

(表2-②)

サービスの見直しの具体的内容 (複数回答)			
順位		内 容	割合(%)
平成29年度	平成28年度		
1	1	鮮度チェックの徹底	61.0
2		惣菜部門の強化	34.1
3	4	支払方法の多様化(ICカード・電子マネー導入等)	32.9
4	3	ポイントサービスの導入	24.4
5	7	ネットスーパー(ネット販売)への取り組み	6.1
6	6	宅配サービスの実施	4.9
	8	フェアトレード商品の取り扱い	
8	5	その他	2.4

### リサイクル活動の 取り組みについて

環境問題への関心が一段と高まるなか、回答したほぼすべての店舗がリサイクル活動に取り組んでいる。特に「牛乳パック・食品トレイの回収」は93.9%と、ほとんどの店舗で実施されている。

以下「空き缶・ビン・ペットボトルの回

(表3)

現在、取り組んでいるリサイクル活動 (複数回答)			
順位		活 動 内 容	割合(%)
平成29年度	平成28年度		
1	2	牛乳パック・食品トレイの回収	93.9
2	3	空き缶・ビン・ペットボトルの回収	85.4
	1	レジ袋の削減(レジ袋の有料化・辞退者への割戻、エコ[マイ]バッグ・バスケットの導入など)	
4	4	古紙(新聞・雑誌・段ボール等)の回収	31.7
5	6	エコロジー商品の取り扱い	13.4
6	5	その他リサイクル品(古着等)の回収	8.5
7	7	食品トレイを極力使用しない	6.1
8	8	その他	2.4
	9	特に具体的な取り組みはしていない	

収」と「レジ袋の削減」が共に85.4%、「古紙の回収」31.7%の順となっている。(表3)

### 防災・減災対策の 取り組みについて

防災・減災対策の取り組みについては「防災訓練の実施」が88.9%と最も多く、以下「被災時対応マニュアルの作成」61.7%、「避難誘導案内の設置」44.4%の順となっている。

以下「空き缶・ビン・ペットボトルの回

(表4)

防災・減災対策の取り組み (複数回答)			
順位		取り組みの内容	割合(%)
平成29年度	平成28年度		
1	1	防災訓練の実施	88.9
2	2	被災時対応マニュアルの作成	61.7
3	3	避難誘導案内の設置	44.4
4	5	BCP(事業継続計画)の策定	40.7
5	4	避難施設の設置、避難場所の確保	30.9
6	7	飲食料品の備蓄	19.8
7	8	什器・ガラス・照明類の飛散防止	13.6
8	6	建物の耐震化(強化)	12.3
9	9	特になし	2.5
10	—	その他	1.2

なお、「BCP(事業継続計画)の策定」が40.7%(28年度調査32.9%、27年度調査25.7%)で、取り入れる店舗が増えてきていることから、緊急時でも早期復旧できる体制づくりをしていることがうかがえる。(表4)

### プレミアムフライデーに 絡めた販促企画について

本年2月から毎月月末金曜日に早めに退社して、有意義な時間を

(表5)

プレミアムフライデーに絡めた 販促企画について (複数回答)		
順位	取り組みの内容	割合(%)
1	セール企画	46.8
2	限定メニュー・商品の販売	35.4
3	特に取り組みはしていない	30.4
4	限定イベントの開催	11.4
	特別ポイントの付加	
5	その他	5.1
7	クーポン券の配布	2.5

過ごすことを推奨する「プレミアムフライデー」が始まった。それに絡めた販促企画については「セール企画」が46.8%と最も多く、以下「限定メニュー・商品の販売」35.4%、「特に取り組みはしていない」30.4%、「限定イベントの開催」11.4%の順となっている。

来店客数や売上等の変化については「特に変化なし」の意見が多かったが、約7割の店舗が特別販促企画を展開しており、「タイムサービスが恒例化し、認知度も上がってきている」、「特別ポイント付加の対象商品はよく売れる」等の意見もあった。(表5)