

もったいないキャンペーン 実施報告

日配一資料5

内容	<ul style="list-style-type: none"> • ロス削減の観点から、消費/賞味期限が近づいた商品の購入の理解を促進 • メッセージや方法は、適切なものとなるよう十分に調整
対象商品	日配品 1カテゴリー(パン)
期間	2015年1月21日～2月28日 各社10日間～20日間
実施企業数	3社(イオンリテール、イトーヨーカ堂、東急ストア)
店数	各社2～3店舗
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、シール等の提供
検証データ	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客数・・・レジ通過人数(日別) 2. 仕入データ・・・仕入数量・金額(日別・単品別) 3. 在庫データ・・・在庫数量・金額(日別・単品別) 4. 販売データ <ol style="list-style-type: none"> (1)通常販売数量・金額(日別・単品別) (2)値引販売数量・金額(日別・単品別) (3)廃棄処分数量・金額(日別・単品別)
検証方法	実施店/未実施店比較、期間前後比較など

助成物(ポスター、パネル、POP、シール) ※使用したものの一部

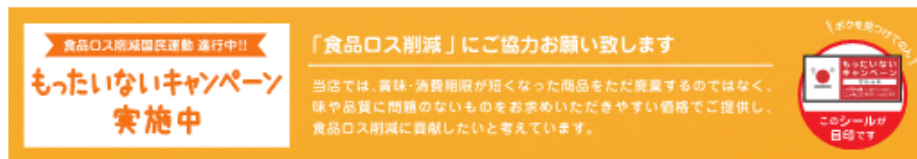
□ ツール一覧

B2(ポスター) 両面



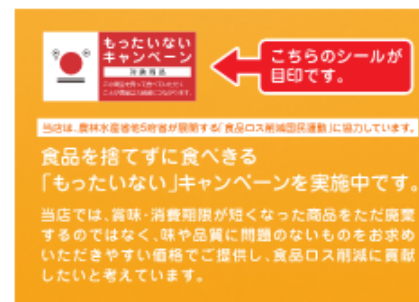
size:728H×515W(mm)

パネル 両面



size:150H×900W(mm)

B5POP 両面



size:182H×257W(mm)

シール

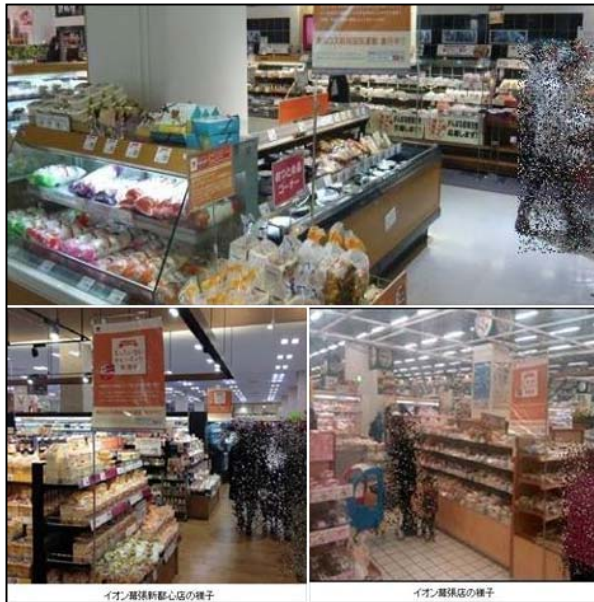


size:25H×55W(mm)

農林水産省 食料産業局Facebookページにて 情報発信



イオンリテール



イトーヨーカ堂



東急ストア

