

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム 日配品検討会  
小売業会合（令和2年2月28日開催）議事要旨

1. 食品メーカー検討会の結果についての小売業としての意見

(ア) 発注～納品リードタイムについて

① A社

- ・ リードタイムを延ばすと小売の発注精度は当然落ち、店舗の値引・廃棄は増える。
- ・ リードタイムの延長・適正化はどこが適正なのか、どうやってその答えを出すのが問題で、議論の余地はある。
- ・ メーカーで生産ロスが減った分を、できれば少しでも小売に還元してくださいというのが、我々の希望である。

② B社

- ・ リードタイムを一方的に取り決めることはない。
- ・ ただシステム上の制約で無理をお願いするケースはあるが、事前に協議し、理解いただいた上でやっている。

③ C社

- ・ リードタイムを短くすることで成長してきた業界なので、今のところリードタイムを長くしたいという考えはない。
- ・ ただ賞味・消費期限を延ばし、リードタイムを伸ばす例は増えるだろう。

(イ) 納品期限について

・ C社

- ・ 店舗のロス抑制のため。日配品では「消費期限5日」等、短い賞味・消費期限商品は採用しづらい。
- ・ 納品期限は概ね3分の1ルールで運用している。製造日から2～3日後の商品も受け入れており、出荷当日製造品しか受け入れないことはない。

(ウ) 災害時の問題について

・ A社

- ・ 災害時に製造・配送してもらった商品の納品をセンターでお断りすることは確かにある。しかし、無神経に発注することは全くない。
- ・ ただ災害時は、刻一刻と状況が変わる。発注、製造、納品のタイミングと場所もすべて異なる。発注したが、想定が外れ、センターの荷受・配

送機能が停止し、納品をお断りするケースが生じているのは事実である。

- ・ メーカー側でも問題が生じていることも承知しており、協議し、発注分の代金支払いや、廃棄分の買い取りは、臨機応変に対応している。

(エ) 諸々の取り決めにおける事前協議の有無について

- ・ A～C社
  - ・ 一般的に「小売の力が強くて、メーカーは押し切られている」と思われていると認識しており、メーカーとの取組ではいつも細心の注意を払っている。
  - ・ 協議も事前にしっかり行っている。

(オ) 商品サイクルが短いことについて

- ・ C社
  - ・ 商品開発をメーカーとする際は、担当同士で協議しスケジュールを決める。小売が一方的に商品サイクルを短くしている認識はない。
  - ・ デイリー・中食で1か月半程度の改廃は、我々の感覚では、極端に短いとは思わない。
  - ・ 終売時に、メーカーと小売の情報共有を密にして、原材料ロス発生を減らす余地はあり、重要だ。

(カ) 原材料の使用制限について

- ① A社
  - ・ 惣菜等は、複数メーカーと我々でチームを組んで開発している。
  - ・ 当然、メーカーと小売は常に協議しており、原材料の使用制限はその中で決められる。
- ② B・C社
  - ・ 回収トラブルのことを考慮して、原材料を便別に使い分けることになっているのではないかと。
  - ・ 回収トラブルの際、便別に使い分けしていれば、当該便分の回収で済む。便を跨いでいると、複数便が対象となり、負担が増す。

2. 小売業における食品ロス削減の取組に状況について

(ア) 販売期限の延長

- ① A社
  - ・ 消費期限商品の一部で、販売期限を延長した。
  - ・ 従来の撤去日と消費期限日の間隔を半分にした。

- ・ 廃棄は3割減少した。
- ・ 品質面も十分確かめてから実施しており、売上や消費者の反応についての影響は見られない。

② C社

- ・ 包材・包装方法を変更し、惣菜の消費期限を延ばし、廃棄削減につながっている。

(イ) 季節販売の完全予約販売化

・ C社

- ・ 土用の丑の日を完全予約販売に変更し、売上は減ったが、店舗の廃棄は大幅に減り、店舗利益は8割増えた。
- ・ クリスマスケーキもほぼ同様の結果だった。
- ・ 次は恵方巻だが、昨年すでに完全予約に変更済で、昨年比でどれだけ改善・良化できたか注視している。
- ・ 大事なことは、毎年、継続的に利益を増やせるかどうかである。

以上