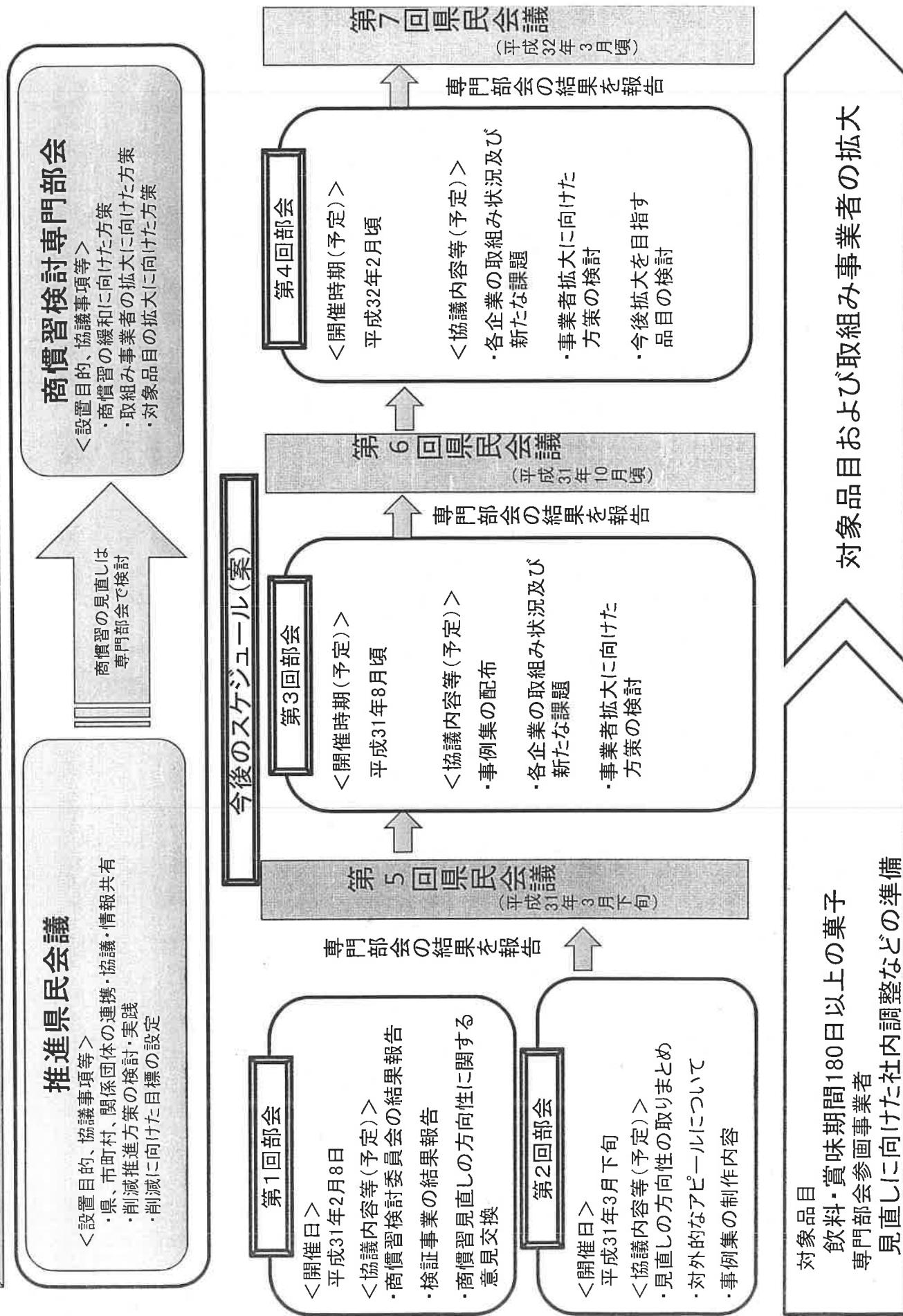


# 食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の概要

資料4-1





# 商慣習見直しの方向性について

資料4-2



## 目的

食品流通段階における食品ロス発生の一要因となっている納品期限や販売期限などの商慣習を見直すため、事業者、消費者行政が連携し、フードチェーン全体での解決を目指す。

## 事業者の取組み

### 1 納品期限の緩和

- まずは「飲料及び賞味期間180日以上の菓子」の納品期限を緩和する。
- 取引先等関係事業者へ普及する。
- 国の検証結果を踏まえて、対象品目の拡大を検討する。

### 2 販売期限の延長

- 小売業者は、販売期限を設定している商品の販売期限を賞味期限の範囲内で延長し、極力賞味期限ギリギリまで販売する。

### 3 賞味期限の年月表示化、賞味期限延長

- 製造業者は、賞味期間が3ヶ月以上の商品の年月表示化に取り組む。
- 気密性、遮光性の高い包装資材の開発など、賞味期限の延長に取り組む。

+

4



3つの主体が協働で、  
県民総参加の運動として展開

## 消費者の取組み【目指す県民像】

### 1 期限間近商品の優先的な購入

- 商品は手前から順番に購入する。
- すぐに食べるものは見切り品を活用する。
- より新しいもの求めすぎない。



### 2 消費期限と賞味期限の違いを理解し、おいしくいただこう

- 消費期限は「安全に食べられる期限」です。(過ぎる前に食べる。)
- 賞味期限は「おいしく食べられる目安」です。過ぎてもすぐには捨てず、食べられるかにおいや色を確かめて自分で判断する。

### 3 欠品への許容

- 廃棄を出さずに欠品を防ぐことは難しいので、ある程度の欠品は仕方ないと考える。



+

4

## 《事業者のメリット》

- 納品期限切れ・販売期限切れによる廃棄の削減
- 廃棄や商品管理に係る労務の縮小による作業効率の向上
- 食品ロス削減に配慮した販売を実践している企業としてのイメージアップ

## 《課題》

- 取引事業者との調整
- 必要なシステムの改修
- 従業員研修 等

## 行政の取組み【県民総参加運動の仕掛けづくり】

### 1 積極的な広報・普及啓発

- 商慣習の見直しに取り組んでいる事業者やその取組みを県内に発信することによる機運の醸成
- 消費者の過剰な鮮度意識や欠品を許さない風潮に起因して食品ロスが発生している現状に関する情報発信
- 消費者行動の改善(期限の近い商品から購入、過剰な鮮度意識の改善 等)のための意識啓発の実施
- 商慣習見直しを県内全体に広げるため、未実施事業者への働きかけ

## 《消費者のメリット》

- 事業者の廃棄コスト縮減効果により販売価格の低下が期待できる
- 計画的な購入により家庭での食品廃棄の減少が期待できる
- 持続可能な社会の実現に貢献
- 県民の協働の取組み機会の創出

