

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム 日配品検討会
(令和2年3月17日開催) 議事要旨

- 1 メーカー、小売での当該カテゴリー食品ロス発生現状、要因、対策状況の共有について
 - ・ 生麺では、メーカー・小売とも安全係数は 0.7 とすることが定着している。これを高くするよう見直したい。安全係数 0.8 を推奨する指針等があると進めやすい。(メーカー)
 - ・ パンは、消費期限 5 日前後であり、期限設定基準を見直しても、期限を延長する余地が少ない。(メーカー)

- 2 店舗での実証実験結果報告について
 - ・ 売上数量だけでなく、売上金額の面からの検証結果も記載するのがよい。(農林水産省)
 - ・ 店舗の日々の発注量の決め方についても補足情報があるとよい。(有識者)

- 3 日本気象協会による気象情報と AI 活用による需要予測精度向上による食品ロス削減の可能性の検討結果報告
 - ・ (商品入替は考慮せず) 対象をパン全体とし、数カテゴリーに分け、分析するのが有効。(メーカー)
 - ・ 予測モデルの説明変数に「体感気温」を追加して検討する。(メーカー、日本気象協会)

- 4 今後の対応・検討の方向性 (とりまとめ) について
 - (ア) リードタイム
 - ・ 「店舗納品の前日発注」が最も食品廃棄・ロス発生につながりやすいので、前々日発注化を進めていただきたい。(メーカー)
 - ・ リードタイム延長の意義を、食品ロスだけでなく、人手不足、物流危機、より安全な労働環境確保といった観点からも考えてほしい。食品流通全体の将来に向けた非常に大きな問題である。(メーカー、メーカー業界団体)
 - (イ) 納品期限
 - ・ メーカーでの出荷前日製造品の、小売側の入荷受入が広がってほしい。(メーカー)
 - (ウ) 賞味・消費期限
 - ・ 当社では、消費期限商品の 7 割程度について、消費期限を 1 日延長した。メーカーにできる取組として、今後もできる限り進めたい。(メーカー)
 - ・ 業界団体としても、安全係数の見直しや、消費期限をより長く設定できないか検討を行っており、メーカーにできる取組促進を図っていく。(メーカー業界団体)

- ・ 賞味・消費期限が5～6日程度の商品は、リードタイムが「店舗納品の前日発注」と厳しく、出荷当日製造品しか受け入れられないと、見込み生産で対応し、未出荷分は全て廃棄となる。リードタイム延長が難しい場合、出荷前日製造品の入荷を受け入れてほしい。(メーカー)
- ・ 賞味・消費期限が1日延びるだけでも食品廃棄・ロス削減効果は少なくない。取引先と連携して、取組を進めたい。(メーカー)
- ・ 当社では、日配品の一部で、販売期限の延長に取り組んでおり、食品廃棄・ロス削減効果が出ている。(小売)

(エ) 販売期限

- ・ 消費期限商品の一部で、販売期限を延長し、従来の撤去日と消費期限日の間隔を半分にした結果、廃棄は3割減少した。品質も十分確かめて実施しており、売上や消費者反応面の影響は見られない。(小売)

(オ) 情報共有

- ・ 一部小売業とは、予測が難しい新商品発注数の事前情報共有が始まり効果が出ている。こうした取組を広げたい／取組が広がるべきだ。(メーカー)
- ・ 新商品の発注数については、4～5日前確定の検討に着手している。(小売)
- ・ メーカーの食品廃棄・ロス等の問題解決に協力したい。ただ、現状は、メーカーで何が起きているか十分な情報がない。メーカーとの情報共有・現状把握を今後一層進めたい。(小売)

(カ) 災害時対応

- ・ 災害時問題の議論が重要。平常時の短リードタイム対応のための見込生産体制なので、災害時に、生産着手済商品の発注が急に止まると、全量が未出荷廃棄となり、相当量に上る。荷受が難しい場合、納品当日・前日等ではなく、できる限り早く発注を止めていただきたい。(メーカー)
- ・ 災害時におけるメーカーでの商品未出荷による食品廃棄・ロスの大量発生は業界で問題になっている。災害時対応の指針等を行政から提示していただきたい。(メーカー業界団体)

以上