

2024年3月6日

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

日配品の商慣習に関する検討会 第3回

議事要旨

<実施概要>

日時：令和6年2月28日（木） 9時00分～10時30分

議題：

- 開会
- 農林水産省情報提供
- 今年度の実施内容の進捗について
- 需要予測精度向上検証結果報告
- リードタイム見直しの取り組み事例調査報告
- 食品ロス削減に資する新技術リストについて
- 日本乳業協会情報提供
- 意見交換

参加者：別紙委員名簿参照

文責：公益財団法人流通経済研究所 上席研究員 石川友博・研究員 寺田奈津美

<官庁>

今年の食品ロス削減の取り組みとして、恵方巻の予約販売に協力いただき、昨年よりも多い99事業者に参加いただいた。食品ロス全国大会で行った来場者への調査では、てまえどりの認知は高いが実際に行動に移している人は半数程度と少なかった。まだまだ啓発活動の促進が必要と考えられ、引き続き取り組みを進めていきたいと考えている。情報連絡会とワーキングチームの位置づけについては、情報連絡会で出された課題や問題点について、ワーキングチームで調査・分析を行い、その結果をフィードバックするという形での連携を想定している。令和6年度の事業食品ロス削減等課題解決事業の公募やフードバンクへの寄贈の補助など、ご興味があれば応募してほしい。

<日本乳業協会>

加工食品に比べ、チルド業界ではリードタイム延長の取り組みが遅れているのではないかと危機感を持っている。ハムソーセージ業界では昨年12月にSDGs宣言を発出し、食品ロス削減に向けた商慣習改善に取り組むことを表明した。また、現在はチルド加工食品物流研究会を新たに立ち上げようとしている。乳業協会が昨年実施した調査では、賞味期限8日以内の製品について、3日以内の納品要請が71%となり、1/3ルールがあることが示唆された。欠品ペナルティについては、全体で92%が「ない」、8%が「ある」と回答。

<意見交換>

(メーカー)

・リードタイム見直しの事例を紹介していただき、メーカーとしては非常にありがたかった。賞味・消費期限の延長を引き続きしていかねばならないとも思った。

・恵方巻のロス削減について、ここ数年メディアにも取り上げられ、消費者にも食品ロス削減の取り組みとしてしっかり理解されているのではないかと感じている。今後、業界・行政のみならず消費者にもリードタイム延長の取り組みや成果を伝えることができれば、取り組みが加速するのではないか。

・てまどりのPRが進むと同時に、事業者の取り組みも伝えていけるような仕組みができればよいのではないか。

・イトーヨーカ堂によるリードタイム延長が実現し、前々日発注になったことで、現在ロスなく生産ができ、トラックの手配等も円滑にできるようになっている。しかし、取引先によってはまだ 2 便（当日生産・当日納品）が存在し、負担が大きいことから、1 日 1 便にすることを検討している。まだ前日発注の取引先が残っていたり、コンビニ向けの新商品で物量が増加し、トラック台数増加につながっていたりする状況があり、改善の余地があると考えている。

・リードタイム延長がほかの商品にも広がっていけば全体の効果向上につながると思った。

・資料 5 について、本当に 1 か月後も資料のような予測精度が保てるという結果なのか。

→気象の情報は 1 カ月先まで過去の実績を用いているため、天気の外れはなく、そのため精度が高い。実際に現在から未来を予測する際には、天気予報が外れる可能性があるため、ここまで精度は出せない可能性が高い。（事務局）

・消費者を巻き込んだ取り組みを進めることが重要。小売業には、てまどりや店舗 POP での訴求といった地道な活動を続けてほしい。その中でも、値引きシールに「食品ロス削減にご協力いただきありがとうございます」などの表示をする取り組みは効果が大きい。そのような消費者の購買行動に働きかける取り組みを小売全体に広がるようになってほしい。

・10%の誤差が生じるという需要予測の精度向上の結果のみから小売業へのリードタイム延長の提案につなげるのは難しいのではないかと感じた。他のアプローチ方法で背中を押していく方がよいと考える。

・リードタイム延長事例の廃棄ロス、機会ロスがどのように変化したのかなど、具体的な数値があれば、検討の材料になると考えられる。

・受注数のわかりにくい新商品・イベント時の受注が、直前に大きな数字で入ってくると、ロスが発生しやすいため、それらの受注を早くもらいたい。

・リードタイム延長の取り組みは 1 つの小売だけでは効果が薄く、小売の足並みがそろわない。ただし、リードタイム延長によって小売が欠品を許容できるようになることで、機会ロスが発生すると、メーカーの売上減につながる可能性があるという懸念もある。

- ・自社では消費期限延長とリードタイム延長をセットで進めており、少しずつ進んできている。
- ・また、物流を巻き込んだの取り組みが非常に有効だと感じた。サプライチェーンをまたいでの合同配送などが行われるようになっており、リードタイムを延長した小売だけが合同配送に参加できるというようなインセンティブにつながる。このように、物流をうまく絡めながらリードタイムを延長する方法がよいのではないか。

- ・リードタイム延長の取り組み事例での、需要予測精度の実際の誤差率や、機会ロス等の実態把握が必要。（座長）

- ・麺は消費期限が 1 週間以内の商品が多く、リードタイム延長の取り組みがさらに加速することを改めて期待したい。
- ・消費期限延長に取り組んだ商品について、納品期限緩和の取り組みが加速した実感がある。これは、本ワーキングチームの実績が大きく影響しているのではないかと思われ、今後 LT2 推進にも期待している。
- ・現在、各社で物流が大きな課題となっている。特に、物流コストの上昇する中、麺業界ではバラ出荷（通常はケース・ロット単位の出荷だが、特有企業・地域において、ケース + 数個の出荷対応をすること）が存在することが認識され、改善していかなければならないと社内で検討しているところである。

- ・机上実験の結果について、誤差率（予測精度）に小売側は十分満足できる結果だったのか知りたい。
→実験を行った小売様にはシステムベンダーの見解をご理解いただき、実験の結果に納得いただいたため、次のステップに進むことに関して合意を得ている。（事務局）
- ・紀伊国屋ではリードタイム延長の弊害はなしということだったが、イトーヨーカ堂やアルビスなど、他の事例では実際にどうだったのかということも気になった。
→企業によっては AI 導入当初発注数が過少となるなどの影響が出ると聞いたこともある。ただし、一定期間が経過し AI の精度が向上することで、問題が解消されたという話も併せてよく聞いている。（事務局）
- ・今回の資料を営業活動などで使用しても大丈夫か。
→問題ない。リードタイム延長事例について、実際の数値を追加の交渉をして、了解が得られればその情報を追加して共有したい。（事務局）

- ・メーカー側としても、賞味期限・安全係数の延長に取り組まなければならないと思っている。小売では、特に消費期限の商品を最大限販売できるような仕組みづくりをしていくのがよいと思う。需給予測に関して、流通 B M S のような小売業が共通で利用できるプラットフォームのような形で標準化していく取り組みも有効ではないか。
- ・今後のテーマについて、2 月初旬も大雪で首都圏の交通網が遮断され、自社でも大規模廃棄が発生した。そのような天災発生時における小売業の納品キャンセル判断が速くなれば、ロス削減につながると思うため、そのような内容も取り上げていただきたい。
- ・冷蔵商品を取り扱えるフードバンク事業者の一覧のようなものがあると有難い。

(卸)

・リードタイム延長の影響について、発注精度が落ちるというデメリットもあり、メリットを生み出すためには、(需要の) 波動を少なくする、メーカーの期限延長、発注との組み合わせ、メーカーと小売がゲインシェアすることなどが必要であり、メリットが大きくなるような係数を採用することが望ましい。アイテムごとにメリット・デメリットの状況は異なると予想されるため、どういったとことにメリットがあるのかを整理しながら進めていく必要がある。

・FSP の取り組み等で主に加工食品に関してリードタイム延長に取り組んでいるが、食品ロス削減の観点では日配品の方がよりメリットがあると考えられるため、日配品について取り組みを進めていきたい。日食協や小売の業界団体などと連携して、仕組み的に食品ロス削減に取り組んでいくつもりである。

(小売)

・リードタイム延長は 24 年問題との関係で取り組み中である。ただ、取り組みを広げていくにあたって、店のバックヤードなどの状況が違うため、一概にルール化できるのかという疑問はある。作業時のシフト組などの小売側の体制づくりに時間が必要とみている。

・計画発注も含め、M D も変更しなければならぬのではないかと考えている。そのような意味で EDLP 化すればロスは比較的少なくなると思われるが、ハイローを入れるならばロスが出るということも加味する必要がある。

・食ロス課題解決事業について、外装の傷等に関するルールについては実際の状況を考えると、品質保証のリスクを伴う問題であるため、ルール化に関して慎重に進めるべきと考える。

→ご指摘参考にさせていただきたいと思う。(農水省)

・新商品については精度を落とすことなく締めを前倒しすることで、発注リードタイム延長は可能と考えており、今後、取り組んでいきたい。

(有識者)

・需要予測の結果について、直近データの使い方には工夫の余地があると考えられる。

・現在行っている小売業の自動発注導入によるリードタイム延長の事業について、3 月に報告書を出す予定であり、紹介させていただきたいと思う。

以上