

商慣習見直しに向けた施策

○富山県での商慣習見直しの取組

- ◇食品ロス削減のための商慣習検討専門部会の設置(平成30年11月)
- ◇食品ロス削減のための商慣習見直し共同宣言(平成31年3月)
 - ・事業者、消費者、行政が連携して取り組むことを宣言
- ◇商慣習見直し宣言事業者の募集・登録
 - ・賞味期限の延長や1/3ルールの見直しなどに取り組む事業者を募集・登録
- ◇商慣習見直しの普及啓発
 - ・事業者向け商慣習見直しフォーラム(令和元年7月)
 - ・消費者向け啓発イベント(令和元年8月)
 - ・食品ロス削減全国大会in富山での商慣習見直しに関するトークセッション(令和2年12月)
 - ・商慣習見直しに係る実務研修会(令和3年11月)

○今後の取組み方針

商慣習見直しによる食品ロス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行っていく。



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>

- ・R4.1月末時点の登録数 26社
- (製造5 卸売4 小売17(※))
- ※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。



県内のフードチェーン全体の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。

消費者の理解の促進

<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 68.3%(R2)
- ・期間間近商品購入 33.6%(R3) ← 25.0%(R2)
- ・欠品の許容 20.4%(R3) ← 18.1%(R2)

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。

商慣習見直しに向けた課題等に関する主な意見

課題：個々の企業の取組みのみでは解決が困難であり、フードチェーン全体での取組みが必要。

食品関連事業者からの意見：

- ・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、取引先との話し合いの場の確保が課題。
- ・消費・賞味期限の違いに関する消費者の理解促進が重要。また、消費者の鮮度志向や日付に対する厳しい目にどう対応するかが課題である。

令和4年度の取組みの方針

- 商慣習見直し宣言事業者の増加を図るとともに、登録店の見直し品目の拡大など各事業者の取組みを促進するため、働きかけを一層強化する。
 - <具体的な取組み> 食品ロス・食品廃棄物削減優良活動表彰、取組事例の発信 ・ 商慣習見直し推進のための小売業者向け研修会の開催
- 期間間近商品の優先購入促進キャンペーン等の消費者への啓発を、実施店舗の拡大を図りながら継続し、消費者の理解を促進する。
 - <具体的な取組み> 期間間近商品の優先購入促進キャンペーン(ポスター、POP、のぼり旗、プライスカード用啓発おび)スーパーマーケット、コンビニエンスストアに加え、ドラッグストアでも実施予定

令和3年度の主な取組み

商慣習見直しのための研修会

<目的>

食品流通段階における食品ロスの削減に向け、商慣習見直しの取組みのより一層の加速化を図るため、食品関連事業者を対象とした研修会を開催。

<内容>

開催日：令和3年11月8日(月)

①基調講演

講師：(公財)流通経済研究所 上席研究員 石川友博氏
テーマ：商慣習見直しに向けた実務について

②事業者による事例報告

- ・北陸ココ・コーラボトリング(株)
賞味期限の「年月」表示、フードロス対策自動販売機の設置
- ・北陸中央食品(株)
自動発注システム、小売業者や製造業者との連携
- ・(株)セブン-イレブン・ジャパン
エシカルプロジェクト、販売鮮度の延長、期間間近商品の優先購入

③トークセッション

テーマ：商慣習見直しの取組み促進に向けて

期間間近商品の優先購入促進キャンペーン

○スーパーマーケット

[実施期間] 令和3年10月1日～11月30日

[実施店舗] 協力店舗

[PR方法] ・ポスター、POP、のぼり旗の掲示
・CM音声の店内放送



○コンビニエンスストア(セブン-イレブン)

[実施期間] 令和3年5月12日から順次

[実施店舗] 県内店舗

[PR方法] プライスカード用啓発おびの設置

○コンビニエンスストア(ファミリーマート、ローソン)

[実施期間] 令和3年10月、11月

[実施店舗] 県内店舗

[PR方法] ポスターの掲示

