

2025 年 1 月 23 日

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 第 2 回

議事要旨

<実施概要>

日時：令和 7 年 1 月 23 日（木） 10 時 00 分～11 時 30 分

議題：

- 開会、ご出席者・資料等の確認
- 農林水産省情報提供
- 日本乳業協会の取り組み事例紹介
- 今年度の実施内容についての中間報告
- 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 船井隆・研究員 寺田奈津美

<官庁>

・このワーキングチームでは、食品ロス削減に関する緻密な分析が行われていると認識している。現在、農林水産省は環境省と共同で「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（以下、「基本方針」という）の見直しを進めており、また、事業系の食品ロスの削減目標について、このワーキングチームが推進役となって、2022 年度実績で削減目標を前倒しで達成することができた。新たな削減目標としては、2030 年度までに 2000 年度比で 5 割減から 6 割減に引き上げる見込みである。その目標を達成するためには、AI による需要予測の精度向上や自動発注など、新たな技術やイノベーションを活用し、食品ロス削減をビジネスとして実装することが必要である。これらの点についてお話を伺えることを期待している。

・令和 6 年度補正予算は成立済みであり、令和 7 年当初予算は概算決定の段階である。その中では、大きく 2 つの事業（食ロス削減総合対策事業と食ロス削減緊急対策事業）をメニューとして提示している。（詳細は資料 03 を参照）

・食品リサイクル法に基づく基本方針の検討状況について、5 年に 1 度策定することになっており、現在、その策定に向けてパブリックコメントを募集している段階である（2025 年 1 月 25 日まで）。

・基本方針の策定に伴う判断基準省令の改正については、フードバンクへの寄付促進、賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長、納品期限の緩和、早期発注の促進などを定める方向で進めている。また、省令に記載する意味合いとしては、制度上、取り組みが著しく不十分な場合には指導の対象となるということである。このため、商慣習見直しの取り組みが一層促進されることを期待している。

・食品関連事業者の取り組みの開示強化については、事業者の食品ロス削減の取り組みを有価証券報告書や統合報告書での情報提供に努めることとともに、さらに、取り組みを適正に評価する仕組みを検討中である。

- ・基本方針制定や省令改正は今後、審議会のプロセスを経て、2025 年 3 月中に制定予定である。
(農水省)

<日本乳業協会の取り組み事例紹介> (詳細は参考資料 02 を参照)

- ・日本乳業協会が 2024 年度に実施した調査の中間結果からは、納品期限緩和と納品リードタイムの確保の課題についてはまだまだ、見直しが進んでいない現状が見て取れる。その要因としては、商慣習の見直しをメーカー側から流通側に提案する際の心理的ハードルや、共有されている好事例の不足が挙げられた。尚、会員企業における商慣習改善商談開始に呼びかけが十分に認識・周知されていない状況も判明し、今後の課題となった。

- ・成功事例の分析では、取り組みを進めている企業は食品ロスや物流問題を重大な課題と認識しており、それ以外の施策にも積極的に取り組んでいることが確認された。また、納品期限を緩和しても問題は発生せず、リードタイムの延長によりセンターの人員配置や配車手配の効率化といった流通側の効果も得られていることが示唆された。

■ 質疑応答およびコメント

- ・取り組みの情報発信を後押しするため、アンケート結果や取り組み内容について、農林水産省のウェブサイトに資料の掲載を検討したい。
- ・リードタイムの変更により、小売業が管理する流通センターでの人員配置や配車手配の効率化が図られているとの報告があった。この取り組みはメーカーだけでなく、小売業にもメリットがあるものであり、より広がってほしいと考える。(農水省)

- ・発注リードタイムが前日と前々日でカテゴリーごとに混在していても問題は発生しないのか。(座長)
→卸業者によれば、混在していることは望ましくなく、小売企業にリードタイムを統一してほしいとの要望があるという。特に賞味期限が長い製品群については、既に前々日発注が常態化しつつあると聞いており、チルド業界全体としても前々日発注になるべきと考えている。小売業側から自主的にリードタイム変更を行う例も出てきているが、業態によってばらつきが見られる状況である。(メーカー)

<今年度の実施内容についての中間報告> (詳細は資料 04 参照)

- ・日配品における商慣習見直しに関する取組企業および事例の公表について、販売期限の緩和、販売期限を消費/賞味期限当日までに設定、フードバンクへの寄贈、物流改善に取り組む企業の数が増加していることを把握した。その中で、公表許可を得られた企業名については掲出している。(参考資料 01 を参照)
- ・需要予測の実証実験については、机上実験で過去データを基に過去の発注を予測し、発注推奨量を算出した場合の在庫シミュレーションを実施した。その結果、適切な発注推奨量が計算され、安全在庫が確保できることを確認したため、実証実験の段階に進んでいる。

・発注リードタイム延長の事例分析では、以下の組織的な要因が実施企業と未実施企業の差異として示唆された。

1. 組織制度：物流部と商品部を統括する責任者の有無
2. 評価制度：物流コストや取引先・物流業界への貢献が評価に反映されるか否か
3. 教育制度：物流 2024 年問題や食品ロスに関する教育機会の有無
4. 物流制度：自社物流センターの有無

・日配品の商慣習見直しに関する 2024 年の調査結果から、一部の 카테고리 では発注リードタイムの延長が進んでおり、一方で、廃棄ロス率に大きな変化は見られなかった。この結果は、リードタイム延長がロス率に大きな影響を及ぼさない可能性を示唆していると考えられる。

・フードバンクへの提供状況については、ほとんど変化が見られず、寄付金の損金算入制度を活用している企業も依然として非常に少ない状況である。

・2024 年 11 月に食品ロス削減セミナー・意見交換会を開催した。会場およびオンライン参加を合わせて 2 日間で約 200 名が参加し、盛況であった。この様子は農業経済新聞に掲載され、セミナーのアーカイブ動画については流通経済研究所のホームページで公開している。

■ 質疑応答およびコメント

・商慣習見直しの調査結果において、前々日発注の業態ごとの進み具合には差があるのか。

→次回検討会までにご報告できるよう対応させていただきたい。（事務局）

<意見交換>

・発注リードタイム延長に取り組んだ企業の事例では、店頭でのロスが大きく増加していないという意見が多く見られた。一方で、ロスに対する懸念から取り組みが進んでいない状況を踏まえると、実施した企業と未実施の企業との間で取り組みに対するイメージにギャップがあるのではないかと感じられる。万が一ロスが発生した場合には、政府による補助金や保険などの支援策を検討する必要があるのではないか。（メーカー）

・ロス発生時のフォローに加えて、機会ロスを減らすという観点も併せて考慮すべきと考える。（メーカー）

・調査結果について、納品リードタイムを長くする方針の理由として、メーカー側への配慮だけでなく、商品の安定供給や物流面での配送効率向上といった小売側のメリットが多く挙げられている。このような流れが小売側から生まれていることは、我々メーカーとしても非常に良いことであると感じている。物流問題の観点からも、今後取り組まざるを得ない課題であり、小売側と協力しながら、消費者にもご理解いただけるような取り組みになっていけばよいと思う。

・需要予測の実証実験に関する説明資料について、図表の説明が不足しており、より分かりやすく丁寧に説明してほしい。（メーカー）

→詳細な説明を追加し、修正した資料を再度配布する。（事務局）

・食品ロスの問題を重要な課題として捉えてもらえるような方向に持っていくことが望ましい。また、物流問題と同様に、競争領域ではなく協調領域として位置づけ、関係者全体で取り組む動きを促進することが重要である。（メーカー）

・実証実験について、小売の発注精度向上とそのデータをメーカーに共有する方向性は良いと考える。しかし、机上実験がうまくいったとしても、実際に実装する際には、AI 学習による需要予測の精度をどこまで向上させることができるかが課題となることが予想される。また、欠品は製造、流通、小売、消費者にとっても大きなデメリットとなるため、欠品と廃棄が出ないことを目指して取り組んでいくべきである。

・今後のワーキングチームの活動方針について、サプライチェーン上で需要予測から原料生産まで一貫したプラットフォームを構築できれば、上流段階で余剰在庫を抱えることなく、より効率的な食品サプライチェーンの構築が期待できる。（メーカー）

→カーボンニュートラルの観点から、スコープ 3 の算定などに関するサプライチェーン共通プラットフォームの構築を各社が検討をはじめているのではいかと考えられるため、そのような点も含めて検討が必要であると思われる。（座長）

・今回の報告内容を受けて、今後取り組みがさらに進展するのではないかと非常に心強く感じた。自社としても商慣習改善に積極的に参画し、取り組んでいきたいと考えている。特に、自社では物流問題が深刻な課題となっている。

・発注リードタイム延長について、物流会社が物流問題に対応するため、音頭を取って実施している例がある。物流会社が自社の取引先に対してあらゆる冷凍品のリードタイム延長を決定し、今年度に前々日発注への移行を開始する予定である。このような事例を踏まえ、日配品に関しても、どのように環境を醸成していくかが非常に重要であると考えられるため、この会で積極的に発信していただければと思う。（メーカー）

・小売側としては、リードタイムを伸ばすことによってロスが増加するのか、または増加しないのかが最も懸念される点である。そのため、アンケートで小売業が実際に取り組んだ結果として、ロスがどのように変化したかを盛り込むと良い。そういった結果をもとに、再度交渉を進めることが可能になるのではないかと考える。

・フードバンクへの寄贈について、特にチルド品の寄附拡大を促進するための環境づくりを支援することを検討してほしい。（メーカー）

・事例について、小売側のメリットとして物流費の削減など、具体的な成果が出てきており、この調査は我々が取り組みを推進するうえで非常に助けになると感じている。

・フードバンクについて、地域のフードバンク同士が連携している地域ではチルド食品の安定供給が実現できている。しかし、そのような活動ができているのはごく一部に過ぎないため、地域での活動の進め方についても課題があるのではないかと感じている。（メーカー）

・首都圏 SM 物流研究会の取り組みが、日配品の商慣習改善に展開できる可能性があると考え、現在、相談を進めている。

・チャンネルによる取り組みの進捗には差があり、スーパーではかなり広がっている印象だが、それ以外のチャンネル、例えばドラッグストアなどでは進展があまり見られない。近年、ドラッグストアでは食品の取扱比率が増えてきているため、この会への参加を促しても良いのではないかと考える。(卸)

→業界団体などに話を持ち掛けたところ、前向きなコメントはいただいている。(事務局)

・フードバンクの活用について、なぜできていないのかを深掘りし、より手厚い支援をすることを検討いただきたい。(卸)

・首都圏 SM 物流研究会では、日配品の納品期限やリードタイムを小売業の間で統一したいという声が上がっている。また、なぜこの取り組みを行う必要があるのかについて、実施しなかった場合にどのような規模でどのような問題が発生するのかを明確に示してほしい。そうすることで、小売側での社内の意思統一がより迅速に進むと考えられる。特に商品部門は、取り組みを進めたがらないことが多いため、その説得材料としても重要になる。今後、さまざまな関係者と情報を共有しながら、さらに良い形で進めていきたいと考えている。(小売)

・昨年、バロー様と AI 需要予測を利用した自動発注システムを導入し、惣菜部門において納品期限を緩和してもロス削減と売上・利益の増加を実現できることを証明した。この取り組みは「もったいない大賞」で農林水産大臣賞をいただいた。今年度は、この会で実施している需要予測の実証実験にも取り組んでおり、そこで良い結果を出せるとよいと思っている。売れ残り商品に対してダイナミックプライシングを活用し、売り切りによる食品ロス削減を実現することに挑戦したいと思っている。(有識者)

<質疑応答>

・日配品の中でも、日用的な商品である牛乳や豆腐などは欠品への意識が厳しいと考えられるが、惣菜などに関しても、消費者は欠品に対して依然として厳しいという感覚があるのか。(農水省)

→コンビニの場合、欠品が続くと、その店舗の売上げが明確に落ちる。(メーカー)

→ロスを優先して品揃えを抑える、または製造量を抑えると、品揃えに魅力が欠け、売上に影響が出る。しかし、常に多くの商品を品揃えし続けるのは難しく、ロス率を見ながら製造量を調整している。現在、AI を値下げに活用することを実験段階で進めており、これにより、お客様のニーズに応え、値引き額が少なかったために売れ残ることをなくせるのではないかと考えている。(小売)

<事務局より>

・検討会の委員として、次回の検討会から明治、森永乳業、雪印メグミルクの 3 社に参加していただき

いと考えている。これについてご承認いただきたい。（事務局）
→全会一致で承認。

以上