

商慣習見直し宣言事業者の募集

<目的>

食品ロス発生の大きな要因となっている食品流通段階における商慣習(納品期限や販売期限に関する1/3ルール等)の見直しに向けて、商慣習の見直し(納品期限の緩和、販売期限の延長など)に取り組む食品関連事業者を募集する。

募集対象 富山県内の食品関連事業者(製造、卸売、小売)

<登録状況>令和2年1月末現在 登録事業者:22者

【登録証(盾)】



小売店における商慣習見直し取り組み促進事業
(9月補正予算)

<目的・内容>

商慣習の見直しに取り組む事業者を拡大し、商慣習見直し宣言事業者による商品の売り切りなど食品ロス等削減に係る取り組みの加速化を図る。

<補助対象> 期限間近商品の陳列棚、ディスプレイ、食品ロス啓発ポスター等

<補助率> 1/2 (限度額150千円)

消費者向け食品ロス等削減啓発用CMの制作及び放映
(9月補正予算)

<目的>

消費者行動の見直し(すぐに食べる食品は期限の近いものから購入する、店舗でのある程度の欠品を許容する等)を促すためのテレビCMを制作・放映する。

<放送期間等>

期間:令和元年10月下旬~令和2年3月

※放送開始日の10月30日は、「食品ロス削減の日」であり、他の日に比べて回数を増やして放送

※11月(期限間近食品の優先購入キャンペーンの実施月間)及び3月を重点月間とし、他の月に比べて回数を増やして放送

放送枠:固定枠(10月~3月)+スポット放送(10月、11月、3月)

※固定枠は、アニメ「サザエさん」の直前枠など、主要対象者である主婦層の視聴率が高い時間帯の番組を固定し、CMを出稿

<CMの内容> 15秒×3テーマ



【手前からマナー篇】



【賞味期限と消費期限篇】



【売り切れ篇】

<テレビ以外でのCM活用事例>

- ①小売店店頭におけるCMの音声放送
- ②コンビニエンスストア店頭におけるCM動画の放映

期限間近商品の優先購入促進キャンペーンの実施

<目的・内容>

食品ロス削減を啓発するポスターやPOPを店舗に掲示し、食品ロスの認知度の向上を図るとともに、消費・賞味期限が近接している商品から優先的に購入してもらえるよう消費者に啓発を行うことで、期限切れで廃棄される商品の削減につなげる。

特に、10月を強化月間とし、鮮度志向の改善等を促すシートを買い物かごに設置することで、日頃の買い物方法を見直す機会を創出する。

(1)実施期間 令和元年10月1日~11月30日

(2)実施店舗 期限間近商品の優先購入キャンペーン実施店舗 約140店舗



商慣習見直しフォーラムの開催

<目的・内容>

商慣習見直しの取り組みの加速化を図るため、事業者や消費者が食品ロス削減のための商慣習見直しについて考える機会を創出し、意識啓発を行う。

<開催日・参加人数等>

日時:7月2日(火)15:00~17:00

場所:パレブラン高志会館 参加者:約180名

内容:①商慣習見直し宣言事業者の登録状況発表及び事業者への認定盾の交付

②基調講演「食品ロス削減のための商慣習見直し-富山県から全国に先駆けて-」

③パネルディスカッション

講師・コーディネーター:

牛久保 明邦 氏 [東京農業大学名誉教授、(一社)日本有機資源協会会長]

パネリスト:谷田 隆司 氏 [日の出屋製菓産業(株)常務執行役員 製造部長]

澤田 佳宏 氏 [北陸中央食品株式会社 代表取締役社長]

若林 徹 氏 [富山県生活協同組合連合会 代表理事・専務理事]

尾畑 納子 氏 [富山県消費者協会 会長]



商慣習見直しに向けた消費者向け啓発イベントの開催

<目的>

消費者の過剰な鮮度志向の改善やある程度の欠品を許容する考えなどを啓発する。

<開催日・参加人数等>

第1回 日時:8月3日(土) 13:30~15:30 場所:イオンモール高岡

参加者:約 150名

食品ロス削減に取り組む団体の表彰、啓発グッズ配布、トークイベント、クイズ大会、マジックショー等

第2回 日時:10月26日(土)、27日(日)

場所:富山産業展示館(テクノホール)

商慣習見直しに関するパネル展示等



期間間近商品の優先購入キャンペーンの実施結果について

1. 目的

食品ロス削減を啓発するポスターやPOPを店舗に掲示し、食品ロスの認知度の向上を図るとともに、消費・賞味期限が近接している商品から優先的に購入してもらえよう消費者に啓発を行うことで、期限切れで廃棄される商品の削減につなげる。

特に、10月を強化月間とし、鮮度志向の改善等を促すシートを買い物かごに設置することで、日頃の買い物方法を見直す機会を創出する。

2. 実施期間

令和元年10月1日から11月30日まで



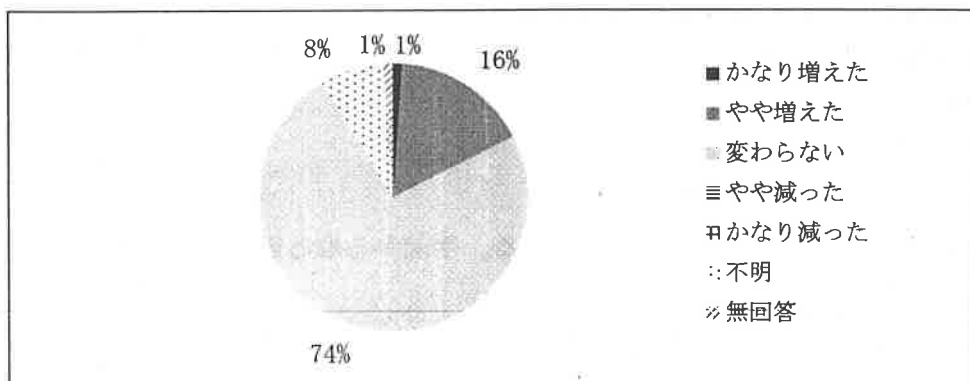
3. 実施店舗

食品ロス等削減運動協力宣言事業者等県内食料品小売店 139店舗

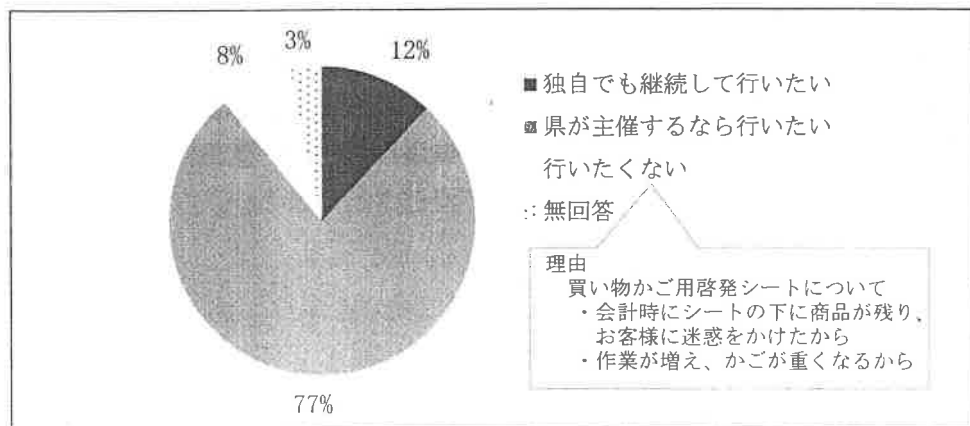
(ほか、県と包括連携協定を締結している株式会社ファミリーマートにおいても実施)

4. アンケート結果 (回答数: 91店舗)

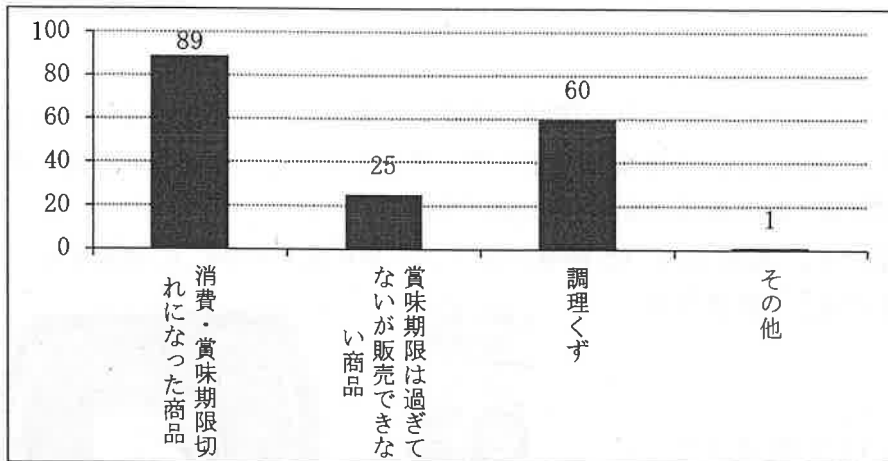
① キャンペーン前と比べて、消費・賞味期限の近接する商品の購入は増えましたか。



② キャンペーンを今後も継続して行いたいですか。



③ 廃棄する食品は、どのような食品ですか。(複数回答可)



④ 廃棄を削減するために取り組んでいることがあればお聞かせください。

- ・ 売り切りの徹底、早めの値引き販売、値引きルールを決める
- ・ 発注精度の向上
- ・ 割引商品の販売場所を集約
- ・ 日付チェックの徹底、チェック基準を設定、毎週のチェック日を設定
- ・ 値引き商品を購入した方に景品をプレゼント
- ・ 廃棄金額の上限設定を行い、従業員に注意喚起
- ・ 調理くずを出さないレシピ作り
- ・ 先入先出の徹底

⑤ その他の意見

- ・ 奥にあるものが新しいというイメージが強すぎる。手前から取る癖をつけてほしい。
- ・ 子供のころからの教育が必要。
- ・ 分別して肥料・飼料などに使える仕組みがあればと思う。
- ・ 店頭でのアピールでは影響力が薄いと感じる。TV、ラジオ等（ニュース）でのメディアを使ってのアピールをもっとすべきだと思う。
- ・ 買い物かごのシートは効果的に思われる。引き続き行うべき。
- ・ コーナーで流す音源、自宅に持ち帰れるハンドビラ等があると良いのでは。
- ・ 値札のホルダーに入れるリボンテープ状のPOPだと使いやすい。
- ・ 県としての目標数値を明確にし、県民全体の取り組みとすることが必要。
- ・ 全県挙げての取り組みなら協力したい。県主催の方が県民への認知・意識が高まると思う。
- ・ 独自でやっても効果は少ないため、全店で継続して浸透させてほしい。

食品ロス削減のための商慣習見直し宣言事業者の登録状況について

■令和2年1月末現在 登録事業者：22者

＜製造業＞5者

北陸コカ・コーラボトリング株式会社
株式会社 トンボ飲料
株式会社 四十物昆布
日の出屋製菓産業株式会社
株式会社 北越

＜卸売業＞3者

アイディック株式会社
北陸中央食品株式会社
カナカン株式会社

＜小売業＞14者

株式会社 大阪屋ショップ
アルビス株式会社
三幸株式会社
ユニー株式会社 北陸営業部
イオンリテール株式会社北陸信越カンパニー
富山県生活協同組合連合会
富山県生活協同組合
CO・OP とやま
有限会社こしだスーパー
株式会社 三喜有
島屋株式会社
株式会社ヒラキストア
株式会社 JA ライフ富山
株式会社 PLANT (滑川店)



商慣習見直し宣言事業者登録証 (盾)



RI.7.2 食品ロス削減のための商慣習見直しフォーラム

■商慣習見直しに向けた課題等に関する主な意見

＜製造業＞

- ・ 期限の比較的短い商品への賞味期限の年月表示化の導入にあたり、需給精度の向上が課題
- ・ 賞味期限を延長可能な商品設計(包装仕様等)について検討が必要である反面、過剰スペックとなり、コストアップや環境問題など他の要素で課題が出てくる。
- ・ 賞味期限延長に至るまでの官能検査等に要する時間と費用が課題。賞味期限延長の取組みに対する補助制度があればよい。

＜卸売業＞

- ・ 取引先ごとの商慣習見直しに関する個別対応が難しい。商慣習の見直しについては、全取引先の理解が必要であり、一部取引先に納品期限の緩和の動きがあるものの、出荷基準の緩和には至っていない。
- ・ 取組みの拡大のためには、消費者の理解が重要。ポスター掲示等の現状の周知啓発では限界もみえてきているので、製造業と協力して周知啓発に取り組む必要もあるのではないか。(パッケージへの印字など)

＜小売業＞

- ・ 消費者の理解が重要。消費者の鮮度志向や日付に対する厳しい目に対応するかが課題
- ・ 商慣習の見直しに向けた取引先との話し合いの場や時間の確保が課題



令和元年11月22日
広報課

令和元年度県政世論調査結果（概要）について

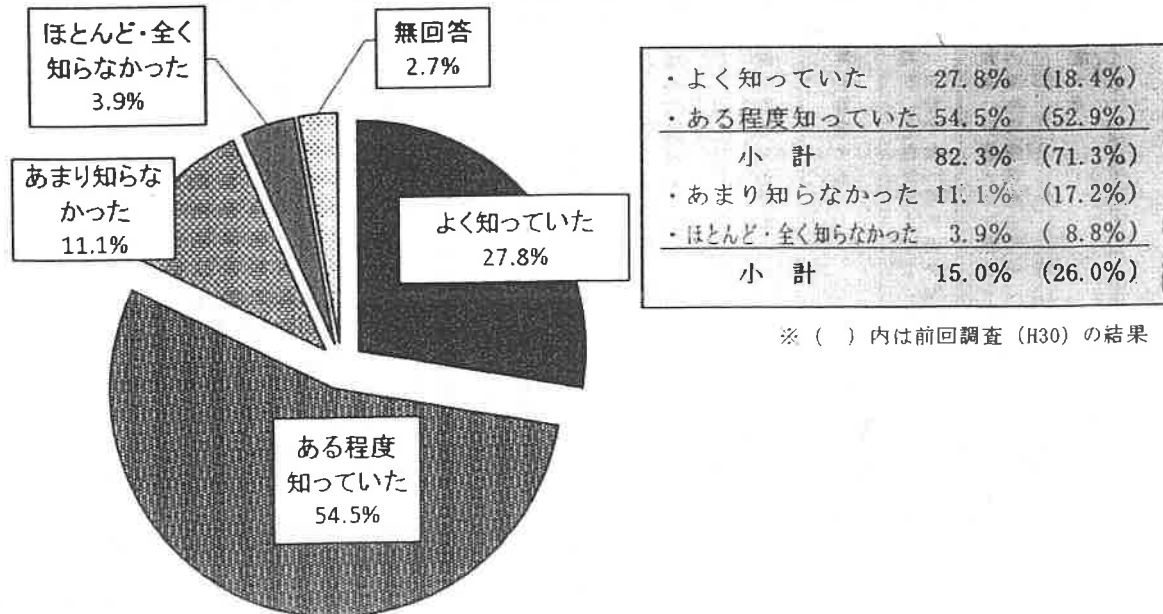
<調査の概要>

- 1 調査対象 県内に居住する満18歳以上の男女2,000人
- 2 調査期間 令和元年8月～9月
- 3 調査方法 調査員による留置調査
- 4 回収数(率) 1,548 (77.4%)
- 5 調査項目
 - (1) 県政全般（政策の満足度調査、県政への要望調査）
 - (2) 個別施策に関する調査
 - ㊦新幹線の延伸、㊦SDGs、㊦中山間地域の振興、
地方創生、体力づくり、自転車の活用、
富山きときと空港の利用促進、福祉施策の充実、
地産地消、食品ロスの削減、犯罪の予防
 - (3) 意識調査
 - 幸福度に係る設問
 - 県民参考指標に係る設問

11 食品ロスの削減について

(1) 食品ロスの認知度について（単一回答）

・食品ロスが問題となっていることを知っている割合が8割を超え、前年度から大きく伸びた。

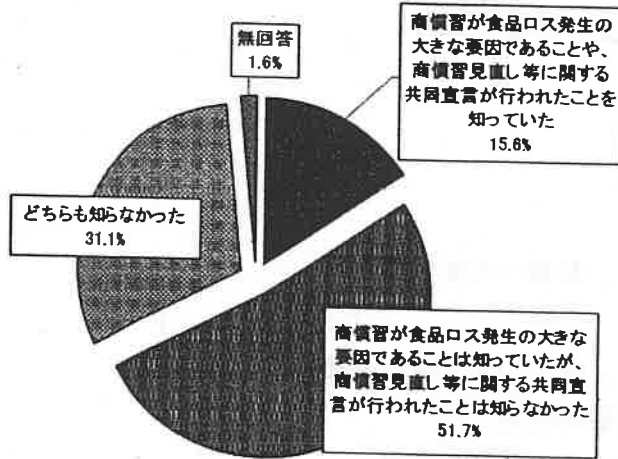


※（ ）内は前回調査（H30）の結果

(2) 商慣習が食品ロス発生の大きな要因であることや、商慣習の見直しに関する共同宣言が行われたことを知っていたかについて（新規設問）（単一回答）

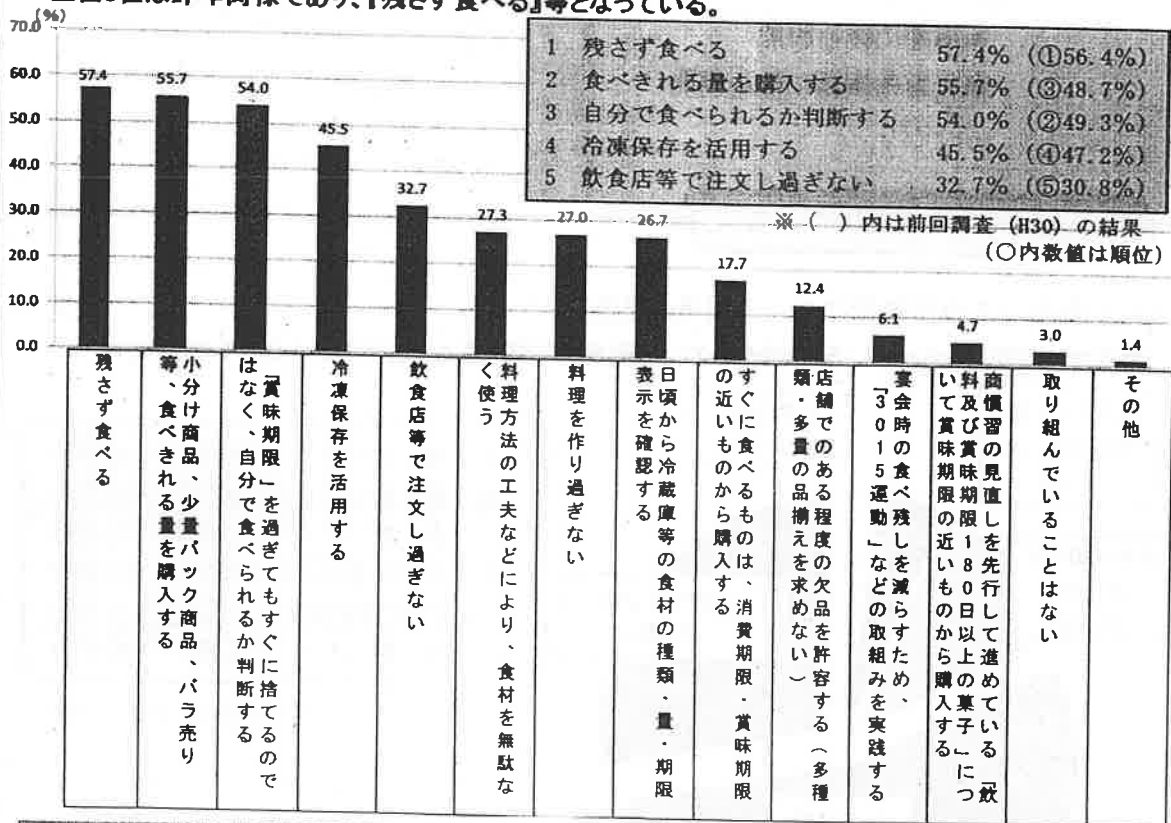
（(1)で「よく知っていた」「ある程度知っていた」を選んだ人が対象）

・「商慣習が食品ロス発生の大きな要因であること」は約7割、「商慣習の見直し等に関する共同宣言」については、約16%が知っている旨回答した。



(3) 食品ロスを減らすために取り組んでいることについて（複数回答：いくつでも）

・上位5位は昨年同様であり、「残さず食べる」等となっている。



※「3015（さんまるいちご）運動」とは、立山の標高3015mにちなみ、「30」と「15」をキーワードにした富山型の食品ロス削減運動。

〔食べきり3015運動〕 宴会時において、開演後30分と終了前15分に自席で料理を楽しむ時間を設定し、食べきる運動。
〔使いきり3015運動〕 毎月30日と15日に家庭の冷蔵庫等をチェックし、食材を使い切る運動。