

# もったいないキャンペーンの実施結果について

実証実験として、独自シールやPOPを使い「食品ロスの重要性」を消費者に訴えかける「もったいないキャンペーン」を、イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂、(株)東急ストアの6店舗で実施した。

## 【東急ストア】

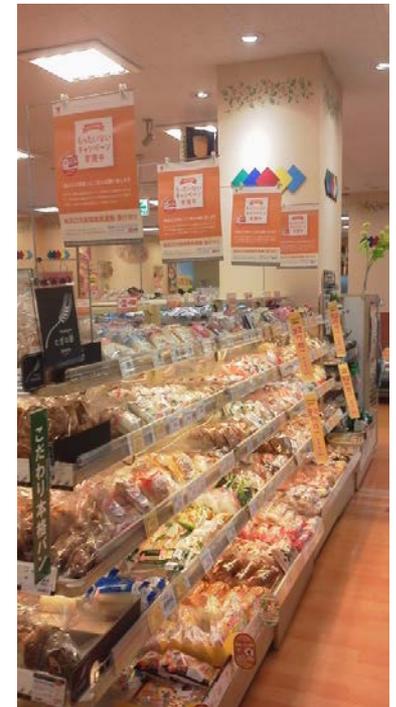
実施店舗： 中央林間、宮前平  
実施期間： 平成27年1月21日～2月10日  
対象商品： 菓子パン、総菜パン

## 【イオンリテール】

実施店舗： モリシア津田沼、幕張、幕張新都心  
実施期間： 平成27年2月1日～2月10日  
対象商品： 菓子パン、食事パン

## 【イトーヨーカ堂】

実施店舗： 葛西  
実施機関： 平成27年2月16日～2月28日  
対象商品： 菓子パン、食事パン



(東急ストア宮前平店の様子)



(イトーヨーカ堂 葛西店の様子)



(イオン幕張新都心店の様子)

# 助成物(ポスター、パネル、POP、シール) ※使用したものの一部

□ ツール一覧

B2(ポスター) 両面

NO-FOODLOSS PROJECT

食品ロス削減

もったいない  
キャンペーン  
実施中

「食品ロス削減」にご協力お願い致します

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

食品ロス削減国民運動 進行中!!

日本でもまだ食べられるのに捨てられる「食品ロス」は、年間500～800万トン(世界全体の食料援助量の約2倍)

詳しくは  
食品ロス 農林水産省

当店は、農林水産省他5府省が展開する「食品ロス削減国民運動」に協力しています。

size:728H×515W(mm)

パネル 両面

食品ロス削減国民運動 進行中!!

もったいない  
キャンペーン  
実施中

「食品ロス削減」にご協力お願い致します

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

size:150H×900W(mm)

B5POP 両面

もったいない  
キャンペーン  
実施中

「食品ロス削減」にご協力お願い致します

このシールが目印です。

当店は、農林水産省他5府省が展開する「食品ロス削減国民運動」に協力しています。

食品を捨てずに食べきる  
「もったいない」キャンペーンを実施中です。

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

size:182H×257W(mm)

シール

もったいない  
キャンペーン  
対象商品

この商品を買って食べていただく  
ことが食品ロス削減につながります。

size:25H×55W(mm)

# もったいないキャンペーンの成果

消費期限の近い日配品の購買を押し上げたと見られ、10-20日のキャンペーンながら、購入者の4割にキャンペーンが認知され、その大部分から共感的な反応を得た。

チェーン・店舗により成果にばらつきが見られるが、チェーン1では、実施店A店・B店ともに廃棄数量率、金額率が低下

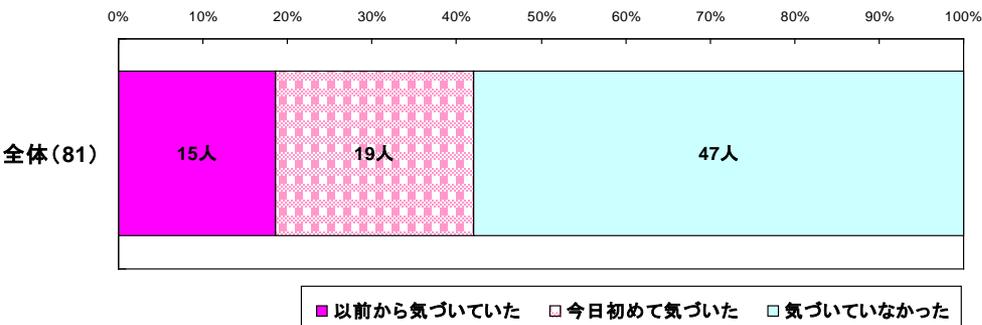
	A店			B店		
	実施期間① (21日間)	比較期間② (実施前16日間)	①÷②	実施期間① (21日間)	比較期間② (実施前16日間)	①÷②
廃棄数量率	0.125%	0.177%	0.71	0.136%	0.381%	0.36
廃棄金額率	0.149%	0.209%	0.71	0.149%	0.420%	0.35



インタビュー時の写真

## 実施店舗でのキャンペーン対象商品購買者向けインタビューの結果(N=81)

購入者の4割強がキャンペーンを認知



「もったいないキャンペーン」に対して「食べものを無駄にしないのはよいこと」「安く買えてよい」等の意見が多い

