

- **令和3年度以降、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。**

1 日配品の賞味・消費期限の延長の推進

- **日配品の賞味・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、昨年度に引き続き、メーカーから自社が扱う商品の期限を延長したとの報告があった。**
- **そのため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実態等を把握しながら、賞味・消費期限延長を積極的に推進する。**

- 2 日配品の発注情報・関係情報の早期共有についての検討
 - 本年度までの議論を通じて、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ている。一方、小売業においても日配品の食品ロスは少ない。
 - こうしたなか、本年度の検討会において、発注締め時間前の店舗発注データを共有しメーカーが生産計画の精度向上に活用したり、小売業の自動発注データを活用して製販でムダ・ロスを削減する事例が報告された。
 - そのため、ワーキングチームでは、以下の事例を把握・検討し、今後の日配品の食品ロス削減に向けた発注関係情報の早期共有のあり方についての方向性を提示する。
 - ・ 納品リードタイムを緩和した事例
 - ・ 発注関係情報(事前発注情報・予測情報等)を活用した事例

- 3 小売業の販売機会損失(欠品)を防ぐための措置と食品ロスとの関連性に関するヒアリングを中心とした実態調査
 - 小売店舗では低欠品率実現に向けた活動が展開されている。こうした活動は消費者サービス向上をもたらし、高く評価されるべきものである。一方、我が国の小売店舗の欠品率はすでに相当程度低く、さらなる欠品率低下を目指すことは、小売・卸・メーカーでの過剰在庫や過剰生産につながるなどの指摘もある。
 - こうしたなか、一部の小売業では、売筋商品と欠品許容品を区分し、後者については食品ロス削減の観点から欠品やむなしとして割り切っていくような取組も見られる。
 - また、食品ロス削減の観点から欠品であることが理解されれば、消費者の不満が軽減され、店舗に対するロイヤリティも低下しづらいのではないかといった指摘もある。
 - そこで小売業における販売機会損失を防ぐための措置と食品ロスとの関連性（欠品防止対応から生まれる過剰在庫発生等）について状況を把握する。
 - また、（欠品許容品、終売品、特売品など）欠品許容の運用を行っている場合の運用方法や食品ロス削減等への影響を把握する。
 - また、欠品に係る製・配・販の連携の状況についても整理したい。