

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

本年度の日配品の取組案

2015年11月12日

公益財団法人流通経済研究所

目次

1. 2014年度の日配品の検討成果

(1)取組内容

(2)とりまとめ(抜粋)

2. 本年度の方針・考え方

3. 本年度の取組案

(1)優良事例調査

(2)より多くの小売業でのもったいないキャンペーンの展開

(3)提言のとりまとめ

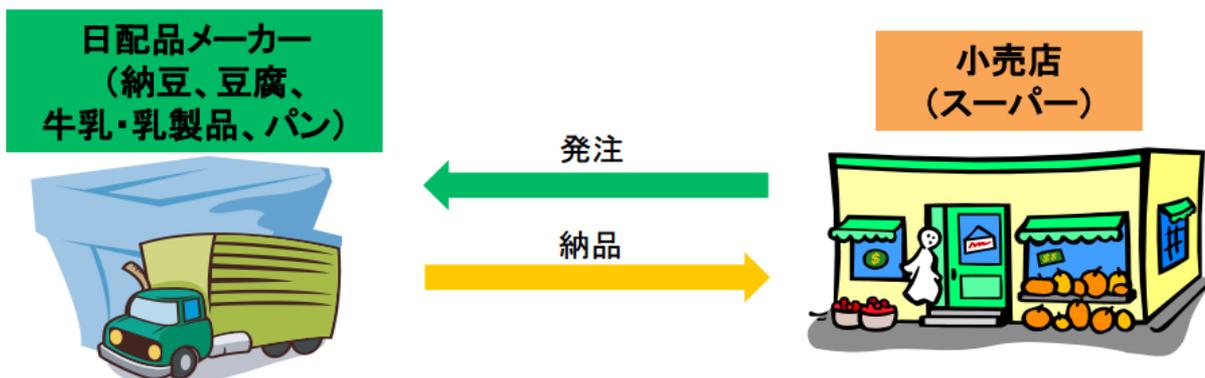
4. スケジュール

1. 2014年度の日配品の検討成果

(1)取組内容

- 日配品の食品ロスの全国発生量を推計 メーカー約 25 億円／6,500トン 小売約 76 億円／18,600トン
対象商品:パン、豆腐、乳製品、納豆など 対象流通:主にスーパーと生協
- イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂、(株)東急ストアで「もったいないキャンペーン」を実施し、ロス削減効果を確認
店頭で新たな消費者コミュニケーションを実施、消費期限の近づいた日配品の購買を呼びかけ
- シンポジウム開催 東京170名 大阪56名が参加

日配品の食品ロス 全国発生量の調査・推計結果



もったいないキャンペーン



(東急ストア宮前平店の様子)



(イトーヨーカ堂 葛西店の様子)



(イオン幕張新都心店の様子)

メーカー余剰生産率
 パン:0.4%
 豆腐:0.4%
 牛乳・乳製品:0.07%
 納豆:0.05%

4カテゴリーの食品ロス推計
 約6,500トン
 (約25億円)

スーパー店頭廃棄率
 パン:0.61%、豆腐:0.75%
 牛乳:0.24%、納豆:0.5%
 ヨーグルト:0.38%
 洋菓子:0.92%
 魚肉加工品:0.69%

店頭食品ロス推計
 約18,600トン
 (約76億円)

画像出所:農林水産省(2015)『食品ロスの削減に向けて～食べものに、もったいないを、もういちど。～』http://www.jora.jp/26_syokuhin_sien/pdf/150317_19_01syoku-loss-sakugen.pdf

1. 2014年度の日配品の検討成果

(2)とりまとめ(抜粋)

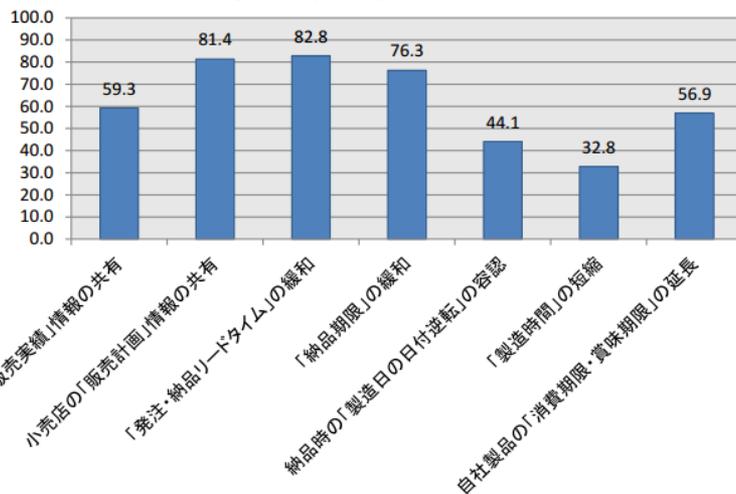
- 優良事例を共有しながら、販売実績・特売計画情報共有の効果的な進め方の検討
- 小売業における需要予測精度の向上、売価のきめ細かい調整の強化を進めつつ、極端に短い発注リードタイムの改善の検討
- より多くの小売業での売切促進キャンペーン展開、消費者への情報提供強化

2014年度 日配品の食品ロスに関する実態調査結果の概要

メーカーが食品ロス削減に有効と評価する方策

- ・「発注・納品リードタイムの緩和」
- ・「販売計画情報の共有」
- ・「納品期限の緩和」

単位: %

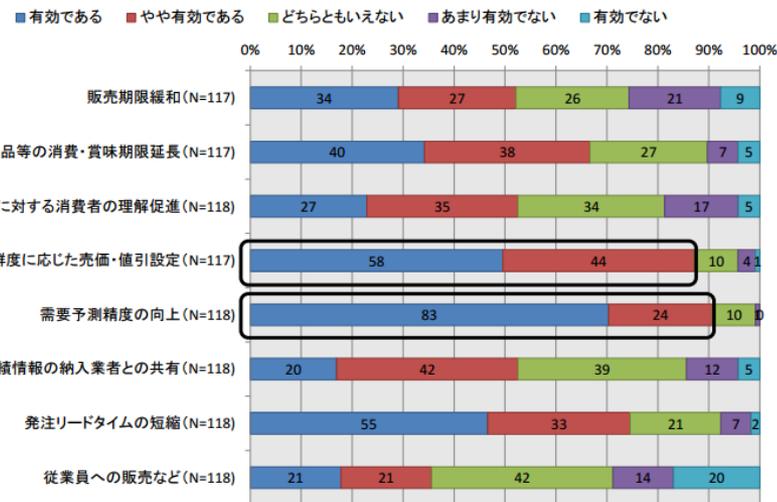


メーカーの食品ロス削減事例(自由回答) ※多かった意見

- ・ 小売店販売実績データ共有による見込生産量の精緻化
- ・ 早めの確定発注
- ・ 小売店の特売・販促情報の早めの共有

小売業が食品ロス削減に有効と評価する方策

- ・「商品鮮度に応じた売価・値引設定」
- ・「需要予測精度の向上」



小売業の食品ロス削減事例(自由回答) ※多かった意見

- ・ 商品鮮度に合わせたきめ細かな値引・段階値引の実施
- ・ 値引のマニュアル整備
- ・ 需要予測精度向上のためのPOSデータ活用・人材育成

2. 本年度の方針・考え方

1. 日配品の食品ロス削減の優良事例の収集・分析、実務への示唆の整理

昨年度提示された日配品の食品ロス削減の論点について、各社が理解・実行できる一連の情報・具体案を示すことで、日配品の食品ロス削減が進むようにしたい

2. もったいないキャンペーンの普及拡大について

小売業がキャンペーンを理解・実行できる一連の情報をより広く収集し、普及拡大が進むようにしたい

3. 今後の推進体制と普及拡大の推進方針

加工品の検討結果と併せて、これまでの取組を総括し、企業が持つべきスタンスをあらためて提示するとともに、今後の推進体制と普及拡大の推進方針を示したい

3. 本年度 取組案

1. 優良事例調査

2. より多くの小売業でのもったいないキャンペーンの展開

3. 提言のとりまとめ

3. 本年度の取組案

(1)優良事例調査

主要テーマの優良事例を分析し、事業者が理解・参考にできる一連の情報を整理する。

優良事例調査のテーマ・実施方法

- テーマおよび事例数
 1. 販売実績・計画情報の共有 1事例
 2. 発注リードタイム 1事例
 3. その他の商慣習改善 1事例
- 方法
 - － 優良事例のリストアップ
 - － ヒアリング企業の確定
 - － ヒアリングの実施
 - － 示唆、手順などの整理
- 事例の整理の仕方
 - － 経緯
 - － 実行体制
 - － 方法・手順
 - － 成果、今後考えていること

3. 本年度の取組案

(1)優良事例調査 優良事例調査のテーマ・候補企業 ※調整中
以下のテーマ・企業が候補である。現在、依頼・調整中である。

優良事例調査のテーマ・候補企業 ※調整中

- 販売実績・計画情報の共有(新商品) 1事例
→新商品:ファミリーマートとパンメーカーとの取組(調整中)

- 発注リードタイムの改善 1事例
→イオンリテールの取組(調整中)

- その他の商慣習改善 1事例
→豆腐メーカーとスーパーとの取組(調整中)

3. 本年度の取組案

(1)優良事例調査 優良事例① 販売実績・計画情報の共有 ※調整中
事例の概要と、今後の分析・示唆抽出のイメージは、以下の通りである。

事例の概要と、今後の分析・整理のイメージ

■ 事例の概要

- テーマ:「ファミリーマートとパンメーカーとの取組」(調整中)
 - ・ コンビニエンスストアの新商品の発注に係るデータをメーカーと共有することによる発注予測の精緻化(案)
- 概要
 - ・

■ 今後の分析・整理のイメージ

- 経緯
- 実行体制
- 方法・手順
- 成果、今後考えていること

3. 本年度の取組案

(1)優良事例調査 優良事例② 発注リードタイム:イオンリテール ※調整中

事例の概要と、今後の分析・示唆抽出のイメージは、以下の通りである。

事例の概要と、今後の分析・整理のイメージ

■ 事例の概要

- テーマ:「イオンリテールの日配品の定番・特売の週次発注の取組」(調整中)
- 概要

■ 今後の分析・整理のイメージ

- 経緯
- 実行体制
- 方法・手順
- 成果、今後考えていること

3. 本年度の取組案

(1)優良事例調査 優良事例③ その他の商慣習改善：豆腐メーカー ※調整中
事例の概要と、今後の分析・示唆抽出のイメージは、以下の通りである。

事例の概要と、今後の分析・整理のイメージ

■ 事例の概要

- テーマ:「豆腐メーカーとスーパーとの納品期限緩和の取組」(案)
- 概要

■ 今後の分析・整理のイメージ

- 経緯
- 実行体制
- 方法・手順
- 成果、今後考えていること

3. 本年度の取組案

(2)より多くの小売業でのもったいないキャンペーンの展開

昨年度に効果が確認されたもったいないキャンペーンの取組をさらに広げ、今後の食品ロス削減に関する消費者理解の促進につなげる。

本年度のキャンペーンの実施案

- 実施企業数 5社程度
- 実施時期 2015年12月～2016年2月
 - － 昨年の経験を踏まえると、スーパーは2016年1月下旬頃を想定
- 商品
 - － パン
 - － 豆腐
 - － 納豆
 - － 牛乳、乳製品

3. 本年度の取組案

(3)提言のとりまとめ

調査、キャンペーン、ワーキングチームでのディスカッションを踏まえて、日配品の2014年度・2015年度の取組について、以下の視点で提言を整理する。

提言とりまとめイメージ(案)

1. ワーキングチームでのこれまでの検討成果
2. 基本的な考え方
業界・事業者が持つべきスタンスの提示
3. 商慣習改善の効果的な取組方法の例示
優良事例調査で得られた、実務への示唆を整理
4. もったいないキャンペーン(小売業での売切促進キャンペーン)の普及拡大に向けた推進方針

4. スケジュール

■ 2015年11月

- 第1回会合
 - ・ 今年度テーマの決定
 - ・ 調査事例案の決定
- 優良事例調査開始

■ 2016年1月

- もったいないキャンペーン開始

■ 2016年1～2月

- 実施結果の整理等(事務局)
- 第2回会合
 - ・ 実施結果の共有
 - ・ 提言とりまとめに向けたディスカッション

■ 2016年3月

- 第3回会合
 - ・ 提言内容の決定