

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームが平成25年度のとりまとめを公表 パイロットプロジェクトの結果をふまえた納品期限見直し・再検討、 賞味期限・表示方法の見直し等に着手

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームは、フードチェーンに関連する食品製造業・卸売業・小売業の各業界団体から推薦された企業が参加し、商慣習の実態について情報交換するとともに、取り組むべき課題を把握し、ワーキングチームで検討・協議した取組を業界全体へ普及させ、食品業界の体制整備のあり方を検討しています。

このほど今年度の活動成果としてとりまとめを行い、平成26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ことを決定いたしました。ポイントについて、以下でご紹介いたします。
(「とりまとめ」全文は「別紙資料」参照)

<平成26年度以降に取り組む内容>

- (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
〔 飲料及び賞味期間 180 日以上菓子については、納品期限を「賞味期間の1/2 残り」以下に緩和することを推奨 〕
- (2) 賞味期限の見直し、賞味期限設定の考え方等の情報提供
- (3) 表示方法の見直し
- (4) 日配品のロス削減
(もったいないポイント付与による食品ロス削減効果検証など)
- (5) 食品ロス削減に関する消費者理解の促進
(ロゴマーク「ろすのん」を活用した取組など)
- (6) その他の食品ロス削減に向けた取組

<今後の推進体制について>

NO-FOODLOSS PROJECT を推進する関係省庁と連携を図るとともに、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）とも連携して参ります。

特に、上記（1）のパイロットプロジェクトについては、製・配・販連携協議会と共同で、より多くの企業の参加を得て実施いたします。

【本件についてのお問い合わせ先】

公益財団法人 流通経済研究所：石川、重富（しげどみ）、東（あづま）

〒102-0074 東京都千代田区九段南 4-8-21 山脇ビル 10 階 電話：03-5213-4533

バイオマス資源総合利用推進協議会：嶋本

〒104-0033 東京都中央区新川 2-6-16 馬事畜産会館 401 電話：03-3297-5618

以上

平成25年度 食品ロス削減のための商慣習検討WT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、2013（平成25）年8月にはアジア・太平洋地域における「SAVE FOOD」キャンペーンが開始され、2014（平成26）年は「ヨーロッパ反食品廃棄物年」とされるなど、世界的に食品ロス削減に向けた取組が進んでいる。

「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、その食料の6割を海外からの輸入に依存しているながら、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、その発生の理由も商品の汚損・破損、商品入れ替え、出荷予測精度の低さ、消費者の過度の鮮度意識等複合的であるため、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進め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引き続き進めていくことが必要である。

平成25年度は本WTの中間とりまとめに基づき、各般の取組を進めてきたところである。この成果を踏まえ、平成26年度のWTの活動としては、次の事項に引き続き取り組んでいくとともに、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

平成25年8月からフードチェーンを構成する製・配・販企業35社により、特定の地域で飲料・菓子の一部品目について小売業の物流センターへの納品期限を現行の「賞味期間の2/3残し」から「賞味期間の1/2残し」に緩和したパイロットプロジェクトを実施し、返品や食品ロス削減効果等を検証した。

この結果、

- ① 小売業の物流センター段階では、納品期限切れ発生数量の減少、返品削減により、食品ロス削減につながる効果が示された。
- ② 食品製造業段階でも納品期限緩和により、鮮度対応生産の削減など相当数の余剰在庫を削減できる可能性が確認され、未出荷廃棄の削減により、食品ロス削減につながる効果があるものと考えられた。
- ③ 小売業の店舗では、飲料及び賞味期間180日以上の子について、販売期限切れによ

る廃棄増や値引ロス等の問題は発生しなかった。

検証結果を用いて、飲料・賞味期間 180 日以上菓子について全ての小売業が納品期限を「賞味期間の 1 / 2 残し」に緩和した場合の推計を行ったところ、フードチェーン全体で飲料については 39,384 トン（7,081 百万円相当）※、賞味期間 180 日以上菓子については 1,239 トン（1,579 百万円相当）の鮮度対応生産および納品期限切れ商品の削減効果が見込まれ、食品ロス削減に相当の効果があるものと考えられる。

このため、飲料及び賞味期間 180 日以上菓子については、フードチェーン全体での食品ロス削減に向けて、「賞味期間の 2 / 3 残し」をはじめ「賞味期間の 1 / 2 残し」を超えて納品期限を設定している場合には、「賞味期間の 1 / 2 残し」以下に緩和することを推奨し、各業界団体の協力を得て幅広い関係者に情報を共有し、各自の取組を促す。

また、賞味期間が 180 日未満の菓子については、納品期限の緩和により小売店舗での廃棄増等が出る場合も見られたが、フードチェーン全体では食品ロス削減効果があるため、納品期限の緩和を検討していく。その際、消費者の 8 割以上が菓子を購入後 1 週間以内に食べるとの調査結果も踏まえ、現在多くの小売業で設定されている販売期限の延長についても消費者の理解を得ながら検討を進めることとする。

さらに、飲料・菓子以外のカテゴリーの食品においても同様の効果があるかどうかを検証するとともに、課題や問題点を抽出するため、他のカテゴリーでパイロットプロジェクトを平成 26 年度に実施する。詳細な対象カテゴリー、参加企業等については、引き続き関係者で打ち合わせを行い、平成 26 年 4 月以降に実施するための準備を始める。

(2) 賞味期限の見直し、賞味期限設定の考え方等の情報提供

近年、食品の製造過程における生産・衛生技術の向上や気密性の高い包装資材の開発など、商品のロングライフ化に向けた技術開発が行われてきた。平成 25 年 6 月には日本即席食品工業協会が「即席めんの期限表示設定のためのガイドライン」を改訂し、即席めんの賞味期限の 1 ~ 2 ヶ月延長が予定されている。

引き続き、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。

また、食品製造業において、賞味期限設定の考え方や食品の保存方法等の情報を消費者に提供することで、消費者の賞味期限に対する理解を促進し、家庭における食品ロス削減に貢献することとする。

なお、その進捗状況は団体毎又は企業毎に積極的に公表していくこととする。

※メーカー段階の鮮度対応生産の削減効果と物流センター段階の納品期限切れ商品の削減効果を単純加算したものであり、一部重複する部分もあり得る。

(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ヶ月超の品目については、「年月」表示も認められているところである。

引き続き、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。その際、「年月日」表示に比べて賞味期限が最大1ヶ月短くなる等の課題もあることも踏まえ、消費者の理解を得ながら検討を進める。

なお、その進捗状況は団体毎又は企業毎に積極的に公表していくこととする。

(4) 日配品のロス削減

チルド食品はじめ日配品は加工食品に比べて賞味期限が短く、流通形態も異なることから、その実態と課題を踏まえたフードチェーンでの効果的なロス削減に向けて、平成26年度からWTで具体的な取組を検討する。また、消費者の小売店舗での購入行動が食品ロス削減に重要であることから、平成26年度から消費・賞味期限までの残存期間が短いものの売切りを促進するインセンティブ（もったいないポイント）を付与し、食品ロス削減効果を検証するとともに、消費・賞味期限までの残存期間とインセンティブ付与率の関係等を分析する。

(5) 食品ロス削減に関する消費者理解の促進

食品ロス削減には消費者の理解と協力が鍵となることから、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）、食品ロス削減に向けた事業者の取組について十分理解してもらえるよう、食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）を推進する関係府省庁（内閣府、消費者庁、農林水産省、経済産業省、環境省、文部科学省）とも連携して、ロゴマーク「ろすのん」を活用した取組、食品の期限表示の意味のわかりやすい説明など、食品ロス削減に関する消費者理解を進める。

(6) その他の食品ロス削減に向けた取組

商慣習の見直しを行ってもなお生じる食品ロスについては、各地の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

NO-FOODLOSS PROJECT を推進する関係省庁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、WT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
東京情報大学	学長	牛久保 明邦	
専修大学商学部	教授	渡辺 達朗	

(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) 公益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) バイオマス資源総合利用推進協議会 兒玉 徹、今井 伸治、嶋本 浩治

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25年度の検討経過

- 第1回 11月15日（金） パイロットプロジェクト実施状況紹介
中間とりまとめフォローアップ方法の検討
平成24年度日配品調査の結果報告
消費者広報実績・消費者庁意見交換会・国民運動ロゴ・世界の動き紹介
- 第2回 12月11日（水） 納品期限緩和パイロットプロジェクト中間報告店頭消費者調査の結果報告
日配品実態報告
- 第3回 3月13日（木） 納品期限緩和パイロットプロジェクト最終報告
賞味期限延長・賞味期限の年月表示化に関する報告
平成25年度とりまとめ

以上