

**令和6年度
食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム
加工食品の商慣習に関する検討会
メーカー分科会**

納品期限緩和の効果検証について

令和6年12月4日（水）

事務局：公益財団法人 流通経済研究所

1 事業の目的

■ 目的

- 本ワーキングチームは、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う。
- 本ワーキングチームは、食品ロスにつながる商慣行の見直しに注力し、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・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むとともに、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いきたい。

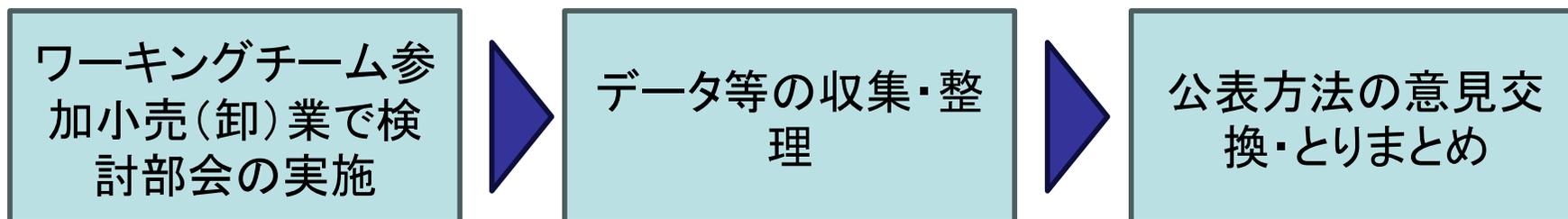
2 検討事項:納品期限緩和効果の見える化

■ 問題意識

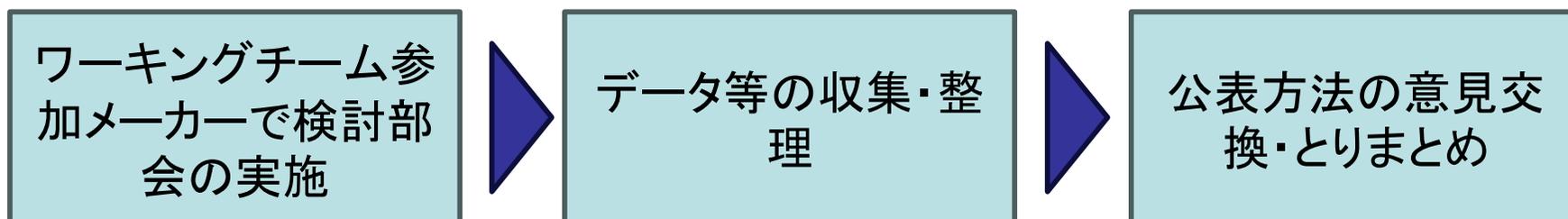
- **納品期限の緩和は小売業が行うが、そのメリットはメーカーや卸売業者で生じる。**
- **小売業は、社会的な課題解決の観点から、直接のメリットがなくてもこの取り組みを進めている。**
- **このような小売業の取り組みを評価するために、納品期限の緩和がもたらす効果を社会に明確に示すことが重要である。**
- **例えば、物流センターやメーカーでの改善効果(鮮度対応生産の削減や安全在庫分の廃棄削減)が考えられるが、実際にどの程度の効果が出ているのかを定量的に検証していきたい。**
- **行政側からの効果検証に対する期待が高まっており、ご協力をお願いしたいと考えている。**

3 進め方

- 物流センター段階の効果の検証



- メーカー段階での効果の検証



4 効果の想定

(1) 物流センター段階の効果

■ 物流センターでの改善効果のイメージ



4 効果の想定

(2)メーカー段階の効果

■ メーカーでの改善効果－鮮度対応生産の削減



納品期限緩和による出荷機会拡大により、メーカーで行われている鮮度対応生産と鮮度切れ商品の発生量が低位に抑えられることになり、生産・廃棄に費やす物的資源（原材料、追加生産、廃棄輸送）や、人的作業負担が軽減される。

5 ディスカッション

- (1) 実際に、納品期限緩和によって、メーカーではどのような食品ロス削減効果が大
きいか。
 - 鮮度対応生産の削減
 - 取引先からの納品期限緩和に起因する返品削減
 - その他

- (2) (1)は計測可能か？