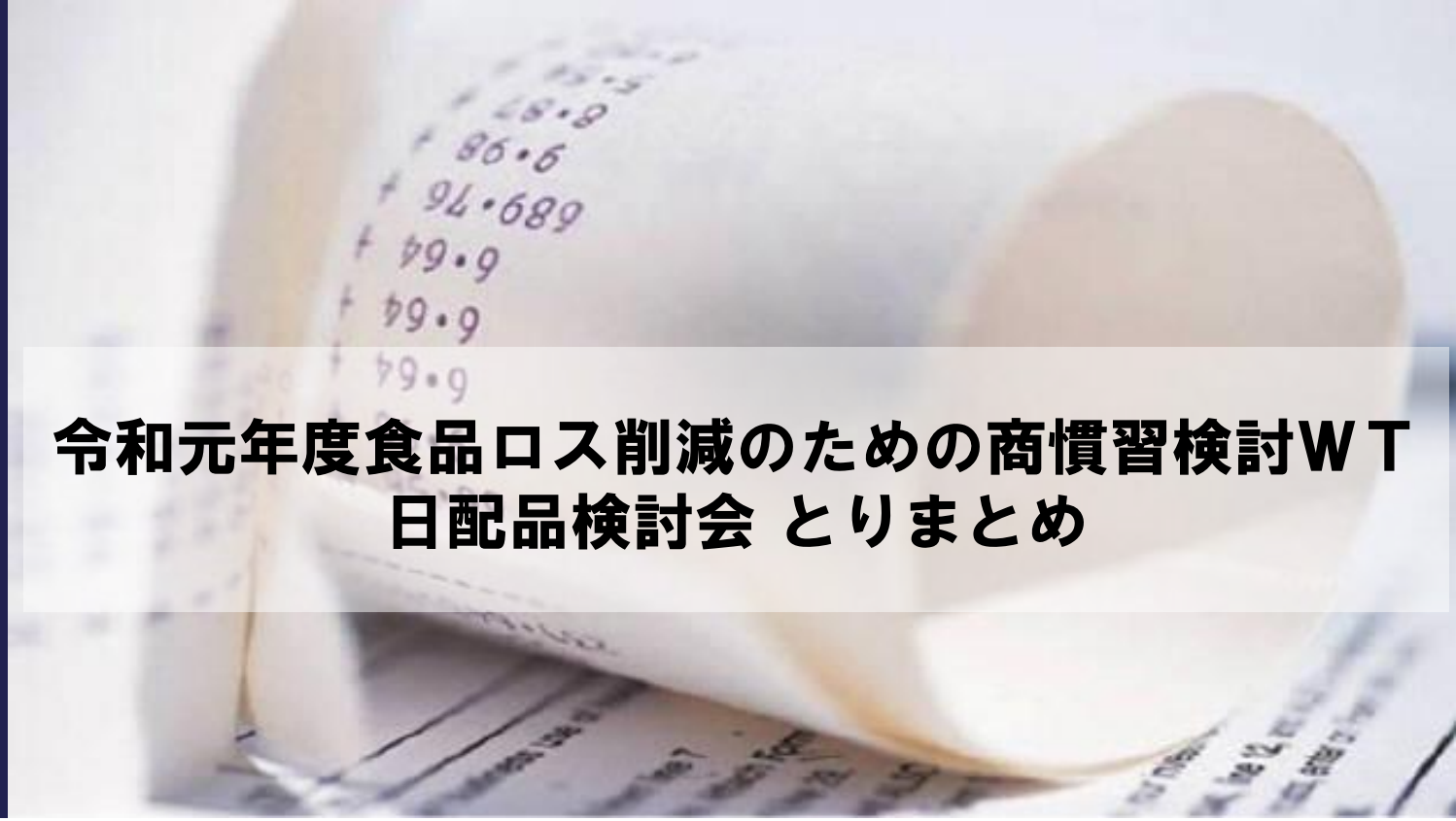

令和元年度食品ロス削減のための商慣習検討ＷＴ 日配品検討会 とりまとめ

令和２年３月

公益財団法人流通経済研究所

（c）公益財団法人流通経済研究所

今後の取り組みの方向性

- 日配品の廃棄削減のための方策として、以下の取組を進める。加えて、この取組みについての賛同を集める。

－ １　賞味・消費期限の延長の推進

・賞味・消費期限の延長は、製・販ともメリットがある重要な取組である。

・検討会でも、メーカーから、自社が扱う消費期限商品の相当割合を対象に消費期限を延長したと報告があった。

・メーカーにおける日配品の賞味・消費期限の設定状況や期限延長の事例等を把握・共有、延長できる可能性があれば、賞味・消費期限延長を積極的に検討する。

（c）公益財団法人流通経済研究所

今後の取り組みの方向性（つづき）

－ ２ 適正発注・納品の推進

・メーカーと小売業を合わせたサプライチェーン全体の食品ロスを削減するための受発注・納品のタイミングの適正化に向け、以下の２点を検討・推進する。

・（１）発注リードタイム変更可能性の継続検討

- 昨年度の検討会で確認されたパンに加え、本年度の検討会で、パン以外の賞味・消費期限の短い日配品において、リードタイムが短いことにより、メーカーで食品ロスが発生している状況が確認された。
- そのため、コンビニのパンの発注リードタイムを１日から２日に変更した場合のシミュレーションを継続する。
- また、本年度のスーパーでの実証実験をふまえ、販促の実施状況を考慮しつつ、パン以外の日配品を含め、検討を行う。
- 上記結果、およびパンなどの日配品では、メーカー・小売業の双方で廃棄が少なくない実態をふまえ、発注リードタイム変更の可能性を検討し、方向性を提示する。

・（２）納品期限延長の検討

- メーカーの取組等によって賞味・消費期限が延長された場合、小売業は納品期限の緩和を積極的に検討する。

（c）公益財団法人流通経済研究所

今後の取り組みの方向性（つづき）

－ ３　販売期限延長の推進

・販売期限の延長によって店舗での廃棄削減効果が期待でき、販売期限を延長した小売業では、オペレーションや消費者対応上の問題はなかったと報告があった。

・一方、販売期限を延長した場合、店頭での同一商品で賞味・消費期限の複数日付混在が生じやすく、消費者の賞味・消費期限の新しい商品選好を強めるとの指摘がある。

・そのため、食品廃棄・ロス削減の観点から、日付順購入（棚の前から商品をとること）等の重要性についての消費者理解を広げつつ、賞味・消費期限日近くまでの販売期限延長の取組拡大を図る。

（c）公益財団法人流通経済研究所