

R2年度の県内外の取組み

「全国一斉」商慣習見直し運動の実施(農林水産省)

<主な取組内容>

- 令和2年10月30日(金)を「全国一斉商慣習見直しの日」とし、この日までに以下の取組みの実施を、業界団体等を通じて食品関連事業者呼びかける。
 - ・食品小売業者:推奨3品目(飲料、賞味期間180日以上菓子、カップ麺)全ての納品期限の緩和
 - ・食品製造業者:推奨3品目全ての賞味期限表示の大括り化(年月表示化、日まとめ表示)
- 商慣習見直しの機運を高めるため、以下の取組みを実施
 - ・賞味期限の年月表示化に取り組む企業の調査・公表、賞味期限の年月表示化セミナーの開催
 - ・納品期限の緩和に向けた意見交換会の開催 等

県食品ロス削減推進計画の策定(R2.4.1)

- ・食品ロス削減の推進に関する法律第12条に基づく国の基本方針を踏まえた都道府県の区域内における計画(都道府県計画)として策定
- ・これまでの県民会議における基本方針や取組み、食品ロス削減推進法に盛り込まれた基本施策をもとに県計画を作成



食品ロス削減全国大会の開催(R2.12.16)

- ・県内で第4回食品ロス削減全国大会を開催し、市町村、事業者、消費者団体との連携強化と更なる取組みの加速化を図る。
- ・商慣習見直しに向けた全県的な取組みなど、これまでの先駆的な取組みを全国に発信。

R3年度の商慣習見直しに向けた施策の主な方向性(案)

県食品ロス削減推進計画のもと、削減の取組みの一層の加速化を図るため、引き続き、消費者向けの意識啓発と事業者への働きかけを両輪で実施する。



取組事業者の拡大

<商慣習見直し宣言事業者の登録状況等>

- ・R3.1月末時点の登録数 24社(製造5 卸売4 小売15(※))
- ※小売の既登録社は、県内スーパー食品販売高のシェア約80%を占める。



【商慣習見直し宣言事業者登録証(盾)】

<商慣習見直しに向けた主な課題や意見>

- ・地域や業界でまとまりを持った取組みの推進が必要
- ・取引事業者間で、必ずしもウイン-ウインでない取組みをどう進めるか。
- ・中小・小規模事業者における取組みの促進
- ・取組みの拡大には消費者の理解が重要

県内のフードチェーン全体商慣習の見直しを進めるため、取組みの着実な実行を促すとともに、引き続き、取組事業者の拡大を図る。

<具体的な取組み>

- ・食品ロス・食品廃棄物削減優良活動表彰の実施
- ・トップセールスなど関係各所への協力要請
- ・商慣習見直しの推進のための事業者向け研修会の開催

消費者の理解の促進

<R2県政世論調査結果>

- ・「商慣習が食品ロス発生の大きな要因であること」の認知度は約7割
- ・商慣習見直しに繋がる消費者の取組みの状況

	R1	R2
すぐに食べるものは、消費期限・賞味期限の近いものから購入する	17.7%	25.0%
店舗でのある程度の欠品を許容	12.4%	18.1%
商慣習の見直しを先行して進めている「飲料及び賞味期間180日以上菓子」について賞味期限の近いものから購入	4.7%	5.9%

商慣習見直しに関する取組みは、一定程度は認知されているものの、取組みの実践に向けて、一層の周知啓発に努め、引き続き、消費者の理解の促進を図る。

<具体的な取組み>

- 県内各所での集中的なPRの実施(食品ロス削減月間(10月))
 - ・期間間近商品の優先購入促進キャンペーン(啓発用のぼり・POPの掲示、CM音声の店内放送)
 - ・公共交通機関(駅舎・車両広告)を活用した普及啓発
 - ・県内主要駅における普及啓発活動