

国内小売事業 機会表

凡例：商品の原材料調達における機会は黄色網掛けで表示

カテゴリ	概要 (検討中の対応策から派生する機会に★)	ビジネスへのポジティブインパクト				
		ブランド・ 評判向上	資金調達 ルート拡大	新規市場・ 顧客拡大	サプライチェーン・ 資源安定化	財務改善 (収益増・ 費用減)
企業の「オーナーズ」	市場	環境配慮商品の取扱い拡充による、環境志向層を中心とした市場機会の拡大			●	●
	資金フローと資金調達	エネルギー管理システム（EMS）の導入、低炭素店舗への転換に伴う税制優遇措置や各種補助金等の利用★		●		
	資源効率	店舗における省エネ推進、再エネ導入、エネルギー管理システム（EMS）の導入（★）によるエネルギー使用効率の向上	●			●
		一部店舗における雨水利用・節水設備の導入	●			●
		食品廃棄物削減に向けた商品開発、食品リサイクル、AIやデータ分析の活用による在庫・発注管理の高度化（★）、納品・販売期限緩和による食品廃棄物の発生抑制、廃棄前の食品を寄付（★）等を通じた自然資源の有効利用	●			●
	製品とサービス	調達先が多様な原材料（★）や、リサイクル資源、認証原材料（例：FSC、オーガニックコットン）、品種改良商品などの気候耐性のある原材料（★）などを利用した商品の販売	●		●	●
		常温保存を可能にした食品商品の開発・販売	●		●	●
		サプライヤーと協力した環境配慮型・低炭素型商品の開発とブランディング（例：工場野菜（★）、陸上養殖（★））	●		●	●
	評判資本	ステークホルダー・エンゲージメントの強化	●			
		海の生態系保全と持続可能な水産物養殖支援	●		●	
持続可能性「オーナーズ」	自然資源の持続可能な利用	●			●	
	食品廃棄物削減に向けた商品開発、食品リサイクル、在庫・発注管理の高度化等を通じた自然資源の有効利用	●			●	
	一部店舗における雨水利用・節水設備の導入	●			●	
	生態系の保護、復元、再生	●				