

「食品廃棄ゼロ」

先週金曜日の夜、民放の番組で、あるスーパーマーケットの取組を紹介していた。そのスーパーは、広島県や岡山県などの中国地方を中心に45店を展開する中規模の店舗で、新鮮な食材を手頃な値段で販売する人気の店だそうだ。

その店の基本方針は、生鮮食品をその日のうちに完売させる「売り切れ御免」。売れ残りが無く、廃棄コストがかからないため、その分、安く売ることができる。たとえば、水産物は鮮度が大切なので、売れ残って鮮度が落ちた魚介類は廃棄される。スーパー業界で水産物のロス率は8.4%と高い数字だ。このスーパーでは時間に余裕のある客が多い朝は、魚を丸のまま販売している。昼が近づくと、調理がしやすい刺身用のブロックに。夕方まで売れなければ、ブロックを切ってお刺身に。それでも売れなければ、すぐに食べられる寿司にする。仕入れと販売の工夫でほとんど売り切ってしまう。

また、精肉には、売ることができていない部位が約20%もある。ネックやスネ、うちモモなどは神経や筋が多く、調理に手間がかかる。そのため、客に敬遠され、スーパーでは売れ残りやすい。さらに見栄えを良くするため、カットされる肉。この時に出る脂身などの端材も、ロスになりやすい。そのため肉を徹底的に売り切るための専門店を新たに作り、余った肉を使った様々な総菜の開発もしている。

客からのクレームや販売機会ロスを防ぐため、多くの店にとって、商品の売り切れはご法度である。客のニーズにこたえていないし、棚に置かれるはずだった品物がなく、その棚によって上げられるはずの利益が得られないのだから。しかし、このスーパーでは、徹底的に売り切る手法で、業績は右肩上がりという。野菜や魚は完売続出で、精肉も人気。客に、「売り切れがあると困るのでは?」と尋ねると、「売り切れになってでも、値段を抑えて届けてもらえるというのはうれしい」と話す。このスーパーに限らず、食品廃棄ゼロ取組はこれからも続くだろう。客である消費者も感覚を変えていく必要があるだろう。

12月19日 校長 鈴木 幸雄

◆問題 仕入れ値1000円の品物を売ります。100個売れる見込みがありましたが、A店は品切れを防ぐために110個仕入れ、売値を1300円とし、100個売れました。B店は品切れになるのを覚悟で90個を仕入れ、売値を1200円とし、90個全部売れました。A店とB店どちらの方が利益が多いですか。