

株式会社エーコープみやざき



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- ①「すぐ食べる時には賞味期限の短い手前の商品から取ろう」という提案を行うために、独自のレーベルPOPを作成し、売場に設置しています。
- ②イベントに出店し、賞味期限間近の商品を50円・100円と金額を下げて販売しました。
- ③みやざきの食と農を考える県民会議と連携し、「みやざき食のもったいないキャンペーン」を実施しました。
- ④全農企画の「ニッポンエール」商品の販売を通し、国産農畜産物の消費拡大や生産振興、フードロスの削減へ努めました。
- ⑤恵方巻予約販売では予約特典を強化し、予約数を増やすことで当日売りの食品ロスに努めました。
- ⑥ご高齢の方や一人暮らしの方向けにお肉や惣菜等を少量パックで販売することで、食品ロスに努めています。

《お客様・従業員の声》

- ①以前は奥の商品を取ろうとして棚が散乱していましたが、この取り組みを始めてから減少し、お客様の意識も変わっていることが見受けられました。
- ②賞味期限間近の商品を安くで販売する企画は、お客様に大変喜んでいただけました。
- ③キャンペーンでは、「お客様への意識付けの面でアピールできたと思う」との声が店舗よりありました。

【お問い合わせ先】

営業部 商品課 (0985-89-6112)

生活協同組合コープみやざき



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- 単品毎のロス分析
- その日の来店者数や商品の動きに応じた値引き対応
- 週の天気や過去データに基づく適正発注や製造計画作成
- セルフ及び対面・テイクアウト試食案内（商品を捨てるのであれば食べていただく）
- CMSTube（自社作成動画）・自動放送・コトPOPを使用した商品販促
- みやざきの食と農を考える県民会議と連携した「みやざき食のもったいないキャンペーン」の実施

《従業員の声・今後検討したいこと》

- 『みやざき食のもったいないキャンペーン』を行う際は、部門任せにせず店長にも関わってもらおう。
- キャンペーンシール貼りや案内等が各店でバラツキがあった。
- 食品ロスは、事業的にも大きな問題であるため、日頃から食品ロス削減に知恵を込めていく。

【お問い合わせ先】

店舗支援部（09 8 5 - 3 2 - 1 2 5 5）

株式会社セブンーイレブン・ジャパン



宮崎県と連携した「てまえどり」の
販促物展開

22年



23年



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- セブンーイレブンは、2030年には、食品廃棄物量（発生原単位：売上百万円あたりの発生量）2013年度比で50%の削減という目標を掲げ、「食品の長鮮度化」「エシカルプロジェクト」（販売期限の短くなった商品にシールを添付し、その商品をご購入いただいたお客様へnanacoポイントを付与する）の推進等、お客様と共に進める食品ロス削減に取り組んでいます。
- 国や宮崎県と連携し、「てまえどり」の販促物を展開しています。

《お客様・従業員の声》

- 食品を奥からではなく、手前からお取り頂く事で、エシカルプロジェクトとの相乗効果に繋がっている。
- 自分自身が商品を購入する際に、他の店舗でも前から取る様に行動が変化しています。（従業員）

【お問い合わせ先】

宮崎地区事務所 総合渉外部

株式会社ハツトリー Foodaly



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- 約3年前から店内で「てまえどり」案内。令和5年11月、県内の食品小売り業者などと連携した「みやざきの食と農を考える県民会議」実施事業の取り組みの中で啓発活動をより強化
食品によって割引基準を見直し、計画的な割引シール活用で食品ロスの最小化に努力
- 令和5年10月から**フードリー霧島店**にて【フードバンクポスト】設置、
地域フードバンクとの連携し、週1回収の定期回収式フードドライブ活動中
お客様が手軽にご参加が出来るのはもちろん、従業員にも食品ロス対策の重要性を伝える

《お客様・従業員の声》

- (フードバンクポスト)少ない量でも気にせず、寄付したい時にすぐ出来て助かるとお客様からのお声

《今後検討したいこと》

- (てまえどり)てまえどりに協力するお客様も満足していただくように割引シールなどを有効活用する
- (フードバンクポスト)令和6年には他の店舗も投入検討、より多いお客様やお取引先の参加を

【お問い合わせ先】

管理部 (0985-24-1093)

株式会社南九州ファミリーマート



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

○てまえどり販促物の掲出

商品を購入してすぐに食べるなら、商品棚の手前にある商品を積極的にご購入いただくよう、啓発POPを掲出

○ファミマのエコ割

おむすびや弁当など中食商品を対象に値下販売（エコ割）を活用し、消費期限の近い食品の販売を推奨

○ファミマフードドライブ

店内に回収ボックスを設置し、協力パートナーを通じて食品提供。誰もが手軽に取り組める社会貢献の場を提供

《今後検討したいこと》

○てまえどりの取り組み浸透を図るため、今後も継続的な啓発物の設置・消費者への呼びかけが必要と思われます

○エコ割の取り組みはオペレーションも難しくなく、お客様にもメリットのある取り組みとなっております

○フードドライブに取り組んでいる地域が限定されているため、食品ロス意識の向上に寄与するためにも取り組み地域の拡大を図ります

【お問い合わせ先】

経営企画室（099-263-8330）

株式会社ローソン

《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

○値引き販売

現在は店舗従業員が自己の判断で行っており、効果検証も偏りがある。

但し、24年度からは本格的にAIを導入しその時点での最適な値引き推奨を行い実施する予定



○てまえどりPOP展開

- ・環境省＋消費者庁からJFAを通じ依頼のあった「てまえどりPOP」を掲出（全国・県）
- ・みやぎの食と農を考える県民会議作成の「てまえどりPOP」を掲出（県）
- ・催事商品の予約販売（X'masケーキ、恵方巻など）による廃棄ロス削減（全国・県）

○在庫センターにおける納品許容間近な在庫についてフードバンク等への寄贈（全国）

○Lチキ（店内調理チキン）の過剰在庫を学校食堂運営者に抽選で寄贈（全国）

《お客様・従業員の声》

○てまえどりPOPについて加盟店オーナーより

「お客様への訴求に効果あり」と支持される割合が多い。（九州では多く聞かれます）

【お問い合わせ先】

九州エリアサポート部（092-474-3466）