

<STEP 1 事例 情報収集と環境負荷の「見える化」>

「見える化」で無理のない店舗経営

(株式会社ハートフレンド 管理本部店舗開発部課長補佐 伊藤秀星さん)

取材日：2025. 8. 29

Q 取り組みの背景・きっかけ



A

- ・京都市を中心に近畿2府2県に総合食品スーパーマーケット「フレスコ」を114店舗展開。
- ・環境モデル都市である京都市に本社を構える企業として、「ハートフレンド環境宣言」を策定、「食べ残しゼロ推進店舗」の認定(京都府・京都市)を受けるなど早くから環境配慮型の経営に力を入れてきた。
- ・これまでの取り組みを持続的に推進するためには、日々の業務の中で環境配慮を実践できる仕組みづくりが必要となり、一部の営業活動を「見える化」し、課題の把握と運用ルールの見直しを実施した。

Q 取り組みの内容・取り組みを進める上で工夫したこと苦労したこと

A

- ・電力使用状況を把握するため、従来から設置していたデマンド監視装置をより視覚的に確認できる仕様へと改良し、一部店舗で試験導入した。新たに導入した22店舗では、前年同月比で合計約70,000kWh(7~9月・3か月間)の電力削減を実現している。
- ・食品ロス削減のため、消費者の抵抗感を軽減する「フードレスキュー」のネーミングによる割引販売を実施。また、賞味期限の早い商品から選んでもらう「てまえどり」の推進や、家庭内での食品ロスを抑える「少量パック」の販売にも取り組んでいる。少量パックの例としては、唐揚げ3個、100g以下の精肉、にんじん・じゃがいもの1個売りなど、1回の食事で使い切れる商品構成を工夫している。
- ・2023年からは、商品廃棄量のデータを「見える化」し、社内で共有する仕組みを構築。POSシステムからカテゴリー別に廃棄データを抽出し、店舗・カテゴリーごとにエクセルで細分化した上で、ワンドライブと社内通知で共有している。この取り組みにより、廃棄金額*は2023→2024年、2024→2025年の同月比較で約18%削減される成果につながっている。*廃棄された商品を売った場合の相当額



Q 成果とメリット

A

- ・調理油は、廃棄基準を設けたことで、結果的に過剰廃棄を減らすことに繋がった。鮮度の「見える化」は、惣菜の品質向上と廃棄量削減の両面に貢献している。
- ・日々の営業活動の「見える化」が、環境対策・コスト削減に繋がった。今後は、社内での意識づけを継続しつつ、運用改善による省エネへの取組等、次のステップへの具体的な取り組みを進めていく。

株式会社ハートフレンド(代表取締役 井上壮一)
京都市下京区、従業員：650人
事業内容：総合食品スーパー
(<https://www.super-fresco.co.jp/>)