

食品ロス削減のための商慣習検討WT 中間とりまとめ

1. 基本的考え方

世界の食料生産量の1/3にあたる13億トンの食料が毎年廃棄され、世界の穀物需給が逼迫する中、食品ロスの削減は世界的に大きな課題となっている。

「もったいない」という言葉の発祥の地である我が国においても、食品ロスは年間500～800万トン（事業系300～400万トン、家庭系200～400万トン）発生していると推計されている。この食品ロス発生の実態は、規格外品、返品、売れ残り、食べ残し、過剰除去、直接廃棄などと多様であり、それぞれの関係者が食品ロス削減に向けた取組を着実に進めていくことが必要である。

このうち、本WTでは、個別企業等の取組だけでは解決が難しく、フードチェーン全体で解決していく必要のある課題として、製造業・卸売業・小売業による商慣習を中心に検討をしているところである。

現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる返品等の商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を進めていくことが必要である。

平成24年度のワーキングチームの活動として次の事項を決定し、平成25年度以降も順次取組を進めるとともに、業界団体の協力を得て、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していく。

2. 取組の内容

(1) 卸売業・小売業の多くで取引条件として設定されている納品期限の見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクトの実施

WTでの加工食品の返品・廃棄に関する調査の結果、①返品の発生理由は、商品の汚損・破損、店舗での納品・販売期限切れ、定番カットによる商品入れ替え等であること。②飲料・菓子で未出荷廃棄割合が高いこと。③未出荷廃棄の発生理由は出荷予測精度の低さ、納品期限切れ等であること。④店舗への納品期限は概ね賞味期限の3分の1とする割合が高いこと、等の実態が把握された。

返品や未出荷廃棄の発生理由は、商品の汚損・破損、商品入れ替え、出荷予測精度の低さ等複合的であるが、食品業界の商慣習として各企業間で取り決められている取引条件の一つである納品期限も返品や未出荷廃棄の発生理由のひとつと考えられることから、関係者の合意を得られやすい品目から順に、納品期限を緩和する方向で業界団体の協力を得つつ、パイロットプロジェクト（実証実験）を行う。

具体的には、平成25年度から、フードチェーンを構成する製・配・販企業によるパイロットプロジェクトを実施し、この効果を検証し、効果的であることが実証された場合には普及拡大を図る。パイロットプロジェクトの詳細な対象範囲、実施方法等については、引き続き関係者で打ち合わせを行い、4月以降に実施するための

準備を始める。パイロットプロジェクトは納品期限について一定の仮説を立てその検証を行う観点から実施するものであり、当面は、菓子、飲料を含め効果検証の可能な品目の納品期限を、「賞味期限の1/2残し」に変更した場合の食品ロス削減効果、CO₂削減効果、納品期限切れの発生数等を検証するなど、実証実験の具体的な設計を検討していく。

併せて、現在多くの小売業で設定されている消費者に対する販売期限についても必要に応じそのあり方について検討を進めることとする。

(2) 賞味期限の見直し

近年、食品の製造過程における生産・衛生技術の向上や日持ちのする包装資材の開発など、商品の品質を保持するための技術開発が行われてきた。しかし、既存製品の中には賞味期限の見直しが行われなかったものもあり、必ずしもこうした現状を反映したものとなっていない場合もあると考えられる。

このため、食品ロス削減の観点から、食品製造業において、既存製品の賞味期限について科学的な知見に基づく再検証（業界団体が作成する期限の設定に関するガイドラインマニュアルや安全係数の見直し等も含む）を行うとともに、得られた結果に基づき、消費者の理解を得つつ賞味期限の延長に取り組む。

なお、その進捗状況は企業毎に積極的に公表していくこととするが、各業界団体の協力を得て、本WTにおいても進捗状況を把握・公表することとする。

(3) 表示方法の見直し

賞味期限の長い品目については、品質劣化のスピードが遅く、消費段階で日付管理する意味が乏しい反面、日付順に納入される流通段階で食品ロスの発生につながる場合がある。

また、賞味期限が3ヶ月以上の品目については、「年月」表示も認められているところである。

このため、賞味期限が長い品目については、「年月」表示へ変更するなど消費者にとってわかりやすい期限表示となるように各社で工夫する。

なお、その進捗状況は企業毎に積極的に公表していくこととするが、各業界団体の協力を得て、本WTにおいても進捗状況を把握・公表することとする。

(4) 食品ロス削減に関する消費者理解の促進

消費者に、「もったいない」の観点から、食品ロス削減の重要性や食品の期限表示（消費期限・賞味期限）について十分理解してもらえるよう、関係府省庁とも連携して、取組を進める。

(5) その他の食品ロス削減に向けた取組

当面、引き続き賞味期限が比較的長い加工食品を対象として食品ロスの発生要因

となる商慣習の実態把握と検討を行い、食品ロス削減に有効な商慣習の検討について、上記（１）～（４）以外の取組についても進めていく。また、今後は食品ロス削減の観点から日配品も対象に実態把握と検討を行うこととする。

また、商慣習の見直しを行ってもなお生じる未出荷廃棄等については、フードバンクを活用し、社会全体で食品ロス削減に努める。食品ロス削減に努めても、なお排出される食品廃棄物については、積極的にリサイクルを行う。

3. 推進体制

関係省庁（内閣府、消費者庁、農林水産省、経済産業省、環境省）と連携を図るとともに、共通課題の解決のため組織された民間企業の取組（製・配・販連携協議会、国民生活産業・消費者団体連合会、日本 TCGF）とも連携して、ワーキングチームの取組との相乗効果を目指す。

特に、２（１）のパイロットプロジェクトについては、製・配・販連携協議会返品削減WGと共同で、より多くの企業の参加を得て実施する。

以上

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム 委員 (50音順、敬称略)

(企業名)

(推薦業界団体)

【食品製造業】

味の素株式会社	風味調味料協議会
江崎グリコ株式会社	全日本菓子協会
キッコーマン食品株式会社	日本醤油協会
コカ・コーラ カスタマーマーケティング株式会社	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式会社	全国清涼飲料工業会
日清食品株式会社	日本即席食品工業協会
ハウス食品株式会社	全日本カレー工業協同組合
株式会社マルハニチロ食品	日本缶詰協会
雪印メグミルク株式会社	日本乳業協会

【食品卸売業】

国分株式会社	日本加工食品卸協会
三菱食品株式会社	日本加工食品卸協会
株式会社山星屋	全国菓子卸商業組合連合会

【食品小売業】

イオンリテール株式会社	日本チェーンストア協会
株式会社イトーヨーカ堂	日本チェーンストア協会
株式会社東急ストア	日本スーパーマーケット協会
株式会社ファミリーマート	日本フランチャイズチェーン協会

【学識経験者】

明治大学専門職大学院	教授	上原 征彦	※座長
専修大学商学部	教授	渡辺 達朗	※副座長

(オブザーバー) 農林水産省食料産業局バイオマス循環資源課食品産業環境対策室、農林水産政策研究所
経済産業省商務流通保安グループ流通政策課

(事務局) 財団法人 流通経済研究所 加藤 弘貴(専務理事)、石川 友博(主任研究員)、重富 貴子(研究員)

(事業実施者) 一般社団法人 日本有機資源協会 児玉 徹(会長)、今井 伸治(専務理事)、嶋本 浩治(主幹)

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム 平成24年度の検討経過

- 第1回 10月3日（水） ワーキングチーム設置の趣旨説明
加工食品業界における食品ロス・商慣習に
関する意見交換
- 第2回 11月2日（金） 日配品業界における食品ロス・商慣習に関する
ヒアリング
加工食品の食品ロスの実態調査案の検討
- （11～1月 アンケート、ヒアリング調査を実施）
- 第3回 1月18日（金） 調査結果報告・ディスカッション
- 第4回 2月22日（金） 中間とりまとめ・今後の取組の方向性

以上