

2024 年 3 月 11 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 3 回

議事要旨

<実施概要>

日時：令和 7 年 3 月 11 日（火） 15 時 15 分～17 時 15 分

議題：

- 開会、ご出席者・資料等の確認
- 農林水産省挨拶
- 今年度の実施内容について
- 意見交換①

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、寺田奈津美

<官庁>

- ・食品ロスの問題は、世界的に解決すべき重要な課題であり、競争を超えた協調領域として、フードチェーン全体で取り組むべき課題である。
- ・食品ロスの問題は、食品アクセスや物流といったものにも密接に関連しており、政府としても、これらの課題と関係省庁と連携しながら取り組みを進めている。
- ・事業系食品ロスの問題については、食品ロスの削減目標の見直しを渡辺先生が座長を務める小委員会審議会で議論し、今年度の事業系食品ロス量の 50%削減目標の達成を受け、新たに「2000 年度比で 2030 年までに 60%削減」という目標を設定し、それに向けて必要な政策の基本方針を取りまとめた。関係省令の改正も今月中に行う予定である。この取り組みの推進についてもご理解、ご協力をいただきたく思っている。
- ・品目ごとに消費期限などの特性が異なるため、統一的な取り組みが難しいものの、さまざまな業界の事例を共有しながら協力して取り組んでいくことが重要と考えている。
- ・さらに、大きな課題としてリードタイムの問題がある。成功事例もあるものの、短いリードタイムの中で負担の調整が難航する状況が続き、解決の糸口が見いだせていない。こうした課題に対し、最近では需要予測 AI を活用した高度化の取り組みが進められている。来年度以降もこのような実証を支援し、その成果を関係者と共有しながら広く展開していく考えである。（農林水産省）

<事務局説明についての質疑応答>

- ・事業者向けの適正発注を促すレターについて、発送者の名義は個人名ではなく、各企業名までの表記とするのがよいと考える。小売業者とメーカーの力関係においては、依然として小売業者のほうが強いケースも多いため、レターの上部に農林水産省と流通経済研究所を記載し、その下に WT 参加企業を配置することで、より効果的な発信が可能となると考える。業界間の関係にも十分配慮し、慎重かつ丁寧

に進めていく必要がある。（メーカー）

→事務局としては、大臣名や各社の社長など、代表者名で発表することが、より大きな影響力と効果を生むと考えており、その方向で進めたい。また、これにより、各企業内において本件に関する意思疎通を改めて図る機会にもなると考えている。（事務局）

・適正発注を広げる取り組み自体は意義のあるものだが、地方の中小企業に対してどのように働きかけのかが重要であり、相手が適切に受け取ってくれるかどうかは慎重に考える必要がある。特に、要請（要望）文書については、これまで企業から企業へ直接発出した前例がなく、従来は業界団体のコンセンサスを得たうえで、段階的に進めてきた経緯がある。

弊社としては、企業名、ましてや社長名義での発出には同意を得ることが難しい。地方の取引先との関係性や、営業担当者との信頼関係が損なわれる可能性も十分に考えられるため、その点を十分に配慮してほしい。この方法には賛同しかねる。（メーカー）

<意見交換①>

（メーカー）

・実証実験の結果を取引先に示し、理解を得るためには、「値引きによって利益が減少する」という結果では、たとえ廃棄がゼロになったとしても受け入れられにくい。他の実証実験の事例にもあったように、値引きの影響を予測の中に組み込むことは可能か。

（メーカー）

→実証実験のデータを学習するプロセスが必要となるため、ある程度長期間の実証実験を実施することが望ましい。十分な時間を確保すれば、利益の最大化を図ることも十分に可能である。（有識者）

・リードタイムが1日と2日で欠品回数にほとんど差がないという結果を、さまざまな形で公表し、広く周知することで、リードタイムを延長する企業が増えることを期待している。メーカーとしては、そのような動きが進むことで大いに助かる。（メーカー）

・実験結果として、値引きが増加したことは課題である。特売や、特にパンは製品の改廃が多いこともあり、新製品の発売などのイレギュラーな要素に対する精度が今後向上していくことを期待している。（メーカー）

→基本的に、特売や新製品の発注数量は1週間前に確定発注データを受け取り、それに基づいて納品しており、そのため、AIによる予測精度は特売や新製品にはそれほど求められないと認識しているが、この理解は正しいのか？（事務局）

→例外的に、急な発注が発生するケースもかなりの頻度であり、それを想定しての発言である。（メーカー）

（業界団体）

・A/B テストとは、AI 需要予測をしたか否かを比較するテストということか？（業界団体）

→片方は AI を使っている店舗、もう片方は AI を使わなかった店舗という形で比較している。（有識者）

→資料 4 の 7 枚目のスライドに見方について、期間についてはどう見ればよいか？（業界団体）

→11 月 15 日から 12 月 15 日までが比較対象期間で、AI を導入したのは 1 月 17 日からなので、前半部分（11 月 15 日～12 月 15 日）と後半部分（1 月 17 日以降）の変化を比較しているという形である。（有識者）

・資料 4 の 9 枚目にある、リードタイム 1 日／2 日のオペレーションの違いに関する図について、製造側の立場からすると、「発注→納品」ではなく、「発注→原料発注→製造」である。リードタイムが短いため、在庫を持つことができず、発注を受けてから製造を開始すると納期に間に合わない。そのため、見込み生産を行わなければならないことがわかる図であれば、より理解しやすくなる。また、製造側としては、原料メーカーにも負担がかかることになるため、その点もわかるような図だとよい。

・資料 5 の調査背景における「賞味期限」の表現について、日配品で本当に期限が短いものは消費期限に該当するため、「期限表示」など、別の表現に変更してはどうか。（業界団体）

→対応する。（事務局）

・A/B 比較店舗には比較期間のみが示され、対象店舗には対象期間のみが示されているが、実際には比較店舗についても比較期間と対象期間のデータを使用しており、対象店舗についても同様に比較期間と対象期間のデータを使用しているという理解でよいのか？（業界団体）

→はい。比較店舗と対象店舗のそれぞれについて、比較期間と対象期間のデータがどのように取られたかを表として示している。（有識者）

・スライド 9 のリードタイム検証においても、発注から納品の間に生産が含まれており、生産に必要な原材料調達があることを可視化できるとよい。（業界団体）

・実証対象のパンの消費期限は何日か。（メーカー）

→おおむね一週間弱である。（有識者）

→数種類の賞味期限・消費期限のパターンごとの結果があるとよい。（メーカー）

・リードタイム 1 日とリードタイム 2 日で、気象予測の精度や実際の気温と予測気温との差はわかるか？（メーカー）

→ 1 日と 2 日で、気象予測精度に顕著な変化はない。気温よりも、降水や大雪の際に予測精度が高

くなるのが、他の事例で明らかになっている。例えば、大雪が降った場合に来店客数が大きく減少するため、そのような場合には気象予測を使うことで、経験や勘に頼るよりも需要予測を活用した方が利益が向上することがわかっている。（有識者）

・資料 5 について、メリットがいかに大きいのか、そしてデメリットがいかに少ないかを示すことが重要だと思う。本当は食ロス削減を一番のメリットとして強調したい。その際、現在工場や製造側で発生しているロスの量を示し、その取り組みによってどれだけ削減できるかを定量的に示せると、メリットが大きいと感じてもらえるだろう。

逆にデメリットとして挙げられている需要予測精度の低下に潜むリスクについては、実際にはそれほど大きな問題ではないことを示すことができれば、さらに説得力が増す。（メーカー）

・好事例をどのように広げていくか、また参加していない人にどう広げていくかが重要である。その意味で、発信者と発信先については慎重に検討する余地があるが、レターは必要であると考え。加工食品と同様に、乳業業界ではリードタイムだけでなく納品期限の緩和が重要な課題となっている。物流問題とリードタイムは密接に関係しており、納品期限緩和の話も、今回のタイミングでレターを送るところまでいなくても、事例を作り、広げ、検証するというスキームは有効である。（メーカー）

・他業界の貴重な事例を聞いて良かった。カテゴリーを超えて、さまざまな事例や気づきなどを積極的に発信していければと思っている。（メーカー）

・AI 需要予測の精度は事例が増えるほど向上するものなのか？

（業界団体）

→AI 需要予測においては説明変数の選択をどうするかが重要だが、説明変数を増やすだけでは限界がある。ここから制度をさらに上げるためには、例えば販促を行った際にどのような動きになっていたのかということを示すような説明変数を見つけていくという作業が必要になる。（有識者）

（卸売業）

・実証実験の結果については精査が必要である。リードタイム部分の検証は実際には行われておらず、机上実験にとどまっているため、実際の売り場の状況等を加味する必要がある。AI の特性を理解し、うまく活用する方法を探っていかなければならないと思う。

・レターについては、必要であると考え。同様に、小売業の協力が必要な納品期限緩和の取り組みのように、実施企業数の公表を行ってもよいのではないか。一方で、利害関係への影響が懸念される場合は、ワーキンググループとして、または直接利害関係のない農水省や流通経済研究所から発信してもらえばよいのではないか。やることによるデメリットはないと思うので、是非その点を考慮した上で取り組んでいただきたい。（卸売業）

(小売業)

- ・リードタイム 1 日からリードタイム 2 日への移行について、小売側から見るとどのようなメリットがあるのかが見えづらいと感じている。それを明確に示してもらえるとありがたい。
- ・レターについては、リードタイム延長、賞味期限延長、納品期限緩和をセットで呼びかけていくのがよいと考える。(小売業)

(有識者)

- ・今後、利益最大化まで実証実験をできるように取り組んでいきたい。気象データを用いた需要予測を広めていきたい。(有識者)

(官庁)

- ・需要予測の実証実験結果については非常に興味深く、AI をうまく活用したさらなる取り組みに期待している。
- ・農水省としても、リードタイム延長の事例集をうまく活用して広めていきたいと考えている。
- ・レターについてはセンシティブな意見もあるため、各企業や事務局と相談しながら進めていきたい。
- ・現在、賞味期限設定のガイドラインの見直しを小委員会の審議会で行っている。大きな議論としては、安全係数について、Q&A で 0.8 以上を推奨するという記載があるが、できるだけ 1 に近い係数に設定するよう促すという記載への変更を検討している。3 月 18 日の検討会でまとまる予定であり、これが賞味期限延長の議論にもつながるため、こういった話題も取り上げていただければと思う。(農林水産省)

(座長)

- ・納品期限緩和とセットで議論が進められるとよいと考える。
- ・リードタイム延長の話については、少し拙速な印象を受ける。加工食品の納品期限緩和については、さまざまな取り組みを行い、小売業も含めて意見がまとまった中で全国に広げていく、さらには食品以外の業態にも広げていこうという流れの中で、レターという案が出てきたのだと思う。そのため、この日配品のワーキングチームの中でどこまで強要できる範囲なのか、ワーキングチームとして求められる範囲はどこで、農水省の動きとも合わせながら進めていくことが必要である。
- ・農水省の食品リサイクル法の基本方針の見直しを周知していく流れの中で、適正発注の問題もなんらかの形で扱っていくのがよいと考える。

以上