

# 恵方巻きのロス削減に向けた取組事例

令和4年2月15日

## <目次>

- 事例1 株式会社ユニバース（取組エリア：東北）
- 事例2 サミット株式会社（取組エリア：関東）
- 事例3 株式会社阪急阪神百貨店（阪急うめだ本店）（取組エリア：近畿）
- 事例4 京都生活協同組合（取組エリア：近畿）
- 事例5 株式会社ポプラ（取組エリア：関東・近畿・中国・九州）

## <資料の見方>



### 令和4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)

- ・ ○○○○・・・
- ・ ○○○○・・・

# 株式会社ユニバース

(取組エリア:東北)



## 令和4年の主な取組内容

- ①……予約商品を限定商品のみとし、予約分を増やす事で当日の売場数量を抑える計画。
- ②……店舗および規模別の販売計画を算出し、店舗では、無理な製造計画を立てないように調整。
- ③……品揃えアイテム数を前年比2アイテム減。
- ④……当日の売上状況で、他店舗との振り替え対応をして廃棄ロスを出ないようにする。



## 予約の取組について

- '22.1.14 新着情報としてホームページへ掲載

参考 URL : [https://www.universe.co.jp/new/whatsnew/131\\_1.html](https://www.universe.co.jp/new/whatsnew/131_1.html)

## 今年度も農林水産省「恵方巻のロス削減プロジェクト」に参加いたします

ユニバースは地域に密着した食品スーパーマーケットとして、[環境方針](#)のもと、廃棄物の3R(発生抑制・再使用・再資源化)や環境に配慮した商品の販売に取り組み、環境にやさしい企業を目指しています。

今年度も農林水産省の「恵方巻のロス削減プロジェクト」に参加し、データに基づく製造数の適正化や予約販売などを実施することにより、食品ロス削減に努めます。

お客様がお求めになる商品を確実にご購入いただけますように、特典付きの[ご予約をお勧め](#)しております。各店のサービスカウンターにて承りますので、どうぞご利用くださいませ。

- ご予約期間 1月31日(月)まで
- お渡し日 2月3日(木)
- ご予約特典 RARAカードポイントをプレゼント

自社ホームページにて  
予約商品 PR の他に  
食品ロス削減の観点から  
「お求めになる商品を確実にご購入いただけますようにご予約をお勧めしております」という  
環境に配慮した PR も展開しました。  
(農林水産省のホームページへもリンクしました)

農林水産省のプレスリリース  
「令和4年恵方巻ロス削減に取り組む事業者の中間公表」



# サミット株式会社

(取組エリア: 関東)



## 令和4年の主な取組内容

- ① ……予約販売の売上計画を2年前より1.6倍に拡大している。
- ② ……各店舗においては、時間帯別に製造本数を計画し、更に当日の販売数に応じて微調整している。
- ③ ……太巻の1本物を減らし、ハーフサイズ、中巻、細巻、セット物など、買いやすい商品を拡大している。
- ④ ……店内製造する際の酢飯は、製造する個人によってバラツキが出ることで酢飯の使用量が安定せず原料廃棄に繋がるため、計量係を配置して使用量を安定させ、酢飯の納品量を抑制する。
- ⑤ ……2年前より原料の納品形態を小分けにし、使い切りやすくしている。



## 「予約販売」「ハーフサイズ等の品揃え拡大」の取組について

- ・ 1月7日より恵方巻の予約受付を開始し、店頭、チラシやホームページ等で告知。店舗のサービスカウンターまたはインターネットで予約を受け付けました。「ご予約特典ポイント」としてサミットポイントカードのポイントを進呈した他、各店舗にて工夫を凝らし予約販売のご利用をお勧めしました。

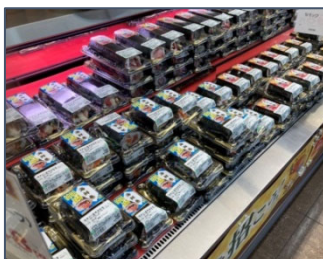


▲予約販売リーフレット



▲店舗で作成した予約販売の告知ボード

- ・ 太巻の一本物を減らし、同じ種類のハーフサイズや、様々な種類を1パックにした商品、中巻や細巻の商品を拡大しました。



▲ハーフサイズの販売 (下段)



▲セット物の販売

# 株式会社阪急阪神百貨店

## (阪急うめだ本店)

### (取組エリア:近畿)



#### 令和4年の主な取組内容

- ①……例年行っている予約販売を更に強化（アイテム数（SKU）増、販促施策強化）し、事前の売上確保と当日販売数の削減を両立。
- ②……当日販売に向けた製造計画を精査し、直近の売上動向を注視しつつ積み込みすぎないよう留意する。
- ③……“食べきれない”という困り事を解決するため、酢飯の量を減らした「ごはん少なめ巻き」、半分にカットした「ハーフ巻き」などの食べきりサイズを商品化。
- ④……実演厨房を仮設し、需要に応えるための調整弁として機能させ、当日即売は売り切り型にシフト。



#### オンライン販売、お客様の声を反映した「食べきりサイズ」の取組について

- ・予約販売に関してはオンラインショップにて展開しました。コロナ禍が続く中で「ネットで予約⇒店頭で受け取る」スタイルが浸透し、予約販売は、既に伸長していた前年から更に伸長し前年比 153%の結果に。また独自に商品化した“食べきりサイズ”も好調です。顧客満足向上とフードロス削減の両面で効果を発揮しています。



▲オンラインによる販売



▲食べきりサイズ（ハーフ）



▲当日の様子



# 京都生活協同組合

(取組エリア:近畿)



## 令和4年の主な取組内容

- ①……京都府下全 18 店舗において、予約販売の強化として、予約特典をアピールして予約比率アップに取り組む。
- ②……製造・販売計画の工夫として、昨年実績や過去の同曜日年度の傾向などから店舗別、アイテム別の計画数量を本部から提案を行い、店舗の計画発注精度をアップ。
- ③……サイズ・メニュー構成の工夫として、消費者ニーズに合わせて年配の方でも食べることができるハーフサイズの商品の品ぞろえを強化。
- ④……当日のオペレーションの工夫として、予約販売を行うときにお渡し時間をわかるようにした。時間毎に進捗管理シートで管理を行い、製造数やアイテムを調整。
- ⑤……時間毎の来店・アイテムごとの販売数を管理シートで確認してお昼以降の天気などの考慮を行い、製造調整・値引き対応の実施。



## 予約販売強化、ロス率ゼロへの取組について

- ・令和4年から全店舗でデジタルサイネージを設置し、予約販売の宣伝をはじめ、予約特典（ポイント5倍進呈など）をアピールし、予約比率のアップに取り組みました。（前年比106%）
- ・京都市・農林水産省と連携し、食品ロス削減に関するポスター等を掲示することにより、お客様に取組をご理解いただき、昨年と同様にロス率ゼロに向け取り組みました。



▲予約チラシ



▲デジタルサイネージの映像



▲農林水産省POPと当日売り場

| 2022年予約期間 | 予約結果昨年比 | 2022/02/03（当日販売） | 廃棄数量 | 廃棄金額   | 廃棄率   |
|-----------|---------|------------------|------|--------|-------|
| 1/4～1/28  | 106%    | 全店舗巻き寿司全品合計      | 108  | 54,400 | 0.33% |

▲令和4年の恵方巻商品のロス率

# 株式会社ポプラ

(取組エリア: 関東・近畿・中国・九州)



## 令和4年の主な取組内容

- ①……………予約販売のみとする。
- ②……………恵方巻き専用原材料を減らすことで、原材料段階でのロスを削減。
- ③……………発売メニュー数を削減。
- ④……………当日販売は行わない。
- ⑤……………予約〆日を前年より前倒しすることで、効率的な生産を行い、工場での食材廃棄を減らす。



## 恵方巻販売におけるロス削減の取り組みについて

### ・ 取組の詳細

店頭での当日販売を行わず予約販売のみとすることで、店頭での販売ロスの削減に繋げることが目的です。なお、予約期限も以前より前倒し（1月24日まで）にすることで計画的に原材料の調達・製造を行うことができます。

又、従来はサイズや具材が異なる複数の恵方巻アイテムを品揃えしておりましたが、今年は2アイテムに絞り込むことで、製造工程の簡略化や原材料仕入の効率化等、各種コストの削減に繋げることも取り組みのねらいです。

