

## 目的

食品流通段階における食品ロス発生の一要因となつ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

### 納品期限の緩和

- ・まずは「飲料及び賞味期間180日以上の子」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。

### 販売期限の延長

- ・小売業者は、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。
- ・期限間近の商品は値引きし、消費者へ購入を促す。

### 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み。
- ・気密性、遮光性の高い包装資材の開発等による、賞味期限の延長に取り組み。

### 発注精度の向上、適正な在庫管理

- ・卸売業者、小売業者は自動発注や在庫管理のシステム導入、マニュアル作成等による発注精度の向上や適正な在庫管理に取り組み。

### 情報の共有、情報の発信

- ・製造、卸売、小売間で販売計画や定番カット情報を共有し、計画的な製造・発注に取り組み。
- ・製造業者は賞味期限設定方法等の情報を発信する。

### その他

- ・返品率の削減、日付逆転の許容等



## 消費者の取組み【目指す県民像】

### 1 過剰な鮮度志向の改善

- ・より新しいものを求めすぎない。
- ・商慣習の見直しに向けた事業者の取組みを理解し、事業者が取り組みやすい環境をつくる。

### 2 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。

### 3 消費期限と賞味期限の違いの理解

- ・消費期限は「安全に食べられる期限」なので、期限内に食べきる。
- ・賞味期限は「おいしく食べられる目安」なので、期限を過ぎた場合は、おいや色を確かめて、食べられるか判断する。

### 4 欠品への許容

- ・ある程度の欠品は仕方ないと考える。  
〔欠品をしないためには必要数より多めに作る必要があり、それが食品ロスにつながる〕

3つの主体が協働で、  
県民総参加の運動として展開

## 《事業者のメリット》

1. 納品期限切れ・販売期限切れによる廃棄の削減
2. 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
3. 食品ロス削減に配慮した取組みを実施している企業としてのイメージアップ

## 《課題》

1. 取引事業者との調整
2. 必要なシステムの改修
3. 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

- ・消費者の過剰な鮮度志向や商慣習に起因して食品ロスが発生している現状について情報を発信する。
- ・消費者行動の改善(期限の近い商品から購入、欠品の許容 等)のための意識啓発に取り組み。
- ・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し機運を醸成する。
- ・商慣習見直しを県内全体に広げるため、未実施事業者へ取組みを働きかけ。
- ・富山県の取組みを全国に発信するとともに、国へ取組みの加速化を働きかけ、全国的な商慣習見直しを目指す。

## 《消費者のメリット》

1. 事業者の廃棄コスト削減効果の波及
2. 計画的な購入により家庭での食品ロスの減少が期待できる
3. 持続可能な社会の実現に貢献
4. 県民の協働の取組み機会の創出