレスリリースより転載)
2022/8/1	紙媒体	漁業新聞	漁業新聞社	「バナナエシカル」の「チ」
2022/8/21	紙媒体	産経新聞	産経新聞社	量り売り 人気店がある
2022/06/22	WEB	エキサイトニュース	エキサイト	(上記より転載)
2022/07/01	WEB	エキサイトニュース	エキサイト	(上記より転載)
2022/07/27	WEB	エキサイトニュース	エキサイト	(上記より転載)
2022/8/29	紙媒体	下野新聞	下野新聞社	食料ロス削減 大手も参入 量り売り 脱プラで人気
2022/8/26	紙媒体	上毛新聞	上毛新聞社	量り売り人気 脱プラ、食料ロス削減に
2022/8/20	紙媒体	熊本日日新聞	熊本日日新聞社	量り売り 脱プラで食料ロス削減に 市内店舗も 小売
2022/06/22	WEB	eltha	オリコン	(上記より転載)
2022/06/22	WEB	ORICON NEWS	オリコン	(上記より転載)
2022/08/20	WEB	北国新聞DIGITAL	北国新聞社	(上記より転載)
2022/8/20	紙媒体	四国新聞	四国新聞社	脱プラへ量り売り人気 量り売り 小売大手も参入
2022/9/21	紙媒体	京都新聞 夕刊	京都新聞社	食料ロス削減 大手も参入 量り売り 脱プラで人気
2022/8/21	紙媒体	弘済新聞	弘済新聞社	量り売り人気です 脱プラ、フードロス削減 大手も参入
2022/06/22	WEB	コールドウェル・リサーチ	コールドウェル	「バナナ」の量り売り

TVニュース9件、紙面54件、
WEB 215件に掲載

*2023年2月22日時点



(参考：全国スーパーマーケットへの波及効果)

■ 「量り売り」 導入店舗の増加

今年度“関東圏のスーパーマーケット5チェーンで導入”を計画したが、2022年12月までに全国13チェーン・14店舗が導入

→当初「企画に賛同するスーパー5件の獲得・運用開始」には相当のハードルがあると想定したが、モデル店舗における話題性・波及効果が想定以上に大きく、計画以上の参加を獲得



6.現状の課題と、今後に向けて

- ・モデル事業を通じ、日本に馴染みのない「量り売り」の店舗導入、消費者への普及に努めた。
バナナをキーに、「量り売り＝家庭での食べきり推進」を周知することができた。
初年度の導入・運用スキームの確立に注力し、各家庭での食品ロス削減量の計測まで行えていない。
- ・量り売りにより、「プラスチック包材を外し、ばらで陳列することによって、表面的な見劣りはまぬがれない→見た目で敬遠されてしまう」課題が明らかになった。
- ・「量り売り」導入について、多くのスーパーマーケットの賛同・協力を得た。各チェーン1店舗の取り組みでありながら、チェーン全体に周知され、売り手側の意識変容に繋げることができた。
- ・「コンポスト企画」は参加者数が少なく、広く普及できたとは言えない。
一方、最後まで取り組んだ参加者からは、高い評価を得た。

来期の取り組み計画

- ①「量り売りによる、食品ロス削減効果」（家庭でのロス削減量の計測）の検証を行い、具体的な削減効果を算出、小売店・消費者に対し啓発
- ②「（皮のキズが目立つなど）表面的に見劣りしても、食べる際に問題はない」ことの啓発・消費者への効果的なアプローチ方法の確立

→「バナナの量り売り」を通じ、量り売りが食品ロス削減に寄与する効果を検証し、日本における食品量り売りの普及拡大に貢献したい