

# 納品期限等の商慣習見直し事業 報告書

令和6年3月29日（金）  
事務局：公益財団法人 流通経済研究所

## 構成

---

- 事業概要
- I 検討会の開催結果
- II 調査研究の実施結果
- III 次年度の取り組みの方向性

- 厳しい納品期限の緩和といった、食品ロス発生につながる商慣習の見直しに係る調査研究等を行った。
  - 1 検討会の開催
    - ・ 学識経験者、食品関連事業者等で構成される検討会を設置し、納品期限等の見直しに取り組む企業の拡大や品目の拡大に向けて、今後の具体的方策等の取りまとめを行った。
  - 2 調査研究
    - ・ 1の検討を行うため、納品期限等の見直しに取り組む企業の拡大等に向けて、食品関連事業者の動向の把握、データ収集・分析等の各種調査やこれらを踏まえたセミナーの開催等を行った。農林水産省と連携し、食品ロス削減月間(10月)において、納品期限の緩和、賞味期限表示の年月表示化、賞味期限の延長、フードバンク等への寄附に取り組む事業者を調査・募集し、公表した。
  - 3 報告書の作成
    - ・ 1及び2の取組による成果を取りまとめ、報告書を作成し、公表した。

# I 検討会の開催結果

## 1 検討会の構成

- 過去、このプロジェクトでは、メーカー、卸売業、小売業などが業界の垣根を超えて協力し、食品ロス削減に取り組んできた。今年度も、これまでの活動に参加していた企業を中心にした構成とし、これまでの取り組みをスムーズに推進することを目指した。

区分	氏名・社名
有識者	専修大学 商学部 教授 渡辺 達朗氏（座長） 東京農業大学 名誉教授 牛久保 明邦氏（副座長）
メーカー	味の素(株)、江崎グリコ(株)、コカ・コーラ ボトラーズジャパン(株)、サントリー食品インターナショナル(株)、日清食品(株)、マルハニチロ(株)
卸売業	国分グループ本社(株)、三菱食品(株)、(株)山星屋
小売業	イオン(株)、サミット(株)、セブン&アイ・ホールディングス(株)、(株)東急ストア、日本生活協同組合連合会、コープデリ生活協同組合連合会、(株)ファミリーマート

## 2 検討会の開催結果

回	時期	検討内容
第1回	令和5年7月28日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 実施方針</li><li>・ 調査等計画の内容</li><li>・ 商慣習見直しの日に向けて</li><li>・ 今後の予定</li></ul>
第2回	令和5年11月30日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 実施結果の中間共有</li><li>・ 商慣習見直しの日の取り組み結果</li></ul>
第3回	令和6年2月28日	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 実施結果の共有</li><li>・ 次年度方針の検討</li></ul>

### 3 検討会でご発言いただいたこと

- 納品期限緩和や賞味期限表示大括り化の効果の可視化や実務上の課題について
  - 可視化することは非常に大切と考える。例えば、納品期限を1/3から1/2に変更した場合にどのくらい効果があるのかということが見えると取り組んでいこうという意欲が湧くと思う。スコープ3も含めて可視化し、サプライチェーン全体での効果を伝えることができれば取り組みが進むと思う。それに向けて、この会を通じて製配販で一緒に進んでいければと思っている。
  - 定量での効果を算出するのは非常に難しいと思っている。例えば、賞味期限大括り化の効果として、廃棄の減少や日付逆転による返品のための輸送費の減少などが本当に大括り化による効果なのか、需要予測の精度の高まりによるものなのか、複数の要因が関係してそのような結果につながっているため、明確な効果測定は難しいと考えられる。
  - 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。
  - 今回のリスク分析の結果のみを見ると、リスクが低いと見るか、あるいはリスクがゼロではないと見るか、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。
- 商慣習見直しの取り組みや効果の業界や消費者に対する情報発信の仕方について
  - 大学での講義のテーマとして食品ロスを取り上げ、事業系を含め食品ロスが発生する仕組みを紹介し、実際に学生が考えた企画を実践する取り組みを行っている。若い人たちはこれからいろいろな業種に散らばっていく人材であるため、そのような人たちに自社の持っているリソースや機会を活用しながら、丁寧に教育していくがよいのではないか。

### 3 検討会でご発言いただいたこと

- 物流政策(2024年問題への対策)との連携について
  - 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。
  - 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。
- 来年度の商慣習検討ワーキングチームや食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会では、どのような目標や優先事項に焦点を当てるべきか？
  - ドラッグストア業界の納品期限緩和が進んでいない。汎用倉庫の出荷先が1企業でも緩和されていないと全体として緩和できないという点で、ドラッグストア業界をどのように巻き込んでいくかが課題と考える。
  - 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に向けた一体的な運用変更ができるのではないかと。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。
  - 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。
  - 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。

# II 調査研究の実施結果

## 1 はじめに

(c)公益財団法人流通経済研究所

### 1 はじめに:取り組み目標と結果について

#### ■ 納品期限等の商慣習見直し事業の目的

- 本事業は、食品ロスにつながる商慣習の見直しに注力し、3分の1ルールの見直しが返品やメーカーでの未出荷廃棄の削減に繋がる可能性があるため、その効果を検証して、取組可能な企業・品目から緩和を推奨してきた。
- また、メーカーにおいて賞味期限表示を「年月日」から「年月」等に改める取組を推奨し、食品の保管・陳列・配送・管理などの効率化と、消費者の過度な鮮度意識の助長防止などをめざしてきた。
- これに賞味期限延長を加えた三位一体の取組と、フードバンク活用、賞味期限の安全係数の設定適正化などを進めてきたところ。
- 本年度も引き続きこれらの課題に取り組んだ。また、リードタイムや納品頻度など、食品ロス削減と物流効率化の両立を目指す取組にも着目して取り組みを進めた。

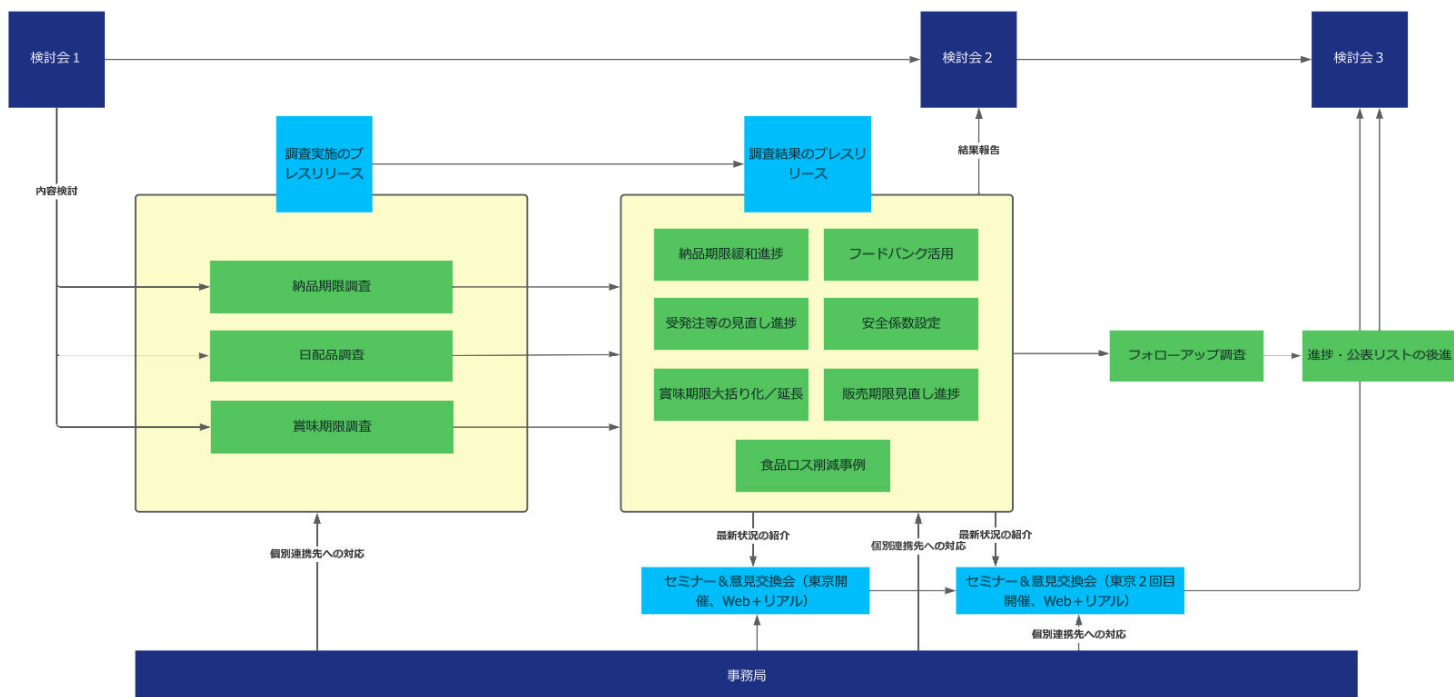
#### ■ 目標

- 納品期限実施企業率(※)を60%(令和5年度末)とする。(R3年46.1%、R4年53.2%) → 結果:57.8%(令和5年10月末)

※納品期限を賞味期限の1/2など緩和的に運用している企業の食品売上高ベースの割合。

- 賞味期限表示大括り化実施企業を330社とする。(R3年223社、R4年267社) → 結果:318社(令和5年10月末)
- 納品期限緩和に関するセミナー／意見交換会の動員目標100名(R4年89社) → 結果:58名(申し込み数ベース)

# 1 はじめに:本年度の取組の全体像



## II 調査研究の実施結果

### 2 納品期限等の商慣習見直し調査結果

## 2 納品期限等の商慣習見直し事業調査結果:実施方法－納品期限調査

項目	内容
調査目的	食品ロス削減の取り組み、納品期限緩和、及びフードバンク活用等の現状を把握し、今後の施策示唆を得る。
調査対象	以下の小売業 スーパー、生協、ドラッグストア等の食品商品部責任者、もしくは加工食品部バイヤー
調査方法	郵送配布でWeb回答
配布数	約1,000
実施期間等	2023年8月～9月

## 2 納品期限等の商慣習見直し事業調査結果:実施方法－賞味期限調査

調査目的	賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長、安全係数の設定状況、及びフードバンク活用等の食品ロス削減につながる取り組み状況を把握し、今後の施策示唆を得る。
調査対象業種	以下の製造業及び団体 <ul style="list-style-type: none"><li>清涼飲料(一般社団法人全国清涼飲料連合会 会員企業)</li><li>菓子(全日本菓子協会 会員企業)</li><li>缶詰、びん詰、レトルト食品(公益社団法人日本缶詰びん詰レトルト食品協会 会員企業)</li><li>冷凍食品(一般社団法人日本冷凍食品協会 会員企業)</li><li>風味調味料(風味調味料協議会 会員企業)</li><li>その他加工食品</li></ul>
調査方法	郵送調査
配布数	約1500
実施期間等	2023年8月～9月

## 0. 調査結果サマリー

15

### 納品期限調査結果サマリー

#### ■ 納品期限

- 社会的な責任が取り組みの動機
- リスクがなく、食品ロス削減につながるなら実施する
- 消費者のリスク分析が必要
- 今後「実施しない」は2.5%

#### ■ 販売期限

- 販売期限の中央値は「残り2週間と賞味期限当日との間」
- 販売期限延長によるロス削減効果は実感されている

#### ■ フードバンク

- 定期的に寄贈しているのは15%、未提供58%
- 小売業で寄贈の際の税制優遇制度を活用しているのは3.6%、活用していない54.8%、わからない41.7%
- フードバンク活用メリットとして社会貢献性は強く認識されている
- 今後寄贈を拡大意向の小売業は26.5%

#### ■ その他

- 有効施策と評価されているのは、見切り品コーナー、自動発注、てまえどり、訳ありセール
- SDGsを意識した商品展開37%
- 納品条件の見直しは、休配日設定、前々日発注、物量平準化など
- 納品期限緩和のリスク分析のためのPOSデータ提供意向1.5%
- 納品期限緩和の効果検証への協力意向7%



## 賞味期限調査結果サマリー

---

- 賞味期限延長・大括り化の推進
  - 延長・大括り化推奨の認識は広がっている（90.5%）
- 賞味期限延長
  - 今後の延長実施予定は33.9%
  - 延長が難しい理由として技術的理由が42.3%
  - 延長効果としては、自社廃棄減56%、売上増25%
- 大括り化
  - 今後の大括り化実施予定は19%
  - 大括り化の障壁は、期限の短縮50%、日付をトレーサビリティ管理に利用46%
  - 大括り化効果としては未出荷廃棄減50%、物流管理減44%、返品減44%
- 安全係数
  - 安全係数、0.8以上56%、0.8未満19%
  - 0.8未満の理由は消費者安全確保53.1%
- フードバンク
  - 定期的に寄贈実施13.4%、未提供44.6%
  - 損金算入活用14%、認定NPO寄贈税制優遇特別枠活用15.6%
  - 寄贈のメリットとしては、社会貢献性、経済的理由いずれも多い
  - FBの品質管理に不安は25%
  - 今後「拡大する」・「どちらかといえば実施する」は合わせて27%
- その他食品ロス削減の取り組み
  - 食品ロス削減に有効な取り組みは、商慣習見直し58%、返品削減50%、端材活用47%
  - 実施している納品条件の見直しとしては、翌々日納品47%、納品期限緩和提案34%

### 1. 納品期限調査結果

## 1-0 アンケート調査項目

### 1-0 アンケート調査項目

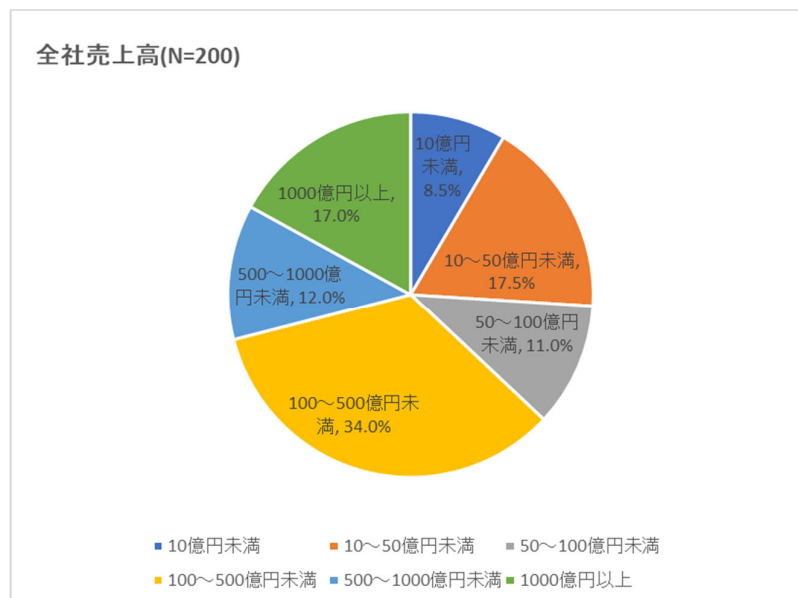
---

- 納品期限の設定状況
- 納品期限を「賞味期限の最初の3分の1、もしくはその手前」に設定している理由
- 納品期限緩和の実施状況・拡大予定
- 専用物流センターへの納品期限の設定状況
- 納品期限を緩和している理由・実施しない理由
- 納品期限緩和の影響
- 販売期限の設定状況、延長予定
- フードバンク・子ども食堂などへの食品の寄付状況
- フードバンクなどへの寄贈にかかる税制優遇の活用状況
- フードバンクなどへの寄贈のメリット・デメリット
- プライベートブランドのフードバンクへの寄贈を認めているかどうか、その理由
- 自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組み
- SDGsに対する取り組み状況
- 取引先への納品条件の見直しによる効率化の取り組み

## 1-1 回答企業の属性

### 1-1 回答企業の属性

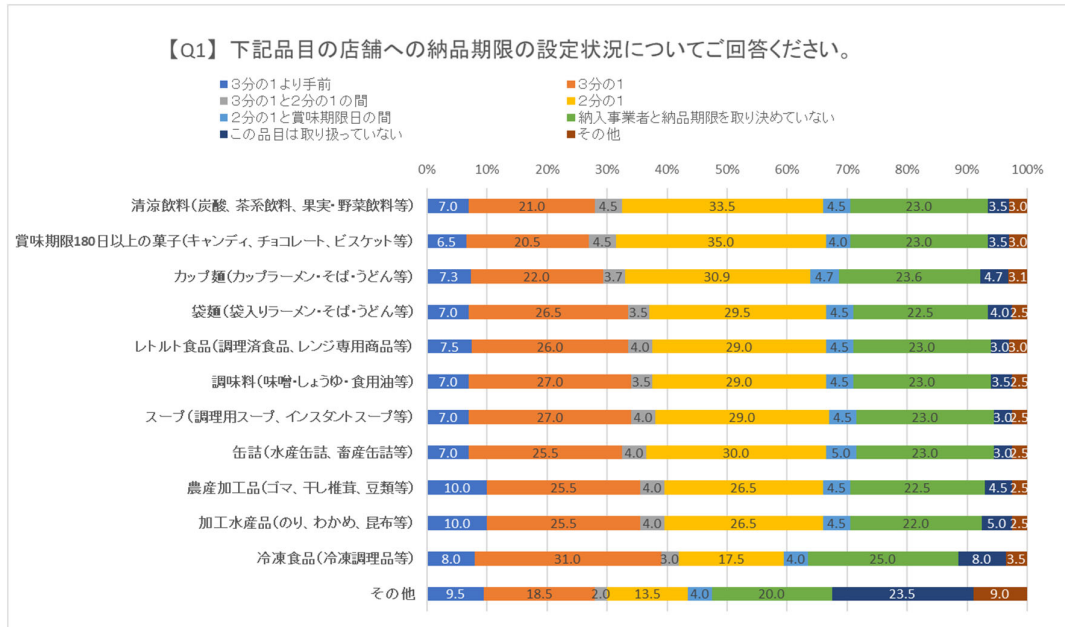
- 回答者は10億円未満が約1割、10～50億円が約2割、50～100億円が約1割、100～500億円が3割強、500億～1000億円が1割強、1000億円以上は2割弱である。
- 売上高の中央値は「100～500億円未満」である。



## 1-2 回答結果

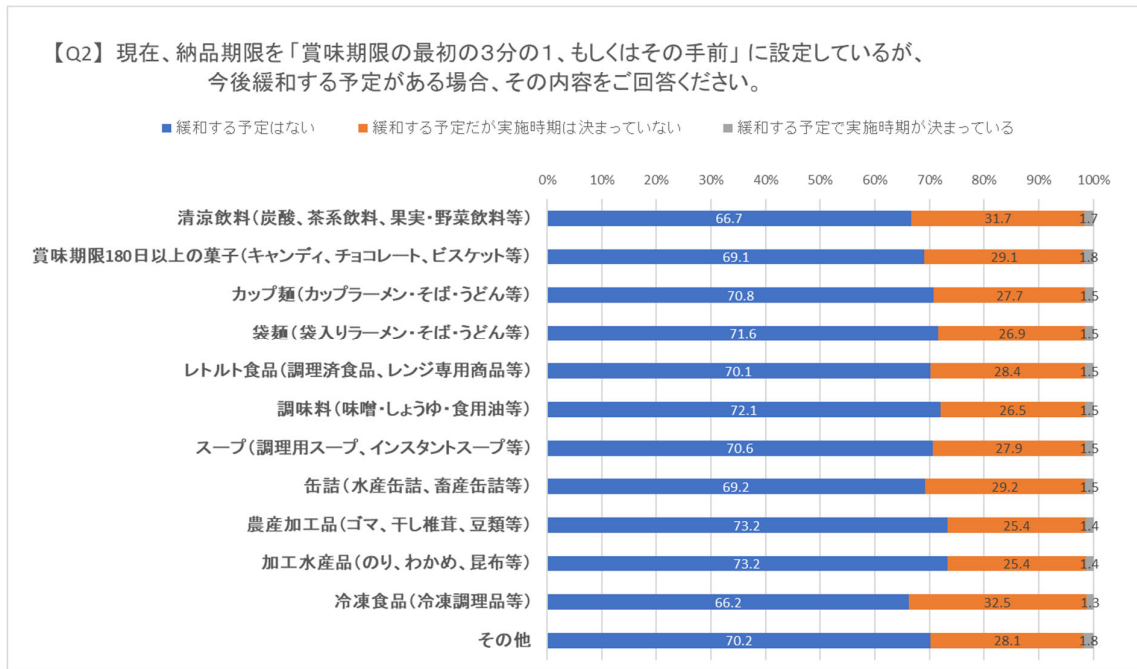
### 1-2 回答結果 (1)納品期限の設定状況

- 納品期限を「3分の1」、「3分の1より手前」に設定している事業者は3割弱～4割となっている。
- 「3分の1と2分の1の間」～「取り決めていない」と回答した、緩和的に運用している事業者は品目ごとに4割～7割弱である。



## 1-2 回答結果 (2)納品期限緩和の予定

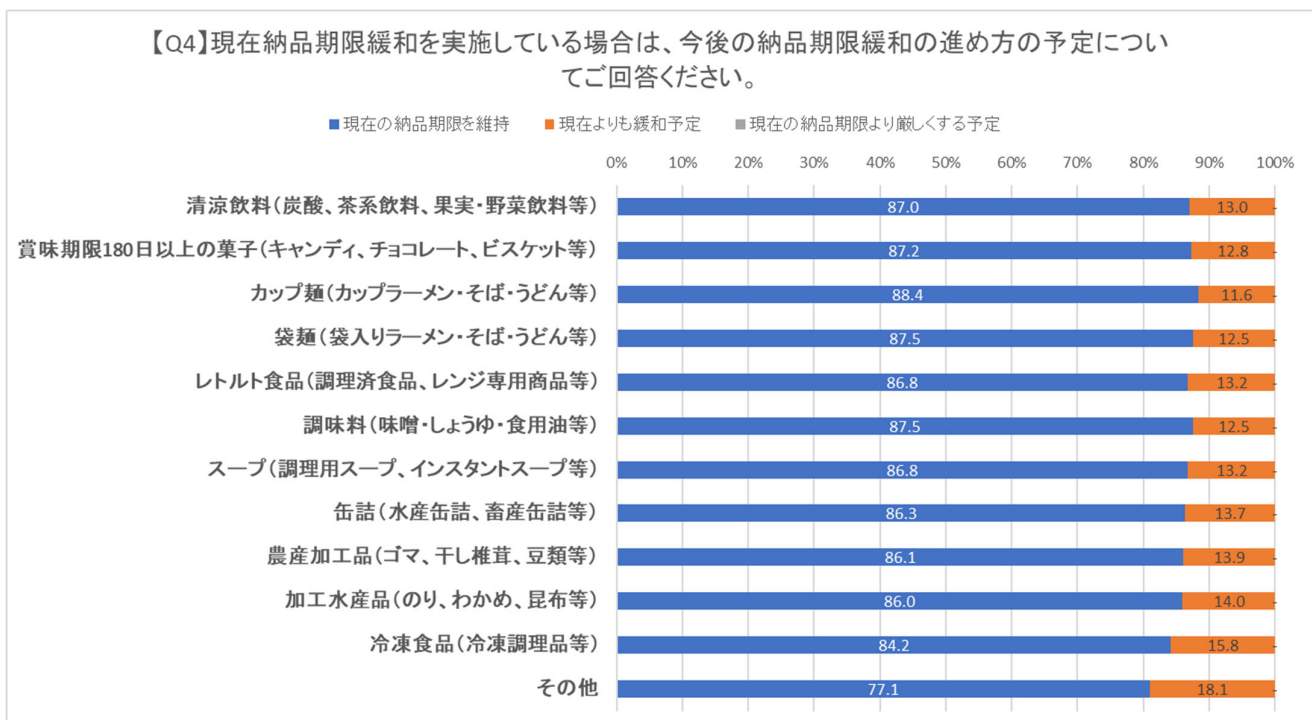
■ 納品期限を「賞味期限の最初の3分の1、もしくはその手前」に設定しているが、今後緩和する予定があると回答した事業者は3割程度で、実施予定時期が決まっているのは1~2%である。



## 1-2 回答結果

### (3)納品期限緩和事業者の今後の納品期限緩和の進め方

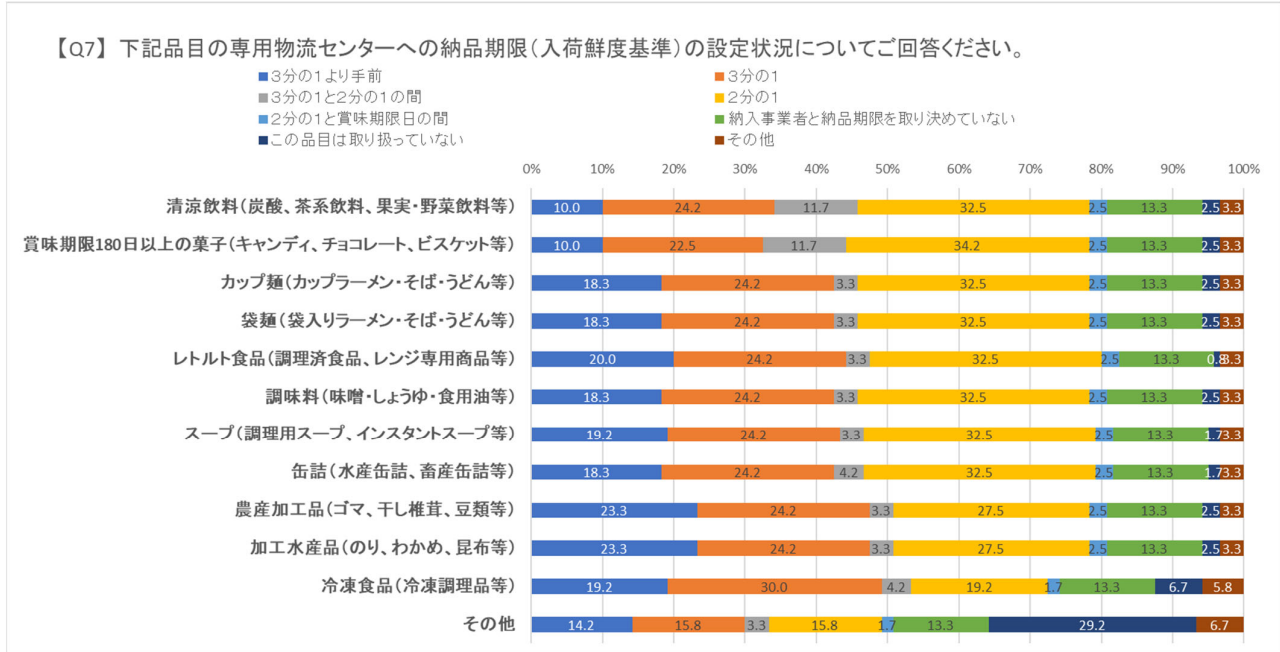
■ 現在納品期限緩和を実施している事業者で、8割強~9割が現在の納品期限を維持するとし、1割~1割強が今後納品期限を現在よりも緩和すると回答している。



## 1-2 回答結果

### (4) 自社の専用物流センターにおける納品期限の設定状況

- 自社専用の物流センターにより、店舗に配送している事業者のうち、専用物流センターへの納品期限を「3分の1より手前」に設定している割合は1割～2割強で、特に農産加工品と加工水産品が高い。
- 「3分の1」に設定しているのは2割弱～3割程度である。
- 「3分の1と2分の1の間」～「取り決めていない」に設定しているのは4割弱～6割である。

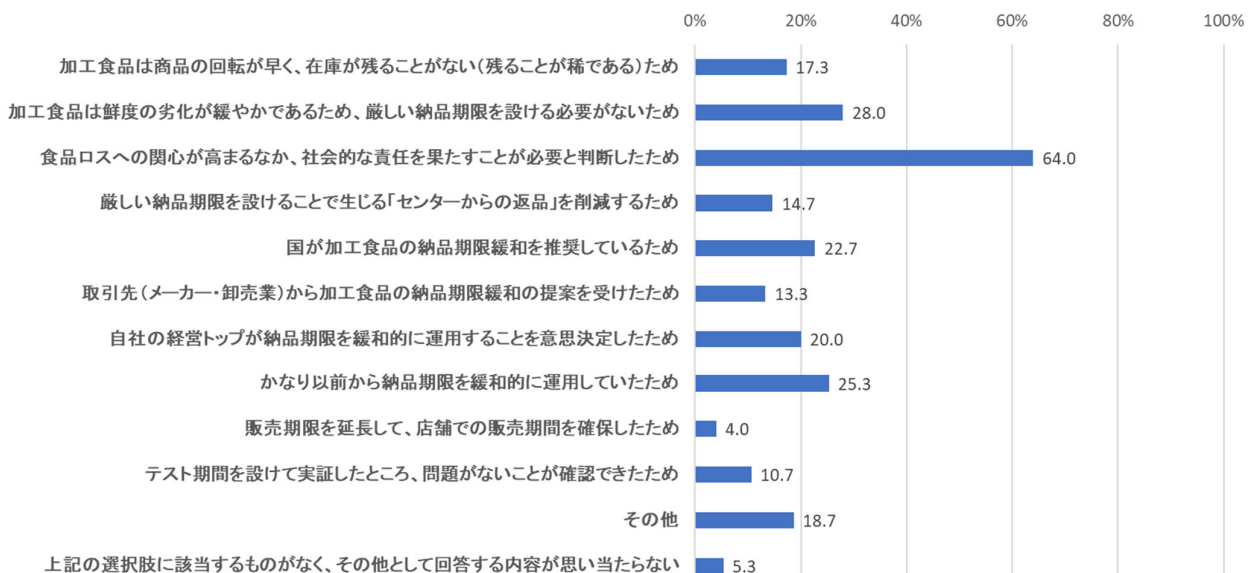


## 1-2 回答結果

### (5) 納品期限を緩和的に運用している理由

- 納品期限を3分の1よりも緩和している理由として「社会的な責任を果たすため」が6割強と突出している。以下は「鮮度劣化が緩やかであるため」、「かなり以前から緩和していたため」(3割弱)、「国が緩和を推奨しているため」(2割強)などとなっている。

【Q8】 貴社が納品期限を緩和的に運用している理由は何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。(N=75)

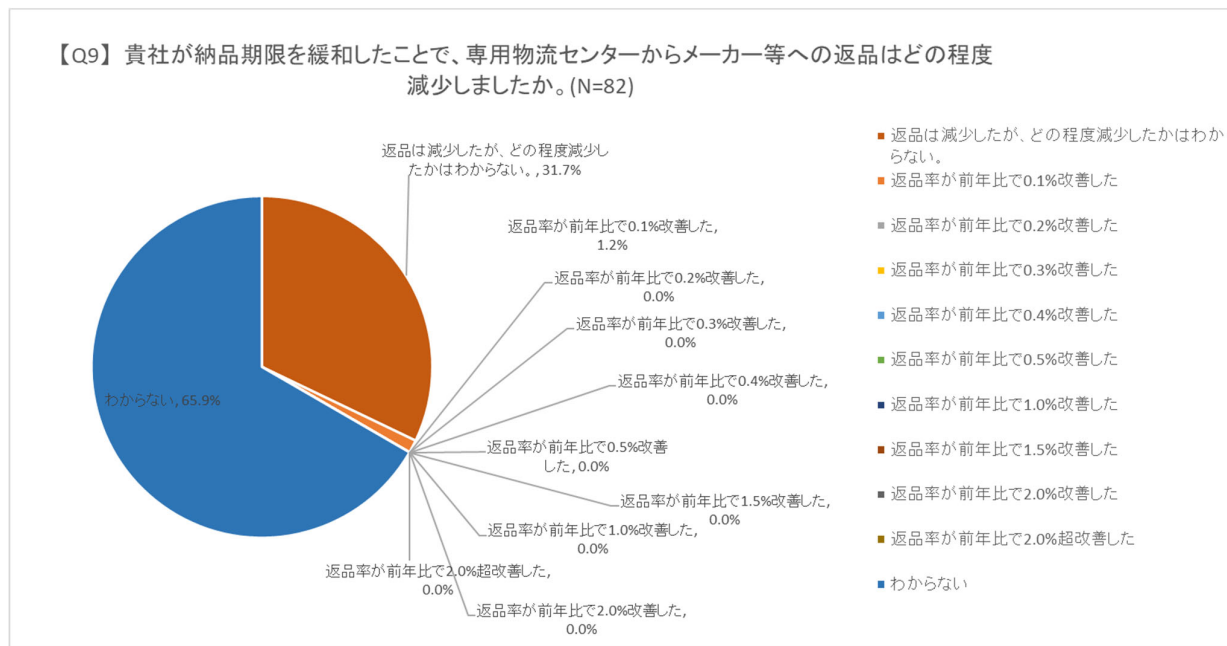


出所：流通経済研究所（2023）「食品ロス削減のための納品期限等についてのアンケート調査」結果より、流通経済研究所作成。

## 1-2 回答結果

### (6)納品期限緩和による専用物流センターからメーカーへの返品減少率

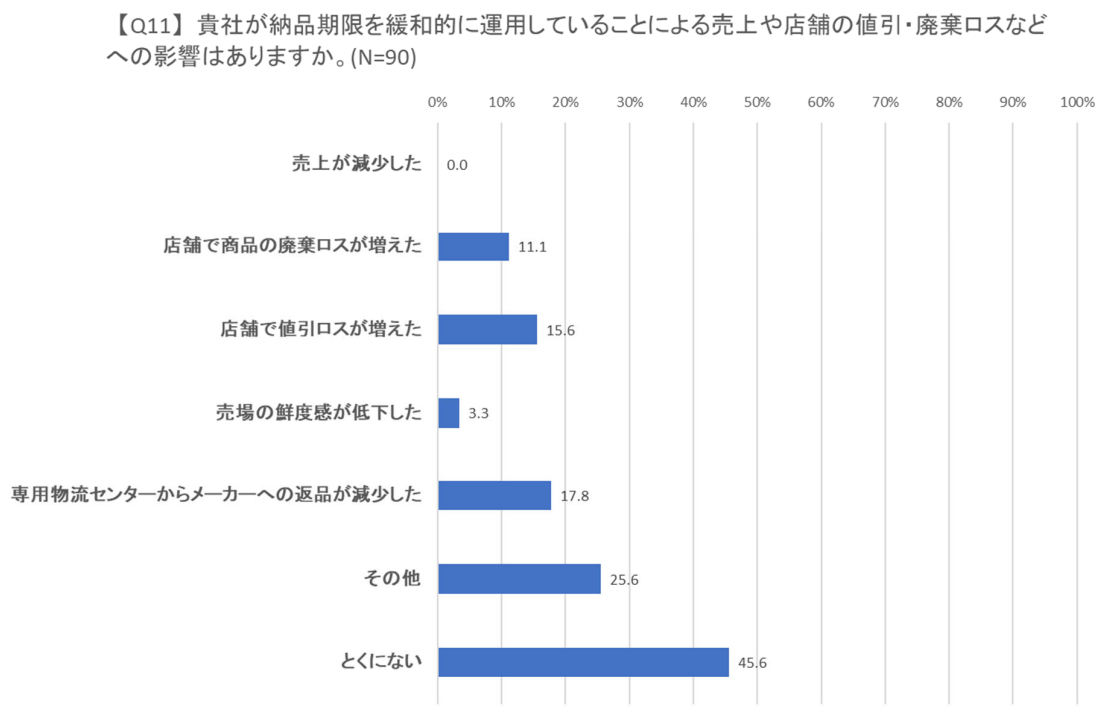
- 納品期限緩和による専用物流センターからの返品率は減少したかについて、約3割が「返品は減少したが、どの程度減少したかはわからない」とし、約1%が「前年度比0.1%改善した」と回答している。残りの7割弱は「わからない」となっている。



## 1-2 回答結果

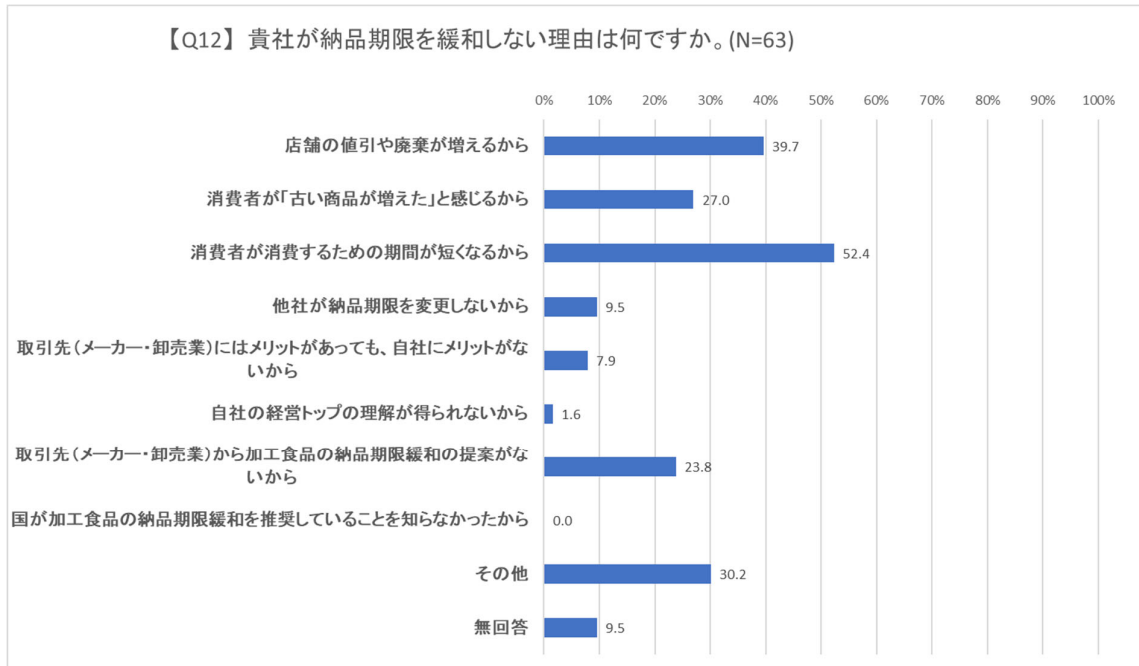
### (7)納品期限緩和の売上や店舗への影響

- 納品期限を緩和的に運用していることによる売上や店舗への影響として、「とくにない」が5割弱と最も多く、「売上げが減少した」と回答した事業者はいなかった。



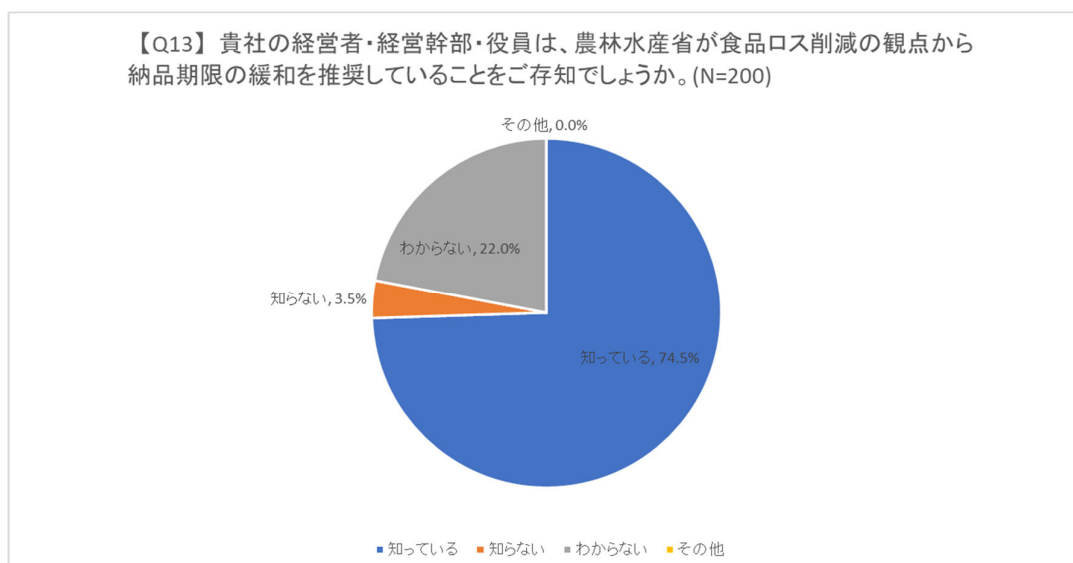
## 1-2 回答結果 (8)納品期限を緩和しない理由

- 納品期限を緩和しない理由は、5割強と過半数が「消費者が消費するための期間が短くなるから」をあげており、ほかに「店舗の値引や廃棄が増えるから」（約4割）、「消費者が「古い商品が増えた」と感じるから」（3割弱）、「取引先からの提案がないから」（2割強）などが挙げられている。



## 1-2 回答結果 (9)経営者・経営幹部・役員の納品期限の緩和推奨の認知度

- 自社の経営者・経営幹部・役員は農林水産省が食品ロス削減の観点から納品期限の緩和を推奨していることを「知っている」と回答したのが7割強、「知らない」は1割未満である。

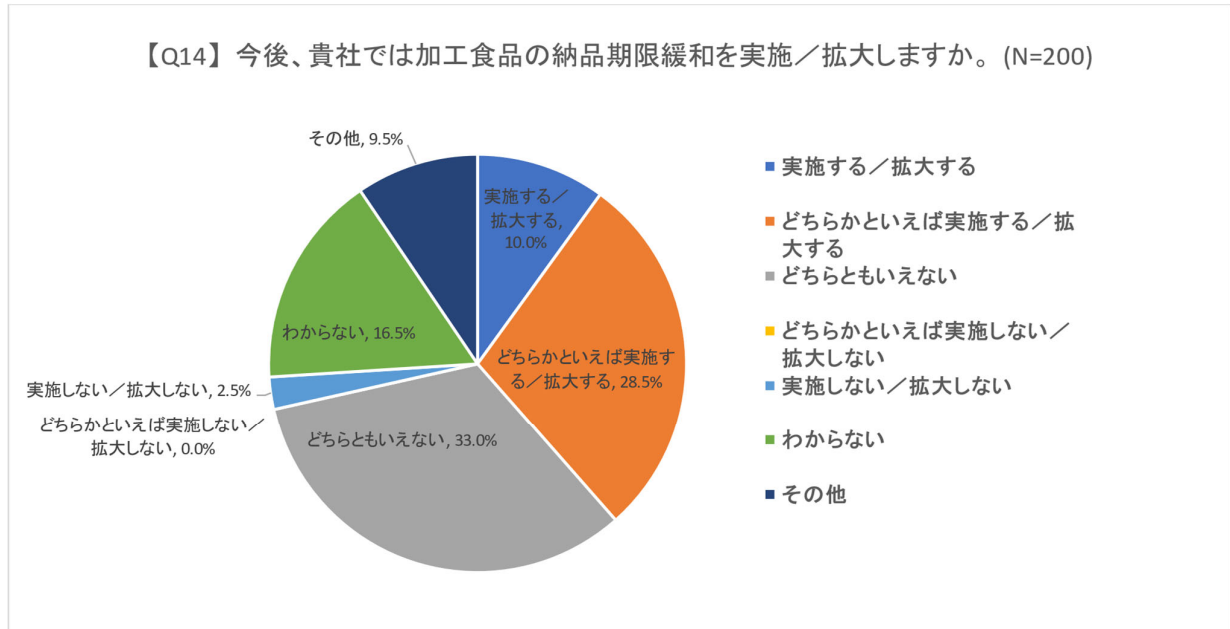




## 1-2 回答結果

### (10)納品期限緩和の実施／拡大の意向

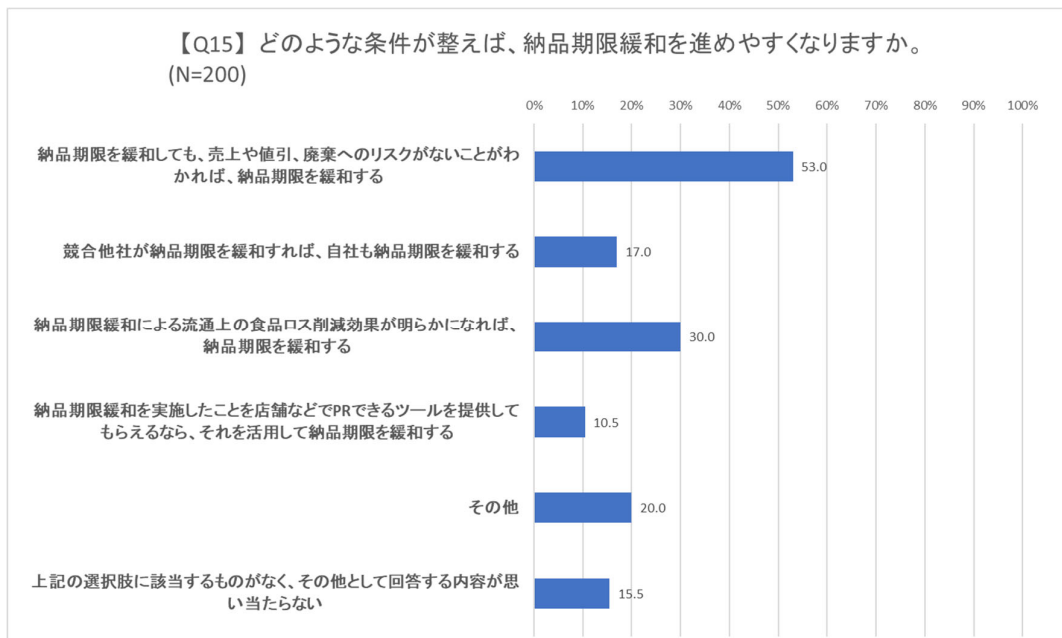
- 回答者の1割が納品期限緩和を「実施する／拡大する」とし、3割弱が「どちらかといえば実施する／拡大する」と回答。3割弱は「どちらともいえない」となっている。
- 「実施しない／拡大しない」と回答したのは1割未満である。



## 1-2 回答結果

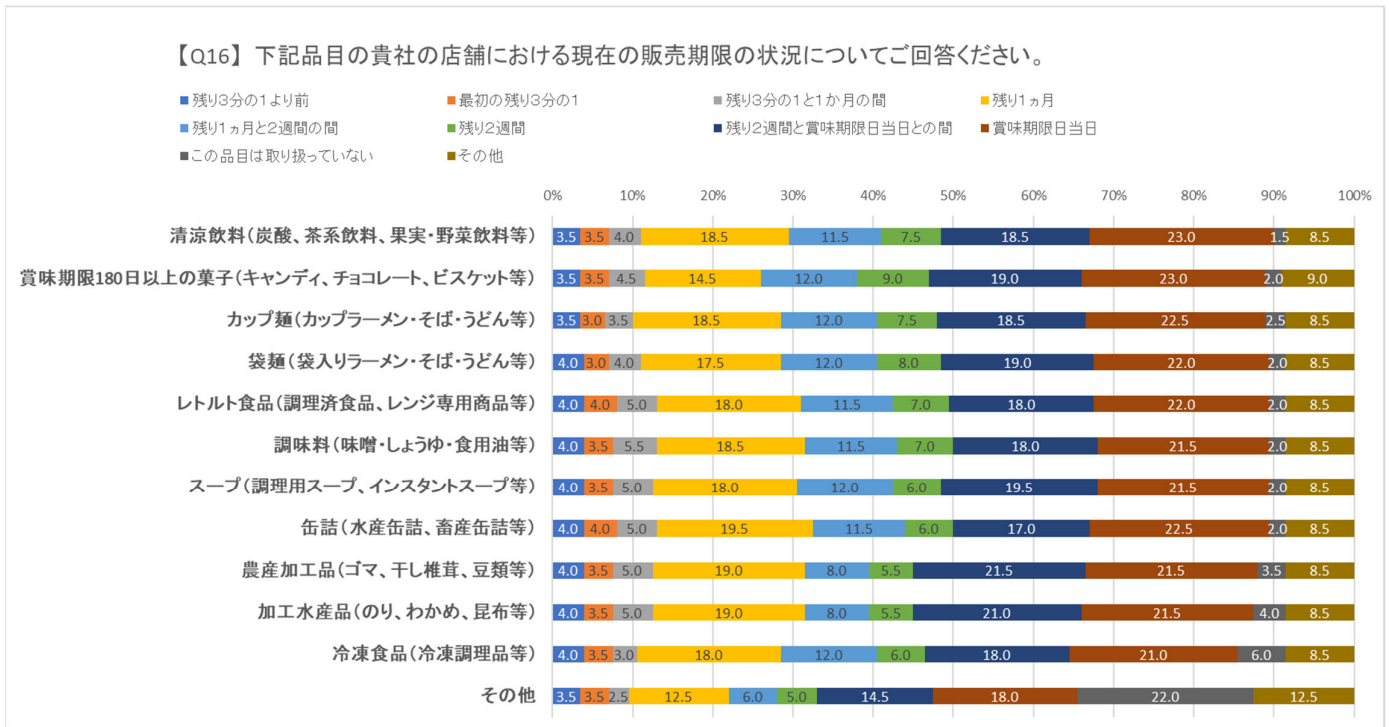
### (11)納品期限緩和を進めやすくなる条件

- 納品期限緩和を進めやすくなる条件について、5割強が「納品期限を緩和しても、売上や値引、廃棄へのリスクがないこと」をあげている。
- そのほかに「納品期限緩和による流通上の食品ロス削減効果が明らかになること」（3割）、「競合他社が納品期限を緩和する」（2割弱）があがっている。



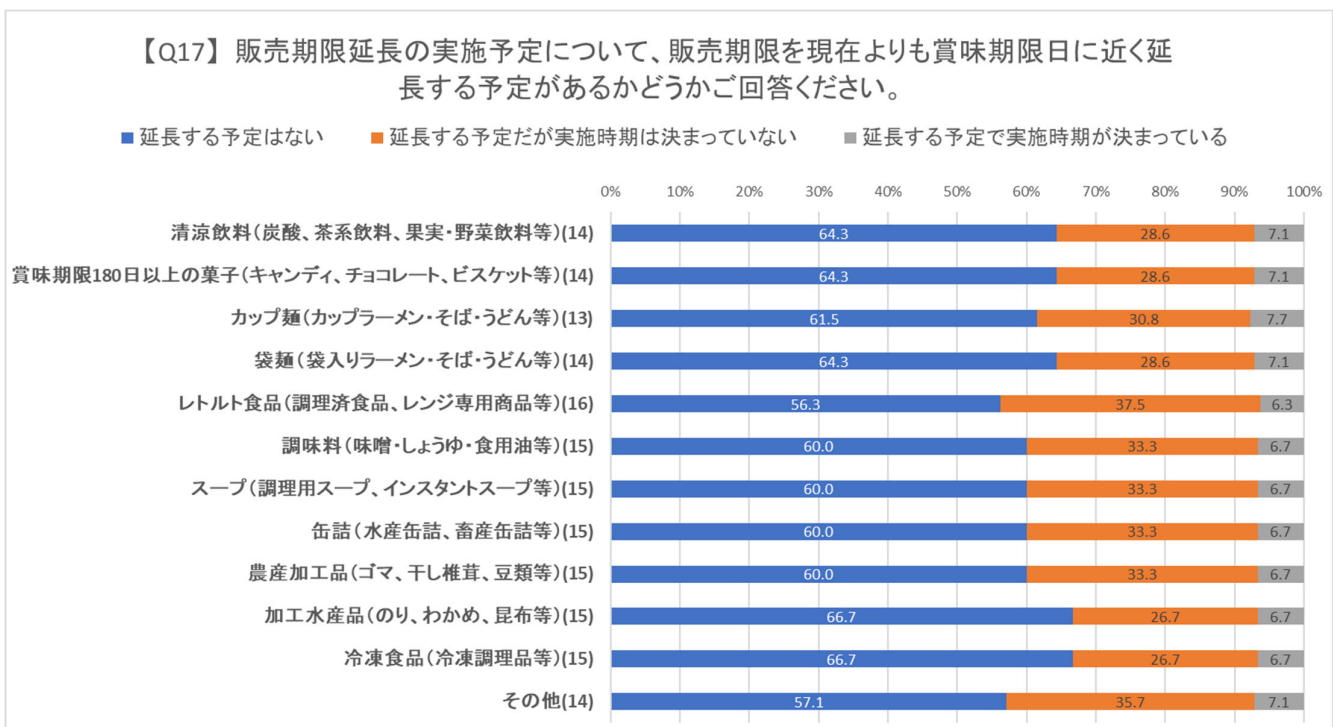
## 1-2 回答結果 (12)販売期限の設定状況

「賞味期限当日まで販売している」は2割強である。その他「残り2週間と賞味期限日当日との間」、「残り1ヵ月」がそれぞれ2割程度で多い結果となっている。



## 1-2 回答結果 (13)販売期限延長の実施予定

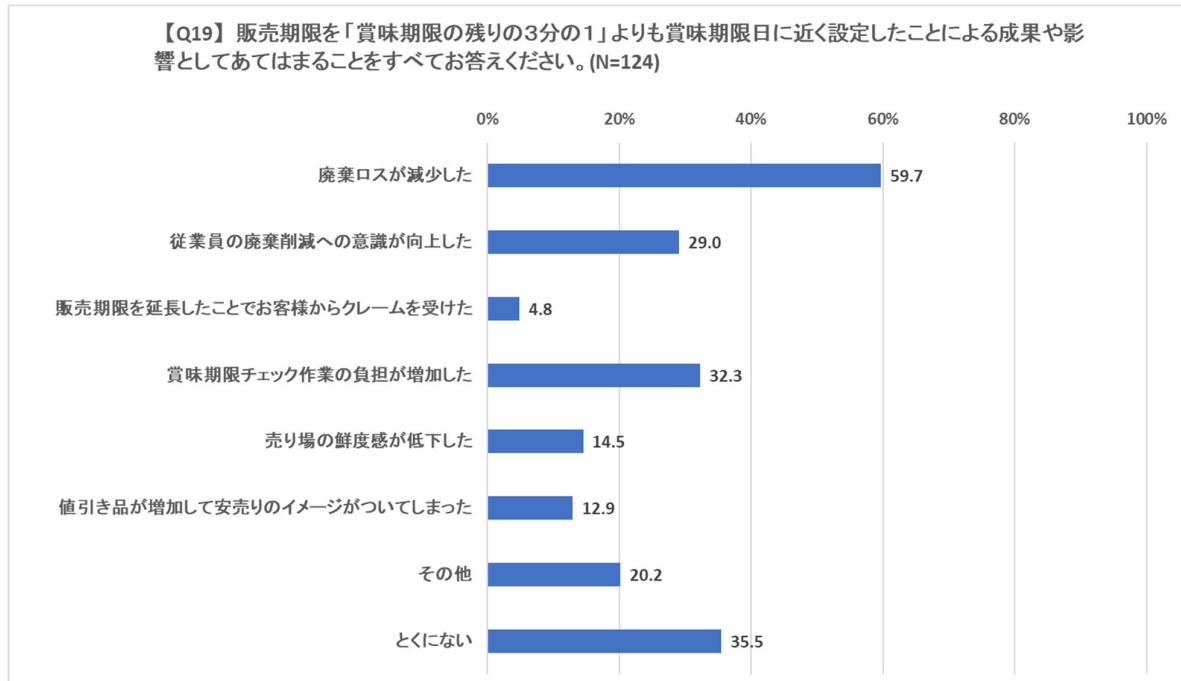
販売期限延長の実施予定について、実施時期未定も含め3～4割が「延長する予定」と回答している。



## 1-2 回答結果

### (14) 販売期限を残りの3分の1よりも賞味期限に近く設定したことによる成果や影響

- 販売期限を残りの3分の1よりも賞味期限に近く設定したことによる成果や影響について、約6割が「廃棄ロスが減少した」と回答している。
- 次に「賞味期限チェック作業の負担が増加した」（3割強）、「従業員の廃棄削減への意識が向上した」（約3割）となっている。

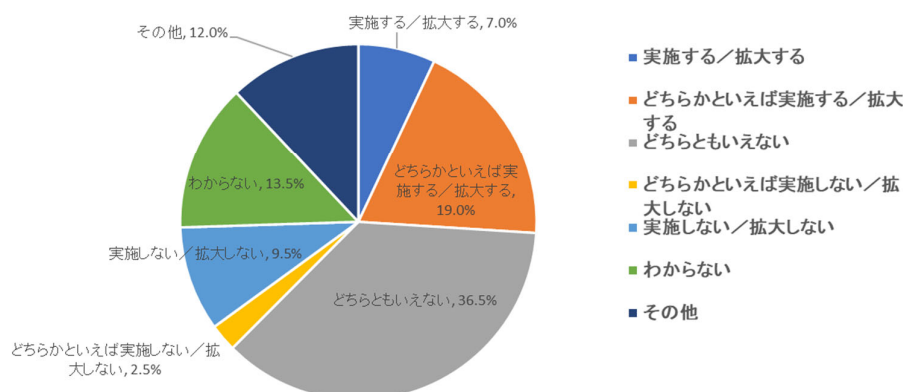


## 1-2 回答結果

### (15) 販売期限延長の予定

- 販売期限延長について、「実施する／拡大する」、「どちらかといえば実施する／拡大する」を合わせて3割弱が実施／拡大予定と回答。
- 「実施しない／拡大しない」、「どちらかというと実施しない／拡大しない」を合わせて1割強が実施／拡大しない予定と回答。また、「どちらともいえない」が4割弱、「わからない」が1割強となっている。

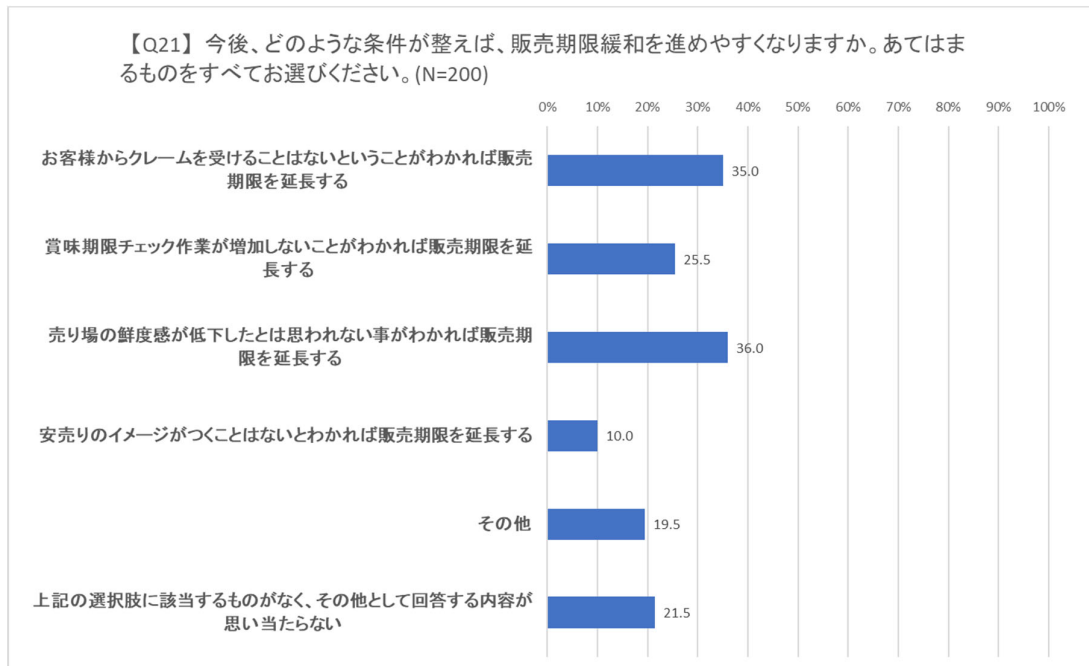
【Q20】今後、貴社では加工食品の販売期限延長を実施／拡大しますか。最もあてはまるものを1つお選びください。(N=200)



## 1-2 回答結果

### (16)納品期限緩和を進めやすくなる条件

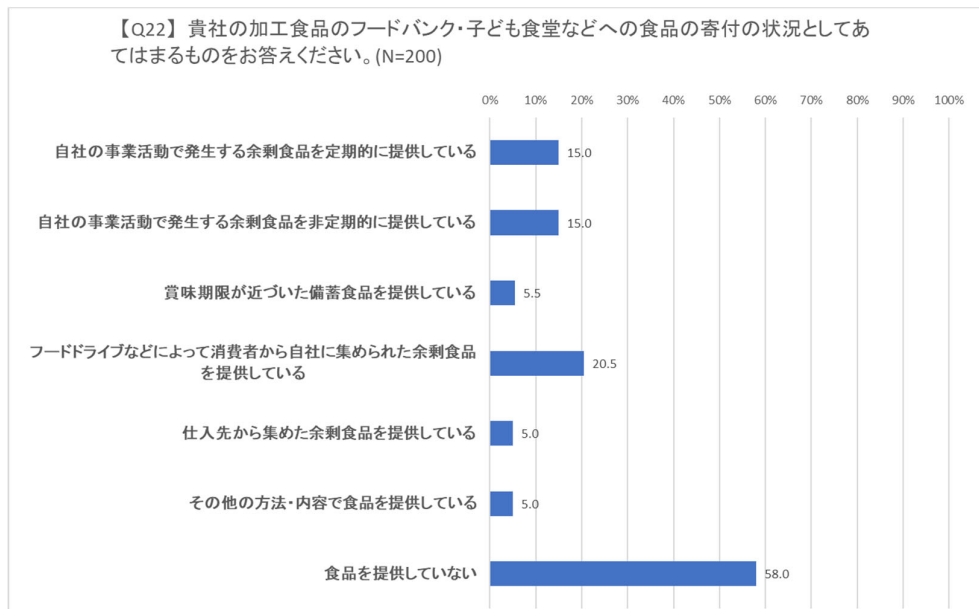
- 販売期限緩和を進めやすくなる条件として、「売り場の鮮度感が低下したとは思われないこと」「お客様からクレームを受けることはないこと」が4割弱と多くあがった。
- 約2割は「思い当たらない」と回答。



## 1-2 回答結果

### (17)フードバンク・子ども食堂などへの食品の寄付の状況

- 自社の事業活動で発生する余剰食品を「定期的に提供している」事業者は2割弱、「非定期的に提供している」事業者は2割弱であり、「フードドライブでの提供」も約2割となっている。
- 「食品を提供していない」が6割弱となっており、4割強は何らかの形でフードバンクへの食品の提供を行っている。

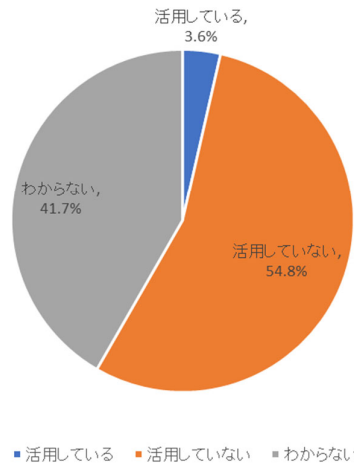


## 1-2 回答結果

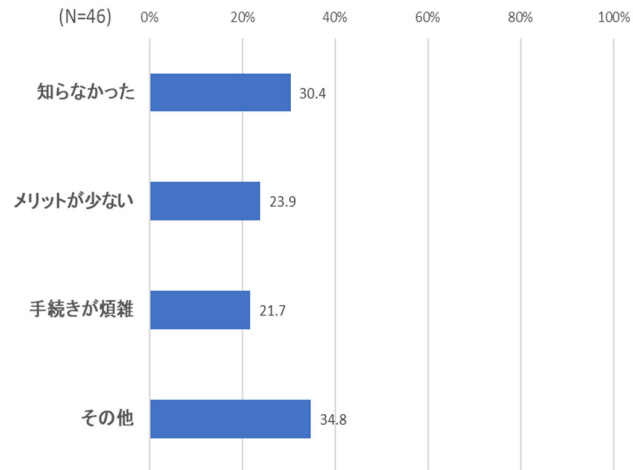
### (18)フードバンク等への寄付での税制の特例措置の活用状況と活用していない理由

- 回答者の1割未満がフードバンク等への寄付での税制の特例措置を活用しており、5割強は活用していない状況である。
- 特例措置を活用していない理由として、「知らなかった」（約3割）、「メリットが少ない」（2割強）、「手続きが煩雑」（2割強）などがあがっている。

【Q23】フードバンクに寄贈した食品の費用は、全額を寄付金ではなく、費用とすること(損金参入)ができます。この税制での特例措置を活用されていますか。(N=84)



【Q24】前問のフードバンク等への寄付での税制の特例措置を活用していない理由は何でしょうか。あてはまるものをすべてお選びください。(N=46)

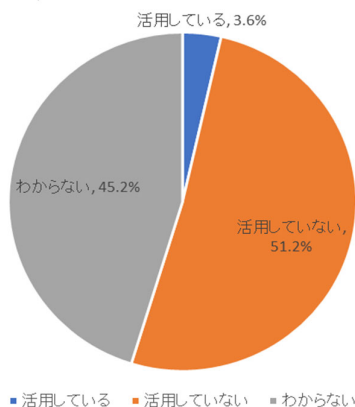


## 1-2 回答結果

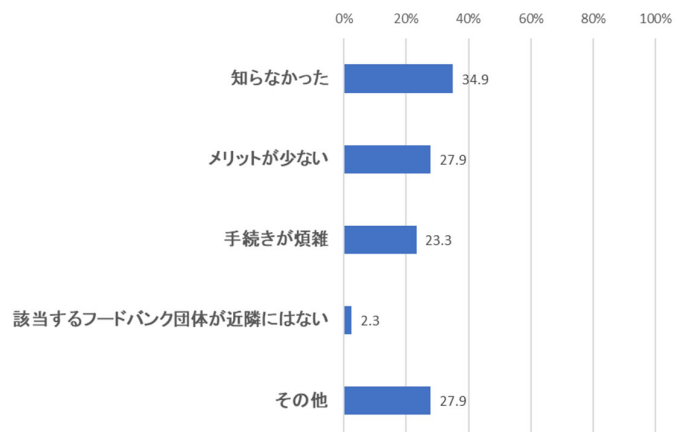
### (19)認定 NPO 法人など特定のフードバンクへの寄付について損金算入上限の特別枠が設定される税制優遇の活用状況

- 優遇制度を活用しているのは1割未満で、5割強は活用していない状況となっている。
- 活用していない理由としては「知らなかった」（4割弱）が最も多く、「メリットが少ない」（3割弱）、「手続きが煩雑」（2割強）と続く。

【Q25】認定 NPO 法人など特定のフードバンクに対する寄付金については一般の寄付金特別枠で損金算入の上限が設定される税制上の優遇措置があります。この税制での特例措置を活用していますか。(N=84)



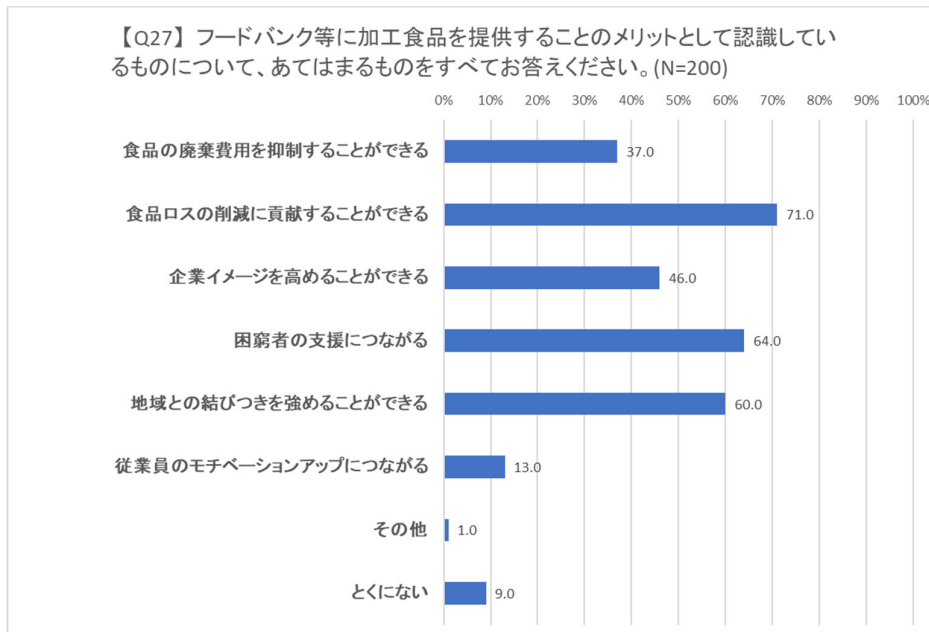
【Q26】認定 NPO 法人など特定のフードバンクに対する寄付について損金算入の上限の特別枠が設定される税制上の優遇措置を活用していない理由は何でしょうか。あてはまるものをすべてお選びください。(N=43)



## 1-2 回答結果

### (20)フードバンク等に加工食品を提供することのメリット

- メリットとして多くあがっているのは、「食品ロス削減に貢献できる」（約7割）、「困窮者の支援につながる」（6割強）、「地域との結びつきを強める」（6割）である。
- 次いで「企業イメージを高める」（5割弱）、「廃棄費用を削減できる」（4割弱）となっている。

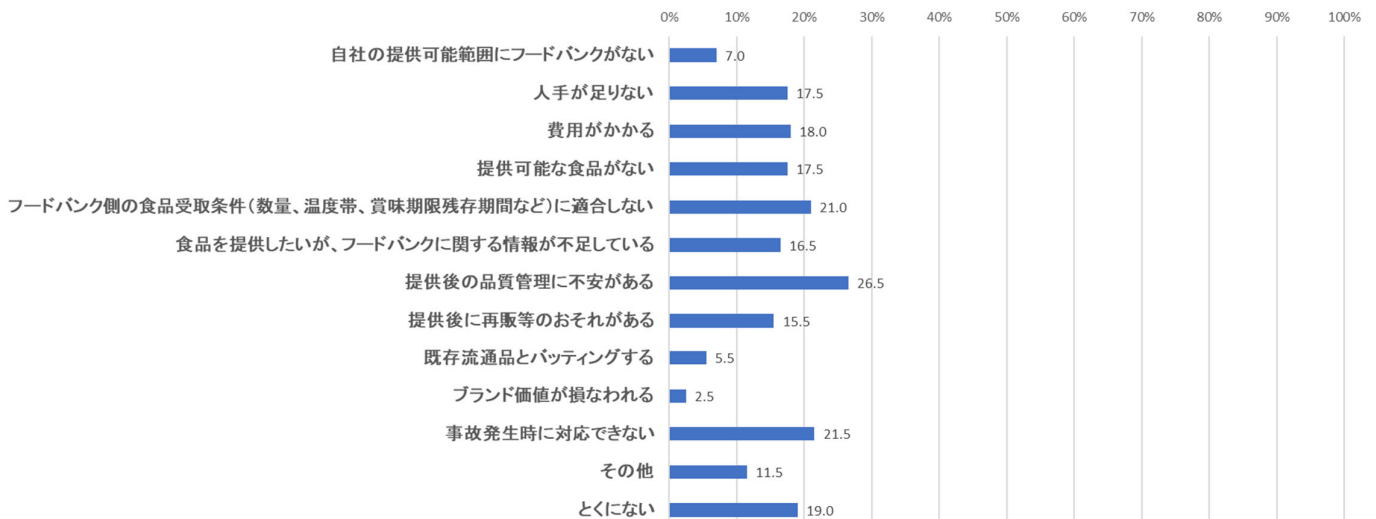


## 1-2 回答結果

### (21)フードバンク等に加工食品を提供することの障壁

- フードバンクへの食品提供の障壁として最も多く挙げられたのは「提供後の品質管理に不安がある」で3割弱である。そのほか「事故発生時に対応できない」（約2割）、「フードバンクが設けている食品受取条件に適合しない」（約2割）も多い。
- 「とくにない」と回答した事業者も約2割となっている。

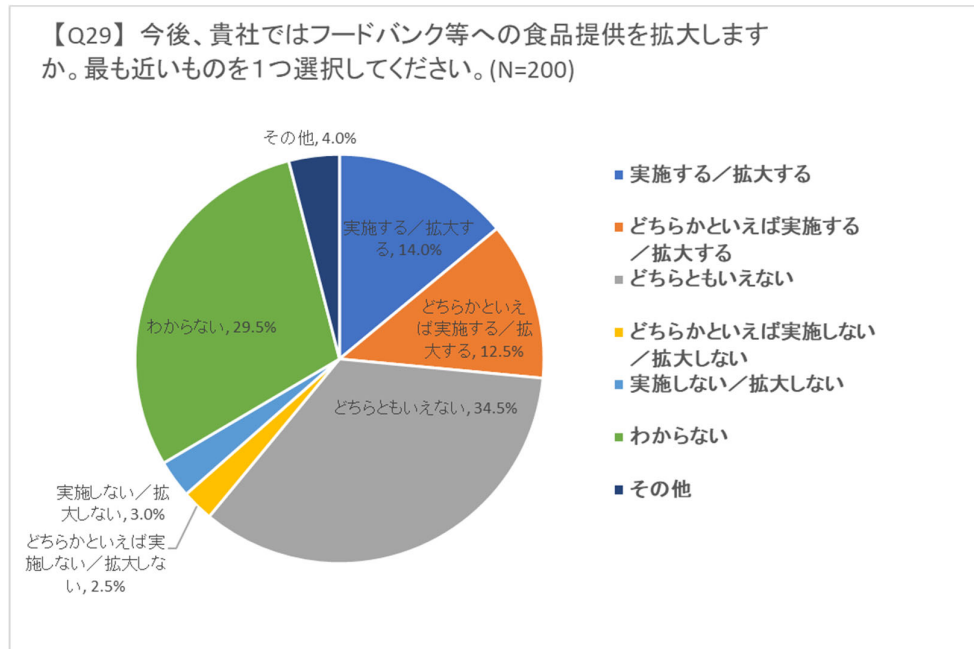
【Q28】フードバンク等に加工食品を提供することの障壁となっていることについて、あてはまるものをすべてお答えください。(N=200)



## 1-2 回答結果

### (22)フードバンク等への食品提供の実施／拡大予定

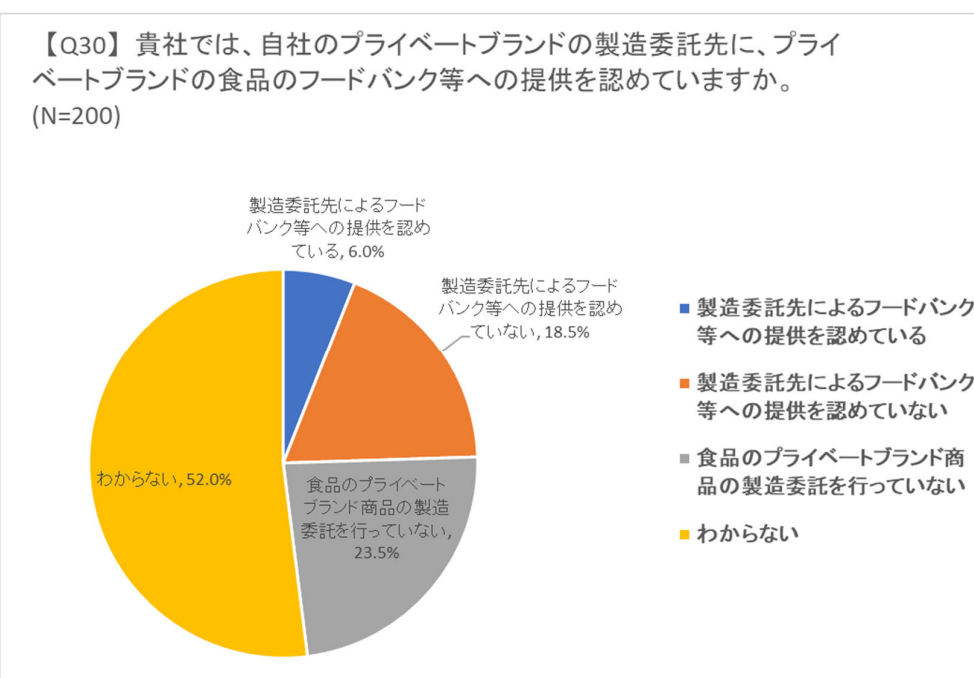
- フードバンクへの寄贈について、「実施する／拡大する」、「どちらかといえば実施する／拡大する」を合わせて3割弱が実施／拡大予定と回答。
- 「実施しない／拡大しない」、「どちらかというと実施しない／拡大しない」を合わせて実施／拡大しない予定と回答したのは1割未満。



## 1-2 回答結果

### (23)PB製造委託先によるフードバンクへの提供状況

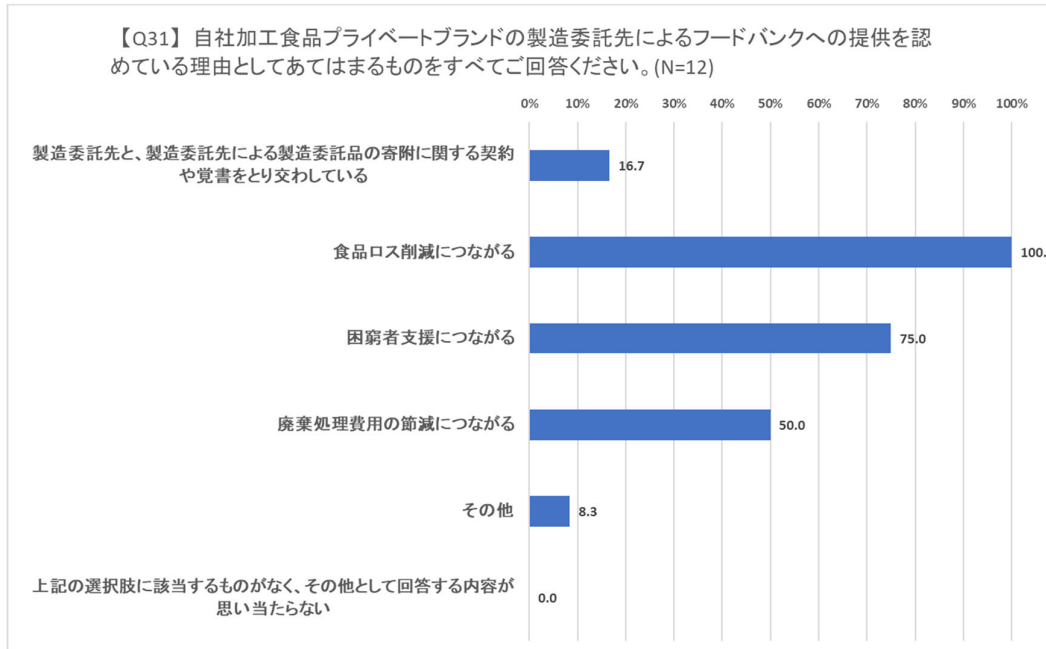
- 自社のプライベートブランドの製造委託先に、プライベートブランドの食品のフードバンクへの提供を「認めている」のは1割弱で、「認めていない」のは2割弱である。



## 1-2 回答結果

### (24)PB製造委託先によるフードバンクへの提供を認めている理由

- 自社のプライベートブランドの製造委託先に、プライベートブランドの食品のフードバンクへの提供を認めている理由について、回答者全員が「食品ロス削減につながる」と回答しており、そのほかに「困窮者支援につながる」（8割弱）、「廃棄費用の削減につながる」（5割）も半数を超えている。

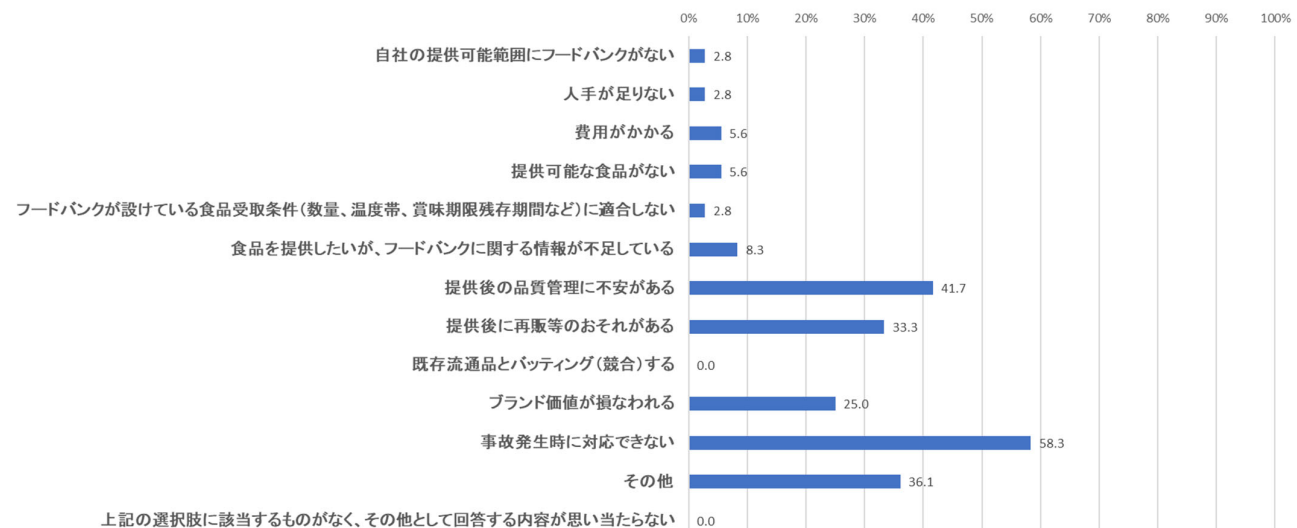


## 1-2 回答結果

### (25)PB製造委託先によるフードバンクへの提供を認めていない理由

- 自社のプライベートブランドの製造委託先に、プライベートブランドの食品のフードバンクへの提供を認めていない理由について、「事故発生時に対応できない」（6割弱）が最も多く、次に「提供後の品質管理に不安がある」（約4割）、「提供後に再販等のおそれがある」（3割強）、「ブランド価値が損なわれる」（3割弱）などとなっている。

【Q32】 自社加工食品プライベートブランドの製造委託先によるフードバンクへの提供を認めていない理由としてあてはまるものをすべてご回答ください。(N=36)





## 1-2 回答結果

### (26)PB製造委託先によるフードバンクへの提供を認めていない理由

「その他」回答として「全量自社引き受け（買取）が契約条件のため」が多い。

#### <その他の回答>

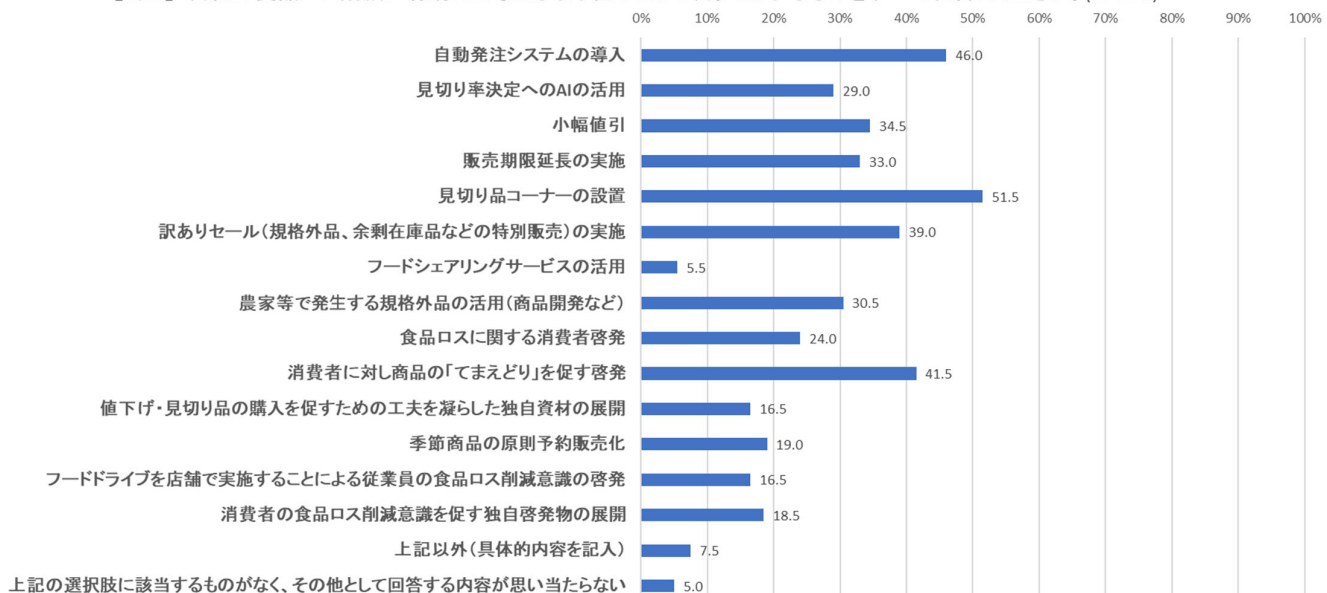
- 全量当社引き受けが契約条件のため
- 委託先にお任せしています
- 販売責任がある販売者が実施を決める為
- 当社はフードバンクへ提供していないことから委託先とフードバンク提供に関する協議をおこなっていない、基本的には発注した数量を全量買い取りしている
- 現在は最終商品の委託先が無い
- 製造委託先からフードドライブ提供する食品が発生したという情報を受けていないため。
- 製造委託先がフードバンクに提供しなければならない様なケースは発生しないから。（製造の都度、当社全量買い取りが基本）
- 商品が残らないようにしているため
- 自社商品については、自社管理の下、対応しています。
- 全量買い取りが前提
- 契約上当社で全量買い取りをしていることから、製造委託先ではロスが発生していない為、フードバンクへ提供するものはありません。
- 自社商品については、自社管理の下、対応しています。
- 大前提として、製造委託先で製造したPB商品は自社ですべて引き受けるのが条件。よって製造委託先からフードバンクへの提供はあり得ない。製造委託先→自社→フードバンクなら在り得る。

## 1-2 回答結果

### (27)自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組み

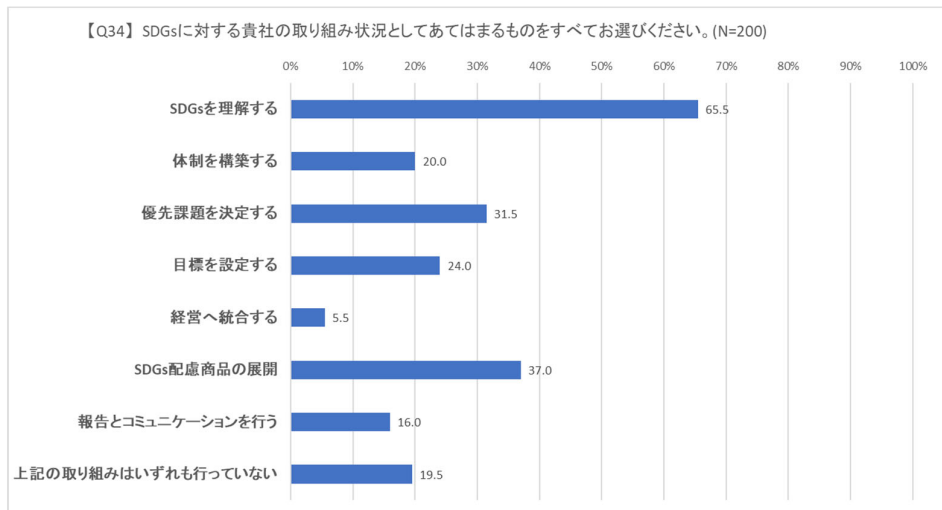
食品ロス削減に有効だと考える取り組みとして、「見切り品コーナーの設置」（約5割）、「自動発注システムの導入」（5割弱）、「消費者に対し「てまえどり」を促す啓発」（約4割）などが多くあがっている。

【Q33】自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組みとして、あてはまるものをすべてお答えください。(N=200)



## 1-2 回答結果 (28)SDGsに対する取り組み状況

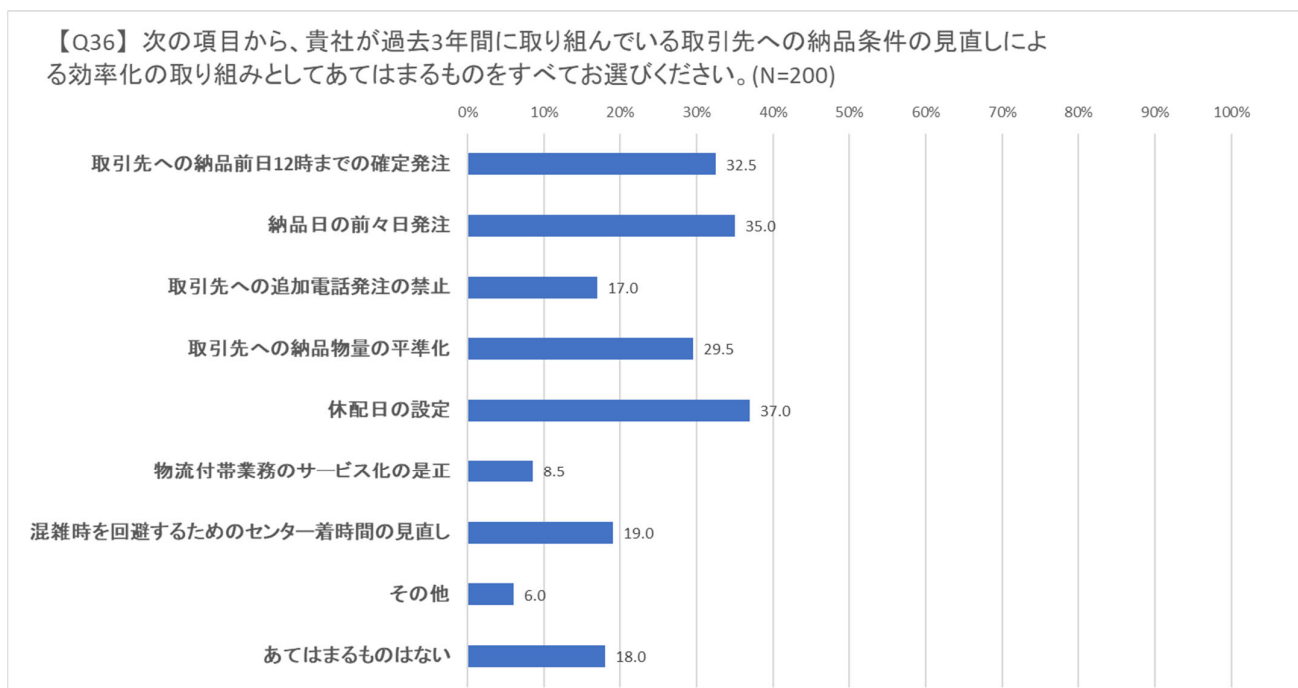
- 自社の状況として、7割弱が「SDGsを理解する」ことができていると回答。続いて「SDGs配慮商品の展開」（4割弱）、「優先課題を決定する」（約3割）が高い。
- 「経営へ統合する」ことができていると回答したのは1割未満である。



- ・ SDGsを理解する：SDGsが掲げる理念や目標・ターゲットを理解する
- ・ 体制を構築する：SDGs推進の専任部署がある
- ・ 優先課題を決定する：SDGsのなかで自社が優先的に取り組むべき優先課題を決定する
- ・ 目標を設定する：優先課題について具体的かつ計測可能で期限付きの目標を設定する
- ・ 経営へ統合する：目標・ターゲットを組織・個人に落とし込む、目標・ターゲットを人事評価・給与制度に組み込む
- ・ SDGs配慮商品の展開：SDGsの考え方を取り入れた商品を展開している
- ・ 報告とコミュニケーションを行う：課題、目標及び達成度について報告・情報開示を行う。ステークホルダーとのコミュニケーションを行う

## 1-2 回答結果 (29)取引先への納品条件の見直しによる効率化の取り組み

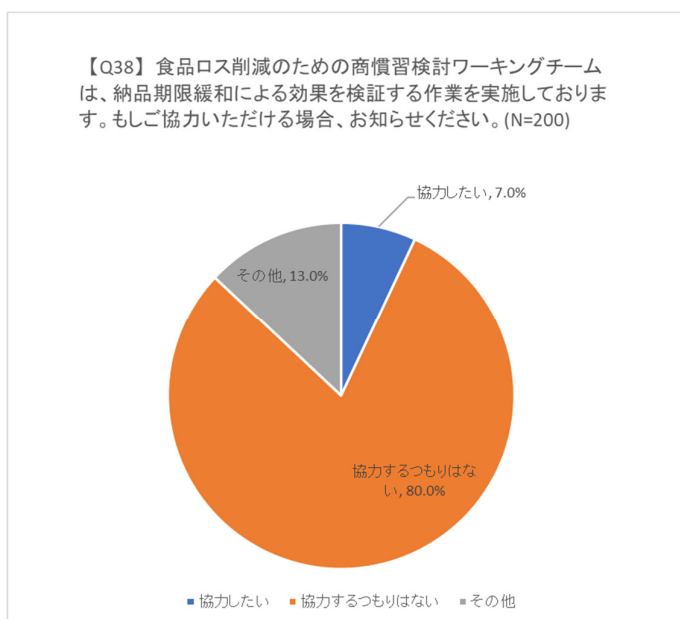
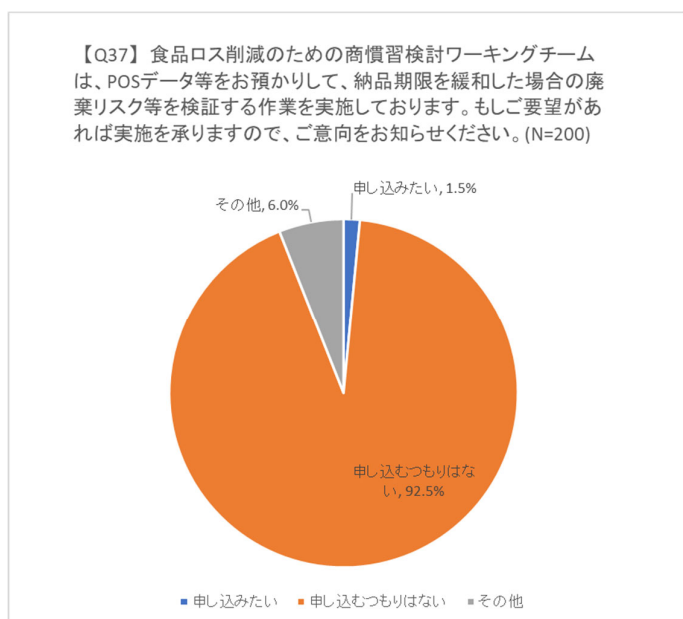
- 過去3年間に取引先への納品条件の見直しの取り組みとして、「休配日の設定」（4割弱）、「納品日の前々日発注」（約3割）、「納品前日12時までの確定発注」（3割強）が多くあがっている。



## 1-2 回答結果

### (30)POSデータ分析によるリスク検証、緩和効果検証への協力意向

- 協力意向があると回答した事業者が「POSデータ分析によるリスク検証」で1.5%、「納品期限緩和の効果検証」で7%いる。



### 1-3 納品期限緩和シェア分析

# 1-3 納品期限緩和シェア分析 (1)調査の概要

## 調査の目的

- 納品期限を緩和している食品小売業の食品売上高シェアを出し、納品期限緩和の進捗を明らかにする。

## 調査方法・調査内容等

- 2023年の流通経済研究所の調査結果により、小売業を特定し、流通企画「食品スーパーマーケット年鑑2023」掲載企業を対象に、その食品売上高を用いて算定。
- 下記に従い、都道府県、農政局管轄単位の売上高シェアの特定
  - ①食品スーパーマーケット年鑑より、県・食品小売業単位の売上高を取得
  - ②都道府県、農政局管轄毎に売上高を以下単位で集計
    - 納品期限緩和を実施している食品小売業
    - 全食品小売業
  - ③都道府県、農政局管轄単位の売上高シェアを以下計算式で特定
    - 納品期限緩和を実施している食品小売業の食品売上高の合計 ÷ 食品小売業の食品売上高の合計
- 農政局管轄単位は、以下の通りである。

農政局管轄単位	対象県
北海道	北海道
東北	青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県
関東	茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、静岡県
北陸	新潟県、富山県、石川県、福井県
東海	岐阜県、愛知県、三重県
近畿	滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
中国	鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
四国	徳島県、香川県、愛媛県、高知県
九州・沖縄	福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

# 1-3 納品期限緩和シェア分析 (2)調査結果概要 ①農政局管轄単位

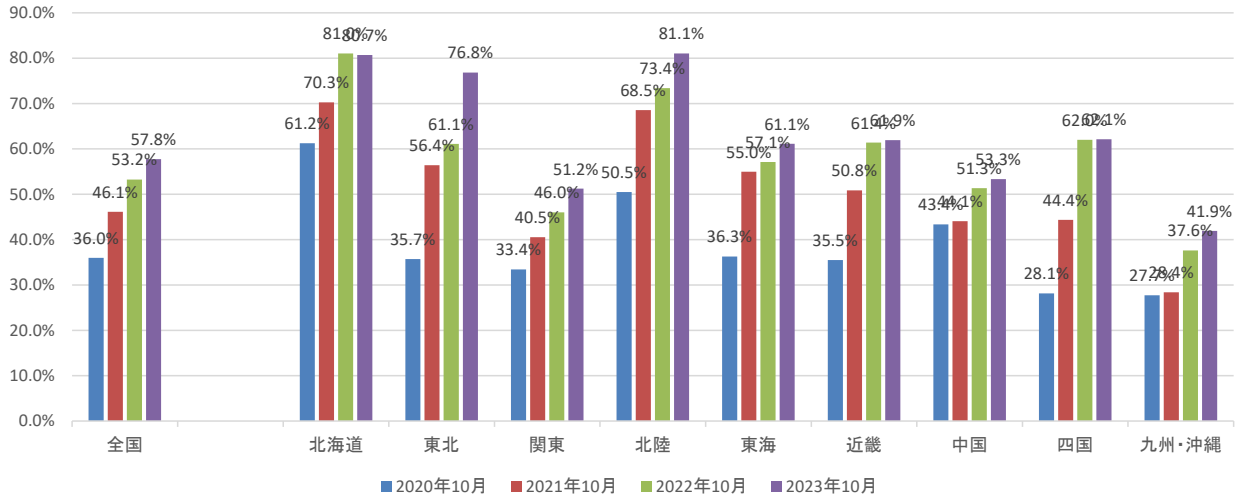
- 全国の納品期限緩和実施率は57.8%である。
- 実施率の高い地域は、北陸、北海道、東北である。
- 実施率の低い地域は、九州・沖縄、関東、中国である。
- 前年と比べて、実施率の上昇が大きいのは、東北、北陸である。

農政局管轄単位	食品売上高（百万円）		売上高シェア	前年	前年差	備考
	総企業	納品期限緩和企業				
北海道	1,137,386	918,015	80.7%	81.0%	-0.3%	前年差減少の要因は県別表を参照
東北	1,846,160	1,418,529	76.8%	61.1%	15.7%	
関東	10,065,144	5,157,453	51.2%	46.0%	5.2%	
北陸	1,080,972	876,166	81.1%	73.4%	7.6%	
東海	2,076,009	1,268,745	61.1%	57.1%	4.0%	
近畿	4,172,090	2,583,428	61.9%	61.4%	0.5%	
中国	1,586,929	846,301	53.3%	51.3%	2.0%	
四国	841,374	522,742	62.1%	62.0%	0.1%	
九州・沖縄	2,657,835	1,114,207	41.9%	37.6%	4.3%	
総計	25,463,900	14,705,586	57.8%	53.2%	4.5%	

1-3 納品期限緩和シェア分析  
 (2)調査結果概要 ①農政局管轄単位

- 全国で見ると納品期限緩和企業売上高シェアは増加傾向が続いている。過去1年は主に東北、関東、北陸、東海、九州・沖縄などの増加が、全国の増加に寄与している。
- 近畿、中国、四国は過去1年がほぼ横ばいとなっており、取り組む企業の拡大による増加が期待される。（北海道も過去1年の推移はほぼ横ばいであるが、シェアが高い）

納品期限緩和企業売上高シェア推移



2. 賞味限調査結果

## 1-0 アンケート調査概要

### 1-0 アンケート調査項目

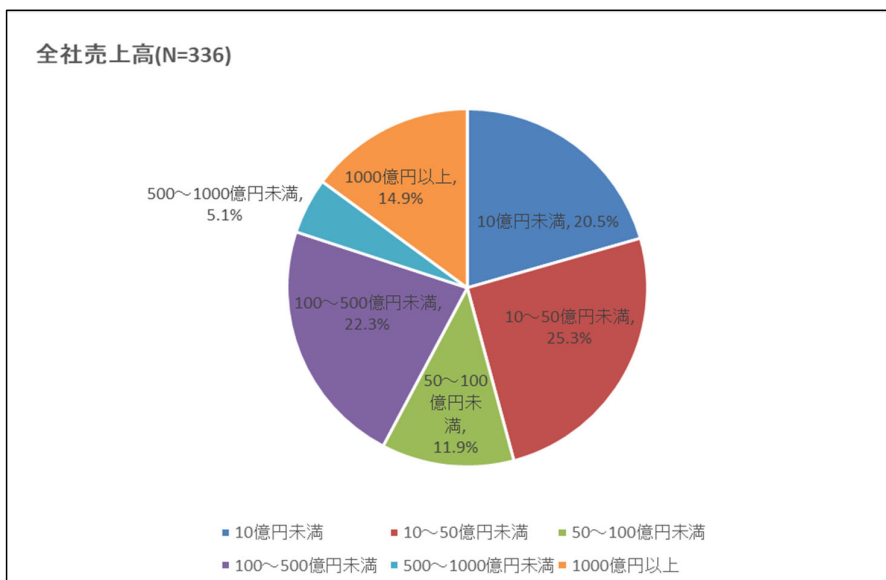
---

- 賞味期限の延長、及び賞味期限表示の大括り化の状況、今後の予定
- 賞味期限延長及び賞味期限表示の大括り化の効果、行う上での障壁
- 農水省が賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化を推奨していることや実施企業公表の認知
- 安全係数の設定状況、安全係数0.8未満の理由
- フードバンクなどへの食品の寄付の状況、そのメリット・デメリット
- フードバンクなどへの寄付での税制優遇の活用状況
- 食品ロス削減に有効だと考える取り組み
- SDGsに対する取り組み状況
- 物流効率化への取り組み

## 1-1 回答企業の属性

### 1-1 回答企業の属性

- 回答者は10億円未満が約2割、10～50億円が約2.5割、50～100億円が約1割、100～500億円が約2割、500億～1000億円が約0.5割、1000億円以上は約1.5割である。
- 売上高の中央値は「50～100億円未満」である。



## 1-2 回答結果

### 1-2 回答結果

#### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況

- 加工食品業界では過去1年間に1,700アイテム（総アイテム数の2.6%）の賞味期限延長が行われた。今後1,409アイテム（同2.1%）の延長が予定されている。カテゴリー別では缶詰・びん詰・レトルト及び菓子の実施（予定）率が高い。
- 大括り化について実施率は17.5%となっており、過去1年間に886アイテム（同1.3%）で大括り化が実施され、今後1050アイテム（同1.6%）の予定がある。カテゴリー別では清涼飲料（同54.1%）が最も進んでおり、次いで菓子（同33.5%）となっている。

カテゴリー	総アイテム数 (※1)	賞味期限の延長				大括り化					
		過去1年間(※2)		今後の予定(※3)		大括り化数(※4)		過去1年間に実施(※5)		今後の予定(※6)	
			%		%		%		%		%
清涼飲料	5747	91	1.6%	56	1.0%	3110	54.1%	134	2.3%	42	0.7%
菓子	6069	215	3.5%	135	2.2%	2035	33.5%	96	1.6%	75	1.2%
缶詰・びん詰・レトルト	9358	397	4.2%	812	8.7%	1927	20.6%	332	3.5%	37	0.4%
冷凍食品	16372	388	2.4%	62	0.4%	393	2.4%	62	0.4%	49	0.3%
その他加工食品	29114	609	2.1%	344	1.2%	4185	14.4%	262	0.9%	847	2.9%
合計	66660	1700	2.6%	1409	2.1%	11650	17.5%	886	1.3%	1050	1.6%

(※1) 2023年6月末時点の全商品アイテム数

(※2) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

(※3) 2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

(※4) 2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

(※5) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

(※6) 2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数



## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 清涼飲料

- 清涼飲料では過去1年間に91アイテム（総アイテム数の1.6%）の賞味期限延長が行われた。今後56アイテム（同1.0%）の延長が予定されている。賞味期限日数別では、1年以上において、賞味期限延長実施（予定）率が高い。
- 大括り化について実施率は54.1%となっており、過去1年間に134アイテム（同2.3%）で大括り化が実施され、今後42アイテム（同0.7%）の予定がある。賞味期限日数別では1年以上の実施率が82.9%、180日以上～360日未満が54.7%と過半数を超え、取り組みが進んでいる。

賞味期限日数	総アイテム数（※1）	賞味期限の延長				大括り化					
		過去1年間（※2）		今後の予定（※3）		大括り化数（※4）		過去1年間に実施（※5）		今後の予定（※6）	
			%		%		%		%		%
180日未満	565	0	0.0%	7	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.7%
360日未満	4199	48	1.1%	20	0.5%	2295	54.7%	106	2.5%	9	0.2%
1年以上	983	43	4.4%	29	3.0%	815	82.9%	28	2.8%	29	3.0%
合計	5747	91	1.6%	56	1.0%	3110	54.1%	134	2.3%	42	0.7%

（※1）2023年6月末時点の全商品アイテム数

（※2）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

（※3）2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

（※4）2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

（※5）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

（※6）2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 菓子

- 菓子では過去1年間に215アイテム（総アイテム数の3.5%）の賞味期限延長が行われた。今後135アイテム（同2.2%）の延長が予定されている。賞味期限日数別では、180日以上～360日未満において、賞味期限延長実施（予定）率が高い。
- 大括り化について実施率は33.5%となっており、過去1年間に96アイテム（同1.6%）で大括り化が実施され、今後75アイテム（同1.2%）の予定がある。賞味期限日数別では1年以上59.2%、180日以上～360日未満の実施率が48.5%と約半数からそれ以上まで取り組みが進む一方、今後の大括り化予定は1割以下と低くなっている。

賞味期限日数	総アイテム数（※1）	賞味期限の延長				大括り化					
		過去1年間（※2）		今後の予定（※3）		大括り化数（※4）		過去1年間に実施（※5）		今後の予定（※6）	
			%		%		%		%		%
180日未満	2349	78	3.3%	23	1.0%	116	4.9%	7	0.3%	8	0.3%
360日未満	2653	117	4.4%	103	3.9%	1287	48.5%	68	2.6%	61	2.3%
1年以上	1067	20	1.9%	9	0.8%	632	59.2%	21	2.0%	6	0.6%
合計	6069	215	3.5%	135	2.2%	2035	33.5%	96	1.6%	75	1.2%

（※1）2023年6月末時点の全商品アイテム数

（※2）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

（※3）2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

（※4）2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

（※5）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

（※6）2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 缶詰・びん詰・レトルト

- 缶詰・びん詰・レトルトでは過去1年間に397アイテム（総アイテム数の4.2%）の賞味期限延長が行われた。今後812アイテム（同8.7%）の延長が予定されている。賞味期限日数別では、1年以上において、賞味期限延長実施（予定）率が高い。
- 大括り化について実施率は20.6%となっており、過去1年間に332アイテム（同3.5%）で大括り化が実施され、今後37アイテム（同0.4%）の予定がある。賞味期限日数別では1年以上の実施率が27.9%と最も高く、今後37アイテムが大括り化の予定があるとしている。180日未満については実施率は低く、取り組みが進んでいない。

賞味期限日数	総アイテム数（※1）	賞味期限の延長				大括り化					
		過去1年間（※2）		今後の予定（※3）		大括り化数（※4）		過去1年間に実施（※5）		今後の予定（※6）	
			%		%		%		%		%
180日未満	920	11	1.2%	12	1.3%	35	3.8%	0	0.0%	0	0.0%
360日未満	1686	79	4.7%	0	0.0%	9	0.5%	2	0.1%	0	0.0%
1年以上	6752	307	4.5%	800	11.8%	1883	27.9%	330	4.9%	37	0.5%
合計	9358	397	4.2%	812	8.7%	1927	20.6%	332	3.5%	37	0.4%

（※1）2023年6月末時点の全商品アイテム数

（※2）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

（※3）2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

（※4）2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

（※5）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

（※6）2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 冷凍食品

- 冷凍食品では過去1年間に388アイテム（総アイテム数の2.4%）の賞味期限延長が行われた。今後62アイテム（同0.4%）の延長が予定されている。賞味期限日数別では、1年以上において、賞味期限延長実施（予定）率が高い。
- 大括り化について実施率は2.4%となっており、過去1年間に62アイテム（同0.4%）で大括り化が実施され、今後49アイテム（同0.3%）の予定がある。賞味期限日数別では1年以上、180日以上～360日未満、180日未満のいずれも1割以下と取り組みが進んでいない。また、今後予定しているアイテムも1割以下となっている。

賞味期限日数	総アイテム数（※1）	賞味期限の延長				大括り化					
		過去1年間（※2）		今後の予定（※3）		大括り化数（※4）		過去1年間に実施（※5）		今後の予定（※6）	
			%		%		%		%		%
180日未満	535	10	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
360日未満	1150	3	0.3%	6	0.5%	1	0.1%	5	0.4%	1	0.1%
1年以上	14687	375	2.6%	56	0.4%	392	2.7%	57	0.4%	48	0.3%
合計	16372	388	2.4%	62	0.4%	393	2.4%	62	0.4%	49	0.3%

（※1）2023年6月末時点の全商品アイテム数

（※2）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

（※3）2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

（※4）2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

（※5）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

（※6）2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 その他加工食品

- その他加工食品では過去1年間に609アイテム（総アイテム数の2.1%）の賞味期限延長が行われた。今後344アイテム（同1.2%）の延長が予定されている。賞味期限日数別では、180日以上～360日未満において、賞味期限延長実施率が高い。
- 大括り化について実施率は14.4%となっており、過去1年間に262アイテム（同0.9%）で大括り化が実施され、今後847アイテム（同2.9%）の予定がある。賞味期限日数別では1年以上の実施率が30.2%と最も進んでおり、今後も804アイテムが実施予定である。

賞味期限日数	総アイテム数（※1）	賞味期限の延長				大括り化					
		過去1年間（※2）		今後の予定（※3）		大括り化数（※4）		過去1年間に実施（※5）		今後の予定（※6）	
			%		%		%		%		%
180日未満	10699	203	1.9%	104	1.0%	36	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
360日未満	7388	194	2.6%	48	0.6%	814	11.0%	51	0.7%	43	0.6%
1年以上	11027	212	1.9%	192	1.7%	3335	30.2%	211	1.9%	804	7.3%
合計	29114	609	2.1%	344	1.2%	4185	14.4%	262	0.9%	847	2.9%

（※1）2023年6月末時点の全商品アイテム数

（※2）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

（※3）2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

（※4）2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

（※5）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

（※6）2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 清涼飲料サブカテゴリ一別

カテゴリ	賞味期限日数	総アイテム数（※1）	賞味期限の延長				大括り化					
			過去1年間（※2）		今後の予定（※3）		大括り化数（※4）		過去1年間に実施（※5）		今後の予定（※6）	
				%		%		%		%		%
炭酸飲料	180日未満	397	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	1.0%
	360日未満	760	0	0.0%	0	0.0%	446	58.7%	11	1.4%	1	0.1%
	1年以上	108	4	3.7%	0	0.0%	104	96.3%	4	3.7%	0	0.0%
	合計	1265	4	0.3%	0	0.0%	550	43.5%	15	1.2%	5	0.4%
茶系飲料	180日未満	10	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	1009	3	0.3%	1	0.1%	572	56.7%	25	2.5%	4	0.4%
	1年以上	187	11	5.9%	3	1.6%	172	92.0%	8	4.3%	3	1.6%
	合計	1206	14	1.2%	5	0.4%	744	61.7%	33	2.7%	7	0.6%
果実・野菜飲料	180日未満	57	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	612	29	4.7%	13	2.1%	139	22.7%	2	0.3%	0	0.0%
	1年以上	119	9	7.6%	0	0.0%	81	68.1%	4	3.4%	0	0.0%
	合計	788	38	4.8%	13	1.6%	220	27.9%	6	0.8%	0	0.0%
コーヒー飲料	180日未満	9	0	0.0%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	1058	1	0.1%	4	0.4%	724	68.4%	50	4.7%	4	0.4%
	1年以上	284	6	2.1%	25	8.8%	216	76.1%	3	1.1%	25	8.8%
	合計	1351	7	0.5%	31	2.3%	940	69.6%	53	3.9%	29	2.1%
その他飲料	180日未満	92	0	0.0%	4	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	760	15	2.0%	2	0.3%	414	54.5%	18	2.4%	0	0.0%
	1年以上	285	13	4.6%	1	0.4%	242	84.9%	9	3.2%	1	0.4%
	合計	1137	28	2.5%	7	0.6%	656	57.7%	27	2.4%	1	0.1%
総計		5747	91	1.6%	56	1.0%	3110	54.1%	134	2.3%	42	0.7%

（※1）2023年6月末時点の全商品アイテム数

（※2）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

（※3）2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

（※4）2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

（※5）2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

（※6）2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 菓子サブカテゴリー別

カテゴリ	賞味期限日数	総アイテム数 (※1)	賞味期限の延長				大括り化					
			過去1年間 (※2)		今後の予定 (※3)		大括り化数 (※4)		過去1年間に実施 (※5)		今後の予定 (※6)	
				%		%		%		%		%
キャンディ・キャラメル	180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	78	0	0.0%	3	3.8%	55	70.5%	0	0.0%	3	3.8%
	1年以上	273	15	5.5%	8	2.9%	227	83.2%	1	0.4%	0	0.0%
	合計	351	15	4.3%	11	3.1%	282	80.3%	1	0.3%	3	0.9%
チョコレート	180日未満	168	2	1.2%	4	2.4%	16	9.5%	2	1.2%	4	2.4%
	360日未満	505	11	2.2%	22	4.4%	287	56.8%	4	0.8%	3	0.6%
	1年以上	395	1	0.3%	1	0.3%	132	33.4%	0	0.0%	3	0.8%
	合計	1068	14	1.3%	27	2.5%	435	40.7%	6	0.6%	10	0.9%
ガム	180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	19	0	0.0%	0	0.0%	6	31.6%	7	36.8%	0	0.0%
	合計	19	0	0.0%	0	0.0%	6	31.6%	7	36.8%	0	0.0%
ビスケット・クッキー	180日未満	85	0	0.0%	0	0.0%	9	10.6%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	422	8	1.9%	0	0.0%	292	69.2%	1	0.2%	0	0.0%
	1年以上	134	0	0.0%	0	0.0%	127	94.8%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	641	8	1.2%	0	0.0%	428	66.8%	1	0.2%	0	0.0%
米菓	180日未満	1426	73	5.1%	4	0.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	354	23	6.5%	2	0.6%	9	2.5%	0	0.0%	2	0.6%
	1年以上	5	3	60.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	1785	99	5.5%	6	0.3%	9	0.5%	0	0.0%	2	0.1%

(※1) 2023年6月末時点の全商品アイテム数

(※2) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

(※3) 2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定(実施予定時期が具体的に決まっている)の商品アイテム数

(※4) 2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

(※5) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

(※6) 2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定(実施予定時期が具体的に決まっている)の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 菓子サブカテゴリー別

カテゴリ	賞味期限日数	総アイテム数 (※1)	賞味期限の延長				大括り化					
			過去1年間 (※2)		今後の予定 (※3)		大括り化数 (※4)		過去1年間に実施 (※5)		今後の予定 (※6)	
				%		%		%		%		%
スナック	180日未満	194	3	1.5%	15	7.7%	88	45.4%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	995	59	5.9%	63	6.3%	537	54.0%	58	5.8%	48	4.8%
	1年以上	21	0	0.0%	0	0.0%	21	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	1210	62	5.1%	78	6.4%	646	53.4%	58	4.8%	48	4.0%
焼菓子・油菓子	180日未満	123	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	27	1	3.7%	3	11.1%	9	33.3%	1	3.7%	2	7.4%
	1年以上	7	0	0.0%	0	0.0%	7	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	157	1	0.6%	3	1.9%	16	10.2%	1	0.6%	2	1.3%
和菓子	180日未満	104	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	8	0	0.0%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	109	0	0.0%	0	0.0%	22	20.2%	13	11.9%	3	2.8%
	合計	221	0	0.0%	0	0.0%	24	10.9%	13	5.9%	3	1.4%
洋菓子	180日未満	22	0	0.0%	0	0.0%	2	9.1%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	142	10	7.0%	3	2.1%	94	66.2%	4	2.8%	3	2.1%
	1年以上	1	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	165	10	6.1%	3	1.8%	96	58.2%	4	2.4%	3	1.8%
その他の菓子	180日未満	227	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%	5	2.2%	4	1.8%
	360日未満	122	5	4.1%	7	5.7%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	103	1	1.0%	0	0.0%	90	87.4%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	452	6	1.3%	7	1.5%	93	20.6%	5	1.1%	4	0.9%
総計		6069	215	3.5%	135	2.2%	2035	33.5%	96	1.6%	75	1.2%

(※1) 2023年6月末時点の全商品アイテム数

(※2) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

(※3) 2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定(実施予定時期が具体的に決まっている)の商品アイテム数

(※4) 2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

(※5) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

(※6) 2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定(実施予定時期が具体的に決まっている)の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況

#### 缶詰・びん詰・レトルトサブカテゴリ一別

カテゴリ	賞味期限日数	総アイテム数 (※1)	賞味期限の延長				大括り化					
			過去1年間 (※2)		今後の予定 (※3)		大括り化数 (※4)		過去1年間に実施 (※5)		今後の予定 (※6)	
				%		%		%		%		%
缶詰	180日未満	8	1	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	251	4	1.6%	0	0.0%	4	1.6%	2	0.8%	0	0.0%
	1年以上	2721	109	4.0%	27	1.0%	1212	44.5%	172	6.3%	21	0.8%
	合計	2980	114	3.8%	27	0.9%	1216	40.8%	174	5.8%	21	0.7%
びん詰	180日未満	735	0	0.0%	0	0.0%	31	4.2%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	770	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	1295	53	4.1%	2	0.2%	89	6.9%	35	2.7%	3	0.2%
	合計	2800	53	1.9%	2	0.1%	120	4.3%	35	1.3%	3	0.1%
レトルト食品	180日未満	177	10	5.6%	12	6.8%	4	2.3%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	665	75	11.3%	0	0.0%	5	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	2736	145	5.3%	771	28.2%	582	21.3%	123	4.5%	13	0.5%
	合計	3578	230	6.4%	783	21.9%	591	16.5%	123	3.4%	13	0.4%
総計		9358	397	4.2%	812	8.7%	1927	20.6%	332	3.5%	37	0.4%

(※1) 2023年6月末時点の全商品アイテム数

(※2) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

(※3) 2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

(※4) 2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

(※5) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

(※6) 2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 冷凍食品サブカテゴリ一別

カテゴリ	賞味期限日数	総アイテム数 (※1)	賞味期限の延長				大括り化					
			過去1年間 (※2)		今後の予定 (※3)		大括り化数 (※4)		過去1年間に実施 (※5)		今後の予定 (※6)	
				%		%		%		%		%
調理冷凍食品	180日未満	7	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	334	0	0.0%	6	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	8497	102	1.2%	29	0.3%	130	1.5%	11	0.1%	5	0.1%
	合計	8838	102	1.2%	35	0.4%	130	1.5%	11	0.1%	5	0.1%
冷凍生鮮（水産物・冷凍野菜・冷凍果実など）	180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	50	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	1493	69	4.6%	2	0.1%	179	12.0%	33	2.2%	33	2.2%
	合計	1543	69	4.5%	2	0.1%	179	11.6%	33	2.1%	33	2.1%
冷凍菓子	180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	151	0	0.0%	0	0.0%	1	0.7%	1	0.7%	1	0.7%
	1年以上	315	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	466	0	0.0%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.2%	1	0.2%
冷凍食品	180日未満	422	10	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	529	3	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	4	0.8%	0	0.0%
	1年以上	4121	104	2.5%	25	0.6%	71	1.7%	3	0.1%	0	0.0%
	合計	5072	117	2.3%	25	0.5%	71	1.4%	7	0.1%	0	0.0%
その他	180日未満	106	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	86	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	261	100	38.3%	0	0.0%	12	4.6%	10	3.8%	10	3.8%
	合計	453	100	22.1%	0	0.0%	12	2.6%	10	2.2%	10	2.2%
総計		16372	388	2.4%	62	0.4%	393	2.4%	62	0.4%	49	0.3%

(※1) 2023年6月末時点の全商品アイテム数

(※2) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

(※3) 2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

(※4) 2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

(※5) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

(※6) 2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

### (1)賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化実施状況 その他加工食品サブカテゴリ一別

カテゴリ	賞味期限日数	総アイテム数 (※1)	賞味期限の延長				大括り化					
			過去1年間 (※2)		今後の予定 (※3)		大括り化数 (※4)		過去1年間に実施 (※5)		今後の予定 (※6)	
				%		%		%		%		%
調味料 ※風味調味料を除く	180日未満	380	0	0.0%	4	1.1%	4	1.1%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	1837	55	3.0%	2	0.1%	53	2.9%	28	1.5%	4	0.2%
	1年以上	3885	88	2.3%	1	0.0%	202	5.2%	72	1.9%	403	10.4%
	合計	6102	143	2.3%	7	0.1%	259	4.2%	100	1.6%	407	6.7%
チーズ・バター	180日未満	14	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	122	1	0.8%	12	9.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	27	1	3.7%	2	7.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	163	2	1.2%	14	8.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ビール、発泡酒、新ジャンル	180日未満	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	38	0	0.0%	0	0.0%	33	86.8%	0	0.0%	0	0.0%
	1年以上	63	0	0.0%	0	0.0%	63	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	101	0	0.0%	0	0.0%	96	95.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	180日未満	10305	203	2.0%	100	1.0%	32	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
	360日未満	5391	138	2.6%	34	0.6%	728	13.5%	23	0.4%	39	0.7%
	1年以上	7052	123	1.7%	189	2.7%	3070	43.5%	139	2.0%	401	5.7%
	合計	22748	464	2.0%	323	1.4%	3830	16.8%	162	0.7%	440	1.9%
総計		29114	609	2.1%	344	1.2%	4185	14.4%	262	0.9%	847	2.9%

(※1) 2023年6月末時点の全商品アイテム数

(※2) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限延長を実施した商品アイテム数

(※3) 2023年7月以降に賞味期限延長を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

(※4) 2023年6月末時点で、賞味期限表示が大括り化されている商品アイテム数

(※5) 2022年7月～2023年6月末までに賞味期限表示の大括り化を実施した商品アイテム数

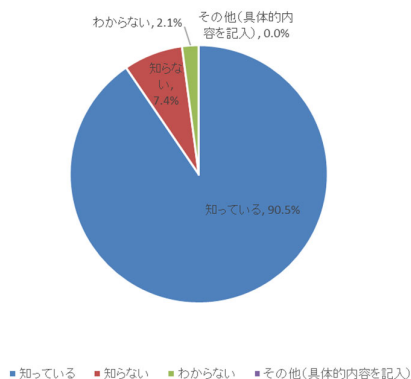
(※6) 2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定（実施予定時期が具体的に決まっている）の商品アイテム数

## 1-2 回答結果

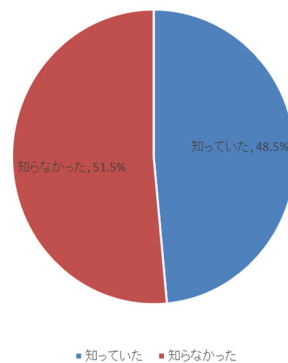
### (2)農林水産省が賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化を推奨していることの認知

- 農林水産省が賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化を推奨していることを知っている事業者は9割を超えている。
- 実施企業を公表していることを知っている事業者は約5割である。

【Q2】農林水産省が食品ロス削減の観点から賞味期限の延長や賞味期限表示の大括り化を推奨していることはご存知でしょうか。(N=336)



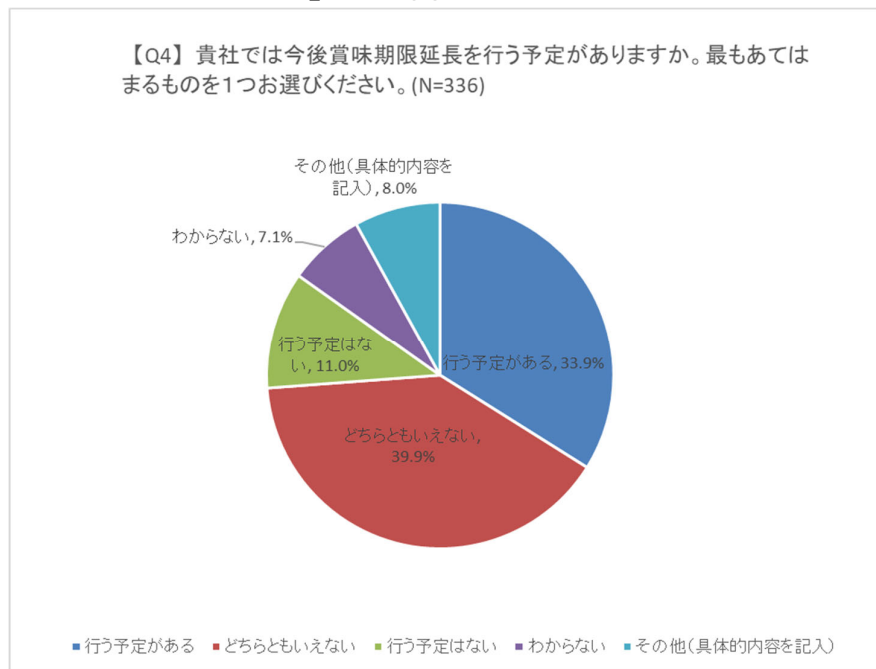
【Q3】農林水産省の推奨などを受けて、現在、全国で食品メーカー267社が賞味期限表示の大括り化を実施し、実施企業名は農林水産省のホームページに公表されています。この事をご存知でしたか。(N=336)



## 1-2 回答結果

### (3)賞味期限延長実施の予定

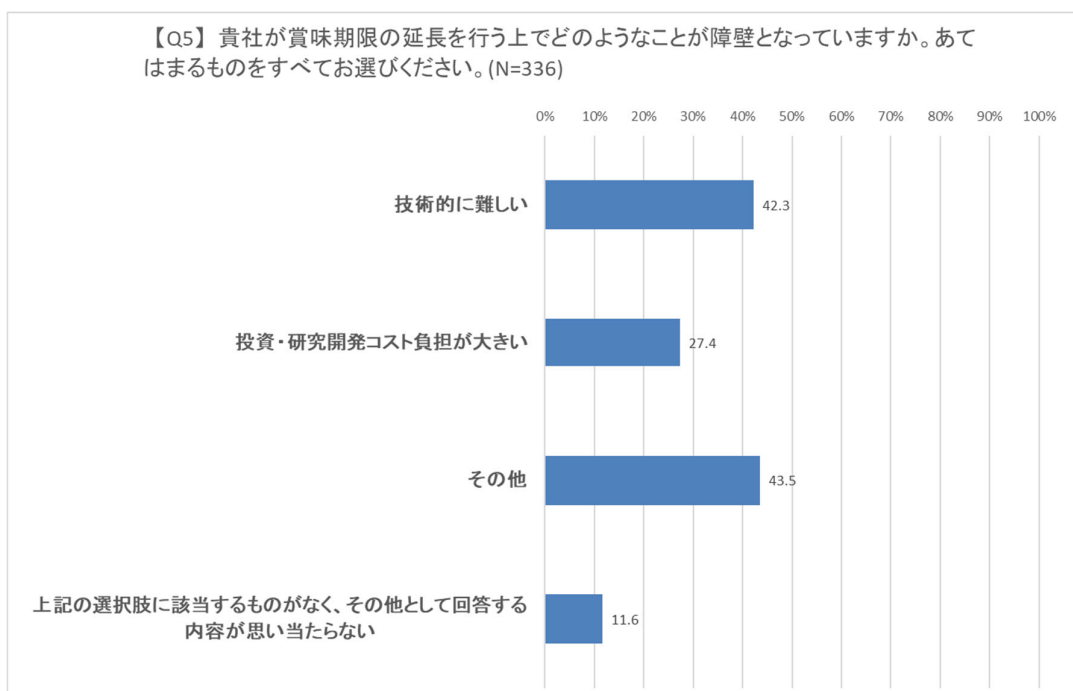
- 回答者の約3割が賞味期限延長を「行う予定がある」、約1割が「行う予定はない」と回答した。
- 約4割は「どちらともいえない」と回答。



## 1-2 回答結果

### (4)賞味期限延長を行う上での障壁

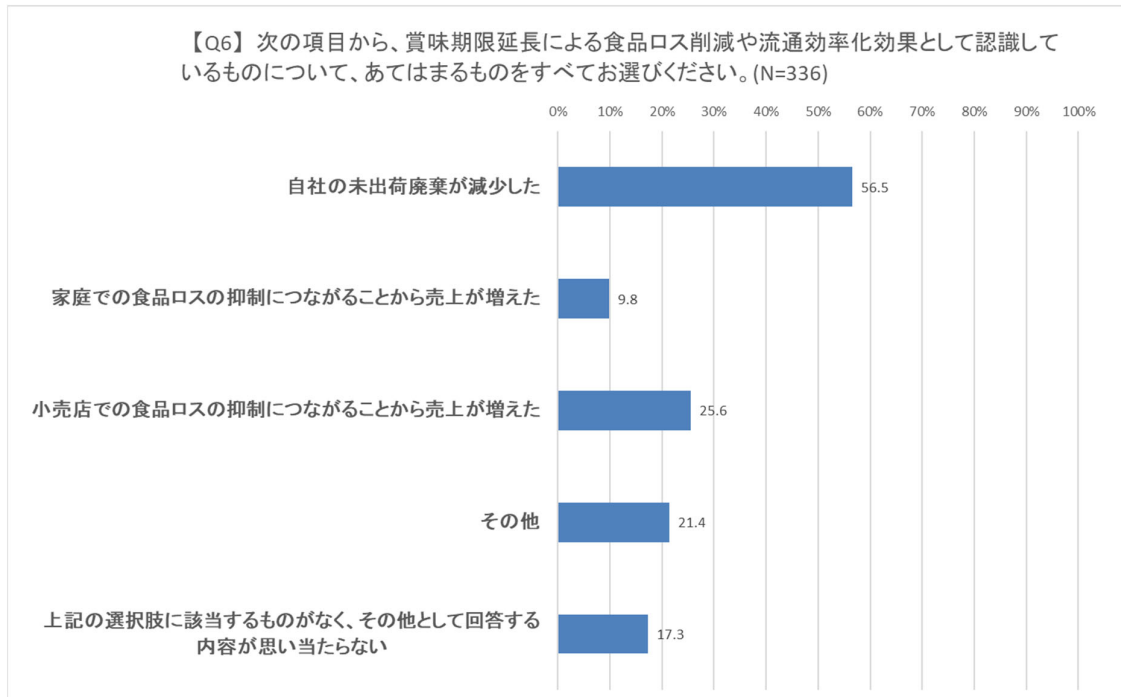
- 賞味期限延長を行う上での障壁は、約4割が「技術的に難しい」、約3割が「研究開発コスト負担が大きい」、約4割が「その他」となっている。



## 1-2 回答結果

### (5)賞味期限延長による食品ロス削減や流通効率化の効果

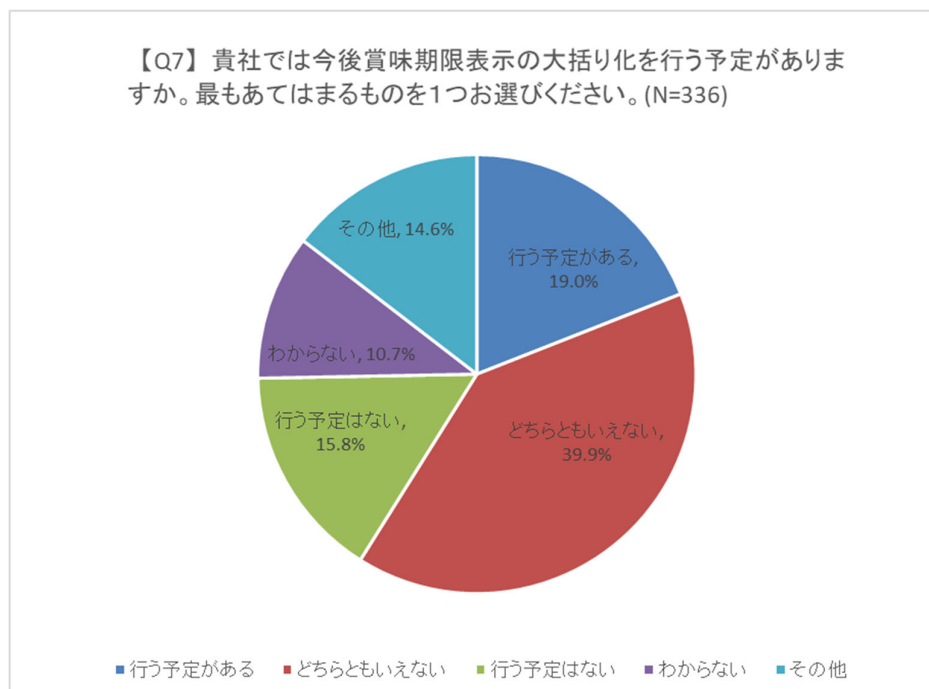
- 賞味期限延長による食品ロス削減や流通効率化の効果は6割弱が「未出荷廃棄の減少」と回答した。次いで、「小売でのロス抑制により売上が増えた」（3割弱）、「家庭でのロス抑制により売り上げが増えた」（約1割）となっている。



## 1-2 回答結果

### (6)賞味期限表示の大括り化を行う予定

- 回答者の約2割は「行う予定がある」、1割強は「行う予定はない」、約4割は「どちらともいえない」と回答。

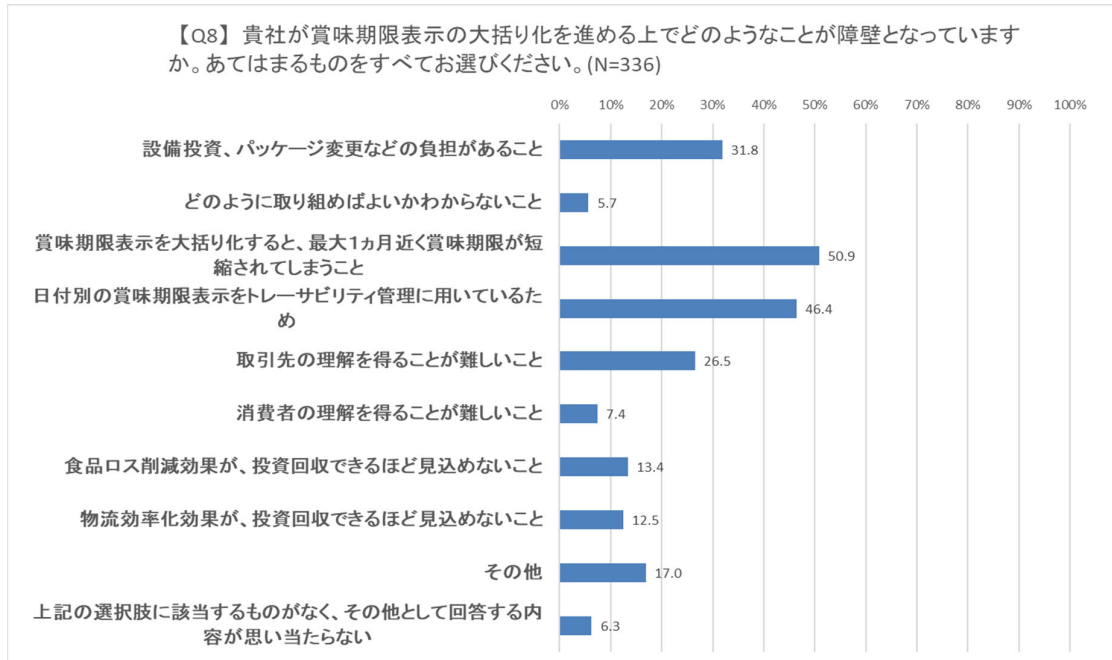




## 1-2 回答結果

### (7)賞味期限表示大括り化の障壁

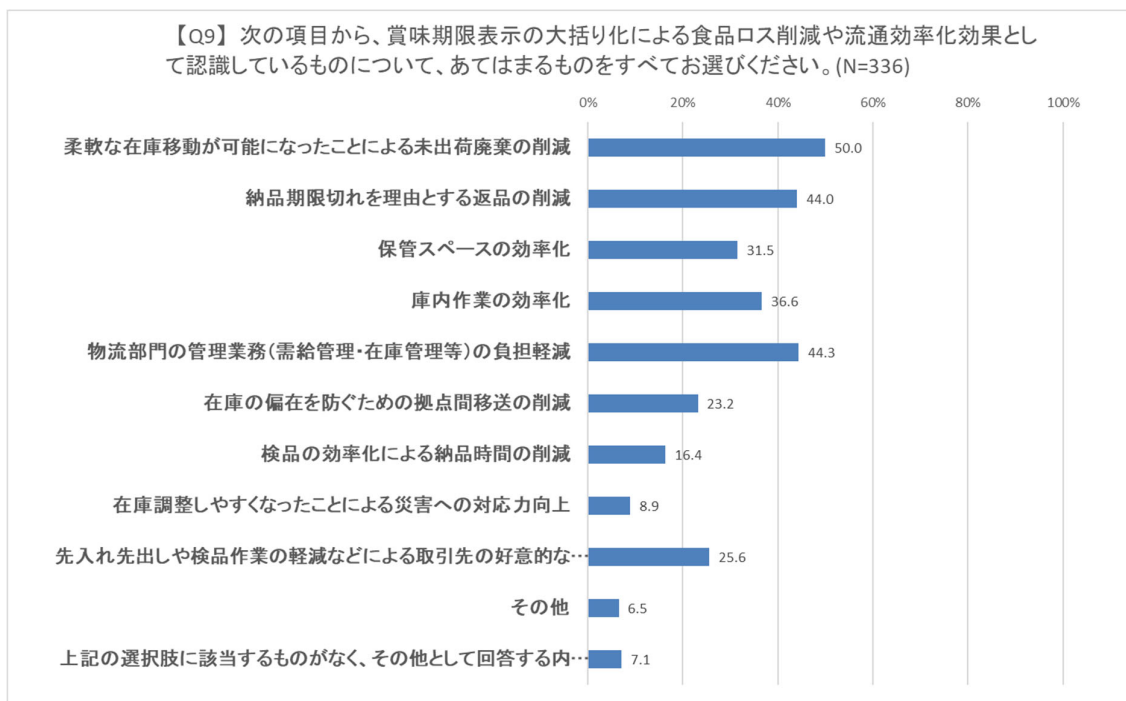
- 賞味期限表示大括り化の障壁は、約5割が「最大1か月賞味期限が短縮されること」とし、次いで「日付別の賞味期限表示をトレーサビリティ管理に用いているため」（約5割弱）、「設備投資、パッケージ変更などの負担」（約3割）、「取引先の理解を得ることが難しい」（3割弱）となっている。



## 1-2 回答結果

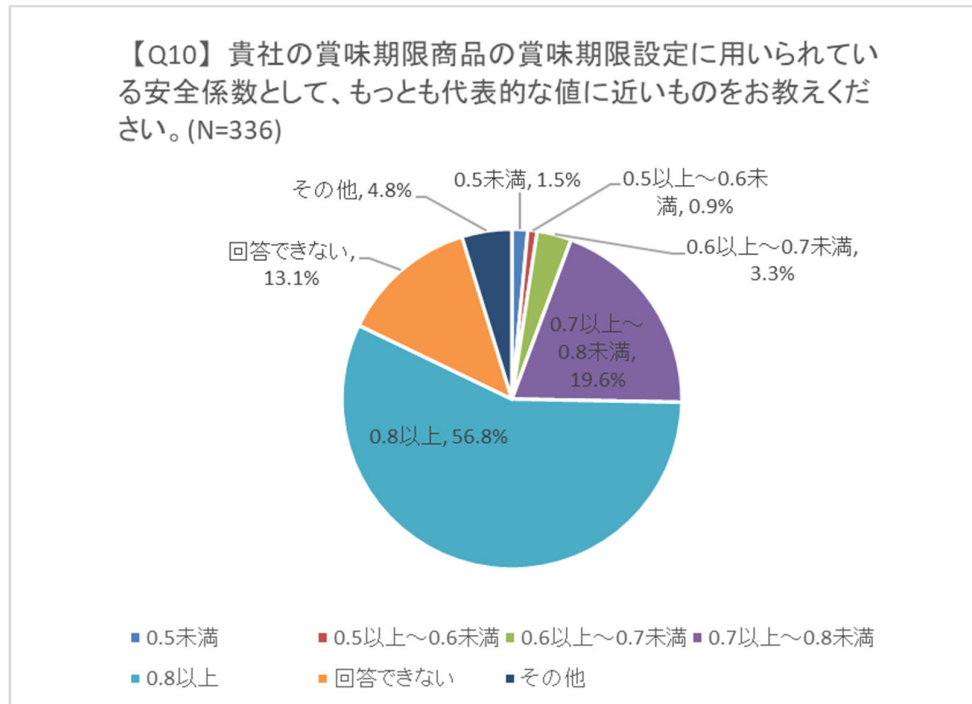
### (8)賞味期限表示大括り化の食品ロス削減や物流効率化の効果

- 賞味期限表示大括り化の効果は「柔軟な在庫移動による未出荷廃棄の削減」が5割と最も多く、次に「物流部門の管理業務の負担軽減」（4割強）、「納品期限切れによる返品削減」（4割強）と続く。



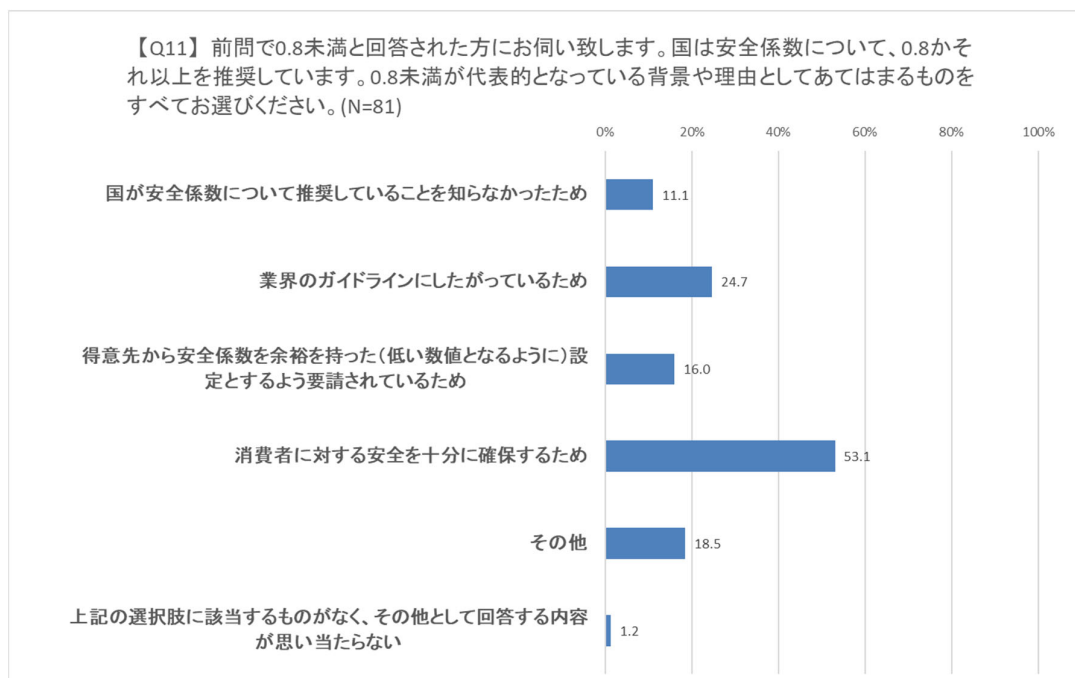
## 1-2 回答結果 (9)安全係数の設定状況

- 回答者の6割弱が安全係数を0.8以上に設定していると回答。0.8未満に設定しているのは3割弱である。



## 1-2 回答結果 (10)安全係数を0.8未満に設定している理由

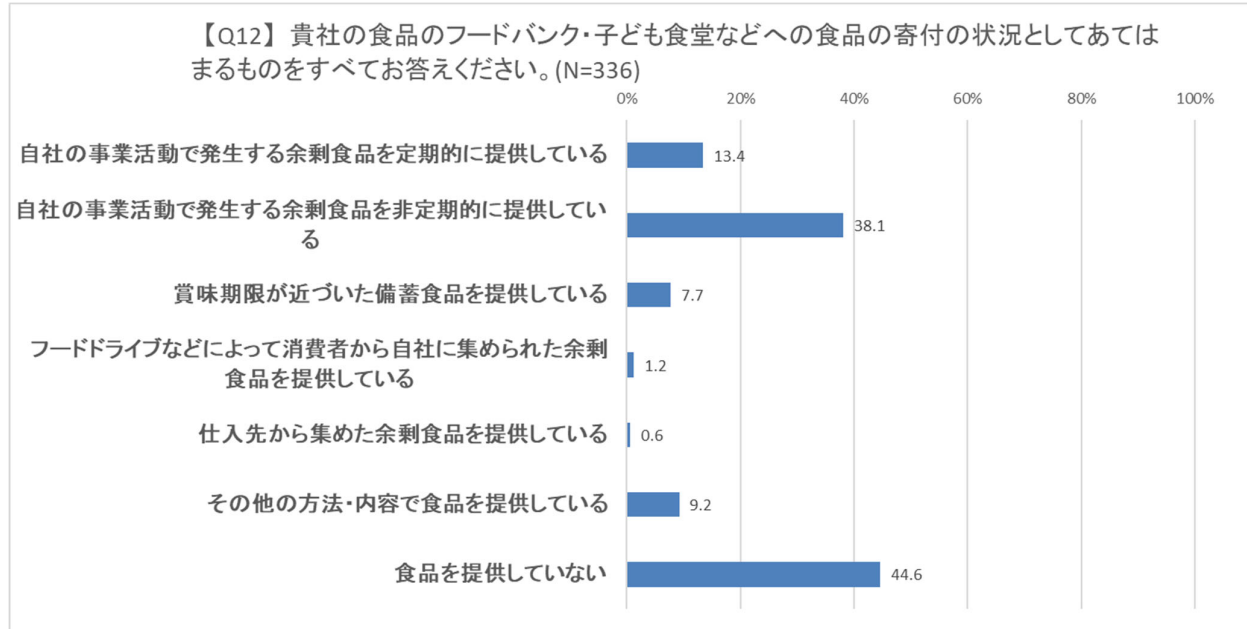
- 安全係数を0.8未満に設定している理由として「消費者に対する安全を十分に確保するため」(5割強)が過半数を超え、続いて「業界のガイドラインにしたがっているため」(2割強)、「得意先から余裕を持った設定を要求されているため」(2割弱)となっている。



## 1-2 回答結果

### (11)フードバンクなどへの食品の寄付の状況

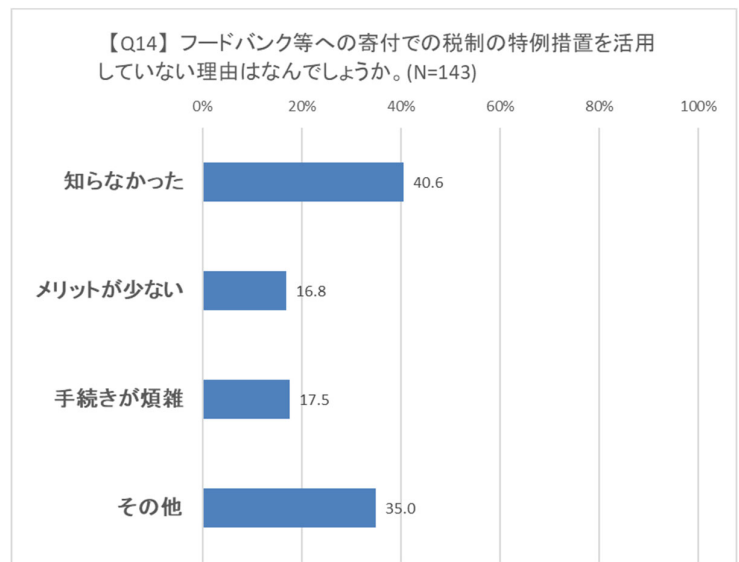
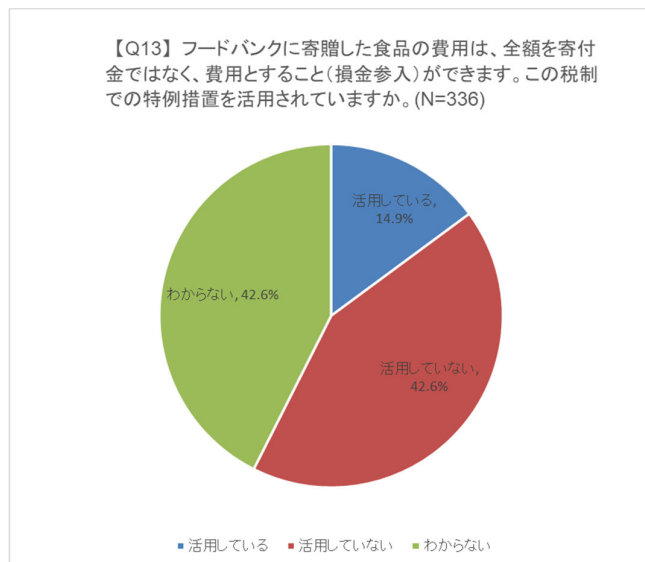
- フードバンクなどへの食品の寄付について、自社の事業活動での余剰食品を定期的に提供しているのは1割強、非定期的に提供しているのは4割となった。
- そのほかにも備蓄食品の提供 1割弱、フードドライブ 1割未満となっている。
- 回答者の4割強は食品を提供しておらず、過半数が何らかの形でフードバンクなどへの寄贈を行っている。



## 1-2 回答結果

### (12)フードバンク等への寄付での税制の特例措置の活用状況と活用していない理由

- 回答者の2割弱がフードバンク等への寄付での税制の特例措置を活用しており、4割強は活用していない、残りの4割強はわからないと回答している。
- 特例措置を活用していない理由として、「知らなかった」(約4割)が最も多く、「手続きが煩雑」、「メリットが少ない」がそれぞれ2割弱と続く。

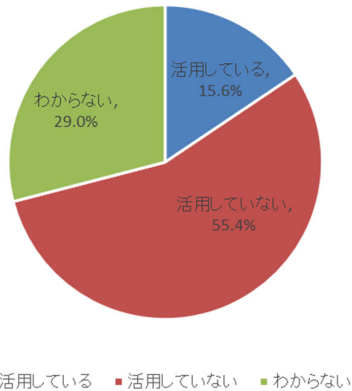


## 1-2 回答結果

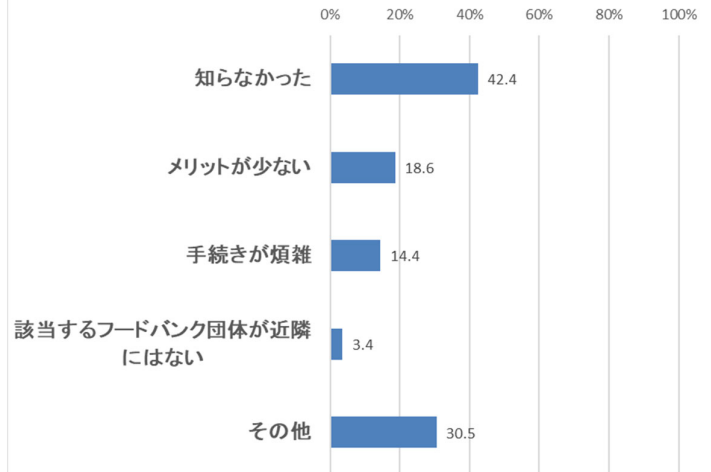
### (13)認定 NPO 法人など特定のフードバンクへの寄付について損金算入上限の特別枠が設定される税制優遇の活用状況

- 2割弱が優遇制度を活用しており、6割弱は活用していない状況となっている。
- 活用していない理由としては「知らなかった」（約4割）が最も多く、「メリットが少ない」（2割弱）、「手続きが煩雑」（1割強）と続く。

【Q15】認定 NPO 法人など特定のフードバンクに対する寄付金については一般の寄付金特別枠で損金算入の上限が設定される税制上の優遇措置があります。この税制での特例措置を活用していますか。(N=186)



【Q16】認定 NPO 法人など特定のフードバンクに対する寄付について損金算入の上限の特別枠が設定される税制上の優遇措置を活用していない理由は何でしょうか。(N=118)

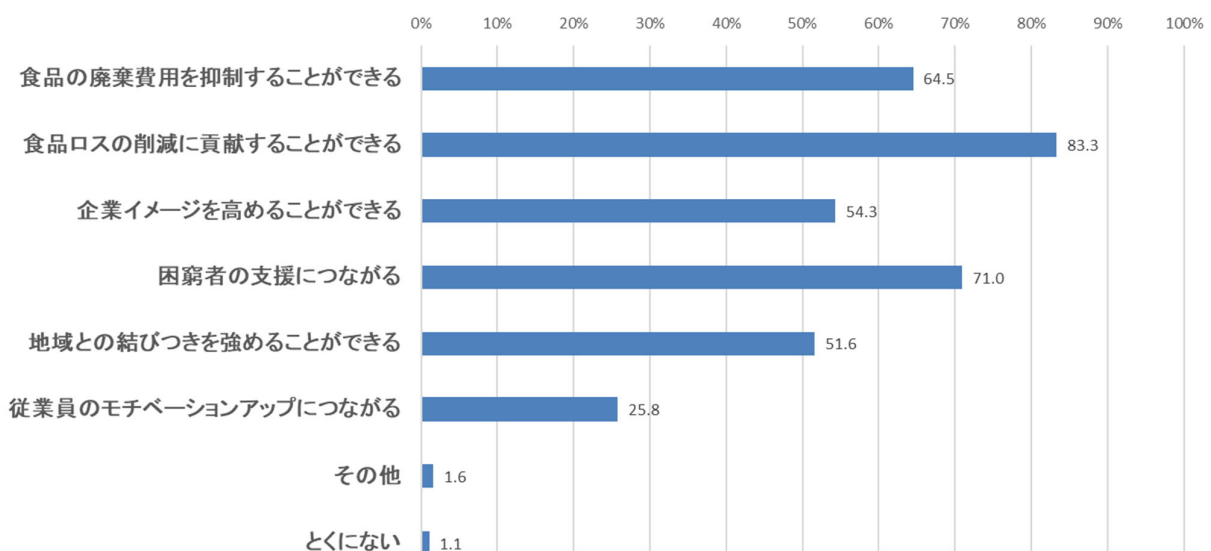


## 1-2 回答結果

### (14)フードバンク等に加工食品を提供することのメリット

- メリットとして8割強が「食品ロス削減に貢献できる」を挙げており、そのほかに「困窮者の支援につながる」（約7割）、「廃棄費用を削減できる」（6割強）、「企業イメージを高める」（5割強）、「地域との結びつきを強める」（約5割）を過半数が挙げている。

【Q17】フードバンク等に加工食品を提供することのメリットとして認識しているものについて、あてはまるものをすべてお答えください。(N=186)

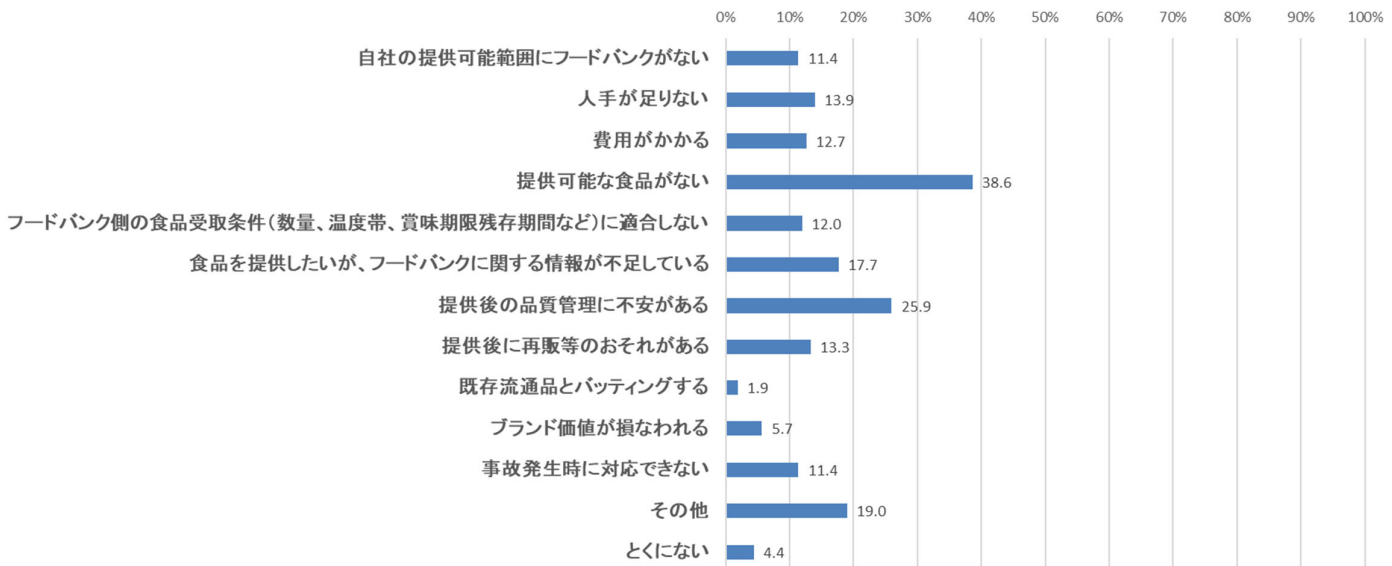


## 1-2 回答結果

### (15)フードバンク等に加工食品を提供することの障壁

- フードバンクへの食品提供の障壁として最も多く挙げられたのは「提供可能な食品がない」で4割弱である。そのほか「提供後の品質管理に不安がある」（3割弱）、「フードバンクに関する情報の不足」（2割弱）が多い。

【Q18】 フードバンク等に加工食品を提供することの障壁となっていることについて、あてはまるものをすべてお答えください。  
(N=158)

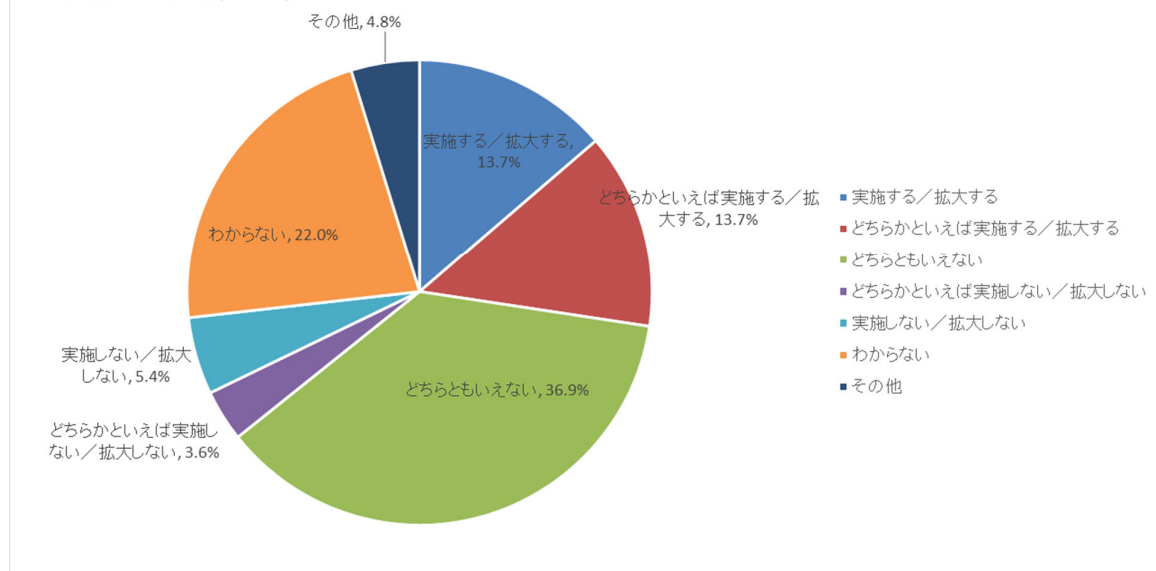


## 1-2 回答結果

### (16)フードバンク等への食品提供の実施／拡大予定

- フードバンクへの寄贈について、「実施する／拡大する」、「どちらかといえば実施する／拡大する」を合わせて約3割が実施／拡大予定と回答。
- 「実施しない／拡大しない」、「どちらかというとな実施しない／拡大しない」を合わせて約1割が実施／拡大しない予定と回答。

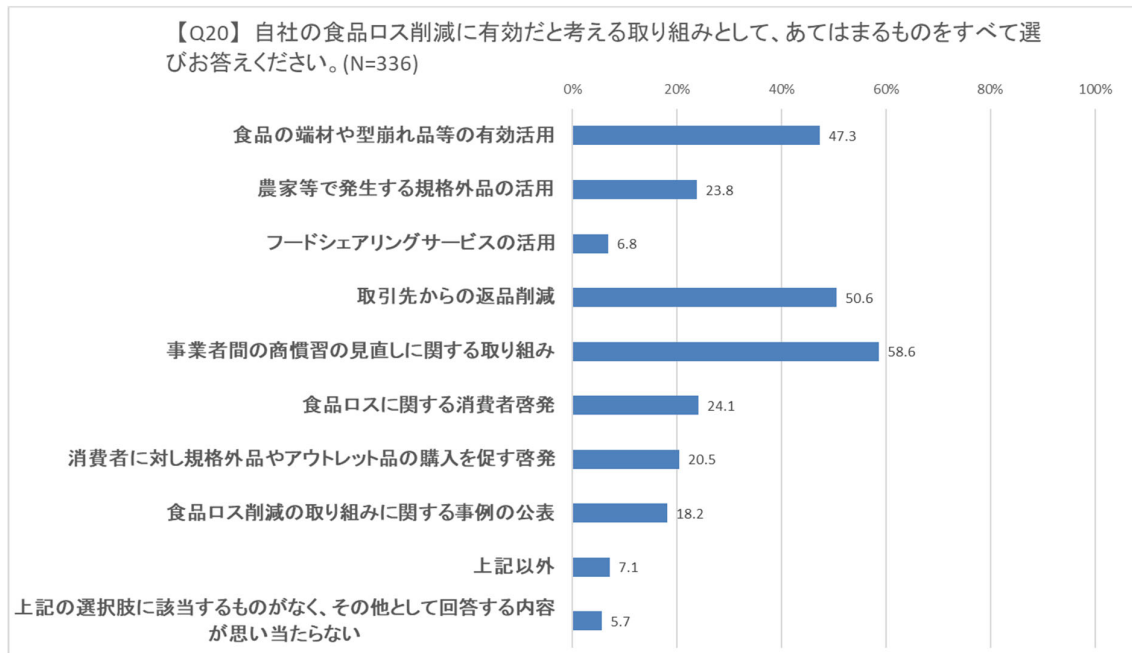
【Q19】 今後、貴社ではフードバンク等への食品提供を実施／拡大しますか。最も近いものを1つお選びください。(N=336)



## 1-2 回答結果

### (17)自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組み

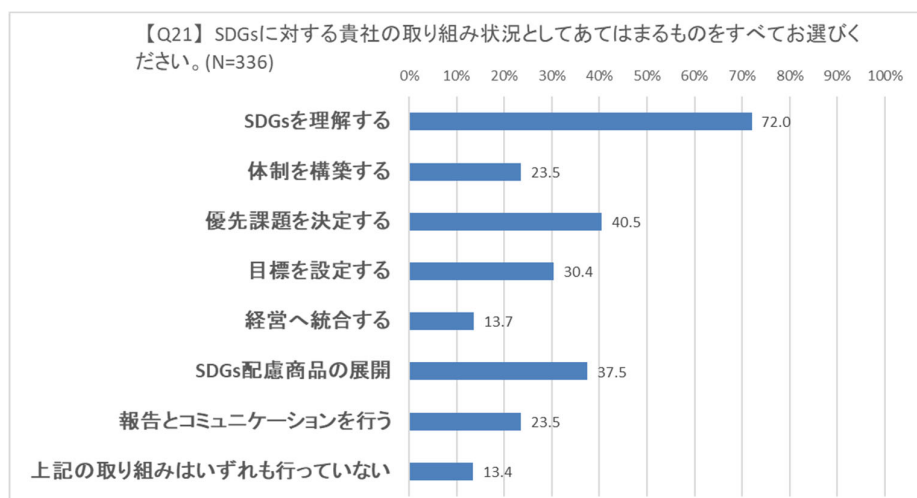
- 食品ロス削減に有効だと考える取り組みとして、約6割が「事業者間の商慣習見直し」、約5割が「取引先からの返品削減」をあげている。
- また、5割弱が「端材や型崩れ品の有効活用」、2割強が「農家での規格外品の活用」と回答。



## 1-2 回答結果

### (18)SDGsに対する取り組み状況

- 自社の状況として、7割強が「SDGsを理解する」ことができていると回答。続いて「最優先課題を決定する」(約4割)、「SDGs配慮商品の展開」(4割弱)が高い。
- 「経営へ統合する」ことができていると回答したのは1割強である。

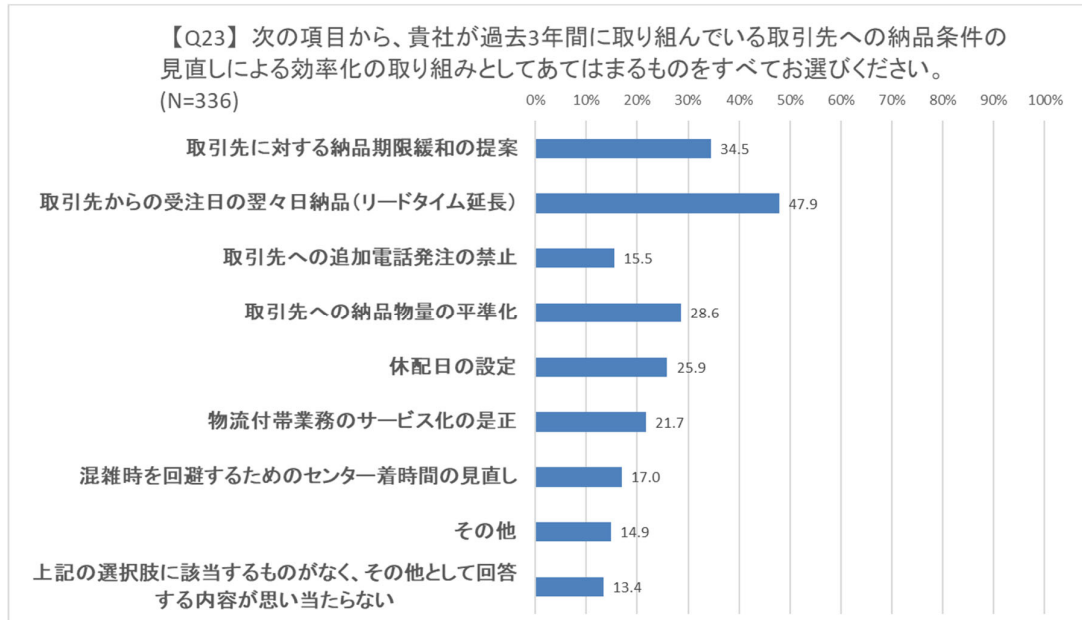


- ・ SDGsを理解する：SDGsが掲げる理念や目標・ターゲットを理解する
- ・ 体制を構築する：SDGs推進の専任部署がある
- ・ 優先課題を決定する：SDGsのなかで自社が優先的に取り組むべき優先課題を決定する
- ・ 目標を設定する：優先課題について具体的かつ計測可能で期限付きの目標を設定する
- ・ 経営へ統合する：目標・ターゲットを組織・個人に落とし込む、目標・ターゲットを人事評価・給与制度に組み込む
- ・ SDGs配慮商品の展開：SDGsの考え方を取り入れた商品を展開している
- ・ 報告とコミュニケーションを行う：課題、目標及び達成度について報告・情報開示を行う。ステークホルダーとのコミュニケーションを行う

## 1-2 回答結果

### (19)取引先への納品条件の見直しによる効率化の取り組み

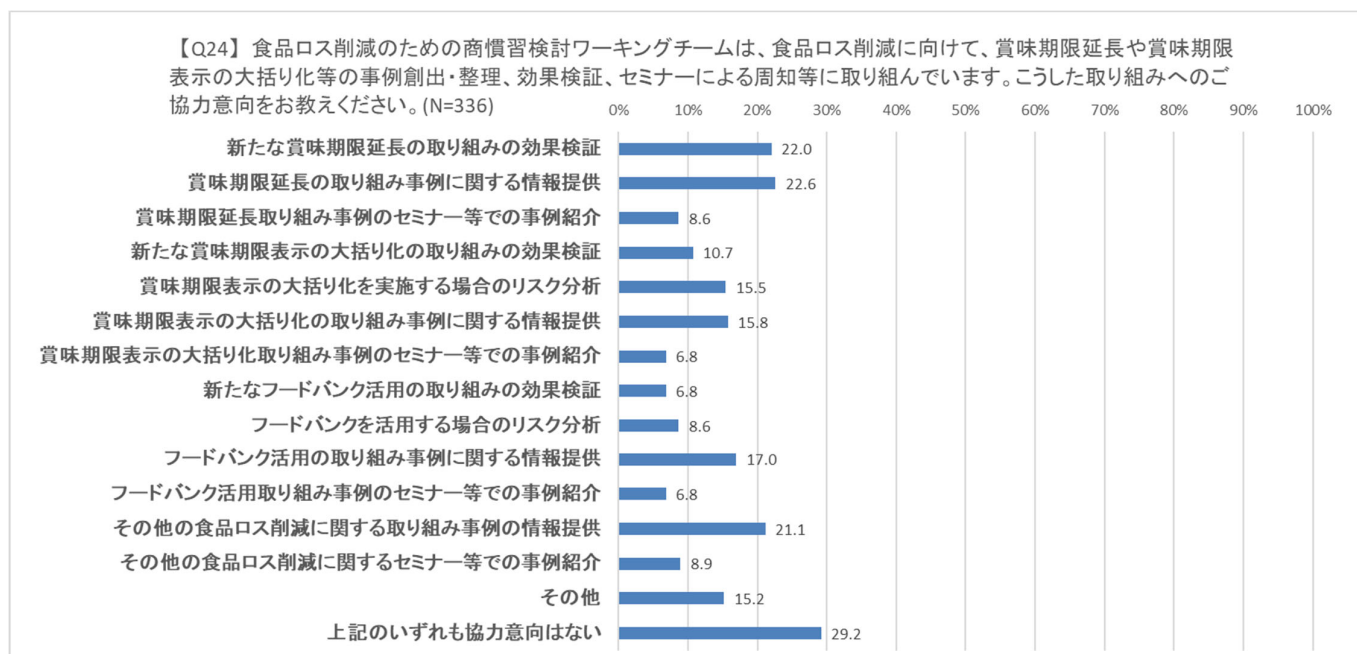
- 過去3年間に取引先への納品条件の見直しの取り組みとして、5割弱が「（翌々日納品）リードタイム延長」を実施しており、最も多くなっている。
- そのほかの取り組みとして、「納品期限緩和の提案」（3割強）、「納品物量の平準化」（3割弱）、「休配日の設定」（3割弱）、「物流付帯業務のサービス化是正」（約2割）となっている。



## 1-2 回答結果

### (20)事例創出・整理、効果検証、セミナーによる周知等への協力意向

- 約2割の回答者が「新たな賞味期限延長の取り組みの効果検証」、「賞味期限延長の取り組み事例に関する情報提供」、「その他の食品ロス削減に関する取り組み事例の情報提供」、「フードバンク活用の取り組み事例に関する情報提供」について協力意向を見せている。



## **II 調査研究の実施結果**

### **3 商慣習見直し推進取り組み事業者名を公表**



## プレスリリース

令和5年10月30日  
食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム事務局  
公益財団法人 流通経済研究所

### 食品ロス削減への取り組みが拡大中 商慣習見直しを推進 取り組み事業者名を公表

食品ロス削減への関心が高まる中、食品流通業界において商慣習の見直しを進める事業者が引き続き増加していることが、流通経済研究所の最新調査で明らかになりました。

2023年10月末時点で、納品期限を緩和している小売事業者（予定も含む）は前年比57社増の297社に増加し、賞味期限表示の大括り化を実施した食品メーカーは前年比51社増の318社に増加しました。賞味期限の延長に取り組む食品メーカーは前年比87社増の269社に増加しています。また、国の推奨に従い、安全係数を0.8以上で設定する食品メーカーも前年比211社増の385社となりました。食品寄贈に力を入れる事業者も増加しており、食品メーカーでは前年比88社増の240社が、小売事業者では今年度より新たに公表対象とした日配品も含めると前年比74社増の165社<sup>(※)</sup>がフードバンクへの食品寄贈を行っています。さらに、その他にも、販売期限の延長（小売事業者237社<sup>(※)</sup>）、物流改善（食品メーカー194社、小売事業者160社<sup>(※)</sup>）などの取り組みが行われ、これらの事業者は自身のウェブサイトで具体的な取り組み内容を公表しています。

（※）フードバンクへの食品寄贈、販売期限の延長、及び物流改善については小売事業者は常温加工食品と日配品のそれぞれにおける取り組みの有無を尋ねており、ここではそれぞれの回答事業者数を単純合計した。そのため事業者の重複がある。

流通経済研究所は、2012年から食品メーカー、卸売業者、小売事業者などで構成される「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」を設置し、サプライチェーン上の商慣習の見直しを進めてきました。

今後は調査結果を広く消費者に周知し、食品ロス削減に積極的に取り組む事業者の商品や店舗を利用するよう呼びかけるとともに、事業者の取り組みを拡大し、食品ロスの削減に貢献していく方針です。

※取り組み事業者名は流通経済研究所の下記HPに掲載しています。

<https://www.dei.or.jp/aboutdei/pdf/press/20231030.pdf>

本件連絡先：食品ロス削減のための商慣習見直し検討ワーキングチーム

公益財団法人 流通経済研究所 担当：寺田、石川

e-mail：foodloss-rs@dei.or.jp 電話：(03) 5213-4534 HP：<https://www.dei.or.jp>

〒102-0074 東京都千代田区九段南4-8-21 山脇ビル 10階

図表 1 食品ロス削減に向けて商慣習見直しに取り組む事業者数

業種	取り組み内容／対象カテゴリー	2020年10月	2021年10月	2022年10月	2023年10月	
食品メーカー	賞味期限表示の大括り化	156	223	267	318	
	賞味期限の延長	—	—	182	269	
	安全係数を0.8以上で設定	—	—	174	385	
	フードバンクへの食品寄贈	—	—	152	240	
	物流の改善	—	—	—	194	
小売事業者	納品期限の緩和	142	186	240	297	
	販売期限の延長	常温加工食品	—	—	—	140
		日配品	—	—	—	97
	フードバンクへの食品寄贈	常温加工食品	—	—	91	127
		日配品	—	—	—	38
	物流の改善	常温加工食品	—	—	—	102
		日配品	—	—	—	58

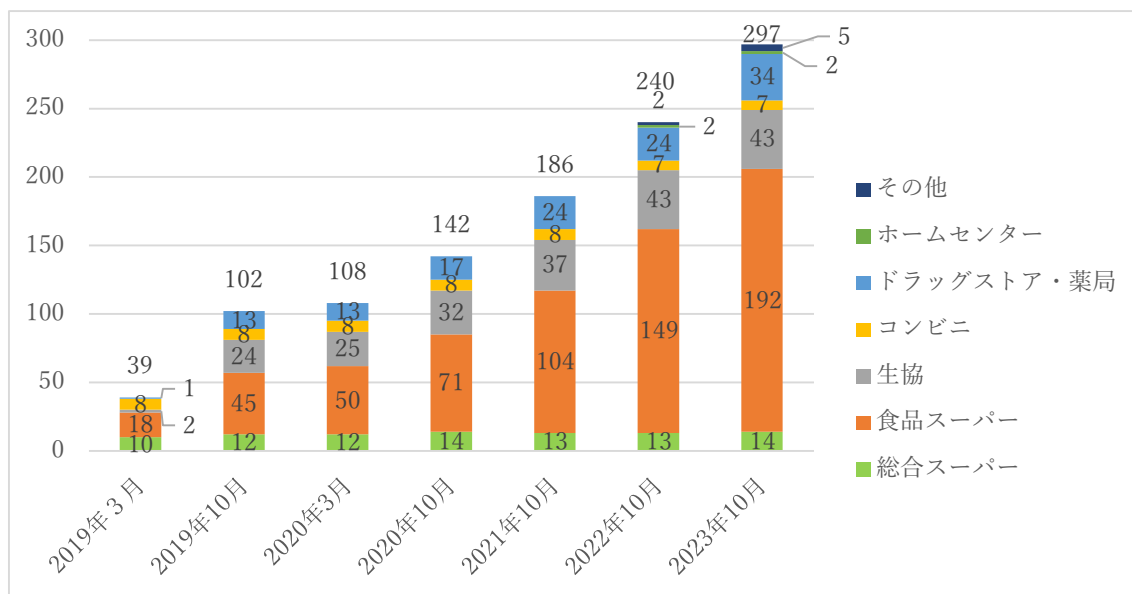
※ 数値のない箇所は調査が行われていない。

図表 2 今回取り組み状況を公表する商慣習見直しの内容と公表の対象について

取り組み	内容	本公表の対象
納品期限の緩和	納品期限は、商品の鮮度を確保するための基準で、通常、商品が店舗に納入できる期間を指します。納品期限を過ぎると、店舗に納品できなくなり、返品や廃棄につながります。また、納品期限を守るために、新たに商品を生産する場合もあり、食品ロスやサプライチェーンの無駄を増加させる要因の一つです。これまで、日本では納品期限は一般的に「賞味期限の2/3残り」（いわゆる1/3ルール）が適用されてきました。食品ロス削減のための商慣習見直し検討ワーキングチームは、納品期限の緩和に取り組んでおり、これに賛同して納品期限を緩和する小売事業者は増加しています。	納品期限を賞味期限の最初の1/3よりも緩和している（緩和実施予定ありを含む）商品がある場合が対象。
賞味期限表示の大括り化	賞味期限を「日付」ではなく「月」や「旬」で表示することを「大括り化」といいます。細かい日別管理でなくなることから納品期限切れを回避して出荷できる機会が拡大し、食品ロスの削減につながります。また、検品時間が減り積み下ろし時間が減ることでトラックの回転率向上や、月別管理となり倉庫スペースの効率化やトラック積載率向上も期待されます。人手不足が深刻なトラックドライバーや店舗スタッフの負担軽減のほか、消費者の鮮度意識を助長しない効果もあります。	現在、賞味期限表示を大括り化（年月表示、日まとめ表示、旬表示など）を実施した（実施予定ありを含む）商品がある場合が対象。
賞味期限の延長	賞味期限の延長によって、在庫や消費のための期間が長くなり、食品ロス削減につながります。メーカー等では包装や製法を工夫し、安全確保の上でいかに賞味期限を延長できるか、日々研究を重ねています。	平成24年以降に賞味期限延長を実施した（実施予定ありを含む）商品がある場合が対象。

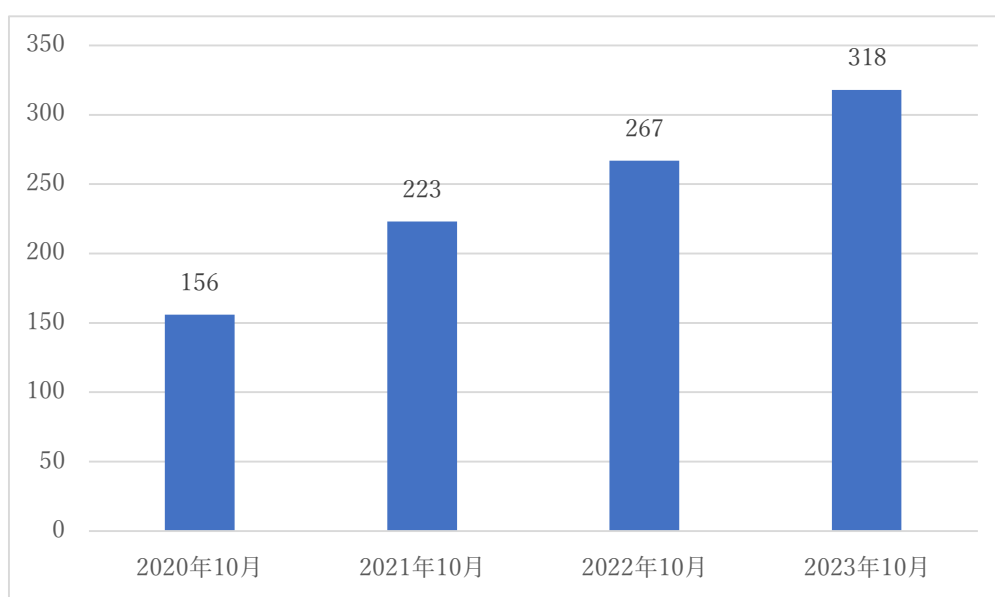
安全係数を80%以上で運用	安全係数とは賞味期限の実力値にかけると一定の係数率のことで、乗じた結果が商品の賞味期限日数になります。事業者が決定しますが、安全係数を過度に低くすることなく、一定水準以上で設定できれば賞味期限が長くなり、流通や販売・消費のための期間が延びて、食品ロス削減には有効です。国は80%以上での運用を推奨しています。	現在、安全係数を80%以上で運用している場合が対象。
フードバンクへの食品寄贈	フードバンクへの余剰食品の寄贈は、食品を必要とする人々のために役立てられることに加え、食品廃棄のための費用や環境負荷を抑制します。地域貢献の意義も大きい取り組みであり、フードバンクとの連携強化より食品を無駄にしないことは従業員の心理面に好影響を与えるとされます。	現在、フードバンクに対して、以下の食品を寄贈している場合が対象。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事業活動で発生する余剰食品</li> <li>・ 備蓄品</li> <li>・ フードドライブで集めた食品</li> <li>・ 仕入先から集めた余剰食品等</li> </ul>
販売期限	小売事業者等が設定するメーカーからの納品期限及び店頭での販売期限は、商慣習として製造日から賞味期限までの期間を概ね3等分して設定されている場合が多かったとされ（いわゆる「3分の1ルール」）、販売期限を過ぎた食品の多くは賞味期限に達する前に廃棄され、食品ロス発生の一つの要因とされています。	常温加工食品の場合、販売期限を賞味期限の残り1カ月よりも延長している場合が対象。日配品の場合、賞味/消費期限当日まで販売している場合が対象。
物流の改善	物流業界では、従来からの人手不足に加えて、2024年に時間外労働時間規制が適用されることも加わり（いわゆる「2024年問題」）、効率的で持続可能な物流への転換が急務となっています。この公表では、物流の改善に向けた、取引当事者企業間での連携が不可欠な取引慣行の見直しに注目し、受発注リードタイムの見直しや休配日の設定などに取り組む事業者を公表しています。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品メーカー：取引先に対する納品期限緩和の提案、取引先からの受注日の翌々日納品、休配日の設定</li> <li>・ 小売事業者（常温加工食品）：納品日の前々日発注、休配日の設定</li> <li>・ 小売事業者（日配品）：取引先に対する納品期限緩和、発注日の翌々日納品、休配日の設定</li> </ul>

図表 3 納品期限緩和実施企業数の推移—業態別



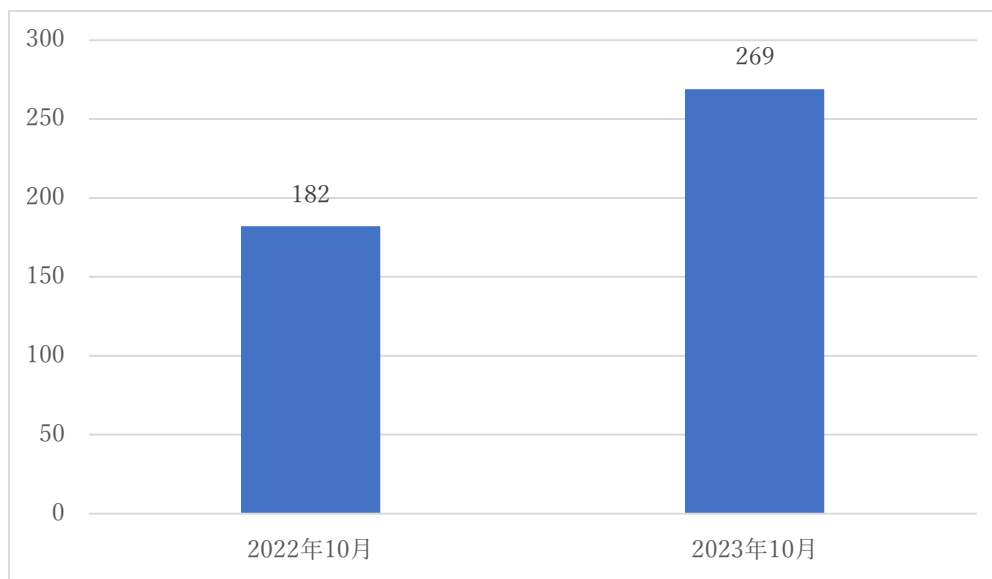
出所：小売業実態調査結果をもとに流通経済研究所作成。

図表 4 賞味期限表示大括り化実施企業数の推移



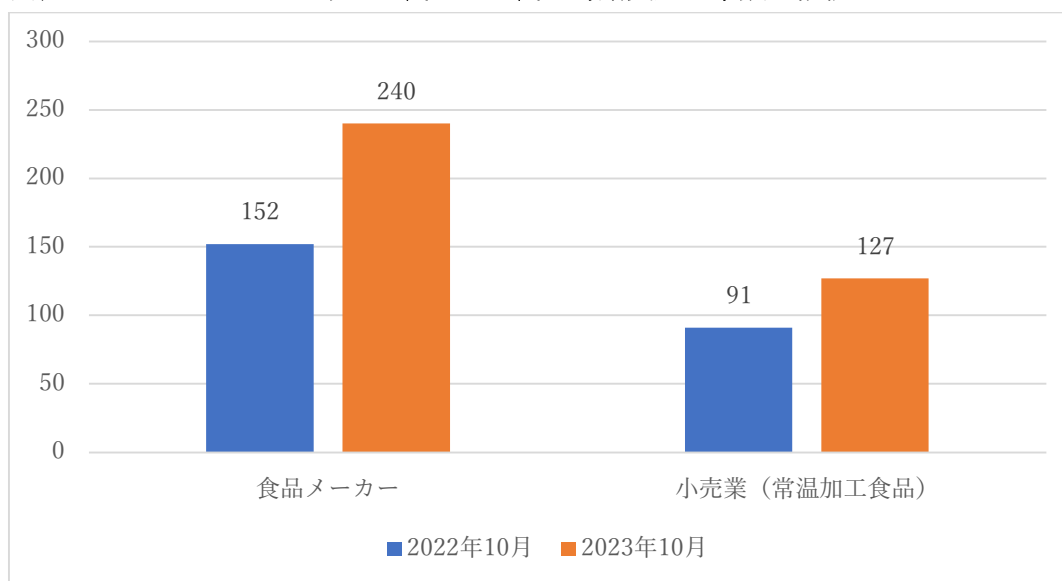
出所：メーカー実態調査結果をもとに流通経済研究所作成。

図表 5 賞味期限延長実施企業数の推移



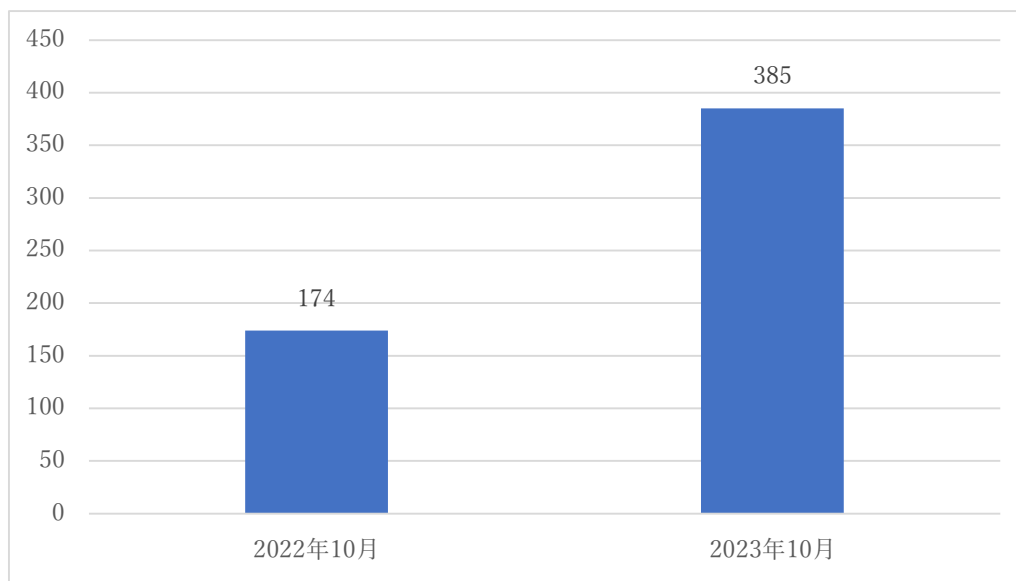
出所：メーカー実態調査結果をもとに流通経済研究所作成。

図表 6 フードバンクや子ども食堂への食品寄贈実施企業数の推移



出所：メーカー・小売業実態調査結果をもとに流通経済研究所作成。

図表 7 安全係数を 0.8 以上で設定している企業数の推移



出所：メーカー実態調査結果をもとに流通経済研究所作成。

※取り組み事業者名は流通経済研究所の下記 HP に掲載しています。

<https://www.dei.or.jp/aboutdei/pdf/press/20231030.pdf>

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ種	袋種	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
1		1	総合スーパー	イオンリテールストア(株)	千葉県	◎	◎	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
2		1	総合スーパー	イオン琉球(株)	沖縄県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
3		1	総合スーパー	(株)イズミ	広島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	賞味期間150日以上で納品期限を賞味期間55%残し、150日以内で60%残し
4		1	総合スーパー	(株)イトーヨーカ堂	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	賞味期間180日以上の常温加工食品全商品	
5		1	総合スーパー	株式会社 フジ・リテイリング	愛媛県	◎	◎						
6		1	総合スーパー	(株)平和堂	滋賀県	◎	◎	◎	◎	◎	◎		ドライ全て（加工食品・菓子・酒）
7		1	総合スーパー	ユニー(株)	愛知県	◎					◎	PB商品	
8		2	食品スーパー	株式会社アオキスーパー	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、ジャム、香辛料、インスタントコーヒー、レギュラーコーヒー	
9	○	2	食品スーパー	株式会社 澁美フーズ	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
10		2	食品スーパー	(株)アブアブ赤札堂	東京都	◎	◎	◎					
11	○	2	食品スーパー	株式会社 アスタラビスタ	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
12	○	2	食品スーパー	アルタフーズ	佐賀県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
13		2	食品スーパー	アルビス株式会社	富山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
14		2	食品スーパー	(株)アレス	熊本県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
15		2	食品スーパー	イオンマーケット(株)	東京都	◎	◎						
16	○	2	食品スーパー	株式会社石原	千葉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
17		2	食品スーパー	イズミヤ(株)	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
18		2	食品スーパー	(株)いちい	福島県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
19	○	2	食品スーパー	株式会社一号館	三重県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
20		2	食品スーパー	株式会社一ハイチコ	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
21		2	食品スーパー	株式会社 伊藤チェーン	宮城県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
22		2	食品スーパー	株式会社 伊徳	秋田県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
23		2	食品スーパー	株式会社ウオロク	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
24	○	2	食品スーパー	株式会社Aコープ九州	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
25		2	食品スーパー	(株)エースワン	高知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ種	袋種	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
26		2	食品スーパー	(株) 越前屋	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
27		2	食品スーパー	株式会社遠鉄ストア	静岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
28		2	食品スーパー	(株) オークワ	和歌山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
29		2	食品スーパー	(株) オーシャンシステム	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
30		2	食品スーパー	株式会社 オータニ	栃木県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
31		2	食品スーパー	(株) オギノ	山梨県	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
32		2	食品スーパー	小田急商事(株)	神奈川県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
33		2	食品スーパー	(株)カスミ	茨城県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
34		2	食品スーパー	(株) カノー	大阪府	△	△	△	△	△			
35		2	食品スーパー	(株) カワベ	兵庫県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
36		2	食品スーパー	(株) キコウストア	岩手県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
37		2	食品スーパー	北雄ラッキー(株)	北海道	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
38		2	食品スーパー	株式会社キムラ	山形県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
39	○	2	食品スーパー	株式会社銀ビルストア	兵庫県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
40		2	食品スーパー	(有) 小専商店	岩手県		◎						
41		2	食品スーパー	(株) サニーマート	高知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
42		2	食品スーパー	サミット株式会社	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、加工食品に分類される商品は、菓子同様に賞味期限180日以上の商品を全て納品期限1/2と定めている。品目補足にない具体的分類として、嗜好品（コーヒー・茶類）。	
43	○	2	食品スーパー	株式会社三栄	佐賀県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
44		2	食品スーパー	(株) サンショウ	富山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、日配水物類（豆腐、こんにゃく等）、生種類、納豆、牛乳、アイスクリーム、ハム・ソーセージ、等	
45		2	食品スーパー	株式会社サンブラザ	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
46		2	食品スーパー	(株) サンマート	鳥取県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	



<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ種	袋種	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
47	○	2	食品スーパー	株式会社JAおきなわAコープ	沖縄県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
48		2	食品スーパー	(株) シェルガーデン	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
49		2	食品スーパー	(株) ジミー	沖縄県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
50		2	食品スーパー	(株) 城山ストア	鹿児島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
51		2	食品スーパー	(株) スーパーキタムラ	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
52		2	食品スーパー	株式会社スーパーナショナル	大阪府	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
53		2	食品スーパー	株式会社 スーパー細川	大分県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
54		2	食品スーパー	(株) スズキヤ	神奈川県	△	△	△	△	△			
55		2	食品スーパー	(株) 静鉄ストア	静岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
56		2	食品スーパー	(株) セブンスター	愛媛県	△	△	△	△	△			
57		2	食品スーパー	相鉄ローゼン株式会社	神奈川県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
58		2	食品スーパー	(株) 第一スーパー古間店	長野県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
59	○	2	食品スーパー	株式会社 台信商店	熊本県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
60		2	食品スーパー	(株) タカヤナギ	秋田県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
61		2	食品スーパー	(株) 中央スーパー	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	加工食品全般	賞味期限60日以上の商品が対象
62		2	食品スーパー	(株) 天満屋ストア	岡山県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
63		2	食品スーパー	株式会社 東急ストア	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
64		2	食品スーパー	(株) 東光ストア	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
65		2	食品スーパー	株式会社道東アークス	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
66		2	食品スーパー	(株) 道南ラルズ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
67		2	食品スーパー	(株) 東武ストア	東京都	△	△	◎	◎	△			
68		2	食品スーパー	(株) トキハインダストリー	大分県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
69		2	食品スーパー	(株) トップワン	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
70		2	食品スーパー	株式会社ドミー	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
71		2	食品スーパー	株式会社とりせん	群馬県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ種	袋種	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
72		2	食品スーパー	中標津町農業協同組合	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
73		2	食品スーパー	(株)西鉄ストア	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、餅等	
74		2	食品スーパー	西山寛商事(株)	京都府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
75		2	食品スーパー	(株)日東物産	愛媛県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
76		2	食品スーパー	(株)ハッピー	新潟県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
77		2	食品スーパー	原信ナルスオペレーションサービス(株)	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
78		2	食品スーパー	(株)ハルタ	鹿児島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
79		2	食品スーパー	(株)パロー	岐阜県	◎	◎	◎	◎	◎	◎		賞味期限180日以上常温加工食品全商品
80		2	食品スーパー	POWERS(株)シバタ	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
81	○	2	食品スーパー	株式会社ヒダカヤ	和歌山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
82		2	食品スーパー	(株)ヒラキストア	富山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
83		2	食品スーパー	ファミリーマートさとう	青森県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
84		2	食品スーパー	(株)福原	北海道	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
85		2	食品スーパー	(株)フジマート四国	愛媛県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
86		2	食品スーパー	株式会社フレスタ (株)フレスタホールディングス	広島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
87		2	食品スーパー	株式会社ベルジョイス	岩手県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、その他	
88		2	食品スーパー	北辰商事(株)ロチャース	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
89		2	食品スーパー	(株)ホクレン商事	北海道	△	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
90		2	食品スーパー	(株)マエダ	青森県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、冷凍食品	
91		2	食品スーパー	(株)マツモト	京都府	◎		◎	◎	◎			
92		2	食品スーパー	(株)マツヤスーパー	京都府	△	△	△	△	△			
93		2	食品スーパー	株式会社 マルイ	岡山県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
94		2	食品スーパー	株式会社マルイ	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、その他	
95		2	食品スーパー	(株)マルエー	石川県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
96	○	2	食品スーパー	株式会社 マルエツ	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ種	袋種	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
97		2	食品スーパー	(株)丸久	山口県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
98		2	食品スーパー	(株)丸市岡田商店	北海道	/	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
99		2	食品スーパー	(株)丸大	沖縄県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
100		2	食品スーパー	丸高商事 株式会社	長崎県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
101		2	食品スーパー	(株)マルト商事	福島県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
102		2	食品スーパー	(株)マルミヤストア	大分県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
103		2	食品スーパー	株式会社ジョイマート	埼玉県	△	△	△	△	△			
104		2	食品スーパー	(株)万代	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、冷凍食品、その他	
105		2	食品スーパー	(株)みしまや	島根県						◎	冷凍食品	
106		2	食品スーパー	(株)みちのく流通システム	岩手県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
107		2	食品スーパー	(株)光洋	大阪府	◎	◎	△	△	△			
108	○	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県	◎	◎			◎	◎	スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
109	○	2	食品スーパー	株式会社ミラックマツヤ	宮城県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
110		2	食品スーパー	(株)明治屋食品	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
111	○	2	食品スーパー	(株)モリワキ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
112		2	食品スーパー	(株)ヤオコー	埼玉県	◎		◎	◎	◎	◎	米、酒類は対象外	
113		2	食品スーパー	(株)ヤオハン	栃木県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
114	○	2	食品スーパー	株式会社ヤスサキ	福井県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
115		2	食品スーパー	(株)ヤマイチ	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
116		2	食品スーパー	株式会社やまか	神奈川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
117		2	食品スーパー	(株)山形屋ストア	鹿児島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
118		2	食品スーパー	(株)ヤマナカ	愛知県	◎	◎	◎	△	△	△	スープ、缶詰、冷凍食品	
119		2	食品スーパー	(株)ユアーズ・バリュー	山口県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
120		2	食品スーパー	(株)豊月	北海道	◎	◎	◎	◎	◎			
121		2	食品スーパー	(株)ゆめマート北九州	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
122		2	食品スーパー	(株)ゆめマート熊本	熊本県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
123		2	食品スーパー	(株)ヨークベニマル	福島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	賞味期間180日以上の常温加工食品全商品	
124		2	食品スーパー	(株)ライフコーポレーション	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	賞味期間150日以上の常温加工食品全商品	

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ麺	袋麺	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
125		2	食品スーパー	(株)ラルズ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	賞味期限180日以上加工食品・飲料・菓子が対象
126		2	食品スーパー	(株)リオン・ドールコーポレーション	福島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
127		2	食品スーパー	(株)ワイストア	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
128	○	2	食品スーパー	株式会社 ワイズマート	千葉県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、酪品、その他	
129		3	生活協同組合	いばらきコープ生活協同組合	茨城県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	賞味期間180日以上商品が対象
130		3	生活協同組合	大阪いずみ市民生活協同組合	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
131		3	生活協同組合	京都生活協同組合	京都府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
132		3	生活協同組合	こうち生活協同組合	高知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
133		3	生活協同組合	コープデリ生活協同組合連合会	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
134		3	生活協同組合	生活協同組合コープやまぐち	山口県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
135		3	生活協同組合	自然派くらぶ生活協同組合	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
136		3	生活協同組合	市民生活協同組合ならコープ	奈良県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	賞味期間180日以上商品が対象
137		3	生活協同組合	生活協同組合あいコープみやぎ	宮城県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	組合員宅着時点の基準（宅配事業専業）
138		3	生活協同組合	生活協同組合おおさかバルコープ	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
139		3	生活協同組合	生活協同組合コープあいづ	福島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、水産加工品、冷凍食品	
140		3	生活協同組合	生活協同組合コープいしかわ	石川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
141		3	生活協同組合	生活協同組合コープえひめ	愛媛県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
142		3	生活協同組合	生活協同組合コープぐんま	群馬県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	賞味期間180日以上商品が対象
143		3	生活協同組合	生活協同組合コープこうべ	兵庫県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
144		3	生活協同組合	生活協同組合コープさっぽろ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	加工食品全般	賞味期限60日以上商品が対象
145		3	生活協同組合	生活協同組合コープながの	長野県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	賞味期間180日以上商品が対象
146		3	生活協同組合	生活協同組合コープデリにいがた	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	賞味期間180日以上商品が対象
147		3	生活協同組合	生活協同組合コープみやざき	宮崎県	△	△	△	△	△	△		
148		3	生活協同組合	生活協同組合コープみらい	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	賞味期間180日以上商品が対象
149		3	生活協同組合	コープ東北サンネット事業連合	宮城県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	冷凍食品など食品すべて	

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ麺	袋麺	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
150		3	生活協同組合	とちぎコープ生活協同組合	栃木県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
151		3	生活協同組合	生活協同組合バルシステム福島	福島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
152		3	生活協同組合	生活協同組合連合会コープ九州事業連合	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、冷凍食品	店舗及び無店舗事業
153		3	生活協同組合	東海コープ事業連合（コープぎふ、コープあいち、コープみえ）	岐阜県、愛知県、三重県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	宅配事業が対象
154		3	生活協同組合	全日本海員生活協同組合	神奈川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、水産加工品、冷凍食品、その他	
155		3	生活協同組合	鳥取県生活協同組合	鳥取県	△	△	△	△	△	△		
156		3	生活協同組合	とやま生活協同組合	富山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
157		3	生活協同組合	トヨタ生活協同組合	愛知県		◎						
158		3	生活協同組合	なのはな生活協同組合	千葉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	組合員宅着時点の基準（宅配事業専業）
159	○	3	生活協同組合	バルシステム生活協同組合連合会	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
160	○	3	生活協同組合	生活協同組合バルシステム群馬	群馬県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
161		3	生活協同組合	福井県民生活協同組合	福井県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
162		3	生活協同組合	福祉クラブ生活協同組合	神奈川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
163		3	生活協同組合	三井造船生活協同組合	岡山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
164		4	コンビニエンスストア	(株)セコマ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、酒類等を含め賞味期限がある商品全て対象	
165		4	コンビニエンスストア	(株)セブン-イレブン・ジャパン	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	賞味期間180日以上の常温加工食品全商品	
166		4	コンビニエンスストア	(株)ファミリーマート	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
167		4	コンビニエンスストア	(株)ポプラ	広島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	缶詰、素材食品・嗜好品・機能的簡易食品等	2020年8月31日～変更済
168		4	コンビニエンスストア	ミニストップ(株)	千葉県	◎	◎						
169		4	コンビニエンスストア	山崎製パン(株)デイリーヤマザキ事業統括本部	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	賞味期間180日以上の常温加工食品全商品	
170		4	コンビニエンスストア	(株)ローソン	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	缶詰、素材食品・嗜好品・機能的簡易食品等	2020年8月31日～変更済
171		5	ドラッグストア・薬局	(株)イチワタ	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
172		5	ドラッグストア・薬局	(株)イヌイ	鳥取県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
173		5	ドラッグストア・薬局	ウエルシア薬局株式会社	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
174		5	ドラッグストア・薬局	内山薬品(株)佐々木薬局	福井県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
175		5	ドラッグストア・薬局	(株)キリン堂	大阪府	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
176		5	ドラッグストア・薬局	(株)クスリのサンロード	山梨県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
177		5	ドラッグストア・薬局	株式会社クスリのマルエ	群馬県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
178	○	5	ドラッグストア・薬局	株式会社コクミン	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
180		5	ドラッグストア・薬局	(株)コメヤ薬局	石川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	

<記号の見方>

◎：緩和実施済、○：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ麺	袋麺	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
181		5	ドラッグストア・薬局	(株) サッポロドラッグストア	北海道	◎	◎	△	△	△			
182	○	5	ドラッグストア・薬局	シミズ薬品株式会社	京都府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
183		5	ドラッグストア・薬局	(株) 下川薬局	熊本県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品等	
184		5	ドラッグストア・薬局	(株) ツルハ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	レトルト食品、その他は、賞味期間180日以上の商品が対象
185	○	5	ドラッグストア・薬局	株式会社 ナガタ薬品	兵庫県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
186		5	ドラッグストア・薬局	(株) 奈良ドラッグ	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品等	
187	○	5	ドラッグストア・薬局	株式会社 ふく薬品	沖縄県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
188	○	5	ドラッグストア・薬局	株式会社 プレびまわり	広島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
189	○	5	ドラッグストア・薬局	鞠丸大サクラ薬局	青森県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、小麦粉、てんぷら粉、片栗粉などの粉類	
190	○	5	ドラッグストア・薬局	株式会社村源	岩手県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
191		5	ドラッグストア・薬局	(株) 横浜ファーマシー	青森県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
192	○	5	ドラッグストア・薬局	株式会社よどや	高知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品	
193		6	ホームセンター	株式会社ジュンテンドー	島根県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品	
194		7	その他	加藤貿易(株)	東京都		◎				◎	その他	
195		7	その他	シーフォー(株)	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
196	○	7	その他	清水商事株式会社	大阪府					◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
197	○	7	その他	(株) 福田屋百貨店	栃木県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、その他	
198	○	7	その他	三馬食品(株)	香川県						◎	缶詰	

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2023年6月末までに賞味期限表示を大括り化した実績のあるカテゴリー	2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定
1		アイリスフーズ(株)	宮城県	餅、包装米飯、袋麺、みそ汁	
2		(有)葵フーズ	愛知県	乾麺	
3		芥川製菓株式会社	東京都	チョコレート	
4		(株)朝日	神奈川県	スパゲッティ、食用油、はちみつ、メープルシロップ、粉かんでん	スパゲッティ、食用油、はちみつ、メープルシロップ、粉かんでん
5		アサヒ飲料(株)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、乳性飲料、ミネラルウォーター	
6		アサヒグループ食品株式会社	東京都	即席みそ汁・スープ類、健康食品・サプリメント類、育児用粉乳・ベビーフード類など	
7		旭松食品株式会社	大阪府	こうや豆腐、即席みそ汁・スープ、乾燥納豆	こうや豆腐、即席みそ汁・スープ、乾燥納豆
8		(有)味源	香川県	調味料	
9		味の素(株)	東京都	風味調味料(1年以上)、レトルト食品(1年以上)、調味料(1年以上)、インスタントスープなど(1年以上)	
10		味の素AGF(株)	東京都	茶系飲料、コーヒー飲料	
11		(株)新野屋	新潟県	米菓、その他の菓子	
12		アヲハタ株式会社	広島県	びん詰	
13	○	飯田醤油株式会社	富山県		調味料 ※風味調味料を除く
14	○	イトウ製菓(株)	東京都	クッキー・ビスケット	クッキー・ビスケット
15	○	石田缶詰株式会社	静岡県	レトルト食品	
16		五十川(株)	大分県	乾物(1年以上)	
17	○	株式会社稲庭うどん小川	秋田県	稲庭うどん、そうめん	
18		伊之助製麺(株)	佐賀県	乾麺(180日以上)	
19		今津(株)	大阪府	缶詰、乾物、乾燥バスタ、片栗粉、天かす、雑穀、はちみつ(1年以上)	
20	○	井村屋(株)	三重県	和菓子	和菓子
21		岩塚製菓(株)	新潟県	菓子(180日以上)	
22		株式会社ウーケ	富山県	包装米飯(パックごはん)	
23		AWアグリフーズテクノ(株)	北海道	缶詰、レトルト食品	
24		江崎グリコ株式会社	大阪府	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ガム、ビスケット・クッキー、スナック、錠菓、レトルト食品	
25		エスビー食品株式会社	東京都	缶詰、レトルト食品	レトルト食品
26		大分乾物有限会社	大分県	乾物(しいたけ)	乾物(しいたけ)
27		オークラ製菓(株)	熊本県	キャンディNB商品全商品	
28		大塚食品(株)	大阪府	一部の飲料製品、レトルト製品	
29		大塚製菓株式会社	東京都	炭酸飲料、その他飲料(清涼飲料水)	
30		お菓子の日進堂(有)	宮崎県	菓子(180日未満)	
31		オタフクソース株式会社	広島県	調味料 ※風味調味料を除く、粉類、乾物等	調味料 ※風味調味料を除く
32		株式会社おやつカンパニー	三重県	スナック、焼菓子・油菓子	スナック、焼菓子・油菓子
33		尾張製粉株式会社	愛知県	乾麺、ミックス粉、小麦粉小袋、麦茶、米粉	
34		カゴメ株式会社	愛知県	果実・野菜飲料	
35	○	加藤産業株式会社	兵庫県	缶詰、びん詰、レトルト食品	
36		カドウフーズ(株)	北海道		缶詰・レトルト
37		カドヤ(株)	東京都	農産、海産、乾物、乾麺	
38		カバヤ食品(株)	岡山県	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ビスケット・クッキー	
39		カルビー株式会社	東京都	スナック	
40		神田味噌醤油醸造場	山口県	調味料(180日以上)	
41		カンロ株式会社	東京都	キャンディ・キャラメル、素材菓子(干し梅、茎わかめ、ドライ納豆等)	
42		キーコーヒー(株)	東京都	レギュラーコーヒー、コーヒー飲料 他	
43		キッコーマン食品(株)	東京都	調味料	調味料
44		(株)木村食品	千葉県	切餅、おかき	切餅、おかき
45		キュービー株式会社	東京都	缶詰、レトルト食品	
46		(株)極洋	東京都	缶詰	
47		キリンビバレッジ(株)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、健康飲料、スポドリ、水	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、健康飲料、スポドリ、水

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2023年6月末までに賞味期限表示を大括り化した実績のあるカテゴリー	2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定
48		キリンホールディングス(株)	東京都	ビール、発泡酒、新ジャンル(180日以上~1年未満)	
49		金ごま本舗株式会社	兵庫県	調味料 ※風味調味料を除く、ごま加工食品	
50		釧路東水冷凍(株)	北海道	冷凍食品(1年以上)	
51		くみあい食品工業(株)	愛媛県	びん詰(1年以上)	
52		クラレイ(株)	福岡県	冷凍食品	
53		(株)栗山米菓	新潟県	菓子(180日以上)	菓子(180日以上)
54		群馬製粉(株)	群馬県	上新粉、米粉、米粉加工品	
55		株式会社湖池屋	東京都	スナック、乳酸菌含有食品(いわゆる清涼菓子のタブレットおよび粉末)	
56		ゴールドバック(株)	東京都	缶詰	
57		コカ・コーラ協会(日本コカ・コーラ株式会社、コカ・コーラ ボトラーズ ジャパン株式会社)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、スポーツ飲料、乳酸・乳性飲料、ココア、栄養ドリンク、水	
58		国分グループ本社株式会社	東京都	缶詰	
59		(株)小嶋屋総本店	新潟県	その他加工食品(1年以上)	
60		こだま食品(株)	広島県	乾燥野菜、漬け原材料	乾燥野菜、漬け原材料
61		サクマ製菓(株)	東京都	菓子	
62		サッポロビール株式会社	東京都	ビール、発泡酒、新ジャンル	
63		(株)讃岐物産	香川県	乾麺	
64		株式会社サラダクラブ	東京都	調味料 ※風味調味料を除く、レトルトパウチのサラダ用トッピング、乾燥トッピング	
65		サントリー食品インターナショナル(株)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、天然水、フレーバーウォーター、スポーツドリンク、紅茶、乳性	
66		(株)サン海苔	佐賀県	海苔(180日以上)	海苔(180日以上1年未満)
67		サンハウス食品(株)	愛知県	レトルト食品	レトルト食品
68		三洋通商(株)	茨城県		冷凍食品(1年以上)、フルーツ缶詰(1年以上)
69		三和缶詰(株)	山形県	缶詰	びん詰
70		椎茸井出商店	静岡県		乾物干し椎茸(1年以上)
71		(株)ジェイエイフーズ おおいた	大分県	缶詰	
72		静岡ミツウロコフーズ株式会社	静岡県	缶詰(180日以上~1年未満)	
73		七福醸造(株)	愛知県	調味料(1年以上)	
74		(株)渋谷商店	新潟県		調味料(180日未満)
75		シマダヤ(株)	東京都	冷凍食品	
76		清水食品(株)	静岡県	缶詰、びん詰、レトルト食品	
77		ジャパンフリトレー(株)	茨城県	菓子	
78		(株)松栄	東京都	乾燥わかめ、温蔵わかめ	
79		正栄食品工業(株)	東京都	ナッツ、ドライフルーツ、シード、ブルーベリー	
80		白石興産株式会社	宮城県	乾麺	
81		(株)真誠	愛知県	調味料、いりごま、すりごま、ねりごま、クラッシュアーモンドすりごま	
82	○	株式会社タイム缶詰	岩手県	缶詰	
83		(株)大洋食品	長崎県	冷凍食品、乾のり、焼のり、味付のり、お茶漬	
84		(株)高木商店	茨城県	さば・いわし等の水産缶詰	
85		宝食品(株)	香川県		つくだ煮、惣菜、たきごみごはんの素
86		竹本油脂(株)	愛知県	食用油(1年以上)	
87		(株)タツマ	静岡県	干し芋	
88		(有)玉木製麺	島根県	そば(180日未満)	
89		丹波農産(株)	兵庫県		焼き菓子、きなこ
90	○	株式会社チェリオコーポレーション	京都府	その他飲料	
91		銚子東洋(株)	千葉県	定塩鮭フィレ、定塩さばフィレ、漬け魚、焼き鯖	
92		(株)通宝	熊本県		海苔(180日以上1年未満)
93		(株)津田商店	岩手県	缶詰(1年以上)、レトルト食品(1年以上)	



No.	新規掲載	社名	本社所在地	2023年6月末までに賞味期限表示を大括り化した実績のあるカテゴリー	2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定
94	○	株式会社でん六	山形県	チョコレート、豆菓子、おつまみ、ナッツ(カシュナッツ、アーモンド、クルミ)	チョコレート、豆菓子、おつまみ、ナッツ(カシュナッツ、アーモンド、クルミ)
95	○	東京アライドコーヒーロースターズ株式会社	神奈川県	レギュラーコーヒーの製造販売	
96		東洋ライス(株)	和歌山県	その他加工食品	
97		(有)ときわや醤油	熊本県		調味料
98		富永貿易(株)	兵庫県	賞味期限1年以上の炭酸飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、その他飲料	茶系飲料(1年以上)
99		直源醤油(株)	石川県	調味料(1年以上、品質による)	
100		(株)ナガイのり	東京都	焼海苔、味付海苔、青海苔	
101		(株)永谷園ホールディングス	東京都	お茶漬け、みそ汁、ふりかけ、レトルト食品 他	
102		(株)なとり	東京都	珍味	その他加工食品(180日以上~1年未満)
103		ニコニコのり(株)	大阪府	海苔(1年以上)	
104		(株)にしき食品	宮城県	レトルト食品(1年以上)	
105		(株)ニチレイウエルダイニング	愛知県		缶詰(1年以上)
106		日清オイリオグループ(株)	東京都	食用油	食用油
107		日清シスコ株式会社	東京都、大阪府	チョコレート、ビスケット・クッキー、シリアル(フレーク)、シリアル(グラノーラ)、シリアル(パフシリアル)、オートミール	
108		日清製粉ウェルナ	東京都	小麦粉・イースト:14(180日~1年未満、19(1年以上)ノブレミックス:5(180日~1年未満、70(1年以上)ノバスタ・乾麺:0(180日~1年未満、87(1年以上))	
109	○	株式会社ニッスイ	東京都	缶詰、びん詰、レトルト食品	
110		株式会社ニッポン	東京都	調味料 ※風味調味料を除く、その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	
111		日本コカ・コーラ(株)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、スポーツ飲料、乳酸・乳性飲料、ココア、栄養ドリンク、水	
112	○	日本罐詰株式会社	北海道	レトルト食品	
113		ネスレ日本(株)	兵庫県	菓子(180日以上及び180日未満)	
114		ノーベル製菓(株)	大阪府	調味梅干 海苔加工品	
115		バイン株式会社	大阪府	キャンディ・キャラメル、ガム	
116		ハウスウェルネスフーズ(株)	兵庫県	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、ゼリー系飲料や機能性飲料(ウコンの力、ラクシテ)	
117		ハウス食品株式会社	東京都、大阪府	レトルト食品	レトルト食品
118		株式会社はくばく	山梨県	その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く
119		はごろもフーズ株式会社	静岡県	缶詰、びん詰、レトルト食品	
120		橋本食糧工業(株)	大阪府	缶詰(1年以上)	
121		早川しょうゆみそ(株)	宮城県	酢みそ、ゴマ酢みそドレッシング、塩糺、しゃぶしゃぶたれ、極醤油の実、そのまんまめんつゆ、ちいさなつゆ、満点酢、辛激、甘酒、みそパウダー	
122		(株)バンダイ	東京都	賞味期限10か月以上の製品(ラムネ菓子、グミ、飴、チョコ、焼菓子、羊羹等)	菓子(ラムネ菓子、グミ、飴、チョコ、焼菓子、羊羹等)
123		ヒガシマル醤油(株)	兵庫県	調味料	
124	○	有限会社樋口醸造店	北海道	冷凍生鮮(水産物・冷凍野菜・冷凍果実など)	冷凍生鮮(水産物・冷凍野菜・冷凍果実など)
125		平松商店	静岡県		菓子(180日未満)
126		株式会社 平山商会	愛知県	缶詰	
127		(株)フードレーベル	埼玉県	調味料	
128		富士ミネラルウォーター(株)	東京都	炭酸飲料(1年以上)、ミネラルウォーター(びん、PET)(1年以上)	調味料(1年以上)
129		(株)不二家	東京都	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ビスケット・クッキー、洋菓子、その他の菓子	

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2023年6月末までに賞味期限表示を大括り化した実績のあるカテゴリー	2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定
130		フランス屋製菓(株)	京都府	チョコレート、洋菓子	
131		株式会社 ブルボン	新潟県	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ビスケット・クッキー、米菓、スナック、焼菓子・油菓子	キャンディ・キャラメル、米菓
132	○	フレックス(株)	広島県	冷凍食品	
133		ブンセン(株)	兵庫県	佃煮(1年以上)	
134		フンドーキン醤油(株)	大分県	調味料	
135		ヘテバシフィック(株)	東京都		調味料(1年以上)
136		株式会社ベルサンテ	群馬県	レトルト食品	
137		(株)朋昆	広島県	昆布製品	
138	○	北陸製菓株式会社	石川県	ビスケット・クッキー、米菓	
139		ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社	愛知県	スープ、豆乳ヨーグルト、ブルーベリー等、びん詰、炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、水、スポーツウォーター、豆乳飲料など	コーヒー飲料
140		株式会社ホテイフーズコーポレーション	静岡県	缶詰、レトルト食品	
141	○	ぼんち株式会社	大阪府		米菓、油菓子
142		(株)マール	東京都	冷凍食品	
143		前島食品(株)	兵庫県	おやつ昆布・とろろ昆布・佃煮・煮豆・惣菜・出し昆布・昆布粉末・昆布茶・カットわかめ・おやつわかめ・その他	
144		前原製粉(株)	兵庫県	もち、白玉粉、きな粉、片くり粉。	
145		樹田屋食品(株)	長野県	乾麺(1年以上)	半生麺・そば粉
146		有限会社 松田卯之七商店	新潟県		穀物加工品
147	○	有限会社マルオカ	愛知県	野菜水煮、乾物、ドライフルーツ類	
148		(株)まるじょう	広島県	削りぶし、ふりかけ	
149		マルシン食品(株)	新潟県	もち	
150		マルハニチロ株式会社	東京都	魚肉ソーセージ、ちくわ、菓子材料、缶詰、びん詰	ゼリー
151		(株)マルハニチロ北日本	北海道	缶詰(1年以上)、びん詰め(180日未満)	
152		(株)マルユウ	北海道	缶詰(1年以上)	
153		三井農林(株)	東京都	茶系飲料、レモネードベース	
154		株式会社Mizkan	愛知県	レトルト食品	
155		三菱食品株式会社	東京都	菓子、レトルト食品、缶詰、びん詰	
156		(株)ミヤカン	宮城県	缶詰(1年以上)、レトルト食品(1年以上)	
157		株式会社 明治	東京都	冷凍食品、スポーツ飲料、ミネラルウォーター、レトルト食品、菓子	
158	○	森井食品株式会社	奈良県	はるさめ・くずきり・そうめん	
159		森永製菓株式会社	東京都	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ビスケット・クッキー、スナック	
160		森永乳業(株)	東京都		その他加工食品(1年以上)
161		(株)山形ライスファーム21(工房とかちや)	山形県		レトルト食品(180日以上1年未満)、うち豆、むきくるみ、いりごま、大豆、きな粉(1年未満)
162		ヤマキ(株)	愛媛県	レトルト食品(1年以上)	液体調味料(1年以上)、風味調味料(1年以上)、乾物・かつおぶし(1年以上)、乾物・煮干し(1年以上)
163		ヤマザキビスケット株式会社	東京都	チョコレート、ビスケット・クッキー、スナック	
164		株式会社山田養蜂場本社	岡山県	いわゆる健康食品、はちみつ、はちみつ加工品、総菜など	
165	○	株式会社やまと蜂蜜	奈良県	シロップ類、濃縮コーヒー等	シロップ類、濃縮コーヒー等
166		ヤマモリ(株)	三重県	調味料(1年以上)	
167		山芳製菓株式会社	東京都	スナック	
168		有楽製菓(株)	東京都	チョコレート	
169		吉村醸造(株)	鹿児島県	味噌(180日~1年未満)	
170		米屋株式会社	千葉県	菓子(羊羹、どら焼、焼菓子、水羊羹、ゼリー、大福、きんつば、最中)	

賞味期限表示を大括り化したメーカー 2023年12月25日現在

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2023年6月末までに賞味期限表示を大括り化した実績のあるカテゴリー	2023年7月以降に賞味期限表示の大括り化を実施予定
171		(有)リキ・コーポレーション	神奈川県	その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	
172		(株)龍角散	東京都	菓子(180日以上)	
173		株式会社 ロッテ	東京都	キャンディ・キャラメル、ガム、洋菓子	洋菓子
174	○	ワダカン株式会社	青森県	調味料 ※風味調味料を除く	

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2012年～2023年6月末までに賞味期限を延長した実績のあるカテゴリ	2023年7月以降に賞味期限を延長予定
1		青柳食品(株)	千葉県	水産加工品(いわし、さば、さんまの佃煮、煮魚)	
2		アサヒ飲料(株)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、乳性飲料、ミネラルウォーター	果実・野菜飲料、コーヒー飲料
3		アサヒグループ食品株式会社	東京都	即席みそ汁・スープ類、健康食品・サプリメント類、育児用粉乳・ベビーフード類など	
4		旭松食品株式会社	大阪府	こうや豆腐、即席みそ汁・スープ、乾燥納豆	こうや豆腐、即席みそ汁・スープ、乾燥納豆
5		(有)味源	香川県	調味料	乾燥果実
6		味の素(株)	東京都	風味調味料(1年以上)、レトルト食品(1年以上)、調味料(1年以上)、インスタントスープなど(1年以上)	
7		味の素AGF(株)	東京都	茶系飲料、コーヒー飲料	
8		味の素冷凍食品株式会社	東京都	調理冷凍食品	調理冷凍食品
9		(株)アヤベ洋菓子	埼玉県		洋菓子
10		アラハタ株式会社	広島県	びん詰	
11	○	飯田醤油株式会社	富山県	調味料 ※風味調味料を除く	
12	○	イセテリカ株式会社	茨城県	たまご加工品	たまご加工品
13	○	一正蒲鉾株式会社	新潟県	魚肉練り製品	魚肉練り製品
14	○	イトウ製菓(株)	東京都	クッキー・ビスケット	クッキー・ビスケット
15	○	株式会社稲庭うどん小川	秋田県	稲庭うどん、そうめん	
16		井村屋(株)	三重県	和菓子	
17		岩塚製菓(株)	新潟県	米菓	
18		株式会社ウーケ	富山県	包装米飯(バックごはん)	
19	○	江崎グリコ株式会社	大阪府	レトルト食品	
20	○	株式会社エス・ティ・フーズ	新潟県	冷凍食品	
21		エスピー食品株式会社	東京都	缶詰、レトルト食品	レトルト食品
22		エバラ食品工業株式会社	神奈川県	びん詰	
23		エム・シーシー食品(株)	兵庫県	冷凍食品	
24		(株)扇カネ安食品本舗	愛知県	きな粉・片栗粉・米粉等(穀粉類)・お好み素材(青さ粉・小えび・桜えび・かつお粉・あげ玉)	
25	○	オークラ製菓(株)	熊本県	キャンディ	
26		大塚食品(株)	大阪府	レトルト食品	
27		大塚製菓株式会社	東京都	炭酸飲料、その他飲料(清涼飲料水)	
28		オタフクソース株式会社	広島県	調味料 ※風味調味料を除く、粉類、乾物等	粉類、乾物等
29	○	株式会社おやつカンパニー	三重県	スナック、焼菓子・油菓子	スナック、焼菓子・油菓子
30		尾張製粉株式会社	愛知県	乾麺、ミックス粉、小麦粉小袋、麦茶、米粉	
31		カゴメ株式会社	愛知県	調味料 ※風味調味料を除く、果実・野菜飲料	果実・野菜飲料
32		株式会社 主計物産	福岡県	レトルト食品	レトルト食品
33	○	加藤産業株式会社	兵庫県	缶詰、びん詰、レトルト食品	
34		カドウフーズ(株)	北海道	缶詰・レトルト	缶詰・レトルト
35		カバヤ食品(株)	岡山県	キャンディ・キャラメル	
36		亀田製菓(株)	新潟県	米菓	
37		カルビー株式会社	東京都	スナック	スナック
38		河村醤油(株)	山口県	調味料	
39		神田味噌醤油醸造場	山口県		調味料
40		カンロ株式会社	東京都	キャンディ・キャラメル	
41	○	キーコーヒー株式会社	東京都	その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	
42		キッコーマン食品(株)	東京都	調味料	
43		岐阜食品(株)	岐阜県	ごはんの素、惣菜、塩漬け赤しそ、梅酢、甘酢の素	
44		株式会社紀文食品	東京都	レトルト食品	レトルト食品
45		(株)木村食品	千葉県	切餅、おかき	切餅、おかき
46		キュービー株式会社	東京都	缶詰、レトルト食品	レトルト食品
47		キリンビバレッジ(株)	東京都	茶系飲料、コーヒー飲料、健康飲料、スポドリ、水	健康飲料、スポドリ、水

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2012年～2023年6月末までに賞味期限を延長した実績のあるカテゴリー	2023年7月以降に賞味期限を延長予定
48	○	榎金吾堂製菓	東京都	米菓	
49		(株) 栗山米菓	新潟県	米菓	
50		群馬製粉(株)	群馬県	上新粉、米粉、米粉加工品	
51		株式会社湖池屋	東京都	スナック、乳酸菌含有食品(いわゆる清涼菓子のタブレットおよび粉末)	
52	○	コーミ株式会社	愛知県	調味料 ※風味調味料を除く	
53		ゴールドバック(株)	東京都	缶詰	
54	○	国分グループ本社株式会社	東京都	缶詰、レトルト食品	
55		酒田米菓(株)	山形県	米菓	
56		佐賀海苔(株)	佐賀県	海苔	
57		サッポロビール株式会社	東京都	ビール、発泡酒、新ジャンル	
58		(株) 真田	京都府	豆、ごま、はるさめ、寒天	
59		(株) 讃岐物産	香川県	乾麺	乾麺
60		三育フーズ(株)	千葉県		缶詰、レトルト食品
61	○	株式会社サンクゼール	長野県	びん詰	
62	○	三幸製菓株式会社	新潟県	米菓、焼菓子・油菓子	
63		サントリー食品インターナショナル(株)	東京都	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、天然水、フレーバーウォーター、スポーツドリンク、紅茶、乳性	
64		サンハウス食品(株)	愛知県	レトルト食品	
65		三和缶詰(株)	山形県	びん詰	びん詰
66		(株) ジェイエイフーズおおいた	大分県	缶詰	
67		シマダヤ(株)	東京都	その他加工食品	その他加工食品
68		清水食品(株)	静岡県	缶詰、びん詰、レトルト食品	
69		ジャパンフーズ株式会社	千葉県	炭酸飲料、水(清涼飲料水)	
70	○	ジャパンフリトレー(株)	茨城県	菓子	
71		正栄食品工業(株)	東京都	ナッツ、ドライフルーツ、シード、ブルーベリー	
72		白石興産株式会社	宮城県	乾麺	
73		(株) 真誠	愛知県	調味料、いりごま、すりごま、ねりごま、クラッシュアーモンドすりごま	いりごま、すりごま、ねりごま、クラッシュアーモンドすりごま
74	○	株式会社末広製菓	新潟県	米菓、スナック	
75	○	株式会社スドージャム	長野県	ジャム類、マーマレード、スプレッド(油脂類、フルーツ、あずき)メープルシロップ、はちみつ、水あめ	
76		大東カカオ株式会社	東京都	チョコレート、ココアパウダー	チョコレート、ココアパウダー
77	○	たいまつ食品株式会社	新潟県	レトルト米飯	レトルト米飯
78		(株) 旅がらす本舗清月堂	群馬県	焼菓子・油菓子、洋菓子	
79	○	株式会社チェリオコーポレーション	京都府	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、その他飲料	
80		ちば醤油(株)	千葉県	びん詰	
81	○	中央製乳株式会社	愛知県	牛乳(要冷蔵品)	牛乳(要冷蔵品)
82		チョーコー醤油(株)	長崎県		調味料
83	○	銚子東洋(株)	千葉県	塩さばフィレ	
84	○	株式会社でん六	山形県	チョコレート、和菓子、豆菓子、おつまみ、ナッツ(カシュナッツ、アーモンド、クルミ)	チョコレート、豆菓子、おつまみ、ナッツ(カシュナッツ、アーモンド、クルミ)
85	○	東京アライドコーヒーロースターズ株式会社	神奈川県	レギュラーコーヒーの製造販売	
86		堂本製菓(株)	神奈川県	米菓	
87		東陽製菓(株)	愛媛県	米菓	
88		東洋ライス(株)	和歌山県	その他加工食品	
89		トモエ乳業(株)	茨城県	茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、牛乳、乳飲料、清涼飲料水(ニアウォーターなど)	
90	○	株式会社ナガイのり	東京都	焼海苔、味付海苔、ふりかけ、食品シート	
91		(有) 永井萬治商店	東京都	片栗粉	
92	○	(株) 永谷園ホールディングス	東京都	お茶漬け、みそ汁、ふりかけ、レトルト食品 他	
93	○	ナカモ株式会社	愛知県	調味料 ※風味調味料を除く	調味料 ※風味調味料を除く
94	○	株式会社 夏目製菓	愛知県	焼菓子・油菓子	
95		(株) ななくさの郷	埼玉県	調味料	

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2012年～2023年6月末までに賞味期限を延長した実績のあるカテゴリ	2023年7月以降に賞味期限を延長予定
96		ニコニコのり(株)	大阪府	海苔	
97		日清オイリオグループ(株)	東京都	調味料	食用油
98	○	日清シスコ株式会社	東京都、大阪府	チョコレート、ビスケット・クッキー、シリアル(フレーク)、シリアル(グラノーラ)、シリアル(パフシリアル)、オートミール	
99	○	日清食品チルド株式会社	東京都、大阪府	チルド麺類(生中華麺、蒸麺)	チルド麺類(生中華麺)
100		株式会社ニッポン	東京都	調味料 ※風味調味料を除く、冷凍食品、その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	
101		(株) にんべん	東京都		削り節
102		ノーベル製菓(株)	大阪府	キャンデー ほし梅 梅干し 茎わかめゼリー菓子	キャンデー ほし梅 梅干し 茎わかめゼリー菓子
103	○	バイン株式会社	大阪府	キャンディ・キャラメル、ガム	
104		ハウスウェルネスフーズ(株)	兵庫県	炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、ゼリー系飲料や機能性飲料(ウコンの力、ラクシテ)	
105		ハウス食品株式会社	東京都、大阪府	レトルト食品	レトルト食品
106		株式会社はくばく	山梨県	その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	
107		はごろもフーズ株式会社	静岡県	缶詰、びん詰、レトルト食品	
108		橋本食糧工業(株)	大阪府	レトルト食品	
109		林兼産業(株)	山口県	一部の加工食品	
110		(株) バンダイ	東京都	菓子(ラムネ、グミ、飴、チョコ、焼菓子、スナック、製菓材料、スパウト包装飲料、冷凍出荷チルド流通生菓子、冷凍ケーキ、羊羹、カップゼリー、乾燥魚肉チップ等)、レトルト食品等	菓子(グミ、チョコ、焼菓子、スナック)
111		ヒガシマル醤油(株)	兵庫県	調味料	
112	○	有限会社樋口醸造店	北海道	冷凍生鮮(水産物・冷凍野菜・冷凍果実など)	
113		日の出屋製菓産業株式会社	富山県	米菓	米菓
114		(株) 平山商会	愛知県	缶詰	
115	○	富士ミネラルウォーター株式会社	東京都	ミネラルウォーター(PET)	
116	○	株式会社フリーデン	神奈川県	ハム・ソーセージ・ベーコン	ハム・ソーセージ・ベーコン
117		株式会社 ブルボン	新潟県	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ビスケット・クッキー、米菓、スナック、焼菓子・油菓子、洋菓子、混菓子(豆菓子を中心とする)	キャンディ・キャラメル、チョコレート、米菓、スナック、焼菓子・油菓子
118		ブンセン(株)	兵庫県	佃煮(1年以上)、常温惣菜	
119	○	フンドーキン醤油株式会社	大分県	調味料 ※風味調味料を除く	
120		株式会社ベルサンテ	群馬県	レトルト食品	レトルト食品
121		(株) 北越	富山県	米菓	米菓
122	○	北陸製菓株式会社	石川県	米菓	
123	○	ホクレン農業協同組合連合会	北海道	冷凍食品	冷凍食品
124		ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社	愛知県	スープ、豆乳ヨーグルト、ブルーベリー等、びん詰、炭酸飲料、茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、水、スポーツウォーター、豆乳飲料など	コーヒー飲料
125	○	株式会社ホテイフーズコーポレーション	静岡県		缶詰
126	○	ぼんち株式会社	大阪府	米菓、油菓子	米菓、油菓子
127		(株) マール	東京都	冷凍食品	
128		有限会社 松田卯之七商店	新潟県		穀物加工品
129	○	有限会社マルオカ	愛知県	野菜水煮、乾物、ドライフルーツ類	
130		マルシン食品(株)	新潟県	もち	
131		(株) マルシンフーズ	栃木県	総菜、食肉製品	
132		株式会社マルタイ	福岡県	即席めん	即席めん
133		マルハニチロ株式会社	東京都	ゼリー、魚肉ソーセージ、ちくわ、びん詰、調理冷凍食品	ゼリー、レトルト食品、調理冷凍食品
134	○	丸美屋食品工業(株)	東京都	レトルト食品	

No.	新規掲載	社名	本社所在地	2012年～2023年6月末までに賞味期限を延長した実績のあるカテゴリ	2023年7月以降に賞味期限を延長予定
135		(株) ミクロ	山形県		調理食品 (味付メンマ、そうざい)
136		(株) M r . カンカン	奈良県	調味料	
137		三井農林 (株)	東京都	茶系飲料、レモネードベース	
138		株式会社Mizkan	愛知県	レトルト食品	
139		三菱食品株式会社	東京都	調味料 ※風味調味料を除く、冷凍食品、菓子、レトルト食品、缶詰、びん詰	
140	○	株式会社ミツヤ	福岡県	ナッツ菓子の一部の商品	
141	○	株式会社みまつ食品	群馬県	調理冷凍食品	
142		株式会社 明治	東京都	キャンディ・キャラメル、チョコレート、チーズ・バター、冷凍食品、果実・野菜飲料、スポーツ飲料、ミネラルウォーター、レトルト食品	茶系飲料、果実・野菜飲料、コーヒー飲料、スポーツ飲料、ミネラルウォーター
143	○	名糖産業株式会社	愛知県	キャンディ・キャラメル	キャンディ・キャラメル
144	○	株式会社メリーチョコレートカンパニー	東京都	ビスケット・クッキー、焼菓子・油菓子、マロングラッセ、容器入りゼリー	
145	○	本村製菓株式会社	佐賀県	焼菓子・油菓子	
146		森永製菓株式会社	東京都	キャンディ・キャラメル、ビスケット・クッキー	
147		森永乳業株式会社	東京都	チーズ・バター、冷凍食品、ヨーグルト、デザート、インスタントクリーミングパウダー、スキムミルク、れん乳、栄養調整粉末、調製粉乳、液乳、ゼリー飲料、栄養調整食品、DHA含有精製魚油加工食品、清涼飲料水、サプリメント、クリーム、ヨーグルト、ミックス、粉乳	チーズ・バター、ヨーグルト、デザート、インスタントクリーミングパウダー、スキムミルク、れん乳、栄養調整粉末、調製粉乳、液乳、ゼリー飲料、栄養調整食品、DHA含有精製魚油加工食品、清涼飲料水、サプリメント、クリーム、ヨーグルト、ミックス、粉乳
148		(株) 山内本店	熊本県	調味料	
149	○	有限会社山口こうじ店	福島県	調味料 ※風味調味料を除く、漬け物	調味料 ※風味調味料を除く
150		ヤマザキビスケット株式会社	東京都	チョコレート、ビスケット・クッキー、スナック	
151		株式会社山田養蜂場本社	岡山県	いわゆる健康食品、はちみつ、はちみつ加工品、総菜など	いわゆる健康食品、はちみつ、はちみつ加工品、総菜など
152		株式会社やまと蜂蜜	奈良県	シロップ類、濃縮コーヒー等	
153	○	山芳製菓株式会社	東京都	スナック	
154		有楽製菓 (株)	東京都	チョコレート	チョコレート
155		雪和食品 (株)	千葉県	パン粉、片栗粉	
156		(株) ゆめデリカ	広島県	調味料	
157		よつ葉乳業株式会社	北海道	チーズ・バター	
158		米屋株式会社	千葉県	菓子(羊羹、どら焼、焼菓子、水羊羹、ゼリー、大福、まんじゅう、最中)	
159		ライフフーズ (株)	東京都	冷凍食品	
160	○	有限会社リキ・コーポレーション	神奈川県	その他加工食品 ※飲料、菓子、風味調味料、レトルト食品、缶詰、びん詰を除く	
161		株式会社 ロッテ	東京都	キャンディ・キャラメル、チョコレート、ビスケット・クッキー、洋菓子	チョコレート、洋菓子

No.	新規掲載	社名	本社所在地
1	○	相浦缶詰株式会社	長崎県
2	○	赤城食品株式会社	群馬県
3		芥川製菓株式会社	東京都
4		アサヒ飲料(株)	東京都
5		旭松食品株式会社	大阪府
6		味の素冷凍食品株式会社	東京都
7		(株)新野屋	新潟県
8		イケダ食品(株)	熊本県
9	○	イセデリカ株式会社	茨城県
10		イトメン(株)	兵庫県
11	○	株式会社稲庭うどん小川	秋田県
12		井村屋(株)	三重県
13		岩塚製菓(株)	新潟県
14		株式会社ウーケ	富山県
15		エイコウ商事(株)	石川県
16		江崎グリコ株式会社	大阪府
17	○	株式会社エス・ティ・フーズ	新潟県
18		大分乾物有限会社	大分県
19		大平食品(株)	長崎県
20	○	沖縄県農業協同組合	沖縄県
21		オタフクソース株式会社	広島県
22		カクサン食品株式会社	広島県
23	○	カゴメ株式会社	愛知県
24		(有)笠原製菓	東京都
25		春日井製菓(株)	愛知県
26		上総屋商事(株)	静岡県
27	○	加藤産業株式会社	兵庫県
28		(株)かねます食品	大阪府
29		河村醤油(株)	山口県
30		神田味噌醤油醸造場	山口県
31	○	カンロ株式会社	東京都
32	○	キーコーヒー株式会社	東京都
33		キッコーマン食品(株)	東京都
34	○	株式会社木の屋石巻水産	宮城県
35		株式会社紀文食品	東京都
36		(株)木村九商店	京都府
37		(株)木村食品	千葉県
38		キューピー株式会社	東京都
39		(株)極洋	東京都
40		キリンビバレッジ(株)	東京都
41		菌興椎茸協同組合	鳥取県
42		熊本製粉(株)	熊本県
43		クラレイ(株)	福岡県
44	○	株式会社クリハラ	群馬県
45		(株)栗山米菓	新潟県
46		群馬製粉(株)	群馬県
47		コーミ株式会社	愛知県
48		(株)小嶋屋総本店	新潟県
49		小玉醸造(株)	秋田県
50	○	こだま食品株式会社	広島県
51		(株)坂田信夫商店	高知県
52		酒田米菓(株)	茨城県
53		さくら製菓株式会社	新潟県
54	○	佐須一商店	茨城県



No.	新規掲載	社名	本社所在地
55		(株) 真田	京都府
56	○	讃岐罐詰株式会社	香川県
57	○	株式会社サラダクラブ	東京都
58	○	株式会社山陰堂	山口県
59		三共食品(株)	静岡県
60	○	三幸製菓株式会社	新潟県
61		(株) 三星	青森県
62		讃陽食品工業(株)	香川県
63		三和缶詰(株)	山形県
64		株式会社ジェイエイビレッジ佐賀	佐賀県
65		清水食品(株)	静岡県
66	○	ジャパンフーズ株式会社	千葉県
67		(株) 酒悦	東京都
68	○	株式会社 主計物産	福岡県
69		正栄食品工業(株)	東京都
70	○	白石興産株式会社	宮城県
71		(有) 信州物産	長野県
72		(株) 真誠	愛知県
73	○	株式会社末広製菓	新潟県
74	○	株式会社スドージャム	長野県
75	○	株式会社 角南製造所	岡山県
76		(株) 扇雀館本舗	大阪府
77	○	株式会社 大福食品工業	長野県
78	○	株式会社タイム缶詰	岩手県
79		(株) 高木商店	茨城県
80	○	株式会社チェリオコーポレーション	京都府
81	○	株式会社知久	静岡県
82		ちば醤油(株)	千葉県
83		株式会社中央軒煎餅	東京都
84	○	中央製乳株式会社	愛知県
85		チョコー醤油(株)	長崎県
86		(株) 津田商店 釜石食品工場	岩手県
87	○	株式会社デルタインターナショナル	東京都
88		株式会社テンヨ武田	山梨県
89		東京アート(株)	東京都
90		東洋ライス(株)	和歌山県
91		中一こんぶ館	山形県
92		株式会社ナガイのり	東京都
93		(有) 永井萬治商店	東京都
94		(有) 中島食品	長崎県
95	○	株式会社 夏目製菓	愛知県
96	○	株式会社ナニワ	愛知県
97	○	南州農場株式会社	鹿児島県
98		ニコニコのり(株)	大阪府
99	○	西日本理研株式会社	福岡県
100	○	日清シスコ株式会社	東京都、大阪府
101	○	株式会社ニッポン	東京都
102		日本ハム(株)	大阪府
103		日本果実工業(株)	山口県
104	○	日本罐詰株式会社	北海道
105		株式会社ニッスイ	東京都
106		(株) にんべん	東京都
107		(株) パイオニア企画	神奈川県
108		はごろもフーズ株式会社	静岡県

No.	新規掲載	社名	本社所在地
109		林兼産業（株）	山口県
110		（株）坂角総本舗	愛知県
111		ハンター製菓株式会社	東京都
112		ヒガシマル醤油（株）	兵庫県
113	○	有限会社樋口醸造店	北海道
114		日の出屋製菓産業株式会社	富山県
115		（株）日乃本米菓製造	栃木県
116		株式会社 平山商会	愛知県
117		（株）フードレーベル	埼玉県
118		福泉産業株式会社	静岡県
119		プリムイソベン（株）	愛知県
120		ブンセン（株）	兵庫県
121		株式会社ベルサンテ	群馬県
122		（株）北越	富山県
123		北陸製菓株式会社	石川県
124	○	北海道エア・ウォーター・アグリ株式会社十勝更別工場	北海道
125		ホッピービバレッジ（株）	東京都
126		株式会社ホテイフーズコーポレーション	静岡県
127	○	ぼんち株式会社	大阪府
128		前島食品（株）	兵庫県
129		有限会社 松田卯之七商店	新潟県
130		（株）松田製粉	宮城県
131		松本製菓（株）	大阪府
132	○	株式会社マメックス	岐阜県
133		マルエ醤油（株）	福岡県
134		マルシン食品（株）	新潟県
135		（株）マルシンフーズ	栃木県
136	○	株式会社マルタイ	福岡県
137		マルハニチロ株式会社	東京都
138		丸菱食品（株）	山形県
139		丸美屋食品工業（株）	東京都
140		丸世製粉合名会社	山口県
141		株式会社丸米製菓	富山県
142		（株）万直商店	千葉県
143		三島食品（株）	広島県
144		（株）Mr.カンカン	奈良県
145		三井農林（株）	東京都
146		（株）ミツウロコビバレッジ	東京都
147	○	三菱食品株式会社	東京都
148		（株）ミツヤ	福岡県
149	○	株式会社峰村商店	新潟県
150	○	株式会社みまつ食品	群馬県
151		宮坂米菓（株）	埼玉県
152	○	名糖産業株式会社	愛知県
153		株式会社メリーチョコレートカンパニー	東京都
154	○	モガミフーズ株式会社	山形県
155		（株）本長	山形県
156	○	本村製菓株式会社	佐賀県
157	○	森井食品株式会社	奈良県
158	○	森永乳業株式会社	東京都
159	○	守山乳業株式会社	神奈川県
160	○	モロゾフ株式会社	兵庫県
161		（株）山内本店	熊本県
162	○	有限会社山口こうじ店	福島県

安全係数を80%以上で運用しているメーカー 2023年12月25日現在

No.	新規掲載	社名	本社所在地
163		株式会社山田養蜂場本社	岡山県
164	○	株式会社やまと蜂蜜	奈良県
165		ヤマモリ (株)	三重県
166		有楽製菓株式会社	東京都
167		雪和食品 (株)	千葉県
168		(株) 与板製麺所	新潟県
169	○	米屋株式会社	千葉県
170		ライフフーズ (株)	東京都
171	○	有限会社リキ・コーポレーション	神奈川県
172		(株) レーマン	千葉県
173		株式会社 ロッテ	東京都
174		ワースワン株式会社	大阪府
175		ワダカン株式会社	青森県

フードバンクや子ども食堂に食品を提供している食品メーカー 2023年12月25日現在

No.	新規掲載	社名	本社所在地
1	○	相浦缶詰株式会社	長崎県
2		青柳食品（株）	千葉県
3		芥川製菓株式会社	東京都
4		（株）朝日	神奈川県
5		アサヒ飲料（株）	東京都
6		アサヒグループ食品株式会社	東京都
7		旭松食品株式会社	大阪府
8	○	株式会社味のちぬや	香川県
9		味の素AGF（株）	東京都
10	○	アスザックフーズ株式会社	長野県
11		（株）アヤベ洋菓子	埼玉県
12		有田食品株式会社	和歌山県
13		アヲハタ株式会社	広島県
14	○	石田缶詰株式会社	静岡県
15	○	イセデリカ株式会社	茨城県
16	○	一正蒲鉾株式会社	新潟県
17	○	イトウ製菓（株）	東京都
18	○	株式会社稲庭うどん小川	秋田県
19		井村屋（株）	三重県
20	○	江崎グリコ株式会社	大阪府
21		エスピー食品株式会社	東京都
22		エバラ食品工業株式会社	神奈川県
23	○	オークラ製菓（株）	熊本県
24	○	沖縄県農業協同組合	沖縄県
25		オリバーソース（株）	兵庫県
26		尾張製粉株式会社	愛知県
27		カゴメ株式会社	愛知県
28	○	加藤産業株式会社	兵庫県
29		カドウフーズ（株）	北海道
30		カバヤ食品（株）	岡山県
31		カルビー株式会社	東京都
32		カンロ株式会社	東京都
33	○	キーコーヒー株式会社	東京都
34		キッコーマン食品（株）	東京都
35		キュービー株式会社	東京都
36		（株）京まろん 天草工場	熊本県
37		キリンビバレッジ（株）	東京都
38	○	キリンホールディングス株式会社	東京都
39		熊本製粉（株）	熊本県
40	○	株式会社クリハラ	群馬県
41		（株）栗山米菓	新潟県
42	○	コカ・コーラ協会(日本コカ・コーラ株式会社、コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社)	東京都
43		国分グループ本社株式会社	東京都
44		こだま食品（株）	広島県
45	○	さくら製菓株式会社	新潟県
46	○	佐須一商店	茨城県
47		サッポロビール株式会社	東京都
48	○	讃岐罐詰株式会社	香川県
49		（株）讃岐物産	香川県
50		（株）沢製麺	長野県
51		三育フーズ（株）	千葉県
52		サンハウス食品（株）	愛知県

No.	新規掲載	社名	本社所在地
53	○	柴沼醤油醸造株式会社	茨城県
54		清水食品（株）	静岡県
55		ジャパンフーズ株式会社	千葉県
56	○	ジャパンフリトレー（株）	茨城県
57		正栄食品工業（株）	東京都
58	○	白石興産株式会社	宮城県
59		（有）信州物産	長野県
60		（株）真誠	愛知県
61		大東カカオ株式会社	東京都
62		ダイドードリンコ株式会社	大阪府
63	○	株式会社 大福食品工業	長野県
64	○	株式会社タイム缶詰	岩手県
65		（株）旅がらす本舗清月堂	群馬県
66	○	株式会社チェリオコーポレーション	京都府
67	○	株式会社知久	静岡県
68	○	中央製乳株式会社	愛知県
69		チョコ醤油（株）	長崎県
70	○	株式会社デリモ	埼玉県
71	○	株式会社デルタインターナショナル	東京都
72	○	東京アライドコーヒーロースターズ株式会社	神奈川県
73		堂本製菓（株）	神奈川県
74		トモエ乳業（株）	茨城県
75		鳥居食品（株）	静岡県
76		中一こんぶ館	山形県
77		永井海苔（株）	愛知県
78		（株）永谷園ホールディングス	東京都
79	○	ナカモ株式会社	愛知県
80		日清オイリオグループ（株）	東京都
81	○	日清シスコ株式会社	東京都、大阪府
82		日清食品株式会社	東京都、大阪府
83		日清食品ホールディングス（株）	東京都、大阪府
84		日清製粉ウェルナ	東京都
85		株式会社ニッポン	東京都
86	○	日本ケロッグ合同会社	東京都
87		株式会社ニッスイ	東京都
88	○	株式会社ノースイ	東京都
89		ハウスウェルネスフーズ（株）	兵庫県
90		ハウス食品株式会社	東京都、大阪府
91		株式会社はくばく	山梨県
92		はごろもフーズ株式会社	静岡県
93	○	ハチ食品（株）	大阪府
94		林兼産業（株）	山口県
95		日の出屋製菓産業株式会社	富山県
96	○	株式会社 平山商会	愛知県
97		ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社	愛知県
98	○	株式会社ホテイフーズコーポレーション	静岡県
99	○	ぼんち株式会社	大阪府
100		株式会社マルタイ	福岡県
101		マルハニチロ株式会社	東京都
102		三島食品（株）	広島県
103		株式会社Mizkan	愛知県
104		三菱食品株式会社	東京都

フードバンクや子ども食堂に食品を提供している食品メーカー 2023年12月25日現在

No.	新規掲載	社名	本社所在地
105		(株) ミツヤ	福岡県
106		(株) 源	富山県
107	○	株式会社みまつ食品	群馬県
108		株式会社 明治	東京都
109	○	名糖産業株式会社	愛知県
110	○	株式会社メリーチョコレートカンパニー	東京都
111	○	モガミフーズ株式会社	山形県
112	○	本村製菓株式会社	佐賀県
113		森永製菓株式会社	東京都
114		森永乳業株式会社	東京都
115	○	守山乳業株式会社	神奈川県
116		(株) 山内本店	熊本県
117	○	有限会社山口こうじ店	福島県
118		山田製菓(株)	愛知県
119		株式会社山田養蜂場本社	岡山県
120	○	山梨罐詰株式会社	静岡県
121	○	ユウキ食品株式会社	東京都
122	○	雪印メグミルク(株)	東京都
123		雪和食品(株)	千葉県
124		よつ葉乳業株式会社	北海道
125	○	米屋株式会社	千葉県
126	○	有限会社リキ・コーポレーション	神奈川県
127		株式会社 ロッテ	東京都
128		(株) 和晃	京都府

常温加工食品をフードバンクに提供等行っている事業者（小売業等） 2023年12月25日現在

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地
1		1	総合スーパー	イオン九州 株式会社	福岡県
2	○	1	総合スーパー	イオンスーパーセンター株式会社	岩手県
3		1	総合スーパー	イオン琉球（株）	沖縄県
4		1	総合スーパー	（株）平和堂	滋賀県
5	○	2	食品スーパー	株式会社 アスタラビスタ	福岡県
6	○	2	食品スーパー	アルビス株式会社	富山県
7		2	食品スーパー	イオンマーケット（株）	東京都
8		2	食品スーパー	（株）いちやまマート	山梨県
9		2	食品スーパー	株式会社ウオロク	新潟県
10		2	食品スーパー	（株）オークワ	和歌山県
11		2	食品スーパー	（株）カスミ	茨城県
12		2	食品スーパー	㈱カワベ	兵庫県
13	○	2	食品スーパー	株式会社京阪ザ・ストア	大阪府
14		2	食品スーパー	（株）神戸物産	兵庫県
15		2	食品スーパー	（株）シェルガーデン	東京都
16	○	2	食品スーパー	株式会社スーパーラック	静岡県
17	○	2	食品スーパー	株式会社 スーパー細川	大分県
18		2	食品スーパー	株式会社スズキヤ	神奈川県
19		2	食品スーパー	（株）静鉄ストア	静岡県
20		2	食品スーパー	相鉄ローゼン株式会社	神奈川県
21		2	食品スーパー	（株）天満屋ストア	岡山県
22	○	2	食品スーパー	株式会社東美	長崎県
23		2	食品スーパー	（株）トキハイダストリー	大分県
24		2	食品スーパー	株式会社ドミー	愛知県
25		2	食品スーパー	（株）ハツトリー	宮崎県
26		2	食品スーパー	原信ナルスオペレーションサービス（株）	新潟県
27		2	食品スーパー	（株）ヒラキストア	富山県
28		2	食品スーパー	株式会社フレスタ（株）フレスタホールディングス	広島県
29	○	2	食品スーパー	㈱ベルジョイス	岩手県
30		2	食品スーパー	北辰商事（株）ロヂャース	埼玉県
31	○	2	食品スーパー	北雄ラッキー株式会社	北海道
32		2	食品スーパー	マックスバリュ西日本株式会社	広島県
33		2	食品スーパー	株式会社 マルイ	岡山県
34	○	2	食品スーパー	株式会社 マルエツ	東京都
35		2	食品スーパー	（株）丸久	山口県
36		2	食品スーパー	（株）丸大	沖縄県
37	○	2	食品スーパー	丸高商事 株式会社	長崎県
38		2	食品スーパー	（株）マルハチ	静岡県
39		2	食品スーパー	（株）みしまや	鳥根県
40	○	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県
41	○	2	食品スーパー	（株）モリワキ	北海道
42		2	食品スーパー	（株）ヤオコー	埼玉県
43	○	2	食品スーパー	株式会社ヤスサキ	福井県
44		2	食品スーパー	（株）ユアーズ・バリュウ	山口県
45	○	2	食品スーパー	株式会社 ライフコーポレーション	大阪府

常温加工食品をフードバンクに提供等行っている事業者（小売業等） 2023年12月25日現在

No.	新規掲載	業態ID	業態	社名	本社所在地
46		2	食品スーパー	株式会社ラルズ	北海道
47		2	食品スーパー	(株) リパティ長岡	京都府
48		3	生活協同組合	いばらきコープ生活同協同組合	茨城県
49		3	生活協同組合	大阪いずみ市民生活協同組合	大阪府
50		3	生活協同組合	京都生活協同組合	京都府
51		3	生活協同組合	こうち生活協同組合	高知県
52		3	生活協同組合	生活協同組合コープあいち	愛知県
53		3	生活協同組合	生活協同組合コープあいづ	福島県
54		3	生活協同組合	生活協同組合コープいしかわ	石川県
55		3	生活協同組合	生活協同組合 コープおおいた	大分県
56	○	3	生活協同組合	生活協同組合おおさかバルコープ	大阪府
57		3	生活協同組合	生活協同組合コープぎふ	岐阜県
58		3	生活協同組合	生活協同組合コープこうべ	兵庫県
59	○	3	生活協同組合	コープさが生活協同組合	佐賀県
60		3	生活協同組合	生活協同組合コープ自然派しこく	徳島県
61	○	3	生活協同組合	コープデリ生活協同組合連合会	埼玉県
62		3	生活協同組合	コープ東北サンネット事業連合	宮城県
63		3	生活協同組合	生活協同組合コープみえ	三重県
64		3	生活協同組合	生活協同組合コープみらい	埼玉県
65		3	生活協同組合	生活協同組合コープやまぐち	山口県
66		3	生活協同組合	生活協同組合しまね	島根県
67		3	生活協同組合	生活協同組合コープみらい	埼玉県
68	○	3	生活協同組合	生活クラブ生活協同組合 茨城	茨城県
69		3	生活協同組合	生活クラブ生活協同組合 栃木	栃木県
70		3	生活協同組合	生活同協同組合コープながの	長野県
71		3	生活協同組合	東都生活協同組合	東京都
72	○	3	生活協同組合	とちぎコープ生活協同組合	栃木県
73		3	生活協同組合	鳥取県生活協同組合	鳥取県
74	○	3	生活協同組合	トヨタ生活協同組合	愛知県
75		3	生活協同組合	生活協同組合パルシステム千葉	千葉県
76	○	3	生活協同組合	生活協同組合パルシステム茨城 栃木	茨城県
77	○	3	生活協同組合	生活協同組合パルシステム群馬	群馬県
78		3	生活協同組合	福井県民生活協同組合	福井県
79		4	コンビニエンスストア	(株) セブン-イレブン・ジャパン	東京都
80		4	コンビニエンスストア	株式会社ファミリーマート	東京都
81		4	コンビニエンスストア	株式会社ローソン	東京都
82		7	その他	(株) 沖縄ポッカコーポレーション	沖縄県
83		7	その他	加藤貿易 (株)	東京都
84		7	その他	シーフォー (株)	大阪府
85	○	7	その他	三馬食品 (株)	香川県



日配品をフードバンクや子ども食堂に提供している小売業 2023年12月25日現在

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地
1	2	食品スーパー	株式会社エスマート	鳥取県
2	2	食品スーパー	株式会社グリーンストア	鹿児島県
3	2	食品スーパー	西條商事株式会社	広島県
4	2	食品スーパー	食鮮館タイヨー	静岡県
5	2	食品スーパー	(株)道南ラルズ	北海道
6	2	食品スーパー	(株)ハマヤ	高知県
7	2	食品スーパー	株式会社 パリヤ	滋賀県
8	2	食品スーパー	マックスバリュ西日本	広島県
9	2	食品スーパー	株式会社マルイ	新潟県
10	2	食品スーパー	株式会社マルエツ	東京都
11	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県
12	3	生活協同組合	グリーンコープ生活協同組合おかやま	岡山県
13	3	生活協同組合	生活クラブ生活協同組合栃木	栃木県
14	3	生活協同組合	生活協同組合おおさかパルコープ	大阪府
15	3	生活協同組合	生活協同組合パルシステム茨城 栃木	茨城県
16	3	生活協同組合	生活協同組合パルシステム群馬	群馬県
17	5	ドラッグストア・薬局	株式会社サンキュードラッグ	福岡県

<記号の見方>

◎：実施済、○：実施予定（実施時期確定）、△：実施予定（実施時期未確定）

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ麺	袋麺	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
13	2	食品スーパー	(株)カスミ	茨城県	◎	◎	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
21	2	食品スーパー	(株)ジョイフルサンアルファ	長崎県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
36	2	食品スーパー	(株)丸久	山口県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
61	7	その他	(株)福田屋百貨店	栃木県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
4	2	食品スーパー	アルタフーズ	佐賀県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
6	2	食品スーパー	イスマ商事株式会社	熊本県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
45	3	生活協同組合	コープさが生活協同組合	佐賀県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
17	2	食品スーパー	サミット株式会社	東京都	△	△	◎	◎	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、嗜好品（コーヒー・茶類）	
51	3	生活協同組合	とちぎコープ生活協同組合（コープデリグループ）	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
52	3	生活協同組合	トヨタ生活協同組合	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
32	2	食品スーパー	マックスバリュ関東株式会社	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
3	2	食品スーパー	株式会社 アスタラビスタ	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
24	2	食品スーパー	株式会社 スーパー細川	大分県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
57	5	ドラッグストア・薬局	株式会社 ナガタ薬品	兵庫県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
1	1	総合スーパー	株式会社 フジ・リテイリング	愛媛県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
33	2	食品スーパー	株式会社 マルイ	岡山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
35	2	食品スーパー	株式会社 マルエツ	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
42	2	食品スーパー	株式会社 ワイズマート	千葉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、酪品、その他	
9	2	食品スーパー	株式会社 伊徳	秋田県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
26	2	食品スーパー	株式会社 台信商店	熊本県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
11	2	食品スーパー	株式会社 Aコープ九州	福岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	

<記号の見方>

◎：実施済、○：実施予定（実施時期確定）、△：実施予定（実施時期未確定）

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ麺	袋麺	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
20	2	食品スーパー	株式会社JAおきなわAコープ	沖縄県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
2	2	食品スーパー	株式会社アオキスーパー	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、ジャム、香辛料、インスタントコーヒー、レギュラーコーヒー	
55	5	ドラッグストア・薬局	株式会社イチワタ	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
10	2	食品スーパー	株式会社ウオロク	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
15	2	食品スーパー	株式会社キムラ	山形県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
19	2	食品スーパー	株式会社サンプラザ	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
58	6	ホームセンター	株式会社ジュテンドー	島根県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰	
22	2	食品スーパー	株式会社スーパーナショナル	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
23	2	食品スーパー	株式会社スーパーラック	静岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
59	6	ホームセンター	株式会社タカミ	鹿児島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
27	2	食品スーパー	株式会社ドミー	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
28	2	食品スーパー	株式会社とりせん	群馬県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
29	2	食品スーパー	株式会社ヒダカヤ	和歌山県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
53	4	コンビニエンスストア	株式会社ファミリーマート	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
30	2	食品スーパー	株式会社フレスタ（（株）フレスタホールディングス）	広島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
34	2	食品スーパー	株式会社マルイ	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
39	2	食品スーパー	株式会社ヤササキ	福井県	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、その他	
40	2	食品スーパー	株式会社やまか	神奈川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
41	2	食品スーパー	株式会社ラルズ	北海道	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
54	4	コンビニエンスストア	株式会社ローソン	東京都	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
7	2	食品スーパー	株式会社一号館	三重県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
8	2	食品スーパー	株式会社一小イチコ	新潟県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	

<記号の見方>

◎：実施済、○：実施予定（実施時期確定）、△：実施予定（実施時期未確定）

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地	清涼飲料	菓子（賞味期間180日以上）	カップ麺	袋麺	レトルト食品	その他	具体的品目	備考
12	2	食品スーパー	株式会社遠鉄ストア	静岡県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
16	2	食品スーパー	株式会社銀ビルストア	兵庫県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
18	2	食品スーパー	株式会社三栄	佐賀県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
5	2	食品スーパー	株式会社石原	千葉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
14	2	食品スーパー	㈱カワバ	兵庫県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
31	2	食品スーパー	㈱ベルジョイス	岩手県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
37	2	食品スーパー	丸高商事 株式会社	長崎県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
44	3	生活協同組合	京都生活協同組合	京都府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
38	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	スープ、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
60	7	その他	清水商事株式会社	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
50	3	生活協同組合	生活協同組合 東海コープ事業連合	愛知県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
47	3	生活協同組合	生活協同組合コープえひめ	愛媛県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
48	3	生活協同組合	生活協同組合コープみらい	埼玉県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
46	3	生活協同組合	生活協同組合コープやまぐち	山口県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品、その他	
49	3	生活協同組合	全日本海員生活協同組合	神奈川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、冷凍食品、その他	
25	2	食品スーパー	相鉄ローゼン株式会社	神奈川県	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
43	3	生活協同組合	大阪いずみ市民生活協同組合	大阪府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、水産加工品、冷凍食品	
56	5	ドラッグストア・薬局	内山薬品株式会社	京都府	◎	◎	◎	◎	◎	◎	調味料、スープ、缶詰、その他	

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地	パン	豆腐、油揚げ類	練り物加工品	納豆	牛乳	ヨーグルト	洋菓子	魚肉加工品	惣菜
1	1	総合スーパー	株式会社イズミ	広島県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	1	総合スーパー	株式会社イトーヨーカ堂	東京都									○
3	1	総合スーパー	㈱フジ・リテイリング	愛媛県	○						○		○
4	2	食品スーパー	株式会社石原	千葉県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
5	2	食品スーパー	株式会社Aコープ九州	福岡県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
6	2	食品スーパー	株式会社エコープ東日本	群馬県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
7	2	食品スーパー	株式会社エスマート	鳥取県	○	○	○	○				○	○
8	2	食品スーパー	株式会社オータニ	栃木県	○						○		○
9	2	食品スーパー	株式会社グリーンストア	鹿児島県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
10	2	食品スーパー	株式会社三栄	佐賀県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11	2	食品スーパー	食鮮館タイヨー	静岡県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
12	2	食品スーパー	スーパーナショナル	大阪府	○	○					○		○
13	2	食品スーパー	株式会社 台信商店	熊本県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
14	2	食品スーパー	東武ストア	東京都	○	○	○	○	○	○	○	○	○
15	2	食品スーパー	株式会社戸村精肉本店	宮崎県	○	○	○				○		○
16	2	食品スーパー	株式会社とりせん	群馬県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
17	2	食品スーパー	㈱ハマヤ	高知県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
18	2	食品スーパー	株式会社ヒダカヤ	和歌山県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
19	2	食品スーパー	株式会社フード福井	福井県			○	○	○	○	○	○	
20	2	食品スーパー	マックスバリュ関東株式会社	東京都							○		
21	2	食品スーパー	(株) 松葉屋	長崎県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
22	2	食品スーパー	株式会社マルイ	新潟県									○
23	2	食品スーパー	株式会社マルエツ	東京都	○						○		○
24	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
25	2	食品スーパー	株式会社ヤマナカ	愛知県							○	○	○
26	2	食品スーパー	株式会社ユアーズ・バリュー	山口県			○	○	○	○	○	○	○
27	2	食品スーパー	株式会社ライフコーポレーション	大阪府							○		
28	3	生活協同組合	京都生活協同組合	京都府	○	○	○	○		○	○	○	
29	3	生活協同組合	グリーンコープ生活協同組合おかやま	岡山県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
30	3	生活協同組合	コープさが生活協同組合	佐賀県	○	○	○	○		○	○	○	○
31	3	生活協同組合	全日本海員生活協同組合	神奈川県						○	○		○
32	3	生活協同組合	とちぎコープ生活協同組合	埼玉県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
33	3	生活協同組合	トヨタ生活協同組合	愛知県	○							○	
34	3	生活協同組合	生活協同組合パルシステム群馬	群馬県	○	○	○	○	○	○	○	○	○
35	5	ドラッグストア・薬局	内山薬品株式会社	京都府	○								
36	5	ドラッグストア・薬局	株式会社サンキョードラッグ	福岡県	○	○	○	○	○	○	○	○	○

No.	社名	本社所在地	取引先に対する納品期限緩和の提案	取引先からの受注日の翌々日納品	休配日の設定
1	芥川製菓株式会社	東京都	○		
2	アサヒ飲料株式会社	東京都	○	○	
3	アサヒグループ食品株式会社	東京都	○	○	
4	旭松食品株式会社	大阪府	○	○	
5	株式会社味のちぬや	香川県		○	
6	味の素株式会社	東京都	○	○	○
7	味の素冷凍食品株式会社	東京都		○	○
8	アヲハタ株式会社	広島県	○	○	
9	飯田醤油株式会社	富山県			○
10	石田缶詰株式会社	静岡県		○	
11	株式会社稲庭うどん小川	秋田県	○		
12	江崎グリコ株式会社	大阪府	○	○	○
13	株式会社エス・ティ・フーズ	新潟県		○	
14	大分乾物有限会社	大分県		○	
15	大塚製菓株式会社	東京都		○	
16	沖縄県農業協同組合	沖縄県	○	○	○
17	オタフクソース株式会社	広島県	○	○	○
18	尾張製粉株式会社	愛知県	○	○	
19	カクサン食品株式会社	広島県	○	○	
20	カゴメ株式会社	愛知県		○	○
21	加藤産業株式会社	兵庫県	○	○	○
22	カルビー株式会社	東京都	○	○	○
23	カンロ株式会社	東京都	○	○	○
24	キーコーヒー株式会社	東京都		○	
25	株式会社北村商店	愛知県	○	○	
26	キュービー株式会社	東京都	○	○	○
27	キリンホールディングス株式会社	東京都	○	○	○
28	株式会社湖池屋	東京都			○
29	コカ・コーラ協会(日本コカ・コーラ株式会社、コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社)	東京都	○	○	○
30	国分グループ本社株式会社	東京都		○	○
31	こだま食品株式会社	広島県	○	○	○
32	ゴンチャロフ製菓株式会社	兵庫県			○
33	榎坂田信夫商店	高知県		○	
34	佐賀海苔株式会社	佐賀県		○	○
35	さくら製菓株式会社	新潟県	○	○	
36	佐須一商店	茨城県		○	
37	讃岐罐詰株式会社	香川県			○
38	株式会社サラダクラブ	東京都	○	○	
39	三幸製菓株式会社	新潟県	○	○	○
40	サントリー食品インターナショナル(株)	東京都	○	○	○
41	株式会社ジェイエイベレッジ佐賀	佐賀県	○	○	○
42	株式会社J A フーズさが	佐賀県	○		
43	ジャパンフーズ株式会社	千葉県	○	○	○
44	株式会社 主計物産	福岡県	○	○	
45	白石興産株式会社	宮城県		○	
46	株式会社末広製菓	新潟県	○	○	
47	株式会社スドージャム	長野県		○	○
48	株式会社 角南製造所	岡山県		○	
49	大東カカオ株式会社	東京都	○		
50	株式会社タイム缶詰	岩手県		○	
51	株式会社 高岡屋	東京都	○	○	
52	宝製菓株式会社	神奈川県	○		○
53	株式会社タツマ	静岡県		○	○
54	中央製乳株式会社	愛知県	○		
55	テーブルマーク株式会社	東京都	○		○
56	株式会社デリモ	埼玉県		○	○
57	株式会社デルタインターナショナル	東京都	○	○	
58	株式会社ナニワ	愛知県		○	
59	南州農場株式会社	鹿児島県	○	○	
60	西日本理研株式会社	福岡県		○	
61	日清シスコ株式会社	東京都、大阪府	○		
62	日清食品株式会社	東京都、大阪府	○	○	○
63	日清製粉ウェルナ	東京都	○	○	
64	株式会社ニッスイ	東京都	○	○	○

物流の改善に関する取り組みを行っている食品メーカー 2023年12月25日現在

No.	社名	本社所在地	取引先に対する納品期限緩和の提案	取引先からの受注日の翌々日納品	休配日の設定
65	株式会社ニッポン	東京都	○	○	
66	ハウス食品株式会社	東京都、大阪府	○	○	
67	株式会社はくばく	山梨県			○
68	はごろもフーズ株式会社	静岡県	○	○	
69	有限会社樋口醸造店	北海道	○	○	
70	日の出屋製菓産業株式会社	富山県		○	○
71	株式会社 平山商会	愛知県	○		
72	株式会社 ブルボン	新潟県	○	○	○
73	ホクレン農業協同組合連合会	北海道			○
74	ぼんち株式会社	大阪府		○	
75	株式会社マメックス	岐阜県	○	○	
76	有限会社マルオカ	愛知県	○	○	○
77	株式会社マルタイ	福岡県		○	
78	マルハニチロ株式会社	東京都		○	
79	株式会社丸米製菓	富山県		○	
80	株式会社Mizkan	愛知県	○	○	○
81	三菱食品株式会社	東京都	○	○	○
82	株式会社峰村商店	新潟県		○	
83	株式会社 明治	東京都	○	○	○
84	株式会社メリーチョコレートカンパニー	東京都	○		
85	森井食品株式会社	奈良県		○	
86	森永製菓株式会社	東京都	○	○	○
87	森永乳業株式会社	東京都			○
88	守山乳業株式会社	神奈川県	○	○	
89	山芳製菓株式会社	東京都	○	○	○
90	よつ葉乳業株式会社	北海道	○	○	○
91	米屋株式会社	千葉県		○	
92	有限会社リキコーポレーション	神奈川県		○	
93	株式会社 ロッテ	東京都	○	○	
94	ワースワン株式会社	大阪府		○	
95	ワダカン株式会社	青森県	○	○	
96	ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社	愛知県	○	○	

常温加工食品に関して物流の改善に関する取り組みを行っている小売業 2023年12月25日現在

(公表の対象は、常温加工食品について納品日の前々日発注、もしくは休配日の設定を実施している小売事業者である)

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地	納品日の前々日発注	休配日の設定
1	1	総合スーパー	イオン九州 株式会社	福岡県	○	
2	1	総合スーパー	イオンスーパーセンター株式会社	岩手県	○	
3	1	総合スーパー	株式会社 フジ・リテイリング	愛媛県	○	
4	2	食品スーパー	株式会社アオキスーパー	愛知県	○	○
5	2	食品スーパー	株式会社 アスタラビスタ	福岡県	○	○
6	2	食品スーパー	アルタフーズ	佐賀県		○
7	2	食品スーパー	株式会社石原	千葉県	○	
8	2	食品スーパー	イスマ商事株式会社	熊本県	○	
9	2	食品スーパー	株式会社一号館	三重県	○	
10	2	食品スーパー	株式会社 オータニ	栃木県		○
11	2	食品スーパー	(株)カワバ	兵庫県	○	○
12	2	食品スーパー	株式会社キムラ	山形県		○
13	2	食品スーパー	株式会社銀ビルストアー	兵庫県	○	○
14	2	食品スーパー	サミット株式会社	東京都	○	
15	2	食品スーパー	株式会社三栄	佐賀県		○
16	2	食品スーパー	株式会社JAおきなわAコープ	沖縄県	○	○
17	2	食品スーパー	(株) ジョイフルサンアルファ	長崎県		○
18	2	食品スーパー	株式会社スーパーナショナル	大阪府		○
19	2	食品スーパー	株式会社 スーパー細川	大分県	○	○
20	2	食品スーパー	相鉄ローゼン株式会社	神奈川県		○
21	2	食品スーパー	株式会社 台信商店	熊本県	○	○
22	2	食品スーパー	株式会社 東急ストア	東京都	○	○
23	2	食品スーパー	株式会社ドミー	愛知県		○
24	2	食品スーパー	株式会社ヒダカヤ	和歌山県		○
25	2	食品スーパー	株式会社ビッグ・エー	東京都	○	○
26	2	食品スーパー	株式会社フレスタ ( (株) フレスタホールディングス)	広島県		○
27	2	食品スーパー	マックスバリュ関東株式会社	東京都	○	
28	2	食品スーパー	マックスバリュ北陸株式会社	石川県	○	
29	2	食品スーパー	マックスバリュ西日本株式会社	広島県	○	
30	2	食品スーパー	株式会社 マルエツ	東京都		○
31	2	食品スーパー	(株)丸久	山口県	○	○
32	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県	○	○
33	2	食品スーパー	株式会社ヤスサキ	福井県	○	
34	3	生活協同組合	大阪いずみ市民生活協同組合	大阪府		○
35	3	生活協同組合	生活協同組合コープやまぐち	山口県	○	○
36	3	生活協同組合	生活協同組合 東海コープ事業連合	愛知県		○
37	3	生活協同組合	トヨタ生活協同組合	愛知県		○
38	4	コンビニエンスストア	株式会社ファミリーマート	東京都		○
39	4	コンビニエンスストア	株式会社ローソン	東京都		○
40	5	ドラッグストア・薬局	株式会社イチワタ	埼玉県		○
41	5	ドラッグストア・薬局	株式会社 サンドラッグ	東京都		○
42	5	ドラッグストア・薬局	株式会社村源	岩手県	○	○
43	7	その他	清水商事株式会社	大阪府	○	○
44	7	その他	(株) 福田屋百貨店	栃木県		○



日配品の物流の改善に関する取り組みを行っている小売業 2023年12月25日現在

(パン、豆腐、揚げ、納豆、牛乳、ヨーグルト、洋菓子、魚肉加工品、惣菜のいずれか1つ以上のカテゴリで実施している企業を掲載)

No.	業態ID	業態	社名	本社所在地	取引先に対する納品期限緩和	発注日の翌々日納品	休配日の設定
1	1	総合スーパー	株式会社イトーヨーカ堂	東京都	○	○	
2	2	食品スーパー	株式会社共栄商事	岡山県	○	○	○
3	2	食品スーパー	株式会社コモディイイダ	東京都		○	
4	2	食品スーパー	株式会社 台信商店	熊本県		○	○
5	2	食品スーパー	株式会社戸村精肉本店	宮崎県		○	
6	2	食品スーパー	株式会社ビッグ・エー	東京都		○	
7	2	食品スーパー	株式会社フード福井	福井県			○
8	2	食品スーパー	マックスバリュ西日本	広島県	○	○	○
9	2	食品スーパー	マックスバリュ北陸株式会社	石川県	○	○	
10	2	食品スーパー	マックスバリュ南東北株式会社	宮城県		○	
11	2	食品スーパー	(株) 松葉屋	長崎県		○	○
12	2	食品スーパー	株式会社マルイ	新潟県	○	○	○
13	2	食品スーパー	三次フードセンター株式会社	広島県	○	○	○
14	2	食品スーパー	株式会社ヤスサキ	福井県	○		
15	2	食品スーパー	株式会社ライフコーポレーション	大阪府		○	
16	3	生活協同組合	グリーンコープ生活協同組合おかやま	岡山県	○		○
17	3	生活協同組合	コープさが生活協同組合	佐賀県		○	
18	3	生活協同組合	生活クラブ生活協同組合 (岩手)	岩手県			○
19	3	生活協同組合	生活協同組合バルシステム茨城 栃木	茨城県			○
20	4	コンビニエンスストア	株式会社ファミリーマート	東京都		○	
21	7	その他	(株) 福田屋百貨店	栃木県		○	

## II 調査研究の実施結果

### 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

#### 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

##### (1) 目的

---

- 企業に社会性と成長の両立がこれまで以上に求められるなか、食品小売業にとり食品ロス削減はその双方に資するテーマとして、ますます重要性が高まっている。
- 本会合では先進事例を情報共有し、さらなる取り組みの促進を図るべく、意見交換を行った。

## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (2) 開催方法

---

#### ■ プログラム

- 1. 食品ロス削減の最新トピックス (13:30~13:50)  
農林水産省 大臣官房 新事業・食品産業部 外食・食文化課  
食品ロス・リサイクル対策室 課長補佐 浅浦 真二 氏
- 2. 食品ロス削減の調査・事例報告 (13:50~14:20)  
公益財団法人流通経済研究所 流通・店頭・環境部門  
副部門長・上席研究員 石川友博
- 3. ファミリーマートのサステナビリティと食品ロス削減 (仮題) (14:20~14:40)  
株式会社ファミリーマート マーケティング本部  
サステナビリティ推進部 環境推進グループ  
マネジャー 原田 公雄 氏
- 4. コープみらいの食品ロス削減の取り組み (仮題) (14:40~15:00)  
生活協同組合コープみらい 商品業務管理  
執行役員 三田 謙二 氏
- 5. 意見交換・質疑応答 (15:00~16:00)  
参加者全員で意見交換や質疑応答を実施

## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (2) 開催方法

---

#### ■ 日時・会場

- 第1回  
令和6年2月1日(木) 13:30~16:00 開場13:00  
TKP東京駅カンファレンスセンター カンファレンスルーム12C  
東京都中央区八重洲1-8-16 新槇町ビル  
(Zoomによるライブ配信も同時開催)
- 第2回  
令和6年2月14日(水) 13:30~16:00 開場13:00  
TKP東京駅カンファレンスセンター カンファレンスルーム12C  
東京都中央区八重洲1-8-16 新槇町ビル  
(Zoomによるライブ配信も同時開催)

■ 対象者：食品を扱う小売業の方限定

■ 参加費：いずれも無料

## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (3) 実施結果

#### お申込み数

－ 第1回：34名、第2回：24名、合計：58名

#### 参加企業

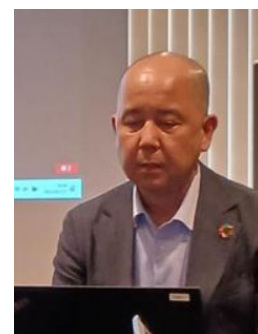
株式会社イズミ	株式会社マルイ
株式会社いなげや	株式会社マルエツ
いばらきコープ 生活協同組合	株式会社マルキョウ
株式会社遠鉄ストア	ミニストップ株式会社
株式会社Olympic	ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社
コープデリ生活協同組合連合会	アクシアルリテイリング株式会社
株式会社さとう	イオンサヴール株式会社
株式会社サンエー	株式会社サンキュードラッグ
株式会社スギ薬局	生活協同組合コープこうべ
生活協同組合ユーコープ	全日本食品株式会社
株式会社とりせん	株式会社デリシア
日本生活協同組合連合会	株式会社東急ストア
株式会社パスポート	日本経済新聞社
株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス	株式会社 パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス
株式会社ファミリーマート	株式会社万代
株式会社ベルク	株式会社南九州ファミリーマート
まいばすけっと株式会社	両備ホールディングス株式会社

## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (3) 実施結果

当日は、実際の会場での開催と同時に、ウェブ配信形式でも実施した。

#### 当日の様子



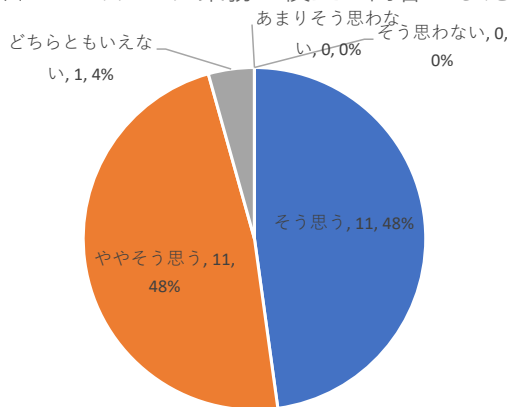
## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (3) 実施結果

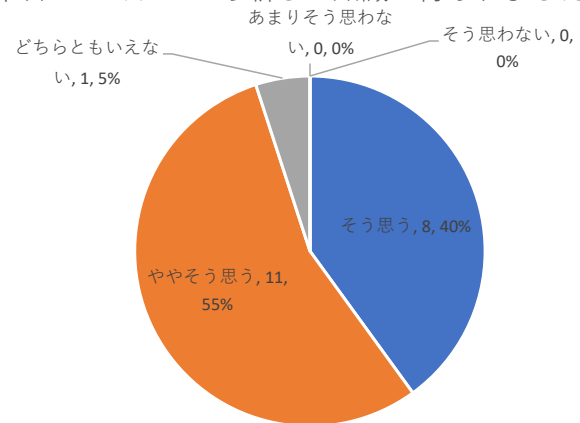
- 聴講者アンケートの結果からは、高い満足度が示された。
- 参加者の96%が、プログラム内容が業務に役立つとか、やや役立つと思ったと回答した。
- また、参加者の95%が新しい知識を得たと感じた、もしくはやや感じたと回答した。

#### 聴講者アンケートの結果

本日のセミナーは業務に役立つ内容でしたか



本日のセミナーから新しい知識が得られましたか



## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (3) 実施結果

- 参加者は「事例紹介や意見交換を通じて、様々な取り組みを知ることができた」、「店舗や公式ウェブサイトだけでは分からない情報を質問を通して知ることができ、自らの想いや悩みを共有できた」としており、参加者同士が理解を深め、より良い実践に向けた示唆が得られた様子である。

#### 聴講者の方から寄せられた主な感想

分類	内容
全般	食品ロスについて、まだまだ取り組みをしないといけないことを再認識しました。 小売業として取り組むとともに、消費者の意識を変えるための働きかけが重要だと感じました。引き続き取り組んでいきたいです。 自社で未だに取組んでいない事例や取組に対する発想の違いがあり大変参考になりました。
事例紹介	食品ロス削減について多方面からの話題があり、学びがありました。 ファミリーマート様、コープデリ様の事例紹介がとても参考になりました。 他企業さんの取り組み状況なども知ることができ、勉強になりました。企業単体の努力による削減はある程度に達していて、今後は企業間の捻れの見直しが必要であることが分かりました。 他社様の、それも同業である小売業の方の取組みを知ることができ、大変有意義でした。 店舗やHPだけでは分からないことも質問を通して知ることができました。ありがとうございました。 多岐にわたる事例発表は参考になりました。
意見交換	ESG課題の対応の中で 小売業界は製造などに比べ 中間的な立ち位置でいろんなセミナーなどでも直接触れられることがないが流通小売系にスポット当ててのセミナーで想いやら、悩みやら共有できた。 意見交換で、様々な企業の方の状況をうかがえたのがよかった。

## 4 食品ロス削減セミナー 実施結果報告

### (4) まとめ

---

- ファミリーマート様、コープみらい様のご講演に対する評価は非常に高い。
- 第1回目の意見交換会は活発となり有意義であった。
- 集客が目標に満たなかったため、今後は、事例企業数を増やすなどの施策が考えられる。（ただしハードルは低くない）
- また、可能であれば10月前後に開催するのが望ましい。2月は小売業の決算月のため、多忙で参加しづらい可能性がある。
- 参加者を増やすために、個々の企業の企業内研修に位置付けてもらうよう働きかける。
- Web参加者は意見交換会のセッションから離脱する（要するに聞くだけ聞いて、発信したくない）方が少なくなく、Web参加可とする場合に、意見交換会を設けるかどうかは今後検討する必要がある。意見交換会を行うならリアル開催のみとしたほうがよいが、その場合、参加者の減少が懸念される。

## II 調査研究の実施結果

### 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (1) はじめに

- 現在我が国では納品期限の緩和が推進され、全国で見ると納品期限緩和企業売上高シェアは増加傾向が続いている。
- 一方でたとえば地域別にみると近畿、中国、四国は過去1年がほぼ横ばいとなっており、取り組む企業の拡大による増加が期待される状況にあるなど、増加拡大の余地がある。
- アンケート等の結果から、納品期限緩和を進めやすくなる条件としては「納品期限を緩和しても、値引、廃棄へのリスクがないこと」があげられている。
- そこで食品スーパーの売上データを活用し、納品期限を緩和することが値引きや廃棄リスクにどの程度影響するかを明らかにするための調査を実施した。

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (2) 方法

- ・ 一般加工食品（日配品や生鮮、惣菜等を除く）と店舗の組み合わせごとに、POSデータから1日あたり平均販売数量を算出する。
- ・ ここで店舗への納品期限を「賞味期限の1/2残し」、店舗の販売期限を「賞味期限の1/6残し」と仮定し、店舗での最短の販売期間を「賞味期限日数×1/6」と仮定する。
- ・ 各商品の賞味期限日数から、その6分の1にあたる日数を算出する。
- ・ 6分の1の日数で販売できる数量が、各商品の「発注単位数量」以上ならば、最低発注ロットを販売消化できる（売れ残らない）ため販売消化可能（判定OK）と判定する。販売できない場合にはOKとしない。
- ・ この判定OKとなる割合を、商品と店舗の組み合わせベースで集計したものを「商品・店舗」のデータ数ベースでの集計、「商品・店舗」の販売数量ベースで集計したものが「販売数量ベースでの集計」となる。ここでは「販売データ数量ベースでの集計結果」から、納品期限を緩和することが値引きや廃棄リスクにどの程度影響するかを検討した。

商品	店舗	① 1日あたり平均販売数量	② 賞味期限日数	③ = ② × 1/6	④ = ① × ③ 販売期間あたり販売数量	⑤ 発注単位数量	判定	④ ≥ ⑤ 判定OKとなる「商品・店舗」のデータ数	判定OKとなる「商品・店舗」の販売数量
				限日数 × 1/6					
ア	A	0.2	180	30	6	12	×		
ア	B	0.4	180	30	12	12	○	1	12
ア	C	0.6	180	30	18	12	○	1	18
イ	A	1	180	30	30	12	○	1	30
イ	B	0.8	180	30	24	12	○	1	24
イ	C	1.2	180	30	36	12	○	1	36
ウ	A	0.5	180	30	15	12	○	1	15
ウ	B	0.3	180	30	9	12	×		
エ	A	2	180	30	60	12	○	1	60
オ	A	0.3	180	30	9	12	×		
合計					219			7	195

「商品・店舗」のデータ数ベースでの集計

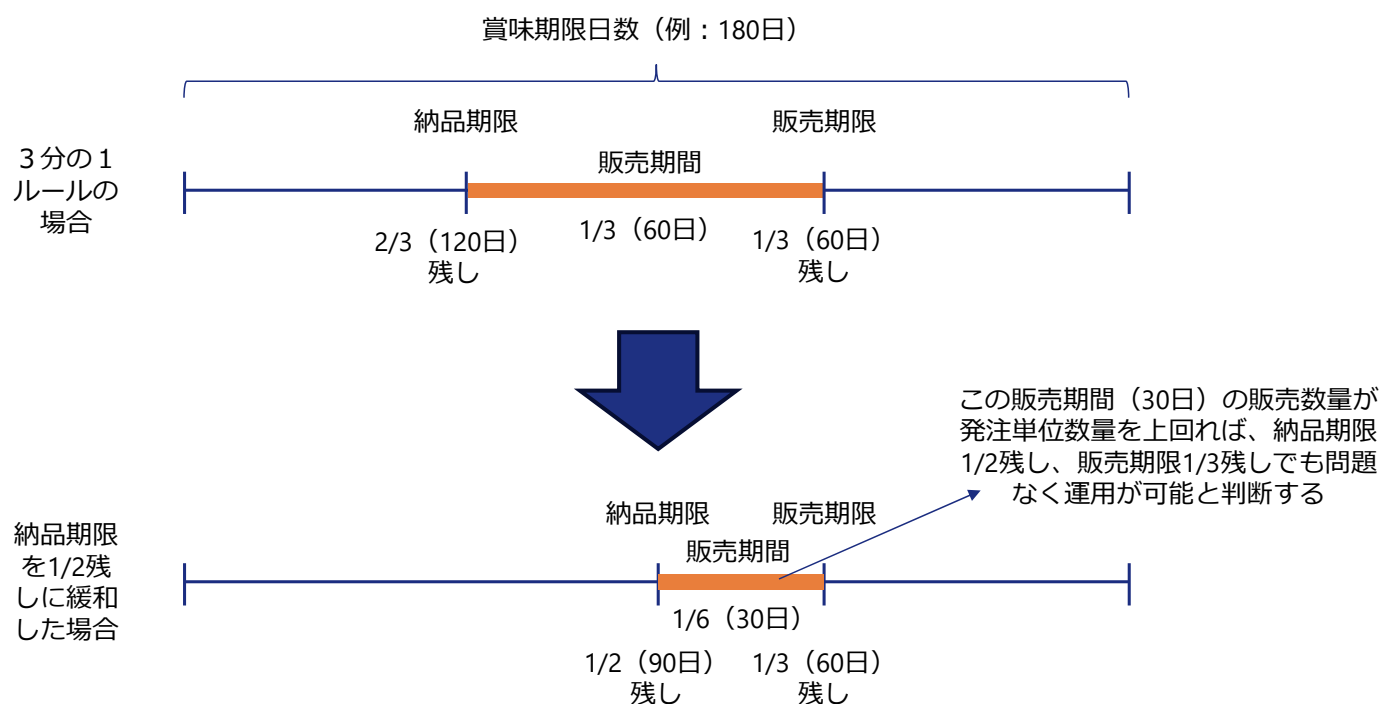
判定OKとなる「商品・店舗」のデータ数	7
「商品・店舗」の総データ数	10
消化率	70.0%

販売数量ベースでの集計

判定OKとなる「商品・店舗」の販売数量	195
総販売数量	219
消化率	89.0%

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (2) 方法－概念図



## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (2) 方法

■ 分析対象となる小売業は以下の通りである。

- － 北日本ローカルスーパーA
- － 北日本ローカルスーパーB
- － 西日本バラエティ食品スーパーC



## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (3) 結果 ①北日本ローカルスーパーA(全約40店舗のデータ、2019年5月1日～7月31日(91日間))

このスーパーでは、納品期限を1/2残し、販売期限を1/3残しに設定しても、ほぼすべての一般加工食品の販売消化されることがわかった。

販売数量ベース

(単位：SKU別販売数量×店)

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数(180日以上)	販売消化可能(180日以上)	販売消化可能率(180日以上)	総数(180日未満)	販売消化可能(180日未満)	販売消化可能率(180日未満)
農産乾物	375,180	375,158	100.0%	368,945	368,923	100.0%	6,235	6,235	100.0%
海産乾物	610,321	610,271	100.0%	605,624	605,574	100.0%	4,697	4,697	100.0%
ピン、缶詰	704,810	704,765	100.0%	704,810	704,765	100.0%	0	0	0.0%
パスタ類	108,808	108,808	100.0%	108,808	108,808	100.0%	0	0	0.0%
乾麺	144,536	144,536	100.0%	142,434	142,434	100.0%	2,102	2,102	100.0%
インスタント麺類	1,176,688	1,176,572	100.0%	1,176,688	1,176,572	100.0%	0	0	0.0%
和風調味料	1,002,430	1,002,286	100.0%	1,002,430	1,002,286	100.0%	0	0	0.0%
洋風調味料	2,604,534	2,603,766	100.0%	2,595,127	2,594,362	100.0%	9,407	9,404	100.0%
嗜好品	289,708	289,700	100.0%	259,931	259,923	100.0%	29,777	29,777	100.0%
お茶類	125,283	125,277	100.0%	125,283	125,277	100.0%	0	0	0.0%
軽飲料	4,304,107	4,303,919	100.0%	3,985,946	3,985,768	100.0%	318,161	318,151	100.0%
ホームメイド	54,615	54,569	99.9%	54,615	54,569	99.9%	0	0	0.0%
ジャム	144,700	144,680	100.0%	144,700	144,680	100.0%	0	0	0.0%
ポケチョコ	1,326,439	1,326,268	100.0%	1,060,528	1,060,398	100.0%	265,911	265,870	100.0%
洋風菓子	1,302,271	1,302,161	100.0%	934,786	934,708	100.0%	367,485	367,453	100.0%
和風菓子	1,127,646	1,127,288	100.0%	425,601	425,508	100.0%	702,045	701,780	100.0%
ドリンク	63,023	63,023	100.0%	50,957	50,957	100.0%	12,066	12,066	100.0%
催事	116,577	116,577	100.0%	61,346	61,346	100.0%	55,231	55,231	100.0%
合計	15,581,676	15,579,624	100.0%	13,808,559	13,806,858	100.0%	1,772,766	1,772,766	100.0%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「9999」もしくは「なし」
- 対象期間の販売数量が「0」
- 中分類「乳製品」：対象が「雪印 ラード250g」1SKUのみ(販売実績店舗数: 16、総販売数:102)

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (3) 結果 ②北日本ローカルスーパーB(全約70店舗中3店舗のデータ、2023年9月1日～11月30日(91日間))

このスーパーでは、納品期限を1/2残し、販売期限を1/3残しに設定すると、一般加工食品合計の販売消化率は96.4%であることがわかった。しかし、菓子の販売消化率は94.5%であることが明らかになった。

そこで、賞味期限が180日以上の商品を対象に集計したところ、全体的な販売消化率が97.6%であり、菓子の販売消化率も96.7%であり、すべてのカテゴリーで95%を超える結果となった。

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数(180日以上)	販売消化可能(180日以上)	販売消化可能率(180日以上)	総数(180日未満)	販売消化可能(180日未満)	販売消化可能率(180日未満)
加工食品	1,107,409	1,065,757	96.2%	893,797	867,787	97.1%	213,612	197,970	92.7%
飲料	682,216	672,601	98.6%	583,748	578,298	99.1%	98,468	94,303	95.8%
菓子	687,860	649,863	94.5%	540,039	522,096	96.7%	147,821	127,767	86.4%
合計	2,477,485	2,388,221	96.4%	2,017,584	1,968,181	97.6%	459,901	420,040	91.3%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「0」

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (3) 結果 ③西日本バラエティ食品スーパーC(全約40店舗中3店舗のデータ、2023年9月1日～11月30日(91日間))

- このスーパーでは、納品期限を1/2残し、販売期限を1/3残しに設定すると、一般加工食品合計の販売消化率は85.4%であることがわかった。
- そこで、賞味期限が180日以上の商品を対象に集計したが、全体的な販売消化率が91.4%となり、賞味期限の長い商品に限定しても、販売消化率が95%を超えないことがわかった。

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数(180日以上)	販売消化可能(180日以上)	販売消化可能率(180日以上)	総数(180日未満)	販売消化可能(180日未満)	販売消化可能率(180日未満)
調味料	47,808	40,768	85.3%	41,221	37,476	90.9%	6,587	3,292	50.0%
食用油	4,187	3,246	77.5%	3,450	3,222	93.4%	737	24	3.3%
スプレッド類	3,712	2,823	76.1%	3,328	2,816	84.6%	384	7	1.8%
調理品	22,310	19,125	85.7%	18,870	17,336	91.9%	3,440	1,789	52.0%
スープ	12,831	11,550	90.0%	11,650	10,941	93.9%	1,181	609	51.6%
缶詰	7,222	5,594	77.5%	6,206	5,446	87.8%	1,016	148	14.6%
粉類	5,694	5,422	95.2%	5,353	5,184	96.8%	341	238	69.8%
麺類	10,022	8,213	81.9%	8,682	7,937	91.4%	1,340	276	20.6%
菓子	64,488	53,901	83.6%	49,598	44,287	89.3%	14,890	9,614	64.6%
嗜好飲料	17,135	13,571	79.2%	13,873	12,003	86.5%	3,262	1,568	48.1%
果実飲料	7,526	7,146	95.0%	5,977	5,821	97.4%	1,549	1,325	85.5%
清涼飲料	29,207	26,868	92.0%	23,772	23,107	97.2%	5,435	3,761	69.2%
健康食品	215	159	74.0%	202	159	78.7%	13	0	0.0%
合計	232,357	198,386	85.4%	192,182	175,735	91.4%	40,175	22,651	56.4%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「0」
- 販売数量が期間中「0」もしくは「マイナス」

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (3) 結果 ③西日本バラエティ食品スーパーC(全約40店舗中3店舗のデータ、2023年9月1日～11月30日(91日間))

- そこで前頁のスーパーを対象に設定を以下のように変更した。なお、賞味期限の1カ月残しは現在最も多くのスーパーで用いられている設定基準の1つと考えられる。
  - 納品期限：賞味期限1/2残し
  - 販売期限：賞味期限の1カ月残し
- この結果、賞味期限が180日以上の場合に、スプレッド類、嗜好飲料や健康食品など一部のカテゴリーでは販売消化率が95%に達していないものの、全体的な販売消化率が96.5%となった。

商品分類	総数	販売消化可能	販売消化可能率	総数(180日以上)	販売消化可能(180日以上)	販売消化可能率(180日以上)	総数(180日未満)	販売消化可能(180日未満)	販売消化可能率(180日未満)
調味料	47,808	42,292	88.5%	41,221	39,558	96.0%	6,587	2,734	41.5%
食用油	4,187	3,358	80.2%	3,450	3,334	96.6%	737	24	3.3%
スプレッド類	3,712	3,130	84.3%	3,328	3,095	93.0%	384	35	9.1%
調理品	22,310	19,318	86.6%	18,870	18,202	96.5%	3,440	1,116	32.4%
スープ	12,831	11,860	92.4%	11,650	11,360	97.5%	1,181	500	42.3%
缶詰	7,222	5,982	82.8%	6,206	5,885	94.8%	1,016	97	9.5%
粉類	5,694	5,599	98.3%	5,353	5,322	99.4%	341	277	81.2%
麺類	10,022	8,521	85.0%	8,682	8,323	95.9%	1,340	198	14.8%
菓子	64,488	56,445	87.5%	49,598	47,807	96.4%	14,890	8,638	58.0%
嗜好飲料	17,135	13,779	80.4%	13,873	12,886	92.9%	3,262	893	27.4%
果実飲料	7,526	7,056	93.8%	5,977	5,925	99.1%	1,549	1,131	73.0%
清涼飲料	29,207	27,189	93.1%	23,772	23,563	99.1%	5,435	3,626	66.7%
健康食品	215	177	82.3%	202	177	87.6%	13	0	0.0%
合計	232,357	204,706	88.1%	192,182	185,437	96.5%	40,175	19,269	48.0%

※次の商品のみ分析対象外とした。

- 賞味期限日数が「0」
- 販売数量が期間中「0」もしくは「マイナス」

## 5 納品期限緩和リスク分析 実施結果報告

### (4) 考察・まとめ

- 3つの食品スーパーの売上データを用い、納品期限の緩和が値引きや廃棄リスクに与える影響を明らかにするための調査を実施した。
- その結果、各企業のビジネスモデルに応じて納品期限の緩和がリスクに与える影響が異なるが、概ね、賞味期限が180日以上加工食品に関しては、緩和の可能性が高く、リスクも低いと考えられる。
- 販売期限を30日残し等の設定で、データを元にした対象商品カテゴリの選定を行えば、バラエティ型の食品スーパーでも、賞味期限が180日以上加工食品を対象にリスクを最小限に抑え、納品期限を緩和することが可能であることが示された。
- データを元にした商品カテゴリの選定や、販売期限の30日残し等への変更等を考慮することで、リスクを最小限に抑えつつ、納品期限を緩和することが可能となるので、これらの点を考慮しながら、各企業は自社の状況に合わせて納品期限の緩和に取り組むべきである。
- 納品期限を緩和するために販売期限を30日残しにするためには、消費者の家庭内在庫の日数を再度検討する必要がある。

## III 次年度の取り組みの方向性

### 1 現状や課題の認識

## 1 現状や課題の認識

---

### ■ 食品小売業で高まるSDGsや物流2024年問題への取り組みとの連動

- 令和6年2月に、納品期限の緩和と食品ロス削減に向けた食品小売業意見交換会（2回、2日間）を開催した。この会合の成果としては、食品小売業各社において、SDGsを経営に組み込む動きが加速していること、物流問題（トラックドライバー不足やコスト増）への対応と連動する形での食品ロス削減に向けた取り組みの進展を把握したことである。従来、小売業にとって外部不経済問題で、取り組みインセンティブがなかった納品期限緩和問題について、緩和していない企業においても検討しようとする雰囲気醸成されつつあることがわかった。
- こうした小売業のSDGs・ESG強化の取り組みと足並みを揃え、納品期限緩和をさらに促進したい。

### ■ 物流負荷軽減の観点からの取り組み促進

- 物流問題の深刻化から、専用物流センターでの在庫管理を厳しくし、返品に伴う作業が生じがちな、短い納品期限を見直す気運が高まってきている。
- こうした状況をふまえ、現在、57.8%まで高まった食品小売業の納品期限緩和実施率をさらに引き上げ、納品期限を緩和していない企業が少数であるという状況をつくりだすことによって、さらなる底上げを図りたい。

## 1 現状や課題の認識

---

### ■ 取り組み地域格差の解消

- また、令和5年度の調査の結果、納品期限緩和実施率の高い地域は、北陸、北海道、東北であり、実施率の低い地域は、九州・沖縄、関東、中国であった。また、令和3年度の弊所の調査から、納品期限を緩和していない企業についても、過半数程度は、サプライチェーン全体での食品ロス削減につながることを理解できれば、緩和を検討するとの意向をもつことがわかっている。
- そのため、令和6年度は、納品期限緩和の進捗が遅れている地域・業態を重点的にフォローアップし、納品期限緩和のリスクの少なさ（無さ）とサプライチェーン全体に寄与するインパクトについてしっかりと情報伝達することにより、展開拡大を図っていく。
- 同時に納品期限緩和のリスクへの懸念が払拭できない企業に対して、個別に納品期限緩和のリスクや、リスクのない実施方法について、データ分析等の面からサポートする取り組みも行う。

# III 次年度の取り組みの方向性

## 2 次年度の取り組みの方向性

### 2 次年度の取り組みの方向性

---

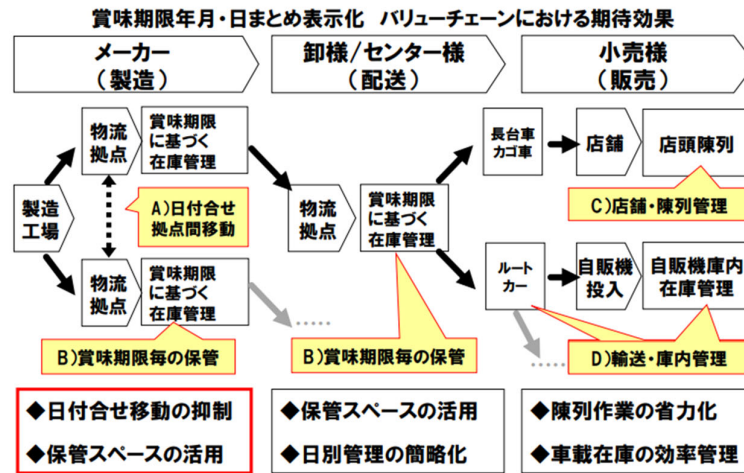
#### ■ 商慣習見直しによる効果の可視化：納品期限緩和による効果の定量的検証

- 納品期限緩和は小売業が行うが、そのメリットはメーカーや卸売段階で享受される。小売業は社会的課題解決を動機として自社に直接的なメリットがなくても、この取り組みに着手している。
- このような小売業の取り組みに応えるため、小売業が行う納品期限の緩和がもたらす効果を社会に明確に示す必要がある。
- 納品期限緩和には、物流センターでの改善効果、メーカーでの改善効果（鮮度対応生産の削減、安全在庫分の廃棄の削減）のような効果が考えられるが、実際こうした効果が（どの程度）出ているのか、定量的に検証していきたい。

## 2 次年度の取り組みの方向性

### ■ 商慣習見直しによる効果の可視化：賞味期限表示大括り化による効果の定量的検証

- 賞味期限表示大括り化には以下のような効果が考えられる。
- これらが実際にどの程度実現し、サプライチェーン効率化や食品ロス削減につながっているのか、また小売業の店舗オペレーションの効率化にどの程度つながっているかについても、定量的に検証していくことで、納品期限緩和と賞味期限表示の大括り化を一体的に進める意義についての関係者理解を深める契機としていきたい。



出所：サントリー食品インターナショナル株式会社資料（2018年度食品ロス削減WT資料）

## 2 次年度の取り組みの方向性

### ■ 加工食品の商慣習見直し実態調査の実施と賛同企業拡大に向けた取組企業名・事例公表

- 食品ロス削減の取り組み企業名を公表することで、その企業のイメージ向上につながり、より大きな成果がもたらさることが期待できる。また、食品ロス削減の取り組み企業名が公表されると、他の企業にも同様の取り組みを行う動機付けになり、それに追随することで、業界全体の食品ロス削減や持続可能性に対する取り組みを強化することにつながる。
- 以上の目的のため、引き続き以下に取組む企業名を公表するものとする。
  - 納品期限の緩和
  - 賞味期限表示の大括り化
  - 賞味期限延長
  - 販売期限延長
  - フードバンク活用
  - 物流効率化への取り組み 等

## 2 次年度の取り組みの方向性

---

- 納品期限緩和の重要ターゲットセグメントである地域中堅・中小スーパーへのアプローチ
  - 加えて、納品期限緩和実施率が6割に迫ったことから、各社代表者個別に、状況報告と、取り組み拡大の要請文書を発出するなどして、取り組み拡大を図りたい。
    - ・ 中堅・中小スーパー向けに納品期限緩和を促すレターの発出
    - ・ 農林水産省地方農政局等と連携した、意見交換会の開催
    - ・ 納品期限緩和によるリスクを懸念している企業への該当社実データを用いたリスク検証
  
- 消費者の家庭内在庫の日数の検討
  - 納品期限を緩和するためには、販売期限の見直しも検討する必要がある。このためには、消費者の家庭内在庫の日数を再評価する必要がある。これにより、妥当な販売期限の設定を検討し、それにより納品期限をより適切に調整することが可能となる。
  
- サプライチェーン全体における食品ロスの発生状況の整理
  - 食品ロスがサプライチェーン全体で、どこでいつどのように発生しているかを明確にする。これにより、現在注力している納品期限緩和や賞味期限表示の大括り化の推進の位置づけをより明確にし、さらに検討されるべき商慣習見直しの論点を確認する。