

5. POS レジ会社との情報交換・研究の場について

①設置目的

情報交換・研究の場は「食品ロス削減とフードバンク活動支援につなげる寄付つき商品販売企画」を実施する際に食品ロス（廃棄ロス）削減を目的におこなう「値引きプラス1円シール」の効果測定に必要な数値をPOSデータ上で収集するための方策を検討することとする。

②参画企業それぞれのPOSレジ会社について

値引きプラス1円寄付商品を実践するサンプラザ、サンゼン、スマイル、三次フードセンターの4社に対して担当するPOSレジ会社は2社ある状況。2社のうち1社が前記4社のいずれかを担当する形。POSレジ会社それぞれの社名は各社の守秘義務契約の観点からA社、B社と仮名で記載する。

事業参画企業からの相談内容	POSレジ・システム会社からの回答（提案）ならびに情報提供
<p>1) 値引きプラス1円寄付商品の単品ごとの販売点数データを抽出することは可能か？</p> <p>2) データを抽出するためのシステム改修やレジ操作方法の変更、値引きプラス1円シールのデザイン（識別マークをつける等）変更の必要についての情報提供を求める。</p>	<p>A社</p> <p>1) 値引きプラス1円寄付商品に専用のバーコードを貼付し、レジでの販売時にそのコードを読み取ることで点数の把握が可能。</p> <p>2) 専用バーコードを読み取った場合、商品本来のバーコードは読み取らないので本来の販売点数データに反映されなくなる。</p> <p>3) レジにて1)のバーコードと商品本来のバーコードの2つをそれぞれスキャンするのはチェックアウト作業の負担と時間が増えることになるため実施は難しい。</p> <p style="text-align: center;">↓↓↓</p> <p><対応策></p> <p>1) 寄付つき商品販売データが抽出できるようにシステム内に「寄付つき商品データ」のカテゴリを設置する。これにより寄付つき商品販売データは抽出しやすくなる。</p> <p>2) POSレジでの点数データの把握は難しいため、値引きプラス1円寄付シールを貼る作業を実施し、「貼付枚数－売れ残り枚数＝売れた枚数（廃棄ロス削減効果）」という判断をする。貼る手間と計算する手間が増えるが、現場担当者の意識改革につながることを期待して手間のかかる方法を選択する。</p>

	<p>B社</p> <p>1) レジの操作キーに「値引きプラス1円キー」を追加設定することは可能。ただしキーを押した回数は計測できるが、該当商品との紐付けはできない。</p> <p>2) 値引きプラス1円寄付商品だけの販売点数のデータ抽出は専用バーコードを貼付して、かつレジのスキナーで読み取ることができるようにシステム改修する必要があり、相応の費用が発生する。</p> <p style="text-align: center;">↓↓↓</p> <p><対応策></p> <p>1) POSレジでの点数データの把握は難しいため、値引きプラス1円寄付シールを貼る作業を実施し、「貼付枚数—売れ残り枚数=売れた枚数（廃棄ロス削減効果）」という判断をする。貼る手間と計算する手間が増えるが、現場担当者の意識改革につながることを期待して手間のかかる方法を選択する。</p> <p>2) 寄付つき商品の中で値引きプラス1円商品を選定する際に、値引きプラス1円に選定するもの・しないもの、という選別をせず、寄付つき商品を値引きする際には全品値引きプラス1円寄付対象とすればプラス1円寄付商品の販売データは抽出できるので、より分けせず全品対象とする。</p>
--	--

※上記以外の相談事項への対応について

参画企業から「消費者アンケートのオンライン回答フォームのアドレスのリンクを二次元コード化した画像をレシートに印字できないか？」という相談については、レシート印字のシステムを改修して参画企業側で任意の印字設定ができるようにした。

③POSレジ会社との情報交換総括

1) 本事業（寄付付き商品販売）への対応

廃棄ロスの削減を目的としてその実態を把握するためにPOSレジシステムを活用できないか、を模索してみたが、結果的には「人力で値引き商品を数える」という結論となった。

廃棄ロス削減につなげるために設定した「値引きプラス1円寄付商品」に専用バーコードを貼付して、POSレジでの登録時（お客様が支払う段階）に販売実績データを記録することができるのが理想的である。「値引きプラス1円寄付商品」の中でベンチマークする商品を選定して、その商品にはあらかじめ商品本来のバーコードと値引きプラス1円寄付のバーコードの2種類を印字した専用シールを作成し、値引き実行時に貼付してPOSレジで実売データを記録できるようにしたい。

2) 小売業全体での廃棄金額把握と廃棄金額削減に向けて

サンブラザ以外の3社については、POSレジは導入しているものの、廃棄金額を把握するシステム導入には至っていなかった。これはおそらく、POSレジ導入時に追加コストをPOSレジ会社から依頼される為である。廃棄金額（捨てる物）を把握する為に追加コストを支払うのをためらう中小企業は多数存在すると思われる。であれば、食品ロス削減を目的に、まずは廃棄金額を把握するシステムは、POSレジシステムに標準搭載すべきであると考え。そうすれば、POSレジを導入しているすべての小売業で廃棄金額を把握できる。廃棄金額を削減させるには、まずは現状把握から始めるべきだと考える。

6. 消費者アンケートの回答結果について

寄付つき商品販売期間と同時期に各社の消費者に対して食品ロス削減やフードバンク活動などに関する意識調査アンケートを実施。その回答結果を比較しながら記載する。

サンプラザでは、12月1日からレシートに消費者アンケートの募集案内を全てのお客様のレシートにQPコードを貼付して開始。17日間で396通の応募があった。

※設問は全部で15問、そのうちの7問を記載。自由記入への回答は別紙にて添付する。

【消費者アンケート回答結果：回答者の属性まとめ】

※アンケート受付実施期間：2023年11月1日（水）～12月31日（日）※実施期間は4社共通。

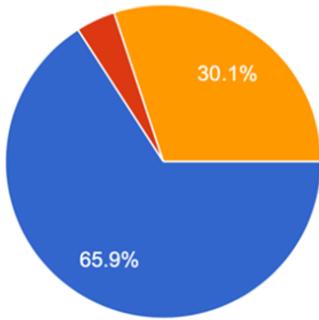
順位	サンプラザ	サンゼン	スマイル	三次フードセンター
1位	50代（33.1%）	40代（29.2%）	60代（28.6%）	30代（33.8%）
2位	40代（23.7%）	30代（22.4%）	50代（28.6%）	50代（24.6%）
3位	60代（17.9%）	50代（21.7%）	40代（22.9%）	40代（16.9%）
4位	30代（13.9%）	60代（14.9%）	30代（10.0%）	60代（13.8%）
5位	20代（4.8%）	70代（6.8%）	20代（8.6%）	20代（7.7%）
6位	70代（4.3%）	20代（3.1%）	10代（1.4%）	70代（3.1%）
7位	80代（1.3%）	10代（1.9%）	70代以上の回答 無し	10代と80代以上の 回答無し
8位	10代（1.0%）	80代以上の回答 無し		
回答総数	396	161	70	67

【寄付金・フードドライブボックス受け入れ実績】

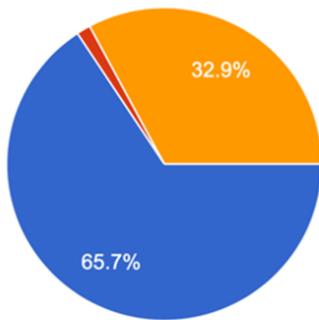
店舗数	11店舗	1店舗	4店舗	4店舗＋飲食店1店舗
寄付金	562,681円	126,758円	250,713円	150,126円
フードドライブボックス	120kg強	食料品592点 生活雑貨品112点	478点・85.9kg	110点

※フードドライブボックスで受け入れた食品等の実績は計測した団体により重量と点数での計測の違いあり。

1、スーパーマーケットなどで食料品を買い物する時に食品ロス削減を意識しますか？



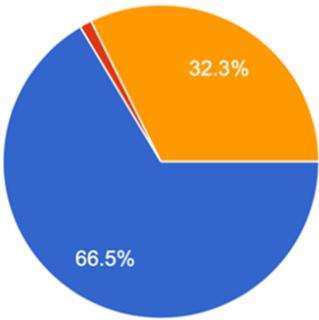
サンプラザ（高知） N=396件



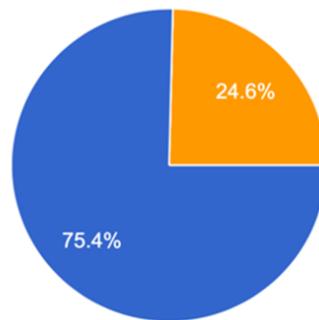
スマイル（岐阜） N=70件

- 意識している。
- 意識していない。
- ときどき意識する。

<評価>
食品ロス削減について意識をしている方が65%強ということで各社ごと（地域ごと）の差はほとんどない。



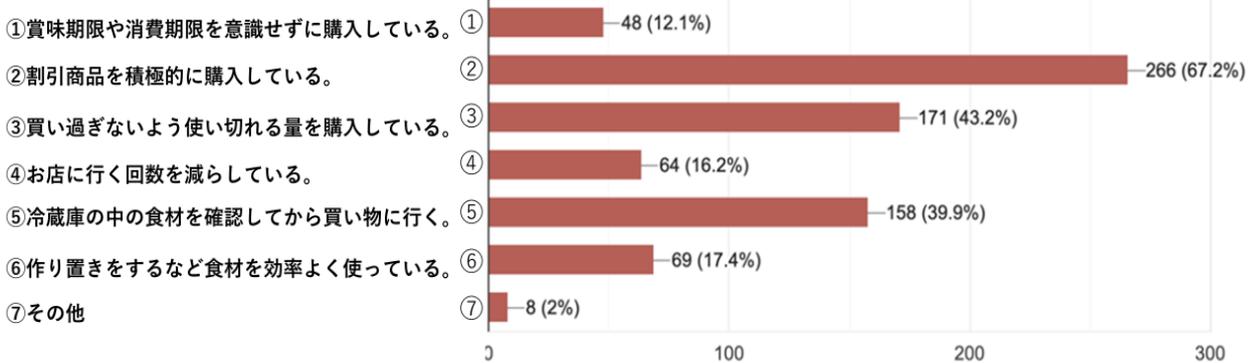
サンゼン（静岡） N=161件



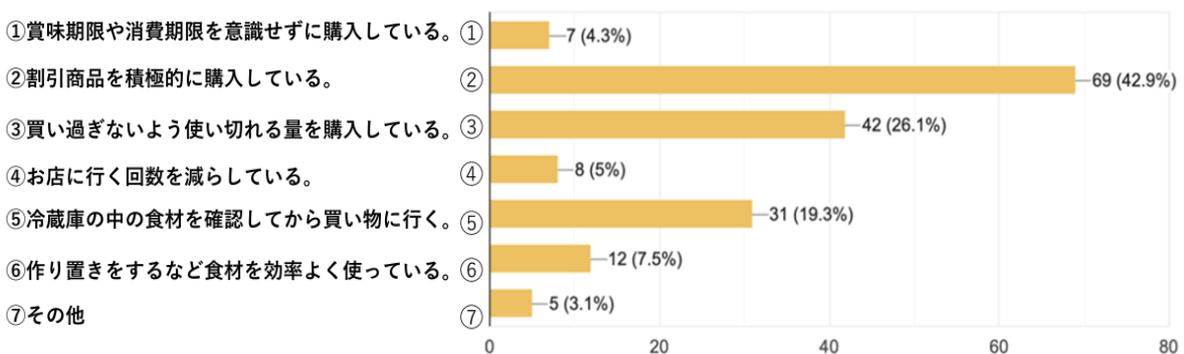
三次フードセンター（広島） N=67件

2、前問1の質問で「意識している」「ときどき意識している」と答えた方：
どんなことに意識していますか？※複数回答可能

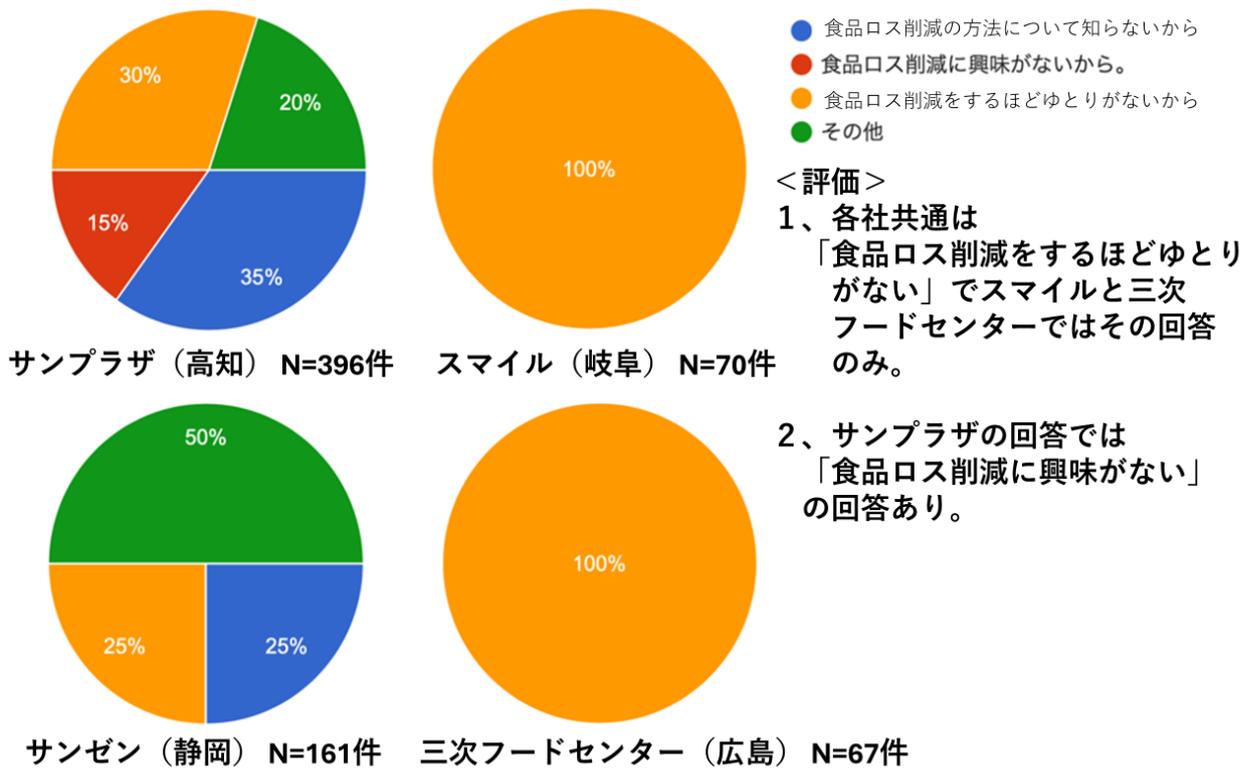
サンプラザ（高知） N=396件



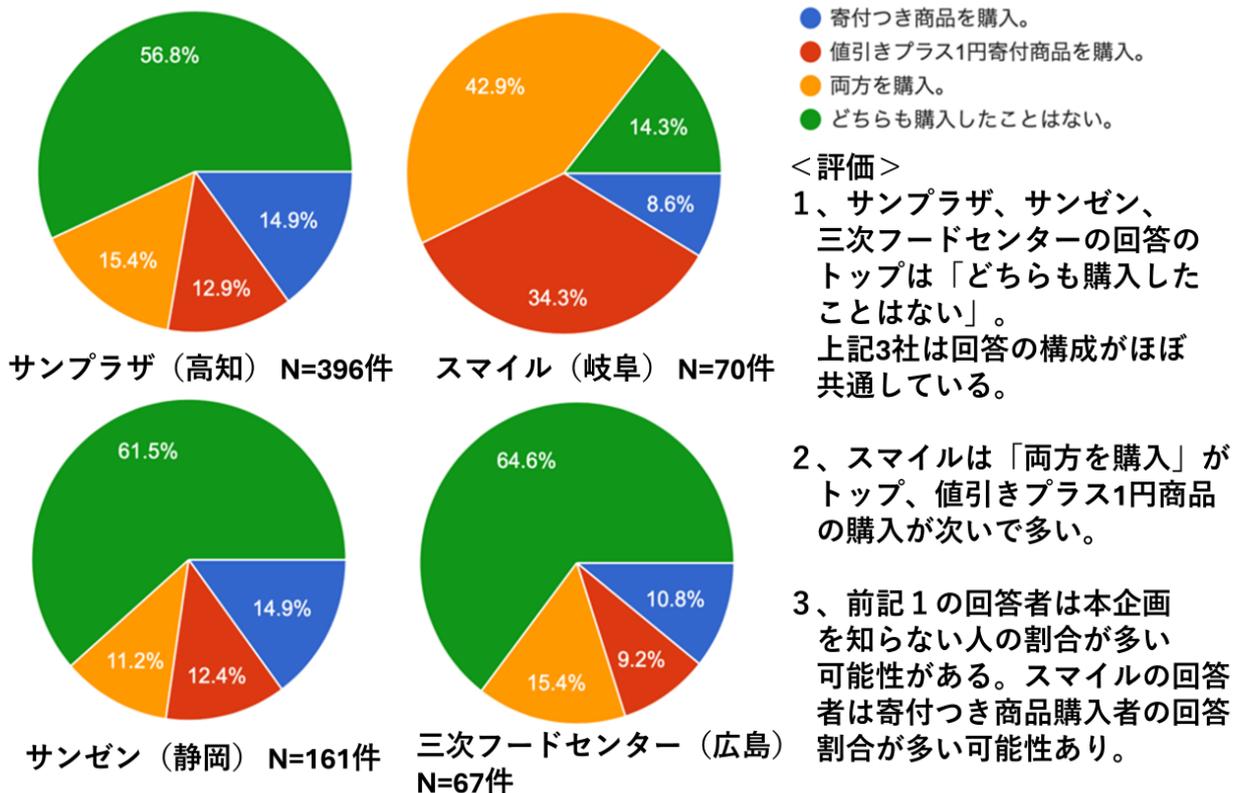
サンゼン（静岡） N=161件



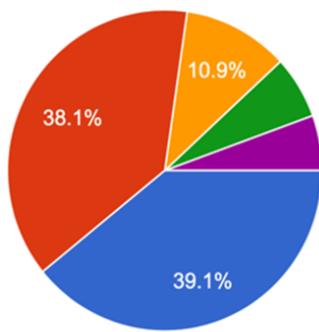
4、前問1で「意識していない」と答えた方：その理由をお聞かせください。



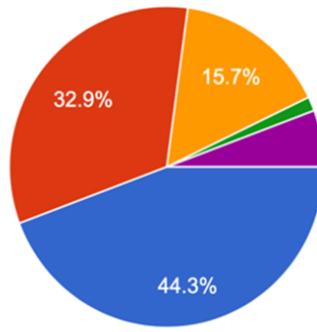
8、「食品ロス削減とフードバンク活動支援につながる寄付つき商品」を「〇〇」で購入したことがありますか？ ※「〇〇」には参画企業（店舗）名が入る。



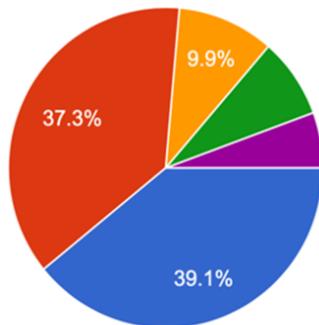
9、スーパーマーケットの店内でどのような表示や商品があれば食品ロスは減ると思いますか？



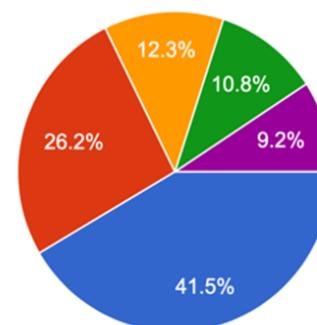
サンプラザ（高知） N=396件



スマイル（岐阜） N=70件



サンゼン（静岡） N=161件



三次フードセンター（広島） N=67件

- 手前どりなど食品ロス削減に対する意識啓発をさせる表示を増やす
- 賞味期限や消費期限を分かりやすく表示する
- 店内放送で音声情報として発信する
- 意識啓発チラシを配布する
- その他

<評価>

1、回答トップは

「賞味期限や消費期限を分かりやすく表示する」。

以外の各社の回答構成はほぼ同じ。

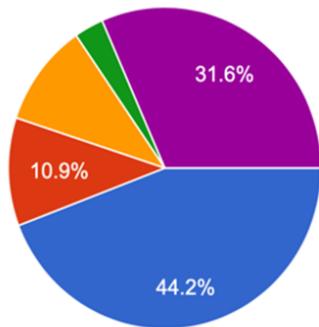
2、スマイルにおいては

前記1の回答がトップであり、

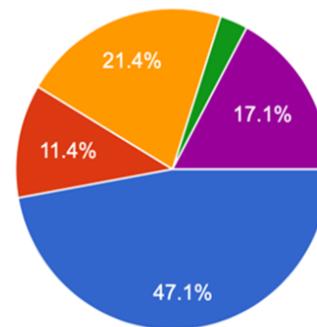
「意識啓発チラシを配布する」の回答割合が少ない。

チラシ配布より店内掲示・表示を増やす方を選択している人の割合が多い。

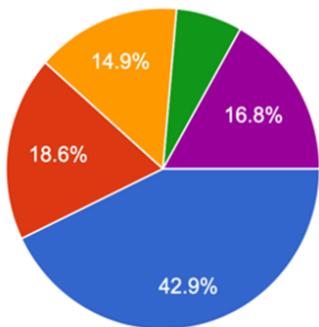
11、食料品や生活用品を集め寄付をするフードバンク活動ならびフードドライブボックスについて知っていますか？また、寄付をしたことがありますか？



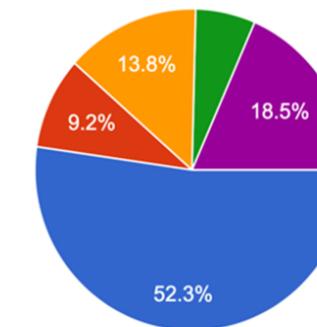
サンプラザ（高知） N=396件



スマイル（岐阜） N=70件



サンゼン（静岡） N=161件



三次フードセンター（広島） N=67件

- フードバンクを知っている
- フードバンクに食料品などを寄付したことがある
- フードドライブボックスを知っている
- フードドライブボックスに食料品などを寄付したことがある
- どちらも知らない

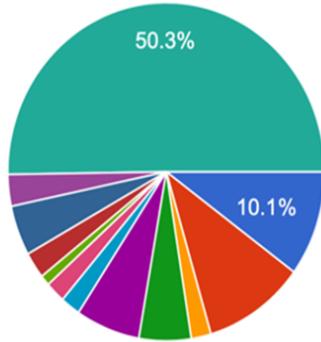
<評価>

1、フードバンクを知っていて、かつ寄付をしたことがある、が各社の回答の中でトップの割合。

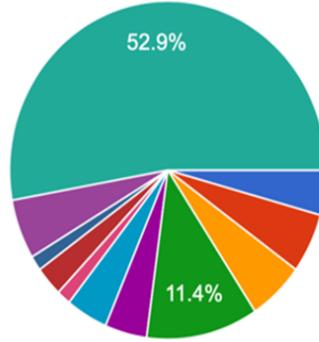
2、フードドライブボックスの認知度とそこに寄付をしたことがある人の割合は前記1に比べて少ない。

3、「どちらにも寄付したことがない」という人も一定数いる。

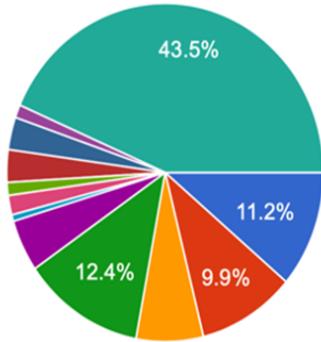
12、前問11で「寄付をしたことがある」と答えた方：どんなものを寄付しましたか？



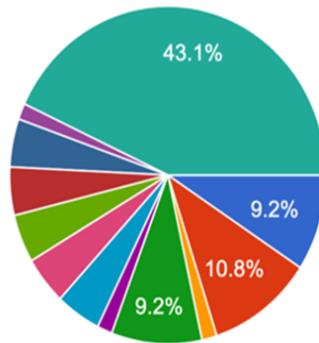
サンプラザ（高知） N=396件



スマイル（岐阜） N=70件



サンゼン（静岡） N=161件



三次フードセンター（広島） N=67件

- 即席麺
- レトルト食品
- 調味料
- 缶詰
- お菓子
- 飲料品
- 野菜
- 米
- お歳暮などのギフト
- ティッシュペーパーなど生活用品
- 文房具
- その他

<評価>

※「その他」の回答の構成が高いが、これは回答設定ミスによるもので「その他」は回答結果から除く。

1、寄付したもので多いのは「レトルト食品」「即席麺」「缶詰」「お菓子」「調味料」「飲料品」。

2、サンプラザでは「生活用品」、三次フードセンターでは「米」の寄付の回答が多い。