

食品ロス削減のための納品期限等に関するアンケート調査

公益財団法人 流通経済研究所

アンケートの概要	本アンケートは、食品小売業を対象に常温加工食品の納品期限や販売期限設定などについておたずねするものです。
ご回答いただきたい方	貴社の食品商品部責任者様、もしくは加工食品部バイヤー様、またはそれに相当するお立場の方をお願いします。
問い合わせ先	お問い合わせがある場合、遠慮なく下記の担当者までご連絡ください。 公益財団法人 流通経済研究所 〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル10階 営業時間10:00~17:00 アンケート事務局:メール:foodloss-rs@dei.or.jp、石川(080-2043-5677)、盛(080-1327-0241) ※お問い合わせはメールでお願い申し上げます。
アンケートのご返送方法	以下の要領で、締切期日 9月20日(火) までにご返送ください。 ●郵送:この調査票を3つ折りして、同封の長3返信封筒に調査票を入れ、お近くの郵便ポストにご投函ください。 ●FAX:03-6380-3040 にお送りください。番号の間違いないようお願い申し上げます。 お手数ですが、表紙から全てのページ(計20枚)をお送りください。 ●メール:以下のアドレスにアクセスいただき、Excel調査票をダウンロードしてください。 Excel調査票の表紙に記載の方法にて調査票をご返送ください。 https://www.dei.or.jp/research/research08_foodloss_survey/download.php

ご回答者様のお名前等を下欄にご記入ください。記入いただいた個人情報は、調査実施者および事務局内でのみ取り扱います。調査結果の内容照会やお問合せのみに利用し、目的外の利用は致しません。

貴社名	
部署名	
お役職	
ご氏名	
郵便番号	-
都道府県	
住所	
電話番号	
Eメール	

1 現在公表されている納品期限緩和企業実施一覧について

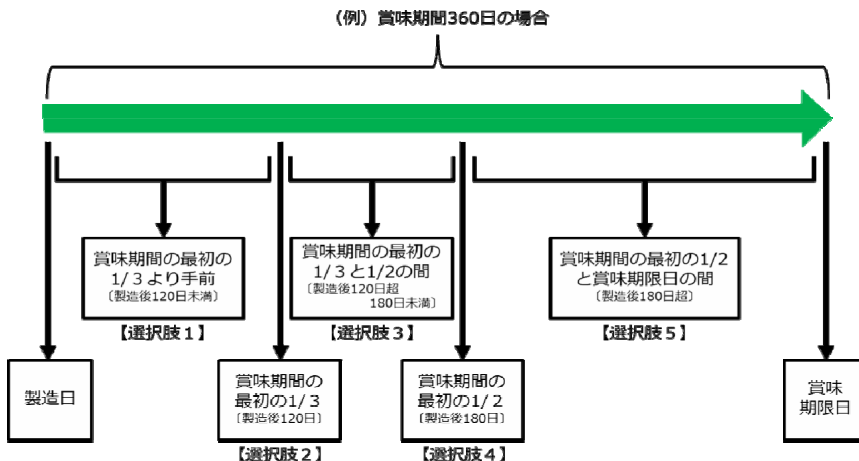
本調査は昨年度も実施され、その結果などをもとに、加工食品の納品期限の緩和取り組み小売業(実施予定を含む) 186事業者とその取り組み状況が公表されています。詳細は下記URLをご参照ください。
https://www.dei.or.jp/aboutdei/pdf/press/press_211029_01.pdf

Q 1 貴社の情報が上記の一覧に掲載されており、掲載内容に変化がなければ「1.」を選択してください。[1つに○]
「1.」を選択された場合は、Q3へ進んでください。「2.」を選択された方は、Q2へ進んでください。

1. 掲載内容は当社の現在最新の状況である → Q 3へ進む
2. それ以外の状況である → Q 2へ進む

2 納品期限の設定状況について (店舗、及び専用物流センター)

納品期限の設定についての解説図



次ページ Q2 品目補足説明

A 清涼飲料	炭酸、茶系飲料、果実・野菜飲料等
B 賞味期限180日以上菓子	キャンディ、チョコレート、ビスケット等
C カップ麺	カップラーメン・そば・うどん等
D 袋 麺	袋入りラーメン・そば・うどん等
E レトルト食品	調理済食品、レンジ専用商品等
F 調味料	味噌・しょうゆ・食用油等
G スープ	調理用スープ、インスタントスープ等
H 缶 詰	水産缶詰、畜産缶詰等
I 農産加工品	ゴマ、干し椎茸、豆類等
J 加工水産品	のり、わかめ、昆布等
K 冷凍食品	冷凍調理品等

Q2 貴社の「店舗への納品期限」については、前ページの解説図を参考にご回答ください。

- ① 下記品目の店舗への納品期限の設定状況についてご回答ください。
- ② また、現在、納品期限を「賞味期限の最初の3分の1、もしくはその手前」に設定しているが、今後緩和する予定がある場合、その内容をご回答ください。

品目 ※品目の補足説明 は前ページに掲載	① 店舗への納品期限の設定状況〔各品目1つに○〕							
	1	2	3	4	5	6	7	8
	納品期限は賞味期限の最初の～				を納入 取り事業者と納品期限 決めていない			
A 清涼飲料	1	2	3	4	5	6		8
B 賞味期限180 日以上の菓子	1	2	3	4	5	6		8
C カップ麺	1	2	3	4	5	6		8
D 袋 麺	1	2	3	4	5	6		8
E レトルト食品	1	2	3	4	5	6		8
F 調味料	1	2	3	4	5	6		8
G スープ	1	2	3	4	5	6		8
H 缶 詰	1	2	3	4	5	6		8
I 農産加工品	1	2	3	4	5	6		8
J 加工水産品	1	2	3	4	5	6		8
K 冷凍食品	1	2	3	4	5	6		8
L <u>その他</u>	1	2	3	4	5	6		8

② 納品期限緩和の実施予定〔各品目1つに○〕							
納品期限を「賞味期限の 最初の3分の1」よりも～		「3」を選んだ場合「実施時期」を ご記入ください					
1	2	3	4				
1	2	3	4				
緩和する予定は	まが緩和 つ実和 て施す い時期 ないは 決定だ	ま実 つ施 て和 い時 るが る予 定で	3				
例: 「2022年1月実施予定」							
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	
1	2	3	→	年	月	実施予定	

1～2
を
選んだ
品目は
②を
回答

「L その他」の具体的品目をご記入ください。〔具体的に記入してください〕

Q3 貴社の「専用物流センターへの納品期限(入荷鮮度基準)」についてご回答ください。
 ① 貴社は自社専用の物流センターにより、加工食品を店舗に配送していますか。[1つに○]

1. 行っている → ②へ進む
2. 行っていない → Q4へ進む

② 貴社の専用物流センターへの納品期限(入荷鮮度基準)についてご回答ください。[各品目1つに○]

品目	1	2	3	4	5	6	7	8
	3分の1より手前	3分の1	間3分の1と2分の1の間	2分の1	の2分の1と賞味期限日	取納入事業者と納品期限を決めていない	その他 (具体的内容を記入)	この品目は取り扱っていない
A 清涼飲料	1	2	3	4	5	6		8
B 賞味期限180日以上菓子	1	2	3	4	5	6		8
C カップ麺	1	2	3	4	5	6		8
D 袋麺	1	2	3	4	5	6		8
E レトルト食品	1	2	3	4	5	6		8
F 調味料	1	2	3	4	5	6		8
G スープ	1	2	3	4	5	6		8
H 缶詰	1	2	3	4	5	6		8
I 農産加工品	1	2	3	4	5	6		8
J 加工水産品	1	2	3	4	5	6		8
K 冷凍食品	1	2	3	4	5	6		8
L その他	1	2	3	4	5	6		8

Q 4

貴社が納品期限を緩和的に運用している(※)理由は何ですか。〔複数回答可〕

(※) 納品期限を「賞味期限の最初の3分の1」よりも長く設定している場合、および
納入事業者と納品期限を取り決めていない場合

1. 加工食品は商品の回転が早く、在庫が残ることがない（残ることが稀である）ため
2. 加工食品は鮮度の劣化が緩やかであるため、厳しい納品期限を設ける必要がないため
3. 食品ロスへの関心が高まるなか、社会的な責任を果たすことが必要と判断したため
4. 厳しい納品期限を設けることで生じる「センターからの返品」を削減するため
5. 国が加工食品の納品期限緩和を推奨しているため
6. 取引先（メーカー・卸売業）から加工食品の納品期限緩和の提案を受けたため
7. 自社の経営トップが納品期限を緩和的に運用することを意思決定したため
8. かなり以前から納品期限を緩和的に運用していたため
9. 販売期限を延長して、店舗での販売期間を確保したため
10. テスト期間を設けて実証したところ、問題がないことが確認できたため
11. その他〔具体的に記入してください〕

Q 5

貴社が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、物流センターから取引先への返品削減効果などはありますか。〔複数回答可〕

(※) 納品期限を「賞味期限の最初の3分の1」よりも長く設定している場合、および
納入事業者と納品期限を取り決めていない場合

<納品期限緩和による影響>

1. 売上が減少した
2. 店舗で商品の廃棄ロスが増えた
3. 店舗で値引ロスが増えた
4. 売場の鮮度感が低下した

<納品期限緩和による効果>

5. 専用物流センターからメーカーへの返品が減少した

<その他>

6. その他〔具体的に記入してください〕

Q 6

貴社が納品期限を緩和しない(※)理由は何ですか。〔複数回答可〕

(※) 納品期限を「賞味期限の最初の3分の1」もしくはそれより厳しく設定している場合

1. 店舗の値引や廃棄が増えるから
2. 消費者が「古い商品が増えた」と感じるから
3. 消費者が消費するための期間が短くなるから
4. 他社が納品期限を変更しないから
5. 取引先（メーカー・卸売業）にはメリットがあっても、自社にメリットがないから
6. 自社の経営トップの理解が得られないから
7. 取引先（メーカー・卸売業）から加工食品の納品期限緩和の提案がないから
8. 国が加工食品の納品期限緩和を推奨していることを知らなかったから
9. その他〔具体的に記入してください〕

Q7 貴社の経営層・役員レベルは、農林水産省が食品ロス削減の観点から納品期限の緩和を推奨していることをご存知でしょうか。[1つに○]

1. 知っている
2. 知らない
3. わからない
4. その他〔具体的に記入してください〕

Q8 農林水産省の推奨などを受けて、現在、全国で46.1%(売上高ベース)の食品小売業が納品期限緩和を実施しています。約半数の小売業が納品期限の緩和を進めていることをご存じでしたでしょうか。[1つに○] 詳細は下表や https://www.dei.or.jp/foodloss/pdf/20220308_04.pdf をご参照ください。

1. 知っていた
2. 知らなかった

単位：百万円

農政局 管轄単位	全食品小売業		納品期限緩和を実施している食品小売業		
	売上高	構成比	対象企業数	売上高	売上シェア ※1
全国	25,670,441	—	172	11,838,418	46.1%
北海道	1,133,488	4%	10	796,455	70.3%
東北	1,798,805	7%	14	1,014,432	56.4%
関東	10,254,257	40%	40	4,157,984	40.5%
北陸	1,081,801	4%	18	741,563	68.5%
東海	2,089,887	8%	20	1,148,490	55.0%
近畿	4,277,491	17%	26	2,174,968	50.8%
中国	1,559,557	6%	12	687,103	44.1%
四国	819,330	3%	9	363,395	44.4%
九州・沖縄	2,655,825	10%	23	754,026	28.4%

2021年10月29日時点

※「2021 食品スーパーマーケット年鑑 全国版」((株) 流通企画) より売上高を集計

※1 売上高シェア「全食品小売業の売上高」のうち、「納品期限緩和を実施している食品小売業の売上高」の割合のことをいう。

Q9 約半数の小売業が納品期限の緩和を進めていることをふまえて、今後、貴社では納品期限の緩和を進めたいと思いますか。[1つに○]

1. 緩和を進めたい
2. どちらかといえば緩和を進めたい
3. どちらともいえない
4. どちらかといえば緩和を進めたくない
5. 緩和を進めたくない
6. 納品期限緩和が完了しており、取り組み拡大の余地がない
7. 分からない
8. その他〔具体的に記入してください〕

Q10 今後、どのような条件が整えば、納品期限緩和を進めたいと思いますか。

1. 納品期限を緩和しても、売上や値引、廃棄へのリスクがないことがわかれば、納品期限を緩和する
2. 競合他社が納品期限を緩和すれば、自社も納品期限を緩和する
3. 納品期限緩和による流通上の食品ロス削減効果が明らかになれば、納品期限を緩和する
4. 社会課題解決への貢献に向けた取り組みとして納品期限緩和を実施したことを店舗などでPRできるツールを提供してもらえるなら、それを活用して納品期限を緩和する
5. その他〔具体的に記入してください〕

Q11 食品スーパーのPOS データを分析して、店舗への納品期限緩和を「納品期限は賞味期限の最初の2分の1」に緩和し、「販売期限を賞味期限の残り3分の1残し」として、店舗販売期間が賞味期限の6分の1に短くなった場合の加工食品の売れ残り発生率を試算した結果、下表の通りでした。

項目	内容	
分析概要	納品期限緩和によって店舗での販売期間が賞味期限の6分の1に短縮された場合に売れ残りリスクがどの程度あるのかを分析した。	
分析対象	対象企業	地域スーパー
	分析対象	加工食品の販売数量
	対象店舗	約40店舗
	対象期間	2019年5月1日～7月31日（91日間）
	分析データ単位	商品と店舗の組み合わせ（「商品・店舗」）を分析データ単位とする
	SKU数	5,099
設定条件	納品期限	賞味期限の1/2残し
	販売期限	賞味期限の1/3残し
	店舗の販売期間	賞味期限の1/6の日数
分析・判定方法	POSデータを使って、「商品・店舗」の組み合わせごとに日販数量を算出する。この日販数量と各商品の賞味期限に照らして、以下のように分析・判定を実施した。 ① 発注単位数量を、賞味期限の1/6の日数で販売することができる「商品・店舗」は、納品期限を緩和しても問題がないとする。 ② 発注単位数量を、賞味期限の1/6の日数で販売できない「商品・店舗」は、納品期限を緩和すると問題が生じるとする。 ①+②の中に占める①の割合が高い程、納品期限緩和によるリスクが少ないと判断する。	

納品期限緩和のリスク分析結果

（単位：SKU販売数量・店）

商品分類	総数	販売 消化可能	販売 消化可能率
農産乾物	375,180	375,158	100.0%
海産乾物	610,321	610,271	100.0%
ビン、缶詰	704,810	704,765	100.0%
パスタ類	108,808	108,808	100.0%
乾麺	144,536	144,536	100.0%
インスタント麺類	1,176,688	1,176,572	100.0%
和風調味料	1,002,430	1,002,286	100.0%
洋風調味料	2,604,534	2,603,766	100.0%
嗜好品	289,708	289,700	100.0%
お茶類	125,283	125,277	100.0%

商品分類	総数	販売 消化可能	販売 消化可能率
軽飲料	4,304,107	4,303,919	100.0%
ホームメイド	54,615	54,569	99.9%
ジャム	144,700	144,680	100.0%
ポケチョコ	1,326,439	1,326,268	100.0%
洋風菓子	1,302,271	1,302,161	100.0%
和風菓子	1,127,646	1,127,288	100.0%
ドリンク	63,023	63,023	100.0%
催事	116,577	116,577	100.0%
合計	15,581,676	15,579,624	100.0%

上記のような結果であれば、納品期限を緩和しても構わないとお考えになりますか。

1. 納品期限を緩和しても構わない
2. どちらかといえば納品期限を緩和しても構わない
3. どちらともいえない
4. どちらかといえば納品期限を緩和してもいいと思わない
5. 納品期限を緩和してもいいとは思わない
6. わからない
7. その他〔具体的に記入してください〕

Q13 販売期限を「賞味期限の残りの3分の1」よりも賞味期限日に近く設定したことによる成果や影響として当てはまることをお答えください。〔複数回答可〕

<販売期限延長による効果>

1. 廃棄ロスが減少した
2. 従業員の廃棄削減への意識が向上した

<販売期限延長による影響>

3. 販売期限を延長したことでお客様からクレームを受けた
4. 賞味期限チェック作業の負担が増加した
5. 売り場の鮮度感が低下した
6. 値引き品が増加して売り場イメージが低下した

<その他>

7. その他〔具体的に記入してください〕

Q14 今後、貴社では販売期限延長を行いたいと思いますか。〔1つに○〕

1. 延長したい
2. どちらかといえば延長したい
3. どちらともいえない
4. どちらかといえば延長したくない
5. 延長したくない
6. 分からない
7. その他〔具体的に記入してください〕

Q15 今後、どのような条件が整えば、販売期限を延長したいと思いますか。〔複数回答可〕

1. お客様からクレームを受けることはないということが分かれば販売期限を延長する
2. 賞味期限チェック作業が増加しないことがわかれば販売期限を延長する
3. 売り場の鮮度感が低下したとは思われない事がわかれば販売期限を延長する
4. 売り場のイメージが低下することはないことが分かれば販売期限を延長する
5. その他〔具体的に記入してください〕

4 フードバンクへの食品の提供について

Q16 貴社のフードバンク・子ども食堂などへの食品の寄附の状況として当てはまるものをすべてお答えください。〔複数回答可〕

1. 自社の事業活動で発生する余剰食品を定期的に提供している
2. 自社の事業活動で発生する余剰食品を非定期的に提供している
3. 賞味期限が近づいた備蓄食品を提供している
4. フードドライブなどによって消費者から自社に集められた余剰食品を提供している
5. 仕入れ先から集めた余剰食品を提供している
6. その他の方法・内容で余剰食品を提供している
7. 余剰食品を提供していない

Q17 フードバンク等に寄贈した食品の費用は、全額を寄付金ではなく、費用とすること(損金算入)ができます。この税制での特例措置を活用されていますか。〔1つに○〕

税制の特例措置の詳細は、下記のURLの通りです。(参考URL:
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf)

1. 活用している
2. 活用していない
3. わからない

Q18 Q17のフードバンク等への寄附での税制の特例措置を活用していない理由は为什么呢。〔複数回答可〕

1. 知らなかった
2. メリットが少ない
3. 手続きが煩雑
4. その他〔具体的に記入してください〕

Q19 認定 NPO 法人など特定のフードバンク等に対する寄付金については一般の寄付金特別枠で損金算入の上限が設定される税制上の優遇措置があります。この税制での特例措置を活用していますか。〔1つに○〕 (参考URL:
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf)

1. 活用している
2. 活用していない
3. わからない

Q20 Q19のフードバンク等への寄附での税制の特例措置を活用していない理由は为什么呢。〔複数回答可〕

1. 知らなかった
2. メリットが少ない
3. 手続きが煩雑
4. その他〔具体的に記入してください〕

Q21 フードバンク等に食品を提供することのメリットとして認識しているものをお答えください。〔複数回答可〕

1. 食品の廃棄費用を抑制することができる
2. 食品ロスの削減に貢献することができる
3. 企業イメージを高めることができる
4. 地域との結びつきを強めることができる
5. 従業員のモチベーションアップにつながる
6. その他〔具体的に記入してください〕

Q22 フードバンク等に食品を提供することの障壁となっていることをお答えください。〔複数回答可〕

1. 自社の提供可能範囲にフードバンクがない
2. 人手が足りない
3. 費用がかかる
4. 提供可能な食品がない
5. フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞味期限残存期間など）に適合しない
6. 食品を提供したいが、フードバンクに関する情報が不足している
7. 提供後の品質管理に不安がある
8. 事故発生時に対応できない
9. 提供後に再販等のおそれがある
10. 既存流通品とバッティングする
11. ブランド価値が損なわれる
12. その他〔具体的に記入してください〕

Q23 貴社では、自社のプライベートブランド商品の製造委託先に、プライベートブランド商品のフードバンク等への提供を認めていますか。〔1つに〇〕

1. 製造委託先による提供を認めている

→「1. 製造委託先による提供を認めている」を選んだ方は、以下の設問にご回答ください。

自社プライベートブランドの製造委託先によるフードバンクへの寄贈を実施している理由として当てはまるものをご回答ください。〔複数回答可〕

- (1) 製造委託先と、製造委託先による製造委託品の寄附に関する契約や覚書を取り交わしている
- (2) 食品ロス削減につながる
- (3) 困窮者支援につながる
- (4) 廃棄処理費用の節減につながる
- (5) その他〔具体的に記入してください〕

2. 認めていない

→「2. 認めていない」を選んだ方は、以下の設問にご回答ください。〔複数回答可〕

自社プライベートブランドの製造委託先によるフードバンクへの寄贈を実施していない理由として当てはまるものをご回答ください。〔複数回答可〕

- (1) 自社の提供可能範囲にフードバンクがない
- (2) 人手が足りない
- (3) 費用がかかる
- (4) 提供可能な食品がない
- (5) フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞味期限残存期間など）に適合しない
- (6) 食品を提供したいが、フードバンクに関する情報が不足している
- (7) 提供後の品質管理に不安がある
- (8) 提供後に再販等のおそれがある
- (9) 既存流通品とバッティングする
- (10) ブランド価値が損なわれる
- (11) 事故発生時に対応できない
- (12) その他〔具体的に記入してください〕

3. わからない

4. その他〔具体的に記入してください〕

Q24 今後、貴社ではフードバンク等に食品を提供したいと思いますか。〔複数回答可〕

1. 提供したい
2. どちらかといえば提供したい
3. どちらともいえない
4. どちらかといえば提供したくない
5. 提供したくない
6. 分からない
7. その他〔具体的に記入してください〕

5 自社プライベートブランド商品の賞味期限の見直しについて

Q25 貴社がこれまでに**自社プライベートブランド商品**を対象に、実施した賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化(年月表示、旬表示等)を実施したカテゴリを具体的に記入してください。

<A 賞味期限延長>

2012年以降に賞味期限を延長したことがあるカテゴリをご回答ください。
〔複数回答可〕

1. 清涼飲料
2. 賞味期限180日以上菓子
3. カップ麺
4. 袋 麺
5. レトルト食品
6. 調味料
7. スープ
8. 缶 詰
9. 農産加工品
10. 加工水産品
11. 冷凍食品
12. その他〔具体的に記入してください〕

<B 賞味期限表示の大括り化(年月表示、旬表示等)>

現在賞味期限表示が大括り化されている商品があるカテゴリをご回答ください。
〔複数回答可〕

1. 清涼飲料
2. 賞味期限180日以上菓子
3. カップ麺
4. 袋 麺
5. レトルト食品
6. 調味料
7. スープ
8. 缶 詰
9. 農産加工品
10. 加工水産品
11. 冷凍食品
12. その他〔具体的に記入してください〕

6 その他の食品ロス削減の取り組みについて

Q26 食品ロス削減に関する以下の項目について、① 貴社で現在実施していること、② 今後取り組みを開始/強化したいこと、③ 行政機関等(政府、地方自治体等)との連携(を強化)したいこと、として当てはまるものを項目ごとに全て選びお答えください。

項目	① 貴社で現在実施していること 〔複数回答可〕	② 今後取り組みを開始/強化したいこと 〔複数回答可〕	③ 政府、地方自治体等との連携(を強化)したいこと 〔複数回答可〕
A 自動発注システムの導入	1	2	3
B フードシェアリングサービスの活用	1	2	3
C 食品の端材や型崩れ品等の有効活用	1	2	3
D 農家等で発生する規格外品の活用(商品開発など)	1	2	3
E 事業者間の商慣習の見直しに関する取り組み(納品期限の緩和など)	1	2	3
F 食品ロスに関する消費者啓発(イベント、セミナー開催、食育活動など)	1	2	3
G 消費者に対し商品の「てまどり」を促す啓発	1	2	3
H 消費者に対し値下げ・見切り品の購入を促す啓発	1	2	3
I 消費者に対し季節商品の予約購入を促す啓発	1	2	3
J フードドライブの実施	1	2	3
K 消費者に対し食品ロス削減を促すポスター等の啓発物の掲示	1	2	3
L 消費者に対し規格外品やアウトレット品の購入を促す啓発	1	2	3
M 食品ロス削減の取り組みに関する事例の公表(農林水産省が作成する取り組み事例集への事例提供など)	1	2	3

N 上記以外にもありましたらお答えください。〔具体的に記入してください〕

① 貴社で現在実施していること	
② 今後取り組みを開始/強化したいこと	
③ 政府、地方自治体等との連携(を強化)したいこと	

7 SDGsに対する取り組みについて

Q27 SDGsに対する貴社の取り組み状況としてあてはまるものをすべてお選びください。〔複数回答可〕

1. SDGsを理解する：SDGsが掲げる理念や目標・ターゲットを理解する
2. 体制を構築する：SDGs推進の専任部署がある
3. 優先課題を決定する：SDGsのなかで自社が優先的に取り組むべき優先課題を決定する
4. 目標を設定する：優先課題について具体的かつ計測可能で期限付きの目標を設定する
5. 経営へ統合する：目標・ターゲットを組織・個人に落とし込む目標・ターゲットを人事評価・給与制度に組み込む
6. SDGs配慮商品の展開：SDGsの考え方を取り入れた商品を展開している
7. 報告とコミュニケーションを行う：課題、目標及び達成度について報告・情報開示を行う。ステークホルダーとのコミュニケーションを行う
8. その他〔具体的に記入してください〕

8 物流に関する取り組みについて

Q28 我が国では、トラック運転者不足に対応して、荷主企業と物流事業者が相互に協力して物流の改善に取り組むことが求められています。こうしたなか、物流効率化のため取引先・店舗と調整して納品条件の見直しを行い、持続可能な物流を実現していこうとする動きも見られます。次の項目から、貴社が過去3年間で取り組んでいる取引先への納品条件の見直しによる効率化の取り組みとして該当するものをすべてお答えください。〔複数回答可〕

1. 店舗発注時間の前倒し
2. 追加電話発注の禁止
3. 低回転商品の納品リードタイム変更
4. 発注量の平準化
5. 休配日（配送を休む日）の設定
6. 物流付帯業務のサービス化の是正
7. 混雑時を回避するためのセンター着時間の見直し
8. 店舗仕分け分類の削減
9. 在庫集約
10. その他〔具体的に記入してください〕

9 事例の公表について等

Q29 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームは、食品ロス削減に向けて、納品期限緩和や販売期限延長の拡大、フードバンク活用の促進等のための事例創出・整理、効果検証、セミナーによる周知等に取り組んでいます。こうした取り組みへのご協力意向をお教えください。〔複数回答可〕

1. 新たな納品期限緩和の取り組みの効果検証
2. 納品期限緩和を実施する場合のリスク分析
3. 納品期限緩和の取り組み事例に関する情報提供
4. 納品期限緩和取り組み事例のセミナー等での事例紹介
5. 新たな販売期限延長の取り組みの効果検証
6. 販売期限延長を実施する場合のリスク分析
7. 販売期限延長の取り組み事例に関する情報提供
8. 販売期限延長取り組み事例のセミナー等での事例紹介
9. 新たなフードバンク活用の取り組みの効果検証
10. フードバンクを活用する場合のリスク分析
11. フードバンク活用の取り組み事例に関する情報提供
12. フードバンク活用取り組み事例のセミナー等での事例紹介
13. その他の食品ロス削減に関する取り組み事例の情報提供
14. その他の食品ロス削減に関するセミナー等での事例紹介
15. その他〔具体的に記入してください〕

Q30 貴社の食品ロス削減の取り組み状況を「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム事務局」や農林水産省のホームページで公表したいと考えております。社名の公表が難しいものがあれば、理由と共にお知らせください。

項目	公表が難しい理由〔具体的に記入してください〕
A 納品期限の緩和	
B 販売期限の延長	
C フードバンクへの余剰食品の提供	
D SDGsに関する取り組み	
E 物流の改善に関する取り組み	

Q31

貴社の食品ロス削減の取り組み内容を、「食品ロス削減のためのワーキングチーム事務局」や農林水産省ホームページで公表させていただきたいと思えます。以下のいずれかの方法にて、取り組み内容をご教示ください。[1つだけ〇]

1. 自社の食品ロス削減の取組に関するWEBページがあるので、URLを回答する〔URLを具体的に記入してください〕

2. 次頁のフォーマットを参考に取組事例を整理したので、電子ファイルを送付する

3. 公表を希望しない

【電子ファイルの送信方法について】

1. メール件名を「食品ロス削減事例送付」とし、食品ロス削減ワーキングチーム foodloss-rs@ctmctm.co.jp（調査事務局）宛に2022年9月20日までに送付ください。

2. よろしければ下記URLのフォーマットをご活用ください。
https://www.dei.or.jp/research/torikumi_format

- ※ 現在公表されている事例は下記のURLよりご確認ください。
<https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/211029.html>

参考：事例フォーマット（A4×1枚を基本とする）

【〇〇株式会社】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

＜商慣習の見直し（納品期限の緩和、販売期限の延長の取組）＞

- ……………（対象品目、実施開始時期などについて記載）。

＜食品ロス削減・食品リサイクルの取組＞

- ……………（上記の取組以外でPRしたいことを記載）

（上記取組内容の具体的な内容を記載） ……

図・写真

【関連ウェブサイト】

〇〇

【お問い合わせ先】

〇〇部〇〇課（03-〇〇〇〇-〇〇〇〇）

Q32 貴社の全社売上高として当てはまるものを1つお選びください。〔1つだけ〇〕

1. 10億円未満
2. 10～50億円未満
3. 50～100億円未満
4. 100～500億円未満
5. 500～1000億円未満
6. 1000億円以上

Q33 貴社の営業エリアをお教えてください。〔複数回答可〕

北海道	01. 北海道				
東北	02. 青森県	03. 岩手県	04. 宮城県	05. 秋田県	06. 山形県
	07. 福島県				
関東	08. 茨城県	09. 栃木県	10. 群馬県	11. 埼玉県	12. 千葉県
	13. 東京都	14. 神奈川県	15. 山梨県	16. 長野県	17. 静岡県
北陸	18. 新潟県				
	19. 富山県	20. 石川県	21. 福井県		
東海	22. 岐阜県				
	23. 愛知県	24. 三重県			
近畿	25. 滋賀県	26. 京都府	27. 大阪府	28. 兵庫県	29. 奈良県
	30. 和歌山県				
中国	31. 鳥取県	32. 島根県	33. 岡山県	34. 広島県	35. 山口県
四国	36. 徳島県	37. 香川県	38. 愛媛県	39. 高知県	
九州・沖縄	40. 福岡県	41. 佐賀県	42. 長崎県	43. 熊本県	44. 大分県
	45. 宮崎県	46. 鹿児島県	47. 沖縄県		

アンケートは以上で終了です。ご協力いただき誠にありがとうございました。

令和4年度 賞味期限の延長、及び賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示※) に関するアンケート

※「日まとめ表示」…異なる製造日の商品について、表示する賞味期限を統一すること

はじめに

- ご回答者様のお名前等を下欄にご記入ください。
※記入内容について照会させていただく場合がありますので、担当部署名及び記入者名の記入をお願いします。調査結果の内容照会やお問合せのみに利用し、目的外の利用は致しません。

貴社名	
部署名	
お役職	
ご氏名	
電話番号	
Eメール	

- 貴社の本社所在地をご教示ください。〔1つだけ○〕

北海道エリア	01. 北海道			
東北エリア	02. 青森県	03. 岩手県	04. 宮城県	05. 秋田県
	06. 山形県	07. 福島県		
関東エリア	08. 茨城県	09. 栃木県	10. 群馬県	11. 埼玉県
	12. 千葉県	13. 東京都	14. 神奈川県	15. 山梨県
	16. 長野県	17. 静岡県		
北陸エリア	18. 新潟県	19. 富山県	20. 石川県	21. 福井県
東海エリア	22. 岐阜県	23. 愛知県	24. 三重県	
近畿エリア	25. 滋賀県	26. 京都府	27. 大阪府	28. 兵庫県
	29. 奈良県	30. 和歌山県		
中国エリア	31. 鳥取県	32. 島根県	33. 岡山県	34. 広島県
	35. 山口県			
四国エリア	36. 徳島県	37. 香川県	38. 愛媛県	39. 高知県
九州・沖縄エリア	40. 福岡県	41. 佐賀県	42. 長崎県	43. 熊本県
	44. 大分県	45. 宮崎県	46. 鹿児島県	47. 沖縄県

- アンケートのご記入方法について
本調査の対象商品は、小売店向け販売分で、自社ブランド商品が対象です。
(業務用ルート向けの商品、および取引先のプライベートブランド商品は対象外です)
商品アイテム数は、商品規格が異なるものをカウントしてください。

1 賞味期限の延長、賞味期限表示の大括り化の現状について

Q1 貴社商品の賞味期限の延長、及び賞味期限表示の大括り化（年月表示、日まとめ表示※）の状況についてカテゴリ及び賞味期限日数別に、当てはまる商品アイテム数を集計し、表の該当欄に記入してください。
 なお、賞味期限を延長した商品については、延長後の賞味期限日数に分類し、集計・記入してください。
 ※「日まとめ表示」…異なる製造日の商品について、表示する賞味期限を統一すること

カテゴリ	賞味期限日数 ※賞味期限を延長した商品は、延長後の賞味期限日数欄に記入してください	全商品 アイテム数 (2022年 6月末時点)	賞味期限の延長			大括り化：年月表示化又は日まとめ表示化		
			2012年以降に賞味期限を延長した実績のあるカテゴリ	2021年7月～2022年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数	2022年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数	2022年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数	2021年7月～2022年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数	2022年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数
回答方法		アイテム数を記入	賞味期限延長実績のあるカテゴリに○を記入	アイテム数を記入	アイテム数を記入	アイテム数を記入	アイテム数を記入	アイテム数を記入
A 調味料 ※風味調味料を除いてお答えください	180日未満							
	180日～1年未満							
	1年以上							
B チーズ・バター	180日未満							
	180日～1年未満							
	1年以上							
C 冷凍食品	180日未満							
	180日～1年未満							
	1年以上							
D ビール、発泡酒、新ジャンル	180日未満							
	180日～1年未満							
	1年以上							
E その他加工食品 ※1	180日未満							
	180日～1年未満							
	1年以上							

※1：飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除いてお答えください

「その他加工食品」の具体的品目をご記入ください。	
--------------------------	--

Q 2 農林水産省が食品ロス削減の観点から賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化を推奨していることはご存知でしょうか。〔1つだけ○〕

1. 知っている
2. 知らない
3. わからない
4. その他〔具体的に記入してください〕

Q 3 農林水産省の推奨などを受けて、現在、全国で食品メーカー223社が賞味期限表示の大括り化を実施し、実施企業名は農林水産省のホームページに公表されています。この事をご存知でしたか。〔1つだけ○〕

1. 知っていた
2. 知らなかった

2 賞味期限の延長をすすめる上での課題について

Q 4 貴社では今後賞味期限延長を検討する予定はありますか。〔1つだけ○〕

1. 検討する予定がある
2. どちらともいえない
3. 検討する予定はない
4. 分からない
5. その他〔具体的に記入してください〕

Q 5 貴社が賞味期限の延長を進める上でどのようなことが障害となっていますか。〔複数回答可〕

1. 技術的に難しい
2. 投資・研究開発コスト負担が大きい
3. その他〔具体的に記入してください〕

Q 6 賞味期限延長による食品ロス削減や流通効率化効果として認識されているものをお教えてください。〔複数回答可〕

1. 自社の未出荷廃棄が減少した
2. 家庭での食品ロスの抑制につながることから売上が増えた
3. 小売店での食品ロスの抑制につながることから売上が増えた
4. その他〔具体的に記入してください〕

3 賞味期限表示の大括り化をすすめる上での課題について

Q7 貴社では今後賞味期限表示の大括り化を検討する予定はありますか。〔1つだけ○〕

1. 検討する予定がある
2. どちらともいえない
3. 検討する予定はない
4. 分からない
5. その他〔具体的に記入してください〕

Q8 貴社が賞味期限表示の大括り化を進める上でどのようなことが障害となっていますか。〔複数回答可〕

1. 設備投資、パッケージ変更などの負担があること
2. どのように取り組めばよいかわからないこと
3. 賞味期限表示を大括り化すると、最大1ヵ月近く賞味期限が短縮されてしまうこと
4. 日付別の賞味期限表示をトレーサビリティ管理に用いているため
5. 取引先の理解を得ることが難しいこと
6. 消費者の理解を得ることが難しいこと
7. 食品ロス削減効果が、投資回収できるほど見込めないこと
8. 物流効率化効果が、投資回収できるほど見込めないこと
9. その他〔具体的に記入してください〕

Q9 賞味期限表示の大括り化による食品ロス削減や流通効率化効果として認識されているものをお教えてください。〔複数回答可〕

1. 柔軟な在庫移動が可能になったことによる未出荷廃棄の削減
2. 納品期限切れを理由とする返品削減
3. 保管スペースの効率化
4. 庫内作業の効率化
5. 物流部門の管理業務（需給管理・在庫管理等）の負担軽減
6. 在庫の偏在を防ぐための拠点間移送の削減
7. 検品の効率化による納品時間の削減
8. 在庫調整しやすくなったことによる災害への対応力向上
9. 先入れ先出しや検品作業の軽減などによる取引先の好意的な反応
10. その他〔具体的に記入してください〕

4 賞味期限の日まとめ表示をすすめる上での課題について

Q10 賞味期限表示を大括り化すると、最大1ヵ月近く賞味期限が短縮されてしまう場合、日まとめ表示（旬表示、10日単位表示など）とすることで賞味期限の短縮幅を短くすることができます（旬表示の場合15日、10日単位表示の場合10日の短縮で済む）。この日まとめ表示のことをご存じでしたでしょうか。〔1つに○〕

1. 知っていた
2. 知らなかった

Q11 貴社では今後賞味期限表示の日まとめ表示を検討する予定はありますか。〔1つだけ○〕

1. 検討する予定がある
2. どちらともいえない
3. 検討する予定はない
4. 分からない
5. その他〔具体的に記入してください〕

Q12 日まとめ表示の検討を進めたいと思わない理由として当てはまるものをすべてお答えください。〔複数回答可〕

1. 在庫管理単位数が多くなり、物流や管理面のメリットが少なくなるため
2. 食品ロス削減効果が年月表示と比べて少なくなるため
3. 設備投資負担が年月表示と比べて重たくなるため
4. 日まとめ表示にどのように取り組めばよいかわからないため
5. その他〔具体的に記入してください〕

5 安全係数の設定について

Q13 貴社の賞味期限商品の賞味期限設定に用いられている安全係数として、もっとも代表的な値に近いものをお教えてください。〔1つだけ○〕

1. 50%未満
2. 50%以上～60%未満
3. 60%以上～70%未満
4. 70%以上～80%未満
5. 80%以上
6. 回答できない
7. その他〔具体的に記入してください〕

Q14 前問で80%未満と回答された方にお伺い致します。国は安全係数について、0.8かそれ以上を推奨しています。80%未満が代表的となっている背景や理由として当てはまるものを全てお選びください。〔複数回答可〕

1. 国が安全係数について推奨していることを知らなかったため
2. 業界のガイドラインにしたがっているため
3. 得意先から安全係数を余裕を持った（低い数値となるように）設定とするよう要請されているため
4. 消費者に対する安全を十分に確保するため
5. その他〔具体的に記入してください〕

6 フードバンクの活用について

Q15 貴社のフードバンク・子ども食堂などへの食品の寄附の状況として当てはまるものをすべてお答えください。〔複数回答可〕

1. 自社の事業活動で発生する余剰食品を定期的に提供している
2. 自社の事業活動で発生する余剰食品を非定期的に提供している
3. 賞味期限が近づいた備蓄食品を提供している
4. フードドライブなどによって消費者から自社に集められた余剰食品を提供している
5. 仕入れ先から集めた余剰食品を提供している
6. その他の方法・内容で余剰食品を提供している
7. 余剰食品を提供していない

Q16 フードバンクに寄贈した食品の費用は、全額を寄付金ではなく、費用とすること（損金算入）ができます。この税制での特例措置を活用されていますか。〔1つに○〕
税制の特例措置の詳細は、下記のURLの通りです。（参考URL：
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf）

1. 活用している
2. 活用していない
3. わからない

Q17 Q16のフードバンク等への寄附での税制の特例措置を活用していない理由はなんでしょうか。〔複数回答可〕

1. 知らなかった
2. メリットが少ない
3. 手続きが煩雑
4. その他〔具体的に記入してください〕

Q18 認定 NPO 法人など特定のフードバンクに対する寄付金については一般の寄付金特別枠で損金算入の上限が設定される税制上の優遇措置があります。この税制での特例措置を活用していますか。〔1つに○〕（参考URL：
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf）

1. 活用している
2. 活用していない
3. わからない

Q19 Q18のフードバンク等への寄附での税制の特例措置を活用していない理由はなんですか。〔複数回答可〕

1. 知らなかった
2. メリットが少ない
3. 手続きが煩雑
4. その他〔具体的に記入してください〕

Q20 フードバンク等に食品を提供することのメリットとして認識しているものをお答えください。〔複数回答可〕

1. 食品の廃棄費用を抑制することができる
2. 食品ロスの削減に貢献することができる
3. 企業イメージを高めることができる
4. 地域との結びつきを強めることができる
5. 従業員のモチベーションアップにつながる
6. その他〔具体的に記入してください〕

Q21 フードバンク等に食品を提供することの障壁となっていることをお答えください。〔複数回答可〕

1. 自社の提供可能範囲にフードバンク等がない
2. 人手が足りない
3. 費用がかかる
4. 提供可能な食品がない
5. フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞味期限残存期間など）に適合しない
6. 食品を提供したいが、フードバンクに関する情報が不足している
7. 提供後の品質管理に不安がある
8. 提供後に再販等のおそれがある
9. ブランド価値が損なわれる
10. その他〔具体的に記入してください〕

Q22 今後、貴社ではフードバンク等への食品提供の実施を検討する予定はありますか。〔1つに○〕

1. 検討する予定がある
2. どちらともいえない
3. 検討する予定はない
4. 分からない
5. その他〔具体的に記入してください〕

7 その他の食品ロス削減の取り組みについて

Q23 食品ロス削減に関する以下の項目について、① 貴社で現在実施していること、② 今後取り組みを開始/強化したいこと、③ 行政機関等（政府、地方自治体等）との連携（を強化）したいこと、として当てはまるものを項目ごとに全て選びお答えください。

項目	① 貴社で現在実施していること〔複数回答可〕	② 今後取り組みを開始/強化したいこと〔複数回答可〕	③ 政府、地方自治体等との連携（を強化）したいこと〔複数回答可〕
1. 食品の端材や型崩れ品等の有効活用	1	1	1
2. 農家等で発生する規格外品の活用（商品開発など）	2	2	2
3. フードシェアリングサービスの活用	3	3	3
4. 取引先からの返品削減	4	4	4
5. 事業者間の商慣習の見直しに関する取り組み（納品期限の緩和など）	5	5	5
6. 食品ロスに関する消費者啓発（イベント、セミナー開催、食育活動など）	6	6	6
7. 消費者に対し規格外品やアウトレット品の購入を促す啓発	7	7	7
8. 食品ロス削減の取り組みに関する事例の公表（農林水産省が作成する取り組み事例集への事例提供など）	8	8	8

① 貴社で現在実施していること	
② 今後取り組みを開始/強化したいこと	
③ 政府、地方自治体等との連携（を強化）したいこと	

8 SDGsに対する取り組みについて

Q24 SDGsに対する貴社の取り組み状況としてあてはまるものをすべてお選びください。〔複数回答可〕

1. SDGsを理解する：SDGsが掲げる理念や目標・ターゲットを理解する
2. 体制を構築する：SDGs推進の専任部署がある
3. 優先課題を決定する：SDGsのなかで自社が優先的に取り組むべき優先課題を決定する
4. 目標を設定する：優先課題について具体的かつ計測可能で期限付きの目標を設定する
5. 経営へ統合する：目標・ターゲットを組織・個人に落とし込む
目標・ターゲットを人事評価・給与制度に組み込む
6. SDGs配慮商品の展開：SDGsの考え方を取り入れた商品を展開している
7. 報告とコミュニケーションを行う：課題、目標及び達成度について報告・情報開示を行う。ステークホルダーとのコミュニケーションを行う
8. その他〔具体的に記入してください〕

9 物流に関する取り組みについて

Q25 我が国では、トラック運転者不足に対応して、荷主企業と物流事業者が相互に協力して物流の改善に取り組むことが求められています。こうしたなか、物流効率化のため取引先・店舗と調整して納品条件の見直しを行い、持続可能な物流を実現していこうとする動きも見られます。次の項目から、貴社が**過去3年間**に取り組んでいる取引先への納品条件の見直しによる効率化の取り組みとして該当するものをすべてお答えください。〔複数回答可〕□

1. 取引先に対する納品期限緩和の提案
2. 取引先の発注時間の前倒し
3. 取引先の追加電話発注の禁止
4. 取引先への納品物量の平準化
5. 休配日（配送を休む日）の設定
6. 物流付帯業務のサービス化の是正
7. 混雑時を回避するためのセンター着時間の見直し
8. その他〔具体的に記入してください〕

Q26 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームは、食品ロス削減に向けて、賞味期限延長や賞味期限表示の大括り化等の事例創出・整理、効果検証、セミナーによる周知等に取り組んでいます。こうした取り組みへのご協力意向をお教えてください。〔複数回答可〕

1. 新たな賞味期限延長の取り組みの効果検証
2. 賞味期限延長の取り組み事例に関する情報提供
3. 賞味期限延長取り組み事例のセミナー等での事例紹介
4. 新たな賞味期限表示の大括り化の取り組みの効果検証
5. 賞味期限表示の大括り化を実施する場合のリスク分析
6. 賞味期限表示の大括り化の取り組み事例に関する情報提供
7. 賞味期限表示の大括り化取り組み事例のセミナー等での事例紹介
8. 新たなフードバンク活用の取り組みの効果検証
9. フードバンクを活用する場合のリスク分析
10. フードバンク活用の取り組み事例に関する情報提供
11. フードバンク活用取り組み事例のセミナー等での事例紹介
12. その他の食品ロス削減に関する取り組み事例の情報提供
13. その他の食品ロス削減に関するセミナー等での事例紹介
14. その他〔具体的に記入してください〕

Q27 貴社が食品ロス削減に取り組んでいることを、食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム事務局や農林水産省ホームページで公表させていただきたいと思っております。社名を公表することができないものがあれば、理由とともにお知らせください。内容を全てお教えてください。

項目	公表が難しい理由
1. 賞味期限の延長	
2. 賞味期限表示の大括り化	
3. フードバンクの活用	
4. SDGsに関する取り組み	
5. 物流の改善に関する取り組み	

Q28

貴社の食品ロス削減の取組内容を、食品ロス削減のためのワーキングチーム事務局や農林水産省ホームページで公表させていただきたいと思います。以下のいずれかの方法にて、取組内容をご教示ください。〔1つだけ〇〕

1. 自社の食品ロス削減の取組に関するWEBページがあるので、URLを回答する。
〔URLを具体的に記入してください〕

2. 下記のフォーマットを参考に取組事例を整理したので、電子ファイルを送付する
3. 公表を希望しない

▶ 【電子ファイルの送信方法について】

1. メール件名を「食品ロス削減事例送付」とし、foodloss-rs@ctmctm.co.jp 宛に、2022年9月20日までに送付ください。□
 2. よろしければ下記URLのフォーマットをご活用ください。
https://www.dei.or.jp/research/torikumi_format
- ※ 現在公表されている事例は下記のURLよりご確認ください。
<https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/211029.html>

参考：事例フォーマット （A4×1枚を基本とする）

【〇〇株式会社】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

- <商慣習の見直し（賞味期限の延長、賞味期限表示大括り化の取組）>
○（対象品目、実施開始時期などについて記載）。
- <食品ロス削減・食品リサイクルの取組>
○（上記の取組以外でPRしたいことを記載）

（上記取組内容の具体的内容を記載）.....

図・写真

【関連ウェブサイト】

〇〇

【お問い合わせ先】

〇〇部〇〇課（03-〇〇〇〇-〇〇〇〇）

アンケートは以上で終了です。ご協力いただき誠にありがとうございました。

2022年8月9日

令和4年度 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム
加工食品の商慣習に関する検討会 第1回
議事要旨

<実施概要>

日時：令和4年8月4日（木） 14時45分～16時15分

議題：

- ・ 今年度の実施内容について
- ・ 調査内容について
- ・ 食品ロス削減月間の取り組みについて
- ・ 意見交換
- ・ 今後の予定

参加者：別紙委員名簿参照

文責：公益財団法人流通経済研究所 上席研究員 石川友博

<議題についての委員の発言>

- ・ 納品期限緩和の進展は小売業の取り組みにかかっている。取り組む小売業の負担は小さくない。取り組む小売業に脚光が浴びるよう事務局や農水省は しっかり PR してほしい。（メーカー）
- ・ 小規模小売業は納品期限を緩和するまで時間がかかると思うので、関係を作ってコミュニケーションをはかり長期視点で取り組みをサポートすべき。（メーカー）
- ・ 賞味期限表示の大括り化を推進している。アンケートや各種資料における賞味期限に関する記載も、年月日ではなく年月表示で記載すべきだ。（メーカー）
- ・ 納品期限緩和は先行している企業が努力した結果が無駄にならないように、残りの企業に対する働きかけも引き続き力を入れてほしい。（メーカー）
- ・ 賞味期限表示の大括り化や賞味期限延長がどうしても難しい商品や業種がある。そうした企業でそれ以外の食品ロス削減やリサイクルにしっかり取り組んでいる場合もある。取り組みを公表する際はこうした企業が食品ロス削減に取り組んでいないと誤解されないように、幅広く食品ロス削減やリサイクルの取り組みを公表してほしい。（メーカー）
- ・ 納品期限緩和実施企業が過半数を超えることは重要な分岐点である。納品期限を緩和していることが当たり前であるという情勢を作っていくほしい。また、そのことを小売業のトップに理解してもら

うことが大事だ。(メーカー)

- 納品期限緩和が進んでいないエリアについて、引き続き取り組みに注力して欲しい。(メーカー)
- 中小小売業への納品期限緩和のアプローチ強化は日本加工食品卸売協会と連携して推進してほしい。(卸売業)
- 卸売業の営業パーソンが得意先のバイヤーとコミュニケーションを深めることができるような、納品期限緩和の提案リーフレットを作成してほしい。納品期限調査と連携するなどして、得意先とのコミュニケーションを深めたい。(卸売業)
- 小売業向けの文書やリーフレットは、納品期限緩和が食品ロス削減につながり SDGs に貢献するという点を強調して、トップの決断を促すようなものにしてほしい。(小売業)
- 販売期限延長企業の公表基準について、1ヶ月未満としないほうがよいのではないか。賞味期限の長さによって販売期限の長さが異なる場合がある。例えば賞味期限が3年の缶詰では販売期限を1ヶ月以上に設定している場合がある。これが販売期限を厳しく設定していると言えるかどうか。(小売業)
- 販売期限の設定状況が公表されるのは、販売期限の見直し余地のある企業にとって参考になるのではないか。(小売業)
- てまえどりの POP の「すぐ食べるなら・・・」という文言はなくても良いのではないか。すぐに食べない場合に奥からとることを認めている印象があり、あえて言葉を入れる必要性が薄いと思う。(小売業)
- 販売期限の延長が(検討はしているものの)難しいなど、フランチャイズビジネスは自社資本の店舗を運営する小売業とは、食品ロス削減として取り組むことができる領域が異なる。公表対象の取り組み累計がうまく自社のビジネスに合致しないケースが生じないよう、なるべく幅広い食品ロス削減の取り組み事例を扱うようにしてほしい。(小売業)
- 納品期限調査の配布数は何社まで増やすつもりか。(メーカー) →1000社を目指す。(事務局)
- アンケートの配布対象部署を広報にしてはどうか。情報開示の担当部署なので商品部よりも回答率が上がるのではないかと。(メーカー) →検討する。(事務局)

- アンケートの配布先企業リストを共有してほしい。(卸売業) →承知した。(事務局)
- 納品期限アンケート Q7、「経営陣」という言葉が曖昧なので、定義を明確にしてほしい。また、小売業のどの部門や職層が知っていて、どの部門や職層が知らないかを明らかにするような設問を考えてみてはどうか。(メーカー) →検討する。(事務局)
- 納品期限アンケート Q17、自社プライベートブランドの製造委託先によるフードバンクへの寄贈は、実施している理由、実施していない理由を尋ねてはどうか。(メーカー) →検討する。(事務局)
- 納品期限アンケート Q28、「得意先に対する物流改善の提案・協力」という選択肢は曖昧なので再検討してほしい。この設問で「付帯業務のサービス化の是正」の取組状況を聞いてほしい。(メーカー)
- 賞味期限アンケート Q1、2012 年以降の賞味期限延長の有無については、「有無」だけを回答すれば良いことをわかりやすく表示してほしい。(メーカー)

以上

2022年8月9日

令和4年度 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

日配品の商慣習に関する検討会 第1回

議事要旨

<実施概要>

日時：令和4年8月4日（木） 13時00分～14時30分

議題：

- ・ 今年度の実施内容について
- ・ 調査内容について
- ・ 食品ロス削減月間の取り組みについて
- ・ 意見交換
- ・ 今後の予定

参加者：別紙委員名簿参照

文責：公益財団法人流通経済研究所 上席研究員 石川友博

<議題についての委員の発言>

- ・ 日配品の調査項目に、なぜ食品ロスが出るのか、食品ロスの発生量についてどう評価しているのかを尋ねる内容を入れてほしい。小売店舗でのロス発生は少ないと思うので。（メーカー）
- ・ 需要予測は近年進化が顕著である。それをどのように活用しているか調査項目に加えてほしい。（メーカー）
- ・ 発注リードタイムの延長の取組事例の公表基準は「前々日発注」が良いと思う。（メーカー）
- ・ → メーカーの業種によってどの程度のリードタイムがあれば見込み生産がなくなるかは異なると思う。どのような効用基準が適正かよく検討してほしい。（メーカー）
- ・ 販売期限延長の取組事例の公表基準は「賞味期限/消費期限当日」で良いと思う。ただしメーカーの業種や小売業の状態によって考え方が異なると思うので幅広く意見を集めて決めてほしい。（メーカー）
- ・ 以前の調査で発注リードタイムの短い小売業も長い小売業も店舗の廃棄ロス率は変わらないという結果があったと思う。こうした結果を踏まえてリードタイムの延長をより積極的に小売業に提案しても良いのではないか。（メーカー）
- ・ 令和3年12月に制定された食品製造業者・小売業者間における適正取引推進ガイドラインは、

前日発注などの短納期の是正が望ましい取引のために求められるとしている。リードタイムの問題にはこのガイドラインに対する理解の拡大も重要ではないか。(メーカー)

- 小売業各社は食品ロスの削減に多大な苦勞をされていると思う。公表事例はなるべく多くのマスメディアで取り扱われるようにしてほしい。(メーカー)
- フードバンクの活用に関する税制優遇措置は、事業者あまり知られていないと思うのでしっかりと周知してほしい。(メーカー)
- 日配品調査の категорияに「洋菓子」があるが、温度帯などによって食品ロスの発生状況は同じ洋菓子でも様々であるので、もう少し細い分類に変更してほしい。洋生菓子、洋菓子等。(メーカー)
- メーカーにも調査票を送るのがよい。(メーカー)
- 当社では、スーパーやドラッグストアからの日々の発注は、量のぶれが少なく、予測しやすくロスが少ない。一方で近年外食ルートに起因するロスの発生が多くなっている。要因の一つはコロナである。行政の政策によって、来店客数の増加が著しく、前年の実績も参考にならないため、需要予測が難しくなっているためである。外食もこの検討会のスコープに入れてはどうか。(メーカー)
- 当社では前々日発注では見込み生産がなくなる。製造に 36~40 以上時間かかるからである。日配品のリードタイムに関する公表基準の検討の際には考慮してもらえるとありがたい。(メーカー)
- 調査では食品ロス削減につながる小売業の DX についての取り組み状況や事例情報を把握するようにしてほしい。需要予測情報を小売業から共有してもらえるとメーカーとしても食品ロス削減につながる機会が拡大する。そうした機会がどの程度あるか調査で分かるが良い。(メーカー)
- 日配品調査の categoriaに麺や総菜（おにぎり、調理食品等）を追加してもらいたい。(メーカー)
- 前々日発注になることは重要である。食品ロス削減に加えて作業負担や人員確保の軽減、物流効率化につながる。(メーカー)
- 当社では賞味期限を3日前後延長した上で、3日連続で同じ賞味期限日で製造出荷することの了解を取引先から得る取り組みを始めた。これによって日付逆転によって出荷できなくなるケースを

減らし、未出荷廃棄の削減につながっている。小売業でも品出しの際に、先入先出をしなくて済む場合が増えるため、喜ばれており、サプライチェーンの食品ロス削減につながるとして、支持を受けている。（メーカー）

- 現在業界団体で賞味期限マニュアルの見直しを行っており、安全係数の設定緩和についても検討している。検討の結果次第で年度内にも賞味期限の延長が実現するかもしれない。（メーカー）
- アンケートの回収企業数が 100 社以上できれば 200 社程度になるように、配布数を増やして欲しい。（メーカー）
- 検討会のメンバーに乳製品、洋日配、和日配メーカーを加えてはどうか。小売業も企業数を増やしてはどうか。（卸売業）
- 店舗に納品されないプライベートブランドの廃棄も少なくない。プライベートブランドのロスの現状についても把握してはどうか。（卸売業）
- フードバンクへの食品の提供は積極化したいと思うが、フードバンクが年々増加しており、どこに寄贈するのが良いのか判断に迷うことがあるので、判断材料となる情報があるとありがたい。（卸売業）
- 今回の調査とは別に、フードバンク側が認識している活動拡大の課題も調べてはどうか。（卸売業）
- 終売が決まった商品について、欠品が認められない場合があり、商品や原材料のロスが発生している。今回の調査で終売に関連して発生する食品ロスの実態を捉える設問を設けてはどうか。（卸売業）
- リードタイムの問題は加盟店の食品ロスの発生に関わるので、検討しているが、結論を出すのが難しい。ただし、SDGs の観点からはリードタイムの検討は重要とも考えており、この検討会の議論の結果も踏まえて、引き続き検討していきたい。（小売業）
- 年々気象の変動が激しくなっていることもあり、気象データを活用した需要予測に対するニーズが高まっている。弊社でも導入しやすい価格帯のサービスもリリースし、取り組みを強化している。導入した小売業では食品ロスと機械ロスを共に削減することに成功している。導入企業の拡大を期待している。（有識者）
- 調査票の Q16 は、主語・述語の関係がわかりにくいいため、文章を見直してほしい。（メーカー）