

商慣習見直しに向けたこれまでの施策

※下線は令和6年度実施する事業

○富山県での商慣習見直しの取組み

- ◇食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の開催(平成31年～)
- ◇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 24社(製造5 卸売4 小売15(※)) (令和6年7月末時点)
※小売の既登録社は、食品販売高のシェア約80%を占める。
- ◇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、令和6年10～11月頃予定)



- ・期間間近商品の優先購入キャンペーンの実施(平成29年～)
- <実施内容>
実施期間にとやま食ロスゼロ作戦SNSでの呼びかけを実施予定(令和6年)
【スーパーマーケット】
PR方法:ポスター、POP、のぼり旗掲示、店内放送の実施
【コンビニエンスストア】
PR方法:POPの掲示
【ドラッグストア】
PR方法:プライスカード用おびの設置
- ・商慣習見直しに取り組む事業者の優良事例をまとめた事例集を作成(平成31年3月、令和元年12月、令和6年3月)

これまでの商慣習見直しに向けた主な意見

消費者の啓発に対する意見

- ・商慣習という言葉を知らない消費者もまだ沢山いる
- ・消費者への継続的な周知啓発が必要
- ・「手前どり」を実施している人がまだ少ない
- ・購入してすぐ食べる場合には、日付の古い商品から購入する慣習に意識が変わる啓発が必要
- ・学校教育を通じて「手前どり」が浸透してきていると感じるので、さらに啓蒙を進めてほしい

商慣習見直し宣言事業者募集に対する意見

- ・製造業や卸売業の登録状況が少ない
- ・中小規模の事業者で、商慣習見直しの取組みが進んでいない

期間間近商品の優先購入促進キャンペーンへの意見

- ・県民運動として継続することが必要
- ・SNSの活用を進めてほしい
- ・キャンペーンの強化が重要



今後の取組方針

※下線は新たな取組方針

- ・とやま食ロスゼロ作戦HPや各種イベント、出前県庁等で食品ロス削減の普及啓発や優良事例を周知
- ・各食品関連事業者の取組事例や成果等を分かりやすく紹介
- ・過度な鮮度志向の改善や期間間近商品の購入に努めるよう普及啓発を推進
- ・「手前どり」を呼び掛けるとともに、実践による効果を伝える啓発資材への見直し

- ・登録の少ない食品製造業やドラッグストア等への働きかけを強化
- ・中小規模の事業者に対する働きかけを強化
- ・商慣習見直しによる具体的な効果をデータ等で「みえる化」し、より効果的な啓発活動を実施

- ・県内小売店(スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストア)へ協力を呼びかけ、協力店舗数を拡大
- ・とやま食ロスゼロ作戦SNSを活用し、消費者へキャンペーンを周知し、期間間近商品の購入を呼び掛け