

## 第8回食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の概要

1 日時 令和6年2月19日（月）14:00~15:30

2 場所 パレブラン高志会館 嘉月

3 議事

(1) 食品ロス削減のための商慣習見直しに関する国の検討状況等について

(2) 食品ロス削減のための商慣習見直しに向けた取組みについて

① R5年度 of 取組状況と商慣習見直しの事例について

② 食ロス削減推進計画の見直しについて

(3) 意見交換等

4 主な意見の概要

<商慣習見直しによる食品ロス削減の取組み・効果について>

- ・ AI を活用して需要予測精度の向上を図ったことにより、在庫が減り、食品ロスを削減できた。
- ・ 冷凍ミールキットなど販売期限の長い商品を開発し、流通段階における食品ロスを削減している。
- ・ 食品ロスの削減には、予約販売の促進や適切な計画に基づいた発注が重要である。
- ・ 小分け商品や予約販売の実施により、売り切りに取り組んでいる。
- ・ 賞味期限の年月表示への移行や賞味期限延長の取組みを行っている。
- ・ 商慣習見直しの取組みの実践効果が上がってきていると感じるが、それぞれの取組みの実践が製造業、卸売業、小売業、消費者に対してどのような効果をもたらしているかについては、まだあまり見えていない。
- ・ 商慣習見直しの取組みを行ったことにより、実際にどのくらいの食品ロスが削減されたかを検証する必要がある。

<食品ロス削減推進計画の見直しについて>

- ・ 能登半島地震の影響もあり、今後、企業や家庭で食品の備蓄が増えていくと思う。ローリングストックなど期限が迫った備蓄食品への対応について、計画の中に盛り込み、多くの人に周知することで食品ロス削減につながると思う。

<県の商慣習見直しの取組方針について>

- ・ 製造業だけでは食品ロスを削減できないため、製造業、卸売業、小売業、消費者が連

携して取り組んでいく必要があると思う。

- ・子どもたちの間で「すぐ食べるものは手前から取る」ということが、学校教育を通じて浸透してきていると実感している。さらに啓蒙を進めてほしい。
- ・消費者への啓蒙は、繰り返し行っていかなければ定着しない。すぐ食べるものは手前から購入することの呼びかけや、賞味・消費期限の違いについての理解促進が必要である。

#### <期限間近商品の優先購入キャンペーンについて>

- ・来年度のキャンペーンでは、店内放送を活用したい。
- ・消費者にキャンペーンを認知してもらうためには見える化が重要である。大学の食堂や企業の食堂などを含めて、より多くのお店に参加してもらい、キャンペーンを推進してほしい。
- ・キャンペーンにおける SNS の活用を進めてほしい。
- ・キャンペーン期間である 10、11 月のみ実施しても、消費者への浸透性が悪い。定期的にインパクトのあるキャンペーンを実施していく必要がある。
- ・スーパーでは食品ロス削減の取組みが当たり前になりつつあるので、もう少しインパクトのある活動があっても良い。

#### <食品ロス削減の取組みについて>

- ・食品残渣を自社ブランドの農場でたい肥として活用している。
- ・賞味期限の近い商品をフードバンクへ提供したり、社内販売したりしている。