

2024年12月xx日

令和6年度 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム  
加工食品の商慣習に関する検討会 第2回 小売業分科会  
議事要旨

<実施概要>

日時：令和6年12月4日（水）10時00分～12時00分

議題：

- 開会、ご出席者・資料等の確認
- 農林水産省ご挨拶
- 資料説明
- ディスカッション
- 今後の進め方について

参加者：別紙委員名簿参照

文責：公益財団法人流通経済研究所 上席研究員 石川友博, 研究員 船井隆

■ 農林水産省ご挨拶

**食品リサイクル法の次期方針**

- 事業系食品ロスの削減目標について、新たに検討中
- ロス削減の取り組みをしている企業の努力が十分に報われていない現状
- 取り組みを評価し情報開示していく流れで検討していく
- サステナビリティ関連の情報開示として投資促進につながるような活用を想定
- フードバンクへの寄付なども食品リサイクル法に明記する方針

**食品ロス関連補正予算について**

- 農水省の新たな政策として「食品へのアクセスの確保」がある
- フードバンクへの支援事業は、食品へのアクセス確保という文脈での支援に移行。担当部署も変わる
- 食品ロス削減の文脈では、浅浦さんの部署にて、引き続き未利用食品の提供・寄付促進を進めていく
- 大きな課題である物流の問題に取り組む事業を検討している。一例：企業から提供される食品はロットが大きく、地域の小さな団体では受け入れきれない
- 物流や倉庫業の協力を得たい(例：倉庫の空きスペース、物流の帰り便活用など)

- 地域貢献を意向とする企業もあり、すでに実施されている事例なども広げたい
- また、新しい技術を使って食品ロス削減を図るような取り組みも支援したい
- 事業は定額内での全額補助

## ■資料説明

資料3「令和6年度 商慣習見直しの取組状況に関する調査結果（抜粋）」参照

## ■ディスカッション

### テーマ：納品期限緩和の効果検証について

(事務局より)

- 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。
- 関連データの提供の可否や、検証の進め方について意見をいただきたい。

(小売企業①)

- 重要になるのは、自社センターから店舗への配送改善
- 店舗からセンターへの返品削減がポイント
- ロスを生む原因はセンターにおける長期滞留在庫なので、それをなくす
- データの提供については、ものにもよるが問題ない。小売、卸、メーカーどこのデータでも同じようなデータになると考えられる。メーカー・卸から全体感のあるデータを取り、小売りからは各チェーンごとのデータを取るような形でよいのでは

(小売企業②)

- 納品期限緩和の商品を広げることで小売に直接メリットがあると一概にいえるかはわからないが、DC からメーカーへの返品が減り、DC での作業量が減ることは、センターフィーの削減という形でメリットになるかもしれない
- データ提供について、センターでの鮮度状況に関するデータ提供は可能

(小売企業③)

- 2 分の 1 ルールの対象となる商品について、賞味期限 180 日以上のものに加えて、120 日以上のもも追加する実験をした
  - ↳ 結論として、現状から何かが悪化するデータはでなかった
  - ↳ そのため賞味期限 120 日以上の商品は、3 分の 1 から 2 分の 1 への緩和を進める
  - ↳ これにより、緩和対象品目は 740 品目ほど増加した
  - ↳ 家庭内在庫のことは把握できないので、あまり考慮していない。一方で、賞味期限が過ぎてても捨てずに消費する家庭の割合が高いというデータがある
- 実験時に評価指標としたのは下記 5 点：
  - ↳ ドライバーの稼働に関する数字（トラック台数、センター入庫待ち時間）
  - ↳ 返品率
  - ↳ 在庫センターのスペース率、回転率
  - ↳ 店舗での負荷の測定
  - ↳ 値引きと廃棄ロスの増減
- 今後注視すること
  - ↳ コロナ禍の検証とその後の社会情勢での実施で同じ状況にはならないこともあるが、メーカーケース入り数と返品率、在庫回転率への影響を注視
- データの提供について、店舗でのオペレーションに関するデータ以外は提供可能

#### (小売企業④)

- データの提供について、PB の場合は廃棄、NB の場合は返品しているのでその形のデータは提供可能
- 120 日を分岐点として、かなり前から納品期限を緩和している。その前後まで遡ってデータ提供できるかは要確認
- 納品期限緩和時には、その対価として、加盟店に対する納価を下げた。コンビニ業態の場合、納品期限緩和は加盟店に対するサービス低下という話になるため、加盟店にメリットを提供する必要がある

### テーマ：販売期限について

#### (農水省より)

- 納品期限緩和の取り組みが進んでいるが、販売期限の変更について、各社の状況はどうか。

#### (小売企業①)

- 賞味期間 180 日以上のものについては販売期限を賞味期限日の 3 か月前→1 か月前への変更を進める

(小売企業②)

- 納品期限緩和前後で販売期限の変更はしていない
- 販売期限は賞味期限日の 10 分の 1 前まで。そのあとは社員販売などに回している

(小売企業③)

- 賞味期間が 150 日より長いものについては、原則、期限日の 30 日前を販売期限に設定
- 賞味期間 150 日未満のものはそれぞれの期限に応じて個別設定

■今後の進め方について

データ提供について、事務局より個別にご連絡する

以上