

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。
- ③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。
- 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。
- ⑤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手前取りやフードロスについては、お客様の意識も変わっていることが感じられます。
- 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、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。

【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-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

22年



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- セブン-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」「エコだ値」（販売期限の短くなったおにぎりや弁当などのフレッシュフードを対象に、店頭での値下げ販売を行う取組）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》

- 商品を安く購入できる上に環境対応を行っていると感じれる事が嬉しい。（お客様）
- 年を追う毎に手前から商品をおとりになるお客様が増えており、お客様の食品ロス削減に対する意識が高まっている事を感じています。（従業員）
- 他のお店で商品を購入する際、自分も手前から取る事を意識するようになりました。（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 Foodaly



《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- 宮崎県・県内食品小売業者等と連携した「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「てまえどり運動」の普及・啓発を実施。キャンペーン運動にも参加し取組みを強化した。商品発注精度の向上による食品ロス削減も継続して実施し、従業員の意識が変化した。
- 令和5年10月、フードリー霧島店の【フードバンクポスト】設置に加え、令和6年8月から赤江店・青葉店にも追加設置。地域フードバンクと連携し、週1回の定期回収を実施。少量でも寄付可能な仕組みを整備し、毎月の寄付実績を店内で告知。食品ロス削減活動を身近に感じられる取組みを推進。

《お客様・従業員の声》

- (フードバンクポスト担当者) お菓子や調味料、米など多様な食品が集まり、参加の広がりを実感した。

《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。
- 活動機会が限られている店舗でも取組みを実施し、食品ロス問題への意識向上を図りたい。

【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

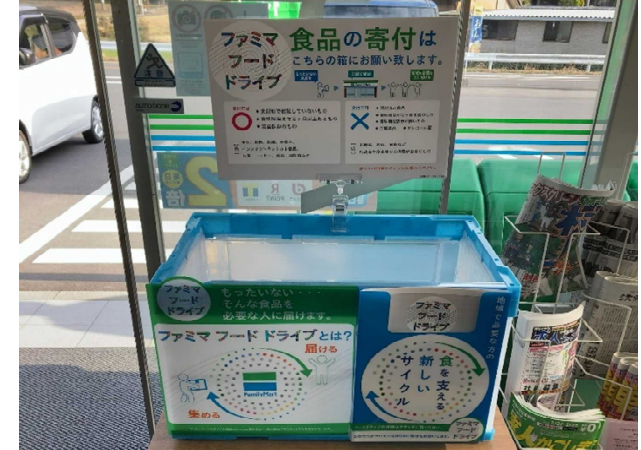
《お客様・従業員の声 又は 今後検討したいこと》

- 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】

アミュプラザみやざき店（0985-41-8100）

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】

総合企画部（099-263-8331）

株式会社山形屋ストア



●てまえどりPOPの設置



●キャンペーンシールを活用



●キャンペーン告知POP



●キャンペーン応募箱



キャンペーンの応援に
みやぎ犬が来てくれ
ました！

《店舗で行っている食品ロス削減の取組》

- ①部門毎・単品毎のロスデータの分析
- ②天候・気温・来店者数に応じた、適正な発注と生産の精度アップ
- ③各商品の賞味・消費期限に応じた値引の実施（廃棄ゼロを目指して）
- ④少量パックや使い切りサイズの商品販売の実施
- ⑤2024年「みやぎの食と農を考える県民会議」の取組に初参加し、「食のもったいないキャンペーン」の実施と「てまえどり」POPの掲示を行い、啓発活動をより強化

《お客様・従業員の声》

○「食のもったいないキャンペーン」は販売促進・ロス削減にもつながり、お客様にも大変喜んでいただけました。

《今後検討したいこと》

- 高齢者・単身者・小家族に対応した小まめな・ムダのない商品づくり・品揃え。
- 「てまえどり」のPOPは、お客様へのフードロスに対するアピールにもつながり、今後もぜひ活用していきたい。
- 食品ロス削減についてのポスターやPOPを積極的に掲示しお客様はもとより従業員にも啓蒙促進を行っていきたい。

【お問い合わせ先】

宮崎地区本部（0985-52-2520）

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

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しております。

○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）
- ・みやぎき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）