

食べものに、
もったいないを、
もういちど。
NO-FOODLOSS PROJECT

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

本年度の加工食品の取組案

2015年11月26日

公益財団法人流通経済研究所

目次

1. 2014年度の加工食品の検討成果

(1)検討体制

(2)取組内容

(3)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)飲料・菓子の納品期限緩和の状況把握

(2)納品期限緩和によるリスク調査・分析

(3)賞味期限延長の進捗状況調査

(4)年月表示化の進捗状況調査

(5)フードバンク利用の先行事例の情報共有

(6)商慣習検討ワーキングチーム 提言のとりまとめ

4. スケジュール

1. 2014年度の加工食品の検討成果

(1)検討体制

■ 個別企業では解決が難しい過剰在庫や返品等に起因する食品ロス等をフードチェーン全体で解決していくため、製造業・卸売業・小売業が一同に会して、検討を重ねている。

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

【目的】 食品ロス削減のための商慣習について検討

【構成】 食品製造業、食品卸売業及び食品小売業の企業・団体、学識経験者

【事務局】 流通経済研究所（農林水産省補助事業）

【参加企業】

■食品製造業（12社・団体）		■食品卸売業（3社）	
・味の素(株)	（風味調味料協議会）	・国分(株)	（日本加工食品卸協会）
・江崎グリコ(株)	（全日本菓子協会）	・三菱食品(株)	（日本加工食品卸協会）
・キッコーマン食品(株)	（日本醤油協会）	・(株)山星屋	（全国菓子卸商業組合連合会）
・コカ・コーラカスタマーマーケティング(株)	（全国清涼飲料工業会）	■食品小売業（5社）	
・サントリー食品インターナショナル(株)	（全国清涼飲料工業会）	・イオンリテール(株)	（日本チェーンストア協会）
・日清食品(株)	（日本即席食品工業協会）	・(株)イトーヨーカ堂	（日本チェーンストア協会）
・ハウス食品(株)	（全日本カレー工業協同組合）	・(株)東急ストア	（日本スーパーマーケット協会）
・(株)マルハニチロ食品	（日本缶詰協会）	・(株)ファミリーマート	（日本フランチャイズチェーン協会）
・山崎製パン(株)	（日本パン工業会）	・日本生活協同組合連合会	
・タカノフーズ(株)	（全国納豆協同組合連合会）		
・日本豆腐協会			
・日本乳業協会			

検討経緯

【平成24年度】

10月3日 第1回WT開催
 11月2日 第2回WT開催
 1月18日 第3回WT開催
 2月22日 第4回WT開催
 3月5日 中間とりまとめ公表

【平成25年度】

11月15日 第1回WT開催
 12月11日 第2回WT開催
 3月13日 第3回WT開催
 3月26日 とりまとめ公表（食品ロス削減シンポジウム）

【平成26年度】

7月24日 第1回WT(加工食品)開催
 10月3日 第2回WT(日配品)開催
 10月16日 第3回WT(加工食品)開催
 2月5日 第4回WT(日配品)開催
 3月6日 第5回WT(全体)開催
 3月17日 とりまとめ公表（食品ロス削減シンポジウム）

1. 2014年度の加工食品の検討成果

(2)取組内容 ①加工食品の納品期限について

- 2013年度のパイロットプロジェクトの結果、納品期限緩和は食品ロス削減に相当の効果(飲料と賞味期間180日以上菓子で約4万トン)。飲料・賞味期間180日以上菓子は、納品期限緩和を推奨。
- 意識の高いスーパー、コンビニから納品期限緩和を順次実施。

納品期限見直しパイロットプロジェクト(35社)の結果

【食品製造業】
鮮度対応生産の削減など未出荷廃棄削減

【物流センター】
納品期限切れ発生数量の減少、返品削減

【小売店頭】
飲料及び賞味期間180日以上菓子は店頭廃棄増等の問題なし

【該当食品全体への推計結果】
飲料:約 4万トン(約71億円)
菓子:約 0.1万トン(約16億円)
(180日以上)
⇒合計:約4万トン(約87億円)

事業系
食品ロスの
1.0%~
1.4%

飲料・菓子の納品期限緩和を推奨

実運用問題なし

納品期限を見直した企業

イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー、セブン-イレブン・ジャパン、サークルKサンクス

納品期限見直しを予定している企業

ファミリーマート、ミニストップ、ローソン

※日本フランチャイズチェーン協会がリーダーシップを発揮して、加盟コンビニチェーンの取組推奨

1. 2014年度の加工食品の検討成果

(2)取組内容 ①加工食品の納品期限について

納品期限緩和状況

社名	対象商品	開始時期	実施地域
株式会社イトーヨーカ堂	飲料(ドライ飲料) 菓子(賞味期限180日以上)	2013年9月	全店
ユニー株式会社	飲料(ドライ飲料、主要メーカー5社分)	2013年9月	中京2センターの管轄店舗
株式会社東急ストア	飲料(ドライ飲料、主要メーカー5社分)	2013年8月	全店
株式会社サークルKサンクス	飲料(ソフトドリンク)	2015年3月	全店
株式会社セブン-イレブン・ジャパン	飲料(ドライ飲料) 菓子(賞味期限180日以上)	2014年11月	全国 全店舗
株式会社ファミリーマート	飲料(ドライ飲料)	2015年4月	全国 全店舗
ミニストップ株式会社	飲料(主要メーカー2-3社で実施検討)	2015年度中開始目標	
山崎製パン(株) デイリーヤマザキ事業統括本部	飲料(ドライ飲料)	2015年4月から実施	全国 全店舗
株式会社ローソン	飲料(ソフトドリンク)	2015年4月から実施	全国 全店舗

(注) 製・配・販連携協議会・加工食品WGと食品ロス削減のための商慣習検討WTの共同取りまとめによる。

1. 2014年度の加工食品の検討成果

(2)取組内容 ②賞味期限延長、年月表示化、期限表示に関する消費者理解の推進

賞味期限延長、年月表示化の実現状況

賞味期限延長

- 2009年1月～2013年11月
958品目延長
 - 2013年12月～2014年10月
199品目延長
 - 今後227品目予定
(菓子・飲料等)
- ・日本即席食品工業会では、これまでの製造技術や包装技術の進歩から、賞味期限の延長が可能との結論を得たため、平成25年6月に「即席めんの期限表示設定のためのガイドライン」を改訂。平成26年春より、賞味期限を1～2ヶ月延長したカップめんや袋めんが登場。

賞味期限の年月表示化

- 2009年1月～2013年11月
50品目切り替え
 - 2013年12月～2014年10月
159品目切り替え
 - 今後81品目予定(飲料・菓子等)
- ・日本醤油協会では、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際、過度に厳しい日付管理が深夜・早朝操業や返品等の原因となっていたことに鑑み、賞味期限が3か月超のものは、原則として年月表示。
- ・平成25年5月製造分より、飲料大手5社の国産水2Lペットボトルで年月表示に切り替え。平成26年6月製造分より、麒麟、サントリーの缶コーヒー、茶などで順次切り替え。

※ 公益財団法人流通経済研究所調べ(2015年)

1. 2014年度の加工食品の検討成果

(2)取組内容 ②賞味期限延長、年月表示化、期限表示に関する消費者理解の推進-事例

2014年4月 日清食品(株) 賞味期限延長

NEWS RELEASE NISJIN 日清食品株式会社

2014年1月30日

食品ロスの削減に向けて
インスタントラーメンの賞味期限延長について
2014年4月1日製造品より

【賞味期限延長の概要】
弊社では賞味期限をカップ麺は1カ月、袋麺は2カ月延長します。

[1]開始時期
2014年4月1日以降の製造品から実施

[2]対象品と新たな賞味期限

カップ麺：製造日より6カ月(従来は5カ月)
袋麺：製造日より8カ月(従来は6カ月)

※1 サイリウムヌードル(特定保健用食品)を除く、カップ麺、袋麺
※2 参考URL <http://www.instantramen.or.jp/about/news/news131108.html>
<http://www.instantramen.or.jp/outline/outline15.html>

(画像出所) 日清食品HP

2014年6月 清涼飲料 缶コーヒーの年月表示化

- キリンビバレッジ 缶コーヒー「ファイア」など(ギフト用商品を除く)
- サントリー食品インターナショナル 缶コーヒー「ボス」、「サントリーウーロン茶」など

賞味期限設定の情報提供 (全日本菓子協会・菓子メーカー)

保存試験の設計

- Step1: 類似商品や予定販売期間を考慮して、賞味期限を仮設定する。
- Step2: 安全係数を考慮して保存試験の期間を決める。
- Step3: 消費者にわたるまでの過程・環境と商品特性を考慮して保存条件を決める。
- Step4: おいしさの評価項目を決める。
- Step5: おいしさの変化を捉えるために測定を行う適切な時点を決める。

保存試験の分析例

保存試験では時間の経過ごとに以下の様な確認を行います。

●おいしさ(一般例)

味	官能評価、油脂分析	変化は許容内か。油脂分が劣化していないか。異味は発生していないか。
香り	官能評価	香りの減少は許容内か。香りの変化はないか。異臭は無い。
食感	官能評価、水分値分析	食感が変化していないか。湿気ていないか。ボンボンしていないか。硬くなっていないか。
外観	官能評価(形状、色)	形状が変化していないか。割れ・ほがれなどが発生していないか。色が薄くなっていないか。褐変していないか。

●安全性

微生物分析	一般生菌数、カビ・酵母(腐敗などの原因)
油脂分析	油脂の酸化

※分析: 自社又は外部分析機関による。 ※官能評価: 自社/パネル-複数名による評価。

長期間経過したお菓子のおいしさ変化

チョコレート

- 香気成分が揮発する(香りが弱まる)。
- プルムの発生(白色化、口どけ、風味が変化する)。
- ナッツ類やホワイトチョコの油脂分の劣化により風味が変化する。

ビスケット

- 香気成分が揮発する(香りが弱まる)。
- 吸湿により食感が変化する。
- 油脂分の劣化により風味が変化する。

スナック

- 油脂分の劣化により風味が変化する。
- 吸湿により食感が変化する。

お菓子を保管する際のお願い

○ **パッケージ記載の保存方法(温度等)を守る**
チョコレートは高温でとけるため、高温にならないように保管してください。一旦、とけたチョコレートを再度冷やしても当初のおいしさとは異なるものになります。他の菓子についても、製品に表示されている保存方法を守ってください。

○ **高温・多湿及び直射日光はさける**
高温・多湿及び直射日光が当たる状態で長く置くと、香りが弱くなる(味が薄く感じられる)ようになり、酸化により風味が変化する場合があります。製品が湿気ることで食感が変わったり、変形することがあります。車の中は非常に高温になりますので、ご注意ください。また、開封後はできるだけお早めにお召し上がりください。

(画像出所) 江崎グリコHP

1. 2014年度の加工食品の検討成果 (2)とりまとめ(抜粋)

2014年度の検討成果として、以下を骨子とした「とりまとめ」を公表している。

2014年度 ワーキングチーム とりまとめ(抜粋)

- 納品期限緩和
 - － 飲料・菓子(賞味期限180日以上)の納品期限緩和実運用の拡大、品目拡大
- 賞味期限延長、年月表示化、期限表示に関する消費者への情報提供強化
 - － 引き続き取り組みを継続し、進捗状況を、団体・企業毎に発信・公表
- フードバンク活用の促進
- 食品ロス削減に関する消費者理解の促進
 - － 食品ロスの実態、食品ロス削減の重要性
 - － 食品の期限表示に関する理解
 - － 食品ロス削減に向けた事業者の取り組みに関する理解 など

2. 本年度の方針・考え方

■ 納品期限緩和について

－ 状況把握

- 飲料・菓子(賞味期間180日以上)の納品期限緩和の取組状況を把握するとともに、問題発生の有無を確認し、引き続き実運用の拡大を図りたい

－ リスク調査・分析

- 加工食品の品目別に、納品期限緩和によるリスクを調査・分析。
- 納品期限緩和の実現可能性(問題発生リスクが少ない品目)を示唆する資料を作成し、提示したい。
- それを以て、納品期限緩和に関する事業者理解を進め、業界全体への取組拡大につなげたい

■ 賞味期限延長について

－ 進捗状況を調査・把握し、業種・企業毎に発信・公表したい

■ 年月表示化について

－ 進捗状況を調査・把握し、業種・企業毎に発信・公表したい

■ フードバンクの利用促進について

－ 先行事例の情報を共有し、フードバンクの利用促進につなげたい

■ 提言について

- － 世界的に食品ロス削減への取組みが進みつつある中で、製配販各社が持つべきスタンスをあらためて提示
- － ワーキングチームのこれまでの取組を総括した上で、今後の普及拡大に向けた推進方針を示したい

3. 本年度 取組案

- (1) 飲料・菓子の納品期限緩和の状況把握
- (2) 納品期限緩和によるリスク調査・分析
- (3) 賞味期限延長の進捗状況調査
- (4) 年月表示化の進捗状況調査
- (5) フードバンク利用の先行事例の情報共有
- (6) 商慣習検討ワーキングチーム 提言のとりまとめ

3. 本年度の取組案

(1)飲料・菓子の納品期限緩和の状況把握

- 飲料・菓子(賞味期間180日以上)の納品期限緩和の取組状況を把握する

アウトプットイメージ

社名	対象商品	開始時期	実施地域	問題発生の有無	課題・今後の対応

3. 本年度の取組案

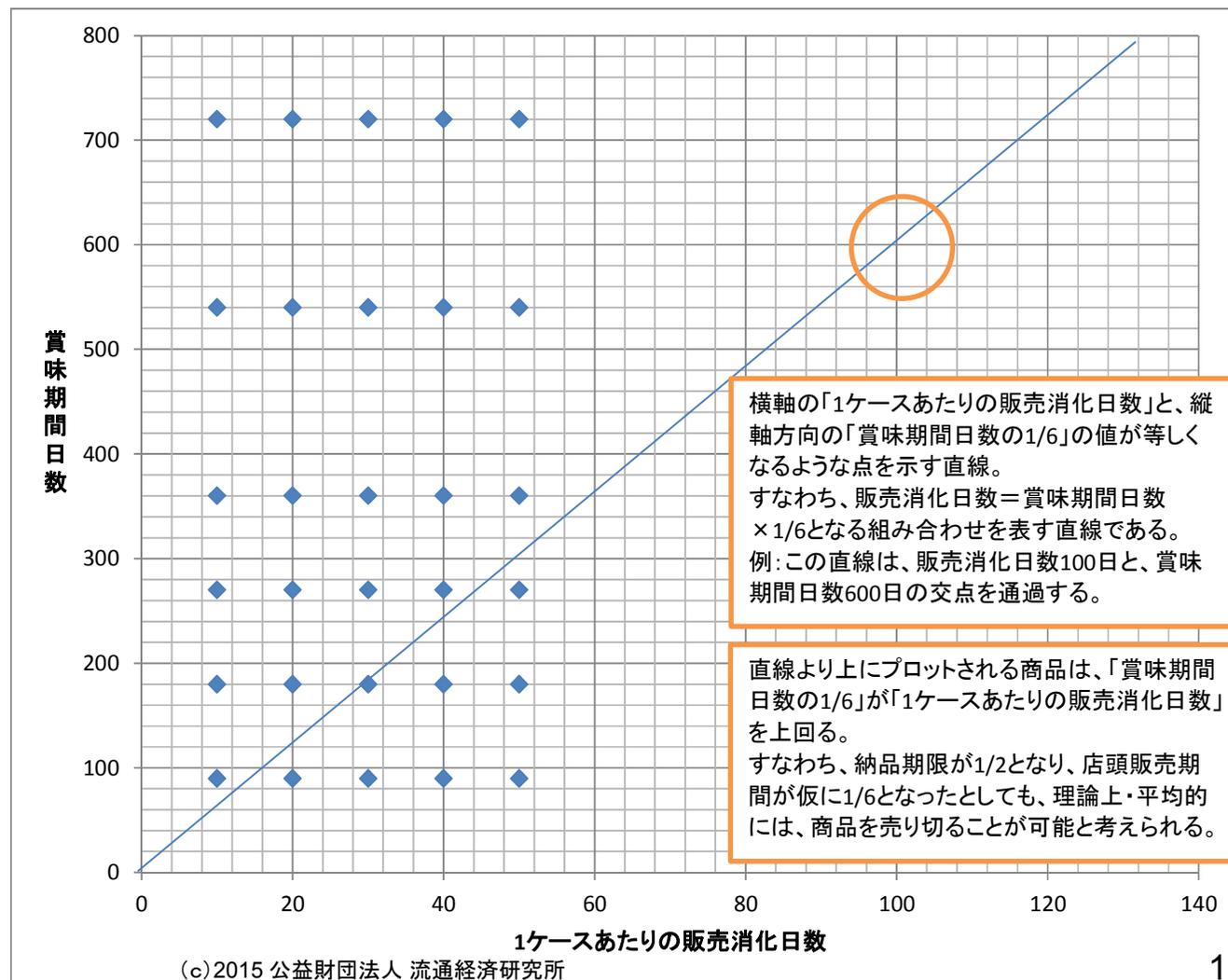
(2)納品期限緩和によるリスク調査・分析

- 加工食品の品目別に、商品特性を分析し、納品期限緩和による問題発生リスクの少ない品目、納品期限緩和に馴染みにくい品目・条件等を整理。
- 納品期限を緩和した場合に効果があり、かつ問題が少ない品目をわかりやすいチャートで示し、納品期限緩和に関する事業者理解の拡大を図る。

調査項目

- 対象範囲
 - 加工食品の主要品目
- 調査項目
 - 販売消化
 - 賞味期間

アウトプットイメージ



3. 本年度の取組案

(3)賞味期限延長の進捗状況調査

- 各業界団体の協力のもと、賞味期限延長への取り組みについての調査を実施し、現状・進捗を把握する。

調査方法

- 調査方法
 - 業界団体のご協力を得て実施したい
 - メール等調査
- 対象業界団体
 - 風味調味料協議会
 - 全日本菓子協会
 - 全国清涼飲料工業会
 - 全日本カレー工業協同組合
 - 上記は昨年実施団体。本年度できれば実施団体を広げたい
- 対象者
 - 団体参加企業
- 調査期間
 - 2015年12月～2016年1月31日

アウトプットイメージ

品目		賞味期間日数 ※延長実施後	全アイテム数 (2015年 10月末時点)	新規賞味期限延長実施 (2014年11月～2015年10月)	
大分類	小分類			アイテム数	実施比率
A	a-60	60			
	a-90	90			
	a-150	150			
	a-180	180			
	a-240	240			
	a-270	270			
	a-365	365			
	a-450	450			
	a-540	540			
	a-720	720			
B	b-60	60			
	b-90	90			
	b-150	150			
	b-180	180			
	b-240	240			
	b-270	270			
	b-365	365			
	b-450	450			
	b-540	540			
	b-720	720			

3. 本年度の取組案

(4)年月表示化の進捗状況調査

- 各業界団体の協力のもと、賞味期限の年月表示化への取り組みについての調査を実施し、現状・進捗を把握する。

調査方法

アウトプットイメージ

- 調査方法
 - 業界団体のご協力を得て実施したい
 - メール等調査
- 対象業界団体
 - 風味調味料協議会
 - 全日本菓子協会
 - 全国清涼飲料工業会
 - 全日本カレー工業協同組合
 - 上記は昨年実施団体。本年度できれば実施団体を広げたい
- 対象者
 - 団体参加企業
- 調査期間
 - 2015年12月～2016年1月31日

品目		賞味期間日数 ※年月表示化 実施後	2015年10月末時点				新規年月表示化実施 2014年11月～2015年10月	
大分類	小分類		全アイテム数	年月日表示 アイテム数	年月表示 アイテム数	年月表示比率	アイテム数	実施比率
A	a-60	60						
	a-90	90						
	a-150	150						
	a-180	180						
	a-240	240						
	a-270	270						
	a-365	365						
B	a-450	450						
	a-540	540						
	a-720	720						
	b-60	60						
	b-90	90						
	b-150	150						
	b-180	180						
	b-240	240						
	b-270	270						
	b-365	365						
b-450	450							
b-540	540							
b-720	720							

3. 本年度の取組案

(5)フードバンク利用の先行事例の情報共有

先行事例の情報を共有し、事業者が理解・参考にできるように整理してフードバンクの利用促進につなげたい。

優良事例調査のテーマ・実施方法

■ 方法

- 優良事例のリストアップ
- ヒアリング企業の確定 (1事例)
- 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

(6) 商慣習検討ワーキングチーム 提言のとりまとめ

- 調査、分析、ワーキングチームでのディスカッションを踏まえて、以下の項目について整理し、提言のとりまとめを行う。

商慣習検討ワーキングチーム 全体のとりまとめ項目(案)

1. 加工食品の納品期限の見直し
2. 賞味期限の見直し、賞味期限設定の考え方等の情報提供
3. 賞味期限の年月表示化
4. 日配品のロス削減
5. フードバンクの利用促進
6. その他の食品ロス削減に向けた取組
7. 今後の推進方針

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
 - 調査内容の決定
- 調査開始

■ 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
 - フードバンク事例情報の共有
 - 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