

**令和5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**

今年度の実施内容について

令和5年7月28日（金）

事務局：公益財団法人 流通経済研究所

目次

1. 取り組み目標について
2. ポイントをおきたいこと
3. 検討会の開催予定
4. 本年度の取組の全体像
5. 調査概要
6. セミナー／意見交換会の開催
7. 個別取組

1 取り組み目標について

■ 目的

- 本ワーキングチームは、食品ロスにつながる商慣行の見直しに注力し、3分の1ルールの見直しが返品やメーカーでの未出荷廃棄の削減に繋がる可能性があるため、その効果を検証して、取組可能な企業・品目から緩和を推奨してきた。
- また、メーカーにおいて賞味期限表示を「年月日」から「年月」等に改める取組を推奨し、食品の保管・陳列・配送・管理などの効率化と、消費者の過度な鮮度意識の助長防止などをめざしてきた。
- これに賞味期限延長を加えた三位一体の取組と、フードバンク活用・安全係数の設定適正化などを進めてきたところ。
- 本年度も引き続きこれらの課題に取り組むとともに、リードタイムや納品頻度など、食品ロス削減と物流効率化の両立を目指す取組にも着目していきたい。

■ 目標

- 納品期限実施企業率を60%（令和5年度末）とする。（R3年46.1%、R4年53.2%）
- 賞味期限表示大括り化実施企業を330社とする。（R3年223社、R4年267社）
- 納品期限緩和に関するセミナー／意見交換会の動員目標100名（R4年89社）

2 ポイントをおきたいこと

(1) 納品期限緩和による効果の定量的検証

- 納品期限緩和には以下のような効果が考えられるが、実際こうした効果が(どの程度)出ているのか、定量的に検証していきたい。

物流センターでの改善効果



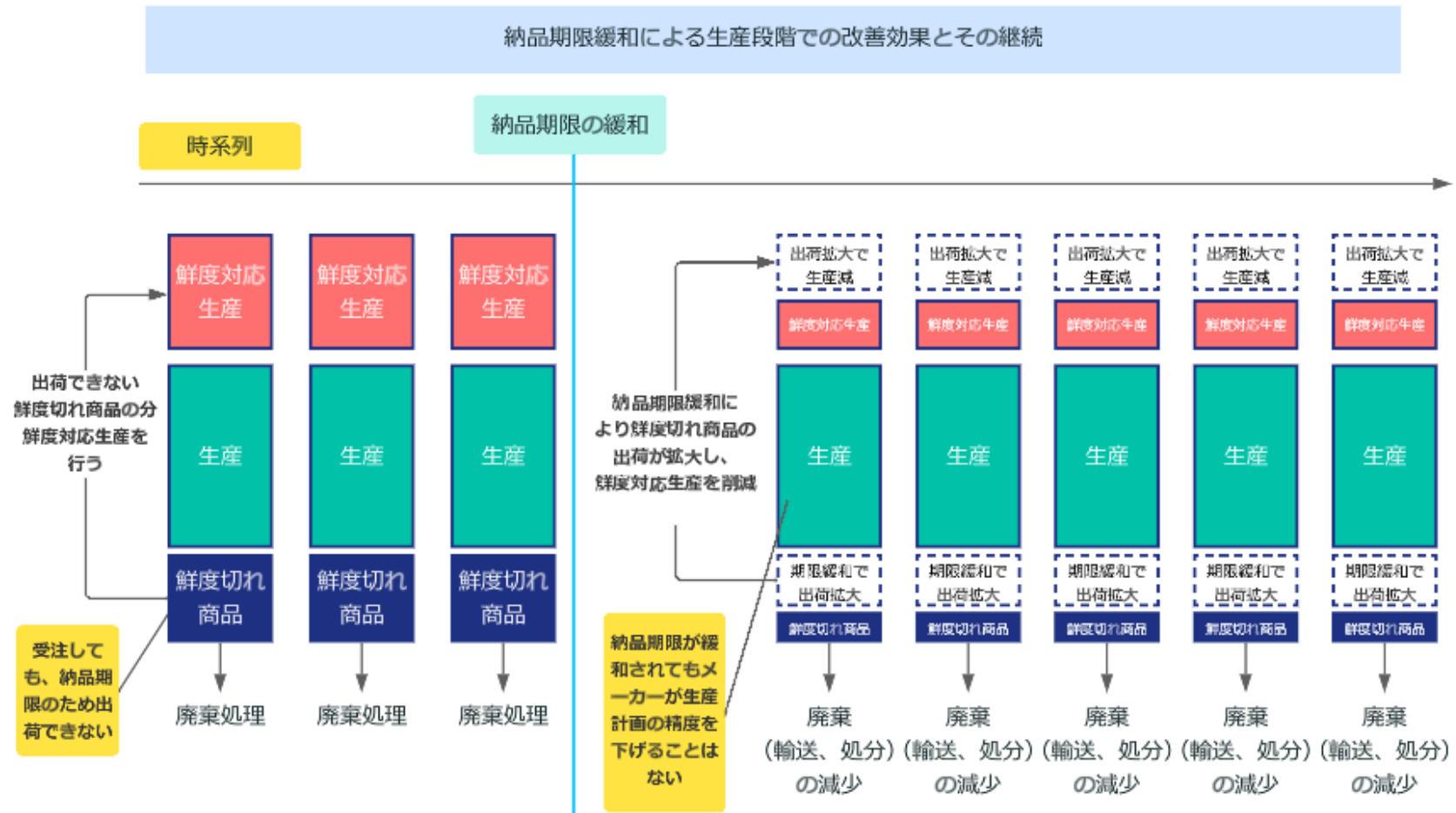
納品期限緩和による出荷機会拡大により、センターの余剰在庫が削減され、返品・廃棄が低く抑えられるとともに返品削減に伴う物流資源や作業負担が軽減される。

2 ポイントをおきたいこと

(1) 納品期限緩和による効果の定量的検証

■ (前ページの続き)

メーカーでの改善効果－鮮度対応生産の削減



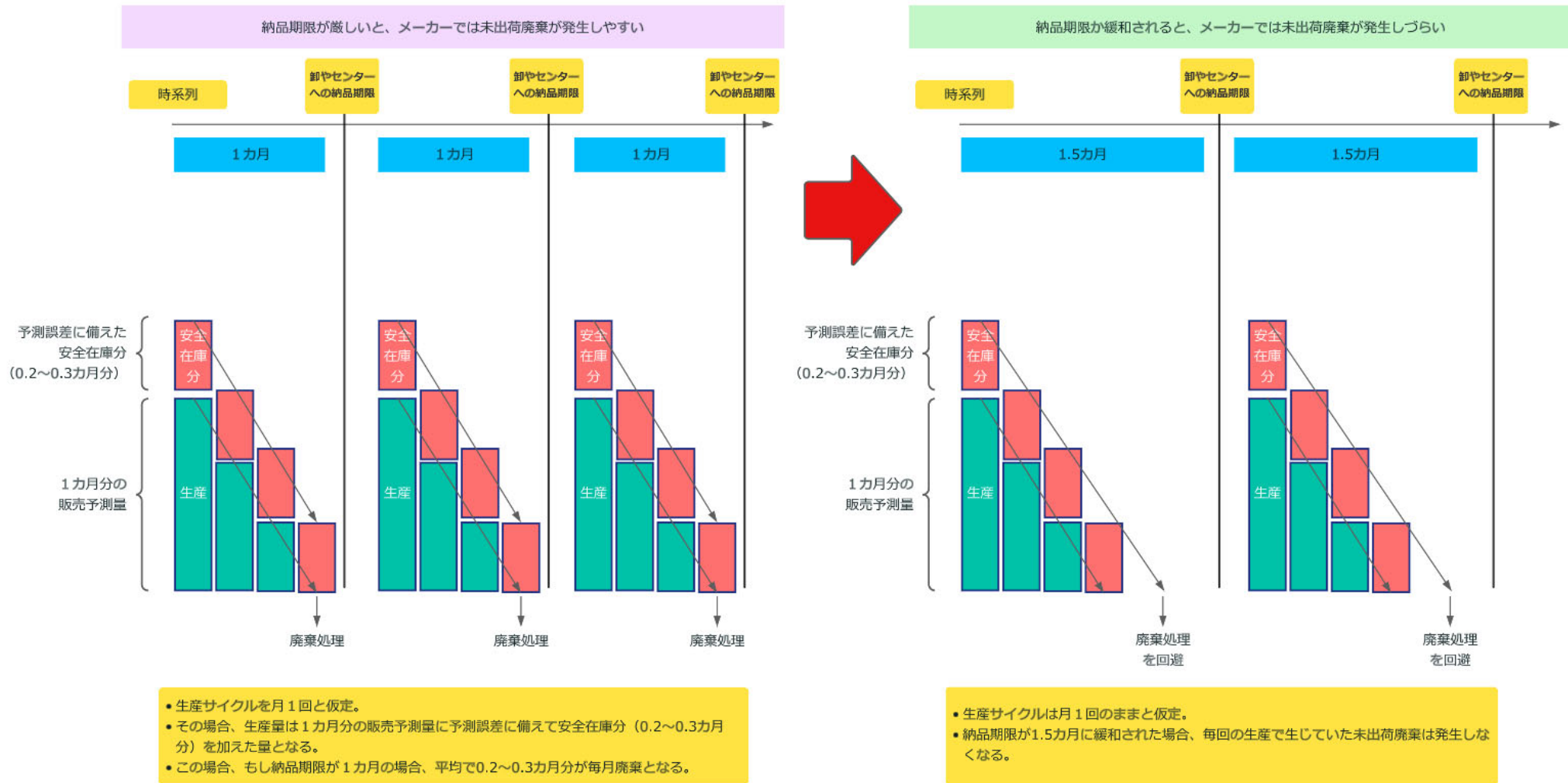
納品期限緩和による出荷機会拡大により、メーカーで行われている鮮度対応生産と鮮度切れ商品の発生量が低位に抑えられることになり、生産・廃棄に費やす物的資源（原材料、追加生産、廃棄輸送）や、人的作業負担が軽減される。

2 ポイントをおきたいこと

(1) 納品期限緩和による効果の定量的検証

■ (前ページの続き)

メーカーでの改善効果－安全在庫分の廃棄の削減



2 ポイントをおきたいこと

(1) 納品期限緩和による効果の定量的検証

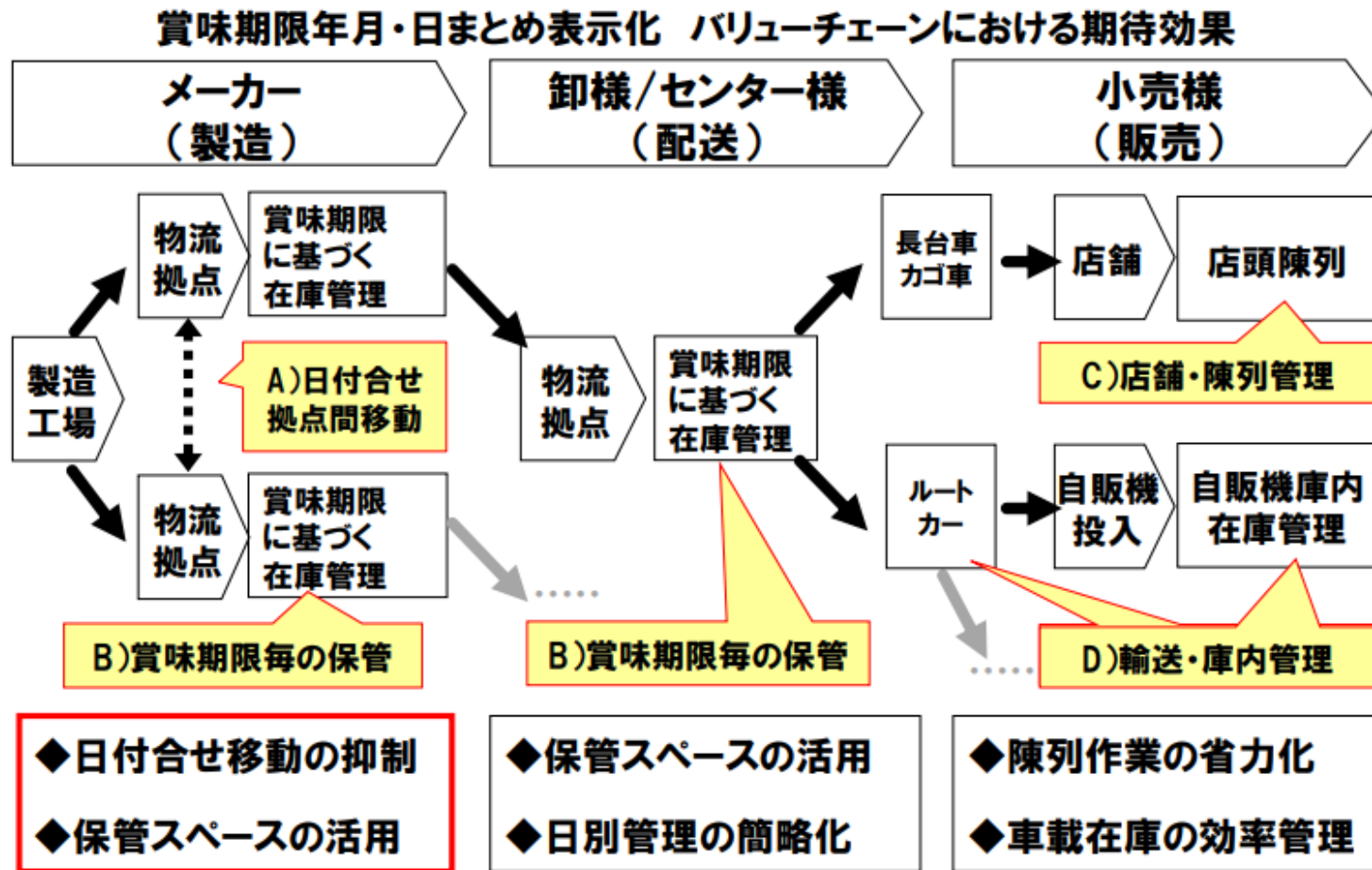
■ <参考> 過去の検証結果

効果検証の実施年度	区分	商品	地点	食品ロス削減内容	量	単位	備考	報告者・実証参加者
2013年度	パイロット・プロジェクト	清涼飲料	メーカー	鮮度対応生産の削減	11,326	トン/年		(飲料) アサヒ飲料、伊藤園、キリンビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、コ
2013年度	パイロット・プロジェクト	清涼飲料	小売業専用物流センター	従来の納品期限を越えて出荷可能になった量	28,058	トン/年		カ・コーラ、(菓子) 江崎グリコ、亀田製菓、不二家、ブルボン、明治、森永製菓、ロッテ、
2013年度	パイロット・プロジェクト	菓子	メーカー	鮮度対応生産の削減	654	トン/年	賞味期限180日以上	(小売) イオンリテール、イズミヤ、イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー、セブン-イレブ
2013年度	パイロット・プロジェクト	菓子	小売業専用物流センター	従来の納品期限を越えて出荷可能になった量	581	トン/年	賞味期限180日以上	ン・ジャパン、ファミリーマート、ローソン
2016年度	実運用	清涼飲料	小売業専用物流センター	従来の納品期限を越えて出荷可能になった量	6,800	トン/年		コカ・コーラボトラーズジャパン
2016年9月～ 2017年9月	実運用	清涼飲料	小売業専用物流センター	従来の納品期限を越えて出荷可能になった量	5,816	トン/年		サントリー食品インターナショナル
2017年3～8月	実運用	清涼飲料	小売業専用物流センター	従来の納品期限を越えて出荷可能になった量	25,000	千円/年	賞味期限180日以上	イトーヨーカドー

2 ポイントをおきたいこと

(2) 賞味期限表示大括り化による効果の定量的検証

- 賞味期限表示大括り化には以下のような効果が考えられるが、実際こうした効果が(どの程度)出ているのか、定量的に検証していきたい。

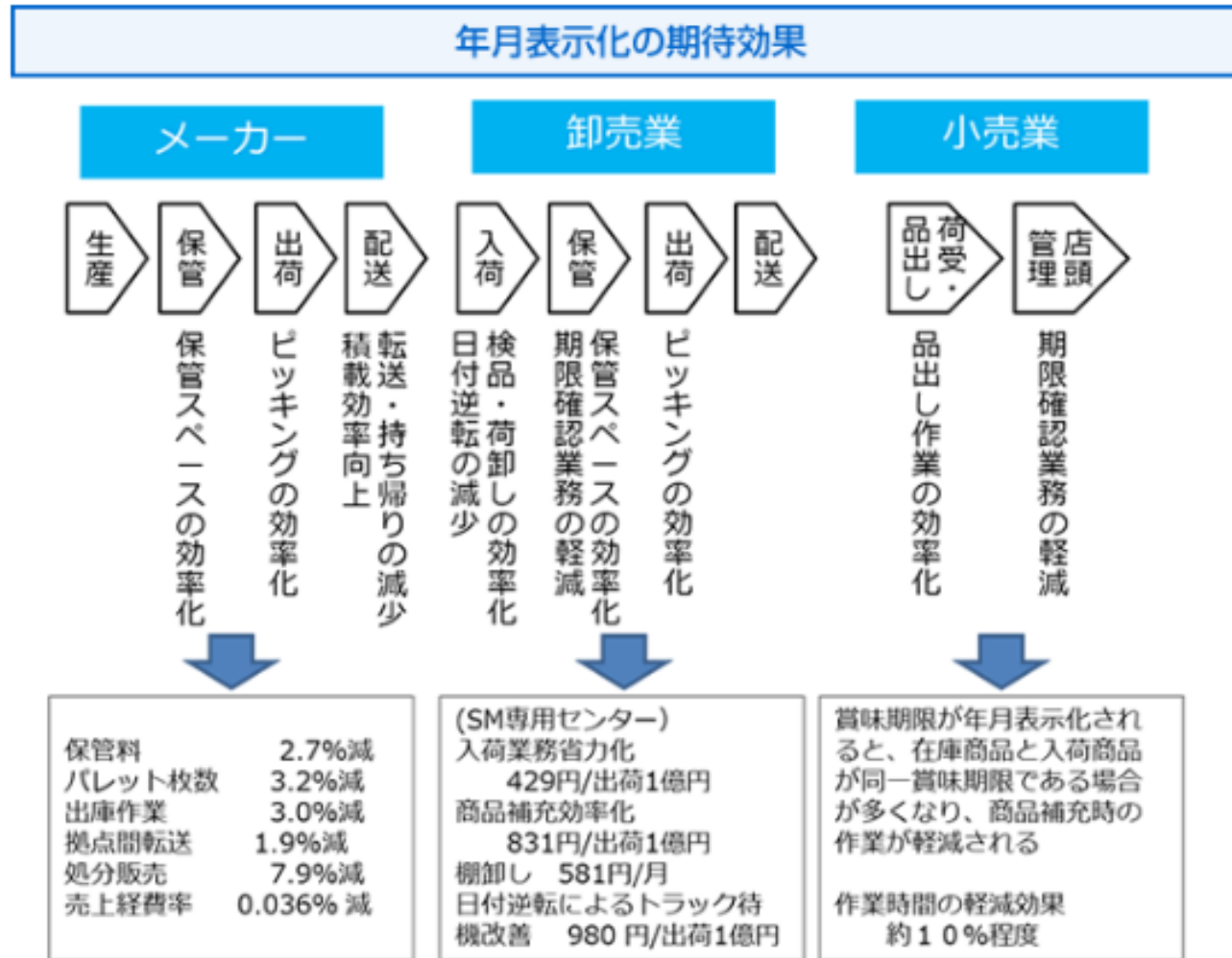


出所: サントリー食品インターナショナル株式会社資料(2018年度食品ロス削減WT資料)

2 ポイントをおきたいこと

(2) 賞味期限表示大括り化による効果の定量的検証

■ <参考> 過去の検証結果



*流通経済研究所による試算結果

出所：製・配・販連携協議会 第2WG報告 2014年7月

2 ポイントをおきたいこと

(2) 賞味期限表示大括り化による効果の定量的検証

■ <参考> 過去の調査結果

事例4 カルビー株式会社

■ 実施時期・実施内容

実施時期	商品	アイテム数	実施内容
2019年6月1日～	成形ポテトチップス (ポテトチップスクリップ)	9アイテム	年月日表示から 年月表示に移行
2019年10月1日～	ポテトチップス (堅あげ含む)	255アイテム	
2020年3月1日～	Jagabee (じゃがビー) 40g (スタンドパック型) 80g (16g×5袋入り)	17アイテム	



■ 賞味期限表示大括り化による効果

- 商品管理区分が月単位にまとまることで、保管スペース・保管作業が効率化
- 商品管理区分が月単位にまとまることで、柔軟な在庫移動が可能となり、非効率生産や残在庫の発生を抑制し、食品ロスを削減
- 在庫を月単位で管理できるようになり、在庫の偏在を防ぐための拠点間配送が減少
- 商品管理区分が月単位にまとまることで、物流混乱時でも在庫調整がしやすくなり、災害への対応力が向上
- 先入れ先出し・検品に伴う作業負担の軽減につながるなど、取引先からは協力的・好意的な反応

■ 実施方法・実施にあたって留意した点

- 推進体制：プロジェクトチーム（生産、マーケティング、品質保証、物流、情報システム、お客様相談室、開発）を中心に販売、購買部門なども連携して取組を推進
- 情報システムの改修：移行にあたり、社内情報システムの改修（「年月」という概念の導入）を実施
- JANコード（※）は変更せずに賞味期限表示大括り化を実施

（※）JANコード：「どの事業者の、どの商品か」を表す、世界共通の商品識別番号。商品パッケージには、バーコードスキャナで読み取れるよう、バーコード化され表示されている。

出所：カルビー株式会社資料および同社ヒアリングにもとづき、流通経済研究所作成。画像は同社提供。

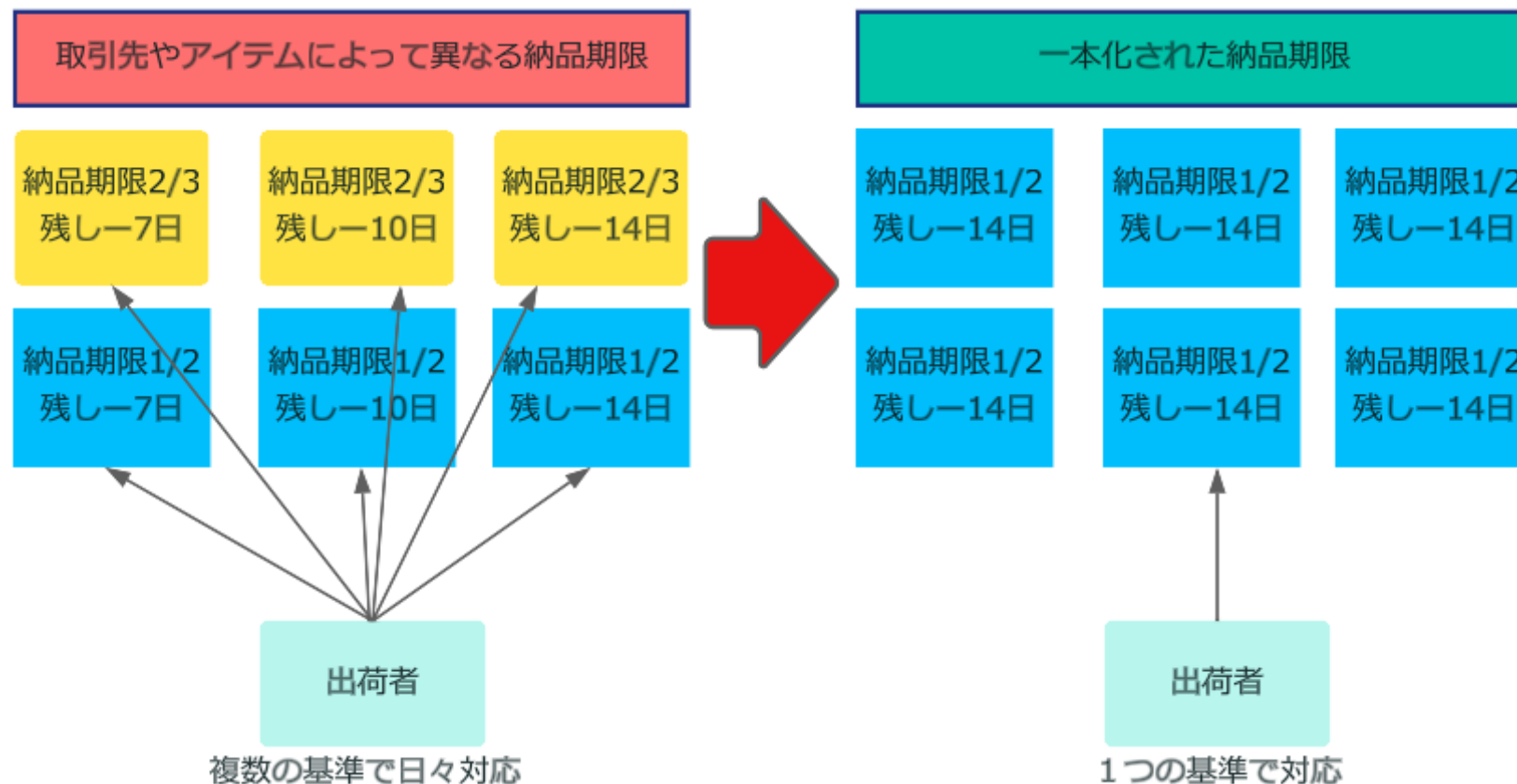
2 ポイントをおきたいこと

(3) 物流問題への対応

- サミット、マルエツ、ヤオコー、ライフコーポレーションの4社は、現在、賞味期限1/2残しと賞味期限2/3残しが混在するため、得意先や商品によって異なる納品期限に合わせて商品出荷を行う物流現場の商品管理業務の負担を軽減するため、2023年3月に「持続可能な食品物流構築に向けた取り組み宣言」を行い、賞味期限180日以上の加工食品は「1/2ルール」を採用し、食品物流の効率化を目指している。
- こうした動きも視野に入れながら、今年度の検討を進めたい。



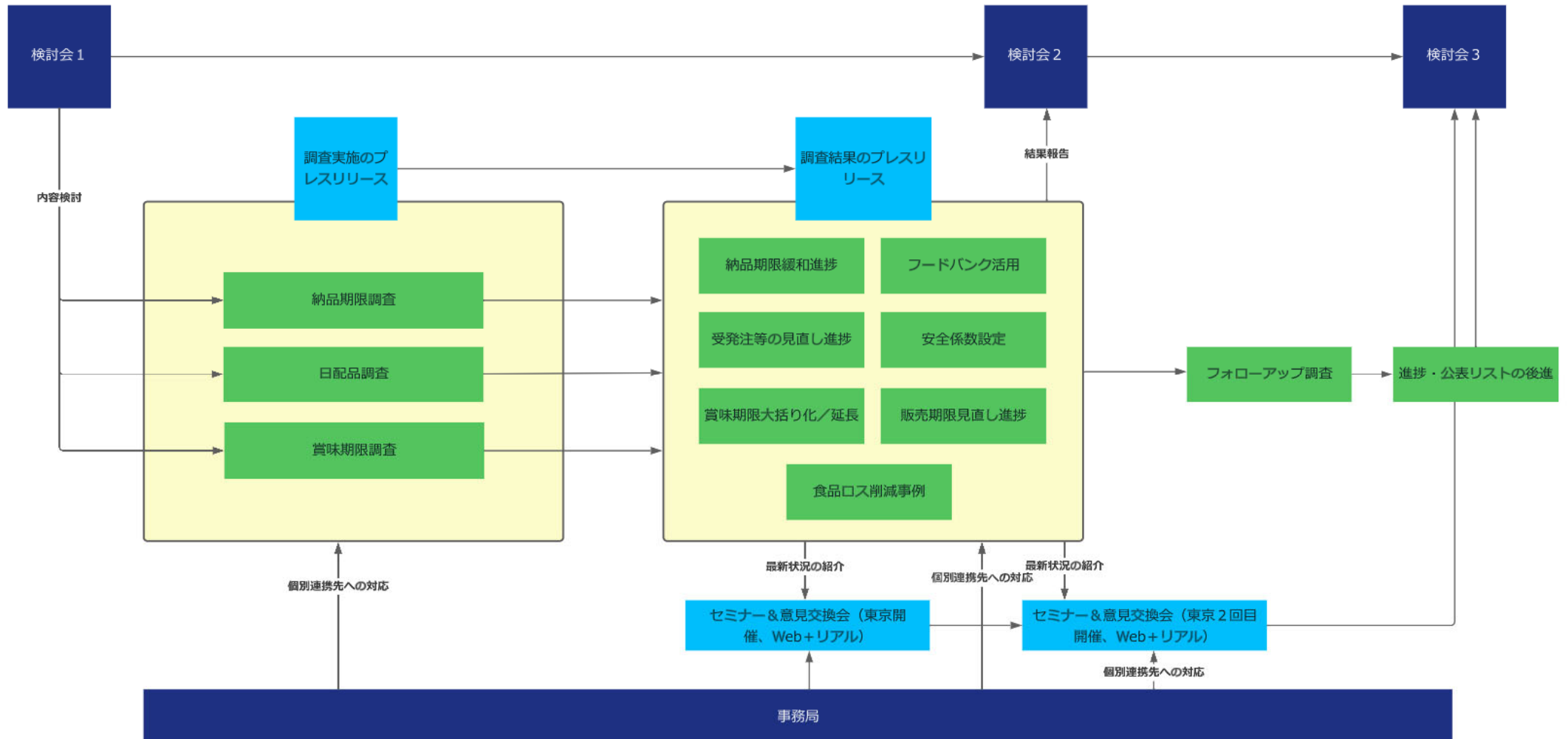
出荷側の庫内作業イメージ



3 検討会の開催予定

回	時期	検討内容
第1回	令和5年7月28日	<ul style="list-style-type: none">・ 実施方針・ 調査等計画の内容・ 商慣習見直しの日に向けて・ 今後の予定
第2回	令和5年11月	<ul style="list-style-type: none">・ 実施結果の中間共有・ 商慣習見直しの日への取り組み結果
第3回	令和6年2月～3月	<ul style="list-style-type: none">・ 実施結果の共有・ 業界へのメッセージと次年度方針の検討

4 本年度の取組の全体像



5 調査概要 (1)納品期限調査

項目	内容
調査目的	食品ロス削減の取り組み、納品期限緩和、及びフードバンク活用等の現状を把握し、今後の施策示唆を得る。
調査対象	スーパー、生協、ドラッグストア等の食品商品部責任者、もしくは加工食品部バイヤー
調査方法	郵送配布でWeb回答
配布数	約1,000
実施期間等	2023年8月～9月 ※2024年2月にフォローアップを実施し、公表内容からの変更を把握

5 調査概要 (1)納品期限調査

項目	内容
調査項目	<ul style="list-style-type: none">• 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)• 納品期限を緩和的に運用している理由／緩和しない理由• 納品期限緩和による影響• 納品期限緩和による効果• 経営層・役員の農林水産省による納品期限緩和推奨の認知• 今後の納品期限緩和の意向• 納品期限緩和について期待する条件整備• 店舗での販売期限の設定状況• 販売期限延長の実施成果• 販売期限延長の実施による影響• 今後の販売期限延長の実施意向• 販売期限緩和実施について期待する条件整備• 加工食品のフードバンク・子ども食堂などへの食品の寄附の状況• フードバンク活用における税制特例措置の活用状況• フードバンク等に食品を提供することのメリット• フードバンク等に食品を提供することの障壁• 今後のフードバンク等への食品提供意向• 自社PBの寄贈意向• 自社に有効な食品ロス削減の取り組み• SDGsに対する貴社の取り組み状況• 物流改善に対する貴社の取り組み状況• 事例公表や実証実験実施等の協力意向

5 調査概要 (1)納品期限調査

■ 前年からの変更点

- 現在の公表一覧に自社情報がある場合でも、最新内容を回答頂く
- 品目ごとに納品期限緩和の今後の進め方を回答頂く
- 納品期限緩和の結果、どの程度返品削減効果があったかに関する設問を追加

- 納品期限売れ残りリスクに対する評価設問を削除

- その他の食品ロス削減の取り組みについての設問を簡素化

- 納品期限緩和による効果検証への協力意向設問を追加

5 調査概要 (2)賞味期限調査

調査目的	賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長、安全係数の設定状況、及びフードバンク活用等の食品ロス削減につながる取り組み状況を把握し、今後の施策示唆を得る。
調査対象業種	<ul style="list-style-type: none">• 清涼飲料(一般社団法人全国清涼飲料連合会 会員企業)• 菓子(全日本菓子協会 会員企業)• 缶詰、びん詰、レトルト食品(公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会 会員企業)• 冷凍食品(一般社団法人日本冷凍食品協会 会員企業)• 風味調味料(風味調味料協議会 会員企業)• その他加工食品
調査方法	郵送調査
配布数	約1500
実施期間等	2023年8月～9月 ※2024年2月にフォローアップを実施し、公表内容からの変更を把握

5 調査概要 (2)賞味期限調査

項目	内容
調査項目	<ul style="list-style-type: none">賞味期限の延長、及び賞味期限表示の大括り化の状況農林水産省による賞味期限延長や賞味期限表示大括り化推奨の認知今後の賞味期限延長の検討予定賞味期限の延長を進める上での障害賞味期限延長の効果(食品ロス削減や流通効率化)についての認識今後の賞味期限表示大括り化の検討予定賞味期限表示の大括り化を進める上での障害賞味期限大括り化の効果(食品ロス削減や流通効率化)についての認識賞味期限設定における安全係数の値安全係数が0.8未満である場合、その理由フードバンク・子ども食堂などへの食品の寄附の状況フードバンク活用における税制特例措置の活用状況フードバンク等に食品を提供することのメリットフードバンク等に食品を提供することの障壁今後のフードバンク等への食品提供意向自社に有効な食品ロス削減の取組SDGsに対する貴社の取り組み状況物流改善に対する貴社の取り組み状況事例公表の協力意向

5 調査概要 (2)賞味期限調査

■ 前年からの変更点

- その他の食品ロス削減の取り組みについての設問を簡素化

5 調査概要 (3)公表項目

区分	公表項目	公表条件
納品期限調査	店舗納品期限	賞味期限1/2残し以下
	センター納品期限	上記に連動
	店舗販売期限	賞味期限残り1カ月以下
賞味期限調査	賞味期限表示の大括り化	
	賞味期限延長	2012年以降に延長実績あり
共通	SDGsの取組状況	
	物流・受発注に関する取組内容	
	フードバンクの活用状況	

10月末に公表し、2-3月に公表内容の変更点を確認する

6 セミナー／意見交換会の開催

- **タイトル(案):**
 - **食品ロス削減に向けた小売ビジネスモデル転換の展望 [参加無料]**
- **目的**
 - **小売業にとっての納品期限緩和をはじめとする食品ロス削減の取組意義への理解を深めてもらう**
- **方法**
 - **農政局・自治体と連携して集客**
 - **先進企業2社から事例紹介**
 - **最新の調査結果情報を共有**
- **対象:食品小売業実務家**
- **動員目標:計100社**
- **日程:令和4年10～11月(要検討)、時間:13:30～16:00**
- **会場及び開催形態:東京開催2回 ※要望があれば東京＋地方開催とする案も検討**

- **お願い:講師候補企業の提案**

6 セミナー／意見交換会の開催

■ 構成A案

- 農林水産省／政策
- 流通経済研究所／調査結果
- 先進企業2社／事例紹介
- 全員で意見交換

■ 構成B案

- 農林水産省／政策
- 流通経済研究所／調査結果
- 先進企業2社／事例紹介
- パネルディスカッション＋質疑応答
 - ・ パネラー：企業2社、農林水産省
 - ・ コーディネーター：流通経済研究所
 - ・ ※質疑応答は聴講者も質問できる

6 セミナー／意見交換会の開催

■ 開催方法案A

- 第1回 東京 リアル+Web
- 第2回 東京 リアル+Web
- ※地方より東京の方が集まりやすく、地方の人も東京にはよく来る

■ 開催方法案B

- 第1回 東京 リアル+Web
- 第2回 地方 リアル+Web
- ※納品期限緩和の遅れている西日本等で1回開催する

■ 開催方法案C

- 第1回 東京 リアル
- 第2回 地方 リアル+Web
- ※1回をリアル開催に限定し、会場に人を呼び込むことで、意見交換をしやすくする

7 個別取組

■ 目的

- 意欲ある事業者を発掘し、納品期限緩和の実施を支援する。

■ 方法

- アンケート調査を通じて、納品期限緩和の検討意向を持つ小売業を発掘。
- POSデータ提供を受け、納品期限緩和を行った場合の廃棄リスクを事務局が分析。
- 分析結果をもとに、実施可能な品目の緩和を進める。

■ 実施目標

- アンケートで5社程度の協力を得て進めたい。

6 ご意見をいただきたい点

- 1 取り組み目標について、2 ポイントをおきたいこと
 - 加筆すべきこと
- 4 取組内容
 - 取組内容の修正・追加
- 5 調査
 - 内容の修正・追加
 - 公表項目の修正・追加
 - 公表基準の修正
- 6 セミナー
 - 講師案
 - 開催地案
 - コンテンツ案
- 7 個別取組
 - 進め方・考え方