

商慣習見直しの取組状況

○富山県での商慣習見直しの取組み

- ◇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、令和4年11月)



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：

- ・売場欠品や過剰在庫の低減を目指し、適切な在庫管理、受注予測精度の向上が必要である。
- ・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はどう対応するかが課題である。

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、事業者向けの実務研修会を開催する。

<概要>

- 日時：令和4年11月22日(火)
 対象：小売業者を中心とした、食品関連事業者等
 内容：①基調講演 ②事業者による事例報告 ③トークセッション

期間間近商品の優先購入促進キャンペーン

<目的>

消費者の日頃の買物の中で、消費・賞味期限の近接した商品を優先的に購入することが食品ロス削減につながることを消費者に広く周知し、販売期限が過ぎて廃棄されることによる食品ロスの削減につなげる。

<実施内容>

【期間】令和4年10月1日～11月30日

【方法】

- スーパーマーケット (135店舗) ポスター、POP、のぼり旗の掲示
- 【新】ドラッグストア (182店舗) POPの掲示
- コンビニエンスストア (481店舗) プライスカード用おびの設置
(事業者が掲示しやすい形に改良)



【ポスター】



【のぼり旗】

包括連携協定によって実施するPR 啓発物(チラシ、ポスター)の掲示

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>

- ・R5.1月末時点の登録数 26社
(製造5 卸売4 小売17(※))
- ・令和4年9月アンケートによると、商慣習見直し品目の拡大に取り組む事業者が見られる。(5事業者)
※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>

- ・期間間近商品購入 34.4%(R4) ← 33.6%(R3)
- ・欠品の許容 17.8%(R4) ← 20.4%(R3)

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))

令和5年度の方針

- 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、事業者への働きかけと消費者向けの意識啓発を両輪で行っていく。
- ・商慣習見直し宣言事業者に未登録のスーパーマーケットや食品製造業、ドラッグストア等登録者数の少ない業界への働きかけを行い、商慣習見直し宣言事業者の拡大を図るとともに、登録店の見直し品目の拡大など各業者の取組みを促進するため、働きかけを一層強化する。
- ・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。