包装・POPに活路
食品スーパーの未来

ベルグリーンワイズ

小売・生産者・自治体など巻き込み地場野菜ブランド化
機能性表示と機能性包装で市場拡大へ

生鮮食品の包装資材を製造・販売する㈱ベルグリーンワイズ（名古屋市中区新栄、野寄健一EO、☎052・238・1418）は、機能性表示を通じた野菜の付加価値向上を提案。関連団体や小売、生産者、自治体などを巻き込み、野菜の魅力発信に努めている。鮮度保持など機能性包装も提供し、フードロス削減を呼びかけるキャンペーンにも注力。包装を起点とした青果市場への働きかけについて、リポートする。（大野）

ラベル・パッケージで野菜の魅力を伝える

ベルグリーンワイズは主を扱っており、パッケージデザインの提案や機能表示に関するコンサルティング業務も手がけている。同社（公問）日本ベルスケアル協会の部会で、国民へ野菜の摂取量増加を促す「野菜で健康推進部会」に参画。野菜が持つ栄養やはたらきを店頭POPで来店者へ訴求する「Y-POP」活動の中で、包装資材のサプライヤーを務めている。

野菜の魅力を機能性に基づいて発信しようとした際、食品表示法や健康増進法、景品表示法の専門知識が求められる。Y-POP活動では、2021年にサポートー業務も行い、これまでにカボチャやキノコなど全国の小売店舗で野菜の機能性に関するPOP掲示の実証実験を行い、店舗従業員と消費者に対するアンケートも実施。それらの結果を踏まえ、野菜の栄養とはたらきを表すPOPの表示内容・活用方法のマニュアルとエビデンス資料を策定した。

野菜に含まれる栄養の一般的な機能として「ビタミンAは夜間の視力の維持、皮膚や粘膜の健康維持を助ける」「ベータカロテンは、体内でビタミンAに変化する」「ニンジンはベータカロテンが豊富な緑黄色野菜のひとつ」といった文言をPOP記載。小売店舗への来店者に対し「価格」以外の観点で野菜を購入するよう選択肢を示す。

同社は機能性表示取得の活動では、2021年にサポートー業務も行い、これまでにカボチャやキノコなど全国の小売店舗で野菜の機能性に関するPOP掲示の実証実験を行い、店舗従業員と消費者に対するアンケートも実施。それらの結果を踏まえ、野菜の栄養とはたらきを表すPOPの表示内容・活用方法のマニュアルとエビデンス資料を策定した。

野菜に含まれる栄養の一般的な機能として「ビタミンAは夜間の視力の維持、皮膚や粘膜の健康維持を助ける」「ベータカロテンは、体内でビタミンAに変化する」「ニンジンはベータカロテンが豊富な緑黄色野菜のひとつ」といった文言をPOP記載。小売店舗への来店者に対し「価格」以外の観点で野菜を購入するよう選択肢を示す。

機能性表示推進グループの宮崎雄大氏は「従来、野菜のラベル・パッケージには『品名』『価格』『産地』程度の情報しか記載されていませんでした。新たに『GABAを多く含む』『ストレス緩和』『血圧を下げる』など、野菜の見せ方・売り方を提案し、高付加価値化を支援できます。近年の健康意識の高まりも後押しして、機能性表示とY-POPを踏まえ、最新情報ならが並ぶ中、ラベルを通じて店舗従業員の作業効率化や環境配慮施策の支援、商品の付加価値向上を実現する展示も行われた。

機能性製品も需要拡大

また、直近では鮮度保持機能を備えた包装フィルム「オーラパック」の提案も築く。Y-POPと併せて野菜の機能性への理解を促進させることによって、食品ロス削減にも資する取り組みは深化している。

スーパーマーケットと共同で「Y-POP・フードロスの宮崎雄大氏は「従来、野菜のラベル・パッケージに『オーラパック』の提案を通じて、消費者へ呼びかける店頭キャンペーンも頻繁に広めている。地場野菜に対して「価格は通常の1.5倍でも、含まれる栄養は3倍」といったように数値の根拠を示すなど、消費者に対する資料の機能性だけをアピールするのではなく、野菜の価値をどのように伝えていくかを考えた上で、POPによるエンカル消費促進もトピックとプロムはオリジナルデザインのため、各種認証団体への申請不要で利用できると説明する。

㈱イシダは、ライナーレスラベルのCO2排出量の削減効果を解説。「42.5×60㎜のラベル1枚使用した場合、剥離紙の廃棄量は1.5キロにおよぶ。ライナーレスラベルへ置き換えることで、CO2排出量が年間で約3・47㎏削減可能」（担当者）としている。

㈱寺岡精工は、実際の売り場を模したブースを構築した。ラベルプリンタと連動した量り売りソリューションを実演し「消費者が必要な分だけ無駄なく買える」（担当者）という利便性を強調。また、PETボトルの減容回収機「ボトルスカッシュ」を展示するなど、持続可能な社会を支援する施策を示した。

会場内の特設コーナーでは、リテールトレンドが紹介された。（公問）日本ベルスケア協会の部会である「野菜で健康推進部会」は、消費者の野菜摂取量を増加させる取り組みを披露。ブースには、皮膚の“ガロテノイド量”を計測できる卓上サイズの機器「ベジメータ」を設置。皮膚のカロテノイド量は野菜摂取量と相関関係にあり、数値が高いほどメタボリックシンドロームの指標となる値が健康的であるとされている。ベジメータはオ手の小売店舗に導入され「野菜不足を数値で表し、改善サイクルを必要な分だけ無駄なく買える」と示すことで野菜の売上が年間で倍増した店舗もある。

野菜不足を数値で示す「ベジメータ」は大手の小売店でも導入

小売支えるラベルの力
効率化・環境配慮・付加価値向上に

「Y-POP」活動では野菜の一般な働きを伝え付加価値向上を支援

野菜に関する今後の野菜ラベルリテラシー向上を促す。

今後、機能性野菜とY-POP、付随する高付加価値化商品の採用増を目指すようです。少子高齢化などを背景に国内の青果市場が縮小する中、商品の高付加価値化を担う施策には可能性を感じています」（同社）と期待を込め、一層の提案力強化に努めるとした。

スーパーマーケット・トレードショー

スーパーマーケットの総合展示会「第57回スーパーマーケット・トレードショー2023」（一社）全国スーパーマーケット協会主催）が2月15日から3日間、千葉市美浜区の幕張メッセで開催。2000超の企業・団体が出展し、来場者数は6万2525人を記録した。消費者ニーズを踏まえ新商品提案や最新情報ならが並ぶ中、ラベルを通じて店舗従業員の作業効率化や環境配慮施策の支援、商品の付加価値向上を実現する展示も行われた。

従業員は値引き対象の総菜などの商品バーコードをスキャンするだけで、値引きの値引き率を自動計算。店舗社製のラベルプリンタ「FLEQV FX3-LX」から発行できる。

国分グループ本社㈱は、消費者のエンカル消費を促進させるPOPラベル「サステナブル貼付物」を提案。POPには「地球環境や労働環境に配慮」「生産者を応援しよう」といった文言を記載する。

㈱サトーは、値引きシールの発行を効率化するAI値引き」ソリューションのデモンストレーションを披露した。PDS情報などを蓄積した店舗データを基に、AIが時間や天候といった条件に従って商品の売れ行きを予測し、最適な値引き率を自動計算。店舗ごとに比較写真をUPすが、積極的にPRしていくとともに少ないようです」

「たしかに機能性包装はコストがかさみますが、従来100個たりしてきました」

機能性包装の今後の可能性は

「キャンペーンなどを通じて、1年前の時点で、店頭でオーラックが発売されているアンケート結果やDG目標達成やエンカル消費に資する取り組みを評価されている小売店舗はかなにもあると思います。インパクトは、ラベルやキャンペーンを通じて、1個の廃棄に抑えられれば、包装コストの上昇も吸収できると考えています。それにしてもはお客さまに東急ストアのお客さまが長く保持できるという東急ストアのお客さまのニーズを知っていたいという面もあります」

「平時であれば今日食べるものはその日買って食べべきる、ということが望ましいですが、コロナ禍の自粛生活ではそれも難しい。

フードロス削減を呼びかけ機能性包装の価値も伝える

東急ストア

青果の半分に鮮度保持フィルム取り入れフードロス削減
“東急ストアの魅力”発信にラベルパッケージ活用

生田　太郎　課長

関東に90店超のスーパーマーケットを展開する㈱東急ストア（東京都目黒区上目黒、大堀哲夫社長、☎03・3711・0109）は、㈱ベルグリーンワイズの鮮度保持フィルム「オーラパック」を青果に採用。消費者の利便性やフードロス削減にも効果を発揮するとし、店頭キャンペーンなどを通じて包装がもたらすメリットの認知度も向上している。機能性包装を取り入れた経緯や狙いなどについて、東急ストア青果部の青果課長を務める生田太郎氏にインタビューした。（大野）

――コロナ禍の青果の動向から教えてください

「青果の販売数量は安定的な需要を保って伸びましたが、人口減による市場縮小や各種資材の値上がりなどを考えると実情は厳しいものです。2024年の春ごろまでは横売りしていた商品でも、衛生面を気にされるお客さまに安心して買っていただけるよう、袋詰めして販売する形態へ切り替えました。当然、袋詰めにかかる資材などの費用がかかられるまでの時差が増えています」

「来店頻度も減少し、毎日来られていた方が週に1、2日でまとめ買いされいるわけです。そうなると青果の半分ほどに採用しています。正直なところ、通常のフィルムに比べてコストはかさみますし、鮮度保持の機能性に気づかれにくいという面もあります」

「来店者は、お客さまへのメリットはもちろん、フードロス削減につながるSDGs目標達成にも有効な取り組みです。鮮度の高い青果を仕入れ、その鮮度をいかにして保持できるかという東急ストアのお客さまのニーズを知っていたいという面もあります」

「1年前の時点で、1個の廃棄に抑えられて、1個の廃棄を仕入れて賞味期限切れで5個廃棄していたところを、鮮度保持によって3個の廃棄に抑えられて収できると考えています。それにしてもはお客さまに東急ストアのお客さまのニーズを知っていたいという面もあります」

「たしかに機能性包装はコストがかさみますが、従来100個たりしてきました」

――機能性包装の今後の可能性は

「キャンペーンなどを通じて、1年前の時点で、店頭でオーラックが発売されているアンケート結果やDG目標達成やエンカル消費に資する取り組みを評価されている小売店ばれる時代だと考えています。フードロス削減の店頭キャンペーンでは、「空腹らせて買い物しない」と呼びかけています。小売店としてフードロス削減を巡べて、理解を広めていくことが求められています。そうなると青果の半分ほどに採用しています。正直なところ、通常のフィルムに比べてコストはかさみますし、鮮度保持の機能性に気づかれにくいという面もあります」

「来店者は、お客さまへのメリットはもちろん、フードロス削減につながるSDGs目標達成にも有効な取り組みです。鮮度の高い青果を仕入れ、その鮮度をいかにして保持できるかという東急ストアのお客さまのニーズを知っていたいという面もあります」

「