

小売店における消費者向け食品ロス削減実証

手順書



©2014 大阪府もずやん

～お買い物の三原則でへらそう！食品ロス～



お買い物前には
冷蔵庫をチェック



今日食べるから
お得にエコ活動



食材は上手に保存
食べきりレシピも！

実証手順のフローチャート

Step 1. 食品小売業における食品ロス削減手法を考えよう！

(1) 学生による店舗フィールドワーク・ワークショップを通じた食ロス削減実証アイデアの検討・提案

(2) 消費者目線・従業員目線からみた食品ロスへの意識調査(従業員アンケート調査)の実施

(3) 小売店舗における「売れ残りがちな品目」と家庭において捨ててしまわれがちな食品・食材の把握

(4) 学生が考えた食品ロス削減アイデアを評価し、効果的な手法を考える従業員座談会の実施

Step 2. 食品ロス削減手法を店舗で展開し、実証しよう！

(5) 関係者会議による実証事業の決定

(6) 学生アイデアを元に食品ロス削減ツールの作成

(7) 食品ロス削減実証事業の実施

Step 3. 食品ロス削減手法の効果を検証しよう！

(8) 来店者及び従業員の評価を得るアンケート調査の実施・分析

(9) 店舗スタッフの感想・評価の把握・分析

(10) 食品ロス削減への店舗スタッフの意識変化

(11) 売り上げ増等の経済的效果

(12) 廃棄物の削減効果

Step 4. 改善点や今後の展開を考え、手法をブラッシュアップしよう！

(13) 実証事業の改善すべき点や今後の展開

【食品ロス削減手法の店舗展開と実証の流れ】

○従業員座談会の検討結果を踏まえ、人的負担等が少なく取り組み可能で、効果が高いと考えられる実証事業アイデアとして選択しましょう。

【今回選ばれた実証事業の内容】

①家庭でおいしく日持ちする保存方法等をコトPOPで情報発信することによる、家庭向け食品ロス削減方法の啓発

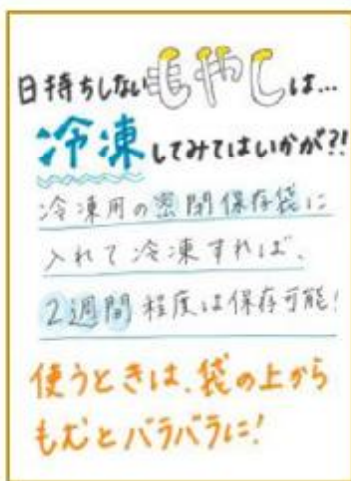
- ・対象品目の保存方法、食べごろ情報、使い切りの簡単エコレシピ等のコトPOP
- 大学生からのアイディアコンテンツを元に、統一フォーマットによる手書きPOPを制作し、対象商品売り場に掲示する。

②消費者が購入したくなるような情報発信と併せての“買わなきゃもったいない”コーナーの設置による食品ロス予備軍の売りきりを行った。

【大学生が作成したアイデア】



【手書きコトPOPの制作】



Step3

食品ロス削減手法の効果を検証しよう！

【食品ロス削減手法の効果検証の流れ】

- 来店者及び従業員スタッフへのアンケート調査を実施し、今般の実証事業（食品ロス削減手法）である、①家庭でおいしく日持ちする保存方法等のコトPOPでの情報発信と、②“買わなきゃもったいない”コーナーの設置による食品ロス予備軍の売りきりの有効性について把握しましょう。
- 店舗スタッフへのアンケート調査では、実証事業の感想・評価に加え、実証事業前後の食品ロスに関わる意識変化も把握しましょう。
- 定量的な調査として、売り上げ増等の経済的効果及び廃棄物の削減効果を把握し、食品ロス削減手法の効果検証を行いましょう。

従業員の皆様へ

食品ロス削減への実証実験についてアンケート調査

問1 「おいしく日持ちする保存方法等のPOP」の印象等についてお答えください。

Q1-1 店内に貼っていることを気付かれましたか。(1つに○)

1. 気がついた→Q2へ
2. 気がつかなかった→問2へ

Q1-2 印象はいかがでしたか。(1つに○)

1. 非常に良い印象 2. やや良い印象 3. あまり良い印象ではなかった

Q1-3 【お買い物の際に】おいしく日持ちする保存方法等は、お役に立ちましたか。(1つに○)

1. 非常に役立った 2. 役立った 3. あまり役立たなかった

Q1-4 保存方法等のPOPの付いた商品を購入しましたか。(1つに○)

1. 購入した 2. 購入しなかった

問2 「食料を無駄なくすぐに調理できる簡単レシピPOP」の印象等についてお答えください。

Q2-1 気付かれましたか。(1つに○)

1. 気がついた→Q2-2へ
2. 気がつかなかった→問3へ

Q2-2 印象はいかがでしたか。(1つに○)

1. 非常に良い印象 2. やや良い印象 3. あまり良い印象ではなかった

Q2-3 【お買い物の際に】簡単レシピは、お役に立ちましたか。(1つに○)

1. 非常に役立った 2. 役立った 3. あまり役立たなかった

Q2-4 簡単レシピPOPの付いた商品を購入しましたか。(1つに○)

1. 購入した 2. 購入しなかった

問3 「買わなきゃもったいない！」コーナー（農産見切りコーナー）の印象等についてお答えください。○

Q3-1 気付かれましたか。(1つに○)

1. 気がついた→Q3-2へ
2. 気がつかなかった→問4へ

Q3-2 印象はいかがでしたか。(1つに○)

1. 非常に良い印象 00000 2. やや良い印象 0000 3. あまり良い印象ではなかった

Q3-3 【お買い物の際に】コーナーに設置した簡単レシピはお役に立ちましたか。(1つに○)

1. 非常に役立った 0000000 2. 役立った 3. あまり役立たなかった

Q3-4 コーナーにある商品を購入しましたか。(1つに○)

1. 購入した 000000000 2. 購入しなかった

問4 お客様上記のPOPやコーナー化に対する反応は、どのような感じだと思われましたか。(各設問の該当する番号、1つに○)
また、お客様からの意見やご意見を受けられた場合には、その内容をお書き添えてください。

実証事業の内容	お客様の受け止め方
(1) おいしく日持ちする保存方法等のPOP	1. 好意的な感じだった 2. あまり好意的な感じではなかった 0 0 3. わからない
お客様からの評価・印象等 (質問やお声掛けがあった場合)	(お客様の声)※に自由に記入ください。
(2) 食料を無駄なくすぐに調理できる簡単レシピのPOP	1. 好意的な感じだった 2. あまり好意的な感じではなかった 0 0 3. わからない
お客様からの評価・印象等 (質問やお声掛けがあった場合)	(お客様の声)※に自由に記入ください。
(3) “買わなきゃもったいない！”コーナー	1. 好意的な感じだった 2. あまり好意的な感じではなかった 0 0 3. わからない
お客様からの評価・印象等 (質問やお声掛けがあった場合)	(お客様の声)※に自由に記入ください。

Step4

改善点や今後の展開を考え、手法をブラッシュアップしよう！

【実証事業に当たっての留意点と今後の展開】

○今回実証した手法を行う場合は、以下の項目に留意して行いましょう。

①取り組み成果の可視化

効果検証や従業員の意識変容の可視化を行う上では、2、3か月、可能ならば半年間程度の一定の実証期間が必要であることが求められました。

②他店舗等での効果の再現

客層や地域性の異なる他店舗等での実証事業を実施し、有効性の再現を行い本手法を普及していくことが求められます。