

2025 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

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 7 年 3 月 11 日（火） 13 時 00 分～15 時 00 分

議題：

- 開会、ご出席者・資料等の確認
- 農林水産省情報提供
- 今年度の実施内容の取り組み結果について
- 意見交換②

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

<農林水産省情報提供>

・食品ロスの削減だけでなく、物流の効率化といった観点からも、商慣習の改善は重要である。農林水産省内でも、こうした取り組みを積極的に発信していこうとする動きがあり、本日の議論や提供された情報はそのためにも有効であると期待している。

・令和 7 年度予算について、本ワーキングチームの運営については引き続き支援していくことが決定している。さらに、食品リサイクル制度の見直しにあたり、企業の取り組みの公表の仕組みの構築の検討のための調査や、未利用食品の供給体制構築の実証実験の支援、DX や新たな技術・仕組みの導入による食ロス削減の実証支援などを行うこととなっている。

・食品ロスリサイクル法の基本方針について、新たな基本方針の策定に関する審議会での議論を経て、このプロセスを完了した。主なポイントは三つある。

第一に、発生抑制の観点から、食品ロス削減目標を見直し、新たに 2000 年度比で 60%削減という目標を設定した。

第二に、新たな省令改正の大きなポイントとして、これまでフードバンク等への未利用食品の寄付促進や、食品ロス発生の一因となる商慣習の見直しについては、基本方針やワーキングチームの場を通じて取り組みを進めてきたが、今回はさらに取り組みを加速させるため、食品リサイクル法に基づく判断基準省令において、これらの取り組みを努力義務として規定することとなった。

この規定の意味合いとしては、取り組みが著しく不十分な場合には指導・勧告の対象となるというより強い位置づけとなる。資料にあるとおり、未利用食品の寄付促進、納品期限の緩和、リードタイムの延長、賞味期限の年月表示への変更などを新たにこれに位置づけた。

第三に、関連する事項として、企業の取り組みの開示強化を進める。有価証券報告書等を通じた情報提供を促進するよう努めることを、省令と合わせて明記した。また、企業の取り組みを適正に評価する仕組みの構築を検討しており、業種や地域性を考慮しながら、まずは来年度に予備調査を実施した上で、制度構築に向けた議論を進める予定である。今後、関係者へのヒアリングを行うため、その際にはぜひ協力をお願いしたい。

・食品リサイクルについては、食品ロスを削減した上でさらに発生する未利用食品のリサイクルを推進するため、再生利用およびリサイクル実施率の目標を設定しているが、この度、特に小売業においては、前回および既存の目標を達成していることから、新たに削減率 65%への向上を目指すとともに、再生利用の取り組みを一層推進することとした。

賞味期限の延長に関して、現在、本ワーキングチームでも議論が行われているが、これと密接に関連する食品期限表示の設定に関するガイドラインの見直しが、消費者庁において進められている。その主なポイントとして、賞味期限の設定に関しては安全定数を 0.8 以上とすることが推奨されているが、その見直しが検討されている。現在、パブリックコメントの募集を経て、3 月 18 日の検討会で方向性が示される予定である。今後、ワーキングチームでもこれらの動向を注視しつつ、引き続き議論を深めていくことを期待する。（農林水産省）

<農林水産省説明に対する質疑応答>

・消費者庁における安全係数の見直しとワーキングチームの議論の整合性についてはどのように考えればよいか。（有識者）

→安全係数の数値は根拠に基づくことが前提である。そのため、科学的根拠に基づいた上で、0.8 以上の数値でも問題がない場合は、見直しを行うことが適切である。この見直しにより、不必要に低い係数を適用する必要がなくなり、その結果として賞味期限をより長く設定できる可能性がある。各企業においても、自社の商品を見直し、適切な係数の設定を検討することが求められる。今回の見直しは食品ロス削減のための政策パッケージの一環として進められている。そのため、食品ロス削減に資するものであれば、各社においても積極的に検討していただきたい。（農林水産省）

→消費者庁でガイドラインが見直された場合、業界各社において今後、議論がなされることを期待する。（有識者）

<事務局説明内容についての質疑応答>

○資料 5 について

・この結果を外部に公表する際の方法について確認したい。例えば、企業名を非公開とする場合、農林水産省の説明資料として使用可能か。（農林水産省）

→資料に記載されている企業名については許可を取得済みである。ただし、使用する際は、公表方法に

ついでご連絡いただき、改めて企業側に確認を取らせていただきたい。（事務局）

・各企業が検証を行う際、一定の算定ルールをマニュアルやガイドラインとして示すことで、取り組みやすくなると思われる。対応を検討してほしい。（有識者）

→ 承知した。（事務局）

○資料 6 について

・効果検証の方法について補足する。飲料および賞味期限が 180 日以上菓子を対象とした。納品期限を緩和した場合、約 40,000 トン、金額ベースで約 87 億円の効果が見込まれるとの試算を行った。

今回のデータに関しては、効果検証のために全体推計が必要かどうかについて議論を行った。しかし、企業の協力可能な範囲で事例を提供してもらったため、事例紹介にとどめるべきか、あるいは全体集計を行うべきかが現時点では定まっていない。今後のまとめ方について、皆様のご意見をいただきながら検討したいと考えている。そのため、本資料では現時点での内容にとどめている。（農林水産省）

・事業系の食品ロス量と家庭系の食品ロス量の関係は、コロナ禍において変動しており、コロナ収束後にどのように変化していくのかについて、審議会でも議論が行われた。このような変化の過程におけるデータの活用方法については、今後、ワーキングチームでも注視していく必要があると考える。（座長）

○資料 9 について

・ここで記載されているサプライチェーンの範囲について確認したい。一般的にサプライチェーンは生産から消費までを含むものとして捉えられることが多いが、本資料では飲食店や小売業までの範囲となっているように見受けられる。このような設定となっている理由があれば教えていただきたい。（小売業）

→ サプライチェーンの範囲は、食品製造業から小売業・外食業までを対象としている。これは、本調査が食品リサイクル法の対象業種を対象としており、それ以上のデータが取得できていないためである。（事務局）

→ 一般的には消費者までを含むイメージがあるため、その点について文章で補足してほしい。（小売業）

・データが何年度の実績に基づくものを明記すること。（有識者）

→ 令和 3 年度の実績データであるため、その旨を明確に記載する。（事務局）

・資料 9 の裏面にある表を見る際に、例えば「原材料」の項目が、製造メーカーが使用した加工工程中の原料を指すのか、それとも農畜水産業の現場からの流通段階も含むのが明確でない。そのため、どの範囲を対象としているのかを明示する必要がある。事業系ロスには含まれない原材料の中には、製造工程で使用できないものもあるかもしれないが、それをどのように計算しているのかについても明確にすべきである。

また、「その他」という項目についても、具体的にどのようなものを含めているのかが不明であるため、サプライチェーン全体の中で何を指しているのかを明確にする必要がある。（有識者）

→対応する。（事務局）

・サプライチェーン全体という資料タイトルは適切ではない。本資料はあくまで事業系のデータであり、家庭系や消費段階を含んでいないため、その点を明確にするよう、資料全体のタイトルを修正すべきである。

（座長）

→対応する。（事務局）

・補足として、このデータをお示したのは、企業が自主的に取り組める要因と、商慣習などの影響を受ける要因が混在しているため、単純に数量のみ（製造、卸、小売の各段階でのロス量）で判断すべきかどうかも含めて意見を伺いたい意図からである。（農林水産省）

○資料 10 について

・納品期限の緩和に取り組む企業が増えており、その進捗をアピールすることは重要である。しかし、「1品のみ緩和」や「緩和予定」の企業も含まれていることを踏まえると、データの信頼性を損なわないよう、より実態に即したデータを発表する必要があると考える。（座長）

→ 緩和品目や緩和の実施・予定などをマルチカテゴリで集計するようにする。（事務局）

○資料 11 について

・納品期限緩和を促すレターの発出について、発出のタイミングはいつ頃を想定しているのか。基本方針の改定や省令の策定などもあり、農水省の動きと調整する必要があると考える。政府の取り組みとしては、物流問題や取引の観点も含め、関係者の理解を得ながら進めていくのが望ましい。（農林水産省）

<意見交換②>

（メーカー）

資料 6 の「加工食品の業界全体の返品額の推計」について、業界全体の返品額は減少していることが確認できる。しかし、菓子業界には「返品ゼロリポート」という仕組みが存在し、これにより返品は減少したものの、その分リポートという形で支払いが行われている実態があるのではないかと考える。菓子協会ではこの実態について調査をするべく相談をする準備をしており、その結果を改めて共有したいと考えている。（メーカー）

・納品期限の効果検証について、当社が報告した削減効果は約 1%であり、一見すると少なく感じるかもしれない。しかし、ドリンク本数に換算すると数千万本に相当し、ロス削減効果は大きいと考える。引き続き、小売各社に対して納品期限緩和を働きかけていきたい。

・また、昨年当社で実施した賞味期限延長に関しても、数年前の大臣レターが社内の意思決定を促すきっかけとなった経緯があり、レターには一定の効果があると考えている。よって、発出には賛成である。（メー

カー)

・納品期限の効果検証について、今回、製・配・販の連携が進む中で、当社としては 8 年ぶりに効果検証を実施した。その結果、非常に大きなインパクトが見込まれることが確認された。今後も引き続き、納品期限の緩和および食品ロス削減に向けて、皆様とともに取り組んでいきたいと考えている。

・納品期限緩和企業について、飲料業界においても、ドラッグストア・薬局関係の比重が増加しており、レター発信などの取り組みを通じて、ぜひ積極的にアプローチしてほしい。(メーカー)

・納品期限緩和の効果算出について、シェア資料と当社内の納品ロット実績との間に大きな乖離があることが判明し、その要因として次の 2 つの課題が明らかになった。

① メーカー側マスタ更新の課題

出荷先別に納品期限のマスタを用意しているものの、このマスタの更新が煩雑であるため、本来は納品期限が緩和された小売店に対しても、社内のマスタが更新されていない場合、新しい商品のまま納品されてしまうという問題がある。さらに、リアルタイムでの検知が難しく、大手メーカーでは複数の小売店に出荷するため、その組み合わせによって納品期限が変動する。

例えば、納品期限が「二つの一」「二つの一」「三つの一」の小売店に出荷する場合、最も厳しい「三つの一」に合わせざるを得ない。このような状況は、帳合変更などの影響で毎年のように変化しており、マスタの未整備や卸業者との交渉不足が要因となっている。結果として、小売店側が納品期限を緩和しているにもかかわらず、実態としては「三つの一」よりも新しい商品を納品し続けている状況が発生している。日々の受注に基づく自動出荷のオペレーションは、最も厳しい「三つの一」のラインを基準にせざるを得ない。そのため、受注が入ると、まず三つの一よりも新しい在庫を自動で引き当てた後、人の目で確認し、「この出荷先は納品期限を緩和しているため、二つの一に近いものでも問題ない」と判断し、手作業で書き換える運用を行っている。

② オペレーション上の課題

日々の受注・出荷においては、物流パートナーに対して速やかに出荷指示を出す必要がある。物流の観点から、出荷指示を早期に確定させなければならず、タイムアタックのような状況になっている。そのため、できるだけ早く引き当て処理を終え、物流倉庫へ「どの企業に何を出荷するか」を早い時間帯に指示する必要がある。

このような環境では、賞味期限の長い、よりフレッシュな商品を引き当てる方が安全であり、問題が生じにくい。しかし、古いロットの商品を優先的に割り当てた後、新しい商品に書き換えると、ミスが発生し、持ち戻りとなるリスクがある。そのため、現時点では安全性を考慮したオペレーションを採用しているのが当社の実態である。

・この状況を改善するためには、① 人力によるマスタの更新を徹底すること、および② ロジスティクスオペレーションの自動化を強化することが重要である。これにより、小売業が実施している納品期限緩和の効

果を、メーカーとしてより享受できると考える。

- ・当社の現状では、納品期限が緩和されている企業に対する古いロット商品の出荷比率は一桁台にとどまっているが、本来であれば二桁程度の割合で出荷しても不自然ではないと認識している。（メーカー）

- ・当社における返品はゼロではないものの、売上に対する割合は非常に少ないのが実態である。ただし、これは単に返品として計上されていないだけであり、実際には処分販売のために多額のコストを拠出しているのが現状である。

- ・具体的には、「返品せずに、代わりに値引き販売のための原資を支払うので、極力返品せずに別の販路で販売してほしい」といった対応を行っている。したがって、返品こそ少ないものの、生産段階や出荷倉庫での在庫配置における計画と実績のずれにより、本来であれば返品となるべき商品が処分販売に回されているというのが実態である。

- ・このような計画のブレを最小化することで、販売や物流にかかるコストをより適切にサプライチェーン全体へ還元できていると考えている。そのため、どのように計画連携を進め、ブレを縮小できるかについて、大手企業を中心に当社内でも少しずつ取り組みを進めている。

- ・現在、製造業においては「欠品は許されないが、必要数量の確約は取れない」という状況に直面している。そのため、販売部門は自衛のために必要数量以上の計画を立てる傾向があり、結果として過剰生産が恒常化しているのが実態である。それにもかかわらず、欠品が発生し、小売各社に迷惑をかけている状況も見られる。

- ・加えて、過剰生産による処分販売のためのコストは年々増加傾向にある。返品が減少していること自体は評価できるが、その裏には返品を回避するためのコスト負担が増加しているという課題がある。この点についても、現状を踏まえた対応策の検討が必要であると考えている。（メーカー）

- ・納品期限のデータが業界共通のデータとして活用できるようになると、現在各サプライチェーンの段階で行われている努力がうまく連携し、効率化やロス削減につながると考えられる。この点については別途検討したいと思う。（座長）

- ・今回の効果検証にあたり、自社の食品ロスの状況について調査した結果、近年、レトルトや冷凍食品では食品ロス削減のために賞味期限延長の取り組みを積極的に進めていることが分かった。弊社の約 8 割の取引先が納品期限を二分の一に緩和しており、納品期限が原因の返品は少ない。基本的に廃棄は発生せず、処分販売にかかるコストが大きい。

- ・レターについても賛成である。この納品期限に関しては、自助努力だけでは対応が難しい部分であり、まだ緩和されていない企業が緩和を実施することでロスが減少するため、この点については賛成であり、進めていただければと思っている。（メーカー）

（卸売業）

・レターについて、弊社としても、出荷用の商品が切れてしまい、その結果廃棄につながっている商品が非常に多い。そんな中で、廃棄になってしまう商品を営業部隊が売り切る活動を進めており、レターはその取り組みの後押しともなると考えられ、ぜひご賛同いただける企業を増やしていただきたいと考えている。（卸売業）

・年に 1 回、メーカーに対して満足度調査を実施している。納品期限緩和や返品削減の要望が増えている状況であり、今回の説明は非常に参考になった。返品については、弊社でも加工食品のデータと同様に返品率は減少している実態がある。弊社の売上の 20%～30%が契約条件内で返品不可となっていることを踏まえると、今回の説明にあったほどの減少には至っていないと考えられる。そこについては、少し実態とは異なる可能性があると思われる。

・レター発出については賛成だが、小売側にデメリットがないことを明記する方が良いと考える。（卸売業）

（小売業）

・今回の説明では、消費者への影響についてあまり触れられていなかったり、サプライチェーンの中に消費者が含まれていないと感じた。お客様のメリットを考慮し、お客様に理解していただくことが重要であると考えており、その視点がなければ、我々は積極的に進めることには慎重である。

・また、この会議は食品ロス削減を目的としたものであるにもかかわらず、納品期限緩和の議論ばかりになっているため、納品期限を緩和していない企業が食品ロス削減に取り組んでいないという誤解を招かないような配慮と発信が必要である。例えば、食品ロス削減には需要予測の高度化によるロス発生抑制や、PB 商品でそもそもロスが出ないような商品開発も進めていることにも目を向けるべきである。

・家庭内在庫に関しては、地方で小売店の撤退や事業縮小が増加しており、地域のライフラインになっているお店が増えている。これらの地域のお客様は買い物頻度が週に 1 回や 2 回と少ないため、1 回の買い物の際に大容量で購入する傾向がある。この点を踏まえると、今回示されたデータは日本全体の消費実態を反映したものとはいえない。こうした点も伝わりやすいよう工夫していただきたい。（小売業）

・当社としては、小売業として全体の取り組みに貢献できる方法を引き続き考えていきたいと考えている。（小売業）

・サプライチェーンにおける食品ロス発生状況について、リサイクルも含まれており、削減の取り組みは重要であるが、リサイクルに回すことも有効である。製造段階での歩留まりなどを考慮すると、絶対的にロスはなくなると考えられる。削減の取り組みは必須である一方で、リサイクルに回せるものは回し、その上で廃棄されるものが本当のロスだと思う。その観点から見ると、どこを狙っていくべきかという視点が変わるのではないかと感じた。

・レターについては、農水大臣の名前を出した方が効果があると思う。

・また、消費者に対する消費期限と賞味期限の正しい理解啓蒙も、まだまだ必要だと感じている。

(小売業)

<オブザーバー>

- ・我々ドラッグストアは、食品の取り扱いが増加している状況にあり、その中で今後の食品ロス削減の課題は大きいと考えている。
- ・弊社においても、納品期限の見直しはすでに行っており、今後はそれを踏まえてさらに何ができるかを考える必要がある。
- ・弊社ではフードドライブの実施についても検討したが、物流の課題も浮き彫りになっている。
- ・また、納品期限が変更されたとしても、お客様が最終的に商品を口にするまでの過程をどう扱うか、どこまで緩和できるかを考えなければならない。
- ・我々の納品スタイルは AI を活用して無駄のない手配を進めているが、メーカーが責任を持ってしっかりと製造することも重要であり、このような課題は、業態や業界全体で取り組むべきことであると考えている。各関連会社と協力しながら、一つ一つ対策を講じていくしかない。
- ・現時点で我々ができることは、納品期限を二分の一にすること、無駄のない発注を行うことである。ただし、お客様が様々な商品を選べるようになった結果、店舗はその在庫を保持しなければならなくなっている。そのため、回転率が低い商品はロスにつながるが多いと考えられ、利便性と課題を照らし合わせることも必要だろうと感じている。(小売業)

(有識者)

- ・まず、物流 2024 年問題、いわゆるドライバーの働き方改革に関連する問題について、例えば食品廃棄物の回収において値上げや回収方法の改善、回数の減少などが生じている。これらの変化は、食品流通に非常に大きな影響を及ぼすと考えられる。このような、商慣習の見直し以外で、食品ロス削減の取り組みに影響を与える可能性もある、これらの要素にも十分に注意を払いながら議論を進める必要があると考える。
- ・さらに、食品リサイクル法の基本方針の見直しについて、環境省および農林水産省の審議会で議論された。今後の食品リサイクル制度の在り方に関する議論の中で、「三分のルール」、すなわち商慣習の見直しにより、関連事業者の努力によって食品ロスが削減されていることが認められる文言が記載されている。このような背景を踏まえ、例えば広報等を発信する際には、商慣習の見直しによって食品ロス削減に大きな貢献があったことを強調することが重要である。その努力の成果や、実際の数字的な裏付けがあれば、それを公表することも必要である。
- ・また、広報等の中で商慣習の見直しについて、食品リサイクル法に基づく判断基準法令において努力義務化されることについても必ず記載すべきである。各企業が食品ロス削減に貢献できるよう促すべきである。最終的には、サーキュラーエコノミーの実現に貢献し、食品ロスの発生抑制に向けてさらなる発展を促すことを大いに強調し、皆で一丸となって前進できるよう努力していただきたいと考える。

以上