

ぴったり包装 食品ロス減

消費期限長い「スキンパック」浸透

「廃棄率3割減」「消費者意識の高まり影響」

食品ロスを減らそうと、消費期限を延ばせる「スキンパック」がスーパーなど小売業界で広がっている。特殊なフィルムで精肉などを隙間なく包む技術で、SDGsの意識の高まりも追い風になっている。一方で、通常のラップ包装より商品の色が暗めになるなど「見た目」が消費者に受け入れられるかが課題という。

(小川崇、柴田秀並)

10月下旬、東京都江戸川区のスーパー「イオンフードスタイル船堀店」。精肉コーナーに並べられていた。買い

包装の仕方によって消費期限や見た目が異なる例



包装の種類	消費期限	見た目
ラップ トレーにラップで包装する	5日	赤く見えやすい
真空パック 空気を抜いて真空状態で包装する	11日	暗く見えやすい 汁がにじむことも
スキンパック フィルムを密着させ、真空状態で包装する	22日	暗く見えやすい 汁がにじみにくい

消費期限は一般社団法人食肉科学技術研究所による牛肉サーロインの保存試験から。食品や条件などで異なる

物客の目を引いていたのが、肉がフィルムにぴったりと包まれていたことだ。ダイエーによると、このスキンパックの場合、通常のラップ包装よりも消費期限が最長10日長くなるという。買い物に来ていた育休中の女性(32)は「仕事に復帰したら買い物も頻繁にできないので、長く置いておけるのありがたい」と話した。

包装用機械を輸入販売している東京食品機械によると、スキンパックは強度のあるフィルムで、エビや骨付き肉でも隙間無く包み込める。真空パックに比べ、「ドリップ」と呼ばれる赤色の液体がたまらず、密着性もあってやぶげにくいのが特徴だ。

食品ロスの削減につながるから、業界でも注目が高まっている。ダイエーは2019年か

ら導入し、関東や近畿のスーパー約190店舗で採用している。畜産部の担当者からは「他のフードロス対策も含め、牛肉の廃棄率は3割減った」という。主に扱うのはブロック肉で、家庭用のスライス肉などと比較すると、並べてから売れるまでの間隔が長いから、より適しているという。

西友も昨夏にスキンパック商品を採用し、首都圏の12店舗で取り扱っている。食肉加工大手の「スターゼン」は、20年からバリア性のフィルムを使ったスキンパックを採用。和牛の焼き肉やステーキ肉など単価が高いものを中心に扱い、一般的なラップ包装に比べて消費期限は1週間程度長いという。スキンパックの商品を取り扱う企業は、昨夏比で5倍以上伸びた。「食品ロスなどに対する消費者や顧客の意識の高まりも影響している」という。

農林水産省によると、年間の国内の食品ロスは約600万ト。スーパーやコンビニエンスストアなどの小売業では、全体の11%を占める66万トが廃棄処分されているという。



イオンフードスタイル船堀店に並べられたスキンパックの精肉。東京都江戸川区

業界にとって、スキンパックの普及のカギを握るのが「見た目」の問題だ。

ラップ包装の牛肉は鮮やかな赤色が多いのに比べ、スキンパック包装の肉は色が暗めとされる。都内のスーパーで牛肉の品定めをしていた主婦(71)は「つい赤いきれいなほうに手がいつってしまう」と通常のラップ包装の牛肉を選んだ。

東京食品機械によると、牛肉は空気に触れると赤くなりやすく、空気が残っているラップ包装では肉の鮮やかさが目立つ。同社の秦哲志会長は「スキンパックは真空で新鮮さを維持する半面、色が暗く見えやすい」と指摘。「マグ

普及のカギは「見た目」

口を代表に、日本人は『赤いほど新鮮そう』という『見た目信仰』が根強い」と話す。

立命館大食マネジメント学部の和田有史教授(食認知科学)は「人は、色が鮮やかな方がおいしそう、という心理が働く」とみる。スキンパックはフィルムでぴったり包むので肉そのものの質感が見えづらくなることも、消費者心理にマイナスに働くという。

和田教授は、消費者が知識を持つことを期待する一方で、普及に小売り側が努力する必要性を強調する。「トレーの色、売り場の照明や表示などを工夫して、消費者が手に取りやすくする環境づくりをすべきだ」

許諾番号21-3537

朝日新聞社に無断で転載することを禁じます。