

**令和6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
日配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7年3月11日（火）

事務局：公益財団法人 流通経済研究所

目次

1 事業の目的

2 検討会の開催

3 事業内容・実施方法

(1) 日配品の需要予測精度向上と前々日発注化実証実験

(2) 発注リードタイム延長効果の事例分析

(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表

(4) セミナー／意見交換会の開催

参考 フードバンク支援事業の紹介

1 事業の目的

■ 目的

- 本ワーキングチームは、サプライチェーン全体の食品ロス削減のための適正発注の推進に係る調査研究等を行う。
- 日配品は賞味期限が短く、店舗での販売期間が限られるために、店舗での食品ロスが生じやすい。そのため、発注リードタイムを短くすることによって需要の変動に迅速に対応しやすくすることで食品ロス削減を図ってきた。
- 他方、メーカー側では受注後の製造開始では納期に間に合わないため、見込生産が行われ、予測誤差による食品ロスが発生しやすい状況となっている。
- また、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。
- こうした状況をふまえて、食品ロス削減や物流負荷削減の観点から、従来のやり方を小売業の発注リードタイムを延長する方向で見直す動きが見られつつある。
- 本検討会は、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。

2 検討会の開催

回	時期	検討内容
第1回	令和6年7月31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7年1月23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• 次年度方針の検討• 業界へのメッセージ発信内容の検討
第3回	令和7年3月11日	<ul style="list-style-type: none">• 実施結果の共有• 次年度方針の決定• 業界へのメッセージ発信内容確定

3 事業内容・実施方法

(1) 日配品の需要予測精度向上と前々日発注化実証実験

- 昨年度、大阪府の株式会社サンプラザにて過去データを用いた売上高予測モデルを豆腐、あげについて構築。最主力商品10店舗で、一部(D店等)を除き、20%を下回る予測精度を達成。その結果を踏まえて、今年度、発注における実証実験を同社にて行う。

精度評価 誤差率中央値 豆腐

店舗	1日先	9日先	16日先	24日先	31日先
A	10.4%	10.4%	11.1%	10.4%	10.9%
B	11.9%	11.5%	11.7%	11.9%	12.2%
C	16.1%	14.3%	14.3%	17.0%	16.8%
D	11.4%	10.6%	12.4%	13.0%	11.7%
E	16.5%	17.9%	18.1%	17.3%	17.0%
F	10.8%	18.0%	12.6%	9.1%	13.1%
G	9.2%	9.1%	8.0%	10.0%	9.5%
H	18.7%	14.5%	19.9%	15.2%	14.5%
I	18.2%	16.8%	15.5%	16.5%	15.6%
J	10.3%	13.3%	13.0%	14.6%	13.6%

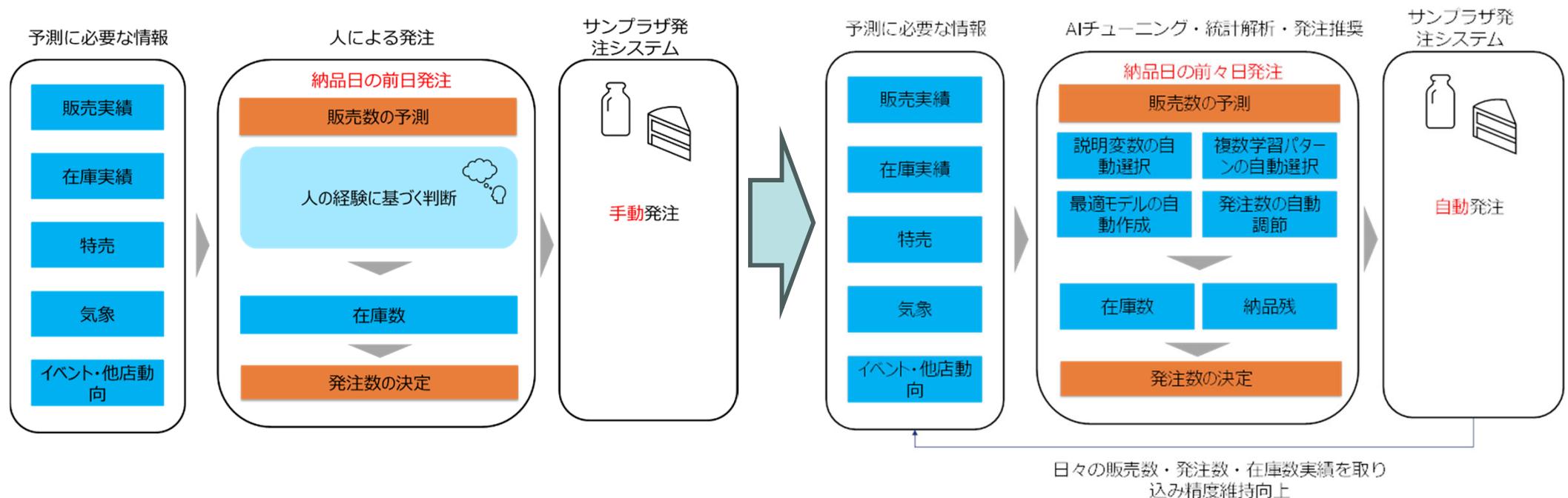
精度評価 誤差率中央値 あげ

店舗	1日先	9日先	16日先	24日先	31日先
A	21.0%	23.4%	24.7%	23.6%	24.6%
B	18.7%	18.3%	18.5%	18.4%	19.1%
C	25.4%	24.7%	22.2%	23.2%	22.7%
D	27.7%	28.9%	31.0%	32.3%	28.1%
E	22.7%	22.1%	21.7%	27.3%	23.0%
F	17.2%	18.8%	20.4%	20.1%	17.1%
G	20.7%	19.9%	21.4%	21.5%	20.6%
H	22.8%	27.3%	27.0%	26.6%	27.1%
I	19.3%	18.9%	18.1%	18.2%	19.1%
J	25.3%	25.1%	25.4%	26.8%	24.4%

3 事業内容・実施方法

(1) 日配品の需要予測精度向上と前々日発注化実証実験

- 流通をとりまく社会課題を鑑み、店舗及びサプライチェーンにおける食品ロス削減や、店舗発注にかかる人件費コストの削減にむけて、通常の方法を気象データやAIを活用した方法や前々日発注に変更し、その効果や影響を検証する。
- 現在は、販売実績情報や気象の動きなどから、発注担当者が経験に基づいて販売数を予測し、発注数を決定している。発注数量の決定を手作業で行うため、発注に時間がかかっている。なお発注するタイミングは納品日の前日である。



3 事業内容・実施方法

(1) 日配品の需要予測精度向上と前々日発注化実証実験

- 対象カテゴリ等は以下のとおりである。

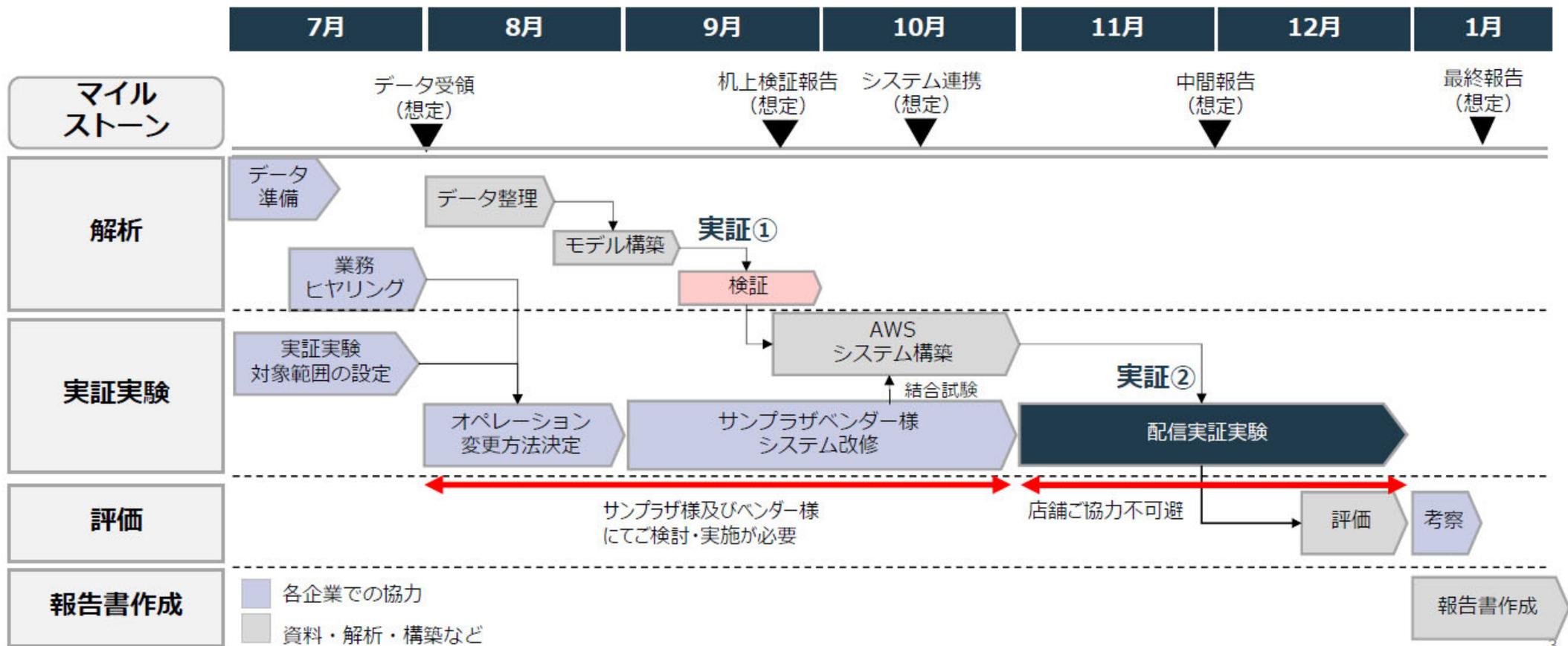
	内容	備考
対象カテゴリ	パン・乳製品・豆腐など、 3～4カテゴリ ※商品改廃なし約200SKU商品	課題感に合わせたカテゴリ・SKU選定を 相談させてください。
店舗	5店舗	A/Bテストの実施を念頭に、5店舗
データ期間	日次・2～3年程	過去の売上傾向を分析するために必要な期間 となります。
検証期間	2024年度下期 11～12月	年未年始に期間が被らない実証が良いと考えま す。

出所:一般財団法人日本気象協会

3 事業内容・実施方法

(1) 日配品の需要予測精度向上と前々日発注化実証実験

■ スケジュール(予定)は以下のとおりである。



出所:一般財団法人日本気象協会

3 事業内容・実施方法

(2)発注リードタイム延長効果の事例分析

- 本調査では、食品ロス削減や物流負荷削減の観点から、従来のやり方を小売業の発注リードタイムを延長する方向で見直す事例における背景やねらい、方法、成果、今後の展望等についてヒアリング調査を行い、示唆を整理する。

調査方法	ヒアリング調査
ヒアリング調査の対象	食品小売業5社程度
ヒアリング項目	<ul style="list-style-type: none">・ 対象商品・ 受発注方法・発注リードタイム延長の内容・ 実施した経緯・ 店舗、物流センター等における業務の再構築・ 小売業とサプライヤーとの取組みの進め方・ 小売業社内での部門間調整・意思決定の進め方・ 実施による影響や効果・ 実施前後の売上・廃棄率・欠品率等の変化・ 店舗オペレーションの変化・ 物流面での変化・ メーカー側での食品ロス削減効果

3 事業内容・実施方法

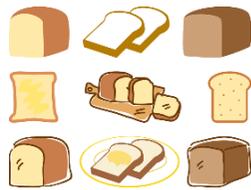
(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表 前年度の事例①

実施会社概要

- ・所在地: 東京都千代田区
- ・会社名: 株式会社 イトーヨーカ堂
- ・業種: 食品スーパー
- ・店舗数: 228店舗
- ・従業員数: イトーヨーカ堂 24,254名、ヨーク 6,547名
(2023年2月末現在)

対象商品

パン



発注リードタイム延長の内容

- ・前日発注→前々日発注

経緯

- ・ パンメーカー3社の緩和前の発注の状況は、前日16時に確定した発注情報を受信し、翌日にイトーヨーカ堂店舗に納品を行っていた。
- ・ パンの製造には最低7時間程度かかるため、ほぼ全ての商品を予測生産する必要があった。メーカーでは欠品を避けるためにかなり多めの予測生産を行っており、余る場合も多く、ロス・廃棄が発生していた。Y社からイトーヨーカ堂に発注リードタイム緩和を要請。
- ・ その後、イトーヨーカ堂側からパン全アイテムの発注リードタイムを延長するという打診があった。パンメーカーとしては、発生している食品ロス削減に少しでもつなげたいということが大きく、イトーヨーカ堂と連携して取り組みを進めることとした。
- ・ もともとイトーヨーカ堂との取引は、前日1便と前々日1便が併存する形で運用しており、前日の便の発注を前々日に寄せた形になったため、オペレーション等の面で大幅な変更なく、少ないコストで前々日発注に移管することができた。

実施による影響や効果

- ・ 廃棄ロス削減: あるメーカーでは、原材料の廃棄ロス量で年間約190t程度の削減効果があった。(変更前年同期からの試算)また、リサイクル処理などの廃棄費用の削減の効果もあった。
- ・ 時間ロスの削減: 予測生産した量が実際の発注量に足りないときの二度作りにかかるライン切り替えなどの時間の削減。
- ・ 物流面: 前日に荷量がわかるため、配送の便の手配も前日にできるようになった。切り替えによる悪影響は特になかった。
- ・ 親会社のイトーヨーカ堂が前々日発注に切り替えたため、グループ会社もそれに倣って前々日発注にしてもらうことができた。

3 事業内容・実施方法

(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表 前年度の事例②

実施会社概要

- ・所在地: 富山県射水市
- ・会社名: アルビス株式会社
- ・業種: 小売業
- ・店舗数: 66店舗(令和5年8月10日時点)
- ・従業員数: 3,401名(令和5年9月末時点 パート社員含む)

対象商品

- ・日配(豆腐・麺・練り製品・牛乳・ヨーグルト等)
- ・精肉加工品(ハム・ウィンナー等)

発注リードタイム延長の内容(2021年4月から)

センターを経由する日配品については100%納品日の2日前発注に変更

- ・変更前 発注 納品日1日前:12時締め(仕入先:13:30頃受)
- センター入荷 納品日1日前:16時以降~26時
- 店舗納品 当日:早朝から8時頃までに完了

- ・変更後 発注 納品日2日前:12時締め(仕入先:13:30頃受)
- センター入荷 納品日1日前:16時以降~26時
- 店舗納品 当日:早朝から8時頃までに完了

※センターを経由しない店舗直送商品(冷食/アイス・パン・和菓子等)はこれまでどおり店舗納品日の1日前に発注

<ドライ> 日配品同様、発注日から店舗納品の間を1日延長

- ・変更前 発注 納品日当日:10時締め(仕入先:12時頃受)
- 店舗納品 当日:14~22時
- ・変更後 発注 納品日1日前:10時締め(仕入先:12時頃受)
- 店舗納品 当日:10~22時に店舗納品

経緯

- ・ アルビス株式会社では、メーカー・卸側での食品ロス削減、また物流センター側での作業効率改善を目的として2021年4月より日配・精肉加工品の発注リードタイムを延長することとした。
- ・ 延長実施にあたっては、既に導入している「自動発注システム」について、店舗発注担当者に運用ルールを再度教育をおこなった。
- ・ リードタイム延長について店舗運営部は心配していたが、人の手による勘の発注から、自動発注システムの客数予測精度を上げていき、在庫を補正する仕組みの運用を徹底することで、需要予測精度の低下をカバーできるのではないかと考え方を理解してもらい、取り組みを進めることができた。
- ・ 会社として**全体最適をめざす社風**があり、取引先や物流委託先と一緒に進めた取り組みが進められやすかった。

実施による影響や効果

(メーカー・卸側)

- ・ 見込製造から、受注確定後の生産となるためには、造りすぎや追加製造等の作業が軽減

(物流センター側)

- ・ 翌々日の物量が確定することで、センターの人員や店舗への配送車両台数の調整が可能になった。

(店舗側)

- ・ 自動発注運用を高めることで発注時間を削減した。

3 事業内容・実施方法

(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表 前年度の事例③

実施会社概要

- ・所在地: 東京都新宿区
- ・会社名: 株式会社 紀ノ國屋
- ・業種: 食品スーパー
- ・店舗数: 42店舗
(2024年2月20日現在)
- ・従業員数: 1,502名
(2023年4月1日現在)

対象商品

牛乳、ヨーグルト、チーズ、ラフテー(大手があまり扱わないニッチな商品が多い)

発注リードタイム延長の内容

- ・発注翌々日納品
- ・週4日配送

実施による影響や効果

リードタイム延長は弊害になっていない。当社は売り上げが比較的安定しており、需要予測が前々日に変わったとしても、それほど予測の誤差が増えるわけではない。ただし、予測そのものは難しくなっているのは事実なので、店に対しては、過小発注に陥ることなく、攻めの姿勢と売り切る努力を高めていこうと指示をしている。今後については、技術進化を取り入れた賞味期限延長の実現や、冷凍方法技術の向上による長寿命化に取り組んでいきたい。

経緯

- ・ 10年前までは、発注から納品までのリードタイムは翌日が一般的でした。しかし、約10年前から、業界の専門家を交えて、製造業者、卸売業者、物流業者そして小売業者(自社)が集まり、物流に関するさまざまな問題に真摯に向き合い、改善策を模索する取り組みを開始した。従来各社が独自の最適解を追求し、サプライヤーに過度な負担を求めていたことからの転換を図るものであり、物流費用増大という状況下で、エンドユーザーに過剰な価格負担を与えないようにするために、全体最適の視点から問題を解決し、高品質な商品をリーズナブルな価格で提供し続けたいという意図が背景にある。
- ・ 2010年代前半からは、これらの検討の成果として、前々日発注や週4回の配送回数の削減などが実現され、トラック1便あたりのコストを大幅に削減することに成功した。これにより、商品代への物流コストの転嫁を防ぐことができた。
- ・ 近年では、ドライバー不足によるドライバーの価格高騰がますます顕著になっており、そのために配送回数の削減や配送計画の最適化に重点を置いて取り組んでいる。
- ・ 延長実施の決め手は、有識者も交えつつ、メーカー、卸、配送、小売(自社)が包み隠さずに議論を行うことができたことでした。その上で、消費者に物流価格の高騰を転嫁しないという共通の目的が明確であったため、さらに強固な基盤が形成されました。したがって、検討の過程では、どのような方法をとることで、消費者に対する最終価格に影響が及ぶのかを十分に検討しました。

3 事業内容・実施方法

(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表 前年度の事例④

実施会社概要 <ul style="list-style-type: none">・業種:ドラッグストア・従業員数: 1,000名以上	経緯 <ul style="list-style-type: none">・ 現在、2024年問題をはじめとする流通を取り巻く物流環境の変化に対応すべく、日配品の発注リードタイムの見直しを検討している。そうしないと、物流リソースの十分な確保や、物流価格の高騰といった問題に直面する可能性が高いからである。消費者に対しコストアップをなるべく防ぐための努力として現在検討を進めている。・ 商品としては、「賞味期限が長い」、「ロス率が低い」、「PI値の低い」など、店舗全体の廃棄にとっての影響度の小さなカテゴリから検討を進める方向である。・ 現時点では、商品の選定にあたっては、単品レベルでロス率、PI値を精査し、影響度の高いものは第一ステップの対象商品から除外する方向で考えている。・ なお、現在は、フローズンチルドやカット野菜など一部の商品(取引先側で出荷時に解凍処理や賞味期限シールの貼り付け作業に時間がかかるもの)は翌々日納品となっている商品は以下があるが例外的であり、ほとんどの日配品は翌日納品である。
対象商品 <p>乳製品(牛乳、チーズ、バターなど) 現在実施を計画中である。</p>	
発注リードタイム延長の内容 <ul style="list-style-type: none">・発注翌々日納品	
実施による影響や効果 <ul style="list-style-type: none">・ これからの取り組みであるが、トラックドライバーの不足の問題や、物流コスト増の対策になりうると考えている。・ また、リードタイム延長により、メーカーとのコスト面でのゲインシェアも期待している。・ またその他の課題として、日配品の販売期限を賞味期限日に近づけて店舗での廃棄ロスを削減することである。(現在は賞味期限まで商品を販売していない場合がある。)	

3 事業内容・実施方法

(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表

- 業界団体等の協力を得て、日配品における食品ロス削減・商慣習見直しの現状を把握し、今後の施策示唆を得る。また、賛同企業拡大に向けた取組企業名・事例公表を行う。

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	以下の小売業 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	2024年8月～9月
企業名を公表する対象の取り組み	<ul style="list-style-type: none">・ リードタイム延長・ AIを活用した需要予測・ 販売期限延長・ フードバンク活用・ 物流効率化への取り組み 等
事例の公表	農林水産省のHPで公表する

3 事業内容・実施方法

(3) 商慣習見直し調査と取組企業・事例の公表

項目	内容
調査項目	<ul style="list-style-type: none">• 定番品・チラシ特売・新商品の確定発注数量連絡のタイミング• 納品期限・販売期限の設定状況• 値引ロス率・廃棄ロス率• 自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組み• 店舗欠品率、納品リードタイム延長／短縮の意向とその理由• 納品リードタイム緩和の理由• フードバンクなどへの食品の寄付の状況、そのメリット・寄贈の障壁• フードバンクなどへの寄付での税制優遇の活用状況• プライベートブランドのフードバンクへの寄贈を認めているかどうか、その理由• SDGsに対する取り組み状況• 物流効率化への取り組み

3 事業内容・実施方法

(4)セミナー／意見交換会の開催

■ 目的

- 企業に社会性と成長の両立がこれまで以上に求められるなか、食品小売業にとり食品ロス削減はその双方に資するテーマとして、ますます重要性が高まっている。
- 本会合では先進事例を情報共有し、さらなる取り組みの促進を図るべく、意見交換を行う。

■ 内容

- 1. 食品ロス削減の最新トピックス／農林水産省
- 2. 食品ロス削減の商慣習にまつわる調査結果／流通経済研究所
- 3. メーカーの取組事例
- 4. 食品卸の取組事例
- 5. 小売業の取組事例①
- 6. 小売業の取組事例②
- 7. 意見交換

参加者にいかに意見交換まで残っていただくか、参加するだけでなく商慣習見直しをしようと思っただくにはどうすれば効果的か？ご意見をいただきたい。

3 事業内容・実施方法

(4)セミナー／意見交換会の開催

■ 目的

- 企業に社会性と成長の両立がこれまで以上に求められるなか、食品小売業にとり食品ロス削減はその双方に資するテーマとして、ますます重要性が高まっている。
- 本会合では先進事例を情報共有し、さらなる取り組みの促進を図るべく、意見交換を行う。

■ 日時: 令和6年11月21日(木)・22日(金)

■ 参加者: 約200名

■ 内容

- 1. 食品ロス削減の最新トピックス／農林水産省
- 2. 食品ロス削減に関する調査結果報告／流通経済研究所
- 3. 味の素グループが推進するフードロス削減に向けた取り組み
- 4. 日本アクセスの食品ロス削減策
- 5. 東急ストアにおける食品ロス削減の取り組み
- 6. ～持続可能な社会の実現に向けて～ファミリーマートの食品ロス削減の取り組み
- 7. パネルディスカッション
「消費者意識の変化を踏まえた今後の食品ロス削減の展望」

3 事業内容・実施方法 (4)セミナー／意見交換会の開催

ハイブリッド開催にて実施。

当日の様子



いては真農政部が説明。同県における25年産の栽培面積は4390畝で、24年産比1・1%減少。品種別では、とちあいか357畝(40%増)、とちあおめ63畝(62%減)、スカイベリー19畝(17・4%減)。栽培面積は全体で前年より減少しているものの、収量性の高いとちあいかの拡大により全体の出荷量では増加を

見込んでいる。生育状況は、3品種とも9月の盛大で定植後にやや緩慢となったが、天候の回復にともない生育順調に推移。1番果の出揃いは、とちあいか11月中旬頃、とちあおめ下旬頃、スカイベリー12月中旬頃。2番果の出荷開始は、それぞれ12月下旬頃、1月上旬頃、1月下旬頃の計画。

と報告した。新たな目標設定については議論を進めているという。企業の事例発表では、4社が取組みを紹介。味の素では、直接の事業活動領域である工場での原料受入れから店舗納品までの「川中段階」において、25年度のフードロス最終処分量を18年比で半減をめざす。その対策として、生産工場でのロス発生の見える化、需給・生販バランスの適正化、賞味期限の年月表示化、フードバンクの活用などを挙げた。

東急ストアでは、ロス削減と商品価値向上を兼ねた取組みとして、旬やブランド食材の端材や未利用部位をプロセスセンターでハンバーグなどの加工品に商品化。さらに需要予測システムを導入することで、食品ロスの金額が大幅に減少。また、AI値引きアラートによる適切なタイミングの値下げで、売上げと粗利の拡大にもつなげている。このほか、青果では鮮度保持に配慮したパッキングを使用し、家庭でのロス削減にも貢献する。

コンビニでは、ファミリーマートがロス削減に向けて食品のパッケージ方法の工夫、店舗での値下げ、加工食品での規格外品の活用、納期期限の見直しなどの取組みを紹介。また、家庭で余っている食品を回収し寄付する「フードドライブ」を47都道府県の約4100店舗で実施し、国内最大規模になるという。

食品ロス削減でセミナー

東急ストアなど事例紹介

流通経済研究所は、食糧関連事業者を対象に食品ロス削減に向けたセミナーを開催した。農水省が政府の方針などを解説し、メーカー、中間流通、スーパー、コンビニ企業がそれぞれ取組みを紹介した。

農水省は、国内の食品ロス量(2022年度)が約472万トとなり、国民1人1日当たり約103gになると説明。このうち事業系のロス量は236万トで、2000年度比で半減とする目標を8年前倒しで達成した

流通段階では、日本アークセスが「ロスを出さない」「売切る」「配る」「リサイクル」の各フェーズにおける取組みを紹介。「ロスを出さない」では、AIによる需要予測・発注の最適化、冷凍食品の開発による流通上

のロス削減、野菜の端材を活用した菓子の開発などを挙げる。また、「リサイクル」では、スーパーのベイシア18店舗の食品残さを回収し、リサイクル工場で飼料化。その飼料で育成した豚を使った製品を店舗に納入する。

24年産サクランボ高温で生産3割減
農水省は2024年産サクランボの結果樹面積が4110畝になり、前年産に比べ2%減少したと発表した。収穫量は1万1500ト、出荷量は1万ト。高温が続いた影響で、それぞれ34%、36%減少した。

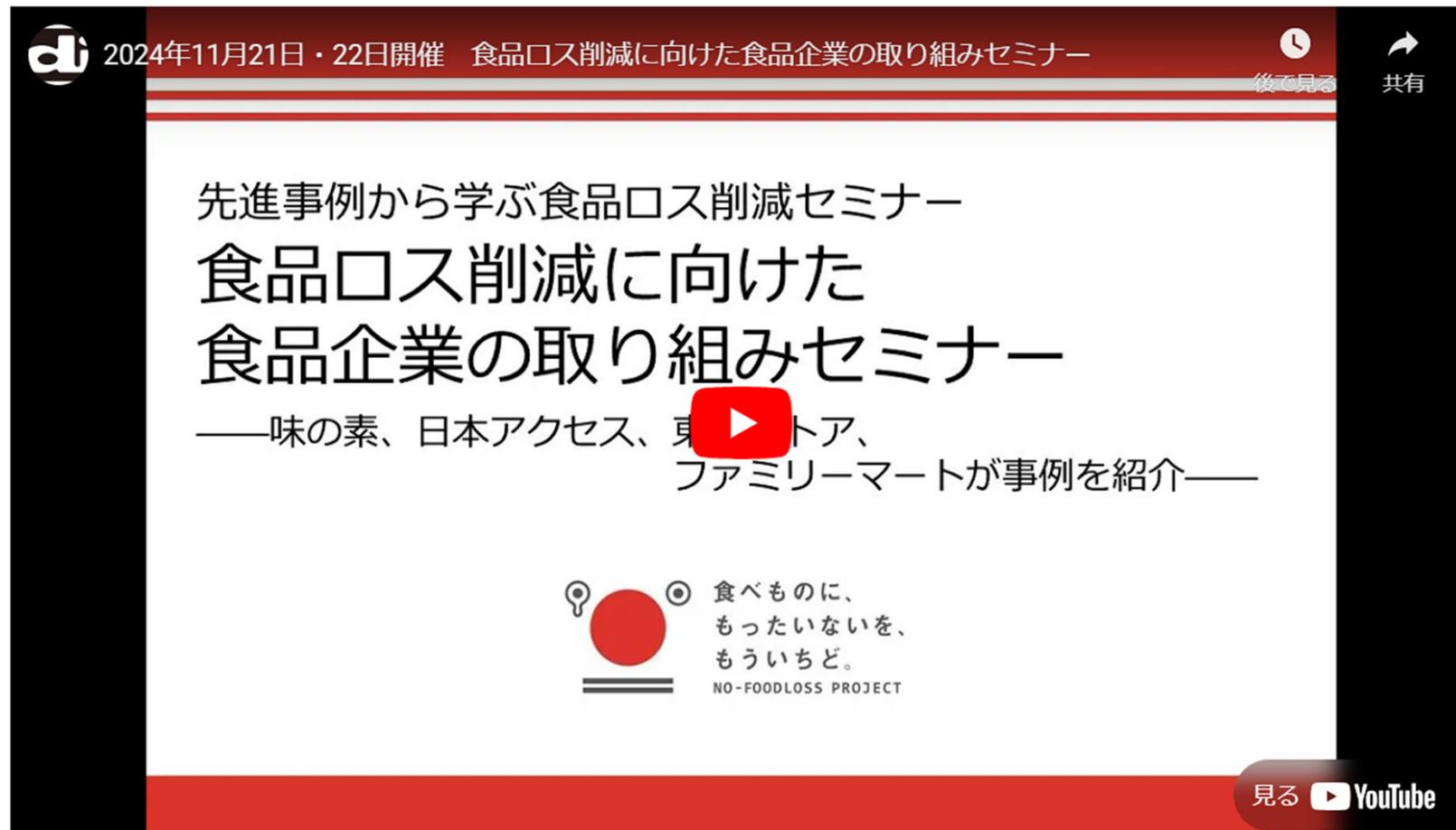
メディアによる報道

3 事業内容・実施方法

(4) セミナー／意見交換会の開催

■ 当日の動画はアーカイブ配信中。

こんにちは。2024年11月21日・22日に「食品ロス削減に向けた食品企業の取り組みセミナー」を開催しました。講演内容と聴講者からいただいた声をご紹介します。各社が独自の視点で取り組む食品ロス削減の革新的施策の詳細がわかる講演動画をご覧ください。



The image shows a YouTube video player interface. At the top, there is a header with the DEI logo, the date '2024年11月21日・22日開催', and the title '食品ロス削減に向けた食品企業の取り組みセミナー'. There are icons for '後で見る' (Watch later) and '共有' (Share). The main content area features the following text:

先進事例から学ぶ食品ロス削減セミナー
食品ロス削減に向けた
食品企業の取り組みセミナー
——味の素、日本アクセス、東トア、
ファミリーマートが事例を紹介——

At the bottom of the main content area, there is a logo for the 'NO-FOODLOSS PROJECT' which includes a red circle and the text '食べものに、もったいないを、もういちど。' (Don't waste food, do it again).

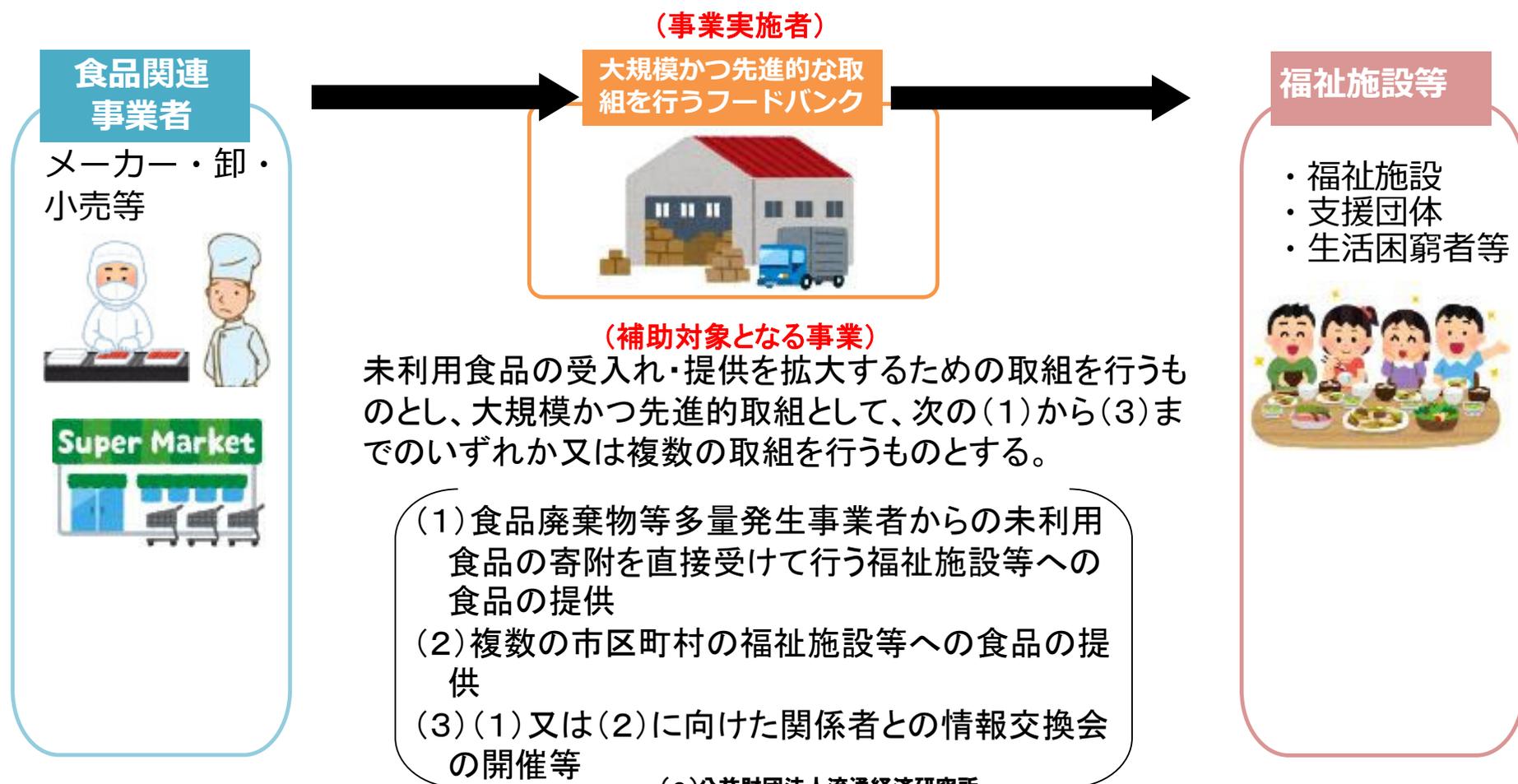
In the bottom right corner of the video player, there is a '見る YouTube' (Watch YouTube) button.

<https://sustainability.dei.or.jp/foodloss/1328>

参考 フードバンク支援事業の紹介

大規模・先進的フードバンク活動支援事業

食品原材料価格の高騰等の厳しい社会経済環境の中、食品の安定供給を図る観点から、食品ロスの削減が社会から強く求められています。食品ロスの削減を一層推進する上で、フードサプライチェーンにおける食品関連事業者の取組を通じて、なお発生する未利用食品について、その受け皿となるフードバンクへの寄附を増やすことが重要です。このため、多くの未利用食品の受け皿となる大規模かつ先進的な取組を行うフードバンクに対して未利用食品の受入れ・提供を拡大する取組等を支援します。



参考 フードバンク支援事業の紹介

補助対象経費

補助対象経費		補助率
(ア)活動経費	人件費、賃金、謝金、旅費、会場借料、通信運搬費、資料作成費、消耗品費、食品の受入れ・提供の拡大に伴い発生する事故に対する保険(食中毒事故に対する補償を含むものに限る。)に係る保険料、役務費、委託費	定額
(イ)食品の運搬用車両・一時保管用倉庫・入出庫管理機器の賃借料	① 運搬用車両の賃借料(燃料代を除く。) ② 一時保管用倉庫(常温倉庫、保冷倉庫、業務用冷凍冷蔵庫等)の賃借料 ③ 入出庫管理機器(ハンドリフト、ハンディスキャナ、ラベルプリンタ等)の賃借料(インク等の消耗品を除く。)	定額
(ウ)食品の輸配送費	① 他者に依頼して輸配送する場合の経費 ② 間接補助事業者自ら輸配送する場合の経費(燃料代)	定額

<支援対象外>

以下の経費

(例)

- 事務スペース・食品以外の保管スペースの賃借料
- 団体の総務・経理業務
- 相談対応等の人件費



- 使用可能期間が1年以上の物品の購入費



※ 人件費を計上する場合には、「補助事業等の実施に要する人件費の算定等の適正化について」(平成22年9月27日付け22経第960号大臣官房経理課長通知)に基づき、算定するものとする。