

# 恵方巻きのロス削減に向けた取組事例

令和6年2月28日

## <目次>

- 事例1 株式会社セブン-イレブン・ジャパン（取組エリア：全国）
- 事例2 イオン北海道株式会社（取組エリア：北海道）
- 事例3 株式会社ベルジョイス（取組エリア：東北）
- 事例4 株式会社コモディイイダ（取組エリア：関東）
- 事例5 株式会社ウオロク（取組エリア：北陸）
- 事例6 中部フーズ株式会社（取組エリア：関東、北陸、東海、近畿）
- 事例7 株式会社京阪ザ・ストア（取組エリア：近畿）
- 事例8 株式会社マルイ（取組エリア：中国・四国）
- 事例9 生活協同組合コープかごしま（取組エリア：九州）
- 事例10 生活協同組合コープおきなわ（取組エリア：沖縄）

## <資料の見方>



### 令和6年の主な取組内容(概要)

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



### 事業者の恵方巻きロス削減の取組(詳細)

- ・ ○○○ …
- ・ ○○○ …

# 株式会社セブン-イレブン・ジャパン

(取組エリア:全国)



## 令和6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の強化をします。
- ③ ……製造タイムテーブルの見直し（令和4年度から引き続き）  
原材料の集約と見込みとの差が出た場合の該当原料を使用した商品の推奨  
商品価値の周知の徹底と販売促進の為の販促物の強化をします。
- ⑤ ……店頭販売時はエシカルポイント対応し、必要に応じて値下げ販売を実施します。



## 恵方巻販売におけるロス削減の取組について

- ◎ 予約比率の向上の為の周知行為の強化  
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や国産の希少原材料を使用した商品は予約限定での販売としております。  
又、店頭での予約促進に繋がるように、開発担当者から全国の経営相談員に向けて、プレゼンテーションを行い、商品価値の伝達を強化しています。
- ◎ 店頭販促物の強化  
本年は店内・外に掲示する店頭販促物を更に充実させ、「横断幕」「入口に設置するスタンドPOP」を全店に配布し、予約・販売促進に繋げています。
- ◎ 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げています。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。



予約促進の為、銀座久兵衛様や柿安様ご監修の予約限定商品のカタログで価値訴求。

# イオン北海道株式会社

(取組エリア:北海道)



## 令和6年の主な取組内容

- ① ……農林水産省よりご提供いただいたPR資材で、お客さまに対して啓発活動を行います。
- ② ……予約販売を中心に展開します。
- ③ ……前年の廃棄実績をもとに販売数量を計画します。
- ④ ……ハーフサイズの販売も行います。
- ⑤ ……当日の売れ行きによって製造数の調整を行います。



## 予約販売の取組について

- ・ 当社は、1月1日(月・祝)から1月28日(日)までの期間で、道内の「イオン」「マックスバリュ」「ザ・ビッグ」など126店舗及びインターネットショップ「eショップ」にて、「イオンの恵方巻」のご予約承りを行いました。本年は25品目の予約を承り、ご予約限定商品やインターネットショップ限定の恵方巻きをご用意して予約販売を強化いたしました。

海鮮太巻から節分スイーツまで、バラエティ豊かな商品をご用意しました

## 1月1日(月・祝)より「恵方巻」ご予約承り開始

インターネットショップ「eショップ」でも

イオン北海道株式会社(以下、当社)は、1月1日(月・祝)より、道内の「イオン」「マックスバリュ」「ザ・ビッグ」など126店舗及びインターネットショップ「eショップ」(以下、eショップ)にて、「イオンの恵方巻」のご予約承りを行います。



2024年2月の節分は5年ぶりに週末にあたることから、家族や友人と集まり、豆まきや恵方巻とともに節分パーティーを楽しむ方が増えると予想されます。また恵方巻市場は年々拡大をしており、恵方に向かって丸ごとかぶりついて縁起を担ぐ本来の食べ方だけではなく、様々な食材が使われた豪華な太巻を食するという楽しみ方が増え、季節イベントとしてのニーズが高まっています。

こうした中、当社は、年に一度の節分をご家族でお楽しみいただきたいとの思いから、北海道産のホタテを使用した海鮮太巻や、毎年ご好評いただいている銀座「鯨よしたけ」監修の恵方巻、恵方巻スイーツなど、バラエティ豊かな商品をご用意しました。また、eショップでは、店頭では販売を行わない太巻セットなど、限定商品もご用意しました。

●啓発POP展開状況



▲農水省廃棄ロス削減POP設置



▲店舗で恵方巻予約販売をアピール

●ハーフサイズ販売状況



▲高価格商品は買いやすいハーフサイズ販売



▲節分当日はハーフサイズ規格で販売

●当日の売れ行き状況



▲セットは中巻ハーフを中心に販売



▲3日19時にほぼ完売

# 株式会社ベルジョイス

(取組エリア:東北)



## 令和6年の主な取組内容

- ① ……農林水産省が提供するPR資材で、消費者に予約購入の呼びかけを行います。  
(パンフレット・Youtube 広告・SNS・店頭ポスター・販促物にて資材を使用)
- ② ……予約販売の強化を実施します。
  - ・ 昨年よりも早く予約販売を開始
  - ・ 予約販売で購入したお客様へ自社ポイント付与
  - ・ 予約特典としてペットボトル飲料をプレゼント
  - ・ Youtube 広告、SNS、店内サイネージなどでお客様に広く予約販売していることを告知
  - ・ 寺社で祈祷した縁起のいい新海苔を使用
  - ・ ネットスーパーでも予約を実施
- ③ ……昨年度の販売実績・反省をもとに今年の曜日などから目標計画を作成します。
- ④ ……予約・当日販売共にハーフサイズの商品も販売し、お客様が食べられるサイズを選べるように工夫します。
- ⑤ ……昨年時間帯別売上データを見ながら売り場計画を立て、当日の天候や販売状況を見ながら製造数を調節します。



## 予約販売強化の取組について(詳細:①②)

- ・ 12月8日から予約を開始(2023年は1月2日から)、Youtube 広告、SNS、店内サイネージなどでお客様に広く予約販売していることを告知して当日ではなく予約で買っただけのように呼びかけを行いました。また、予約限定で自社ポイントや予約特典を付けて予約販売数の増加に取り組みました。



▲店頭販促物に農林水産省PR素材を取り入れながら予約の呼びかけを実施



▲インスタ、Youtube 広告も使い販促を実施

 **当日販売の取組について(詳細:③④⑤)**

- ・ハーフサイズやセット物、太巻きだけでなく細巻きなどお客様が食べきれるサイズを選べるようにしました。昨年の時間帯別売上データを見ながら売り場計画を立て、当日の天候や販売状況を見ながら製造数を調整しました。



特にハーフのセット商品が好調でした！

▲当日の売り場の様子。ハーフの単品や細巻きなども品揃え。

# 株式会社コモディイダ

(取組エリア:関東)



## 令和6年の主な取組内容

- ① ……本年度は食品ロス対策のPR資材を予約ポスター、予約用紙に活用し、お客様への理解を促す啓発活動を行います。
- ② ……予約(ポイント付与)を実施します。予約は店頭の外に、ネットスーパー、移動販売とくし丸でも受け付けます。1/2~28(例年より2日間短縮し、発注数の修正対応)で販売し、毎週店舗へ実績の進捗を共有します。
- ③ ……昨年の販売実績を基に単品ごとの販売目標を設定します。予約販売強化のため、予約限定商品を増やし、高価格商品は HALF 売りを強化、一部店舗では広告品以外を HALF サイズのみの販売にします。
- ④ ……当日、販売状況が想定より悪い時用に、『具材の消化用レシピ』を作成して店舗へ共有します。(無駄なロスを出さないように)
- ⑤ ……多様化に向けた取り組みとして、チラシに「ロールケーキ」「イワシの竜田揚げ」、提案品として「鬼除け汁」を掲載します。



## ロス率改善の取組について

食品ロス対策のPR資材を予約ポスター、予約用紙に活用し、予約締切は2日間短縮しました(1月30日→1月28日)。

恵方巻き売上構成比において15.7%を予約で販売できたことで、廃棄額も昨年対比で25%ほど改善し、ロス削減に繋がりました。



※「ご予約特典ポイント」は楽天ポイントカード会員様のみの特典となります。※楽天ポイント  
※ボーナスポイントは会計から3~4日以内に通常ポイントで進呈いたします。※ポイント  
※当ポスターの掲載価格は、本体価格と参考税込価格を表示しております。商品を複数お買い上げの場  
※ご予約品の配達は承っておりません。各店舗にてお受け取り下さい。※お電話でのご注文はご容赦願います。※ご記入頂いた個人  
※一部内容やパッケージデザイン等が変更になる場合がございます。※レジ袋は有料となります。※写真はイメージです。

▲食品ロス削減ロゴ入りの販促物

# 株式会社ウオロク

(取組エリア:北陸)



## 令和6年の主な取組内容

- ① ……農林水産省提供のPR資材をチラシ掲載と売場への掲示を行い、恵方巻のロス削減を呼びかけます。
- ② ……ご予約のお客様にはお得な価格でご提供、さらにボーナスポイントをプレゼントすることをPRし、予約購入の促進によるロス削減を実施します。
- ③ ……個別店舗毎に前年の数値をもとに、計画数量を調整します。
- ④ ……個別店舗毎に前年の数値をもとに、ハーフサイズなど品揃えを調整します。
- ⑤ ……個別店舗毎に当日の販売状況に応じて、製造数や値引きを調整します。



## 予約販売強化による食品ロス削減の取組について

- ・ ご予約のメリット(ご予約限定価格、ボーナスポイントプレゼント、売切れの心配なし、食品ロス削減)をアピールして予約数の向上に取り組み、昨年より廃棄ロスを削減できました。
- ・ 予約販売をアピールするため、さまざまな媒体(店舗での工夫を凝らした予約ブース、折込チラシ、テレビCM、ホームページ、SNS、店内放送、店内デジタルサイネージ)を活用しました。
- ・ 来店予約のほか便利なネット予約にも力を入れました。
- ・ お客様へ「恵方巻の食品ロス削減」への理解を促すため、農林水産省提供のPR資材「ろすのん」を活用し、恵方巻予約のチラシへの掲載、売場や予約ブースへのPOP掲示を行いました。



▲恵方巻予約チラシではご予約限定価格、ボーナスポイントをアピール!



▲ご予約のメリットを伝えるブースを各店舗工夫して設置し、予約を促しました



▲農林水産省提供のPR資材「ろすのん」を活用して予約購入による食品ロス削減を呼びかけ



▲便利なネット予約を活用



▲節分ロールはご予約限定にしてロス削減

▲SNSを使用した予約の促進

# 中部フーズ株式会社

(取組エリア: 関東・北陸・東海・近畿)



## 令和6年の主な取組内容

- ①②……店頭予約ボード、予約パンフレット、農林水産省のPR資材、また当社専用アプリにより、予約呼びかけを行います。  
予約目標は昨年の110%とします。
- ③……【製造】材料の余りが出ないように自動で発注します。  
【計画数量】店別の客数予測、PI値予測(※)、アイテム毎の数量予測を行います。  
また、スーパーバイザーが全体数値を店別に合わせた数量に修正し、予測精度を上げています。
- ④……近年の需要に合わせ、4本セット、3本セットのメニューの種類を充実させます。  
また、お子様用に中巻のセットも用意します。
- ⑤……売れなかった商品は、早めに値引き販売します。  
(※) 来店客1000人当たりの購買指数



## 廃棄0の取組について

- ・ 予約の強化 店頭予約ボード、予約パンフレット、ネット予約強化により巻き寿司売上の約25%を獲得しました。
- ・ 2月3日当日、アイテム別の計画に対する販売率を各店舗で確認しました。  
売れ行きを確認しながら売り切りを実施しました。
- ・ 256店舗 過去最大約800万円あった廃棄金額は今年初の0円を達成しました。
- ・ 開店と同時のピークに合わせて稼働計画を立て、機会ロスが起きないようにしました。



▲需要に合わせた各種メニュー

▲店頭のボード・パンフレット・専用アプリによる予約の呼びかけ



▲売り場の様子



▲2月3日 全店 廃棄額0円 達成！



▲農林水産省のPR資材による呼びかけの様子

# 株式会社京阪ザ・ストア

(取組エリア:近畿)



## 令和6年の主な取組内容

- ①②……折込チラシ、店頭ポスター、LINE 公式アカウントで情報配信し、予約販売の告知を行います。
- ③ ……前年の販売数量と曜日特性を考慮して計画を策定します。  
当日の客数・売れ行きを随時確認して、店内製造を行います。
- ⑤ ……売れ行きに応じて、早期値引きや店間の商品移動を行います。



## 予約販売の強化について

LINE 公式アカウントや店内にて1月26日まで予約販売の告知を実施しました。  
予約者を対象に、グループポイントである「おけいはんポイント」を付与し、予約比率アップに取り組みました。



▲店舗出入口にて、ろすのんポスターを掲示し予約販売の強化。



## 当日の店内販売について

・食品ロス削減ポスターを店内に掲示し、お客様へ取り組み内容のご理解と食品ロス削減に取り組みました。また、ハーフサイズの恵方巻も同時に販売し、食べ残しを減らす取り組みも実施しました。

製造に関しては、販売状況を確認し昼過ぎで製造を終了、作りすぎないように調整しました。



▲ハーフサイズの恵方巻を同じケースに置き、食べきれぬ商品購入をアピール。



▲お客様には完売している商品を告知。他商品購入のお勧めを実施し売れ残りを抑制。



▲混雑した店内でも、食品ロス削減がアピールできるようにポスターを工夫して設置。

# 株式会社マルイ

(取組エリア:中国・四国)



## 令和6年の主な取組内容

- ②…………店舗の販売及び予約販売の際、店頭及びホームページ、LINE、X (旧 Twitter)、Instagramにて、予約購入の呼びかけを行います。
  - ③…………前年の販売量、廃棄量を考慮して製造数を適量化します。
  - ④…………店舗の特徴に合わせた品揃えを行います。
  - ⑤…………各店舗の販売状況を見て、店舗間移動を行い廃棄量を減らします。
- また、売れ行き、天候によっては、値引き時間を早めて廃棄ロス削減を行います。



## 予約販売の取組について

- ・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、2020年度比150%の予約販売数を達成したことで、2020年度比62%(▲38%)の廃棄量削減となりました。



▲予約販売をLINE及びX(旧Twitter)にてPRしました



## 2月3日(土) 販売日の取組について

- ・ 食べ比べもでき、食べきれる量の HALF セットの種類を拡充して販売しました。



▲ HALF サイズ (人気の商品 6 種巻、海鮮 3 種巻、キンパ 3 種巻) 商品の品揃え

# 生活協同組合コープかごしま

(取組エリア:九州)



## 令和6年の主な取組内容

- ① ……農林水産省から提供いただくPR資材を活用し、消費者・組合員に対して予約購入を呼びかけます。
- ② ……予約販売を昨年に引き続き実施し、予約品に関しては価格優位性を持たせます。また、公式 SNS アカウントで予約呼びかけを行います。
- ③ ……前年の販売実績や時間帯実績をもとに当日の製造計画数量を決めます。
- ④ ……店舗での販売実績をもとに店頭での展開構成を見直します。



## 予約販売強化と製造計画によるロス削減

- ・公式 SNS アカウントで予約を呼びかけ、予約品に価格優位性を持たせました。また、オリジナル原料を使った商品は予約をメインで案内しました。
- ・それぞれの店舗で、時間帯別の売り上げ実績を見て、製造計画や値引き時間を判断し、廃棄を削減しました。



▲公式 SNS での呼びかけ



▲ろすのん  
活用ポスター掲示  
(予約期間中)



▲予約注文チラシ



▲店頭販売の様子

# 生活協同組合 コープおきなわ

(取組エリア: 沖縄)



## 令和6年の主な取組内容

- ① ……農林水産省提供PR資材と独自資材で予約購入呼びかけを行います。
- ② ……予約販売の取り組みを強化します。
- ③ ……前年販売・廃棄実績から適正数量計画を立て製造を進めます。
- ④ ……昨年完売した商品を増やし、廃棄の出た商品を減らします。
- ⑤ ……製造計画に合わせて進めながら、商品の動きを確認、製造調整、時間帯値引きを行います。
- ⑥ ……ハーフサイズなど食べきりサイズを品揃えします。



## 節分恵方巻きのロス削減の取組について

- ・恵方巻き商品の予約販売の認知度を上げるためチラシによる予約の呼びかけを強化し、店頭掲示は1月4日より開始しました
- ・お客様（組合員）に食品ロス削減を意識してもらうよう恵方巻きのロス削減に係る啓発ポスターを店内各所に掲示しました。



▲チラシによる予約の呼びかけ



▲啓発ポスターを併用して予約の呼びかけ



▲各店店頭での販売と啓発ポスター掲示の様子

## 取り組み実績

販売数量	廃棄数量	廃棄率
8,100パック	385パック	4.80%