

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム（WT）
加工食品の商慣習に関する検討会 第1回会合
議事要旨

日時： 平成29年7月5日（水）9時00分～11時00分

場所： （公財）流通経済研究所 大会議室

《ポイント》

- 今年度の加工食品検討会では、以下の実施をテーマとすることとした。
 - ① 小売業では、すでに納品期限を緩和している企業（GMS、コンビニ等）での品目拡大、及び食品スーパーでの納品期限緩和企業の拡大に向けて、実証実験を行うこと
 - ② メーカーでは「賞味期限の延長」「賞味期限の年月表示化」を進めること
 - ③ メーカー・卸売業では、これまでの納品期限緩和による成果を具体的に示すこと
 - 食品スーパーの検討機会として、SM分科会を7月18日に開催する。
 - 次回の検討会までに、各社で、今年度の取組内容を検討し、その結果を持ち寄る。
 - 事務局が、加工食品の販売期間、及び家庭内在庫期間の調査結果を報告。即食性の高い食品（※1）では、納品期限・販売期限を緩和した場合（※2）でも、「店舗での販売期限内での販売」、及び「家庭での賞味期限内での消費」に及ぼす影響が小さいと考え得ることを確認した。
 - （※1）菓子、飲料、カップ麺、インスタント袋麺、中華料理等の素、調理済みカレーなど
 - （※2）たとえば、納品期限1/2残しで販売期限1ヶ月残し、および納品期限1/2残しで販売期限を1/4残し、など
-

1. 今年度のWTの進め方について（事務局より説明）

- 加工食品の検討会（年3回）、消費者理解促進に関する検討会（年2～3回）を開催予定。
- 加工食品については、食品スーパーの取組促進に向けた意見交換の場として「SM分科会」も開催する（7月18日）。
- 加工食品の検討テーマは、①納品期限の緩和、②賞味期限の延長と年月表示化の推進としたい。
- 納品期限緩和については、①清涼飲料及び菓子（賞味期限180日以上）の納品期限緩和実施企業の拡大、②納品期限緩和対象品目の拡大を図りたい。そのための実証・シミュレーションにご協力をお願いしたい。

2. 加工食品の販売期間、及び家庭内在庫期間の調査結果報告（事務局より説明）

- 小売POSデータ分析によれば、加工食品の多くのカテゴリーが、納品から30日以内で納品数の9割が販売されていることが示された。
- 家庭内での「商品の使い切り」データ分析によれば、菓子、清涼飲料、調理食品、即席麺の平均在庫日数は30日前後内であり、賞味期限日数の4分の1までの期間に、購買した商品の90%が使い切られていることが示された。調味料・油脂は、平均在庫日数が60日を超え、90%の家庭が使い切るまでの期間が長い。
- 上記の結果、菓子、清涼飲料、調理食品、即席麺などの即食性の高いカテゴリーは、納品期限を賞味期限の1/2残し緩和または販売期限の緩和を行った場合であっても、小売業者や消費者が賞味期限内に販売・消費することへの影響は小さいと考えられる。これらのデータを参考に、即食性の高いカテゴリーを中心に納品期限の見直しを進めていただきたい。

3. 今年度の具体的な進め方について（参加者による意見交換）

（メーカー）

- 年月表示化は、設備投資負担を伴うが、流通全体の効率化に資するとの思いで取り組んでいる。
- この春から3品目を先行して年月表示化したのが、消費者からの問い合わせ・売上への影響はなく順調である。
- 納品期限緩和による川上での効果はしっかり整理し、小売業が十分納得の上で、納品期限緩和に取り組んでいただけるようにしたい。専用センター向け経路であれば効果を検証できると思う。
- 当社は賞味期限延長を実施した。その効果も出せればと思う。
- TV等のマスコミを巻き込んだ、消費者への啓発が必要。

（卸売業）

- 納品期限緩和・年月表示化ともに卸売段階でも効果が出るが、検証ができていないのが現状であり、しっかり検証したい。
- 賞味期限の延長に伴い、センター内で賞味期限の異なる商品が混在することによる作業増を避けるため、JANコードとITFコードを賞味期限に合わせて変えてほしい（希望）。
- 専用センター向け経路であれば効果を検証できると思うが、過去の製造年月日別の入荷・出荷・返品データが残っているかどうかによる。いずれにしても何らかの効果検証方法を検討したい。

（小売業）

- これまでの納品期限緩和の効果検証が不十分である。これまでの取組拡大が限定的である理由の1つではないか。社内外に対する説得材料が少ない。
- WRAPなどでは成果のあった結果を公表している。これにより取組会社のステータスが上がり、取組が更に進む。そうなるような分析・周知面のサポートを事務局

に期待する。

- 当社では、2年前からトップから、納品期限の見直しに早期に取り組むよう指示を受けており、今後、同業他社と議論を重ね、極力迅速に対応したい。
- 納品期限緩和は、店舗の販売期限を考慮し、ロスが増えないように進める必要がある。とくに現在、店舗の人件費コストが上昇しており、極力店舗のロス・廃棄を削減することが不可欠な状況となっている。

(有識者・農水省・事務局)

- 納品期限緩和と年月表示化をセットで進めることは、流通全体のためになり、各社の利益にもつながってくると考えている。そうなるように進めたいし、各社の協力をお願いしたい。
- 卸売業からメーカーへの返品は871億円あり、これに金利、在庫、廃棄、物流コストが加わり、サプライチェーン上の問題となっている。日用品では近年改善傾向にあるが、食品では改善していないのが現状。返品の要因の2割は納品期限切れであり、納品期限の見直しにより、サプライチェーンの効率化が進む。店舗からは余り見えない問題だが、状況ご理解の上、引き続きご協力をお願いしたい。

4. 今後の予定

- 第2回検討会は平成29年10月に開催予定。
- 食品ロス削減に向けた各社の検討状況を確認するとともに、実証実験や実態調査の内容等を検討する。

本件の問合せ先

公益財団法人流通経済研究所 流通開発研究室 石川・加藤（弘之）

電話： 03-5213-4533 Eメール:tomohiro_ishikawa@dei.or.jp

以上