

納品期限緩和の調査方法の見直し（案）

見直しの内容と目的

- 実施頻度について
 - ・ 現在は年 1 回、郵送調査で関係食品小売業向けにアンケートを配布して実態を把握してきた。
 - ・ 納品期限緩和のさらなる促進を図るため、調査票の関係者への確実な到達を期すこと、及び納品期限緩和状況の公表と関係者への情報共有頻度を高めるべく、年 2 回のアンケート送付を行うこととし、もって、納品期限緩和のベースアップを目指したい。食品ロス削減事例の収集頻度も高める。
- 内容について
 - ・ また、納品期限の緩和は、サプライチェーン全体で見ると、小売店舗への納品期限、および物流センターへの納品期限の双方が緩和されて初めて、メーカー段階も含めた大きな食品ロス削減につながっていくものである。
 - ・ 従来調査は、店舗への納品期限のみを尋ねる形式であったが、この点を踏まえて、物流センターへの納品期限の回答も得るものとした。

調査対象

- 総合スーパー、食品スーパー、生活協同組合、ドラッグストア

調査方法

- 郵送調査

調査期間

- 令和 4 年 2 月～

1

調査項目（案）

年間売上高

店舗への納品期限の設定

- 店舗への納品期限の設定状況
- 納品期限を緩和的に運用している理由
- 納品期限を緩和しない理由
- 納品期限を緩和的に運用していることによる売上や店舗の値引・廃棄ロスなどへの影響
- どのような条件が整えば、納品期限を緩和できるか
- 納品期限緩和の効果検証やセミナー等による情報発信への協力意向

専用物流センターへの納品期限の設定状況

- 専用物流センターへの納品期限の設定状況
- 納品期限を緩和的に運用していることによる在庫・返品削減、及び返品・管理業務への影響など
- 納品期限切替時の調整に必要な作業の内容
- 納品期限緩和実施に対する評価

販売期限の設定

- 店舗の販売期限の設定状況
- 販売期限延長の予定
- 販売期限を緩和的に運用していることによる売上や店舗の値引・廃棄ロスなどへの影響

欠品の状況について

- 加工食品の店頭での欠品率
- 自社の加工食品の店頭での欠品率の評価
- サプライチェーン全体でかかるコストが低減する場合に、どの程度欠品率上昇を許容できるか
- 適正在庫を保つため「店舗の過度な欠品防止措置」を控えるために講じていること

食品ロス削減の取り組み事例

2