

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】

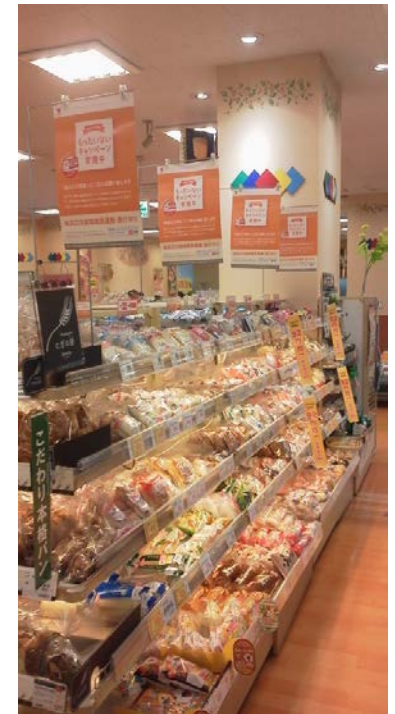
実施店舗： 中央林間、宮前平
実施期間： 平成27年1月21日～2月10日
対象商品： 菓子パン、総菜パン

【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

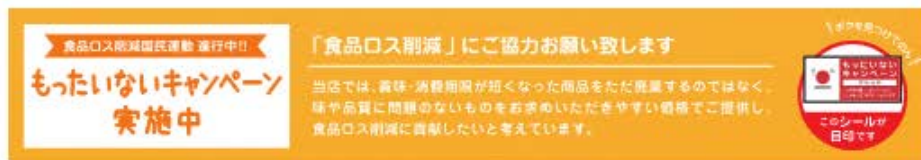
□ ツール一覧

B2(ポスター) 両面



size:728H×515W(mm)

パネル 両面



size:150H×900W(mm)

B5POP 両面



size:182H×257W(mm)

シール



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

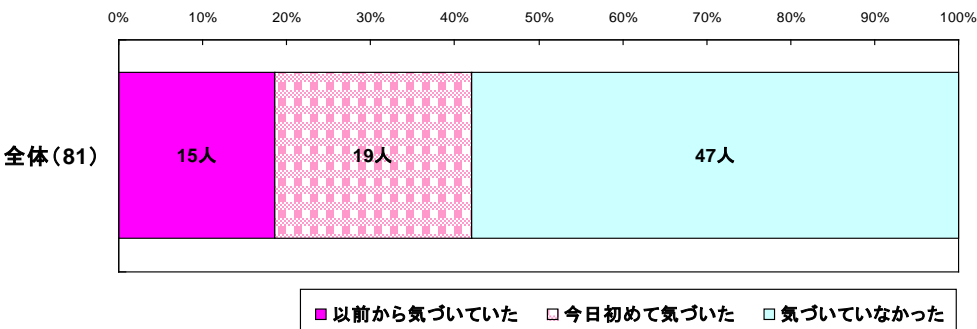
	A店			B店		
	実施期間① (21日間)	比較期間② (実施前16日間)	①÷②	実施期間① (21日間)	比較期間② (実施前16日間)	①÷②
廃棄数量率	0.125%	0.177%	0.71	0.136%	0.381%	0.36
廃棄金額率	0.149%	0.209%	0.71	0.149%	0.420%	0.35



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

