

牛乳等の食品ロス削減に向けた 商習慣見直しに関する情報共有

2025年1月23日

Japan Dairy Industry Association

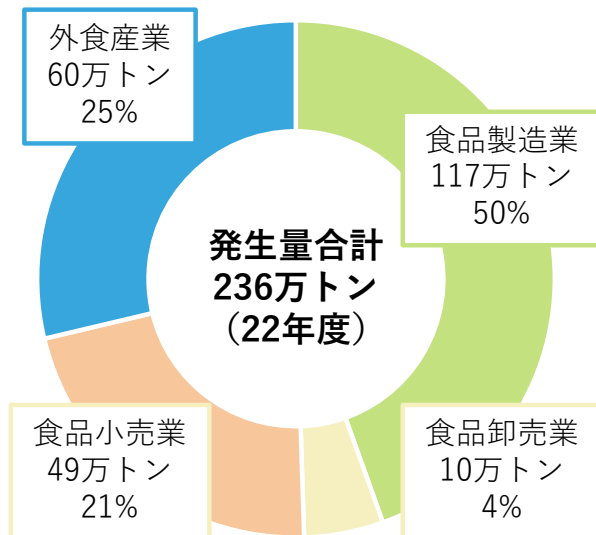
一般社団法人 **日本乳業協会**

1.取組内容の振り返り

食品業界における早期に解決すべき3つの課題

食品廃棄問題

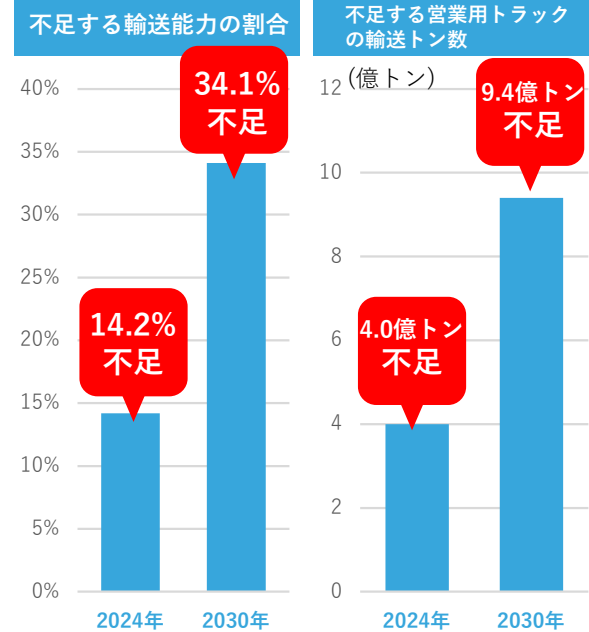
事業系食品ロス（可食部） の業種別内訳



農林水産省は2022年度の食品ロス量を472万トンと公表。うち、食品関連事業者から発生する事業系食品ロス量は236万トンとしている。

出典：農林水産省 環境省 「我が国の食品ロスの発生量の推計値」 (令和3年度) 2023年6月

物流2024年問題

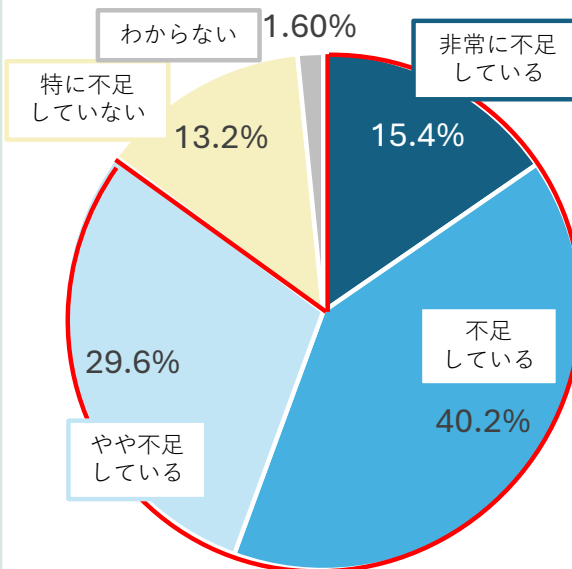


24年4月以降、トラックドライバーの時間外労働の上限が年960時間以内に制限されることになり、かつドライバーの増員も人員が確保できず、慢性的に輸送力が不足する見込。

出典：内閣官房「物流革新に向けた政策パッケージ」 2023年10月

製造現場での人手不足

食品工場の人手不足状況



富士電機が23年5月に行った調査によると食品工場での人手不足の状況は非常に不足している～やや不足しているまで含めると約85%以上の事業所が人手不足と回答した

出典：富士電機 「食品工場の人手不足に関する意識調査」 2023年5月

課題解決に向けた取り組み

食品廃棄問題

物流2024年問題

人手不足

牛乳・乳製品の
商習慣の見直し
による課題解決を
ご提案いたします

今回のお願いは乳業メーカーの一方的な権利主張ではなく、将来に渡っての産業・サプライチェーンの維持という社会課題解決が目的でございます。

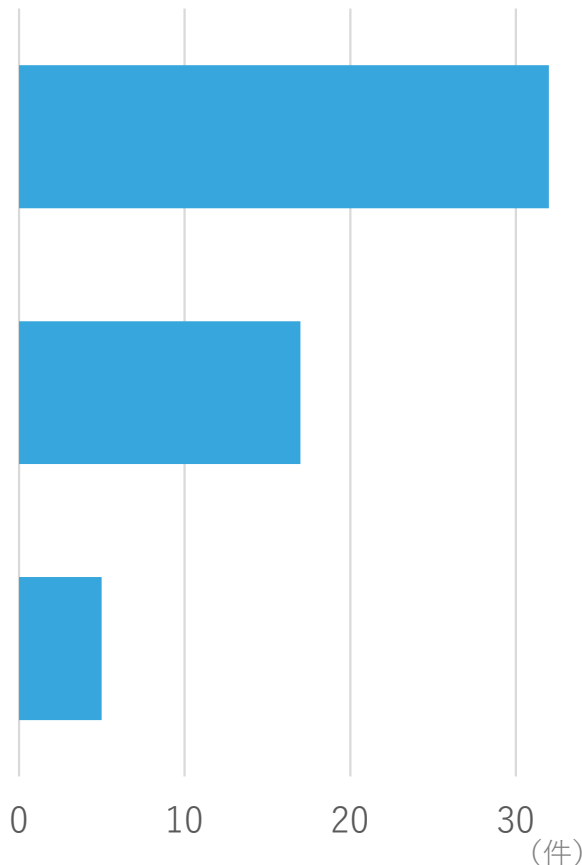
乳業メーカーによる改善要請したい商習慣

食品ロス削減の観点で 取引先へ改善要請したい商習慣

1/3ルールの見直し、
入荷許容の緩和

発注リードタイム
の延長

その他



出典：牛乳の商習慣実態に関するアンケート
2023年7月～9月調査 一般社団法人日本乳業協会
n=194 自由記述の回答を元に回答内容をグルーピング

- ・ 1/3ルール（納品期限）緩和による出荷許容延長
- ・ 賞味期限内商品で残半分であれば納品させていただきたい
- ・ 賞味期限を延長しても納品期限が緩和されず、製造時に発生する食品ロスが改善されない

- ・ 発注から納品までのリードタイムの延長（現状、極めて短い）
- ・ リードタイムを中1日～中2日までOKとしてもらいたい
- ・ 受信時間が早くなるもしくは受信リードタイムが1日前倒しになれば見込み製造がなくなる

- ・ 賞味期限が混同した製品の同時納品が出来ない（1回の納品で異なった賞味期限の納品不可）
- ・ 賞味期限内の物は等しく使う。新しい物の方が良しとされている風潮の改善
- ・ 急な変更（増減）をしない

このアンケート結果をもとに、24年3月に行政・小売業関連の5団体に食品ロス削減に向けた商習慣改善の要望書を提出し、関係者様への説明を実施いたしました。

食品ロス削減に向けた商慣習改善に関する要望書提出先

2024年3月26日付で以下の行政官庁様、流通業界団体様へ要望書の提出ならびにご説明を実施いたしました。

行政官庁 様

内閣府特命担当大臣

農林水産大臣

流通業界団体 様

日本スーパーマーケット協会

日本チェーンドラッグストア協会

一般社団法人全国スーパーマーケット協会

日本チェーンストア協会

オール日本スーパーマーケット協会

2024年7月より

小売・卸売事業者に対して

商慣習改善に関する商談を開始

3.取組の進捗状況

2024年12月上旬に

「チルド流通製品の商習慣実態に関するアンケート」実施

2024 乳協第 128 号
2024 年 11 月 8 日

事業者各位（ご担当者様）

一般社団法人日本乳業協会
（公印省略）

チルド流通製品の商習慣実態に関するアンケート

拝啓 時下ますますご隆盛のこととお慶び申し上げます。

また、平素は協会活動に多大なるご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

昨年度、製品廃棄ロスの観点から「種類別 牛乳」（以下「牛乳」）に絞ったアンケート調査を行い、「厳しい納品期限」、「短い納品リードタイム」等の問題点が明らかとなりました。これを受け、2024 年 3 月 26 日に商習慣見直しに関して、内閣府特命担当大臣、農林水産大臣宛に要望書を、流通業界 5 団体にご協力を要請する文書を出しました。こうした経緯を踏まえ、2024 年 7 月 1 日から、乳協会員個社様にて、取引先流通業者様とチルド流通製品の商習慣見直しの商談を始めて頂いております。

今回、流通業社様との商談の結果、昨年度に比べてどの程度商習慣見直しが進んだかについてアンケートを実施することといたしました。ご多忙の折誠に恐縮ですが、同封のアンケート用紙に記入の上、ご返信いただくようお願い申し上げます。

敬具

記

1. アンケート調査方法

同封のアンケート調査票にご回答頂き、ご返送下さい。

2. 提出期日・提出方法

12 月 20 日（金）までに返信用封筒で一般社団法人日本乳業協会に返送いただきますようお願いいたします。

3. 集計

2024 年度内にまとめ、商習慣見直しが進み、食品ロス削減と酪農乳業界が持続可能な産業・サプライチェーンとなるように、業界関係者に働きかけを行う。

4. 問い合わせ先

本件についてのお問い合わせは、日本乳業協会環境部 後藤聡幸までお願いいたします。 電話：03-3264-3903 直通） メール：to-gotou@jdia.or.jp

以上

設問 1)

7 月 1 日を皮切りとして流通業側と商習慣見直しのご商談を実施されましたか？

設問 2)

納品期限の1/3ルールから1/2ルールへの納品期限の緩和が昨年度に比べて進みましたか？

設問 3)

（昨年度に比べて）納品日の前々日の発注が認められるようになりましたか？

設問 4)

食品ロス削減の観点で、取引先へ改善要請したい商習慣があれば、教えてください？

2024年12月実施 商習慣実態アンケート調査結果（中間まとめ）

◆アンケート回答状況（2025年1月17日現在）

アンケート送付数 : 206部

アンケートの回答数 : 146部（回収率71.9%）

うち有効回答数 : 135部（送付数に対して65.5%、回答数に対して92.5%）

設問1）7月1日を皮切りとして

流通業側と商習慣見直しのご商談を実施されましたか？

①はい：27.4%、**いいえ：71.9%**（不明0.7%）

②「いいえ」の理由

知らなかった：63.9%、知ってはいたが非常に難しいと判断：33.7%

知ってはいたが主旨に賛同できなかった：0%、その他：2.4%

設問2）納品期限の1/3ルールから

1/2ルールへの納品期限の緩和が昨年度に比べて進みましたか？

①はい：12.7%、**いいえ：87.3%**

②納品期限緩和の進捗状況（集計中）

チャネル別では量販が進んでいる

2024年12月実施 商習慣実態アンケート調査結果（中間まとめ）

設問3）（昨年度に比べて）納品日の前々日の発注が認められるようになりましたか？

- ①はい：29.6%、いいえ：70.4%
- ②リードタイム確保の進捗状況（集計中）
チャンネル別では量販が進んでいる

設問4）食品ロス削減の観点で、
取引先へ改善要請したい商習慣があれば、教えてください？

（一部抜粋）

- ・納品ルールの中で同一日付商品のみを要望される取引先が散見される
納入限度日内であれば、複数日付の納品について許容して頂きたい
- ・成功事例や改善していただいた企業の公表など、
取り組みが拡散されるような仕組みを構築してほしい

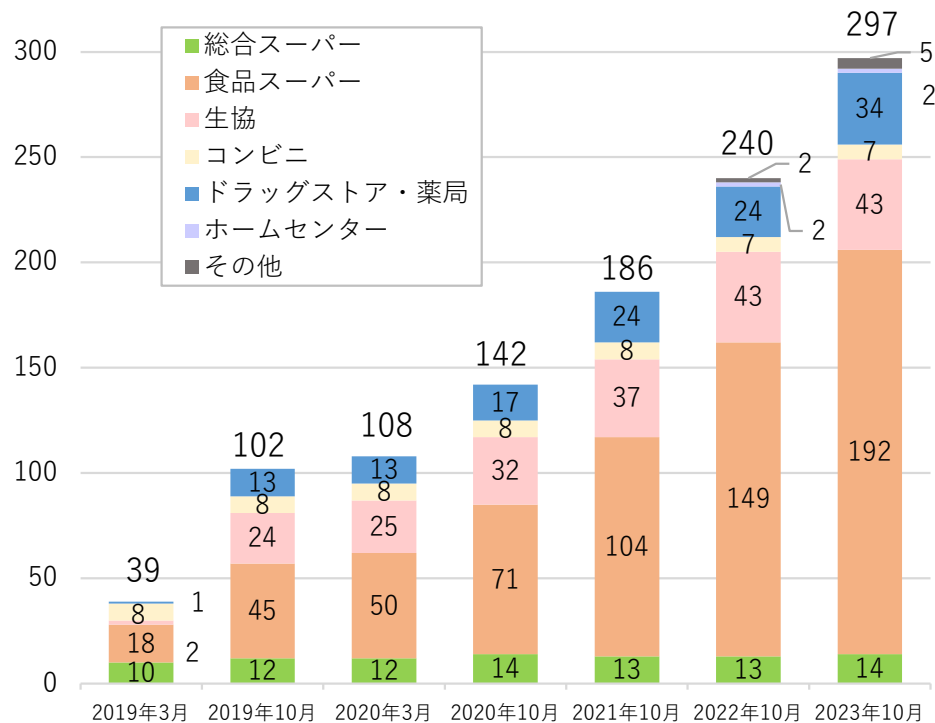
< 中間まとめにおける所感 >

- 商習慣見直し活動について乳協会員への周知が不十分
- 長年続いてきた商習慣の見直しをメーカー側から流通側に相談することに、
心理的に大きなハードルがある
- 特にリードタイム確保に関しては流通側から提案が来るケースもあり
業界全体として大きな流れになりつつあるという手ごたえを感じている

参考）加工食品の取り組み状況

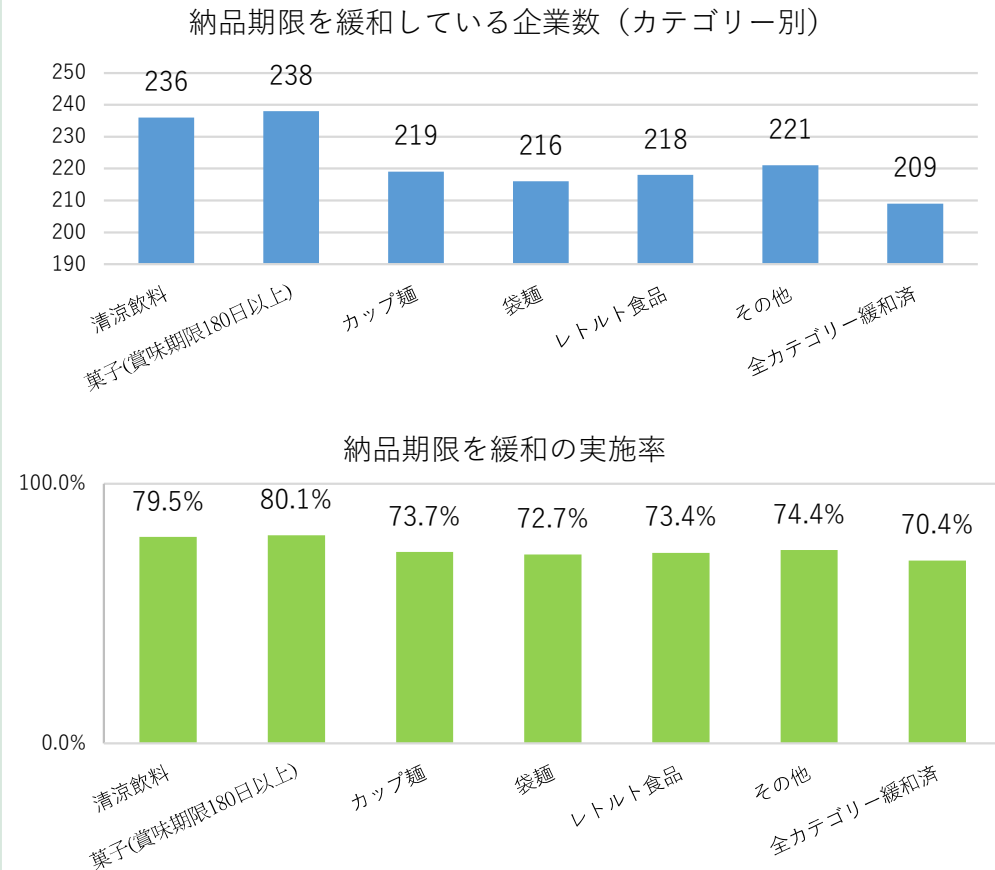
出典：公益財団法人 流通経済研究所
令和5年度食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム
加工食品検討会 商慣習調査結果最終報告（抜粋版）
2024年2月28日

納品期限の緩和に取り組む事業者の推移



- ・当初は大手の総合スーパー・コンビニエンスストア中心に取組が進捗。
- ・直近では食品スーパーを中心に取組が拡大し、全体の取組事業者数が増加。

納品期限緩和の 카테고리別取り組み状況



実施率が高い順に、菓子（賞味期限180日以上）、清涼飲料、カップ麺となっている。全てのカテゴリーにおいて、納品期限緩和を実施している企業の割合は70.4%。

3. 事例について

納品期限の緩和

「納品期限緩和」の事例①

企業名	北海道地区Aスーパー
実施内容	<実施内容> 納品期限1/3ルールから1/2ルールへの変更 <実施時期> 2025年4月1日～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	当社は道東地区に出店しており、将来的な物流不安には共感したため。
その他独自の取組	・納品期限を緩和したことで、店頭での廃棄ロス増加が懸念されるため、販売期間を賞味期限までの延長を検討 ・お客様への理解促進のため、「手前取りPOP」を設置
実施結果課題など	※実施前

「納品期限緩和」の事例②

企業名	ヤマザワ
実施内容	<実施内容> 納品期限1/3ルールから1/2ルールへの変更 <実施時期> 2024年10月20日～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料 ※一部メーカーで実施
実施に至った背景	国からの要請もあり業界全体で取り組まなければいけないこととして認識した為、申し入れ内容を受け入れ納品期限を緩和することとした。
その他独自の取組	納品期限緩和に伴い実施した独自の取組みはなし。 以前から店頭で「手前どり」POPを活用/フードロス削減コーナーを設置するなどして取り組んでいる。
実施結果課題など	納品期限を緩和しても店頭での廃棄量が増えたという報告はない。

「納品期限緩和」の事例③

企業名	相鉄ローゼン
実施内容	<実施内容> 納品期限1/3ルールから1/2ルールへの変更 <実施時期> 2025年1月1日～ <実施カテゴリー> ※すべて完了しておらず順次切り替え対応中。 牛乳、ヨーグルト、飲料、バター、チーズ（先方の日配カテゴリー）
実施に至った背景	・会社として食品ロス削減を課題と捉えており、乳業界の取り組みを理解し、納品期限を緩和することとした。
その他独自の取組	・特にありません ・フードドライブの取組みあり ※フードバンクかながわを通じて、福祉施設や子ども食堂など、食品の支援を必要とされている方々に提供
実施結果課題など	・1/16時点ではトラブルや変化もなく進行している

「納品期限緩和」の事例④

企業名	中部地区Bスーパー
実施内容	<実施内容> 納品期限1/3ルールから1/2ルールへの変更 <実施時期> 2025年4月頃 <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	乳業界における食品ロス削減についての課題は理解した。 特定企業からテスト的に鮮度緩和を実施。 ⇒センターで1/3ルールのマスタ設定はしておらず、納品期限緩和には全社的に既に取り組みを実施している。
その他独自の取組	特になし
実施結果課題など	※実施前

「納品期限緩和」の事例⑤

企業名	中部地区Cスーパー
実施内容	<実施内容> 納品期限1/3ルールから1/2ルールへの変更 <実施時期> 2025年4月～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	乳業界における食品ロス削減についての課題は理解した。 特定企業からテスト的に鮮度緩和を実施。 (センターで1/3ルールのマスタ設定はしていない)
その他独自の取組	特になし
実施結果課題など	※実施前

「納品期限緩和」の事例⑥

企業名	関西地区Dスーパー
実施内容	<実施内容> 納品期限1/3ルールから1/2ルールへの変更 <実施時期> 2024年11月1日～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	当社においても食品ロス削減を重大な課題と捉えており、様々な取組を実施している。その中で、乳業界の取り組みに共感し、まずは特定企業でテスト的に鮮度緩和を実施する。
その他独自の取組	以前より、お客様への理解促進のため「手前取りPOP」を設置
実施結果課題など	小売・メーカー共に、納品鮮度の実態にまだ大きな変化がない認識。実施による問題・課題は顕在化していない。

「納品期限緩和」の事例⑦

企業名	関西地区Eスーパー
実施内容	<実施内容> 納品期限1/2ルールの再確認 <実施時期> 2024年7月 納品期限緩和に関する商談を実施 1/2での商品マスタ登録は既に行っており、当社方針の理解を得る <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料、バター、チーズ
実施に至った背景	当社はサステナビリティに関する取組みを積極的に進めており、商習慣の見直しについての依頼を受ける以前の24年4月度からリードタイムの延長（LT1→LT2化）についても独自に実施していた。納品期限についても既に1/2での商品マスタ設定を行っており、乳業界の取組みに関しても理解している。
その他独自の取組	・売場の一部に「食品ロス削減にご協力下さい」コーナーを設置。 ※賞味期限が近い商品をおおよそ半額の値段で販売。 ・手前取りPOPの設置。
実施結果課題など	・手前取りPOPを設置しているものの、売場ではまだまだ日付の新しい商品から購入されるお客様が多いため、生活者に対する理解促進が課題。

リードタイムの確保

「リードタイム確保」の事例①

企業名	北海道地区Fスーパー
実施内容	<実施内容> 確定発注のリードタイムを店舗納品日の前日から前々日に変更 <実施時期> 開始時期商談中 <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	・ 社会の流れから申し入れ内容は理解する。LT2は取り組まなくていけない。 ・ むしろ当社が遅れているくらいの認識。
その他独自の取組	・ 一部のデザートメーカーもLT2に変更した。 ・ パンもLT2で週間発注もしている。
実施結果課題など	・ 鮮度許容延長は店頭でのロス増加が懸念されるため、受け入れられない

「リードタイム確保」の事例②

企業名	ライフコーポレーション（首都圏）
実施内容	<実施内容> 確定発注のリードタイムを店舗納品日の前日から前々日に変更 <実施時期> 2024年10月1日～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料、酪品（先方の日配カテゴリー）
実施に至った背景	・センターでの人員不足や物流2024年問題を課題として捉えており様々なリスクを考えた上で、発注リードタイムを変更するに至った。 ・SM物流研究会にも加盟しており、当社としてまずは取組みを進めてみようと考えた。
その他独自の取組	・特にありません。 ・物流、受発注の体制も現状のまま進行している。 ・店舗に納品する各便の物量平準化による、配送の効率化を図っている
実施結果課題など	・物流関連の部門では、大きな変化はない。（円滑に進んでいる） ・受発注、店頭在庫管理でのロスはなく、変化は起きていない。

「リードタイム確保」の事例③

企業名	静鉄ストア
実施内容	<実施内容> 確定発注のリードタイムを店舗納品日の前日から前々日に変更 <実施時期> 2025年1月3日伝票日付 ～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	・ いずれやらなければならない問題であり、対応に至った。 ・ システムトラブル・自然災害等の影響による店頭欠品のリスクを回避するため。
その他独自の取組	・ 特に無し
実施結果課題など	・ 1 / 3 ～実施のため、具体的な事例は無し

「リードタイム確保」の事例④

企業名	中部地区Bスーパー
実施内容	<実施内容> 確定発注のリードタイムを店舗納品日の前日から前々日に変更 <実施時期> 不明（かなり前より実施済） <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	・センターでの人員不足や物流問題を課題として挙げていた。 ・また、自然災害等の様々なリスクを回避するため、発注リードタイムを変更するに至った。
その他独自の取組	・2021年3月には『「ホワイト物流」推進運動 持続可能な物流実現に向けた自主行動宣言』を発信
実施結果課題など	・数量確定時間が早まったことにより、センターの人員配置、配車手配における効率化が図られた。 ・特売の発注数量確定により欠品防止に繋がった。 ・天災や製造・システムトラブル発生時の廃棄量の減少。 ・現状、店頭で欠品が増加したなどの問題はないが、発注精度の向上は継続課題。

「リードタイム確保」の事例⑤

企業名	アルビス
実施内容	<実施内容> 確定発注のリードタイムを店舗納品日の前日から前々日に変更 <実施時期> 2022年4月頃 <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料
実施に至った背景	・ LT1からLT2のリードタイムによる食品廃棄ロス取組、物流対応取組。 ・ また、自然災害等の影響による店頭欠品も増えてきており、様々なリスクを回避するため、発注リードタイムを変更するに至った。
その他独自の取組	・ リードタイム変更に伴い、当日の追加対応がなくなった。
実施結果課題など	・ 数量確定時間が早まったことにより、センターの人員配置、配車手配における効率化が図れた。 ・ 特売の発注数量確定により欠品防止に繋がった。 ・ 現状、店頭で欠品が増加したなどの問題はないが、発注精度の向上は継続課題。

「リードタイム確保」の事例⑥

企業名	関西地区Gスーパー
実施内容	<実施内容> 確定発注のリードタイムを店舗納品日の前日から前々日に変更 <実施時期> 2024年10月30日～ <実施カテゴリー> 牛乳、ヨーグルト、飲料、デザート、酪品（ピザ・スープ除く）
実施に至った背景	・食品廃棄問題・物流問題・人手不足等の食品業界がおかれている状況を鑑みリードタイム変更する方針決定に至った。 ・明治、森永、雪印メグミルク等、各乳業メーカーからの提案あり
その他の独自の取組	・センター人員配置の改善を図るべく、センター納品時間を前倒しすることとした。（25年1月より開始）
実施結果課題など	・店舗の発注〆切時間が早くなったため出荷当日の数量修正が稀に発生する。 ・現状、店頭で欠品増加・ロス増加などの問題は起きていないと思われるが、発注精度の向上が課題である。

まとめ

- ◆納品期限、リードタイムを見直していただいた企業は、食品廃棄や物流問題を重大な課題と捉えており、乳業界の取り組みにも賛同いただいている
- ◆販売期限の延長や「手前取り」POPの設置など、独自の取り組みを実施
- ◆納品期限を緩和しても、現時点では、納品鮮度に大きな変化がないこともあり、問題は発生していない
- ◆リードタイムを変更したことにより、センターの人員配置や配車手配の効率化が図れている
- ◆今後の課題
 - 【納品期限の緩和】：生活者の理解促進
 - 【リードタイムの確保】：発注精度の向上

引き続き、製造事業者、小売業者が協力して
課題解決に向けて取り組んでいく

ご清聴ありがとうございました。