

食品ロス削減のための商慣習見直しの取組状況

■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

令和5年1月末現在 登録事業者：26社

<製造業> 5社

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> 4社

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
三菱食品株式会社

<小売業> 17社

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
とやま生活協同組合
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)
株式会社バロー
株式会社セブン-イレブン・ジャパン
株式会社サンショウ



R1.7.2 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 (令和4年9月 アンケート実施)

<商慣習見直しに向けた取組内容について>

- ・商品の賞味期限延長を可能とするための包装資材等の改良、検討
- ・受注システムの見直し
- ・得意先との連携
- ・日付の近い商品の売り切り
- ・消費者への情報発信
- ・賞味期限の年月表示化を順次実施



商慣習見直し宣言事業者登録証(盾)

<商慣習の見直しに関する課題等について>

- ・売場欠品や過剰在庫の低減を目指し、適切な在庫管理、受注予測精度向上が必要である。
- ・季節商品の在庫管理が困難である。
- ・各業界が連携し、商慣習見直しについて再度仕組みを見直すべきである。
- ・賞味期限を延長できるよう商品設計(包装資材等)の検討が必要であるが、その反面コストアップや環境問題等、他の要素が課題となる。
- ・3分の1ルールから2分の1ルールへの移行の更なる浸透が必要である。
- ・消費、賞味期限の違いに関する消費者の理解促進が重要である。
- ・消費者の鮮度志向や日付に関する厳しい目にどう対応するかが課題である。