

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム  
説明資料

令和6年4月23日  
公益財団法人 流通経済研究所

# メンバー

✓ 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームのメンバーは以下の通りである。

## 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

座長:専修大学 商学部長 教授 渡辺達朗先生  
有識者委員:東京農業大学 名誉教授 牛久保明邦氏

参加企業	
味の素(株)	風味調味料協議会
江崎グリコ(株)	全日本菓子協会
コカ・コーラボトラーズジャパン(株)	(一社) 全国清涼飲料工業会
サントリー食品インターナショナル(株)	
日清食品(株)	(一社) 日本即席食品工業協会
(株)マルハニチロ	(公財) 日本缶詰びん詰レトルト食品協会
国分グループ本社(株)	(一社) 日本加工食品卸協会
三菱食品(株)	
(株)山星屋	全国菓子卸商業組合連合会
イオンリテール(株)	日本チェーンストア協会
(株)イトーヨーカ堂	
サミット(株)	日本スーパーマーケット協会
(株)東急ストア	
(株)ファミリーマート	(一社) 日本フランチャイズチェーン協会
日本生活協同組合連合会	生活協同組合
生活協同組合コープみらい	

### 日配品の商慣習に関する検討会

座長:専修大学 商学部長 教授 渡辺達朗先生

参加企業	
山崎製パン(株)	(一社) 日本パン工業会
敷島製パン(株)	
フジパン(株)	
(株)不二家	全日本菓子協会
(株)モンテール	
シマダヤ(株)	全国製麺協同組合連合会
(株)ニッソーデリカ	日本チェーンストア協会
(株)イトーヨーカ堂	
サミット(株)	日本スーパーマーケット協会
生活協同組合コープみらい	生活協同組合
(株)ファミリーマート	(一社) 日本フランチャイズチェーン協会

# 取組内容

加工食品

日配品

納品期限の  
緩和

賞味期限標  
示大括り化

賞味期限延  
長

適正発注の  
推進

実態調査

実証実験・シミュレーション

取組企業・事例集の公表

セミナー・情報交換会

# 取組内容

- ✓ 過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、フードチェーン全体で解決する必要。
- ✓ このため、製造業・卸売業・小売業の話し合いの場である「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、その取組を支援。

## 食品ロス削減のための 商慣習検討 ワーキングチーム

食品製造業  
(14社・団体)

食品卸売業  
(4社)

食品小売業  
(8社・団体)

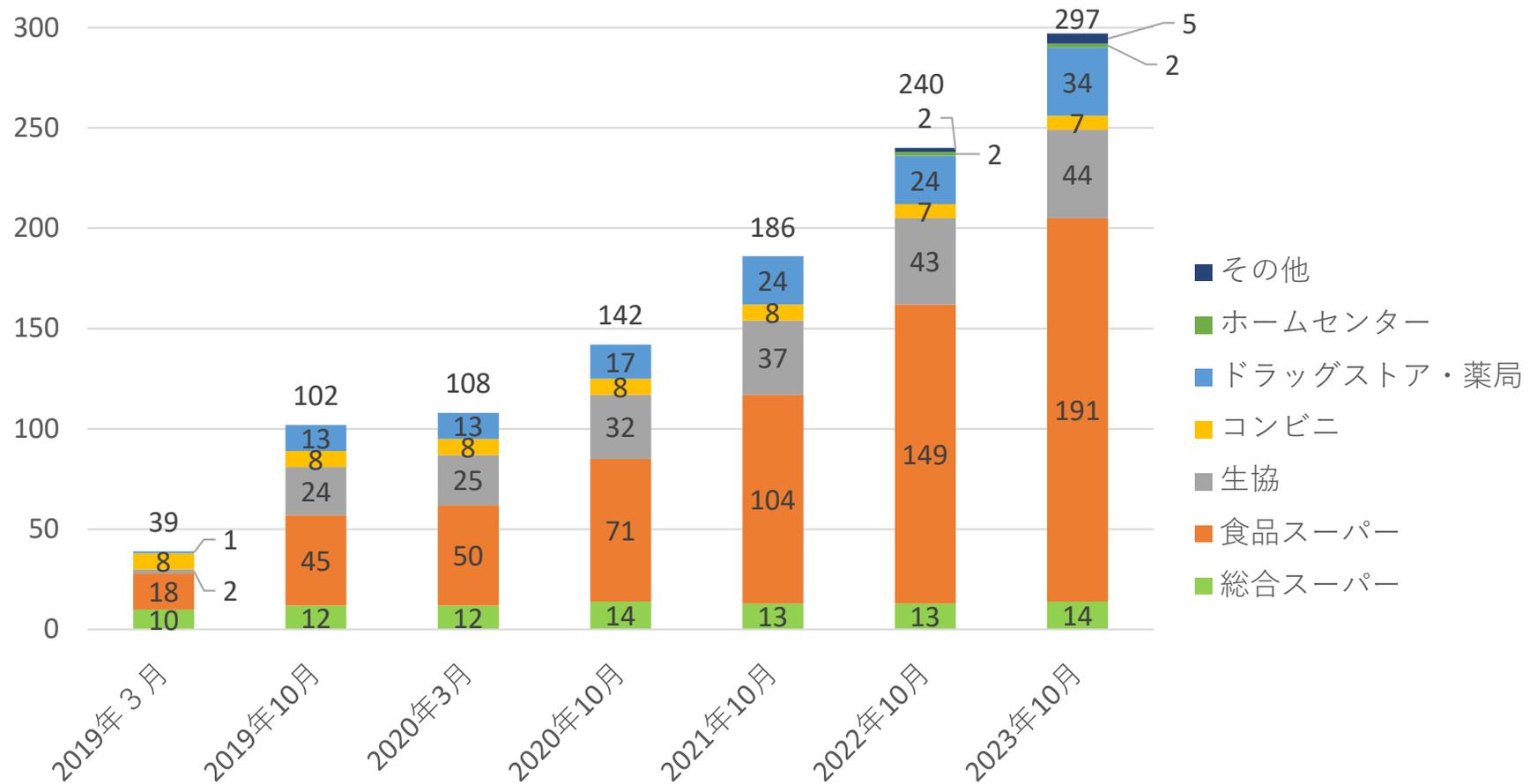
H24年度	・加工食品の返品・廃棄に関する調査
H25	・納品期限見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクト（飲料・賞味期間180日以上菓子）
H26	・納品期限緩和の実施 ・日配品の廃棄・余剰生産に関する調査 ・「もったいないキャンペーン」の実施
H27	・納品期限緩和の拡大、納品期限緩和リスク分析 ・日配品における食品ロス削減の取組事例の共有 ・「活動総括」のとりまとめ
H28	・取組状況の把握や効果等の分析、優良事例紹介等による普及
H29	・加工食品の納品期限を緩和する対象品目、企業の拡大 ・賞味期限年月表示化等の具体的効果の検証 ・消費者への理解促進につながる広報資材の作成
H30	・加工食品の納品期限を緩和する対象品目の拡大 ・地方小売店における納品期限緩和の実証 ・日配品ロス削減に向けた発注精度向上、製配販連携のあり方の検討
H31	・加工食品の納品期限緩和企業の拡大（地方小売店等） ・日配品の適正発注の推進に向けた調査・分析
R2	・加工食品の納品期限緩和におけるリスク分析（大手・中堅SMで実施） ・加工食品の納品期限緩和の地域別の取組状況を調査 ・AIを活用した需要予測精度向上による食品ロス削減の可能性検討
R3	・加工食品の納品期限緩和の地域別の取組状況を調査（前年度と比較） ・加工食品の納品期限緩和に関する進捗や課題に関する実態調査 ・日配品の欠品・店舗納品条件等に関する実態調査
R4	・賞味期限を延長している企業を調査・公表（新規） ・安全係数を80%以上に設定している企業を調査・公表（新規）

※納品期限緩和・年月表示化の実態調査は毎年度実施

# 実態調査：納品期限緩和取り組み事業者数 業態別推移

- ✓ 当初は大手の総合スーパー・コンビニエンスストア中心に取組が進捗。
- ✓ 直近では食品スーパーを中心に取組が拡大し、全体の取組事業者数が増加。

納品期限緩和取り組み事業者数 業態別推移



# 実態調査：納品期限緩和シェア分析 調査結果概要 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%	

# 実証実験・シミュレーション：納品期限緩和によって、サプライチェーンの上流の食品ロス削減が減る — 飲料と賞味期限180日以上の菓子だけで年間4万トン

## 納品期限緩和による効果検証の結果（2013年度）

### 1/3から1/2に納品期限を見直した実証結果

【食品製造業】  
鮮度対応生産の削減など  
未出荷廃棄削減

【物流センター】  
納品期限切れ発生数量の  
減少、返品削減

【小売店頭】  
飲料と賞味期間180日以上菓子は  
店頭廃棄増等の問題はほぼなし

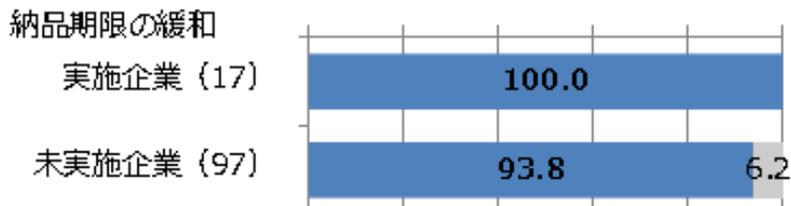
【該当食品全体への推計結果】  
飲料：約 4万トン（約71億円）  
菓子：約 0.1万トン（約16億円）※賞味期間180日以上菓子で実施  
合計：約4万トン（約87億円） ← 食品関連事業者から発生する食品廃棄物等（可食部）  
およそ330万トンの1.0%～1.4%

## 加工食品（ドライ）の納品期限緩和の実施の有無とロス率の変化

✓ 過去3年間に加工食品の納品期限を緩和した企業の値引ロス率、廃棄ロス率の変化を見ると、「値引ロス率・廃棄ロス率が上昇（悪化）」したとの回答率は0%で、納品期限を緩和していない企業より低い。

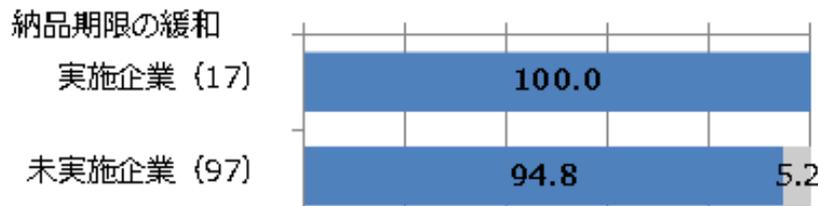
値引ロス率の変化

0% 20% 40% 60% 80% 100%



廃棄ロス率の変化

0% 20% 40% 60% 80% 100%



※食品を取り扱う小売事業者に対するアンケート結果

※ () 内の数値は回答事業者数

※公益財団法人流通経済研究所調べ（平成28年度）

農林水産省「食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢（令和3年5月末時点版）」

■ ロス率が低下（良化）～横ばい ■ ロス率が上昇（悪化）

### 実証実験参加企業（35社）

＜スーパー＞（5社）  
イオンリテール、イズミヤ、  
イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー

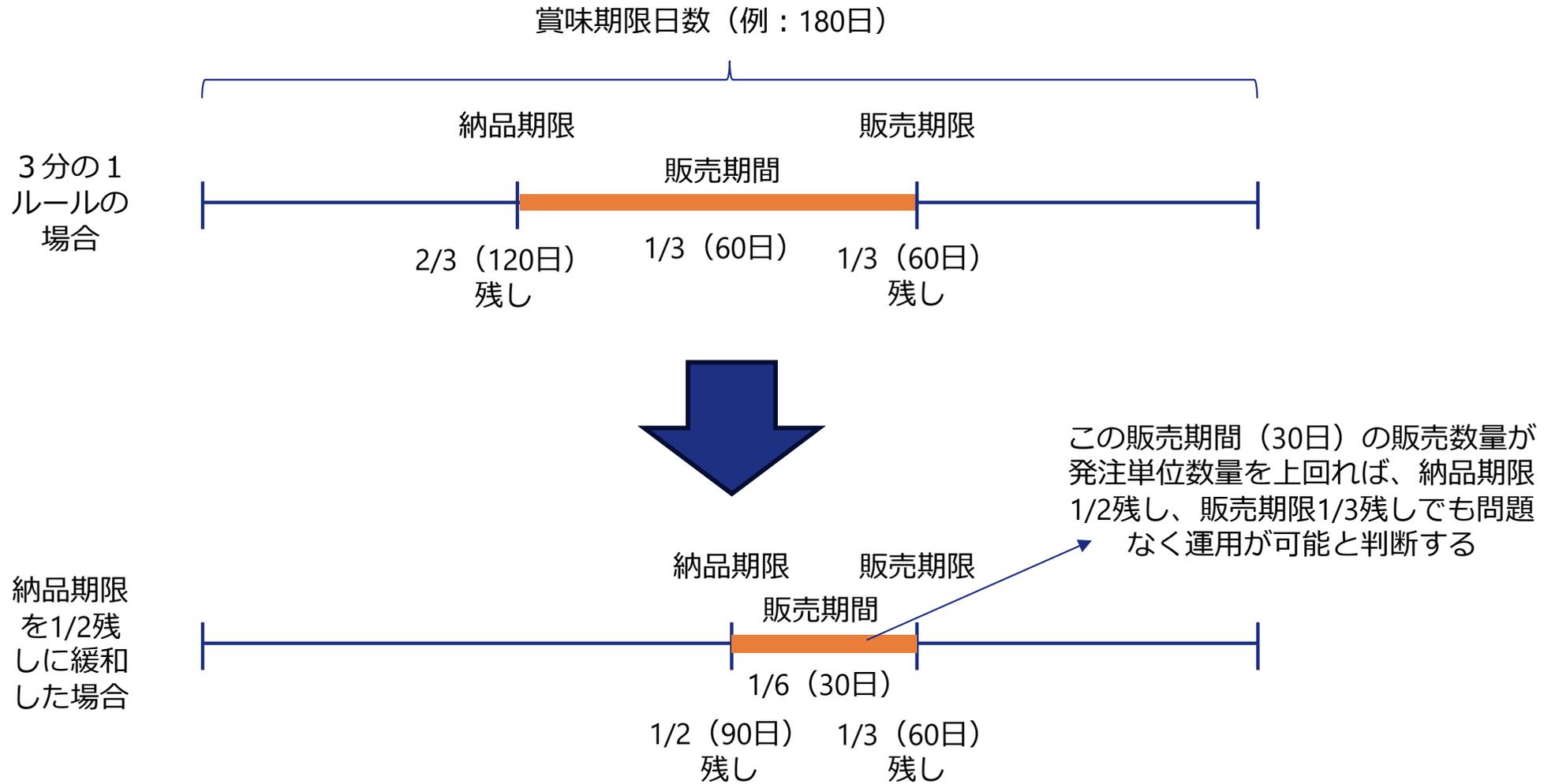
＜コンビニ＞（3社）  
セブン-イレブン・ジャパン、  
ファミリーマート、ローソン

＜卸売業＞（15社）  
伊藤忠食品、加藤産業、  
国分、コンフェックス、昭和、  
高山、トモシアホールディングス、  
ドルチェ、ナシオ、日本アクセス、  
ハセガワ、三井食品、三菱食品、  
ヤマエ久野、山星屋

＜飲料メーカー＞（5社）  
アサヒ飲料、伊藤園、キリンバレッジ、  
サントリー食品インターナショナル、  
日本コカ・コーラ

＜菓子メーカー＞（7社）  
江崎グリコ、亀田製菓、不二家、  
ブルボン、明治、森永製菓、ロッテ

# 実証実験・シミュレーション：納品期限緩和リスク分析ー概念図



# 実証実験・シミュレーション：納品期限緩和リスク分析－結果

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

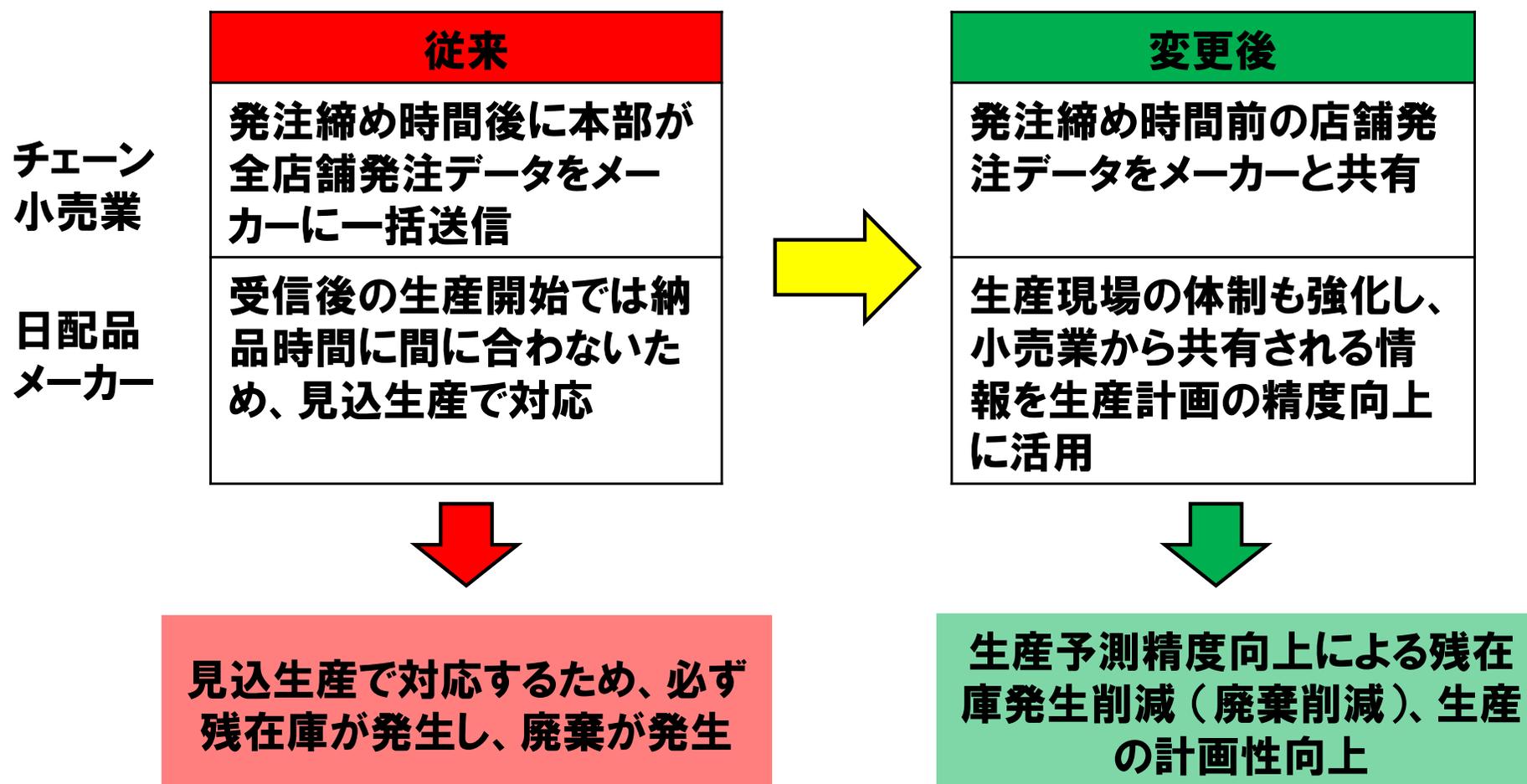
(単位：SKU別販売数量×店)

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%
ビン・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)

**発注締め時間前の店舗発注入力済データをメーカーと共有し、  
メーカーが生産計画を精緻化し、余剰生産を削減**



# 取組企業・事例集の公表：発注リードタイム延長の取り組み事例

## 実施会社概要

- ・所在地：富山県射水市
- ・会社名：アルビス株式会社
- ・業種：小売業
- ・従業員数：3,401名（令和5年9月末時点 パート社員含む）

## 対象商品

- ・日配（豆腐・麺・練り製品・牛乳・ヨーグルト等）
- ・精肉加工品（ハム・ウィンナー等）

## 発注リードタイム延長の内容（2021年4月から）

センターを経由する日配品については100%納品日の2日前発注に変更

- |      |        |                           |
|------|--------|---------------------------|
| ・変更前 | 発注     | 納品日1日前：12時締め（仕入先:13:30頃受） |
|      | センター入荷 | 納品日1日前：16時以降～26時          |
|      | 店舗納品   | 当日：早朝から8時頃までに完了           |
| ・変更後 | 発注     | 納品日2日前：12時締め（仕入先:13:30頃受） |
|      | センター入荷 | 納品日1日前：16時以降～26時          |
|      | 店舗納品   | 当日：早朝から8時頃までに完了           |

※センターを経由しない店舗直送商品（冷食/アイス・パン・和菓子等）  
はこれまでどおり店舗納品日の1日前に発注

<ドライ> 日配品同様、発注日から店舗納品の間を1日延長

- |      |      |                         |
|------|------|-------------------------|
| ・変更前 | 発注   | 納品日当日：10時締め（仕入先:12時頃受）  |
|      | 店舗納品 | 当日：14～22時               |
| ・変更後 | 発注   | 納品日1日前：10時締め（仕入先:12時頃受） |
|      | 店舗納品 | 当日：10～22時に店舗納品          |

## 経緯

- ・アルビス株式会社では、メーカー・卸側での食品ロス削減、また物流センター側での作業効率改善を目的として2021年4月より日配・精肉加工品の発注リードタイムを延長することとした。
- ・延長実施にあたっては、既に導入している「自動発注システム」について、店舗発注担当者に運用ルールを再度教育をおこなった。
- ・リードタイム延長について店舗運営部は心配していたが、人の手による勘の発注から、自動発注システムの客数予測精度を上げていき、在庫を補正する仕組みの運用を徹底することで、需要予測精度の低下をカバーできるのではないかとこの考え方を理解してもらい、取り組みを進めることができた。
- ・会社として**全体最適をめざす社風**があり、取引先や物流委託先と一緒にした取り組みが進められやすかった。

## 実施による影響や効果

- (メーカー・卸側)
  - ・見込製造から、受注確定後の生産となるためには、造りすぎや追加製造等の作業が軽減
- (物流センター側)
  - ・翌々日の物量が確定することで、センターの人員や店舗への配送車両台数の調整が可能になった。
- (店舗側)
  - ・自動発注運用を高めることで発注時間を削減した。

# 取組企業・事例集の公表:「食品ロス削減に向けた 賞味期限表示大括り化の事例」の公表

## 事例3 江崎グリコ株式会社

### ■ 実施時期・実施内容

実施時期	商品	実施内容
従来より実施済	チョコレート、ビスケット、キャンディー等	年月日表示から 年月表示に移行
2015年2月より順次実施	カレーや賞味期限が1年以上のレトルト食品等	

賞味期限年月表示化対象商品例



### ■ 賞味期限表示大括り化による効果

- 在庫を月単位で管理できるようになり、在庫の偏在を防ぐための拠点間配送が減少
- 商品管理区分が月単位にまとまることで、物流部門の管理業務（需給管理・在庫管理等）の負担が軽減
- 品出し業務の軽減につながるなど、取引先からは協力的・好意的な反応

### ■ 実施方法・実施にあたって留意した点

- 推進体制：営業、物流、製品開発、研究など、全社的な横断プロジェクトを推進
- 賞味期限延長：賞味期限表示が最大で30日短縮されるため、賞味期限を最大で1ヶ月延長して対応
- JANコード（※）は変更せずに賞味期限表示大括り化を実施

（※）JANコード：「どの事業者の、どの商品か」を表す、世界共通の商品識別番号。商品パッケージには、バーコードスキャナで読み取れるよう、バーコード化され表示されている。

出所：江崎グリコ株式会社資料および同社ヒアリングにもとづき、流通経済研究所作成。画像は同社提供。

# セミナー・情報交換会：食品ロス削減セミナー 実施結果



## 開催日

- 令和6年 2月 1日（木）、令和6年 2月14日（水）

## 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



## 今後の取組の方向性（事務局案）

---

### ■ 加工食品

- － 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
  - － 賞味期限表示大括り化による効果の定量的検証
- － 商慣習見直し実態調査
- － 取組企業名・事例公表
- － 地域中堅・中小スーパーへのアプローチ
- － 消費者の家庭内在庫の日数の検討
- － 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

### ■ 日配品

- － 事例分析等による、発注リードタイムの延長による店舗・川上全体での食品ロス削減効果の分析
- － 商慣習見直し実態調査
- － 取組企業名・事例公表