

2025年7月10日

令和7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1回

議事要旨

<実施概要>

日時：令和6年7月10日（木） 13時00分～15時00分

議題：

- 開会、ご出席者・資料等の確認
- 農林水産省挨拶
- 今年度の加工食品検討会の進め方（含む質疑応答）
- 調査案（含む質疑）
- 意見交換（全体を通して）

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

<農林水産省挨拶>

・商慣習ワーキンググループで取り組んでいる活動は、以前より重要なテーマであると認識してきた。近年では、公正取引委員会においても本件に関する言及が見られ、また、農林水産省においては「食料システム法」が可決された。同法の中では、商慣習における取引の適正化が重要な視点として明記されており、現在は食品ロス対策に限らず、商慣習全体の見直しが進められている。こうした取り組みにおいて重要なのは、施策を単に導入するだけでなく、その効果や実態がどのように変化しているかをモニタリングし、分析することであると考えます。

・加えて、企業が主体的に参画して進めている本ワーキングチームは、実効性のある枠組みであり、極めて意義深いものである。今後も引き続き、流通経済研究所および渡辺座長のリーダーシップのもと、関係者と連携しながら積極的に参画していく所存である。

・あわせて、今年度からは、企業の先進的な取り組みを可視化・評価する「ベンチマーク制度」や「任意開示制度」の検討を進めている。本制度は食品関連分野では初の試みであり、世界的にも先進的な事例となる可能性がある。今後も丁寧に制度設計を進めていく所存である。

<今年度の加工食品検討会の進め方について質疑応答>

・レターの発出は今回初めてか。（農水省）

→本ワーキングチームとしてレターを発出するのは今回が初めてである。ただし、過去には大臣メッセージを出したことがある。（事務局）

・令和7年6月13日には、「米飯類を始めとする食品ロス削減の推進に係る農林水産大臣メッセー

ジ」が発出された。レターの発出主体も重要であると考え。 (農水省)

・ドラッグストアやディスカウントストアからの回答が少ない印象がある。必要に応じて、対象企業へのアプローチ方法を工夫すべきではないか。(メーカー)

→回答を得たい企業があれば、具体的なリストを提供いただければ、未案内の企業に対して改めて案内を送付する。(事務局)

・レターに「フードバンクへの寄贈」と記載することには商慣習との整合性に違和感がある。また、それが食品ロス削減の免罪符と受け取られないよう留意すべきである。「てまえどり」は消費者啓発の文脈で扱うべきであり、別建ての記載が望ましい。(卸)

→「商慣習に取り組んでもなお残る食品ロスについては、フードバンクへ寄贈する」という表現を検討する。(事務局)

・レターについて、現在ワーキングチームとしてレターを発出する方向で検討が進められている。しかし、私たちはこの取り組み全体に対して、全面的に賛同することはできかねる。たとえば、当社においてもフードバンクへの寄贈は実施しているが、それは商慣習として行っているわけではない。また、必ずしも食品ロスの削減を目的としてフードバンクを活用しているわけでもない。むしろ、食にアクセスできない方々が存在するという社会的課題に対して、地域やお客さまを含む関係者と共に支えていくという姿勢のもとで実施している取り組みである。結果として家庭内の食品ロス削減につながっている側面はあるかもしれないが、企業として意図的にロスを減らすために支援を行っているわけではない。このような観点から、「困っている人に物を渡すことで食品ロスを削減する」という構図には、生活者に近い現場で事業を行っている企業として違和感を覚える。

また、納品期限の取扱いや緩和についても同様であり、私たちはそれらが直ちに食品ロス削減に結びつくとは考えていない。

さらに、今回のレター発出に関して懸念しているのは、本ワーキングチームに参加している企業の中に、実際には自社で実施していない取り組みを、他の小売事業者に対して要請するような内容を含む場合である。そのようなレターが出された場合、委員企業内での整合性に矛盾が生じかねない。そうした点からも、ワーキングチーム名義でのレター発出については、見直しをお願いしたい。また、発出される場合には、署名や名義において配慮をお願いしたい。

加えて、納品期限の緩和」「販売期限の延長」「フードバンクの取組」「発注の早期化」等が、すべて「商慣習」という言葉で一括りにされてしまうことには違和感を覚える。使い方次第では意図しない受け取られ方をされる懸念もあるため、この点についても、より丁寧な対応と表現の見直しをお願いしたい。(小売)

・レターには、消費者視点を踏まえ、無駄なく食材を使えるレシピの提案も盛り込むことを希望する。(メーカー)

・調査票において、企業が実施する食品ロス削減策の効果を問う設問を入れるとよい。また、消費者調査では、いきなり「知っているか」と問うのではなく、企業やワーキングチームの取り組み背景を示したうえで協力意向を聞くことが望ましい。小規模事業者への当事者意識喚起も必要であり、省令により努力義務化された点も十分に周知すべきである。（有識者）

→調査時に法令の変更点などを同封文書で案内することを検討する。（農水省）

・「3分の1ルール」や「てまえどり」に関する認知度についても調査を実施すべきである。（農水省）

・家庭内で捨てられてしまう食品やその要因に関する調査も有効であり、商品開発に資する可能性がある。

・「日付逆転」や「日付混載納入の許容」についても、レターへの記載を検討してはどうか。（卸）

<調査案について>

・「賞味期限が短くなることに対する意識」については、生鮮食品と加工食品で消費者の認識が異なるため、カテゴリごとに分けた設問とすべきである。（小売）

・「取引先からの返品削減」という表現は広義すぎて誤解を招く恐れがある。在庫消化の促進や廉価販売などを含むため、持続可能なサプライチェーンの構築という観点から、製配販でのデータ共有や納品期限の合意形成といった、より本質的な改善策を提示すべきである。これを調査設問に反映してほしい。（メーカー）

<意見交換>

（小売）

・食品ロス削減は立場によって視点が異なるため、業界横断的な議論は非常に有意義である。納品期限の緩和のみをもって取り組みの有無を判断されないよう配慮が必要である。

・メーカー・卸の意見を聞ける機会は貴重であり、こうした場を通じた連携の深化を期待している。

・フードバンクへの寄贈はSDGsの観点から行っており、今後もその方向での連携を強化したい。

・社内の取り組みに限らず、社会全体の課題解決に向けた取り組みの拡充が必要である。他社の取り組みも参考にしながら、自社の活動も発信していきたい。

・手引書には「販売期限の設定に関するロジック」の明記が望まれる。

・大括り化は進めてほしいが、年月表示にした場合、販売期限は前月末に設定するしかないのか。もし

—30日よりも短い設定方法をしている事例があるなら共有いただきたい。

→現状そのような事例は確認されていない。(事務局)

・レターの目的は「商慣習の改善」か「食品ロス削減全体」かを明確にすべきである。

(卸)

・商慣習改善が納品期限の緩和に限らない点は同感である。

・消費者意識の変容も業界横断的に検討すべき課題である。てまえどりだけにとどまらない多角的な施策が必要である。

・商慣習の見直しは食品ロス削減に直結する重要な取り組みであり、推進を期待する。調査結果も参考にしたい。

・手引書において、「発注の早期化」は重要な論点である。特に特売や新商品に関しては、メーカーからのリードタイム短縮要請も増えており、その観点での項目追加を希望する。

→対応予定である。(事務局)

(メーカー)

・レターやアンケートの実施には賛成であり、家庭内ロスへの対応も含めて取り組むべきである。

・レター冒頭には、「商慣習改善」に限定せず、「食品ロス削減に向けたポジティブアクションへの協力をお願い」といった表現を用いることを提案する。

・レターの対象について、大臣メッセージでは「食品関連事業者」全体が対象であったが、今回のように業種別に分けると、通達的な印象を与える可能性がある。業界全体の取り組みとして発信するため、一括での発出が望ましい。

→レターの発出については現在検討中であり、今後の議論を踏まえて進められる。(事務局)

・自社では小売業者と連携し、ロスの出ないサプライチェーンの構築に取り組んでおり、今後も継続して進めていきたい。

・処分販売のコストが増加傾向にあり、これはサプライチェーンへの還元や食品ロス削減の原資として活用できると考える。

・賞味期限調査における「発生要因構成比」とは何を意味するか。

→Q26の回答結果から算出する想定である。(事務局)

(農水省)

- ・消費者レベルでの食品ロス削減に向け、今後の具体的な施策を検討していきたい。
- ・食品ロス削減はそれ自体が目的ではなく、効率的かつ価値を生む企業活動の一環であるという視点を持って議論すべきである。

(有識者)

・2023年度の食品ロス量は464万トンであり、事業系では前年度比で製造業9万トン、卸・小売業で各1万トンの削減が見られたが、外食産業では6万トン増加し、事業系全体で5万トンの削減となっている。家庭系は3万トン削減され、事業系と家庭系を合わせて前年度より8万トン削減された。背景には、新型コロナウイルスの感染拡大とその後の規制緩和による外食機会の変化が影響していると考えられる。こうした社会的変化の中で、商慣習ワーキングチームの「三位一体」の取り組みが、事業系食品ロスの削減に一定の効果をもたらした可能性がある。今後も本取り組みが社会に浸透し、より効果的な成果につながることを期待される。

<欠席委員からの意見>

(メーカー)

- ・今年度は、消費者調査、手引書作成、ベタープラクティス収集、レター発出といった新規取り組みが加わる点を評価。特に消費者調査は、納品期限緩和などの施策を定着させるうえで重要であり、調査結果の活用が鍵となる。
- ・納品期限緩和に関する成功事例の共有は、流通・消費者の理解を得るために有効。一部メーカー等の実証例の提示が推進力になると考える。
- ・レター発出にあたっては、経営トップ宛とすることで、組織内の浸透と実効性向上が期待される。
- ・欠品ペナルティが廃棄増加の要因の一つ（メーカーの過剰在庫）に繋がっており、商慣習や制度の見直しは今後の検討課題である。
- ・ロット逆転の許容も重要テーマであり、継続的な議論を希望する。
- ・情報公表にあたっては、先行企業が不利にならないよう公平性を確保すべきであり、10月30日の「食品ロス削減の日」等を活用した広報も有効と考える。

以上