

**加工食品検討会  
今年度の実施内容の進捗について**

**令和6年2月28日（水）**

**事務局：公益財団法人 流通経済研究所**

# 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



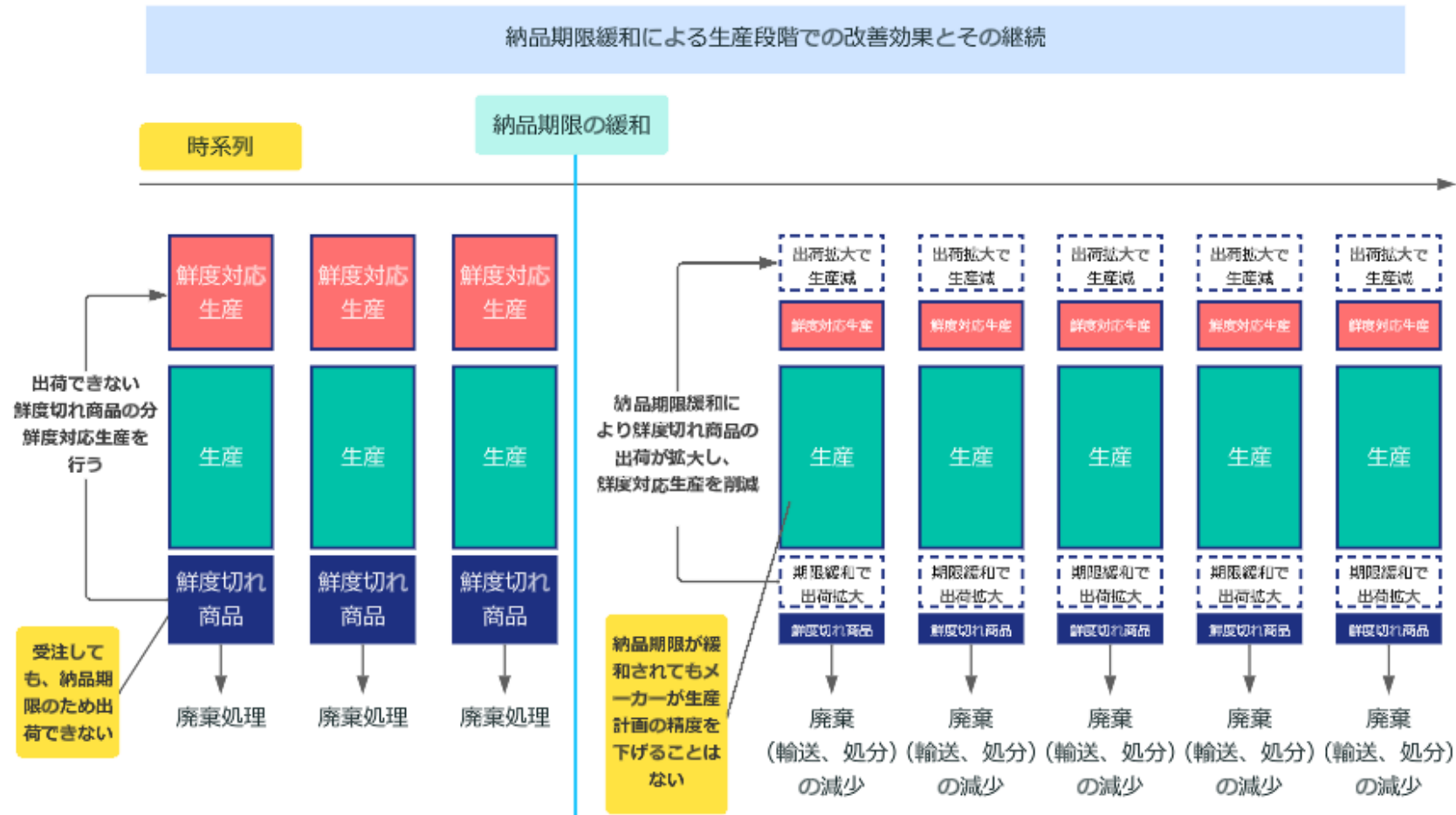
納品期限緩和による出荷機会拡大により、センターの余剰在庫が削減され、返品・廃棄が低く抑えられるとともに返品削減に伴う物流資源や作業負担が軽減される。

## 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



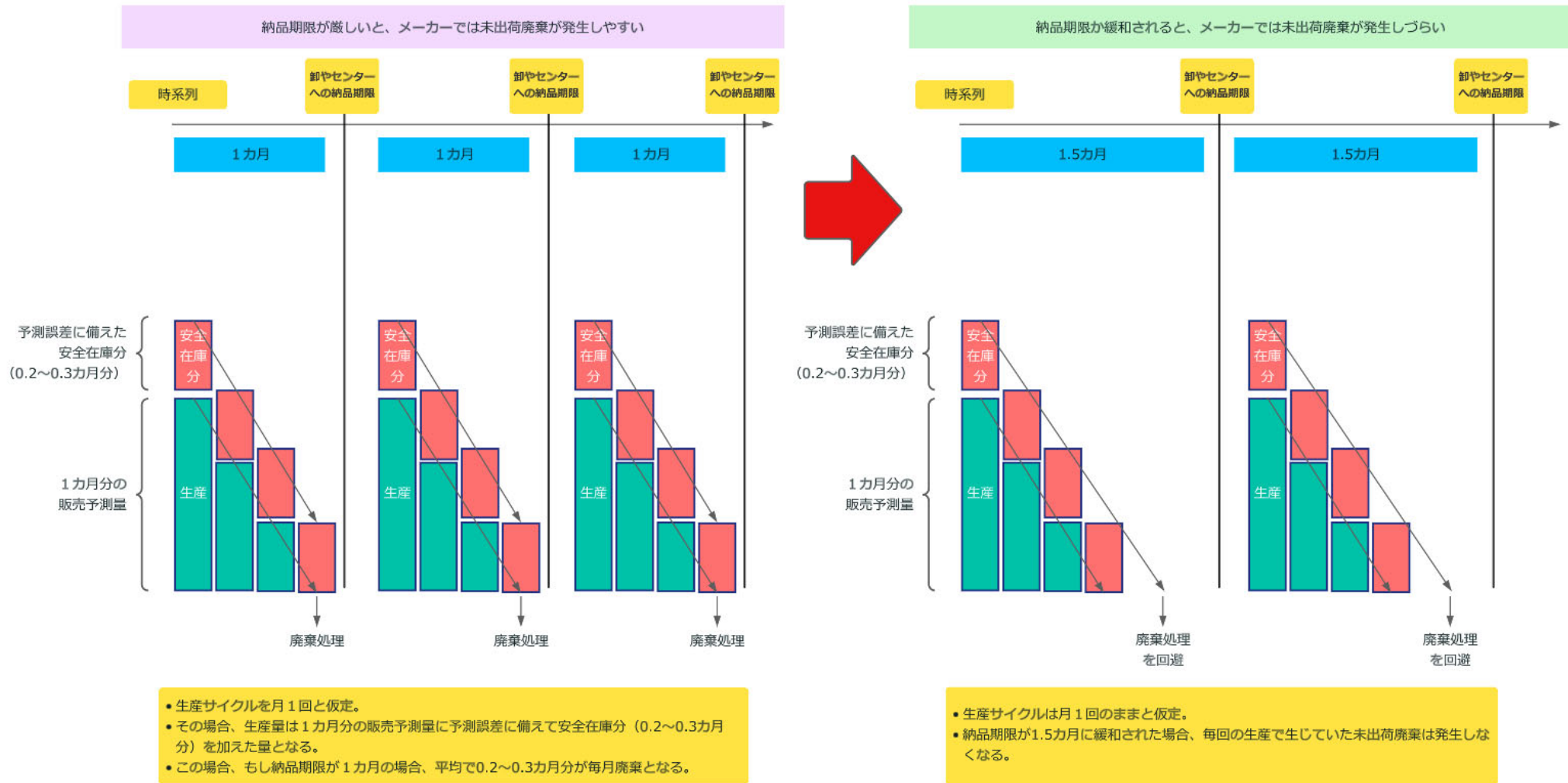
納品期限緩和による出荷機会拡大により、メーカーで行われている鮮度対応生産と鮮度切れ商品の発生量が低位に抑えられることになり、生産・廃棄に費やす物的資源（原材料、追加生産、廃棄輸送）や、人的作業負担が軽減される。

# 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

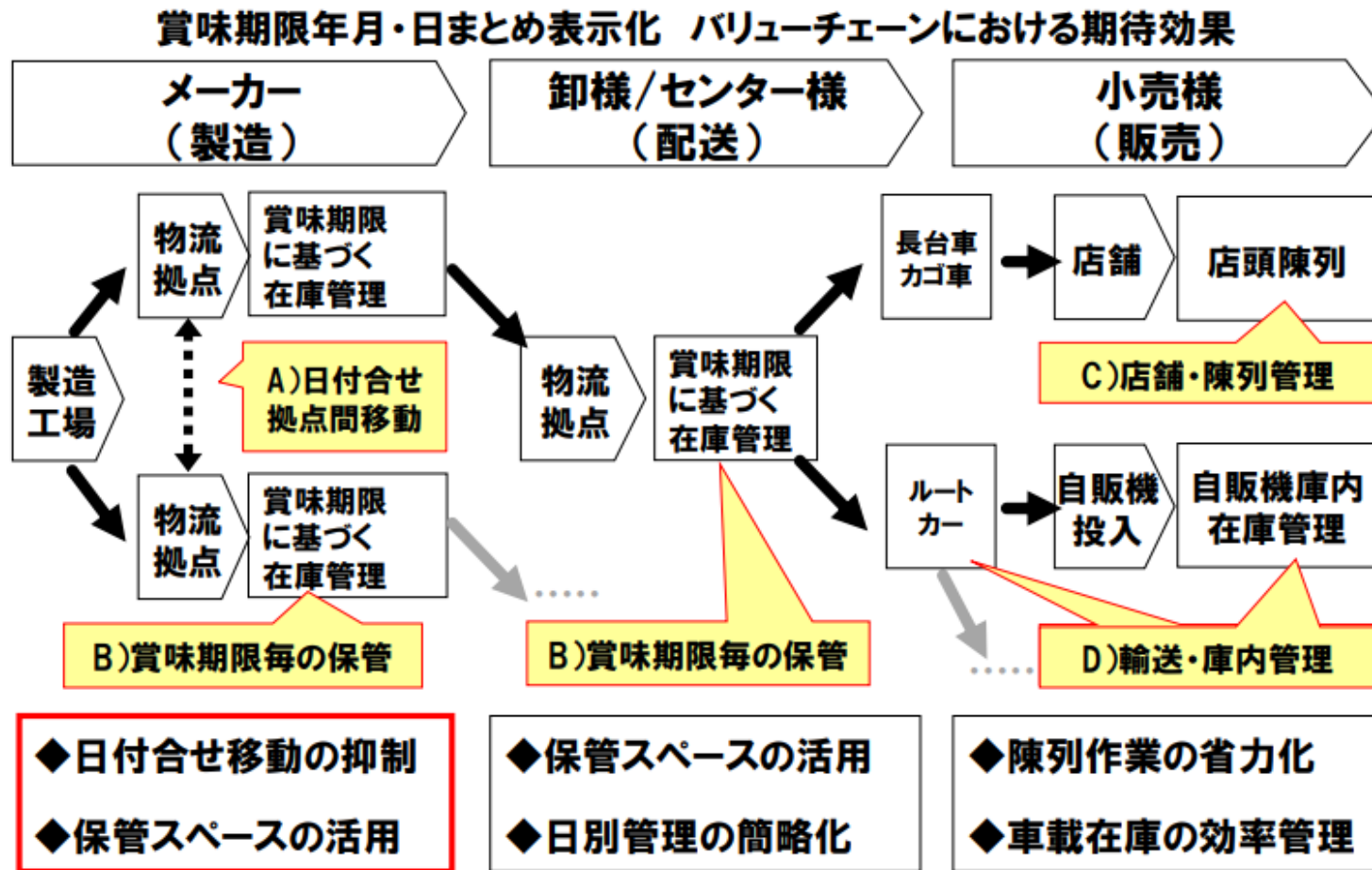
| 効果検証の実施年度           | 区分           | 商品   | 地点          | 食品ロス削減内容             | 量      | 単位   | 備考         | 報告者・実証参加者                                   |
|---------------------|--------------|------|-------------|----------------------|--------|------|------------|---|
| 2013年度              | パイロット・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～<br>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。

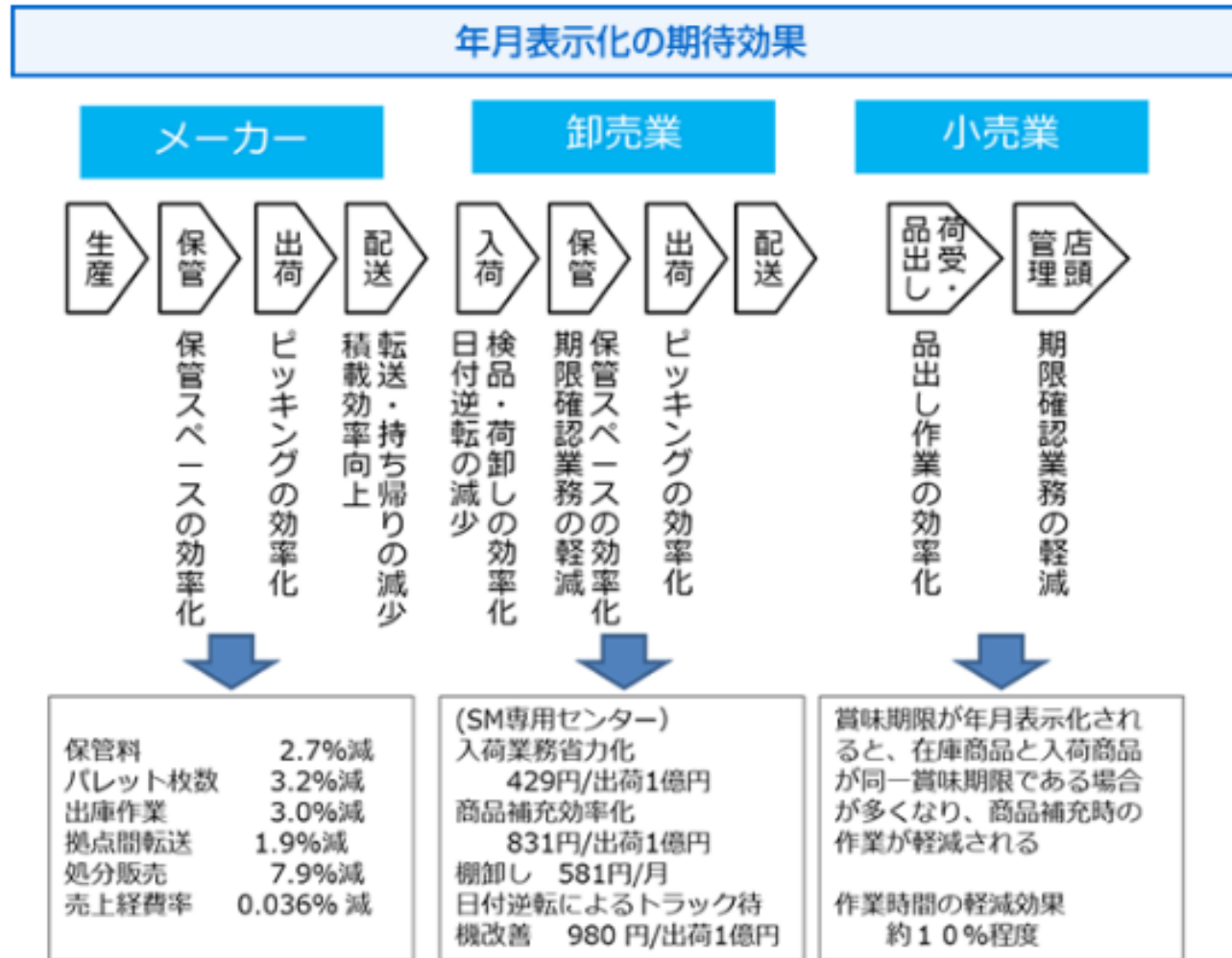


出所:サントリー食品インターナショナル株式会社資料(2018年度食品ロス削減WT資料)

## 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<br>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)<br>40g (スタンドパック型)<br>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。

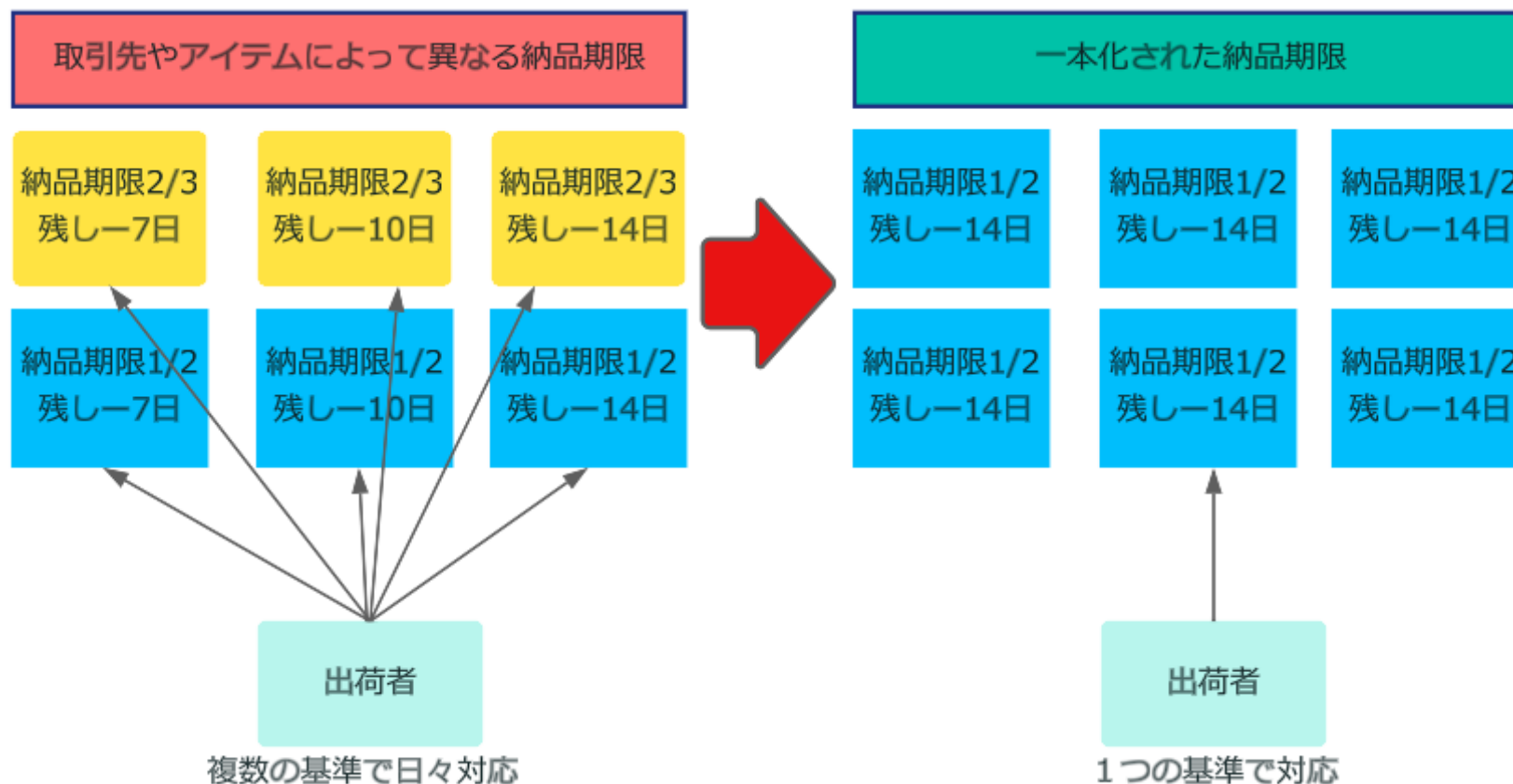
## 2 ポイントをおきたいこと

### (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

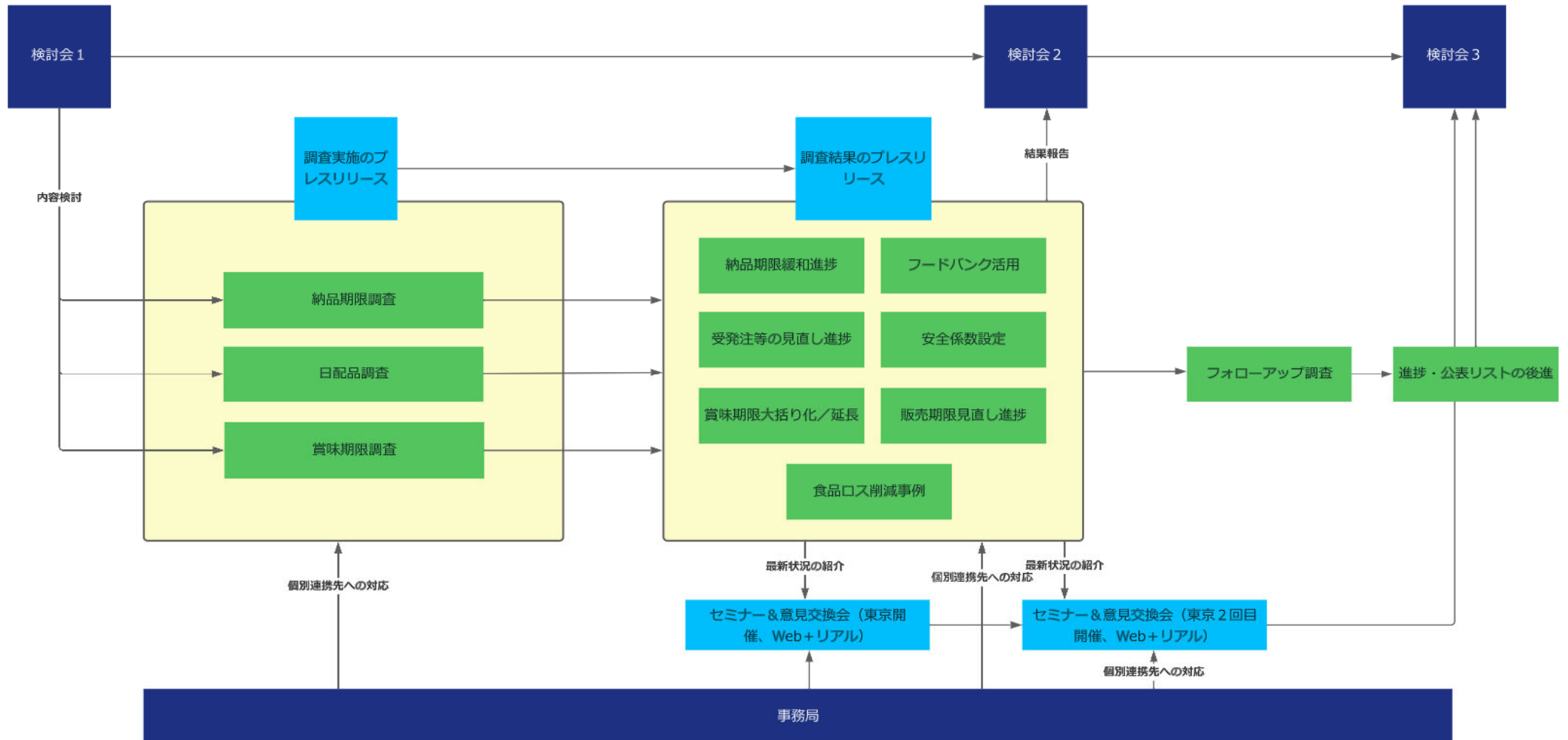


### 3 検討会の開催予定

---

| 回   | 時期         | 検討内容   |
|-----|------------|--|
| 第1回 | 令和5年7月28日  | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 実施方針</li><li>・ 調査等計画の内容</li><li>・ 商慣習見直しの日に向けて</li><li>・ 今後の予定</li></ul> |
| 第2回 | 令和5年11月30日 | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 実施結果の中間共有</li><li>・ 商慣習見直しの日への取り組み結果</li></ul>                           |
| 第3回 | 令和6年2月～3月  | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 実施結果の共有</li><li>・ 業界へのメッセージと次年度方針の検討</li></ul>                           |

# 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  |
| 現在の進捗 | 調査実施済   |

## 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"><li>• 清涼飲料(一般社団法人全国清涼飲料連合会 会員企業)</li><li>• 菓子(全日本菓子協会 会員企業)</li><li>• 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)</li><li>• 冷凍食品(一般社団法人日本冷凍食品協会 会員企業)</li><li>• 風味調味料(風味調味料協議会 会員企業)</li><li>• その他加工食品</li></ul> |
| 調査方法   | 郵送調査   |
| 配布数    | 約1500  |
| 実施期間等  | 2023年8月～9月   |
| 現在の進捗  | 調査実施済  |



## 5 調査概要 (3)公表項目

| 区分             | 公表項目           | 公表条件                |
|----------------|----------------|---------------------|
| 小売業(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         |
|                | 物流・受発注に関する取組内容 | 前々日発注、休配日の設定、納品期限緩和 |
|                | フードバンクの活用状況    | 加工食品の寄贈の実施          |
| 食品メーカー(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      |
|                | 物流・受発注に関する取組内容 | 前々日発注、休配日の設定、納品期限緩和 |
|                | フードバンクの活用状況    | 加工食品の寄贈の実施          |
| 現在の進捗          | 公表実施済          |                     |

## 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**
- **開催方法:東京会場で2回開催(リアル+Web)**
- **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**
- **現在の進捗**
  - 2月に開催
  - 講師:コープみらい、ファミリーマート

## 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。

### ■ 現在の進捗

- 商慣習調査の回答者の中から、3社よりデータ提供を受け、2社のデータを分析した。