

懇談の主な発言内容

1. 大きく見やすい食品表示について

(消費者) A	高齢者が増加するなか、大きく見やすい表示をしてもらえないでしょうか。
(消費者) B	商品の裏などの表示は小さくて見にくいので、生産地など大事な部分だけでも大きく表示してもらえないでしょうか。
(小売) A	食品の表示については法令で定めがあり、全てを網羅するとなると限られたスペースに多くの表示が必要になる。そこで、商品本体ではなく、ポップを活用し、大きく印字し表示している。
(小売) B	ポップの活用をしているが、ポップの表示位置も見やすい高さ、大きさなどを意識している。 また、お客様からは、小分けした少量での販売についても要望が多く、パック類の少量化によりラベルが小さくなるため、表側と裏側に分けて添付するなど工夫している。
(消費者) B	パック売りの惣菜について、各店舗で作ったものの方が安全なイメージがあるが、各店舗で作っているのか、外注で作ったものを販売しているのか分かるように表示しているのでしょうか。
(小売) A	商品ごとの製造工程は様々であり、どの段階で店舗が関わっていくかも一概に統一して言及できない。その表示についても分かりやすく伝えることも困難と思われる。明確なルールでもあれば良いが現状では表示方法が難しい。自社製造のものは美味しいという面もあるが、外注(アウトソーシング)のものでも安全、衛生面で見れば問題は無い。

2. 各店舗での鮮度管理について

(消費者) C	生鮮食品を入荷してから店頭で販売するまでの鮮度管理方法について教えてもらえないでしょうか。
(小売) C	調理場、売り場の近くに冷凍庫を設置している。
(小売) D	生鮮食品には日付管理のシールを貼り、納品日、開封日、消費期限などを設定し、その期限までに使い切るようにしている。また、お寿司は2時間以内に、御造りは7時間以内に基準を設け売り切るようにし、売り切れたものについては廃棄することになっている。
(消費者) D	安全のために時間を過ぎたものを廃棄することは分かるのですが、それを値下げして販売することはしてませんか。
(小売) D	制限時間を過ぎてからの値下げ販売はしていない。しかし、廃棄するのは勿体ないので廃棄時間の数時間前に値下げすることはある。
(消費者) D	タイムサービスで値下げ販売しているのは消費者としてもうれしいので、聞いてみたが、安心した。

3. 消費期限の管理、消費期限切れの廃棄、廃棄を減らす工夫について

(消費者) E	時間の管理をしているとのことであったが、人の目で判断しているのか、廃棄する判断はどのようにされているのでしょうか。 また、お刺身など生鮮としては商品にならないが、火を通してお弁当の材料にするなどの活用で廃棄を減らす取り組みなどはしているものなのでしょうか。
(小売) E	お刺身などは、実際には加熱などをすれば食べられるのかもしれないが、制限時間を設定した商品については、当日時間内に売り切るようにしている。
(小売) F	自店で製造している商品については売り切るようにしている。また、安全確保のため期限は短めに設定している。
(消費者) B	安全・安心を意識しすぎて廃棄が多くなるのも心配。しかし、各店舗の方針として売り切る努力が見えて安心した。
(小売) B	売れ残りについても、どの商品がどれくらい残ったか記録に残し、次の仕入れの参考にしている。
(小売) A	残った商品の記録を残しておき、廃棄を減らすようにし、多くのお客様に提供できるよう記録を参考に品揃えも考慮している。
(小売) C	品揃えについては、店舗近くのイベントや催し物なども参考にし、過去の傾向と照らし、足りなくなったり、余ったりしないよう考慮している。
(小売) B	食品残さについては、近くの農家に肥料として提供し野菜を作ってもらっている。また、収穫した野菜は店舗で販売もしている。

4. 食品の温度管理、店内の清掃状況について

(消費者) E	最近、各店とも営業時間が長くなってきているが、管理温度を保つための方法や、店内の清掃時間確保など管理状況を知りたい。
(小売) F	警備会社に委託し、24時間体制で温度管理をしている。温度異常があると責任者に連絡が入ることになっている。清掃については、業者委託して朝にフロア清掃を行なう。
(小売) E	温度管理は各売り場においてチェックリストを活用している。店内の清掃は朝、夜と一日2回行なっている。
(小売) D	各売り場にて担当が一日3回温度チェックし、それを各売り場責任者、店長でさらにチェックしている。仕入先、発送所、配送者、店搬入、売り場と温度が一定に保たれるようにし、チェックをしている。清掃は朝と3時に清掃を行い、年2回は機材を移動しての大規模な清掃も行い報告させている。
(小売) C	一日3回の温度チェックを複数人でチェックしている。また仕入先から搬送、搬入、店頭陳列まで温度を一定に保つようになっている。清掃については、一日2回の清掃のほか、業者に委託し巡回してもらい、随時トイレ清掃など行なっている。
(小売) A	弊社では、温度管理については他店と同様な対応しているほか、冷蔵・冷凍が陳列商品に行き渡るように、冷蔵・冷凍ケース内で陳列商品の量が多くなりすぎないように基準を定め管理している。衛生管理については他店と同様。
(消費者) A	長時間営業しているお店が多くなり、閉店時間が短くなっている中、衛生管理、清掃状況については消費者には見えづらい部分があったが、各店舗の管理状況が分かり安心した。

5. 地産地消、地元のを消費者に提供するように行なっている取り組みについて

(消費者) E	地元の食品コーナーがあれば、地元の食材を買いやすくなる。中心街でも買えれば良いと思っているがどのような取組みをしているのでしょうか。
(小売) E	直産コーナーを設置している。旬のものを置いているが冬場は品薄になる。良い食材は価格も安くは無いが適正な価格であるためご理解いただきたい。
(小売) A	現在、八戸では「Buyはちのへ運動」を展開しており、地元品のコーナーを設置して、直接、農家と契約し、仕入れ、販売している。加工品についても地元の業者、工場と契約している。
(小売) B	地元の食品コーナーを設置。前沖でとれた鯖の商品などは好評で、他県においても人気である。
(小売) D	年3回「地域フェア」を企画し、地元のお菓子、パン、コロッケなどを扱っている。
(小売) C	食品、おみやげ品など、地元のをコーナー化している。またお中元、お歳暮などについては特に強化していて、八戸のをコーナー化し、スペースも広く確保している。
(小売) F	地元食材は流通距離が短いため、新鮮であり、本来の旬の食材を楽しむ、生産者の顔も見えやすいので安心といったメリットがある。しかし、仕入先である生産地域が一箇所になるため、冬場などの安定供給が難しい。当店は小売として、生産者と消費者の橋渡しの役割として役立てられればと考えており、地元食材のコーナーを設置している。

6. その他

(消費者) D	購入後商品のトレイをお店のゴミ箱に捨てていくことで、お店が仕分けしリサイクルに回されると勘違いしている消費者がいる。また、白い発泡スチロール製のトレイはリサイクル可能で、半透明のプラスチック製のトレイはリサイクル不可と認識していますが、リサイクル可能なトレイを使用したほうが環境には良いと思う。お店としてコストにどれほどの違いがあるのでしょうか。
(小売) B	最近では、半透明のトレイについてもリサイクル可能になってきている。白いトレイのほかに柄物のカラートレイもリサイクル可能になっている。
(消費者) D	透明トレイもリサイクルになっているとのことですが、このような資源はリサイクルについて考えていくことが重要で、消費者と小売業界と一緒に取り組んでいかなければならないと思っている。