

第1回食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の主な意見

参考資料2

分野	主な意見等
学識経験者等	<ul style="list-style-type: none"> ・富山県は、余剰生産、返品状況等全国と比べ大きな差異はないが、販売期限の延長の取組みは進んでいる。一方、鮮度意識が高い傾向が見られる。 ・納品期限については、自主的に設定していないところも半数ほどあり、現場レベルでは進んでいるように感じられる。 ・富山県の自主的な取組みを広げ、全国に見えるような形でリードして進めてもらいたい。
食品製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・メーカーから消費者団体までが集まってこのようなテーマで話し合うこと自身がすばらしい。 ・消費者の高い鮮度志向がロスの根底にある。昔は鮮度の責任は消費者にあったが、今は鮮度の責任は製造側に移っている。 ・欠品を防ぐためにはロスが出てしまう。 ・賞味期限を年月表示化しているのは全体の1~2割程度。今後も推進していきたい。 ・米菓は賞味期間150日が多い。包装材料の変更や光の透過性を下げること、窒素充填などで賞味期間が延ばせないかシステムを導入して検討している。 ・1/3ルールから1/2ルールに変更すれば、ロス削減の効果とともに製造を平準化することができ、働き方改革にもなる。 ・1/3ルールから1/2ルールへの変更は重要。一丸となって取り組んでいくことを他の事業者にも広めるため、対外的なアピールが必要。 ・食品ロスの啓発活動は業界団体を中心に取り組めば、取組みが進むのではないか。 ・良品のロスを無くすのは当然だが、不適合品(印字ミス等)を消費者への配慮により廃棄することがある。過敏な品質保持より、環境を重視するような施策についても議論できればよい。 ・現在は日付が逆転しての納品はできないルールとなっているが、それも緩和できないか。 ・食品ロスもHACCPのように認証制度ができ、定着すればよい。
経済団体	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者に馴染みのない難しい課題に日々的に取り組まれており、経済団体としては応援したい。 ・富山県は共働きが多いため、まとめ買いをし新しいものを求める傾向にあるのかもしれない。買い物方法などの啓発も必要。
流通	
食品卸売業	<ul style="list-style-type: none"> ・このような取組みはすばらしいので製・配・販・消費者・行政の皆さんで連携・協力してやっていきたい。 ・納品期限の緩和が「飲料及び賞味期間が180日以上の菓子」など期限の長いものだけでなく、最終的には日配品まで広がればいい。 ・賞味期間が180日以上の商品は納品期限を1/2として取り組んでいる。 ・賞味期間180日以上の商品は全体の6割程度。1/2ルールになると大幅に廃棄が減ることが期待できる。賞味期間150日以上の商品になると全体の7割になる。メーカーにはあと30日賞味期間を延ばすよう取り組んでほしい。 ・消費者の意識が問題。日々的な取組みを期待する。 ・無駄な流通在庫を持たないようにし、当日まで販売している。 ・在庫管理の強化、発注精度の向上のための発注の自動化等に取り組んでいる。また、他の地区では発注業務の集約、エリア間での在庫補完等を実施している。 ・自動発注システムの導入により、根拠のある数量の在庫を目指している。 ・情報共有(定番カットや販売計画)による廃棄ロス削減に取り組んでいる。
食品小売業	<ul style="list-style-type: none"> ・商慣習について、このような(製造・卸・小売・消費者・行政と会した)会議は他県では例がなく、非常に興味深い。 ・納品期限の緩和を消費者にどのように了解してもらうか、レジ袋無料配布廃止と同様に難しいところもある。 ・消費者はやはり棚の奥から取る傾向があり、啓発を進めていきたい。 ・行政には、消費者に理解していただく活動をしてほしい。 ・20年前から惣菜や野菜の少量パック化に取り組んでいる。家庭でロスが出ないよう、買いややすい商品を提供している。 ・発注精度向上のため、EOBシステム(一週間の販売、発注実績)の導入、時間帯別の売上状況把握等実施している。 ・2018年4月からは賞味期間が180日以上の商品を年月表示化にした。 ・ロスが発生した場合、出たロスは堆肥化し、農場等で野菜作りに使用。その野菜を仕入れるといったリサイクルループにより、有効活用している。
消費者団体	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体が事業者と交流できる場があることはありがたい。マイバック運動の時のように富山型の動きが早く始まればよい。 ・富山県は共働きが多いため、できるだけ新しいものを求めるが、家庭では冷蔵庫に使い忘れるといった現実があり、消費者自身が意識を変えていかなければならない。 ・賞味期限が年月表示であれば神経質にならないが、年月日まで記載してあると日付にこだわってしまう。 ・1/3ルールから1/2ルールになることについて消費者にとってさほど大きな影響はないと思う。 ・期限が近付いてきたら値引きをするアピールも必要。 ・賞味期限はおいしく食べられる期限だが、ダメになる期限がものによって違うため、それを個人で判断するのは難しい。どのようなものがどれくらいもつのか等の情報提供をしてほしい。 ・プラスチックごみの問題があるので、環境に配慮した容器の仕様について、事業者には検討してほしい。 ・事業者の意見を消費者団体を通して消費者に伝えていきたい。