

お菓子キャンペーン結果報告

株式会社エコス

経営企画部 環境推進室長 土橋 節子

2011年2月16日



(株)エコスのご紹介





エコスグループ出店エリア

関東に102店舗を展開する食品スーパーマーケット





エコスについて

＜社名の由来＞

エコスは、企業市民として、
資源のムダ遣いをせず(Economical)
環境(Ecology)に配慮しながら
お客様にとってお買い得(Economy)な
商品の提供を心がける
そうした姿勢を持ち続けていきたいと考えています。

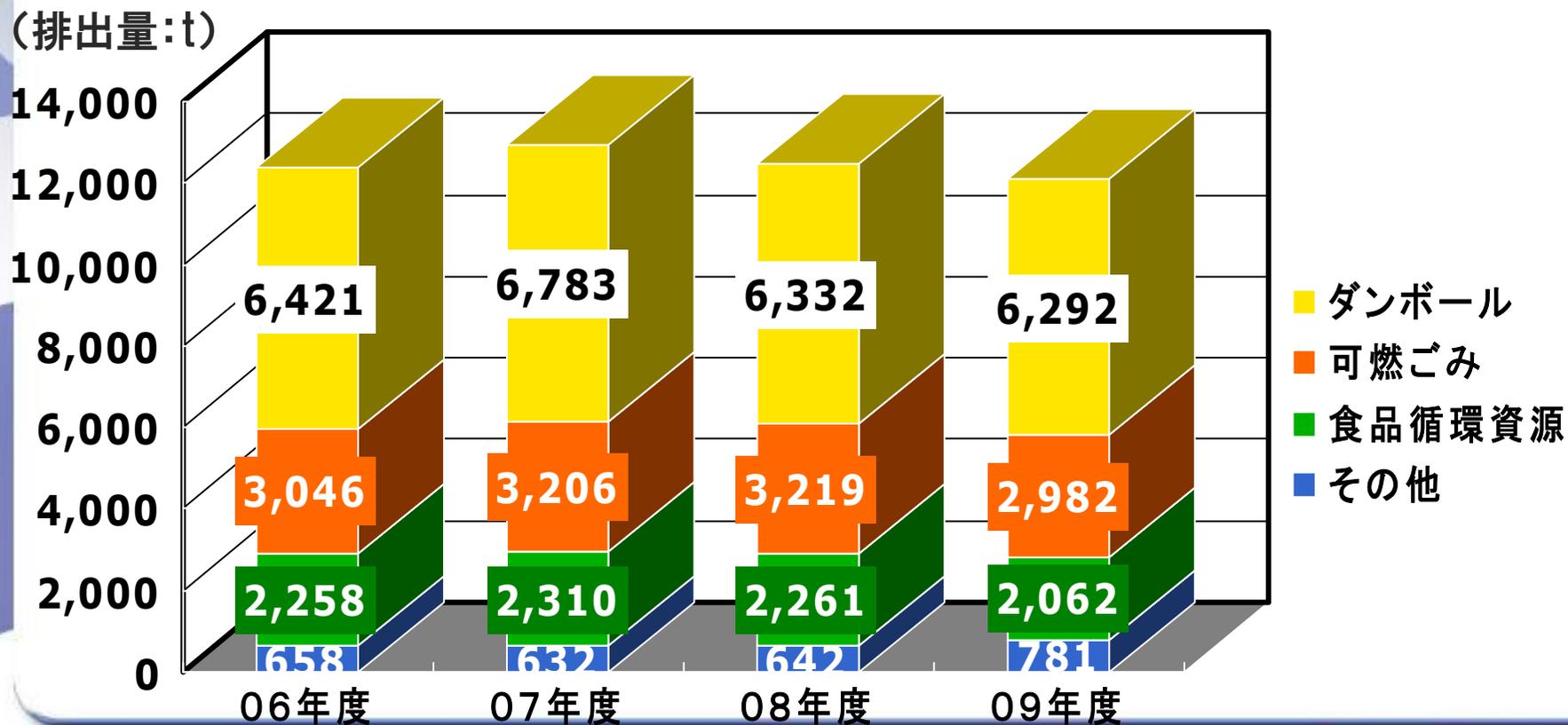


資源リサイクル率の推移

| | 06年度 | 07年度 | 08年度 | 09年度 |
|----------|---------|---------|---------|---------|
| 資源リサイクル率 | 66.8% | 67.1% | 66.7% | 68.8% |
| 総排出量 | 12,383t | 12,931t | 12,454t | 12,117t |

10年度目標
資源リサイクル率
70.0%

排出物の内訳





食品残渣のリサイクル・ループ活動

飼料・堆肥への利活用によるループリサイクル





食品リサイクル推進環境大臣賞を受賞

食品リサイクルへの取り組みが広く評価されました

エコスは
平成21年度

食品リサイクル推進環境大臣賞

を受賞いたしました。



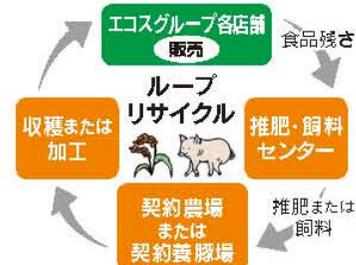
※左:小沢 鋭仁 環境大臣
右:弊社 平 邦雄 社長

今後も、お客さまのご理解を頂きながら
地球環境にやさしい商売を行ってまいります。

食品リサイクル推進環境大臣 奨励賞受賞の内容

「エコスの食品リサイクルループの取組み」

エコス各店舗から排出された食品残さを推肥や飼料にしてリサイクルし、その推肥や飼料を契約農家に使用頂いて、コシヒカリや旨香豚を生産して各店舗で販売しています。

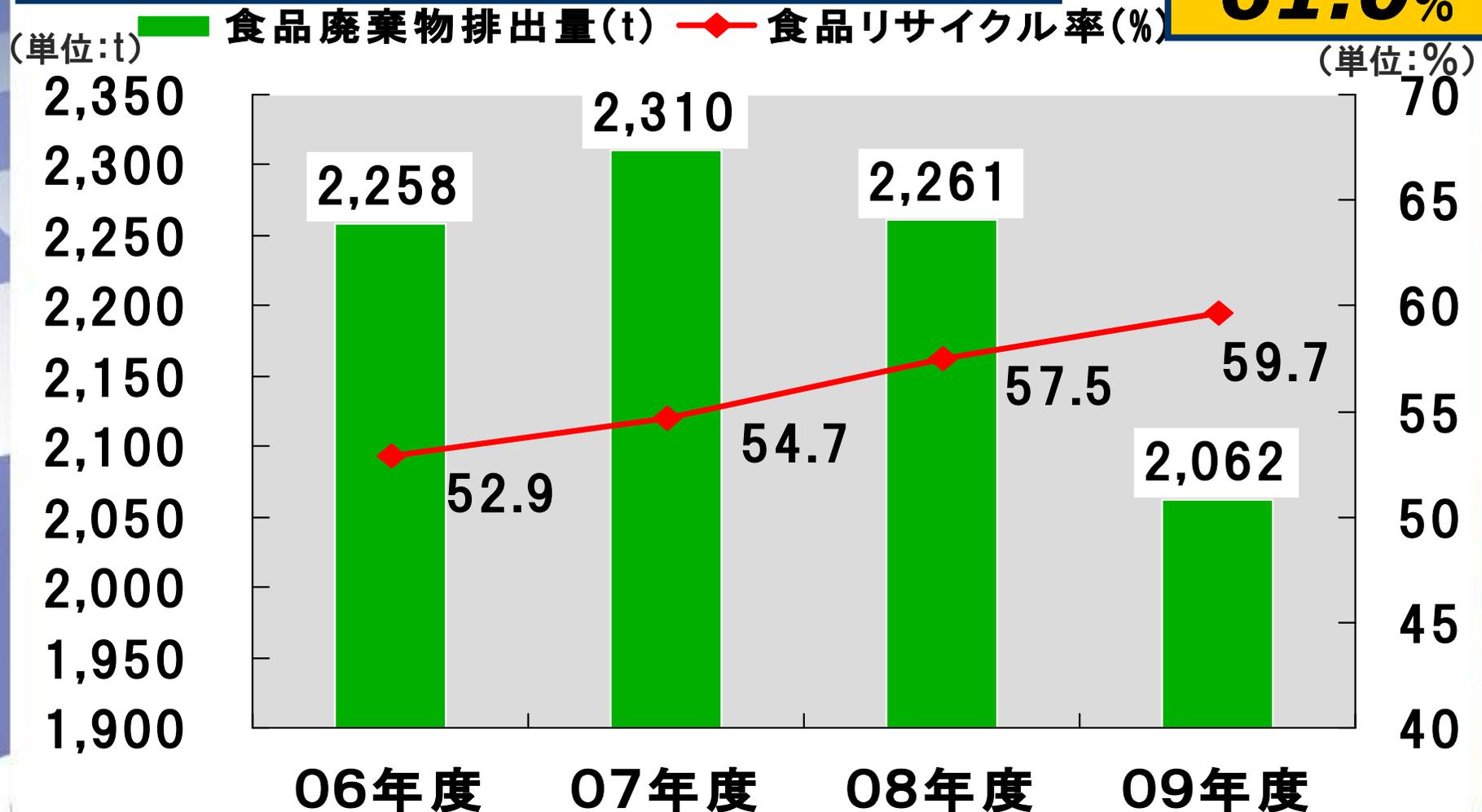




食品リサイクル率の推移

2012年度までに国が求める食品小売業のリサイクル率目標
45.0%をクリア、食品廃棄物の排出量削減にも努めています。

10年度目標
食品リサイクル率
61.0%



食品リサイクル法は2007年12月に改正されました。

あなたが選ぶ！森が生きる！
キャンペーン結果





実施店舗

期間 2010年8月6日～13日
(8日間)

| 実施店舗 | 内容 |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| 拝島店 中神店 築地店 新昭島店 } (東京都昭島市) | 8/6号 広告掲載 8/6～8/13 エンド展開 |
| 奈良橋店 (東京都東大和市) | 8/6～8/13 エンド展開 |
| 北本SC店 (埼玉県北本市) | |

実施内容

チラシへの掲載【キャンペーン実施内容について】

未来の子供たちに豊かな自然を残すために

「あなたが選ぶ、森が活きる」

キャンペーンに参加して下さい。

このキャンペーンの対象となるお菓子には、材料を育て、収穫・運搬し、工場でのお菓子作り、袋の処分やリサイクルなど、全ての工程の合計で使われたCO₂の1袋あたりの排出量を計算したカーボンフットプリントと呼ばれるシールがついています。

お買いいただきましたお菓子のシールをはがして応募用紙に貼り、応募用紙に書いてある4つの森林保護活動プロジェクトの中から、応援したいプロジェクトを1つ選んで印をつけてください。あなたが選んだプロジェクトに、お菓子のメーカーから1枚のシールにつき2円の応援が届けられます。

応募用紙は、切手を貼らずに投函してください。抽選により100名様に森で生まれた素材を使った『森の贈りもの』が当たります。

未来の子供達に豊かな自然を残すための活動にご協力を御願いたします。

26

企業様共賛

KOKUBU KANRO

Calbee

協賛

CEJF

あなたも応援参加型エコプロジェクト

あなたが選ぶ！森が活きる！



子供に近い目線で「お菓子」を考えてるメーカーだから、未来の環境のことも考えたい。CO₂削減を考え、森林保護活動を展開している4事業をお菓子で応援するキャンペーンを実施いたします。

この売り場が目印です。



| | | | |
|------|-----|-----|-----|
| 155g | 93g | 60g | 60g |
| カンロ | サザン | オオネ | オオネ |
| 155g | 93g | 60g | 60g |
| カンロ | サザン | オオネ | オオネ |

詳しくはHPで公開中。

<http://www.calneco.jp/morigaikiru>

2010年8月6日号



実施内容

チラシへの掲載【CFPについてお客様へ説明】

ECO'Sのエコスの
ミニエコ
カーボンフットプリント
(CFP)って聞いたこと
ありますか？

最近商品に、CFPマークがついた物が増えて
きました。その商品の原材料から廃棄・リサイク
ルまでの一袋あたりのCo2排出量を「見える
化」したのものであります。どの商品についているか、
Co2が少ない商品はどれかを調べて、エコな
お買物をしてね。

全店の広告に掲載

2010年8月11日号

✓ 売場でのPR

- 自社でPOP、のぼり等の販促物を制作し演出に活用



選んで応援 参加型エコプロジェクト!!

あなたが選ぶ!
森が活きる!

CFPマークで
森を守る運動を
応援しよう!



実施内容



エコス栺島店

実施内容

✓ 売場でのPR

- 店内アナウンスの実施
- iPadを設置し、商品を積極的にアピール

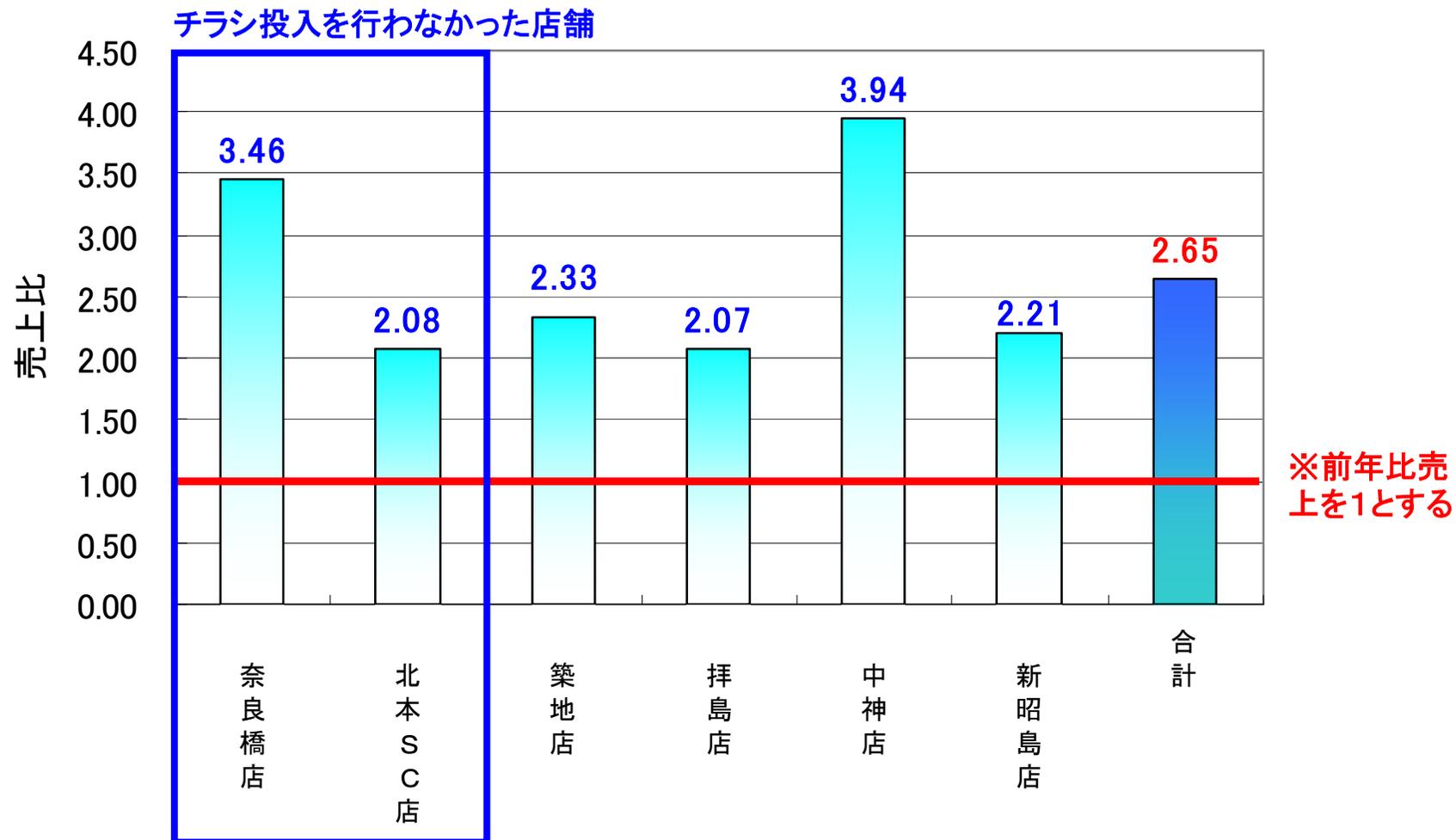




キャンペーン実施結果

店舗別売上比

全店舗で前年売上比を平均2.65上回った。



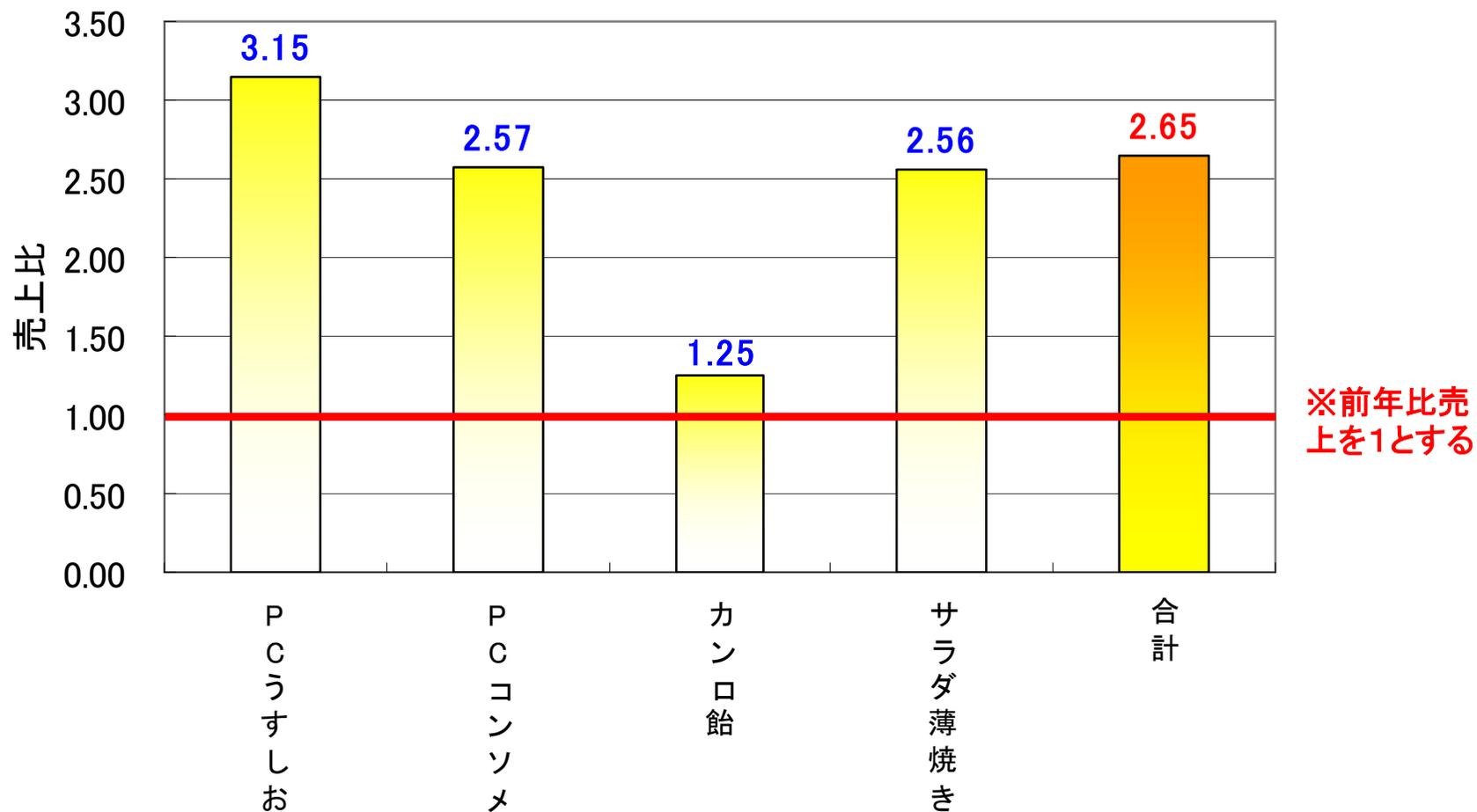
売上比 = (対象商品の対象期間の販売数量 ÷ 同商品同期の販売数量) ÷ 全店菓子販売数量の前年対比



キャンペーン実施結果

商品別売上比

全対象商品ともに前年売上比を上回った。



売上比=(対象商品の対象期間の販売数量÷同商品同期の販売数量)÷全店菓子販売数量の前年対比



従業員の反応

キャンペーン実施によって

従業員の認知度も上がった

- CFPという言葉をはじめて聞いた
- お客様に上手く説明できない・・・
 - ✓ Q&A集を作成し周知
- 追加発注した商品へのシール貼りに
手間が掛かる など

お客様からの質問

- CFPについては特になかった
(店内放送で具体的に説明したため)
- ノベルティをもらうための応募方法
- 森を守る運動への支援方法
(金銭的な負担が必要か) など



今後の対応



お客様への認知度アップ

- ✓ **継続的かつ地道なPR活動の実施**
 - 他の環境活動に比べ、身近な問題として感じられない
- ✓ **表示商品を増やす**
 - 比較対象ができ、購入の際に選択肢が広がる
- ✓ **シンプルで分かりやすい表記**
 - 計算方法の公表、ITの活用…

具体的実行内容

✓売場でのPR

- POP等の販促物を積極活用し、CFPが表示された商品であることをPR

✓PB商品への記載

- 新規開発PB商品への記載を推進する

✓マーク・用語に関する説明

- 従業員教育、食育活動への展開





ECO'S

