



**食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム
今年度の体制、進め方（案）**

**平成30年5月29日（火）
公益財団法人流通経済研究所**

1 平成29年度WTのとりまとめ（抜粋）（本年度以降の取り組みの内容として提言）

加工食品（ドライ）

- ① 中間流通における納品期限のあり方の検討
 - 地域を限定し、卸売業の汎用物流センターおよび小売店への納品期限を緩和し、その効果等を検証することや、中間流通における在庫日数等の実態を把握することなどを通じ、中間流通における適正な納品期限のあり方について検討し、今後のあり方や方策をとりまとめる。
- ② 加工食品の納品期限緩和取り組み企業の拡大に向けた検討
 - 食品スーパーの中で、納品期限を緩和した小売業を対象に、納品期限緩和による食品ロス削減効果を検証する。また、検証結果は、業界全体への普及効果を高めるため、重量だけでなく、企業に対する訴求力の高い金額等で明示する。
- ③ 加工食品の納品期限の緩和の品目拡大の検討
 - 品目拡大については、小売店舗における廃棄量が増加しなかったということについて十分な検証までできていないことや、まだ実証実験が終了していない小売店もあるため、平成30年度も引き続きその検証を行う。
- ④ 賞味期限の年月表示化の拡大に向けた検討
 - 賞味期限延長・年月表示化の実態を把握しつつ、年月・日まとめ表示化の効果的な導入方法（たとえば、年月表示化によるオペレーションの効率化とトレーサビリティ確保の両立策など）等に関する普及啓発を図り、取り組み拡大を促すとともに、事例共有や、成果の見える化を図る。
- ⑤ ロス削減に向けた発注精度向上のための製・配・販の連携のあり方の検討（主に日配品）
 - 食品ロス削減のためには発注精度の向上が重要であり、そのための製・配・販の連携が大切である。そこで、平成26年度の日配品の実態調査なども踏まえた上で、賞味期限が短く、食品ロスが発生しやすい、日配品等の食品ロス削減に向けた実証を行う。

日配品

その他、商慣習の見直しに取り組む企業の拡大のために具体的にどのような取組み、施策をすべきか、従来方法の深堀、新たなアプローチの模索・検討する。

2 検討体制案

加工食品の商慣習に関する検討会

座長:専修大学 商学部長 教授 渡辺達朗先生

参加企業	
味の素(株)	風味調味料協議会
江崎グリコ(株)	全日本菓子協会
コカ・コーラボトラーズジャパン(株)	(一社) 全国清涼飲料工業会
サントリー食品インターナショナル(株)	
日清食品(株)	(一社) 日本即席食品工業協会
(株)マルハニチロ	(公財) 日本缶詰びん詰レトルト食品協会
国分グループ本社(株)	(一社) 日本加工食品卸協会
三菱食品(株)	
(株)山星屋	全国菓子卸商業組合連合会
イオンリテール(株)	日本チェーンストア協会
(株)イトーヨーカ堂	
サミット(株)	日本スーパーマーケット協会
(株)東急ストア	
(株)ファミリーマート	(一社) 日本フランチャイズチェーン協会
日本生活協同組合連合会	生活協同組合

日配品の商慣習に関する検討 (仮称)

参加企業

調整中

3 取り組み案

(1) 中間流通における納品期限のあり方の検討 実施事項・進め方(案)

■ 1 卸売業ヒアリング

- 調査内容

- ・ 汎用センターの入荷期限、出荷期限、在庫等の実態

- ヒアリング先(実施時期)

- ・ ワーキングチーム参加卸売業(6月)

■ 2 実証実験の実施

- 目的

- ・ 地域を限定し、卸売業の汎用物流センターおよび小売店への納品期限を緩和し、その効果等を検証する

- 実施卸売業

- ・ ワーキングチーム参加卸売業

- 内容

- ・ 汎用センターの出荷期限を1/2に延長。センター入荷期限も合わせてスライドする。

- 効果検証項目

- ・ 汎用センターにおける納品期限切れ発生率の変化、センター→メーカーへの返品率の変化等

(メーカーでも出荷可能量の拡大等、効果検証ができないか [相談])

3 取り組み案

(1) 中間流通における納品期限のあり方の検討 実施事項・進め方(案) *続き

- 地域
 - ・ 各社の実施していただきやすいエリアを選定いただく(事務局案:北海道)
- 実施期間、実施時期
 - ・ 4ヶ月程度以上・・・平成30年9月～12月(案)
- スケジュール(案)

・ 実施交渉・調整	7～8月
・ 実証実験	9～12月
・ 必要データの収集・集計・整理	1～2月
・ 効果の検証、検討会での報告	2月
- 対象商品
 - ・ 清涼飲料
 - ・ 賞味期間180日以上の子

※場合によっては、メーカー等を限定して実施する方法等を検討

■ 3 中間流通における納品期限のあり方の検討・整理等

- ヒアリングおよび実証実験の結果をふまえ、中間流通における納品期限のあり方についての考え方の整理する。
- 他の汎用センターに取り組みを広げていく方法・施策等を検討

3 取り組み案

(2) 納品期限を緩和した食品スーパーの中での食品ロス削減効果検証

■ 対象範囲

- 対象企業

- ・ 過去1年間程度の期間に、店舗納品期限を1 / 2に緩和した食品スーパー

- 対象商品

- ・ 清涼飲料
- ・ 賞味期間180日以上の菓子

- 期間

- ・ 半年～1年間の効果を前年比較等により検証する

■ 検証指標

- 店舗のオペレーション、値引・廃棄・返品等に関する指標、消費者の反応等
- 物流センターでの納品期限切れ発生、返品等に関する指標

■ 進め方、スケジュール(案)

- 実施交渉・調整 6～7月
- 必要データの収集・集約・加工 8～9月
- 効果の検証、検討会での報告 10月

3 取り組み案

(3) 加工食品の納品期限緩和の品目拡大の実証実験の効果検証

■ 対象範囲

- 対象企業

- ・ イトヨーカ堂、コープみらい、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ローソン

- 対象商品

- ・ カップ麺等、各社の実施品目

■ 検証指標

- 店舗のオペレーション、値引・廃棄・返品等に関する指標、消費者の反応等
- 物流センターでの納品期限切れ発生、返品等に関する指標

■ 進め方、スケジュール(案)

- 必要データの収集・集約・加工 6~7月
- 効果の整理、検討会での報告 10月

3 取り組み案

(4) 賞味期限の賞味期限延長・年月表示化の拡大に向けた各種取り組み

- 賞味期限延長・年月表示化の品目拡大等に向け、食品メーカーの動向の把握等の各種情報の収集等

(実施内容案)

- 業界団体の協力によるメーカーの実態調査の実施、及び結果の公表
 - ・ 対象業種
 - 清涼飲料、菓子、カレー、風味調味料等
 - ・ スケジュール
 - 調査依頼、準備 9～10月
 - 実査 11～1月
 - 集計・整理、検討会での報告 2月
- 事例等の情報収集
 - ・ 年月表示化によるオペレーションの効率化等の効果に関する情報収集
 - ・ 年月・日まとめ表示化の効果的な導入方法等に関する情報収集
 - たとえば、年月表示化によるオペレーションの効率化とトレーサビリティ確保の両立の方法など

5 今年度のワーキングチームのスケジュール(案)

