

**日配品検討会
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 令和5年度の取り組み目標について

■ 目的

- 日配品は、賞味(消費)期限が短く、在庫できる期間が限られるため、食品ロス削減に向けた管理が難しい。これを背景として、メーカー・小売とも需要予測誤差によって生じる廃棄率が、ドライ食品等と比べて高くなっている。また、生産計画や発注量を実需と等しくしていくには、メーカーには小売の発注前倒し、小売にはメーカーへの発注後ろ倒しが有効であるため、いかにそのなかでWin-Winを生み出せるかもポイントとなる。他方、小売の発注から納品までの時間が短いと、納品車両の効率的な確保が進まず、納品のための深夜集中作業が生じやすいとの指摘もある。一方で、小売業が手法の革新によって予測精度を高め、自動発注を組み合わせることで作業コストを軽減し、2つの効果をもって、食品ロス・物流の状況を鑑み、発注の前倒しを行った事例もある。
- そこで、本検討会は、製・配・販とも削減が課題であり、解決が難しい日配品の食品ロスについて、先進技術や物流問題への対応など広い視野を持つことによって、削減の取組を進める。

■ 目標

- 発注適正化に関する推進指標を設定し、その公表企業を50社とする。
- 商慣習見直し(発注適正化等)の取組事例(試行的取り組みを含む)を7社行う。

2 ポイントをおきたいこと

■ 予測生産による食品ロスの発生構造とその発生量（パンを例にとって説明）

- 予測生産(常に多めに生産しておく)が発生する構造
 - ・ パンの生産工程
 - 一般的なパンができるまでの時間
 - ≫ 食パン・・・約9時間
 - ≫ 菓子パン・・・約7時間
 - ただし、「別製品でも同一の生地を使用」等のため、上記製造時間が製品毎にまるまる必要なわけではない(工程の重複)。また、ある製品の包装が完了するまで、別製品の生地仕込が開始できないわけではない。
 - 一方、生産ラインでは1品のみ生産するわけではない。
 - ≫ 食パンライン→アイテム数少(時間当りの生産能力強)
 - ≫ 菓子パンライン→アイテム数多(時間当りの生産能力弱)
 - ※菓子パンは「形をかえる」「ジャムを絞る」等の能力減となる工程が多い
 - ・ 予測生産とその場合常に多めの生産が行われる理由
 - そのため、該当品の納品リミットが早い程、早く生産を完了する必要がある(早くパンを出荷する必要がある)。
 - 該当品の受注数の確定時刻が、ラインからの出荷リミットより後ならば、全量予測で生産し、出荷まで完了する必要がある。出荷後に不足が判明しても間に合わなくなるので、常に多めに生産しておくことになる

2 ポイントをおきたいこと

■ 予測生産による食品ロスの発生構造とその発生量（パンを例にとって説明）

- 予測生産が多くを占める「前日の店舗発注・翌日店舗納品1便向け納品」ほど未出荷廃棄が生じやすい。
 - ・ パンメーカー3社の提供資料をもとに集計・試算した結果、店舗納品の前日の店舗発注・翌日店舗納品1便向け納品の未出荷廃棄金額率は0.91%で、前々日発注等(0.22%)と比べて、約0.7%高く、年間11.5億円発生している。その他の発注・納品分と合計24.8億円の未出荷廃棄が発生している。
 - ・ そのため前日の店舗発注・翌日店舗納品1便向け納品の売上高に占める構成比は17.7%であるのに対し、未出荷廃棄金額で見ると46.5%を占める。

発注・納品タイミングと未出荷廃棄発生率

(単位:百万円)

発注・納品タイミング	売上高		未出荷廃棄金額		
		構成比		発生率	構成比
前日発注・翌日1便向け納品 (メーカー側で見込生産になるケース)	127,138	17.7%	1,154	0.91%	46.5%
前々日発注・翌日1便向け、および2便・3便向け納品	590,057	82.3%	1,326	0.22%	53.5%
合計	717,195	100.0%	2,480	0.35%	100.0%

出所:食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム(2019)

2 ポイントをおきたいこと

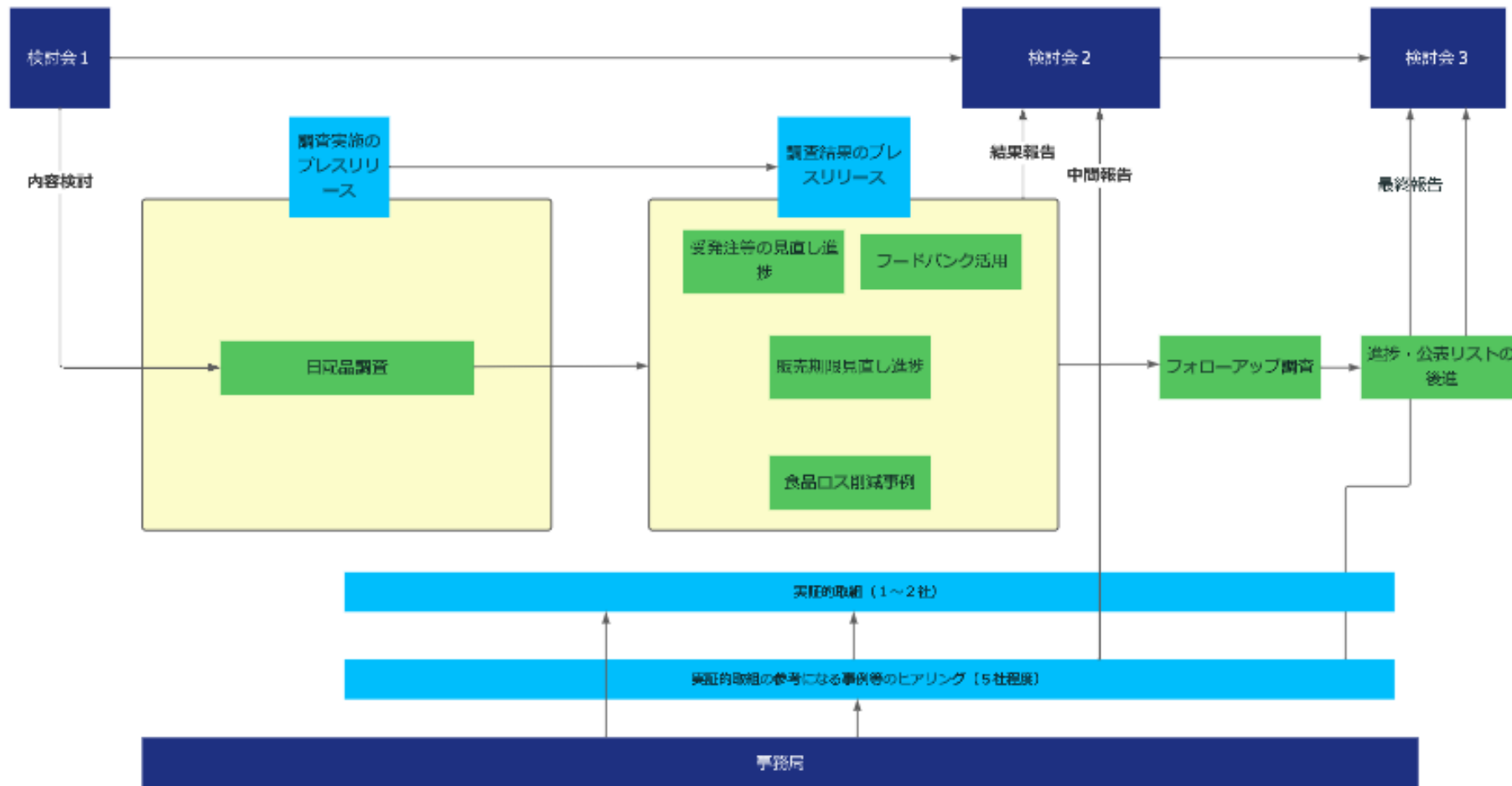
■ 取り組み事例の発掘・創出とその効果検証

- 日配品において、トラックドライバー不足のために今までの様に食品を運べなくなるとの危機意識のもと、商慣習の見直しに取り組み、物流だけでなく食品ロス削減の成果を上げる取組が広がりつつあり、こうした効果の検証を図りたい。
 - ・ イトーヨーカ堂はパンの発注日を納品前々日に繰り上げ、サプライチェーン全体での食品ロス削減や配車手配の効率化が進んでいる。
 - ・ ミニストップは、負担の大きい夜間の荷受注時間の前倒しと出荷時間の後ろ倒しすることによって、メーカーの生産効率の改善、食品ロス削減、トラック積載率の向上や荷受の軽減といった成果が出ている。
 - ・ 総菜メーカーとコンビニエンスストアは、メーカーが1日消費期限を延長し、その半分を販売期限延長に回し、同じ需要予測精度であればロスが出にくい状況を作った上で、メーカーへの発注時間の前倒しを行うべく検討している。

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30日	<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28日	<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)日配品調査

調査目的	食品ロス削減の取り組み、発注方法、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、もしくは日配食品部バイヤー
調査方法	郵送調査
配布数	約1000
実施期間等	2023年8月～9月
現在の進捗	実施済

5 調査概要 (2)公表項目

公表項目	公表条件
受発注・物流に関する取組内容	前々日発注、休配日の設定、納品期限の緩和
店舗販売期限	賞味(消費)期限当日まで販売
フードバンクの活用状況	フードバンクへの日配品の寄贈
現在の進捗	公表済

6 実証的取組及びヒアリング

(1) 実証的取組

項目	内容
実施目的・概要	<ul style="list-style-type: none">調査から、需要予測精度向上、発注適正化、発注自動化に関心のある企業を抽出上記実現に向けた実証的取組を行う
協力店舗	<ul style="list-style-type: none">株式会社サンプラザ(大阪府、年商326億円)
実施内容	<ul style="list-style-type: none">販売数予測の検証(1日前予測)
実施時期	2023年 11~12月 準備 2024年 1~2月 実証期間 3月 結果とりまとめ
実施内容	2023年 11月 対象商品・対象店舗の設定 12月 過去データによる分析 2024年 1~2月 実証期間中のデータ収集 3月 分析・評価
対象品目	豆腐、揚げ

6 実証的取組及びヒアリング

(2)ヒアリング

■ ヒアリングの実施目的・概要

- 受発注・物流の見直しの取組みについて他社が参考にできるように整理する。
- アンケートで協力意向を示した他4社を11月下旬よりヒアリングして、ベタープラクティスとしてとりまとめる予定。

取組内容	実施時期	取組みの促進要因	実施時期	取組によって生じた効果・問題点				問題点への対応など	効果等				意見		
	いつ頃から始めたか	緩和のきっかけ・理由など	様々な関係部署が連携する体制構築の進め方	実施の効果とそのためポイント(留意点)		実施への障害、実施後の問題点		取組みの過程や実施後に生じた課題・問題点への対応のポイント	食品ロス削減の効果	物流効率化の効果	従業員の作業面・意識面の変化(効果)	顧客の反応・効果(プラス面・マイナス面)	自社の需要予測精度向上に有効な取組	自社の発注精度向上に有効な取組	自社の作業軽減に有効な取組
				小売業にとって	メーカー・納入業者にとって	小売業にとって	メーカー・納入業者にとって								
発注リードタイム延長															
納品頻度削減															
サプライチェーンにおける情報の連携の推進															
需要予測精度向上と発注適正化の連携															
その他															