



2 日配品のロス率（値引、廃棄）について

Q3 Q1の各カテゴリーについて貴社の納品期限（納入を許容する商品鮮度）と店舗販売期限（売場から下げる時期）に最も近いものを回答してください。〔1つに○〕

商品カテゴリー名	(1) 納品期限(カテゴリーごとに1つに○)					(2) 販売期限(カテゴリーごとに1つに○)					
	製造当日	製造日の翌日	製造日の2日後	製造日の3日後	左記よりさらに後でも可	消費/賞味期限まで	消費/賞味期限の12時間前まで	消費/賞味期限の24時間前まで	消費/賞味期限2日前	消費/賞味期限3日前	左記よりさらに手前
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											

Q4 貴社での日配品の値引・廃棄ロス率にもっとも近いものをそれぞれ1つ、回答欄に○印をつけてください。〔1つに○〕

※値引ロス率：売れ残り防止のための値引額÷売上高（特売など設定価格が安価なものは含まない）

※廃棄ロス率：売れ残りにより廃棄した商品代÷売上高

商品カテゴリー名	(1) 値引ロス率(カテゴリーごとに1つに○)								(2) 廃棄ロス率(カテゴリーごとに1つに○)							
	2%未満	2-4%未満	4-6%未満	6-8%未満	8-10%未満	10-15%未満	15-20%未満	20%以上	0.2%未満	0.2-0.4%未満	0.4-0.6%未満	0.6-0.8%未満	0.8-1%未満	1-2%未満	2-3%未満	3%以上
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																

3 日配品の食品ロス削減の取り組みについて

Q5 自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組みとして、当てはまるものを全て選びお答えください。

	自社の食品ロス削減に有効だと考える取り組み	回答欄
1	自動発注システムの導入	
2	見切り率決定へのAIの活用	
3	小幅値引（商品が入荷したら、それ以前の入荷品を小幅に値引きして、賞味期限日付順に売れやすくすること）	
4	販売期限の延長	
5	見切り品コーナーの設置	
6	訳ありセール（規格外品、余剰在庫品などの特別販売／常設・非常設問わず）の実施	
7	量り売りの導入	
8	フードシェアリングサービス（売れ残り品を会員客に通知する仕組みなど）の活用	
9	農家等で発生する規格外品の活用（商品開発など）	
10	食品ロスに関する消費者啓発（イベント、セミナー開催、食育活動など）	
11	消費者に対し商品の「てまえどり」を促す啓発	
12	値下げ・見切り品の購入を促すための工夫を凝らした独自資材の展開	
13	季節商品の原則予約販売化	
14	フードドライブを店舗で実施することによる従業員の食品ロス削減意識の啓発	
15	消費者の食品ロス削減意識を促す独自啓発物の展開	

15 上記以外にも該当する取り組みがあればご記入ください。〔自由回答〕

4 日配品の店頭での欠品率について

Q6 貴社では、日配品の各カテゴリーの店頭での欠品率を把握していますか。

1	把握していない	→ Q7にお進みください。
2	わからない	→ Q7にお進みください。
3	把握している	→ 以下の設問にご回答ください。

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

日配品の店舗での欠品率はおよそどの位ですか。(いずれか1つに○)

また欠品率が関係する顧客サービス、店舗オペレーション、食品ロス、納品トラックドライバー不足などを総合的に考えたときに、今後、取引先からの納品リードタイムは短くすべしとお考えでしょうか。それとも長くすることも検討すべしとお考えでしょうか。下記の選択肢から最もあてはまるものをお選びください。(いずれか1つに○)

※欠品の定義は「本来あるべき商品が諸事情により用意されておらず、販売が出来ない状況」とします。

※欠品率は商品数ベースで「ある期間において、商品が欠品している日数や時間がどれくらいあるか？」等とし、貴社が集計された値に基づきご回答ください。

商品カテゴリー名	(1) 日配品の店頭での欠品率 〔カテゴリーごとに1つに○〕							(2) 今後、取引先からの納品リードタイムについて 〔カテゴリーごとに1つに○〕						
	0.5%未満	0.5~1.0%未満	1.0~1.5%未満	1.5~2.0%未満	2.0~2.5%未満	2.5~3.0%未満	3.0%以上	わからない	長くすることを考えている	どちらかといえば長くすることを考えている	どちらともいえない	どちらかどちらかといえば短くすることを考えている	短くすることを考えている	わからない
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														

上記の(2)の今後の取引先からの納品リードタイムについて、上記のように回答された理由をご記入ください。(自由回答)

納品リードタイムを長くする方針である理由	
納品リードタイムを短くする方針である理由	

5 日配品のフードバンクへの提供について

Q7 貴社の日配品のフードバンク・子ども食堂などへの食品の寄附の状況として当てはまるものをすべてお答えください。(複数回答可)

1	自社の事業活動で発生する余剰食品を <b>定期的</b> に提供している
2	自社の事業活動で発生する余剰食品を <b>非定期的</b> に提供している
3	賞味期限が近づいた備蓄食品を提供している
4	フードドライブなどによって消費者から自社に集められた余剰食品を提供している
5	仕入先から集めた余剰食品を提供している
6	その他の方法・内容で余剰食品を提供している
7	余剰食品を提供していない

Q8 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。(1つに○)税制の特例措置の詳細は、次のURLの通りです。

(参考URL [https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf))

1	活用している	→ Q10にお進みください。
2	活用していない	→ Q9をお答えください。
3	わからない	→ Q10にお進みください。

Q9 Q8のフードバンク等への寄附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。(複数回答可)

1	知らなかった
2	これまで行っていた棚卸評価額ゼロ(商品廃棄損を計上)の手続きを踏襲しているため
3	メリットが少ない
4	手続きが煩雑

その他に理由がありましたらご記入ください。(自由回答)

※ この設問について、事務局は個別にお話を伺いたいと思っています。ヒアリングを受けることに問題がある方は、お知らせください。

1	ヒアリングを受けるのは構わない
2	ヒアリングを受けるのは難しい

**Q10** 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。〔1つに○〕  
 (参考URL [https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/foodbank-10.pdf))

1	活用している	→ Q12にお進みください。
2	活用していない	→ Q11をお答えください。
3	わからない	→ Q12にお進みください。

**Q11** Q10の特例措置を活用していない理由はなんですか。〔複数回答可〕

1	知らなかった
2	これまで行っていた棚卸評価額ゼロ（商品廃棄損を計上）の手続きを踏襲しているため
3	メリットが少ない
4	手続きが煩雑
5	該当するフードバンク団体が近隣にはない

その他に理由がありましたらご記入ください。〔自由回答〕

※ この設問について、事務局は個別にお話を伺いたいと思っています。ヒアリングを受けることに問題がある方は、お知らせください。

1	ヒアリングを受けるのは構わない
2	ヒアリングを受けるのは難しい

**Q12** フードバンク等に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をお答えください。〔複数回答可〕

1	食品の廃棄費用を抑制することができる
2	食品ロスの削減に貢献することができる
3	企業イメージを高めることができる
4	困窮者の支援につながる
5	地域との結びつきを強めることができる
6	従業員のモチベーションアップにつながる

その他にもメリットとして認識していることがあればご記入ください。〔自由回答〕

**Q13** フードバンク等に食品を提供することの障壁となっていることをお答えください。〔複数回答可〕

1	自社の提供可能範囲にフードバンクがない
2	人手が足りない
3	費用がかかる
4	提供可能な食品がない
5	フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞味期限残存期間など）に適合しない
6	食品を提供したいが、フードバンクに関する情報が不足している
7	提供後の品質管理に不安がある
8	事故発生時に対応できない
9	提供後に再販等のおそれがある
10	既存流通品とバッティングする
11	ブランド価値が損なわれる

その他にも障壁となっていることがあればご記入ください。〔自由回答〕

**Q14** 貴社では、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日配品のフードバンク等への提供を認めていますか。〔1つに○〕

1	製造委託先によるフードバンク等への提供を認めている	→ Q15にお進みください。
2	製造委託先によるフードバンク等への提供を認めていない	→ Q16をお答えください。
3	日配品のプライベートブランド商品の製造委託を行っていない	→ Q17をお答えください。
4	分からない	→ Q17をお答えください。

**Q15** 自社日配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る理由としてあてはまるものをすべてお選びください。

1	食品ロス削減につながる
2	困窮者支援につながる
3	廃棄処理費用の節減につながる

その他にも理由があればご記入ください。〔自由回答〕

→Q15のご回答後は、Q17へお進みください。

**Q16** 自社日配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。

1	自社の提供可能範囲にフードバンクがない
2	人手が足りない
3	費用がかかる
4	提供可能な食品がない
5	フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞味期限残存期間など）に適合しない
6	食品を提供したいが、フードバンクに関する情報が不足している
7	提供後の品質管理に不安がある
8	提供後に再販等のおそれがある
9	既存流通品とバッティングする
10	ブランド価値が損なわれる
11	事故発生時に対応できない

その他にも理由があればご記入ください。〔自由回答〕

→Q16のご回答後は、Q17へお進みください。

**Q17** 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。〔1つに○〕

1	実施する／拡大する
2	どちらかといえば実施する／拡大する
3	どちらともいえない
4	どちらかといえば実施しない／拡大しない
5	実施しない／拡大しない
6	分からない

7 その他〔具体的に記入してください〕

**6** SDGsに対する取り組みについて

**Q18** SDGsに対する貴社の取り組み状況としてあてはまるものをすべてお選びください。〔複数回答可〕

1	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
2	体制を構築する：SDGs推進の専任部署がある
3	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
4	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
5	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
6	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
7	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

8 その他〔具体的に記入してください〕

7 発注・物流に対する取り組みについて

**Q19** 我が国では、トラック運転者不足のなかで国民生活や産業活動に必要な物流機能を安定的に確保するため、荷主企業や物流事業者が相互協力して物流の改善に取り組むことが求められています。次の項目から、貴社が過去3年間に取り組んでいる取引先への納品条件の見直しによる効率化の取り組みとして該当するものをすべてお答えください。〔複数回答可〕。また、その対象カテゴリについて取組内容ごとに○をご記入下さい。〔複数回答可〕 下記のカテゴリ以外の日配品での取り組みがあれば、その他の欄にカテゴリ名を記載してください。

取組内容	テーマ毎に過去3年間に取り組んだ対象のカテゴリに○（いくつでも）							その他のカテゴリ（具体的に記入）	過去3年間に取り組んでいない（該当するカテゴリに○）
	パン	豆腐	揚げ	納豆	牛乳	ヨーグルト	洋菓子		
1 取引先に対する納品期限緩和の提案									
2 取引先への確定発注情報共有の前倒し（リードタイム延長）									
3 取引先への追加電話発注の禁止									
4 取引先への納品物量の平準化									
5 休配日（配送を休む日）の設定									
6 物流付帯業務のサービス化の是正									
7 混雑時を回避するためのセンター着時間の見直し									

上記以外に物流改善に関する取り組みがございましたらご記入ください。〔自由回答〕

**Q20** Q19で「2. 取引先への確定発注情報共有の前倒し（リードタイム延長）」を選択した方（実施している）におたずねします。貴社が日配品の納品リードタイムを延長して緩和的に運用しようとした理由として当てはまるものをご教示ください。〔複数回答可〕

1	トラック運転者不足などの状況の改善に貢献したいと考えたから
2	経営トップ・経営幹部により方針あるいは指示が示されたから
3	取引先（メーカー・卸売業など）から提案を受けたから
4	食品ロス・廃棄の増加に影響しないと判断したから
5	売上に影響しないと判断したから
6	お客様に対するサービスレベルの低下に影響しないと判断したから

上記以外に該当する理由がございましたらご記入ください。〔自由回答〕

8 事例の公表について等

**Q21** 弊社では、農林水産省の事業として、食品ロス削減に向けた受発注の改善やフードバンク活用の促進等のための事例創出、実証実験などのサポートを行っています。こうした取り組みへのご協力意向をお教えください。〔複数回答可〕

1	小売業向け商品需要予測サービスを用いた日配品の需要予測向上の効果検証
2	販売期限延長による食品ロス削減の効果検証
3	フードバンク活用の取り組みの効果検証
4	需要予測向上に関する事例情報の提供
5	納品リードタイム延長に関する事例情報の提供
6	販売期限延長に関する事例情報の提供
7	フードバンク活用の事例情報の提供

上記以外に希望されるサポート内容がございましたらご記入ください。〔自由回答〕

**Q22** アンケート結果をもとに、下記についての貴社の取り組み状況を、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や農林水産省ホームページで公表させていただきたいと思えます。社名の公表を可否をお知らせください。難しい場合は理由をお知らせください。なお公表は、具体的な公表内容・方法を貴社に事前に確認・了解いただいた上で行います。

項目	いずれかに○		公表不可の理由（自由回答）
	公表可	公表不可	
A 販売期限の延長			
B フードバンクへの余剰食品の提供			
C 物流の改善に関する取り組み			

**Q23** 自社の食品ロス削減の取組に関するWEBページがある場合、農林水産省等のHPで紹介いたします。希望の場合、下記にURLを具体的に記入してください。

**Q24** 下記フォーマットを参考に取組事例を整理いただいた場合も、農林水産省等のHPでご紹介いたします。ご希望の場合、アンケート事務局までメール送付ください。  
 よろしければ下記URLのフォーマットをご活用ください。 現在公表されている事例は下記のURLよりご確認ください。

[https://www.dei.or.jp/research/torikumi\\_format](https://www.dei.or.jp/research/torikumi_format)

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/syokansyu.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/syokansyu.html)

参考：事例フォーマット（A4×1枚を基本とする）

**【〇〇株式会社】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組**

<商慣習の見直し（納品期限の緩和、販売期限の延長の取組）>

○ .....（対象品目、実施開始時期などについて記載）。

<食品ロス削減・食品リサイクルの取組>

○ .....（上記の取組以外でPRしたいことを記載）

（上記取組内容の具体的内容を記載）.....

図・写真

【関連ウェブページ】

○ ○

【お問い合わせ先】

○ ○部 ○ ○課（03-○○○○-○○○○）

**9 貴社の概要について**

**Q25** 貴社の全社売上高として当てはまるものを1つお選びください。〔1つだけ○〕

1	10億円未満
2	10～50億円未満
3	50～100億円未満
4	100～500億円未満
5	500～1000億円未満
6	1000億円以上

**Q26** 貴社が店舗を展開されている都道府県に○を記入してください。〔複数回答可〕

<地域>

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

これでアンケートは終了です。ご回答ありがとうございました。