

株式会社ニシムタ

(取組エリア:九州)



令和3年の主な取組内容

- ①…………店頭などでの予約販売を強化して、2020年2月は2年前から2.3ポイント予約比率を上げ、総販売数に対して予約率が12.3%となった。20.0%を目標に店頭などにパンフレット・看板等を設置して予約獲得率をあげ、廃棄率を下げる取組を行った。
- ②…………販売計画の製造数量の改善で、2年前の廃棄率から昨年は、0.87%改善した。(廃棄率1.33%⇒0.46%)本年度は2月2日という事もあり、例年より1週間は告知を早めて完売率も上げる取組を行った。
- ③…………昨年の売筋商品を増やして、死筋商品はカットするなど、アイテム別・店舗別に計画数の見直しを実施した。
- ④…………2日午前11時までには計画数量を作成して、お昼や夕方の販売に人員をかけて、売切る事に力を入れた。見切り・割引も店舗責任者の判断で、1～5割引を早目に実施した。



「今の時代に見合った節分」(ステイホーム)の展開

- ・(株)ニシムタは、「食品廃棄の削減」と「各店舗の利益改善」を基本方針とし、2017年度以降節分期の食品ロス削減の取組を実施しており、本年度も実施している。具体的には、予約数値目標を掲げ、例年より予約受付期間を早めたり、店頭などのパンフレット・看板等を工夫するなどして予約獲得率をあげ、当日販売分は、製造・販売方法の見直しや購入ポイント付加などにより売り切る等の廃棄率を下げる取組を行っている。その結果、廃棄率は減少したが、売上本数は2019年に対して、112.4%。2020年度に対して108.0%の増加となっている。
- ・「今の時代に見合った節分」(ステイホーム)の展開として、新たなカテゴリーとして「節分いわし」や「節分ロールケーキ」等なども取り扱うなど、恵方巻きだけに頼らない販売方針を立てるといった複合的な取組により食品ロス削減を行っている。



▲店頭では(写真左)新たに「節分いわし」の販売や(写真右)購入ポイントを付加するといった販売方法の工夫等、売り切るための取組を実施