

2015年度 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

第1回 日配品会合

2015年11月12日 15:00～17:00 /TKP 市ヶ谷カンファレンスセンター

議事要旨

1. 議事

- (1)農林水産省 情報提供
- (2)本年度の取組内容
- (3)優良事例調査
- (4)もったいないキャンペーンの今後の拡大
- (5)提言の内容骨子 →確認・意見を賜りたい

2. 合意事項

■本年度の取組内容

- ・優良事例調査、もったいないキャンペーンの検討、提言とりまとめ、の3本で合意

■優良事例調査

- ・以下の事例化を合意。事務局は作業に入る。
  - (1)コンビニ新商品の発注に係るデータのメーカー共有による発注予測の精緻化  
(ファミリーマート・山崎製パン他パンメーカー)
  - (2)イオンリテールの日配品の定番・特売の週次発注の取組
  - (3)豆腐メーカーとスーパーとの納品期限緩和の取組
- ・事例は、当該企業だけでなく、業界団体の意見も入れて完成する。

■もったいないキャンペーン

- ・シールを貼らずにできる、良い方法を考える必要があるとの認識を共有。事務局が、委員と相談して案を練る。
- ・本年度、実際に取組むかは保留。
- ・SNSの活用、もったいない意識浸透のためにはツールだけでは不十分との意見があり参考にする。

■上記以外

- ・日配品の賞味期限延長実績を公表してはどうかと提言あり。業界団体と相談する。

### 3. その他発言・情報

#### ■ロス削減の取組事例について

- ・イオンリテールの週次発注の概要について、以下の補足があった。

定番、特売とも実施

概要

毎週金曜午後

特売も含め、本部から店に、予測に基づく推奨数を連絡

土曜～月曜夜

店で発注数を検討

月曜夜までに、店が本部に、当週水曜～翌火曜までの発注数を連絡

前日まで数量修正はできる（※前日だったかどうか、補足頂けると幸いです）

現状、修正幅は最大2割程度

→精緻化して、変更幅を減らしたい

数量変更で生じる差分の扱いは、都度ベンダー担当者と商品部間で話し調整

- ・当社では、米飯については、予測に基づく推奨数を店に伝える仕組みある。豆腐など、ブレの大きい商品では進んでいない。（小売）
- ・アイテムの改廃が多すぎる。予測の精度が高まらない要因だ。（小売）
- ・アイテム数削減により予測精度向上に取り組んでいる。（メーカー）
- ・納豆・豆腐はアイテム数が少ないが、パン・生洋菓子はアイテム数が多い。消費者の嗜好が異なるという事情もある。（メーカー）

#### ■もったいないキャンペーンについて

- ・昨年、シール貼るのは負担だった。シールを貼らずにやる、良い方法を考える必要
- ・見切りシールを変えてしまうのも一案
- ・メッセージを売場で伝えるのは難しい。売場で文字は読まない
- ・文字を読んで頂くなら、売場より SNS。当社のキャンペーンも SNS 中心に移行。
- ・もったいない意識浸透のためには、ツールだけではダメだ。
- ・コンビニ店舗ではメッセージの伝え方が難しい。グロサリーならできるかもしれない。
- ・SNS を使ってキャラ(ろすのん)を前面に出すと良い。

#### ■上記以外

- ・「人に依存しがちな予測精度を仕組みで高めた事例」「アイテム絞り込みのメーカー事例」があると良い。
- ・乳製品業界が、納品期限等によるロスがあるチーズの取り上げを提案。

#### 4. 出席者

委員出席者（別紙委員名簿参照）：

【学識経験者】 渡辺議長

【製造業】 実川委員、中峯委員、大平委員、小田委員、町田委員、浅野委員

【小売業】 石川委員、萬委員、髭委員、荒井委員、宮地委員

オブザーバー：

（一社）日本パン工業会

石黒 裕規（農林水産省食料産業局バイオマス循環資源課食品産業環境対策室 室長）

大島 次郎（農林水産省食料産業局バイオマス循環資源課食品産業環境対策室 課長補佐）

浅浦 真二（農林水産省食料産業局 バイオマス循環資源課 食品産業環境対策室 係長）

松川 実（農林水産省食料産業局 食品製造課 食品第1班 係長）

松嶋 喜昭（農林水産省食料産業局 食品製造課 食品第2班 課長補佐）

小谷 裕一郎（農林水産省食料産業局 食品流通課 企画調査班 係長）

事務局：

石川 友博（（公財）流通経済研究所 主任研究員）

以上