

■ 商慣習の状況(リードタイム等)

- 確定発注タイミングの中央値は、「店舗納品の24～36時間前」、前日発注約4割（p9）
- 新商品、チラシ特売の確定発注は「7日前より短い」が約半数（p10、p11）
- 納品期限はD+1が4～6割、パンは製造当日が1割（p12）
- 販売期限は期限当日が5割超（p13）

■ 廃棄の状況と削減の取り組み状況

- 廃棄ロス率は惣菜、パン、洋菓子、練り物の順（p15）
- 食ロス削減に有効な取り組み、てまえどり58.2%、見切り品コーナー51.0%、自動発注49.0%など（p28）

■ フードバンク寄贈

- フードバンク定期的寄贈5.2%、寄贈していない67.3%（p19）
- 税制優遇制度を活用しているのは2.6%、活用していない・わからないは97.5%（p20）
- フードバンク寄贈、拡大する8.5%（p24）
- 寄贈しない理由、品質管理不安51.9%、再販恐れ33.3%（p27）

■ リードタイムについて

- 取引先への納品条件の見直し、納品期限緩和1割、リードタイム延長2割程度、休配日の設定1割（p30）
- リードタイム延長実施の理由、取引先提案35.8%、売上に影響せず23.9%、ドライバー不足22.4%（p31）