

これまでの商慣習検討専門部会での意見と今後の対応について

主な意見の概要

＜消費者への啓発＞

- ・消費者への PR とその内容が重要。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ような啓発が必要。
- ・商慣習という言葉を知らない人もまだたくさんいる。消費者への継続的な周知啓発が重要。
- ・「手前どり」を実施している人がまだ少ないように感じる。今後も啓発活動が必要。
- ・「すぐ食べるものは手前から取る」ということが、学校教育を通じて少しずつ浸透してきている。さらに啓蒙を進めてほしい。

HP、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の周知を図るとともに、各食品関連事業者の取組事例や成果等を発信することで、過剰な鮮度志向の改善や期限間近商品の購入への意識を高める普及啓発を推進してまいりたい。

＜期限間近商品の優先購入キャンペーンについて＞

- ・県民運動として継続して実施することが必要。
- ・キャンペーンにおける SNS の活用を進めてほしい。
- ・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。
- ・キャンペーンの見える化が重要。

県内小売店にキャンペーン協力を呼びかけ、引き続き協力店舗の拡大に努めるとともに、とやま食ロスゼロ作戦 SNS (X、インスタ等) を活用して消費者へのキャンペーン周知と手前どりの啓発を行ってまいりたい。

＜商慣習見直し宣言事業者について＞

- ・製造業や卸売業の登録が少ない。
- ・中小規模の事業者では、商慣習見直しに向けた取組みは中々進んでいない。各業界の団体などを通じて働きかけていく必要がある。

登録が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するとともに、中小規模の事業者に対する働きかけを行ってまいりたい。