

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 加工食品会合

2015年11月26日 13:30～15:30 / (公財)流通経済研究所 会議室

議事要旨

1. 議事

- (1)農林水産省 情報提供
- (2)本年度の方針・取組内容案
- (3)ディスカッション

2. 主な合意事項

(0)本年度の取組内容の大枠を合意

納品期限緩和・・・飲料・菓子(賞味期間 180 日以上)の取組状況把握、リスク調査・分析
賞味期限延長・年月表示化・・・進捗状況調査
フードバンク利用促進・・・先行事例の情報共有
提言の方向性・・・これまでの活動を総括、今後の普及拡大の推進方針

(1)納品期限緩和・飲料・菓子(賞味期間 180 日以上)の取組状況把握、リスク調査・分析

- ・ 取組状況は、ワーキングチーム委員企業・業界団体を通じて把握するとともに、食品各分野に広く普及拡大する方法を検討。
- ・ リスク調査・分析の内容は、事務局案が良いが、主要カテゴリーを優先すること
- ・ 事務局案以外に、必要な調査がないか、委員企業に確認・検討すること

(2)賞味期限延長・年月表示化・・・進捗状況調査

- ・ 事務局案の調査内容を以て、業界団体に実施を依頼する。

(3)フードバンク利用促進・・・先行事例の情報共有

- ・ 第2回会合に先行企業を招き、事例内容を共有。その議論を踏まえて、事例をまとめる

(4)提言の方向性

- ・ 企業のインセンティブが強まるよう、ロス削減に取り組むメリットや意義を強調すること
- ・ 食品ロスの多面的な構造を正しく捉え、特定の問題を過度にフォーカスしないよう工夫

3. その他意見・情報

(1)メーカー

(複数社意見要約)

- ・ 賞味期限延長・年月表示化は、納品期限緩和とセットで進める必要。そうすることでロス削減に有効。
- ・ 賞味期限が短い商品ほど、1ヶ月以上の賞味期限延長が難しい。そのため年月表示化すると賞味期間が短くなる可能性が高い。さらに、年月表示化すると、納品期限管理も月単位となるため、年月表示化のみ行われて、賞味期限延長や納品期限緩和が伴わない場合、流通可能期間が現在よりも短くなり、食品ロスが増える可能性がある。
- ・ (ワーキングチーム委員メーカーにおける)フードバンクの活用は、一部の企業・地域等に限られている。先行企業の取組内容を知りたい。

(調味料)

- ・ 賞味期限延長・年月表示化・納品期限緩和をセットで進めることが大事。それによるロス削減効果は大。年月表示化に移行できる検討・調整を社内で進めている。(味の素)

(菓子・しょう油)

- ・ 賞味期限延長・年月表示化は、すでに一定程度取組が進んでいる。(江崎グリコ、キッコーマン食品)

(清涼飲料)

- ・ 2016年に自社缶コーヒーを年月表示化する予定。(コカ・コーラ CMK)
- ・ 賞味期間12ヶ月以上の商品は、原則年月表示とした。12ヶ月未満の商品の場合、年月表示化によって、却ってロスが増えるリスクもあり、慎重に検討している。(サントリ食品)

(即席食品)

- ・ 賞味期限の短い商品が多く、年月表示化については、賞味期限が短くなるなど却ってロスが増えるリスクもあり、慎重に検討している。(日清食品)

(カレー)

- ・ カレーの賞味期限は1~1.5年と比較的長く、賞味期限や納品期限がロスの発生要因ではないと考えている。
- ・ 賞味期限設定の考え方に関して情報発信を強化。全日本カレー工業協同組合 HP に資料を掲載している。
- ・ 年月表示化も組合で検討している。消費者は年月日表示に慣れ親しんでいる一方で、江

崎グリコでカレー調味料を年月表示化したところ、大きな問題はなかったとの事例もあった。このことから、組合では、「年月表示化は、組合加盟各社において推進するかどうか検討する」こととしている。(以上、ハウス食品)

(缶詰)

- ・ 缶詰の賞味期限は平均3年とすでに長く、賞味期限延長によるロス削減よりも別の方策の方が有効。現在、缶詰業界で、さらに賞味期限延長しようという動きはない。一方、個別商談で納品期限を1/2に緩和している事例はある。(マルハニチロ)

(乳製品)

- ・ 納品期限等によるロスがあるチーズの取り上げを提案したい。(日本乳業協会)

(2)卸売業

(複数社意見要約)

- ・ 納品期限緩和は、緩和実施小売業が少ないと、出荷側の卸売業等の汎用物流センターで出荷期限を変えることができない。多くの小売業で納品期限緩和が行われるよう、取組を広めることが必要。
- ・ 年月表示化は、日付別管理の負担軽減により流通効率化にプラス。自社のセンターは問題なく対応できる。進めてほしい。
- ・ ワーキングチーム委員卸売業におけるフードバンク活用は、テスト運用をはじめた企業(1社)、検討中(1社)、未利用(1社)という状況。

(各社発言)

- ・ ロス発生の大きな要因の1つは、特売などの「放置」である。特売予定数量の変更などからロスが発生する場合があるが、きめこまかくコミュニケーションできていれば、ロスを防げる場合も相当程度ある。(三菱食品)

(3)小売業

(複数社意見要約)

- ・ 納品期限を緩和したワーキングチーム委員小売業からは、現在まで、ロス発生や鮮度の低下等の問題は起きていないとの報告あり。清涼飲料の取組企業数の拡大を検討する考えの企業もあった。
- ・ 賞味期限が伸びない場合に年月表示化を行うと、賞味期限・納品期限が短くなる上、月単位の納品期限設定となるために、却ってロス削減に繋がらないということは理解できる。納品期限緩和、賞味期限延長・年月表示化はセットで考えていくべきだ。
- ・ ワーキングチーム委員小売業では、フードバンク未利用企業が多数。売り切ることを重

視している他、フードバンクでは商品管理に苦勞しているところが多く、活用するのが難しいという意見があった。

(各社発言)

- ・ イオンリテールでは、2016年2月末をメドに、飲料・菓子(賞味期間180日以上)の納品期限を緩和する。(イオンリテール)
- ・ 納品期限緩和によって、実際にメーカーでどの程度食品ロスが削減されたか、明らかにしてほしい。(イオンリテール)
- ・ 納品期限緩和のリスクをマッピングで示すことは、納品期限緩和を広げる上で有意義だ。同様に、年月表示化を広げるために、年月表示化の実現状況も、わかりやすく図示してほしい。(イトーヨーカ堂)
- ・ 年月表示化は、消費者を不安にさせないか、注意深く見ている。どこかでしっかりと趣旨や問題がないことを伝える必要がある。(日生協)

(4)学識経験者

- ・ 賞味期限という言葉は、「デッドライン」の印象が強く、おいしく食べられる期間という本来の意味が伝わりにくいという意見は根強い。
- ・ フードバンクは商品管理やフードバンク間の連携に苦勞している。商品提供側からすると、何らかの法規制のようなものがないと、活用を強化しづらいだろう。利用促進するために期待したい点などを整理してほしい。
- ・ 引き続き検討すべきテーマもある。今後の体制のことも十分検討しなければならない。

以上

4. 出席者（別紙名簿参照）

委員出席者：

【学識経験者】上原座長、牛久保委員、渡辺委員

【メーカー】羽賀委員、井上委員、古川委員、田村委員、前菌委員、矢田委員、深井委員、山本委員、馬上委員

【卸売業】新垣委員、土藏委員、中川委員

【小売業】石川委員、萩原委員、秋谷委員、寺井委員、宮地委員

オブザーバー：

ハウス食品(株)、イオンリテール(株)、(一社)日本有機資源協会、(一社)日本乳業協会、全日本菓子協会、全日本カレー工業協同組合、(公財)日本缶詰びん詰レトルト食品協会、チーズ普及協議会、(一社)日本加工食品卸売協会

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）

畠 幸司（農林水産省農林水産政策研究所 上席主任研究官）

市川 容子（農林水産省農林水産政策研究所 政策研究調査官）

畠 幸司（農林水産省農林水産政策研究所 上席主任研究官）

市川 容子（農林水産省農林水産政策研究所 政策研究調査官）

添野 覚（農林水産省 食料産業局食品製造課企業行動推進班 課長補佐）

佐藤 由香子（農林水産省 食料産業局食品製造課企業行動推進班 係長）

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）

荒井 雅也（経済産業省 商務流通保安グループ 流通政策課 課長補佐）

川嶋 雄作（経済産業省 商務流通保安グループ 流通政策課 係長）

事務局：

加藤 弘貴（(公財)流通経済研究所 専務理事）

石川 友博（(公財)流通経済研究所 主任研究員）

以上