

恵方巻きのロス削減に向けた取組事例

令和3年2月8日

<目次>

事例1 株式会社ローソン（取組エリア：全国）

事例2 株式会社シェルガーデン（取組エリア：関東）

事例3 株式会社原信・株式会社ナルス（取組エリア：北陸・関東）

事例4 株式会社Aコープ九州（取組エリア：九州）

事例5 株式会社ニシムタ（取組エリア：九州）

<資料の見方>



令和3年の主な取組内容(概要)

- ①・・・予約販売の強化について
- ②・・・製造・販売計画の工夫について
- ③・・・サイズ・メニュー構成の工夫について
- ④・・・当日のオペレーションの工夫について
- ⑤・・・その他



事業者の恵方巻きロス削減の取組(詳細)

- ・ ○○○○・・・
- ・ ○○○○・・・

株式会社ローソン

(取組エリア:全国)



令和3年の主な取組内容

- ①……2017 年度以降「食品廃棄の削減」と「加盟店および本部の利益改善」を掲げて、予約販売の取組みを本格化させており、継続している。
- ②……「予約販売強化」に加えて、ロールケーキや生菓子などの節分スイーツや節分そばのような商品も含めて「多様な節分」の過ごし方を展開している。
- ③……小サイズの商品や、話題の映画とのタイアップ商品など、お客様により「予約して購入したい」という動機をもって頂ける工夫をしている。
- ④……お客様に気持ちよくご予約、お受け取りを頂けるように、全国的にオペレーションの徹底に注力している。
- ⑤……「正しい商売の姿＝仕入れた商品は全て売り切る」という意思を加盟店にお伝えしている。



お客様の購入動機をつくる、予約販売促進の取り組み

- ・ 本年は、節分商品で人気アニメ映画とタイアップを実施。炭火焼き鳥、厚焼き玉子など登場人物をイメージした具材を入れた恵方巻に、刀をモチーフした箸を付ける取り組みをしたところ、非常に好調な予約に繋がった。

▲ローソン 2021 年恵方巻予約カタログ

株式会社シェルガーデン

(取組エリア:関東)



令和3年の主な取組内容

- ①……1/1～予約を開始。(昨年より3日早)
- ②……仕入商品に関しては、本部と店舗にて、事前に数量を確認。(リクエスト発注済)
- ③……インストア店舗は、各店毎時間売れ行きを確認し、サイズ構成を変更。
- ④……当日、売れ行きが不振な場合は、値引き時間を前倒し。
- ⑤……3エリアで売れ行きにより店間移動を実施するための移動人員を配置。



「早期予約対応」「従業員のロス意識付け」の取組について

- ・株式会社シェルガーデンは、基本方針として食品ロス削減を目指し、19年度以降恵方巻きのロス削減に向けた取組みを本格化させており、これは2020年度以降も継続している。具体的には、全店の時間帯別の売れ行確認の取組を実施するなど、廃棄削減に取り組んできており、その結果、今年度の廃棄率が0%になる、といった効果が見られた。(昨年との差は24千円)

(値引き金額単位:千円)

ロス実態	値引き 点数	値引き 金額	廃棄 点数	廃棄 金額	値引+廃棄 ロス率	値引+廃棄 ロス率前差	廃棄率	廃棄率 昨年差
水産部門計	789	163	0	0	3.14%	-5.83%	0.00%	0.00%
惣菜部門計	672	105	0	0	2.38%	-2.19%	0.00%	-0.54%
小計	1,461	268	0	0	2.79%	-3.67%	0.00%	-0.28%

- ・本年は、「3エリアに人員を配置し、売れ行きによって商品を店間で移動実施」に加えて、売上確保と廃棄ロス削減を目指して社員のロス削減意識向上といった取組にも着手し、一層の廃棄削減につなげる計画実施。
予約実績が前年比150.9%、店売が前年比109.1%と、売上も確保できロス改善の結果となった。



株式会社原信・株式会社ナルス

(取組エリア:北陸・関東)



令和3年の主な取組内容

- ①……予約比率アップへの取組（スマホアプリ予約強化、予約特典強化、チラシ紙面での予約訴求強化）
- ②……店舗別、アイテム別の事前の計画精度アップ（本部での事前計画確認、90%以上店内製造のための予約数量・当日の販売進捗確認の実施と製造修正実施）
- ③……商品ラインナップの変更（セット品の種類の増加、カット済み商品の販売数増加）
- ④……ドミナント出店を活かした当日の店間での過不足調整によるロスの最小限化



インスタ製造を活かし、店舗別過不足把握による対応

ご予約がだんぜんお得！恵方巻ご予約特典満載！

ご予約特典がもらえる！ おにまるくん&おにたマイバスケットプレゼント

ご予約商品¥1,000円毎に1枚、5%割引優待券を商品お渡し時にお渡しします。

お買い物レシート¥5,000円分を専用台紙に貼って備え付けの応募箱に投函してください。
おにまるくん&おにたマイバスケットが2,000名様に当たります！
※詳しくは店内ポスターなどをご確認ください。

原信ナルスアプリ限定「恵方巻ご予約品限定クーポン」配信

恵方巻ご予約に限りご利用できる限定クーポンを2/2(火)に配信します。
恵方巻¥1,000円以上ご予約の場合、お受け取り当日に「100円引」の限定クーポンがご利用できます。

原信ナルスのアプリでGO！
いますぐダウンロード

アプリ限定クーポン さらには100円引になるんだね！

原信ナルスアプリ

▲ 2021 恵方巻予約特典



▲ スマホで予約

・店舗別のアイテム毎の予約数量から、当日販売予定数量を割り出し、製造計画の段階から過剰なロスを抑制。節分当日には店舗別時間帯毎の売上進捗を確認し、ドミナントエリア出店と90%以上の店内製造の利点を活かし、①製造計画の修正、②過剰な店舗から不足する店舗への商品移動を実施することで、廃棄削減に努めています。

株式会社Aコープ九州

(取組エリア:九州)



令和3年の主な取組内容

- ①…………予約販売の強化を実施しており、2020 年より事前告知時期を早め、予約特典（ポイント）で予約ウエイトを上げるようにした。
- ②…………製造・販売計画の工夫としては、POSデータ（販売時データ）による前年数量に基づく発注、製造を行なった。
- ③…………需要に合ったハーフサイズの作成及びアイテムの絞りこみを行い、サイズ・メニュー構成の工夫を行った。
- ④…………当日のオペレーションでの工夫としては、全量売り切れるよう夕方の見切り時間を残量に応じて早めるなどした。
- ⑤…………令和3年1月25日から、水産、惣菜コーナーに食品ロス対策の販促資材を活用し、掲示を行うなどお客様への理解を促す啓発活動を行った。



ロス率改善に向けた3年目の取り組み

- ・ (株)Aコープ九州では、2019 年恵方巻きのイベント販売より、食品ロス削減に取り組んでおり、昨年も大幅に廃棄ロスが減少した。今期については、昨年同様の取組みに加え、食品ロス削減POPを水産、惣菜売場だけではなく、レジ周りにも掲示し、従業員はもとより、お客様にも、取組みを理解して頂くように働きかけた。
- ・ 今期は、特にコロナ禍で販売予定数量が予測付けづらい状況ではあったが、昨年よりさらにロス率が減少した。(水産 1.6%⇒0.7% (0.9%改善)・惣菜 2.0%⇒1.6% (0.4%改善))。また、本年は、「予約販売強化」に加えて、ロールケーキや生菓子などの節分スイーツのような異なるカテゴリーの商品も含めて「多様な節分」の過ごし方を提案している。



▲（写真左）惣菜売り場での食品ロス削減POPの様子、（写真右）18時には、売り切れた。

株式会社ニシムタ

(取組エリア:九州)



令和3年の主な取組内容

- ①…………店頭などでの予約販売を強化して、2020年2月は2年前から2.3ポイント予約比率を上げ、総販売数に対して予約率が12.3%となった。20.0%を目標に店頭などにパンフレット・看板等を設置して予約獲得率をあげ、廃棄率を下げる取組を行った。
- ②…………販売計画の製造数量の改善で、2年前の廃棄率から昨年は、0.87%改善した。(廃棄率 1.33%⇒0.46%) 本年度は2月2日という事もあり、例年より1週間は告知を早めて完売率も上げる取組を行った。
- ③…………昨年の売筋商品を増やして、死筋商品はカットするなど、アイテム別・店舗別に計画数の見直しを実施した。
- ④…………2日午前11時までには計画数量を作成して、お昼や夕方の販売に人員をかけて、売切る事に力を入れた。見切り・割引も店舗責任者の判断で、1～5割引を早目に実施した。



「今の時代に見合った節分」(ステイホーム)の展開

- ・(株)ニシムタは、「食品廃棄の削減」と「各店舗の利益改善」を基本方針とし、2017年度以降節分期の食品ロス削減の取組を実施しており、本年度も実施している。具体的には、予約数値目標を掲げ、例年より予約受付期間を早めたり、店頭などのパンフレット・看板等を工夫するなどして予約獲得率をあげ、当日販売分は、製造・販売方法の見直しや購入ポイント付加などにより売り切る等の廃棄率を下げる取組を行っている。その結果、廃棄率は減少したが、売上本数は2019年に対して、112.4%。2020年度に対して108.0%の増加となっている。
- ・「今の時代に見合った節分」(ステイホーム)の展開として、新たなカテゴリーとして「節分いわし」や「節分ロールケーキ」等なども取り扱うなど、恵方巻きだけに頼らない販売方針を立てるといった複合的な取り組みにより食品ロス削減を行っている。



▲店頭では(写真左)新たに「節分いわし」の販売や(写真右)購入ポイントを付加するといった販売方法の工夫等、売り切るための取組を実施