

2024年3月7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

加工食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（火） 10時45分～12時15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
- 商慣習見直しフォローアップ調査結果報告
- 商慣習調査結果 最終報告
- 食品ロス削減セミナー 実施結果報告
- 納品期限緩和リスク分析 結果報告
- 食品ロス削減にする新技術リストについて
- 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。

<事務局説明内容についての意見>

<小売>

・資料7について、日付チェックをどのタイミングで行っているのか。例えば1か月に1回の日付チェックを行っているのであれば、販売期限を賞味期限の1か月前に設定しても、次の日付チェック時に販売期限を過ぎているということになれば、売り場から撤去しなければならない（実質の販売期間が設定している販売期限よりもかなり手前になることが想定される）。そういった実務的なオペレーションを考慮して検証を行うべき。

・ロスが出やすく、納品期限緩和のリスクが高いのは特定需要対象商品（ギフト商材、歳時記商材、ア

レルゲン対応商品、介護食など) や、各社の需要創出や新たな市場拡大のための政策的商品などであると考えられる。また、それらの商品は GMS 店舗での取り扱いが多い。これらの商品をよく想定して調査検証をやってほしい。

→今後の検証に反映したい。(事務局)

<メーカー>

・リスク分析について定量的にリスクが見えてよかったと思うが、販売消化可能率が 100%近くにならないと導入に踏み切るのは難しいのではないかと。目標とする納品期限 1/2 を目指していかなければならぬが、あまりこの率がノルマようになってしまうのはどうなのかとも思い、引き続き議論させていただきたい。

・食ロス削減セミナーについて、実行力のある啓発活動を優先していくべきではないか。本ワーキングチームでの長年の調査研究でかなりコンテンツが充実してきていると感じている。その専門的な内容を HP など食品関連事業者に発信することも有効ではあるが、例えば、文部科学省、東京都、都立高校などと連携して小中学校向けのプログラム開発や事例共有など、啓発活動に舵を切ってはどうか。

・賞味期限の延長について、今月、自社の商品の半分以上の製品について、1 か月または 2 か月延長することが決定した。これは非常に大きな延長で、食品ロス削減を訴えて関係者にアプローチした結果、多くの人々が前向きに動いてくれたことで決定した。

・ドラッグストアの納品期限緩和を優先事項に上げてほしい。業界として緩和が難しい理由などを明らかにして働きかけていく必要がある。

・ワーキングチームの資料を営業活動に生かしていきたいと考えている。

・物流政策パッケージの中で 1/2 ルールへの変更について、官民連携して取り組みを進めていこうという機運が高まっている。製配販それぞれの立場があることは重々理解しているが、そこに歩調を合わせていければと思っている。

・一方で、政策パッケージの中では消費者の行動変容が必要との指摘もあり、対消費者へのアプローチから取り組みを広げてもらえればと思う。

・目標としては、賞味期限 180 日以上製品についてまず重点的に進めていくのがよいのではないかと。

・24 年春に、レトルトパウチの商品を 1 年から 2 年への延長を実現した。大括り化表示についても社内でも動いている。

・数値として納品期限が緩和している小売業が増えているのは認識しているが、卸の汎用センターの運営が変わらないため、悩んでいる。そのセンターすべての小売が緩和しないと卸の運用が変わらないという問題に悩んでいる。

<卸>

・一部カテゴリーについては納品期限緩和が進んでいるものもあるが、そうではないカテゴリーでは緩和が進んでおらず、1/3 ルールで運用していることで、倉庫全体として物流の効率化が図れていない実態がある。対象品目を広げていくよりも、食品についてはすべての商品で 1/2 ルール適用を進めていくという（SM 物流研究会のような）進め方もよいのではないか。

・卸の汎用センター問題について、地域別の緩和率が高い地域ではいよいよ汎用センターでの緩和的な納品期限への運用変更ができるのではないか。全国の 1/2 ルールに対応できる汎用倉庫リストの作成や、1/2 ルールに変更できない事情の把握を進めていくべきではないか。

・メーカーの賞味期限延長、小売の納品期限緩和の努力が浸透してきていると認識している。食品ロス削減を実現するために、この活動を継続していくべきだ。消費者の食品ロス削減の意識の醸成が必要である。農水省には食品ロス削減の取り組みをサステナビリティの取り組みとして、わかりやすく、広く PR して欲しいと思う。

・納品期限の緩和について、賞味期限 180 日以下の商品には着手したいと考えているが、実際の小売の運用（販売期限 1 か月、日付チェックなど）を考慮すると難しい状況があるため、まずは全企業 180 日以上の商品すべての 1/2 ルールへの緩和徹底を目指していくのがよいのではないか。

・物流 2024 年問題もあり、昨年からメーカーから卸に対するリードタイム延長の要請が急増している。ヒアリングでは 8 割程度のメーカーがリードタイム延長を考えている一方、卸から小売へのリードタイムはまだ伸びていないという実態があり、今後、卸の安定供給に向けたかじ取りが難しい状態に陥っている。今後は、製配販共同でリードタイムについて検討していく必要がある。

<小売>

・このワーキングチームの本来の目的が食品ロスの削減であるならば、流通段階のどこで、どのような食品が、どれだけ廃棄されているのか、（新商品、特定需要商品、催事商品、販促対象商品、輸入も含めた流通段階での汚損破損による廃棄などにも注目して）実態調査をし、明らかにすべきではないか。（ワーキングチームで取り上げるのが難しいようであれば、情報連絡会で取り上げていただけたらよいと思う。）

・家庭内での廃棄状況など消費者視点での検証を行うことにより、納品期限緩和の消費者にとってのメリットは何かを突き詰めるべきではないか。結果的に消費者にしわ寄せがいくようなことがあってはならない。ローリングストック（家庭内備蓄）に関して、大規模災害時の防災対策や買い物難民対策の視点でも重要となってくることから、各種制度設計・仕組みづくりの視点も重要ではないかと考える。

・このワーキングチームでも、本来ならば消費者の代表を加えるべきであり、消費者視点でのあり方も検討・検証していく必要があるのではないか。

・直近、常温センターの納品期限緩和について、（現在 180 日以上の商品は 1/2 ルールを適用しているが、）180 日以内の商品の 1/2 ルールを始めている（ただし、50 日以下の商品は個別の細則を作

りながら運用している)。まだ取り組みを始めたばかりのため、センターの運用細則から外れた商品（処分品）が減っているかどうかの検証はまだできていない状況であり、現在進めているという状況。

- ・納品期限緩和の効果検証を重視したいとの事務局の意向についてだが、センターの不良在庫の減少は、（納品期限緩和の効果だけではなく、）センターでの在庫削減努力など様々な要因が考えられるため、定量的な検証は難しいと感じている。

- ・納品期限の緩和によって廃棄リスクが高まるのではないかということについて、自社でも季節商品や介護食などの特殊な商品や、政策的に販売する商品、単価が高い商品の廃棄リスクが高く、定番商品はロスが少ない状況である。そのようなことから、やはり日付チェックなどの現場の状況を考慮したリスクの分析が必要ではないかと感じた。

- ・賞味期限延長と賞味期限大括り化の関係について、密接な関りがあると思われるが、（両方一緒にやっている事例が多いのか、など）その点についても情報があればいただきたい。

- ・現在は賞味期限の出庫限界 180 日を基準にしているが、すべてのカテゴリーの商品について 120 日にする実験を行う予定で準備を進めている。

- ・今後の課題としては、フードバンク、フードドライブとの連携をどのように図っていくのかということは求められていると思う。

- ・消費者変容を進めるということだったが、消費者の得られるメリットが何なのかを見える化しないと、実感してもらえない。例えば、「いろいろな面でのコストが抑えられる」など、正しい理解をしていただけるような啓発活動などの取り組みが必要ではないか。

- ・店頭調理の FF 商品について、販売期限のさらなる延長ができるのではないかと考えている。

- ・資料 7 について、例えば賞味期限が半年程度のカテゴリーについて、（現在）基本的には 1 か月残しだが、家庭でのストック期間を考えると、1 か月残しよりさらに短くしてよいのか非常に悩ましく思っている。また、現状、賞味期限 180 日程度の商品はまだ大括り化がされておらず、年月日表示の商品も多いと思うが、今後、それらの大括り化が進んだ場合、販売期限 30 日以下の設定でのオペレーションは商品管理が困難。そのような点も含め、販売期限を 30 日以下にすることはかなり慎重にならなければいけないのではないか。

→賞味期限まで 30 日を切った食品が売れ残ってしまった場合、フードバンクは受け取りを嫌がる場所も出てくると予想されるため、そのような点も考慮する必要がある。（座長）

<有識者>

- ・品目の拡大をしながら、製配販三位一体の取り組みを実施していくという基本方針をよりクリアにして進めるべき。

- ・今回のリスク分析の結果のみを見ると、1/2 ルールにすべきなのか、混乱を起さかねないように感じた。データ結果の受け取られ方によっては納品期限緩和の足踏み要因になる可能性があるため、データの見せ方の工夫や誘導策の検討が必要。ワーキングチームとして明確に推進方針を示していかなければなら

ない。

・納品期限緩和実施企業数について、全体の企業数のうち、どれだけの企業が実施しているのかを示すことで、「他社がこれだけやっている中で、自社も取り組むメリットがあるなら」という競争原理をうまく使いながら、納品期限緩和を進めていけるのではないかと懸念がある。

・情報連絡会とワーキングチームの位置づけについて、ワーキングチームは調査・分析する実務の責務を負わされるだけになるのではないかと懸念もあり、両者の棲み分けをどのようにしていくのか、もう少しクリアにする必要がある。

以上