

第4回食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の概要

1 日 時 令和2年2月18日(火) 14:00~15:00

2 場 所 富山興銀ビル10階会議室

3 議 事

(1) 食品ロス削減のための商慣習見直しに関する国の検討状況等について

(2) 食品ロス削減のための商慣習見直しに向けた取組みについて

① R元年度取組み

② R2年度取組み

(3) 意見交換

4 主な意見の概要

<商慣習見直しに向けた事業者の取組内容の消費者への周知方法等>

- ・ HPなどを活用して、事業者の取組みを発信することが重要
- ・ 消費者に対し、消費・賞味期限の違いに関するより一層の周知啓発を行い、期限内であれば商品価値には問題ないことを正しく理解していただくことが、消費行動に結びつくのではないかと。
- ・ 行政の取組み等より、納品期限の緩和や消費・賞味期限の延長、賞味期限の年月表示化に取り組む取引先が増えてきているように感じる。一方、このような取組みが、どこまで消費者に伝わっているかは疑問であり、課題。取組事業者の公表や表彰等の方法により、取組みをより一層周知できたらよい。
- ・ SDGsの観点から、様々な取組みを実施している。なかでも、エシカル消費の周知啓発に力を入れていて、こうした取組みが進めば、食品ロスの削減にも繋がる。小学生を対象としたエシカル消費に関する研修会を開催するなど、期限の短い食品からの優先購入を啓発している。
- ・ 賞味期限の年月表示化や納品期限の緩和について、消費者はあまり問題視していないように感じており、こうした取組みは理解が得られると思う。
- ・ 中学生を対象にした啓発の機会があればよい。食品ロスのテレビCMを視聴したことのある学生も多く、メディアを活用した発信は良い。また、普及啓発の際には、商慣習見直し事例集も重宝している。
- ・ 買い物際の行動は、モラルの問題。棚の奥の方からしか商品を取らない消費者に対して、どう伝えていくかが課題。買い物かごシートは、啓発手段として非常に良かった。

<商慣習見直しに向けた取組事業者の拡大方法等>

- ・ 製造業の取組みの1つに賞味期限の年月表示化が挙げられているが、事業者の実際の取組みを拡大するためには、事業者自身が内容をきちんと理解しなければならない。年月表示化といわれても、勝手に実施して良いのか判断がつかない事業者もいる。施策を具現化するために、どうやって進めていくかが課題。
- ・ 卸売業者として、どのような方法でスーパーに商品を提供すれば、店舗での食品ロスの削減に繋がるかを検討していきたい。そのためにも、製造、小売とともにそれぞれの考え方などについて、これまで以上に情報共有していきたい。

<フードバンク活動やこども食堂等の取組みへの協力等>

- ・ フードバンク活動やこども食堂の取組みに協力し、食品を提供しているが、課題もあると感じている。食品を提供する側としては、支援先を明確にしてもらえると、協力しやすい。
- ・ フードバンク活動に関する具体的な情報があまり入ってこない。情報提供してもらえれば、できることは協力したい。
- ・ 団体の関連行事の際に、消費者に呼びかけを行い、フードドライブを実施している。