

# 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。
- ②可能な店舗や売場においては、期限間近の商品はコーナー化し、フードロスの削減へ努めました。  
また、「てまえどり」のスイングPOPや店舗独自のPOPを活用してお客様へのアピールに努めました。
- ③イベントでもったいないコーナーを作成し、賞味期限の短い商品の販売を行うことで、食品の削減に努めました。
- ④恵方巻など、季節ごとのイベント商品は予約販売を推進し、当日売りの食品ロスに努めました。  
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に努めました。

## 《お客様・従業員の声》

- ①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。
- ②キャンペーンでは、当社及びお客様の両方向から意識付けになったと考えます。
- ③お客様より、少量パックについて種類を増やして欲しいという依頼が多い。（関心度が高い）

## 【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

各部門で、単品毎のロス分析を行い、ロスの高い商品は、新商品に差し替えたり、支持の高い商品への切り替えを行うようにしている。

### ○その日の来店者数や商品の動きに応じた値引き対応

時間を決めて値引きシール等を貼るのではなく、午後から雨などが降り来店者が少ないと予想したら早めに値引きを行うようにしています。

### ○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

生鮮部門などは、廃棄になりそうな商品があれば、試食や持ち帰って食べていただき、味を知ってもらうことで、次の利用に繋げるようにする。

### ○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

## 《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

○キャンペーンシールが足りなくなり、日配の和菓子・パン・和風の商品をキャンペーン対象外とし洋風日配に絞って対応した。

○『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。

○ロスは、事業的にも大きな問題ですので、日頃からロス削減に知恵を込めていく。また、適正な発注・製造計画に支援部職員も関り、スピード感を持って対応・修正していく。

## 【お問い合わせ先】

コープみやざき 店舗支援部 (0985-32-1255)

# 株式会社セブン-イレブン・ジャパン



## 《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

### ○てまえどりPOPの掲出

環境庁・消費者庁から展開依頼のあるPOPと、みやざき食と農を考える県民会議にて作成されたPOPをデイリー商品（販売期限の短い商品群）売場にて掲出

### ○『エコだ値』対応

販売期限切れ間近のデイリー商品に値下げシールを添付し、売り切り目的で価格帯を下げ販売

### ○フードドライブ

地区事務所にて家庭で不要な食品や雑貨などを回収し、宮崎県社会福祉協議会へ寄贈

## 《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

○POPを展開する事で、手前から取る方の割合が多くなってきています。（店舗従業員より）

○てまえどりPOP展開、エコだ値対応は継続して取組み、お客様へ食品ロス削減を啓発致します。

○フードドライブは店舗にも協力依頼を行い、こども食堂など寄贈の拡大も検討して参ります。

## 【お問い合わせ先】

宮崎地区事務所 オペレーションサポート部地域共生 (0985-29-0911)

# 株式会社ハツトリ



## 《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- 県内の食品小売業者等と連携した「みやざき食と農を考える県民会議」で2025年度も食のもったいないキャンペーンを各社一斉に実施。「てまえどり」の普及・啓発活動と来店者参加型キャンペーンに取り組んだ。
- データを活用した発注精度アップによる食品廃棄ロス削減を実施。
- 予約販売の取り組み強化。割引特典もありお客様から好評。
- 9月から新たに佐土原店でフードドライブポストを常設し、毎月の寄付実績をお客様へ報告。取り組みへの参加も広がり、お客様・従業員から安定して量が集まるようになった。

## 《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

- 従業員の食品ロス削減への意識向上が感じられるようになってきた。
- フードドライブ活動への参加がもっと増えるように取り組んでいきたい。

## 【お問い合わせ先】

管理部 (0985-24-1093)

# 株式会社まつの



## 《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- 「てまえどり運動」に参加し、宮崎県が作成した「てまえどり運動POP」を売り場の各所に設置し、来店されるお客様へてまえどりの呼びかけを実施。「もったいないキャンペーン」に参加
- 加工品は早めの値引き
- 生鮮は加工度を高めお客様が欲しい形（カットフルーツ・味付け）にしたり、少量サイズを用意し家庭でのゴミが出ないような商品で提供
- 全部門単品分析の上で、発注・製造数の検証を週次と月次で行い修正し、ロス削減につなげている

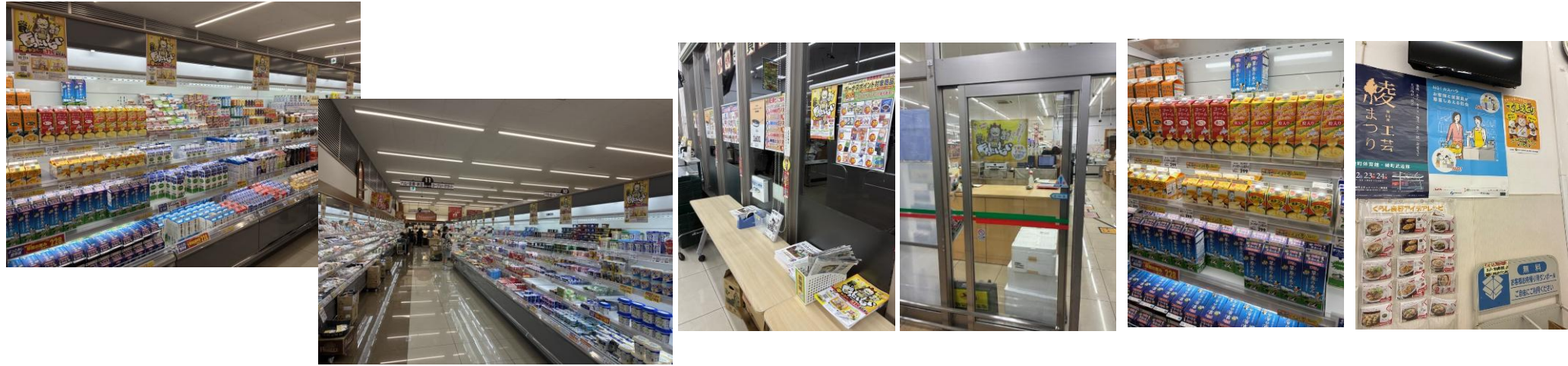
## 《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

- 早めの値引きパンは来店動機となっている
- 共働きの現代社会では、調理の手間が省ける商品がうれしい
- 無駄なく使える量でお客様に購入いただける商品の提供

## 【お問い合わせ先】

恒久店 (0985-52-7000)

# 株式会社マルイチ



## 《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- 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
- 県民会議HPにある棚帯やポスターを出力し、通年での遡及を継続
- 手前とりPOPを制作し各売り場に掲示
- 大学生による「食品ロス」インターンシップの実施
- 割引シールを適切なタイミングで貼ることで廃棄を減らす

## 《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

- 普段割引商品を購入されているお客様しか反応がなかったのでキャンペーンとしての効果は不明？
- 店舗の廃棄削減による食品ロスの削減について目に見える効果はなかった。
- 継続して取り組みを普及していくこと、伝わるのが大事だと思います。

## 【お問い合わせ先】

マルイチ 総務課 高木 (0982-52-3880)

# 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」POPの掲出  
中食商品の棚レールに国・県指定のPOPを掲出して食品ロス削減を啓発。
- 「涙目シール」活用によるエコ割実施  
「涙目」のキャラクターシールを対象品に貼り、値下げ商品購入の心理的ハードルを取り除いて食品ロス削減へ繋げている。
- ファミマフードドライブ活動  
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

## 《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

- 食品ロス削減意識をさらに高めるために、行政やマスコミとの協業による継続的な告知活動が必要。
- フードドライブの協力パートナーを拡大し、実施店舗を増加させたい。

## 【お問い合わせ先】

総合企画部 (099-263-8331)

# 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》

### ○食品ロス削減プログラム「FOOD GOOD SMILE」

値引きシールが貼付されたおにぎりをご購入いただくと、1個につき1円分の金額で購入したお米を「全国社会福祉法人経営者協議会」を通じて同協議会所属の福祉施設への寄付

### ○値引き販売 24年度から本格的にAIを導入し、消費期限が短い商品の発注精緻化および値引推奨を実施

### ○てまえどりPOP展開

- ・環境省+消費者庁「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）

### ○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）

## 《お客様・従業員の声》

○てまえどりPOPについて加盟店より「お客様への訴求に効果あり」と支持される割合が多い。

## 【お問い合わせ先】

九州エリアサポート部（092-474-3466）