

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5

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	<p>廃棄および値引ロス(金額・数量)の変化を検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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11月～12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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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	<p>実験対象商品に関する以下のデータ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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)

効果検証イメージ

