

日配品の食品ロス削減のためのもったいないキャンペーン
の効果検証について(案)

資料6

実験方法	日配品の食品ロス削減のために、消費者に向けて、消費/賞味期限が近づいた商品の購入の理解を促進するためのキャンペーン(ポスター、POP、シールの貼付)を実施。
効果検証の方法	廃棄および値引ロス(金額・数量)の変化を検証 ・ 実施日と未実施日の比較 ・ 実験店と非実験店の比較
実験対象商品	廃棄など、食品ロスが発生している日配品の中から決定
実験期間	2014年9～10月の中で30日間程度 (独自シールの付与は、デイリーもしくはウィークリーで切り替えて、効果検証することを想定)
実験店数	2店舗程度／1チェーン 合計4店舗2チェーン程度
実験に対する支援	・ 消費/賞味期限が近づいた商品の購入の理解を促進するためのポスター、POP、シール等の作成支援。
効果検証のために収集いただきたいデータ	実験対象商品に関する以下のデータ ・ 売上数量・金額(日別・単品別) ・ 廃棄数量・金額(日別・単品別) ・ 値引数量・金額(日別・単品別)

(c)流通経済研究所

1

スケジュール

	実証	ワーキングチーム
7月	募集開始(小売業)、実施準備 ・ ポスター、POP、シール等の作成、現場オペレーション調整等	第1回ワーキングチーム ・ 今年度の進め方の検討
8月	準備・調整	
9月	実証実施	第2回ワーキングチーム
10月		
11月	中間報告	第3回ワーキングチーム ・ 中間結果報告
12月	とりまとめ	
1月		
2月	最終報告 費用精算	第4回ワーキングチーム ・ 最終結果報告 ・ とりまとめ案
3月		シンポジウム ・ とりまとめの公表

(c)流通経済研究所

2