

恵方巻きのロス削減に向けた取組事例

令和5年2月17日

<目次>

- 事例1 株式会社道南ラルズ（取組エリア：北海道）
- 事例2 株式会社マルト商事（取組エリア：東北）
- 事例3 株式会社ダイユー（取組エリア：関東）
- 事例4 株式会社オーシャンシステム チャレンジャー（取組エリア：北陸）
- 事例5 株式会社アオキスーパー（取組エリア：東海）
- 事例6 株式会社フタバヤ（長浜店、近江店、彦根店、彦根東店）
（取組エリア：近畿）
- 事例7 株式会社フレスタ（取組エリア：中国・四国）
- 事例8 株式会社Aコープ九州（取組エリア：九州・沖縄）
- 事例9 株式会社セブンーイレブン・ジャパン（取組エリア：全国）

<資料の見方>



令和5年の主な取組内容(概要)

- ① …PR 資材を使用した呼びかけについて
- ② …予約販売について
- ③ …製造・販売計画の工夫について
- ④ …サイズ・メニュー構成の工夫について
- ⑤ …当日のオペレーションの工夫について
- ⑥ …その他



事業者の恵方巻きロス削減の取組(詳細)

- ・ ○○○○ ……
- ・ ○○○○ ……

株式会社道南ラルズ

(取組エリア:北海道)



令和5年の主な取組内容

- ①……農林水産省提供のPR資材を活用して、消費者に予約の呼びかけを実施します。
- ②……本年も予約販売を強化し、消費者が食べやすいハーフサイズの太巻きをのみ予約を実施します。また、予約特典として早期割引や茶碗蒸しの特典などを実施します。
- ③……前年の販売数量を店舗別に確認し、2017年の曜日めぐりと同様なので、2017年の販売動向を考慮した販売計画を立案します。
- ④……店頭の販売もハーフサイズの太巻きを中心に販売します。(販売構成比 70%以上)。
- ⑤……仕入品を極力少なくし、店頭で製造量の調節が出来るようにします(仕入品構成比 28%以下を目標)。
- ⑥……廃棄ロスの対策として、消化率の悪い店舗の早めの少額値引き指示。売れてる店舗への商品移動などを行います。



ハーフサイズの販売強化と予約販売の取組について

- ・消費者が食べやすいハーフサイズの恵方巻に販売を強化して、予約受付を店頭、チラシ、ホームページ等で告知し、店舗のサービスカウンターで予約を受け付けました。予約特典として茶碗蒸しをプレゼントし、1月16日までに予約したお客様には早期割引として100円引きにして、予約販売数の増加に取り組みました。

・店頭でもハーフサイズの恵方巻を中心に販売し、恵方巻ロス削減のPOPを売場に掲示し、消費者啓発を行いました。（販売構成比 70%以上）。

店頭で製造量の調節を行うため、仕入品を極力少なくし、売れ行きの良くない店舗では早めの少額値引き、売れてる店舗への商品移動を行い、売れ残りを極力減らす取組を行いました。

▼農林水産省POPで事前予約の推奨と当日売り場



▲寿司コーナー予約推奨。前年比 117.3%。



▲節分当日はハーフサイズを中心に販売。



▲3日の当日は対面でバラ販売を実施。



▲衛生面に気をつけて販売。



▲3日の20時にはほぼ完売。



▲ハーフサイズが好評であった。

株式会社マルト商事

(取組エリア:東北)



令和5年の主な取組内容

- ② ……予約の早期開始、予約限定商品の展開を行います。
目標を2年前の1.8倍に設定します。
- ③ ……前年の実績、店舗反省、各店長からの聞き取り、今年度の曜日推移などをもとに目標値を算出し、本部主導で販売計画を作成します。
各店舗への使用食材、酢飯の発注についても本部が管理することで、無駄な材料の発生防止、商品の廃棄ロスを削減します。
- ④ ……売上上位商品でのハーフサイズ組合せ、お子様向けの納豆商品等の展開も行い、お客様購入後の食べ残しによるロス（家庭ごみ）も減らします。
- ⑤ ……当日は巻寿司製造箇所に計量係を配置し、酢飯・具材を正しく計測し食材残を防止します。
当日の販売状況、売り上げ状況をリアルタイムで確認しながら店舗間振替を実施します。



予約の取組について

- ・12月15日より予約をスタートし、ネットでの予約も継続して行いました。
予約販売比率を高めるためにボーナスポイントも進呈しました。来年は景品などの準備も計画中です。
- ・店長、レジスタッフ協力のもと予約数に応じてランキングをつけ、店舗で公表しました。
お客様へ人気商品の視認性UPに取り組みました。
- ・各店舗の予約獲得数や店舗のビジュアルを競う社内コンテストを行い、スタッフの予約販売に向けた取組を促進しました。



▲店舗でオリジナルの飾り付けを行い、予約をアピール



▲店舗で予約ランキングを公表



▲当日の店舗の様子

株式会社ダイユー

(取組エリア: 関東)



令和5年の主な取組内容

- ① 農林水産省より提供された PR 資材と自動音声機と店内放送で予約購入呼びかけます。
- ② 事前予約購入されたお客様へ会員ポイントを付与します。
- ③、④
前年度の単品別ロス率を把握し、製造計画に反映させます。(ハーフサイズの売上構成比を 33%⇒45%までに上げて太巻きが一人一本食べきれないという声を活かし、3種類のミックスハーフ巻きを今年度以上に推しすすめます。)
- ⑤ 当日の製造は、客数や天候を逐一確認し、リーダーが製造ストップをかけます。
- ⑥ 他企業では予約を早く締め切りますが、予約締め切りをギリギリの1月31日閉店時までにし、最後の最後まで予約されるお客様を募ります。(予約率60%目標)
・ 当日の客数・天候を前日に予測し、当日販売分の製造指示を的確に出します。
(廃棄率 0.76%⇒0%を目指します。)



廃棄率 ZERO への挑戦



- 昨年度廃棄率 1.14%⇒本年度 0.76%達成
- 惠方巻き売上における予約率 昨年度 42.4%⇒本年度 50% (売上の半分を予約で確保)
- アイテム数の削減を実施 昨年度 14 種類⇒本年度 7 種類 (半分に)
 1. 予約締切日を1月31日までにすることにより、ギリギリでご予約されるお客様の確保につながりました。

2. 当日の製造は、客数や天候を逐一確認し、リーダーが製造ストップをかけました。
3. 予約申込用紙の所には必ず農水省削減喚起ポスターと自動音声機で予約を呼び込みました。

株式会社オーシャンシステム

チャレンジャー

(取組エリア:北陸)



令和5年の主な取組内容

- ②……予約限定の新商品を導入し、予約を強化します。
- ③……昨年実績をもとに、時間帯別に製造数を計画します。
- ④……アイテムの絞り込み（前年比で2アイテム減）を行います。
- ⑤……当日時間ごとに販売数を確認し、製造数を調整します。



予約の取り組みについて

- ・ 予約限定商品の告知を行いました。
- ・ ネット予約の告知を行いました。
- ・ サイネージ・折込チラシ・TVCMでの予約の告知を行いました。



▲チラシ折込。ネットでの予約の推進。



▲サイネージ・TVCMでの告知

▲予約限定商品

令和5年の主な取組内容

- ② …… 予約販売強化で当日の店頭販売数量を調整します。
- ③ …… 昨年度の時間帯別販売数量・金額を参考にして製造数の計画を立てます。
- ④ …… 太巻き・ハーフサイズ・細巻などを揃えて選択枠を増やします。
- ⑤ …… 昨年度の時間帯別売上データを基に売場構成を変えて販売します。

また、天候や当日の販売状況で製造数を調整して廃棄ロスを抑えます。

予約の取組について

- ・当社スマホアプリやホームページでの予約商品 PR を行い、廃棄物削減や環境に配慮した販売に取り組みました。
- ・店頭掲示での予約商品の PR を行うと共に、店内放送で予約販売強化に取り組みました。また、当日はポイントカード会員のポイント 3 倍進呈の企画も行いました。



▲店頭 POP および予約注文用紙表面



▲店頭予約注文用紙裏面およびスマホアプリ掲載



▲店頭ポスター



▲スマホアプリ掲載 イベント通知

株式会社フタバヤ

(取組エリア:近畿)



令和5年の主な取組内容

- ①…………予約販売の導入、店内にPRチラシを掲示、注文書を置いてお客様への声掛け、折り込みチラシへの掲載、ホームページでの告知を行います。
- ②…………1,000円以上予約の顧客へ1,000円毎に50ポイント進呈します。
- ③…………前年のアイテム毎の廃棄数量を分析して、アイテムの改廃及び適量の製造を行います。
夕方は、巻寿司及びサラダ巻きに特化して、アイテムを絞り込み、売上を確保しながら、ロスも削減します。
- ④…………すべてのアイテムにハーフサイズを製造し、また、ハーフセットの販売を強化します。
- ⑤…………前年のデータ及び当日の天候を考慮して、段階的な値引き販売を行います。



予約販売、食品ロス削減の取組

- ・予約販売については、朝礼等で全従業員に恵方巻のロス率削減についての取組を説明して、積極的なお客様への声掛けを行った結果、恵方巻売上高に占める予約分売上高は24.2%と前年に比べて大幅に伸びました。
- ・店内に農林水産省と連携し、食品ロス削減に取り組むポスター等を目立つ所に掲示することにより、お客様にご理解いただき、ロス率ゼロを目指し販売した結果、全店ともロス率ゼロを達成しました。



▲予約チラシ



▲2月3日、開店時



▲2月3日、閉店1時間前

株式会社フレスタ

(取組エリア: 中国・四国)



令和5年の主な取組内容

- ①……PR 資材を利用し、店頭や各種 SNS、ホームページなどで予約購入の呼びかけを行います。
- ②……予約販売にポイントインセンティブを導入し、予約購入者にはスマイルカードポイント 5 倍を付与いたします。
- ③……当日は 20 時に恵方巻の完売を目指し、製造・販売計画を立てることで作り過ぎを防止します。
- ④……ハーフサイズの種類を増やし、少数世帯でも食べきれるサイズの商品を強化します。また、夕食だけでなく、昼食にも節分を楽しんでいただける商品を提案・提供します。
- ⑤……20 時完売を目指し、適宜製造量を調整します。



予約販売強化について

取組の詳細①② 予約購入の積極的な呼びかけを行い、予約前年比店舗合計 104%を達成しました。

【予約期間】2022 年 12 月 26 日～2023 年 1 月 27 日



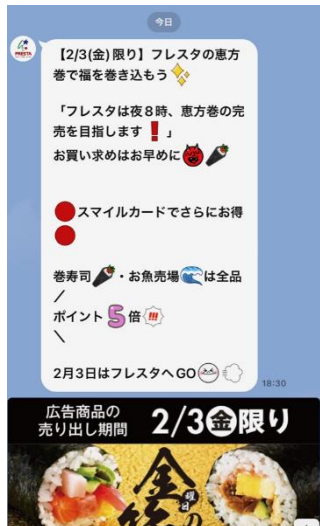
スマートフォンからも予約がしやすいように工夫し、インスタ動画や LINE で予約を PR しました。

予約ポイントインセンティブと当日は 20 時売り切りのため品薄の可能性があるので、予約のメリットを伝えました。



当日店頭販売について

詳細取り組み①③…PR 資材を利用し、お客様に食品ロス削減のため 20 時売り切りをご案内しました。



2月3日の売り出し案内LINEでも20時売り切りを案内しました。売場では、各商品POPにPR資材を使用し、恵方巻の廃棄ゼロを目指すことを明記しました。

株式会社 A コープ九州

(取組エリア:九州)



令和5年の主な取組内容

- ① ……ロス削減ポスターを店内各所に掲示して呼びかけを行います。
- ② ……予約特典として、ポイント付与・予約価格での販売を行います。
- ③ ……全店の前年データ（値引き、廃棄）を検証し、今期製造数を算出します。
 昨年の販売数量下位は廃番とし、新規開発商品と差し替えます。
- ④ ……ハーフサイズ、セットメニューの割合を拡大し、広範囲の客層（高齢者向け、単身者向け）に対応します。
- ⑤ ……当日の売れ行き（天候等の状況も考慮して）により、追加製造を行います。
- ⑥ ……多様化に向けた取組みとして、「ロールケーキ」の販売を実施します。



ロス削減の取組について

- ・予約特典（予約価格・ポイント進呈）を設け、予約比率のアップに取り組みました。
- ・ロス削減ポスターを店内各所に掲示、お客様へ取組みをご理解いただき、ロス削減に取り組みました。



▲チラシにより予約を呼び掛け

▲農林水産省資材による呼びかけ



▲各店舗店頭での販売及びロス削減ポスター掲示の様子▲

取組結果

製造数量	販売数量	廃棄数量	廃棄率
24,770 パック	24,568 パック	202 パック	0.8%

株式会社セブン・イレブン・ジャパン

(取組エリア: 全国)



令和5年の主な取組内容

- ② ……高単価の高付加価値商品は予約限定で品揃え、オススメしやすい監修商品を強化します。
- ③ ……製造タイムテーブルの見直しを行います。
- ④ ……原材料を集約します。
- ⑤ ……店頭販売時はエシカルポイント対応し、ロス削減に繋がります。(予約商品は対象外)



恵方巻販売におけるロス削減の取組について

◎ 予約比率の向上と店頭での取り組み

計画的な生産・店頭での廃棄ロスの観点からも、監修を頂いている高付加価値商品は予約限定での販売としております。

◎ 工程・工場での取り組み

予約商品・店頭商品の製造タイムテーブルを集約し製造回数を減らす事でロス削減に繋がっています。また、極力同一原材料を使用し、集約を行い、原材料段階でのロス削減に取り組んでおります。