

## 商慣習見直しの事例について

業種	県内の商慣習見直しの取組みの例	課題
<b>製造業</b>  	<b>賞味期限の延長</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個包装商品（菓子）への窒素充填</li> <li>・商品（漬物）から細菌含有量の多い茎を除去した仕様に改めることで、流通過程での廃棄を抑制し受注を拡大</li> </ul> <b>適切な在庫管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メッセージアプリによって在庫や販売情報を共有</li> <li>・商品（飲料）の年月表示化による、在庫管理の効率化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・包装資材の改良による、商品コストの上昇が課題</li> <li>・賞味期限延長の決定（経過試験の実施）に時間と費用を要する点が課題</li> <li>・1/2ルールへ緩和を行ったが、1/3ルールを維持している取引先もあり、業界でのルールが統一されていない</li> </ul>
<b>卸売業</b>	<b>納品期限の緩和</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1/2ルールへの緩和</li> </ul> <b>適切な在庫管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社開発した社内システムを活用し、在庫や終売品の管理を強化</li> </ul> <b>情報共有</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先との売れ筋商品等に関する情報共有の徹底</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・得意先の販売動向や消費者の購買状況などが変化する中で、いかに正確に発注できるかが課題</li> <li>・商慣習見直しに対する消費者の理解促進が必要</li> </ul>
<b>小売業</b>   	<b>納品期限の緩和</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・1/2ルールへの緩和</li> </ul> <b>需要予測精度の向上</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電子発注端末で売上実績を把握し、適切な発注を実施</li> </ul> <b>予約販売の促進</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特典としてペットボトル飲料や店頭で使えるポイントを配布</li> </ul> <b>消費者への啓発</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社キャラクターを用いたPOPや地域の中学生が作成した「手前どり」のPOPを掲出</li> </ul> <b>その他</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小容量パックの品ぞろえ強化</li> <li>・値引き、廃棄実績情報を把握し、週単位で適切な商品構成や商品配置へ変更</li> <li>・特典として粗品を配布し、期間間近商品の購入を促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・すでに納品期限と販売期限を最大限緩和しているため、これ以上の取組みは難しい</li> <li>・すぐ食べるものは手前から購入してもらうことに対する消費者の理解促進が必要</li> <li>・消費期限と賞味期限の違いについて、消費者に正しく理解してもらう取組みが必要</li> <li>・各業界、行政、消費者など多様な連携を踏まえた対応、商慣習見直しの仕組みづくりが必要</li> </ul>