

令和5年度 期限間近商品の優先購入促進キャンペーンの実施結果

1 目的

食品ロス削減を啓発するポスターやPOPを店舗に掲示し、食品ロスの認知度の向上を図るとともに、消費・賞味期限が近接している商品から優先的に購入してもらえよう消費者に啓発を行うことで、期限切れで廃棄される商品の削減につなげる。

また、スーパーマーケットに鮮度志向の改善を促す啓発用のぼり旗を設置することや、コンビニエンスストアでのプライスカード用おびの設置により、日頃の買い物方法を見直す機会を創出する。

2 実施期間

令和5年10月1日から11月30日まで（一部、10月30日まで）

3 実施内容

○スーパーマーケット（協力店舗数 129）

ポスター、POP、のぼり旗の掲示、店内放送の実施

○コンビニエンスストア（協力店舗数 478）

プライスカード用おびの設置

○ドラッグストア（協力店舗数 57）

POPの掲示



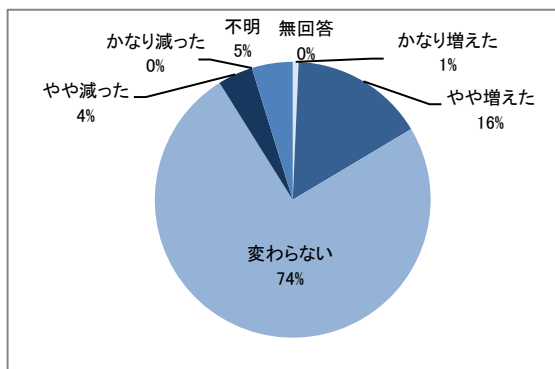
【ポスター】



【啓発用のぼり旗】

4 キャンペーン実施店舗へのアンケートの主な結果

① キャンペーン前と比べて、消費・賞味期限の近接する商品の購入は増えましたか。



「かなり増えた」、「やや増えた」と回答した店舗の割合は、全体では17%で、スーパーマーケットでは20%とやや高かった。

② キャンペーンを今後も継続して行いたいですか。

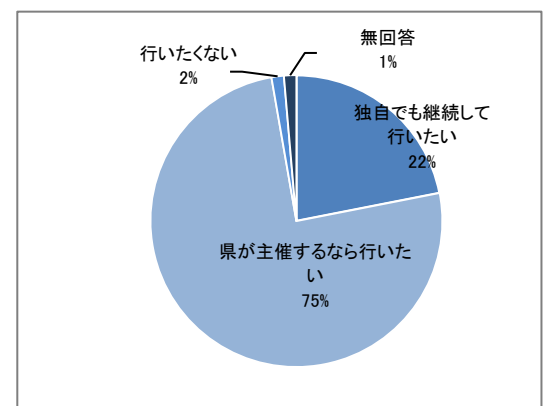
◆回答の主な理由

<独自でも継続して行いたい> (22%)

- ・食品ロスの削減につながるため
- ・店舗にとっては利益確保や廃棄コストの課題でもあるため
- ・食料危機問題やSDGsの取組みの一環として行いたい

<県が主催するなら行いたい> (75%)

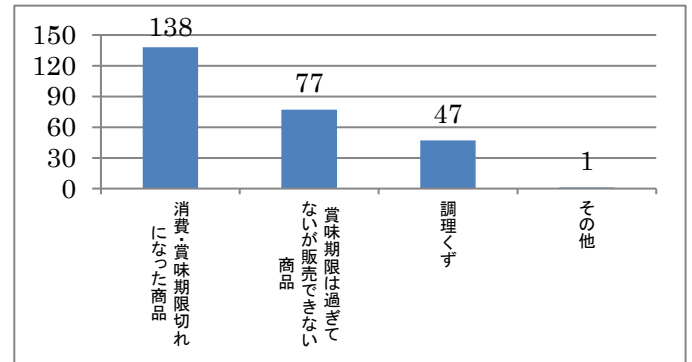
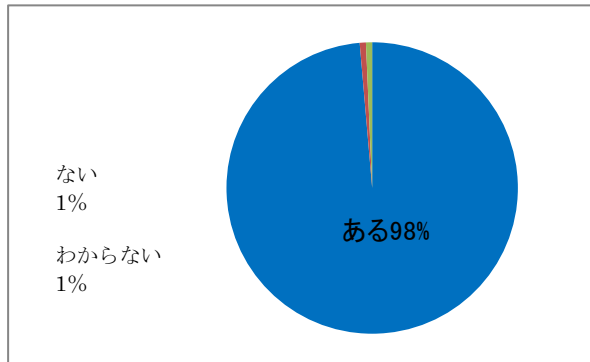
- ・県全体で取り組む方がインパクトや浸透力が高い
- ・官民連携の取組みとして継続すべき
- ・啓発資材など店舗だけの取組みには限界がある



③「このような資材だと使いやすい」等、資材の形態等について意見がありましたらご記入ください。

- ・冷蔵設備に展開するため、水分等で縮れない素材
- ・目立つよう大きめのPOP
- ・スポッター（突き出し広告）タイプのもの
- ・デザインが変わらないのであれば、必要に応じて更新申請としてはどうか
- ・のぼり旗は置き場所がない店舗がある
- ・県からのお知らせとしての店内放送に力を入れて欲しい

④-1 貴社で食品を廃棄することはありますか。 ④-2 (④-1で「ある」と回答した方) 廃棄する食品は、どのような食品ですか。(複数回答可)



⑤廃棄を削減するために取り組んでいることがあればお聞かせください。

【購入者に対するPRや働きかけ】

- ・エシカルシール、おすすめPOP、ポスター掲示
- ・手に取りやすい商品陳列、手前取りのお願い掲示
- ・日付チェックによる見切り販売、割引シール、見切り品コーナー、早めの売り尽くし
- ・見切り品購入者への粗品進呈

【発注など商品管理の工夫】

- ・先入先出しの徹底、販売データに基づく商品発注精度の向上、在庫管理システムの構築
- ・天候や客数に合わせた商品製造、予約注文のおすすめ
- ・フードバンクへの寄贈

⑥その他の意見

【子どもから大人まで、正しい知識と消費者意識に関する意見】

- ・学校教育やこども食堂と連携した取組みを行ってほしい
- ・県としてのPRや、著名人によるTVCMなどメディア発信の強化があれば良い
- ・継続した取組みによる認知と消費者意識の改善が必要
- ・賞味期限切れ＝食べられないという意識の改善が必要

【期限間近商品の優先購入の状況に関する意見】

- ・手前にある商品から購入する方は固定されている
- ・後ろから取ることが当たり前となっている方への意識改善が必要