

食品ロス削減のための商慣習見直しの取組

商慣習見直しに向けた施策

○富山県での商慣習見直しの取組

- ◇食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の設置(平成30年11月)
- ◇食品ロス削減のための商慣習見直し共同宣言(平成31年3月)
 - ・事業者、消費者、行政が連携して取り組むことを宣言
- ◇商慣習見直し宣言事業者の募集・登録
 - ・賞味期限の延長や1/3ルールの見直しなどに取り組む事業者を募集・登録
- ◇商慣習見直しの普及啓発
 - ・事業者向け商慣習見直しフォーラム(令和元年7月)
 - ・消費者向け啓発イベント(令和元年8月)
 - ・食品ロス削減全国大会in富山での商慣習見直しに関するトークセッション(令和2年12月)
 - ・商慣習見直しに係る実務研修会(令和3年11月、令和4年11月)



取組事業者の拡大

<商慣習見直し宣言事業者の登録状況等>

- ・R6.3月末時点の登録数 26社
(製造5 卸売4 小売17(※))



※小売の既登録社は、県内スーパー
食品販売高のシェア約80%を占める。

県内のフードチェーン全体の商慣習の見直しを進めるため、取組の着実な実行を促すとともに、引き続き、取組事業者の拡大を図る。

消費者の理解の促進

<県政世論調査結果>

- ・期間間近商品購入 33.1%(R5) ←34.4%(R4)
- ・欠品の許容 18.0%(R5) ←17.8%(R4)

商慣習見直しに関する取組は、一定程度は認知されているものの、取組の実践に向けて、一層の周知啓発に努め、引き続き、消費者の理解の促進を図る。
(「商慣習が食品ロス発生の大きな要因であること」の認知度は 68.3%(R2))

令和5年度の主な取組

期間間近商品の優先購入促進キャンペーン

<目的>

消費者の日頃の買い物の中で、消費・賞味期限の近接した商品を優先的に購入することが食品ロス削減につながることを消費者に広く周知し、販売期限が過ぎて廃棄されることによる食品ロスの削減につなげる。

<実施内容>

○スーパーマーケット

- [実施期間] 令和5年10月1日～11月30日
- [実施店舗] 129店舗
- [PR方法] ポスター、POP、のぼり旗の掲示、店内放送の実施

○ドラッグストア

- [実施期間] 令和5年10月1日～11月30日
- [実施店舗] 57店舗
- [PR方法] POPの掲示

○コンビニエンスストア

- [実施期間] 令和5年10月1日～11月30日
(一部、10月3日から10月30日まで) 【ポスター】
- [実施店舗] 478店舗
- [PR方法] プライスカード用おびの設置



【のぼり旗】

包括連携協定によって実施するPR

- コンビニエンスストア(293店舗)
ポスターの掲示(令和5年10月1日～10月31日)

商慣習見直しに向けた課題等に関する主な意見

課題：個々の企業の取組のみでは解決が困難であり、フードチェーン全体での取組が必要。

食品関連事業者からの意見：

- ・売場欠品や過剰在庫の低減を目指し、適切な在庫管理、受注予測精度の向上が必要である。
- ・商慣習の見直しについては、全取引先の理解が必要であり、取引先との話し合いの場が課題。
- ・消費・賞味期限の違いに関する消費者の理解促進が重要。また、消費者の鮮度志向や日付に対する厳しい目にどう対応するかが課題である。

商慣習見直し事例のPR・普及

<目的>

事業者の取組の拡大と県民への周知を図る。

<実施内容>

商慣習見直しに取り組む事業者の優良事例を更新し、とやま食ロスゼロ作戦HPでPR・普及。



【事例集】

令和6年度の取組の方針

○商慣習見直しによる食品ロス削減の取組の一層の加速化を図るため、引き続き、事業者への働きかけと消費者向けの意識啓発を両輪で行っていく。

- ・商慣習見直し宣言事業者に未登録のスーパーマーケットや食品製造業、ドラッグストア等登録者数の少ない業界への働きかけを行い、商慣習見直し宣言事業者の拡大を図るとともに、登録店の見直し品目の拡大など各業者の取組を促進するため、働きかけを一層強化する。
- ・期間間近商品の優先購入促進キャンペーン等の消費者への啓発を、実施店舗の拡大を図りながら継続し、消費者の理解を促進する。