

商慣習見直しに関する県内食品関連事業者からの主な意見

- ・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。
- ・ある程度企業での商慣習見直しの取組みが一般的になってきた中で、取組みを進めていくには、消費者の理解や協力が重要だと感じる。
- ・さらなる食品ロスの削減に向け、てまえどりが消費者にとっての習慣となるような啓発を続けていくべき。

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、令和7年2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>

- ・R7.9月末時点の登録数 27社(+3)
- (製造8(+3) 卸売4 小売15(※))

※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見直しの取組みを拡大するため、製造業をはじめ、引き続き宣言事業者の拡大を目指す。

消費者の理解の促進

<県政世論調査結果>

- ・期間近商品購入 38.1%(R6) ←33.1%(R5)
- ・欠品の許容 26.7%(R6) ←18.0%(R5)

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 57.6%(R6))

令和7年度の取組の方針

- ・これまで登録の少ないドラッグストアや製造業を中心に幅広く働きかけを行い、商慣習見直し宣言事業者の登録拡大を目指すとともに、各登録事業者の見直し品目の拡大など取組を促進するための働きかけを一層強化する。
- ・これまでの「期間近商品の優先購入促進キャンペーン」を拡大し、県内の協力小売店で消費者にてまえどりが見切り品の積極的な購入を呼び掛ける「すぐ食べるなら！食ロスゼロキャンペーン」を実施し、消費者への啓発を強化する。

令和7年度の主な取組み 商慣習見直しに係る実務研修会

<目的>

食品流通段階における食品ロスの削減に向け、商慣習見直しの取組みのより一層の加速化を図るため、食品関連事業者を対象とした研修会を実施する。

<概要>

日時：令和7年12月頃(予定)

対象：食品関連事業者等

内容：①基調講演 ②事業者による事例報告 ③質疑応答および意見交換

R6年度は食品製造業者から賞味期限の延長や商慣習の見直しについて事例を紹介していただいた

すぐ食べるなら！食ロスゼロキャンペーン

<目的>

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、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7年10月1日～11月30日

[実施店舗] 131店舗

[PR方法] ポスター、POP、のぼり旗の掲示、店内放送の実施

R7年度から見切り品コーナーのチェックについても呼びかけ

○ドラッグストア

[実施期間] 令和7年10月1日～11月30日

[PR方法] ポスターの掲示

○コンビニエンスストア

[実施期間] 令和7年10月1日～11月30日
(一部、10月7日から10月27日まで)

[実施店舗] 453店舗

[PR方法] プライスカード用おびの設置



【ポスター】 【のぼり旗】

包括連携協定によって実施するPR

○スーパーマーケット(38店舗)

商慣習見直しチラシの掲示(令和7年10月1日～10月31日)

○コンビニエンスストア(317店舗)

ポスターの掲示(令和7年11月1日～11月30日)(予定)