

サマリ：フードロス削減にこち良く参加できる小売店「ロスゼロ」

- SDGsの採択を背景に、食品を取り扱う小売店においても、売れ残りによるフードロスを削減する取組が求められている
- 上記の社会的要請を受け、多くの小売店は賞味期限の迫った食品に割引をかけることで、売れ残りの削減を進めている
- また消費者に対し、割引の有無を問わず、期限が迫っているものから購入及び消費するよう、“てまえどり”の呼びかけが進む
- しかし“てまえどり”はできるだけ新鮮な食品を買いたい消費者に、少なからず“損した感”を課すものとなり、こち悪さに繋がっている
- そこで、フードロス削減にこち良く参加できる小売店「ロスゼロ」を企画した
- 「ロスゼロ」は、賞味期限の近さに応じて、販売価格に傾斜をかけることで、“てまえどり”をする人の“損感”を払拭する
- 「ロスゼロ」を通じて、誰もがこち良くフードロス削減に貢献できる体制を構築し、人にも環境にも優しい小売店経営を実現する

背景：2020年代の小売店を取り巻く環境

- SDGs：SDGsの採択を背景に、環境負荷の軽減等、持続可能な社会の構築に向けた取組が進む
- フードロス：フードロスの削減に向けた取組が、飲食店や食品小売店、食品加工業等で散見される
- てまえどり：フードロスの削減活動の一環として、食品の買い物をする個人に向け、“てまえどり”の啓発活動が広がる

■背景：2020年代の小売店を取り巻く環境

SDGs

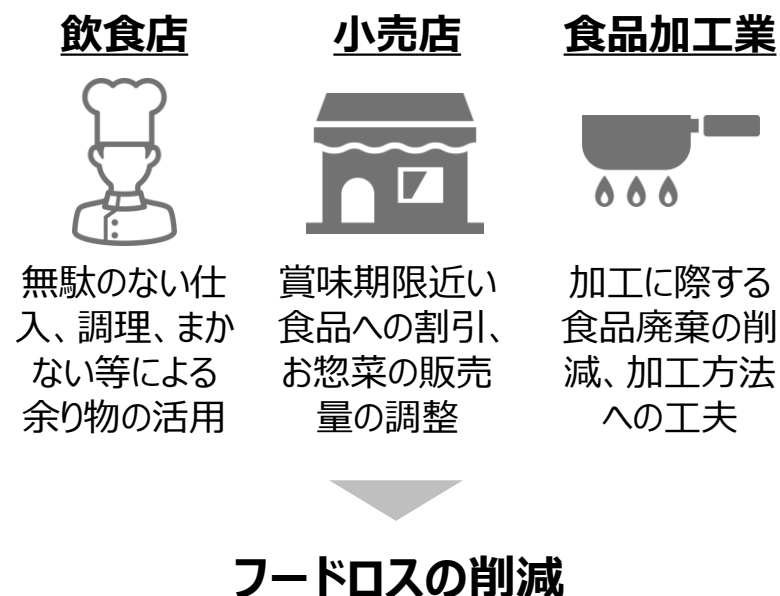
●SDGsの採択による変化



- ✓ SDGsの採択を背景に、環境負荷の軽減に向けた取組に注目が集まる
- ✓ フードロスの削減や省エネへの取組が加速する契機となった

フードロス

●フードロス削減への取組



- ✓ まだ食べられるのに廃棄される食品“フードロス”の削減に対する社会的要請が高まる
- ✓ フードロス削減に向けた取組は、飲食店や食品小売店、食品加工業等で散見される

てまえどり

●てまえどりの呼びかけの拡がり



- ✓ 食品の買い物をする個人に向け、“てまえどり”の啓発活動が拡がりつつある
- ✓ あくまで啓発活動に留まり、“てまえどり”を実践するかは個人の判断に委ねられる

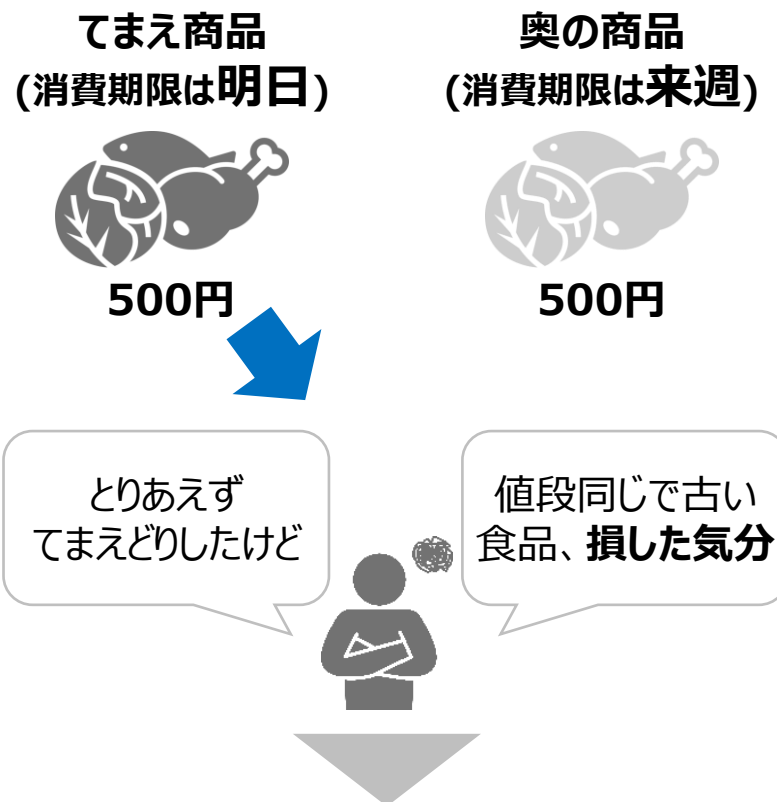
問題：てまえどりの啓発活動が抱える“こち悪さ”

- てまえどりをすることによる“損感”：てまえどりは賞味期限の近い商品を見返り無しに選ぶ行為であり、損感が伴う
- てまえどりをしないことによる“罪悪感”：正当な理由からてまえどりをしない場合も、周囲の目や罪悪感が気になる
- 問題：個人の良心や環境への関心に問いかける“てまえどり”の啓発は、購買活動に“こち悪さ”を与えている

■問題：てまえどりの啓発活動が抱える“こち悪さ”

損感

- てまえどりをするケースでは…



てまえどりは、同じ価格で新鮮でない食品を買うことになる“損感”が伴う

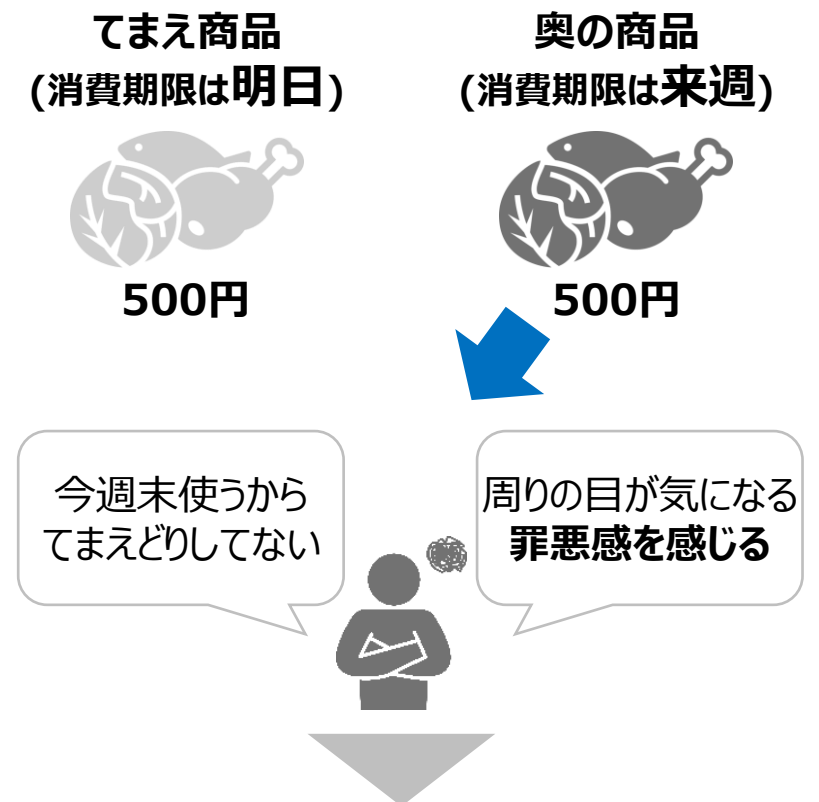
てまえどりの啓発による

こち悪さ

環境に優しい“てまえどり”をより推進するためには、このこち悪さを改善することが必要

損感

- てまえどりをするケースでは…



食品を使う予定等、正当な理由からてまえどりをしない場合も“罪悪感”が伴う

企画：フードロス削減にこころよく参加できる小売店「ロスゼロ」

- 「ロスゼロ」：POSシステムで食品の賞味期限を管理し、賞味期限の近さに応じて、価格に傾斜をかける販売手法
- 利用者：価格と鮮度、その食品を使う予定日等をトータルに勘案して、納得感を持ってフードロスに協力可能
- 小売店：賞味期限直前に過度な割引をすることなく、賞味期限が近い商品が売れるため、在庫処分コストが軽減

■企画：フードロス削減にこころよく参加できる小売店「ロスゼロ」

お肉については、示している底値に対し、
賞味期限までの日数×10%の「ロスゼロ費」がかかります。

「ロスゼロ」導入小売店



肉A



賞味期限：4日後
価格：140円

肉B



賞味期限：2日後
価格：120円

肉C



賞味期限：今日
価格：100円(底値)

明後日までには使うから
Bを買おう



今日使い切っちゃうから
少しでも安い**C**を買おう

- 「ロスゼロ」により、販売する食品の価格に対し細かく価格設定を変えることは、小売店及び消費者に一定の労力が予想される
- しかし、POSシステムや在庫管理システムの技術水準は、「ロスゼロ」の実現が可能なレベルまで進化している
- また、フードロス削減は持続可能な社会の実現に必要不可欠なものであり、“てまえどり”がより実践される仕組み作りが求められる
- 小売店や消費者の協力の元、「ロスゼロ」を実現することで、“てまえどり”をこころよく実践できる社会の構築に貢献する
- 「ロスゼロ」が、フードロスの分野で日本が世界のSDGsを牽引する、その旗印となることを目指し、本企画を提案する