

お客様参加型食品ロス削減プログラム 「もぐもぐチャレンジ」について



お客様参加型食品ロス削減プログラム 「もぐもぐチャレンジ」について

株式会社アッシェ マーケティング&カスタマーサクセス本部 穂津健太

日本における食品ロスは年間523万トン^{※1}にも上り、社会課題となっています。小売店舗等では、消費・賞味期限間近の商品に対しては値下げを行い、消費者に購買を促す手立て等が一般的ですが、ここに「楽しさ」を付加して食品ロスを削減する「もぐもぐチャレンジ」が展開中です。シンプルでポジティブなこの取り組みにより、子どもから大人まで日常的な消費行動が社会課題解決に向けた一歩へと転じています。株式会社アッシェ 穂津様よりお話を伺いました。

※1：令和3年度推計（農林水産省及び環境省）

■プログラムについて

▶企画に至った背景を教えてください。

2019年2月から始まったプログラムです。前年2018年2月の節分での、恵方巻の大量廃棄が社会問題となって大きく報道される中で、自分たちにできることはないか？と考え始めたことが出発点です。

▶プログラムの概要を教えてください。

「もぐもぐチャレンジ」の実施店舗にて、「もぐもぐシール」が貼られた賞味期限・消費期限が迫った商品をご購入いただき、そのシールを10枚集めた台紙をサービスカウンターにお持ちいただくと、寄付や抽選に参加することができるプログラムです。シールは、惣菜、青果、鮮魚、精肉など、店舗によって様々な商品に貼付していただいています。シンプルなメカニズムのため、ご年配の方からお子様まで多くのお客様にご参加いただくことができ、また、シールを集める仕組みにより継続性も担保することができ、食品ロス削減の効果も最大限高められるように設計されたプログラムです。

楽しみながら食品ロスをなくす！



まだ食べることができるのに、
捨てられてしまう食品を「楽しみながら」
減らしていくのがもぐもぐチャレンジ！

賞味・消費期限が迫った商品に
貼られているもぐもぐシール！
このシールを集めると寄付や抽選に
参加することができます。

みんなでLet'sもぐもぐチャレンジ！

参加方法

参加はカンタン3ステップ♪



STEP 1

対象店舗で賞味・消費期限が
迫った、「もぐもぐシール」が
貼られている商品を買う。



STEP 2

店舗にある専用の台紙に
シールを10枚集める。



STEP 3

サービスカウンターに台紙を
持っていき寄付や抽選に参加！

※台紙の交換場所、交換可能なメニューは実施店舗により異なります。

ホームページでは「もぐもぐチャレンジ」を分かりやすくポップなデザインで紹介。



協力店舗における「もぐもぐチャレンジ」に関する特設コーナー。プログラムの紹介とともに、チャレンジ達成者のための寄付箱や抽選のためのツールが置かれ、来店客に訴求。

▶企画にあたり、工夫した点はありますか。

なるべく多くのお客様が日常的に気軽に参加できるように、デジタルではなくアナログな「シールを集める」という手法を選択いたしました。シールを集める行為はそれだけで楽しいものであり、参加や継続の意向を醸成する観点で秀逸だと考えています。また、大人から子どもまで、誰もが気軽に参加可能な仕組みである点もポイントです。



「もぐもぐシール」が貼られた商品。



集めた「もぐもぐシール」は台紙に貼付する。シールを10枚集めると、寄付や抽選に参加できる。

さらに、象徴的なキャラクター「もぐにい」を作成したことも工夫点の一つです。多くのスーパーマーケットで独自のキャラクターがありますが、店舗独自のキャラクターで実施してしまうと、その店舗だけでの実施にとどまってしまうため、全国横断的な活動にすることが難しくなります。食品ロス問題は個々で解決する社会課題ではなく、皆が自分ゴトに捉えて解決すべき課題だと考えています。「もぐにい」は食にまつわる問題を解決するシンボルとして、店舗や地域をまたがって広く活動



公式キャラクター「もぐにい」

することを可能にしたキャラクターなのです。

▶企画にあたり、苦労した点はありますか。

現在、スーパーマーケット業界には、食品の値上げ、電気代の高騰、人手不足など、様々な問題が存在しています。「もぐもぐチャレンジ」は弊社だけで活動するプログラムではなく、スーパーマーケットの店舗の皆様にご協力いただくことで実施できるプログラムです。様々な問題がある中で、この「もぐもぐチャレンジ」を優先的に導入検討していただくことが難しく、拡大スピードが遅い点が現在苦労している点です。SDGsの観点では、もっとスピード感を持ってスケールさせなくてはならないと考えています。

■プログラムの成果

▶「もぐもぐチャレンジ」の現状を教えてください。

2023年10月現在、全国のスーパーマーケット315店舗で実施されています。これまで回収したシールは、計1400万枚以上になりました。

▶お客様からの反応を教えてください。

お客様からは、「シールを集めて楽しみながら食品ロス削減につながるからとても良い」、「良いアイデアですね」、「素晴らしい取り組み」、「社会に必要なことはこういうことだよ」、「値引き品が気兼ねなく手に取れる」といったポジティブな声を頂いています。

▶アンケートの結果を教えてください。

2023年2月に実施したオンライン調査によると、プログラムの参加者は20～40代で小さなお子様を持つファミリー層が中心であることが分かりました。活動の参加理由は、シールを10枚集めてインセンティブが得られるため「お得に参加することができる」ことが一番多い声でしたが、次いで、「食品ロスを減らす活動に賛同しているから」や「日常の買い物で気軽に参加できるから」という回答が多い結果でした。また、「もぐもぐチャレンジに参加することで食品ロス問題への意識は変わったか？」という問いにおいては、81%の方が「変わった」「とても変わった」という回答をされていました。多くの啓蒙は意識変容から行動変容を促しますが、この活動は行動変容から意識変容を促すことができるため、食品ロス問題という社会課題に対してアクションしてもらい、自分ゴト化してもらえらる点で優れているのではないかと考えています。

■プログラムの展望

▶今後の目標を教えてください。

全国のお客様が「もぐもぐチャレンジ」にご参加いただけるよう、いち早く全国の都道府県に加盟店が展開できることを目標としています。まずはスーパーマーケットにおける展開拡大を軸に考えていますが、他の食品小売業への展開、例えばコンビニなどに展開することなども検討しております。また、「もぐにい」のファンを増やし、もっと人気のあるキャラクターに成長させることも目標です。高知県のスーパーマーケットから生まれた「もぐにい」を、全国のお客様に愛されるキャラクターに成長させたいと考えています。

▶消費者教育を担う先生方や、一般消費者の皆さんへメッセージをお願いします。

食品ロスは、SDGsで掲げられている課題の中でも最も身近な話題の一つで、自分ゴト化しやすい課題の一つだと考えています。小学校における給食の残さはもちろん、近所のスーパーマーケットやコンビニ、外食、そして各家庭における食品廃棄など、様々な場所で起きている課題です。お近くのスーパーマーケットで「もぐもぐチャレンジ」を実施しているようでしたら、是非SDGsや食品ロスの学びを深めるテーマとしてお取り扱いいただけたら幸いです。弊社では「もぐもぐチャレンジ」の展開と並行し、食品ロス削減の取り組みや食育に関する授業でご活用いただける各種教材「もぐにいと食育」をご用意しております。幼稚園・保育園・小学校の先生方、どうぞお気軽にお問い合わせください。詳細は、以下のリンク集「もっと知りたい方はこちら！」をご覧ください。

▶ありがとうございました。

もっと知りたい方はこちら！

もぐもぐチャレンジのホームページ：<https://mogunny.fun/>

もぐにいアプリ：<https://mogunny.fun/mogunny-app/>

もぐにいと食育：<https://mogunny.fun/education/>