

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム 第2回 加工食品会合

2016年2月18日(木)13:30~15:30

TKP 市ヶ谷カンファレンスセンター 【8F】バンケット B

議事要旨

■議事

1. 農林水産省 情報提供
2. 賞味期限延長・年月表示化進捗状況調査 中間報告
3. 飲料・菓子の納品期限緩和の状況把握 報告
4. 納品期限緩和によるリスク調査・分析 報告
(意見交換)
5. フードバンク利用の先行事例の情報共有
6. 食品ロス削減テーマ企画【食のもったいないを価値へ】の紹介
(質疑応答)
7. ワーキングチーム総括について
(意見交換)

■決定事項・宿題

- 賞味期限延長・年月表示・納品期限緩和の進捗は、委員の確認を得た。
- 納品期限リスク調査・分析は、特売の影響の除外等、実態にさらに近づけて、再度報告する。
- ワーキングチーム総括は、本会合後、委員の意見を集約し、修正し、次回再度提案する。
- 次回会合を3月に開催する。

■発言内容等

1. 農林水産省 情報提供
 - 資料3-1で平成28年度の農林水産省「食品リサイクル促進等総合対策事業」の概要、資料3-2で「食品廃棄物の不適正な転売事案の再発防止のための環境省の対応について(案)のポイント」を説明。
2. 賞味期限延長・年月表示化進捗状況調査 中間報告
 - 資料4により事務局が報告
3. 飲料・賞味期限180日以上菓子の納品期限緩和の状況把握 報告
 - 事務局が口頭で報告
 - 清涼飲料は、14社で緩和実施済み、ないしは行われつつある状況
9社・・・納品期限緩和は実施済み
セブン-イレブン、ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス、デイリーヤマザキ

スリーエフ、イトーヨーカ堂(ヨークマート含む)、東急ストア、ユニー

2社・・・過去から清涼飲料は納品期限が2分の1に近い

ダイエー、マルエツ

2社・・・今後納品期限緩和の予定がある

イオンリテール(2016年3月開始)、ポプラ(2016年4月開始)

1社・・・大手スーパー1社が緩和に向け調整・検討中である

- 賞味期限180日以上菓子類は、3社で緩和実施済み、ないしは行われつつある状況

2社・・・納品期限緩和は実施済み

セブン-イレブン、イトーヨーカ堂(ヨークマート含む)

1社・・・今後納品期限緩和の予定がある

イオンリテール(2016年3月開始)

4. 納品期限緩和によるリスク調査・分析 報告

- 資料5により事務局が報告

(1～4の内容について意見交換)

(1) 味の素

- 年月表示化は2016年度から順次対応すべく社内調整中。食品ロス削減に必要なこと。風調協会等関連協会と連携の上、流通の皆様の協力も頂き前向きに進めていきたい。

(2) 江崎グリコ

- 賞味期限延長・年月表示化・納品期限緩和は、三位一体でぜひ進めていきたい。

(3) キッコーマン食品

- 醤油以外の加工度の高い調味料のフードロス削減が必要と認識。納品期限内に引っかかる商品がある。きめ細かい需給調整が課題。

(4) コカ・コーラカスタマーマーケティング

- 年月表示、現状はいろはす2リットルのみ。賞味期限12ヶ月以上のジョージア缶製品は年内開始予定。
- 納品期限リスク分析については、飲料は販売期間1/6でも十分消化しきると思っていたので意外だった。発注ロットやSKU別といった具合に細かく見ていくと実態がよりわかるだろう。

(5) サントリー食品インターナショナル

- 年月表示は1年以上の商品は基本的に年月表示化に移行していて、2月製造分から、これまでできていなかったSKUも新たに移行。

(6) ハウス食品

- カレー組合では賞味期限の意味合いをHPで発信することなどに取り組んでいる。
- 2015年2月から江崎グリコがカレールーを年月表示化に変えた。その結果、企業にも協会にも問い合わせがなく、問題がないと認識。
- 食品ロス削減に向けて、賞味期限の年月表示化・延長、納品期限見直しに製販配3層が取り組むという動きの中で、カレー組合としても、基本的にこの取組に沿って進む方針が、2016年1月

に理事会にて確認された。

(7) 国分

- 今回のような数字を見たのははじめて。カテゴリーによって消化率の良くないものがあるが、全体的には思った以上に悪くないとの印象。国分としては納品期限緩和に前向きに取り組みたいと考えている。

(8) 三菱食品

- 汎用センターでは、一番厳しい小売業の納品期限に合わせなければならない状況が未だにある。サブカテゴリーごとに納品期限が異なる場合、それをどこまでシステムでコントロールしていくかというのも卸にとって課題。
- 缶詰の PB を生産しており、一部の商品から、賞味期限を統一日付(一番短い日付でその月を表すという形)にしている。問題なくオペレーションできており、今後もこれを広げたい。

(9) 山星屋

- イオンの 3 月から緩和に対応していくが、汎用物流センターが多いため、他の得意先の理解も頂く必要がある。メーカーの協力を頂きながら、支店長・営業担当が理解を得るべく説明に回っているところ。

(10) イオンリテール

- 納品期限緩和を他カテゴリーに広げなければならないと考えている中で、リスク分析のデータを興味深く拝見。販売期間 3 分の 1 と 6 分の 1 との違いを「これだけ」と見るか「こんなに」と見るか、消化率 80 で良しとするか 90 で良しとするか、解釈の検討が必要と思う。
- 特売頻度が高いカテゴリーは消化率が高いと思う。それを勘案し分析すると精度が高まるのではないか。

→ 事務局コメント

- 特売データは除く方法を検討する。
- 基準をどこに置くかは、まさに議論して決めて頂きたいところ。
- 最終的には分析結果をもとに、総括で何らかのメッセージを発したい。

(11) イトーヨーカ堂

- 食品ロス削減として納品期限緩和をしてきたが、販売者側としての検証がまだまだできていないのが実情。
- 今日の話聞き、緩和できるものがまだまだあると感じた。積極的に緩和できるものは緩和を進めていきたいと思っている。
- 我々の検証の結果も、できる限りこの場で報告できればと思っている。

(12) ファミリーマート

- 各メーカーで賞味期限延長が進んでいることを素晴らしく思う。保管・移送方法を工夫して、販売期限を伸ばせないか、小売側として検討したいと感じた。
- 納品期限緩和リスクをここまでデータで示した意義は大きい。弊社も清涼飲料を緩和して 1 年経つので効果検証が必要と感じた。
- リスク分析結果を見ると、一部で消化率の低いカテゴリーが見られた。加工食品は、量販よりコンビニは販売力が劣ることを踏まえると、今後のカテゴリー拡大の検討は慎重に進めていき

たいと思った。

5. フードバンク利用の先行事例の情報共有

(1) サントリーグループのフードバンク活動

- 企業としてロス削減に取り組むもののゼロにはできない。コスト視点だけではなく、「もったいない」視点からフードバンク団体へ食品(清涼飲料)の寄贈を実施している。
- 品質保証の考え方、物流を含めた取り扱い等について寄贈品も市販品と同等であると考えている。なお、賞味期限についてはフードバンク団体による寄贈品選定時点で 1.5 ヶ月以上残っているものを対象としている。
- 寄贈開始にあたっては、寄贈品の安全性の担保、配達記録の発行、問題発生時の対応、ブランド毀損防止や既存流通の妨げにならないようにする対応策を検討した。
- フードバンク団体とは上記対応策遵守に向けて「同意書」を交わすとともに、受贈者に対して適切保管・消費を保証する仕組みを整備する役割を担っていただいている。
- 継続することを主眼とし、寄贈スケジュールを予め決めるなど効率化にも努めている。

(2) 西友のフードバンク活動

- 2009年3店舗で開始、徐々に拡大し、2015年末時点115店舗。
- 社員が自主的に動ける作業量、動く気になる作業内容であることが重要。無理なく小さく始め、既存の仕組みを活用し、感謝が見える化し従業員に伝えることを意識している。
- 2009-10年は3店舗で定着を図った。当初は、2HJが各店で巡回授受を行うやり方であったが、その後、戻り便を活用する方法に変更。物流センターに寄贈品を集めて、物流センターで2HJが引き取ることにした。これにより店舗・寄贈品数を増やすことに成功。
- 13年からはJA甘楽富岡の協力で規格外野菜の寄付も開始。通常品と同じ鮮度管理された状態で出荷された規格外野菜を西友の物流センターで受け、加食の寄贈品と合わせ2HJに渡している。
- 感謝の見える化の具体策として協力店舗における「食品寄附活動通信」(壁新聞)の展開等がある。

6. 食品ロス削減テーマ企画【食のもったいないを価値へ】の紹介

- ヤフオクサイト上で、「リユース! ジャパン プロジェクト」を展開。今後、バナーの場所などをより最適化し、閲覧を増やしたい。「ろすのん」を掲載・紹介している。
- グラウクスはメーカーより協賛価格で提供を受けた商品を消費者に販売し、収益の一部を寄附している。「もったいない」が日々の生活において意識されること、食品産業において計画・見込生産が避け難い中で食品ロス発生が避けられない状況を食品消費者に理解して頂き、発生が避けられない食品ロスの削減に貢献出来ればと考えている。

(5~6の内容について質疑応答)

味の素(質問)

- フードバンクの活用で、サントリーも西友も2HJを選ばれた理由をご教示いただきたい。

西友(回答)

- 東京近郊で取組を行うことを決めたので、それで候補に 2HJ がなり、最後取組先となった。取組開始までは、様々な点をきっちり確認させて頂いた。

7. ワーキングチーム総括について

- 事務局が総括(骨子案)を説明。

(7 についての意見交換)

ファミリーマート(意見)

- 総括についてだが、4 年間の討議で、問題点や阻害要因はある程度明確になってきたとの印象がある。たとえば、これまで検討してきた消費者意識の結果、小売店のオペレーションの実情、新商品の問題など、それらがどのように絡み合っているかを総括において俯瞰的に提示してほしい。そうすることで、今後の協議すべき方向性が見えやすくなるのではないかと思う。

事務局(見解)

- ワーキングチームで明らかにしてきたことが読み手に伝えるよう、総括文を修正したい。

■出席者(別紙名簿参照)

委員出席者：

【学識経験者】 上原座長

【メーカー】 三谷委員、井上委員、古川委員、田村委員、前菌委員、矢田委員、山本委員、馬上委員

【卸売業】 新垣委員、土藏委員、司波委員

【小売業】 石川委員、伊藤委員、荻原委員、松尾委員

事例報告者：

(合)西友、ヤフー(株)、グラウクス(株)

オブザーバー：

日本乳業協会 全日本菓子協会 日本缶詰びん詰レトルト食品協会

日本加工食品卸売協会 日本スーパーマーケット協会 国民生活産業・消費者団体連合会

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)

榎並 智行 (農林水産省 食料産業局 食品製造課 食品企業行動室 調査員)

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)
重富 貴子 ((公財)流通経済研究所 主任研究員)
河野 安彦 ((公財)流通経済研究所 研究員)
下田 佳代子 ((公財)流通経済研究所 研究助手)

以上