



食べものに、
もったいないを、
もういちど。
NO-FOODLOSS PROJECT

商慣習見直しに関する国の検討状況等

資料出所（44ページまで）

農林水産省
大臣官房新事業・食品産業部



- 1 食品ロスの現状
- 2 食品ロス削減に関する目標・法制度
- 3 商慣習の見直しについて
- 4 フードバンクの推進について
- 5 予算事業の紹介
- 6 その他の情報提供

1 食品ロスの現状

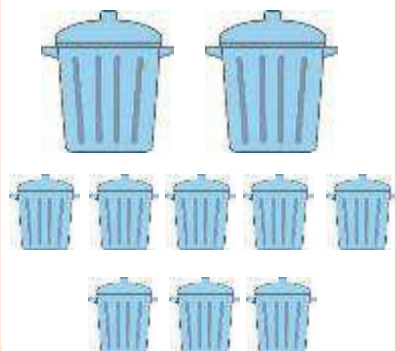
日本の「食品ロス量」

約523万トン



事業系

約279万トン



家庭系

約244万トン



国民1人当たり食品ロス量

1日 約114g

※ 茶碗約1杯（約150g）のご飯の量に近い量

年間 約42kg

※ 年間1人当たりの米の消費量（約51kg）に近い量

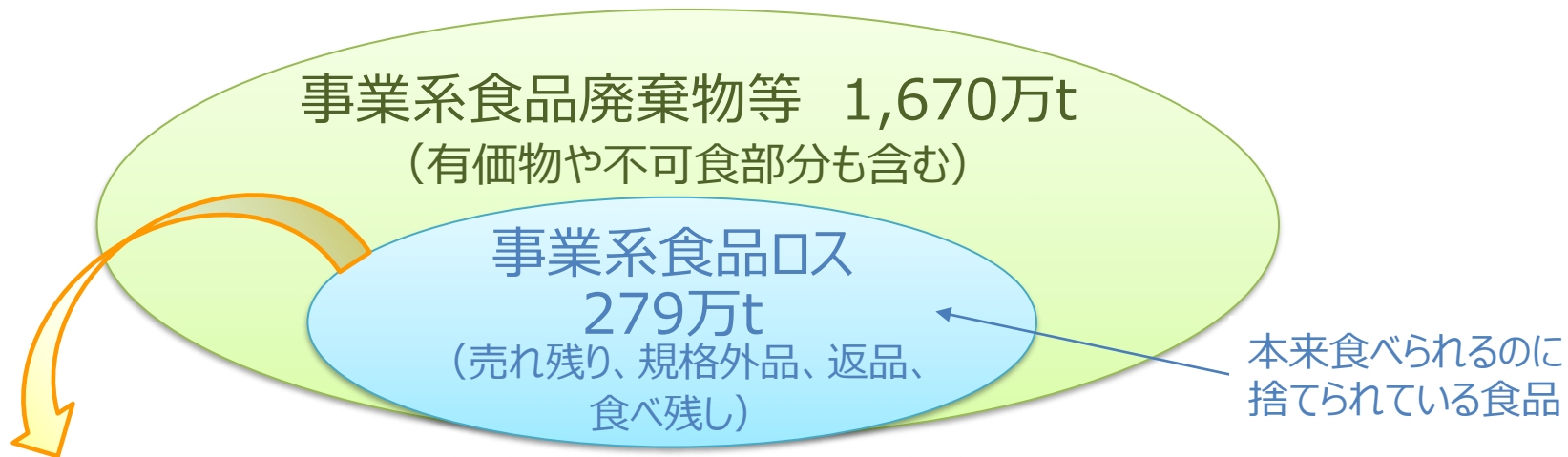


資料：総務省人口推計(2021年10月1日)
令和2年度食料需給表（確定値）

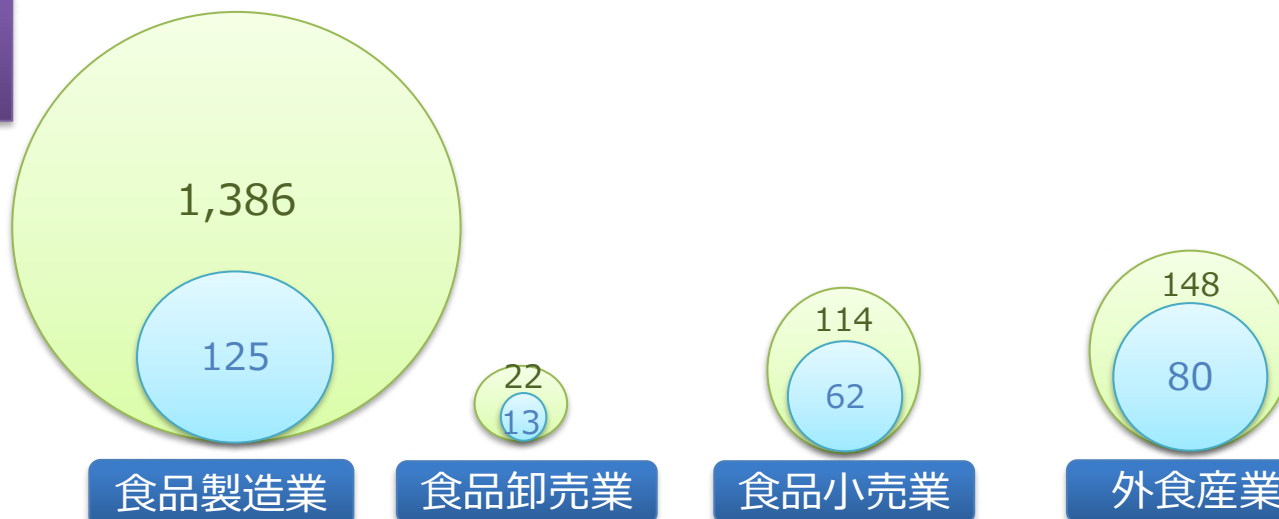


【食品ロス】

国民に供給された食料のうち本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品



発生場所ごとの食品ロス

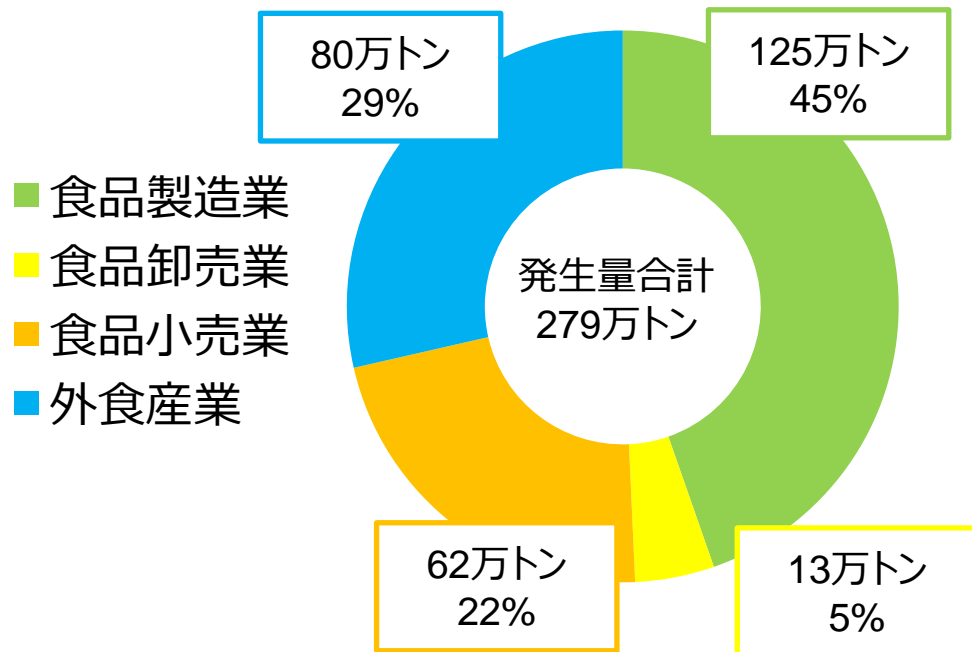
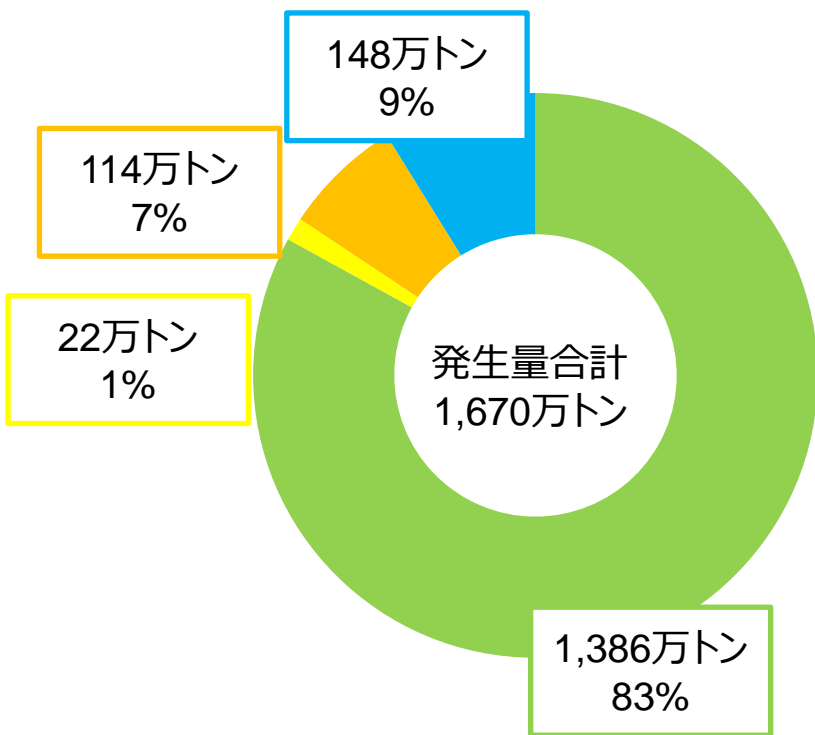




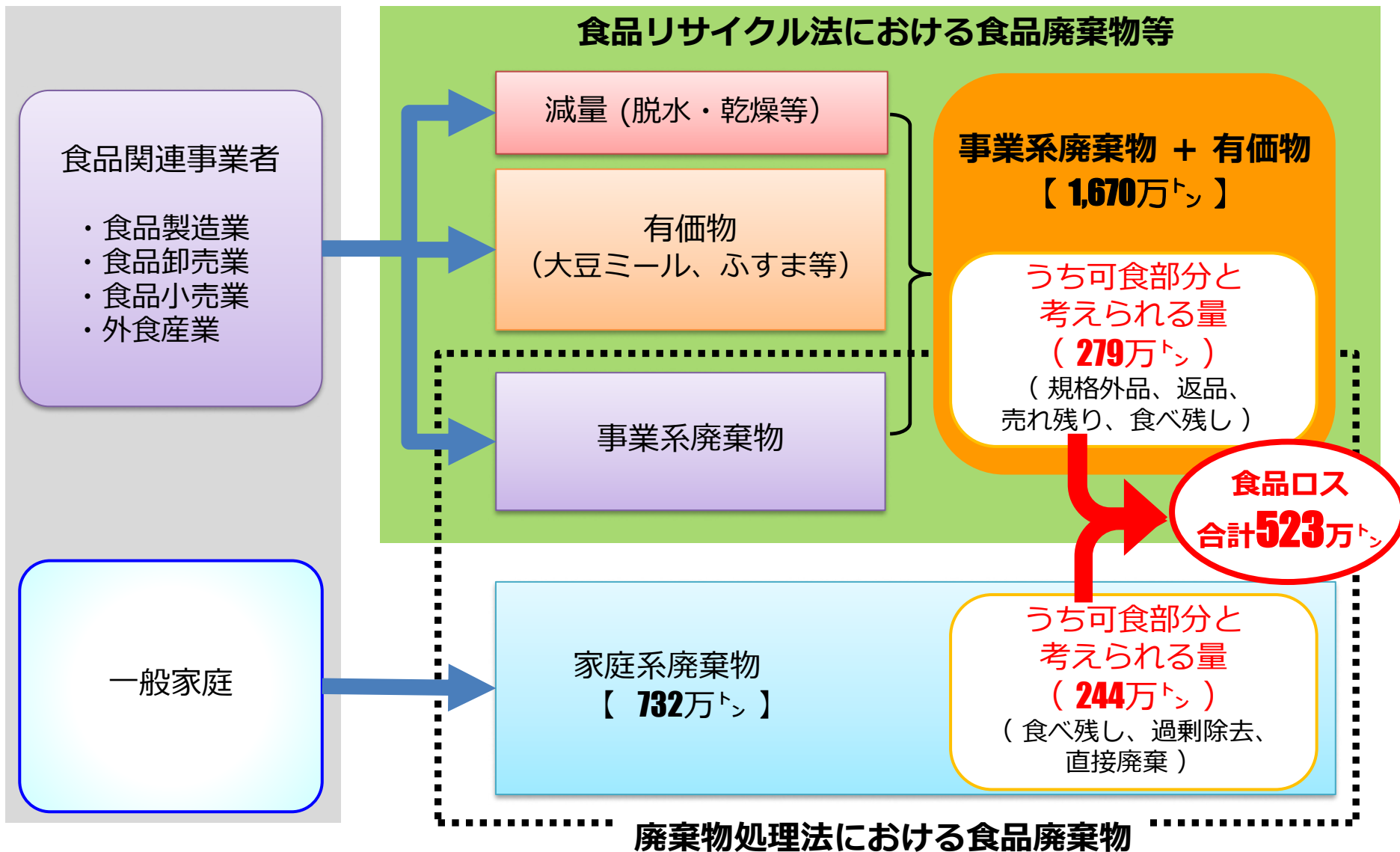
- ✓ 食品廃棄物等の発生量は、令和3年度で1,670万トンとなっており、このうち食品製造業が83%を占めている。
- ✓ 可食部の食品廃棄物等の発生量は279万トンとなっており、このうち食品製造業が45%、外食産業が29%を占め大部分となっている。

①事業系食品廃棄物の業種別内訳

②事業系食品ロス（可食部）の業種別内訳



四捨五入の関係で、数字の合計が一致しないことがある。



2 食品ロスの削減に関する目標・法制度

循環型社会形成の推進

循環型社会形成推進基本法 (基本的枠組み法)

容器包装リサイクル法

家電リサイクル法

食品リサイクル法

建設リサイクル法

自動車リサイクル法

小型家電リサイクル法

(取組の優先順位)

①発生抑制 (Reduce)

②再使用 (Reuse)

③再生利用 (Recycle)

④熱回収

⑤適正処分

食品リサイクル法

食品の売れ残りや食べ残し、製造・加工・調理の過程に応じて生じた残さ等の食品廃棄物等について、

①発生抑制と減量化による最終処分量の減少

②飼料や肥料等への利用、熱回収等の再生利用

についての基本方針を定め、食品関連事業者による取組を促進。

○主務大臣による基本方針の策定 （令和元年7月）

- 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向
- 食品循環資源の再生利用等を実施すべき量に関する目標 等

○再生利用等の促進①

- 主務大臣による判断基準の提示（省令）
 - ・再生利用等を行うに当たっての基準
 - ・個々の事業者毎の取組目標の設定
 - ・発生抑制の目標設定 等

※食品廃棄物等の発生を可能な限り抑制すること。

※食品廃棄物等の発生の抑制を実施するに当たって、講ずべき措置

- ・食品の製造・加工過程・・・原材料の使用の合理化
- ・食品の流通過程・・・食品の品質管理の高度化その他配送及び保管の方法の改善
- ・食品の販売過程・・・食品の売れ残りを減少させるための工夫
- ・食品の調理・食事の提供過程・・・調理方法の改善、食べ残しを減少させるための工夫

等

○再生利用等の促進②

- 主務大臣あてに食品廃棄物等発生量等の定期報告義務
（発生量が年間100トン以上の者）
- 事業者の再生利用等の円滑化
 - ・「登録再生利用事業者制度」によるリサイクル業者の育成・確保
 - ・「再生利用事業計画認定制度」による優良事例（食品リサイクル・ループ）の形成

○指導、勧告等の措置

- 全ての食品関連事業者に対する指導、助言
 - ・前年度の食品廃棄物等の発生量が100トン以上の者に対する勧告・公表・命令・罰金（取組が著しく不十分な場合）



- ✓ 食品リサイクル法の基本方針では、食品ロスの削減を含めて食品廃棄物等の発生抑制が優先と位置づけ。その上で発生してしまったものについて、リサイクル等を推進。

食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年7月)



- ・ 「基本理念」に食品ロスの削減を明記し、事業系食品ロスの削減に関して、2000年度比で、2030年度までに半減させる目標を設定。
- ・ 食品関連事業者は、食品廃棄物等の発生原単位が基準発生原単位以下になるよう努力。
- ・ 様々な関係者が連携して、サプライチェーン全体で食品ロス削減国民運動を展開。

<具体的な取組（食品関連事業者・消費者・地方公共団体・国が実施）>

- ✓ 納品期限の緩和などフードチェーン全体での商慣習の見直し
- ✓ 賞味期限の延長と年月表示化
- ✓ 食品廃棄物等の継続的な計量
- ✓ 食べきり運動の推進
- ✓ 食中毒等の食品事故が発生するリスク等に関する合意を前提とした食べ残した料理を持ち帰るための容器（ドギーバッグ）の導入
- ✓ フードバンク活動の積極的な活用
- ✓ 食品ロスの削減に向けた消費者とのコミュニケーション、普及啓発等の推進 等

事業系食品ロス削減に関する目標

【目標】 2000年度比（547万トン）で、2030年度までに半減させる（273万トン）

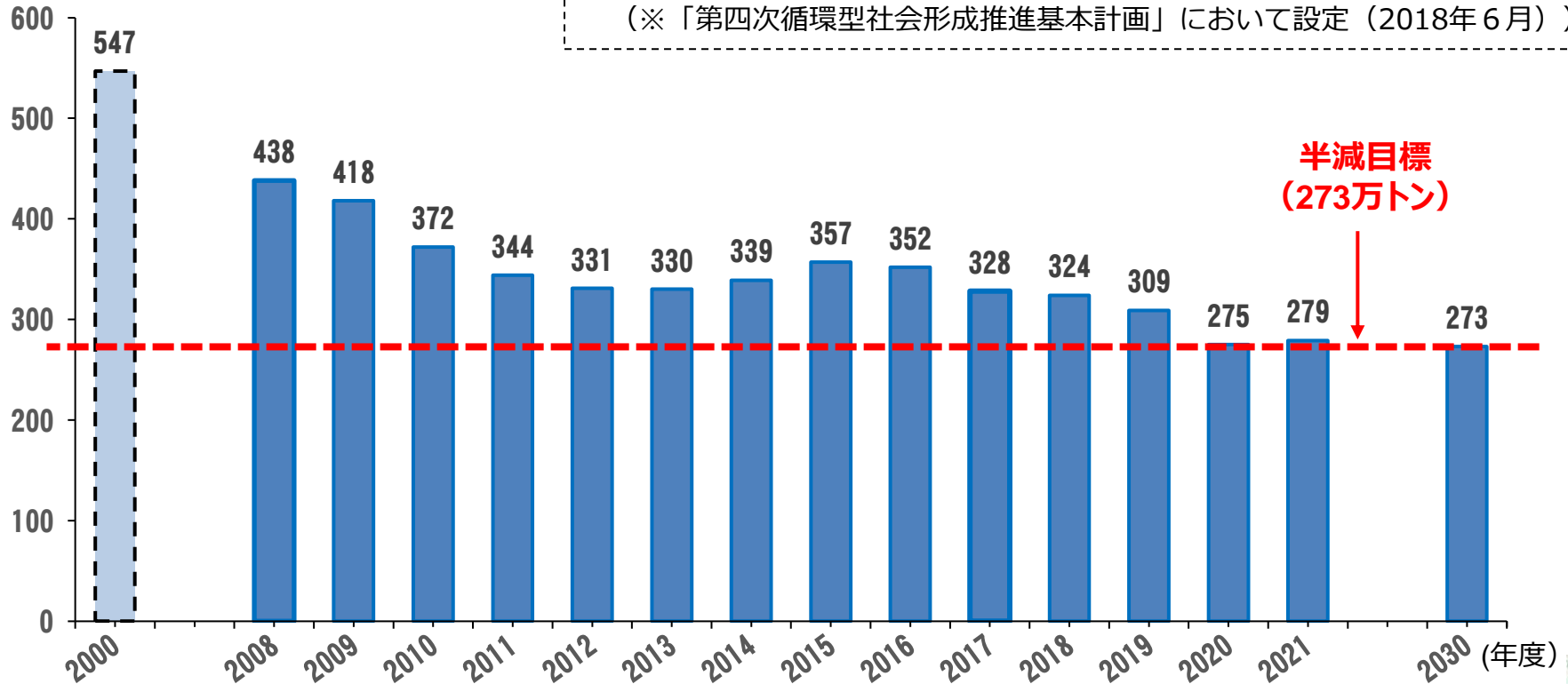
※食品リサイクル法の基本方針(2019年7月)、食品ロス削減推進法の基本方針(2020年3月)において設定。

※起点となる2000年度は、食品リサイクル法成立の年度

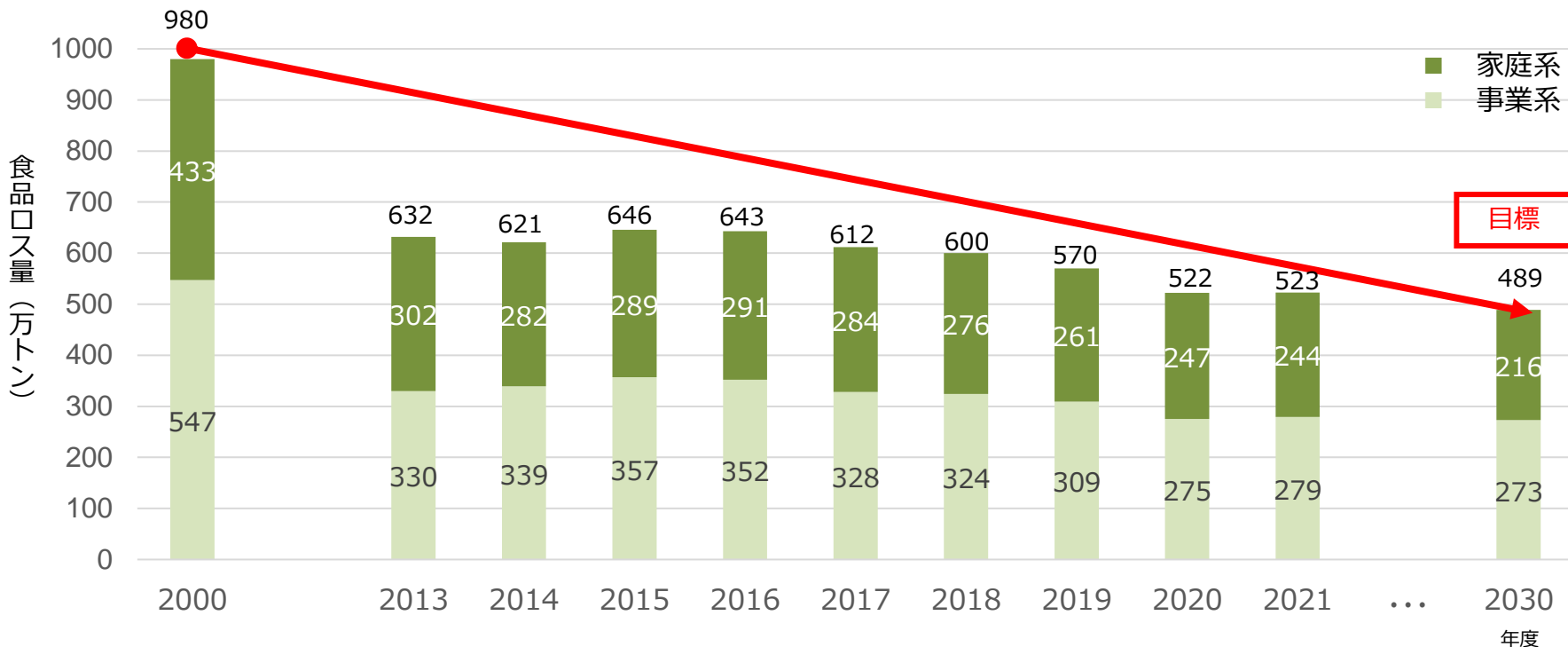
【目標達成に向けた考え方】

異業種との協働による取組や消費者も一体となった更なる機運醸成や行動変革等、様々なステークホルダーとの連携が必須であり、これをなくして本目標の達成は難しい。

事業系食品ロス量（万トン）



✓ 2030年度に、2000年度と比べ、家庭系食品ロス量、事業系食品ロス量いずれも半減できるよう取組を推進。



年度	2000	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (/2000)	2030 (/2000)
家庭系	433	302	282	289	291	284	276	261	247	244 (▲56%)	216 (▲50%)
事業系	547	330	339	357	352	328	324	309	275	279 (▲51%)	273 (▲50%)
合計	980	632	621	646	643	612	600	570	522	523 (▲53%)	489 (▲50%)

(農林水産省及び環境省 推計) (単位 万トン)
 ※端数処理により合計と内訳の計が一致しないことがあります。

()内の数字は、2000年度と比較した減少率

資料：消費者庁「食品ロス削減関係参考資料」

前文

- 世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在する中で、とりわけ、大量の食料を輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、真摯に取り組むべき課題であることを明示
- 食品ロスを削減していくための基本的な視点として、①国民各層がそれぞれの立場において主体的にこの課題に取り組み、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図っていくこと、②まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用するようにしていくことを明記

食品廃棄物の発生抑制等に関する施策における食品ロスの削減の推進（第8条）

食品リサイクル法等に基づく食品廃棄物の発生抑制等に関する施策の実施に当たっては、この法律の趣旨・内容を踏まえ、食品ロスの削減を適切に推進

食品ロス削減月間（第9条）

食品ロスの削減に関する理解と関心を深めるため、食品ロス削減月間（10月）を設ける

公布日：令和元年5月31日、施行日：令和元年10月1日

※基本方針の閣議決定：令和2年3月31日

基本方針等（第11条～第13条）

- 政府は、食品ロスの削減の推進に関する基本方針を策定（閣議決定）
- 都道府県・市町村は、基本方針を踏まえ、食品ロス削減推進計画を策定

基本的施策（第14条～第19条）

- ① 消費者、事業者等に対する教育・学習の振興、知識の普及・啓発等
※必要量に応じた食品の販売・購入、販売・購入をした食品を無駄にしないための取組等、消費者と事業者との連携協力による食品ロスの削減の重要性についての理解を深めるための啓発を含む
- ② 食品関連事業者等の取組に対する支援
- ③ 食品ロスの削減に関し顕著な功績がある者に対する表彰
- ④ 食品ロスの実態調査、食品ロスの効果的な削減方法等に関する調査研究
- ⑤ 食品ロスの削減についての先進的な取組等の情報の収集・提供
- ⑥ フードバンク活動の支援、フードバンク活動のための食品の提供等に伴って生ずる責任の在り方に関する調査・検討

食品ロス削減推進会議（第20条～第25条）

内閣府に、関係大臣及び有識者を構成員とし、基本方針の案の作成等を行う食品ロス削減推進会議（会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））を設置



○ 事業者の責務について（法第5条）

事業者は、その事業活動に関し、国又は地方公共団体が実施する食品ロスの削減に関する施策に協力するよう努めるとともに、食品ロスの削減について積極的に取り組むよう努めるものとする。

○ 関係者相互の連携及び協力（法第7条）

国、地方公共団体、事業者、消費者、食品ロスの削減に関する活動を行う団体その他の関係者は、食品ロスの削減の総合的かつ効果的な推進を図るため、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。

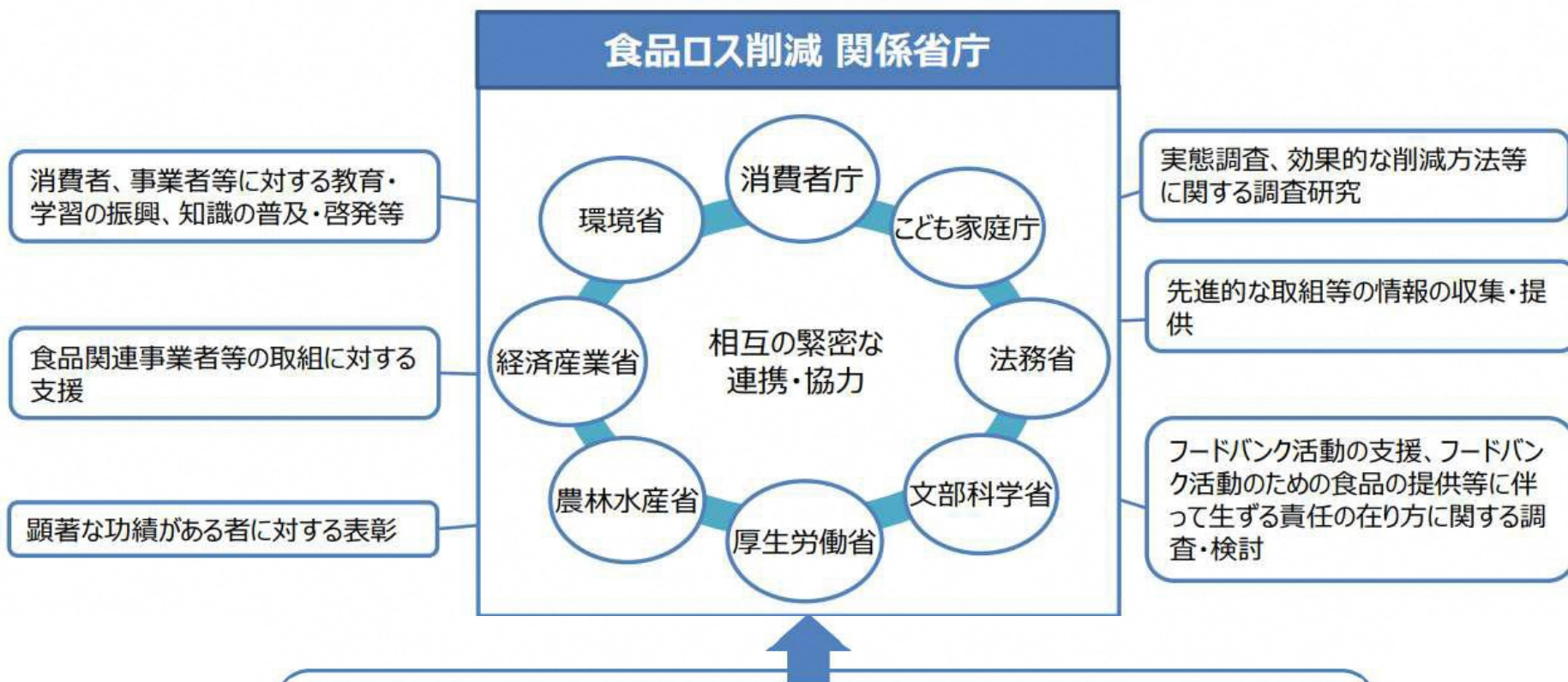
○ 求められる行動と役割（基本方針）

【農林漁業者・食品関連事業者】

（例）

- ・ 自らの事業活動により発生している食品ロスを把握し、見直しを図る
- ・ 規格外や未利用の農林水産物の有効活用
- ・ 納品期限（3分の1ルール）の緩和、賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長
- ・ 季節商品の予約制等需要に応じた販売
- ・ 値引き・ポイント付与等による売り切り
- ・ 外食での小盛りメニュー等の導入、持ち帰りへの対応
- ・ フードバンク活動とその役割を理解し、積極的に未利用食品の提供を行う
- ・ 食品ロス削減に向けた取組内容等の積極的な開示
- ・ 食品ロス削減の活動を行った上で発生する食品ロスについては、適切に再生利用を行う。

「食品ロスの削減の推進に関する法律」が成立したことを踏まえ、政府として、食品ロス削減に関連する施策の一層の推進に向けて、食品ロス削減推進会議を設置・開催。



食品ロス削減推進会議

- ・ 構成員：関係大臣、有識者（業界団体、地方公共団体、学識経験者 など）
（会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））
- ・ 食品ロスの削減の推進に関する基本方針の案の作成等を行う

※ 令和元年10月1日 法施行
令和2年3月31日 基本方針 閣議決定

3 商慣習の見直しについて



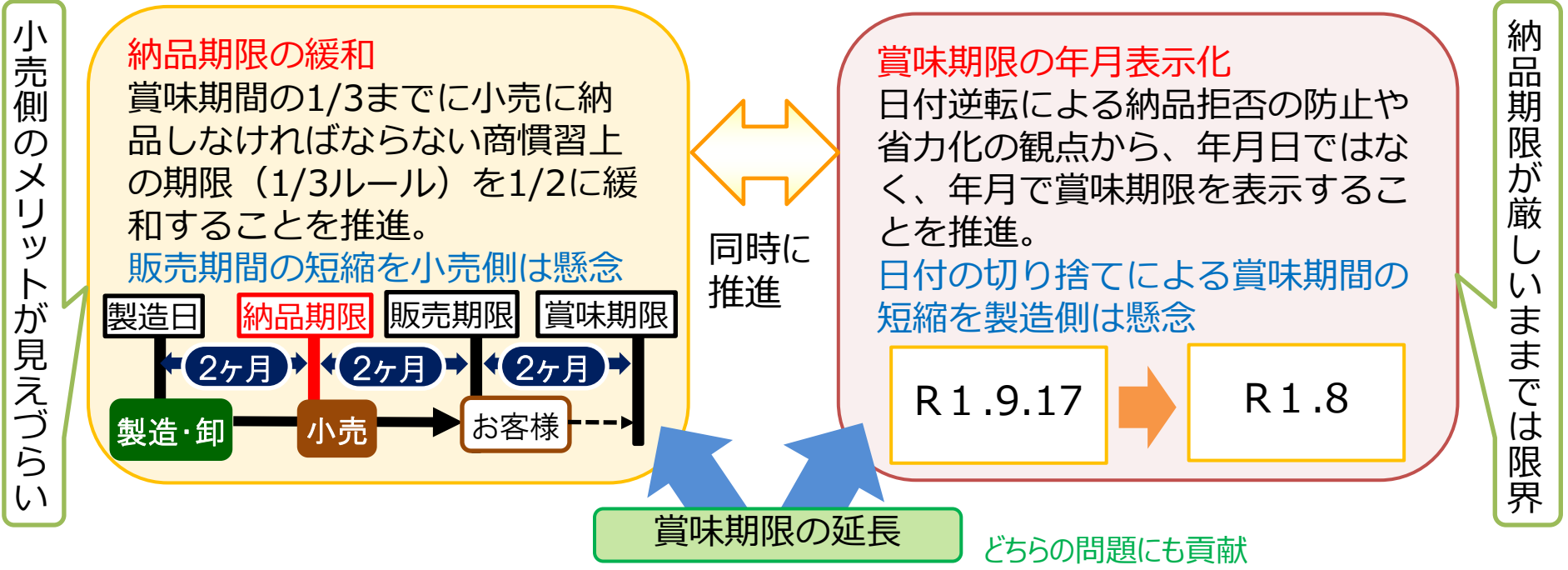
- ✓ 食品ロスの発生要因としては、いわゆる3分の1ルール等の商慣習や消費者の賞味期限への理解不足など。
- ✓ 事業系食品ロス削減に向けて、製配販の連携や消費者の理解の促進などフードチェーン全体での取組が必要。

	主な食品ロスの発生要因	対策の方向
食品製造業	<ul style="list-style-type: none"> ○商慣習 ・食品小売業において賞味期間の1/3を超えたものを入荷しない、2/3を超えたものを販売しない ・先に入荷したものより前の賞味期限のものは入荷しない 	○商慣習の見直し
食品卸売業		
食品小売業		
	○販売機会の損失を恐れた多量の発注	○需要に見合った販売の推進
	○消費者の賞味期限への理解不足	○フードバンクとの連携
		○消費者への啓発
外食産業	○消費者の食べ残し	○「食べきり」「持ち帰り」の促進



納品期限の緩和、賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長の三位一体の取組

✓ 常温流通の加工食品は、「納品期限の緩和」「賞味期限の年月表示化」「賞味期限の延長」を三位一体で推進。



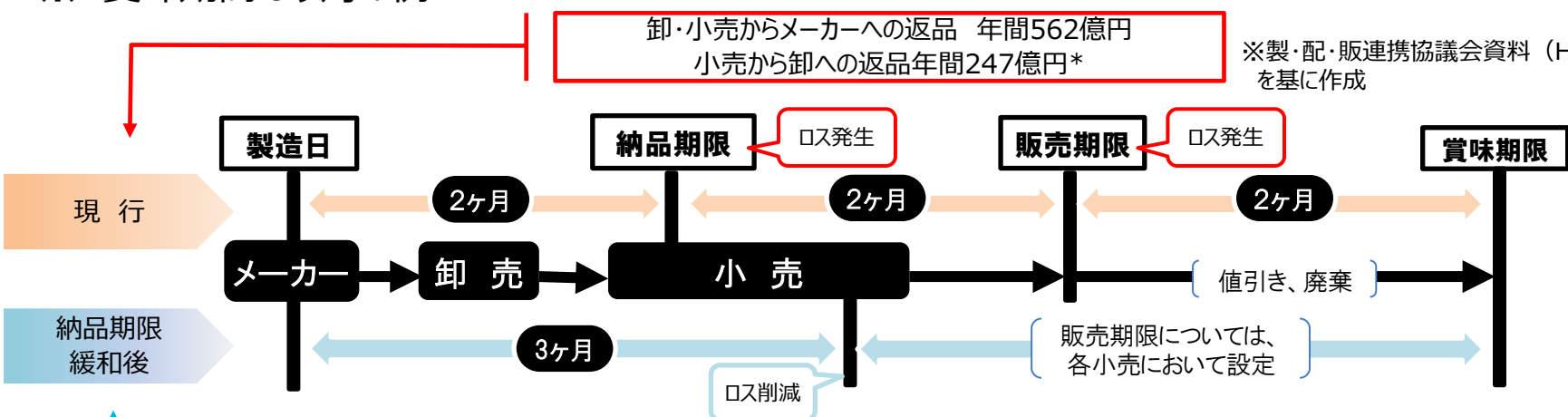
	食品製造業	食品卸売業	食品小売業
納品期限緩和	○ (無駄な製造や在庫数量の減少)	-	× (販売期間の短縮)
賞味期限の年月表示化	△ ((+) 在庫管理の効率化) ((-) 賞味期間が最大1ヶ月短縮)	○ (在庫管理の効率化)	○ (品出し業務等の効率化)

- ✓ 小売店などが設定するメーカーからの納品期限及び店頭での販売期限は、製造日から賞味期限までの期間を3等分して商慣習として設定される場合（いわゆる3分の1ルール）が多く、食品廃棄発生の一つの要因とされ、フードチェーン全体での取組が必要。

※ 賞味期間6ヶ月の例

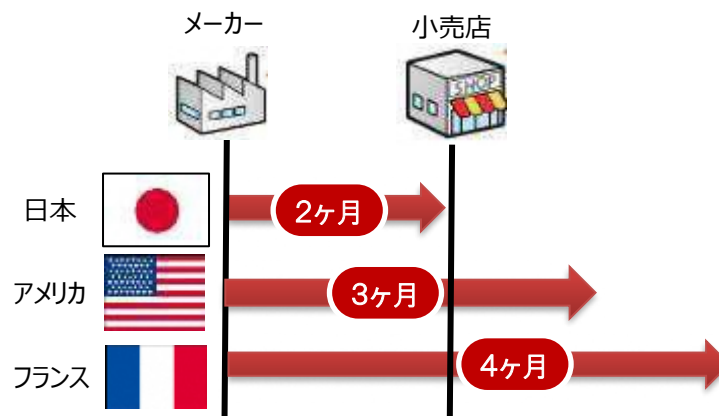
卸・小売からメーカーへの返品 年間562億円
小売から卸への返品年間247億円*

※製・配・販連携協議会資料（H29年度推計）を基に作成



メーカー：返品、未出荷廃棄の変化
卸 売：納品期限切れ在庫、返品、廃棄/転送の変化
小 売：販売期限切れ在庫の変化

※諸外国との納品期限に関する比較（賞味期間6か月の場合）





- ✓ 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

- ✓ 納品期限（3分の1ルール）等の商慣習の見直しに向けて、新たに情報連絡会を設置。
- ✓ 行政・食品業界・消費者で協調して食品ロス削減の取組をさらに推進。

政府の動き等

農林水産省では、制定から約20年が経過した食料・農業・農村基本法の見直しに向けた検討を実施中。その方向性を示す、「食料・農業・農村政策の新たな展開方向」を決定。

【食料・農業・農村政策の新たな展開方向（抜粋）】

（令和5年6月2日付食料安定供給・農林水産業基盤強化本部決定、本部長：総理）

2 食料の安定供給の確保

（8）食品産業（食品製造業、外食産業、食品関連流通業）の持続的な発展

食品ロスの削減に向けては、製造段階での製造の効率化、賞味期限延長のための技術開発、納品期限（1/3ルール）等の商慣習の見直しとともに、食品廃棄量の情報に加えて、フードバンクへの寄附量の開示を促進するなど、食品事業者の取組を促進する。

【参考】

- 「新たな展開」方向では、「円滑な食品アクセスの確保」の観点からも、「2024年問題」などのトラックドライバーの人手不足の深刻化を踏まえ、物流の生産性向上に向けた商慣行の見直しの必要性も明記されている。

開催の目的

- 食品廃棄物等の発生抑制、食品ロス削減を効果的に進めるためには、**食品業界・消費者・行政**で協調し、取り組むことが必須。
- 取組を進める上での**課題やその解決策等を相互に共有・発信する場**を創出し、**国民運動として食品ロス削減の更なる推進**を図る。



食品製造流通事業者の皆様へ

期限内食品はすべて消費者へ

食品原材料価格が高騰する中、コストの削減と値上げ幅の緩和を図っていくためには、期限内食品を消費者に売り切っていくこと、またあわせて、それでも発生する期限内食品を生活困窮者に寄附していくことが社会全体で強く求められています。これらはいずれも食品ロスの削減にも貢献するものであります。

これを進めるためには、「期限内食品はすべて消費者に届ける」との思いの下、川上から川下までの関係者が、共に取り組んでいくことが不可欠です。社会経済環境が厳しい中、食品の安定供給を担う農林水産大臣として、改めて、納品期限の緩和をはじめとする以下の取組を徹底し、また、拡大していただくようお願い申し上げます。

(食品小売・卸売事業者の皆様へ)

- ① 納品業者に対して厳しい納品期限を求めていますか。
未だに3分の1ルールをとっている場合は直ぐに緩和してください。

(食品製造事業者の皆様へ)

- ② 賞味期限の安全係数を過度に低く設定していませんか。
安全係数は0.8以上を目安としてください。
- ③ 賞味期限が3カ月を超えるものを「年月日」の表示にしていませんか。「年月」の大括り表示にしてください。

(全ての食品製造流通事業者の皆様へ)

- ④ 期限内であるにもかかわらず消費者への販売に至らない食品は、フードバンクや子ども食堂に寄附してください。提供に要する費用は損金算入もできます。
- ⑤ 有価証券報告書・統合報告書において、フードバンクへの寄附等食品ロス削減に関するそれぞれの取組を世の中に向けて発信してください。

令和4年9月29日
農林水産大臣 野村哲郎

- ✓ 10月30日までに全国一斉で商慣習を見直すことを呼びかける運動を実施。

取組内容

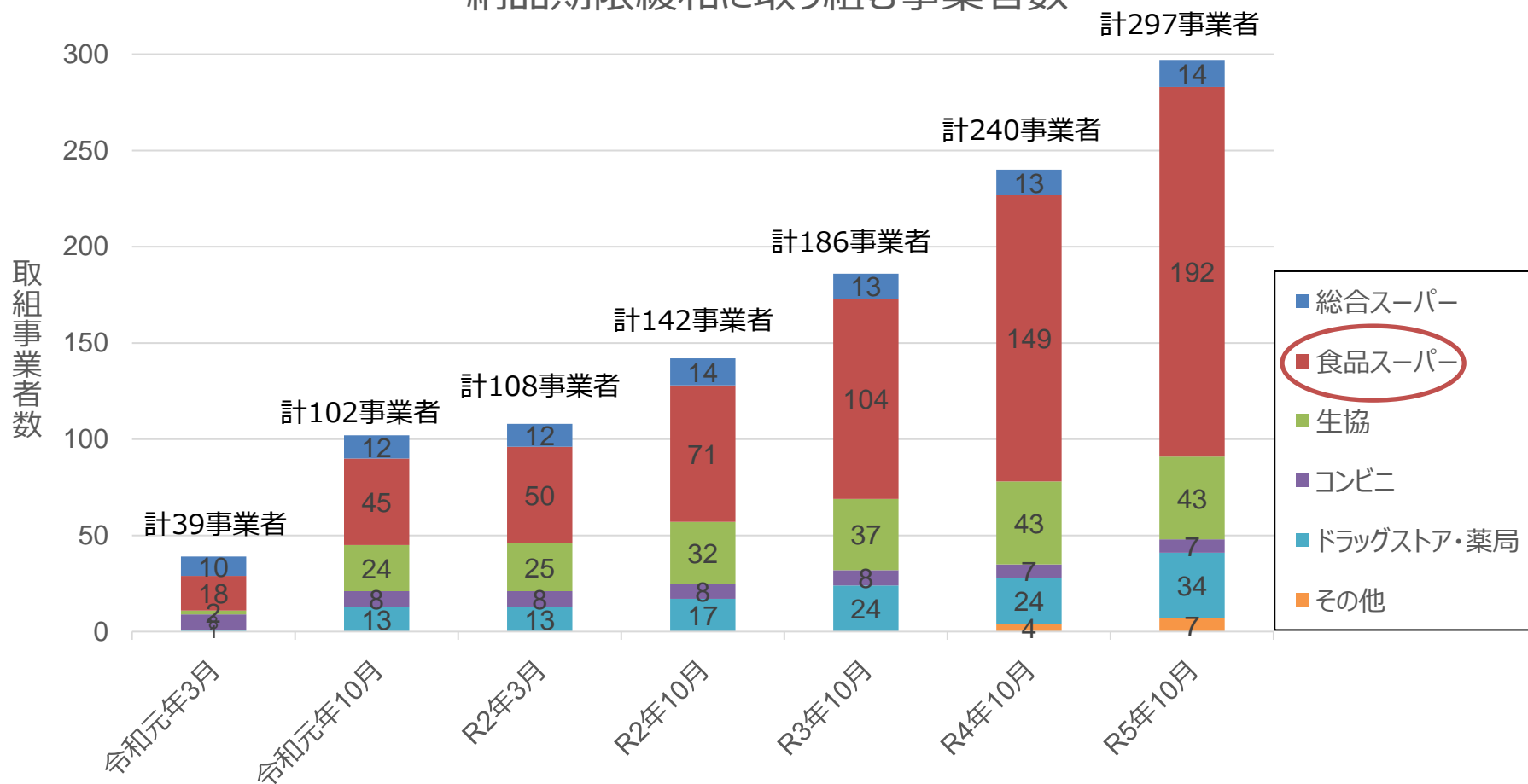
- (1) **10月30日を「全国一斉商慣習見直しの日」とし、以下の取組を実施することを、業界団体等を通じて食品関連事業者呼びかけ。**
※この呼びかけは任意のものであり、サプライチェーンにおける食品ロスの削減という本運動の趣旨に賛同する事業者の方に、自発的に取り組んでいただくものです。
 - (ア) **食品小売業者**
推奨3品目（飲料、賞味期間180日以上菓子、カップ麺。以下同じ。）及びその他の加工食品の**納品期限の緩和**
 - (イ) **食品製造業者**
推奨3品目及びその他の加工食品の**賞味期限表示の大括り化**（年月表示、日まとめ表示）
- (2) **納品期限の緩和、賞味期限表示の大括り化に取り組む企業を募集し、事業者名を公表**
（今後取り組む予定の企業も公表対象）
- (3) **自社の食品ロス削減やリサイクルの取組をPR**
取組内容の分かる**自社ウェブページのアドレス又は事例紹介フォーマットを、農林水産省のウェブページで掲載。**





- ✓ 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。

納品期限緩和に取り組む事業者数





納品期限を緩和（または予定）している小売事業者（297事業者）



※うち、公表可能202事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【総合スーパー（GMS）】

イオンテール、イオンテールストア、イオン琉球、イズミ、イトーヨーカ堂、フジ・リテイリング、平和堂、ユニー 計8社

【コンビニエンスストア（CVS）】

セイコーマート、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ポプラ、ミニストップ、デイリーヤマザキ、ローソン 計7社

【生協】

いばらきコープ生協、大阪いずみ市民生協、京都生協、こうち生協、コープデリ生協連合会、コープやまぐち、自然派くらぶ生協、ならコープ、あいコープみやぎ、おおさかパルコープ、コープあいづ、コープいしかわ、コープえひめ、コープぐんま、コープこうべ、コープさっぽろ、コープながの、コープにいがた、コープみやざき、コープみらい、とちぎコープ生協、パルシステム福島、コープ九州事業連合、東海コープ事業連合、全日本海員生協、竹原生協、鳥取県生協、とやま生協、トヨタ生協、なのはな生協、**パルシステム生協連合会**、**パルシステム群馬**、福井県民生協、福祉クラブ生協、三井造船生協 計35社

【ドラッグストア・薬局】

イチワタ、イヌイ、ウエルシア薬局、内山薬品佐々木薬局、キリン堂、クスリのサンロード、クスリのマルエ、**コクミン**、ココカラファインヘルスケア、コメヤ薬局、サッポロドラッグストア、**シミズ薬品**、下川薬局、ツルハ、**ナガタ薬品**、奈良ドラッグ、**ふく薬品**、**プレふまわり**、**丸大サクラ芍薬局**、**村源**、横浜ファーマシー、**よどや** 計22社

【参考】取組事業者数の推移

令和4年10月時点：240事業者（うち公表企業199社）
 令和3年10月時点：186事業者（うち公表企業154社）
 令和2年10月時点：142事業者（うち公表企業108社）
 令和元年10月時点：102事業者（うち公表企業94社）

【食品スーパー（SM）】

アオキスーパー、アコレ、**渥実フーズ**、アブアブ赤札堂、**アスタラビスタ**、**アルタフーズ**、アレス、イオンマーケット、**石原**、イズミヤ、いちい、**一号館**、一小イチコ、伊藤チェーン、伊徳、ウオロク、**Aコープ九州**、エースワン、越前屋、遠鉄ストア、オークワ、オーシャンシステム、オータニ、オギノ、小田急商事、カスミ、カノー、カワベ、キクコウストア、北雄ラッキー、キムラ、**銀ビルストア**、小専商店、サニーマート、サミット、**三栄**、サンショウ、サンプラザ、サンマート、**JAおきなわAコープ**、シェルガーデン、ジミー、城山ストア、新鮮マーケット、スーパーキタムラ、スーパーナショナル、スーパー細川、スズキヤ、静鉄ストア、セブンスター、相鉄ローゼン、第一スーパー古間店、**台信商店**、タカヤナギ、中央スーパー、天満屋ストア、東急ストア、東光ストア、道東アークス、道南ラルズ、東武ストア、トキハインダストリー、トッパン、ドミー、とりせん、中標津町農業協同組合、西鉄ストア、西山寛商事、日東物産、ハッピー、原信ナルスオペレーションサービス、ハルタ、バロー、POWER Sシバタ、**ヒダカヤ**、ヒラキストア、ファミリーマートさとう、福原、フジマート四国、フレスタ（フレスタホールディングス）、ベイスア、ベルジョイス、北辰商事（株）ロチャース、ホクレン商事、マエダ、マックスバリュ長野、マツモト、マツヤスーパー、マルイ、マルエー、**マルエツ**、丸久、丸市岡田商店、丸大、丸高商事、マルト商事、マルミヤストア、マルヤ、万代、みしまや、みちのく流通システム、光洋、**三次フードセンター**、**ミラックマツヤ**、明治屋食品、ヤオコー、ヤオハン、**ヤスサキ**、ヤマイチ、やまか、山形屋ストア、ヤマナカ、ユアーズ・バリュー、豊月、ユニバース、ゆめマート北九州、ゆめマート熊本、ヨークベニマル、与野フードセンター、ライフコーポレーション、ラルズ、リオン・ドールコーポレーション、ワイストア、**ワイズマート** 計124社

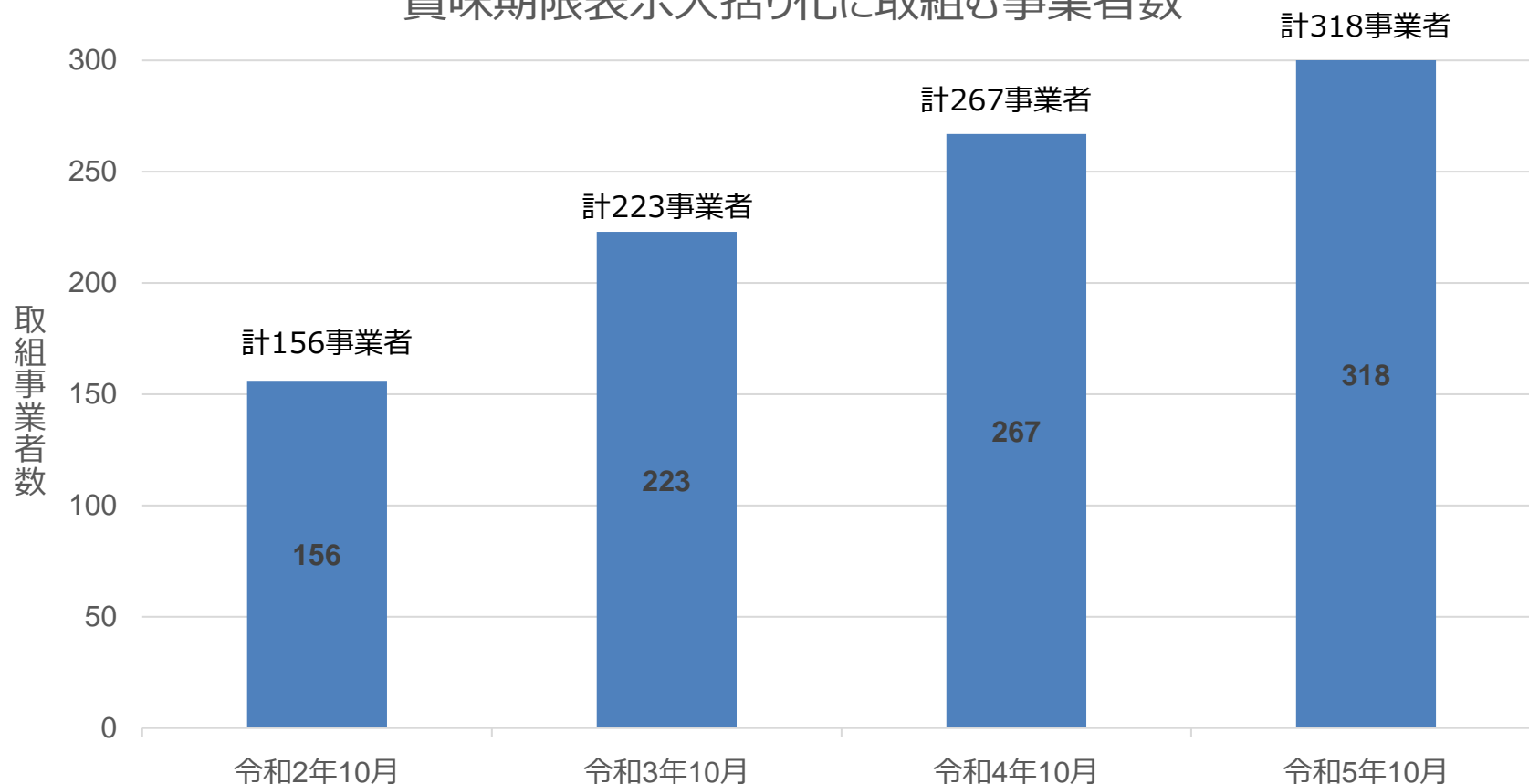
【その他】

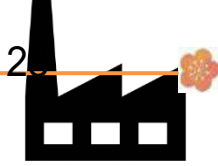
加藤貿易、シーフォー、**清水商事**、**福田屋百貨店**、**三馬食品** 計5社



- ✓ 調査を開始した令和2年度から、取組事業者数は年々増加。

賞味期限表示大括り化に取り組む事業者数





賞味期限表示の大括り化に取り組む事業者（令和5年10月時点）

賞味期限表示の大括り化に取り組んでいる（または予定している）製造事業者（318事業者）

※うち、公表可能176事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【清涼飲料】

アサヒ飲料、味の素AGF、大塚製菓、カゴメ、キーコーヒー、
麒麟ビバレッジ、コカ・コーラ協会（日本コカ・コーラ、コカ・コーラボトラーズ
ジャパン）、サントリー食品インターナショナル、**チェリオコーポレーション**、
富永貿易、ニッポン、日本コカ・コーラ、ハウスウェルネスフーズ、
富士ミネラルウォーター、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、三井農林、明
治 計17社

【菓子】

芥川製菓、新野屋、**井村屋**、岩塚製菓、江崎グリコ、オークラ製菓、お
菓子の日進堂、おやつカンパニー、カバヤ食品、カルビー、カンロ、
木村食品、栗山米菓、湖池屋、ジャパンフriture、**でん六**、
日清シスコ、ネスレ日本、ハース、パイン、バンダイ、平松商店、
不二家、フランス屋製菓、ブルボン、**北陸製菓**、**ほんち**、マルハニチロ、
三菱食品、明治、森永製菓、ヤマザキビスケット、山芳製菓、
有楽製菓、米屋、龍角散、ロッテ 計37社

【風味調味料】味の素、厚生産業 計2社

【その他】

アイリスフーズ、葵フーズ、朝日、アサヒグループ食品、旭松食品、味の素、アヲハタ、五十川、**稲庭うどん小川**、伊之助製麺、今津、ウーケ、
AWアグリフーズテクノ、エスピー食品、大分乾物、尾張製粉、**加藤産業**、カドウフーズ、カドヤ、キューピー、極洋、キリンホールディングス、金ごま本舗、
くみあい食品工業、群馬製粉、厚生産業、ゴールドパック、国分グループ本社、小嶋屋総本店、こだま食品、サッポロビール、讃岐物産、サラダクラブ、
サンエー21、サン海苔、三洋通商、三和缶詰、椎茸井出商店、ジェイエフーズおおいた、静岡ジェイエフーズ、清水食品、松栄、正栄食品工業、
白石興産、真誠、**タイム缶詰**、大洋食品、高木商店、宝食品、竹本油脂、タツマ、玉木製麺、丹波農産、銚子東洋、通宝、津田商店、
東京アライドコーヒーロースターズ、東洋ライス、ときわや醤油、ナガイのり、永谷園ホールディングス、なとり、ニコニコのり、ニチレイウエルディング、
日清オイリオグループ、日清製粉ウェルナ、**ニッスイ**、ニッポン、日本水産、ノーベル製菓、はくばく、はごろもフーズ、橋本食糧工業、早川しょうゆみそ、平山商会、
ブンセン、朋昆、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、ホテイフーズコーポレーション、前島食品、前原製粉、榊田屋食品、松田卯之七商店、**マルオカ**、まるじょう、
マルシン食品、マルハニチロ、マルハニチロ北日本、マルユウ、三菱食品、ミヤカン、**森井食品**、森永乳業、山形ライスファーム21（工房とかちや）、ヤマキ、
山田養蜂場本社、**やまと蜂蜜**、吉村醸造、リキ・コーポレーション 計99社

【レトルト食品】

旭松食品、味の素、**石田缶詰**、AWアグリフーズテクノ、江崎グリコ、
エスピー食品、大塚食品、**加藤産業**、カドウフーズ、キューピー、
サンハウス食品、清水食品、津田商店、永谷園ホールディングス、
にしき食品、**ニッスイ**、**日本罐詰**、日本水産、ハウス食品、はごろもフーズ、
早川しょうゆみそ、ベルサンテ、ホテイフーズコーポレーション、Mizkan、
三菱食品、ミヤカン、明治、山形ライスファーム21（工房とかちや）、ヤマキ
計29社

【調味料】

味源、味の素、**飯田醤油**、オタフクソース、神田味噌醤油醸造場、
キッコマン食品、金ごま本舗、厚生産業、サラダクラブ、サンエー21、
七福醸造、渋谷商店、真誠、直源醤油、ヒガシマル醤油、
フードレーベル、富士ミネラルウォーター、フンドーキン醤油、
ヘテパシフィック、ヤマモリ、**ワダカン** 計21社

【冷凍食品】

釧路東水冷凍、クラレイ、三洋通商、シマダヤ、大洋食品、
樋口醸造店、**フレックス**、マール、明治 計9社

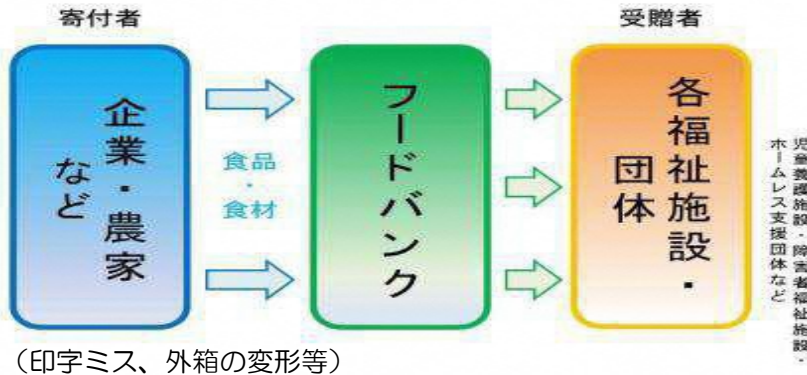
（注）複数品目で取り組んでいる事業者があるため、合計は176に一致しない。

【参考】令和4年10月時点：267事業者（うち公表企業：165社）令和3年10月時点：223事業者（うち公表企業：127社）、令和2年10月時点：156事業者（うち公表企業：107社）

4 フードバンクの推進について

- ✓ 生産、流通、消費などの過程で発生する未利用食品を食品企業や農家などからの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。
- ✓ もともと米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。
- ✓ 食品ロスに加え、近年顕在化する食品アクセス問題に対応するため、こども食堂等へ食品の提供を行っているフードバンクの役割の重要性が高まっている。

概要図



フードバンク活動に対する課題

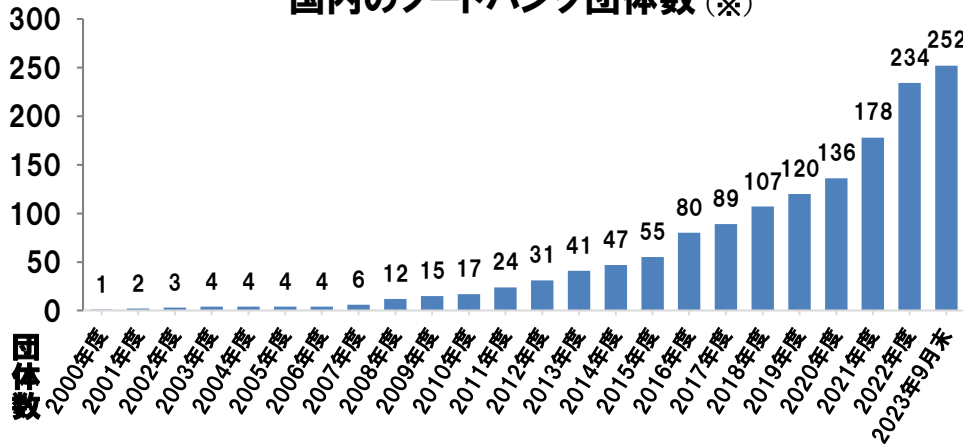
供給側（食品関連事業者）の意見

- ・食品廃棄物の不正転売を受け、フードバンクから横流や不適切な廃棄をされないか不安。（物品管理をしっかりとってもらわないと供給できない。）
- ・衛生管理の規定を設けていないフードバンクへの提供には不安を感じる。

フードバンク側の意見

- ・組織の運営基盤が弱く、マンパワーが不足。
- ・認知度が低く、利用者・寄付者のマッチングが効率的に行われていない。
- ・生鮮食料品は品質劣化が早く、寄贈が不定期、かつ品目・量にも偏りがあり、寄附先のニーズとのマッチングが難しく、取り扱いにくい。
- ・肉・魚については、保冷車や冷蔵冷凍設備が必要で新たな投資が必要で、寄附先における保存状態の把握も必要でリスクが高い。

国内のフードバンク団体数（※）



※農林水産省のホームページへ掲載希望のあったフードバンク活動団体数

- ✓ 食品の品質管理やトレーサビリティに関するフードバンクの適切な運営をすすめ、信頼性向上と取扱数量の増加につなげるため、フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引きを作成。（2016年11月公表、2018年9月改正）

手引きの対象
範囲

国内のフードバンク活動のうち、食品関連事業者等から提供された食品の譲渡に係る活動

手引きの主な内容

◆食品の提供又は譲渡における原則

食品提供事業者及びフードバンク活動団体は、受取先の要望を踏まえ、食品衛生上問題のない食品を提供又は譲渡

◆関係者におけるルールづくり

食品提供事業者、フードバンク活動団体、福祉関係団体は、食品の受け渡しに係る合意書を双方で保有（合意書の例を手引きに添付）

◆提供にあたって行うべき食品の品質・衛生管理

食品提供事業者 - 食品の安全性に係る確認

フードバンク活動団体 - 食品の保管・荷捌き場所の確保と衛生管理、記録表の記載

◆情報の記録及び伝達

衛生管理や食品提供履歴に関する記録表を作成し、食品の情報を保管し、安全性に疑義が生じた際に速やかに情報を伝達

手引きの概要・全文はこちら

（下記サイトの「5.フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き」）

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html



- ✓ 「食品ロス」の削減に向けて、「フードバンク活動」の周知・促進、フードバンクと食品関連事業者等との交流を目的とした情報交換会を開催。
- ✓ 情報交換会の中ではフードバンク活動団体の取組状況や、フードバンクに食品提供する事業者の取組事例等を紹介。また活動を推進していくための課題や改善策について意見交換を行っている。

●開催実績

年度	開催場所
H28年度	札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、広島、福岡 (委託事業の一環として実施)
H29年度	仙台、東京(2回開催)、名古屋、大阪、岡山、福岡 (補助事業の一環として実施)
H30年度	札幌、仙台、埼玉、金沢、名古屋、大阪、岡山、高松、熊本、那覇(各農政局において主催)
R元年度	仙台、埼玉、新潟、名古屋、京都、岡山、石垣 (各農政局において主催)
R2年度	富山(2回開催)、名古屋、岡山、福岡 (各農政局において主催)
R3年度	大阪、熊本、沖縄(オンライン)、中四国(オンライン)、北陸(オンライン)、東京(各農政局において主催)
R4年度	神奈川、愛知、熊本(各農政局において主催) 大阪、中国地区(全4回、内3回オンライン)、 四国地区(全4回)、沖縄(各農政局と委託事業者の連携開催)

●情報交換会参加者

食品関連事業者・フードバンク活動団体・社会福祉協議会・地方公共団体・地方農政局等

●開催内容事例

- ・情報提供 ~農政局等・地方公共団体より~
- ・事例紹介 ~食品関連事業者より~
- ・活動紹介 ~フードバンク活動団体より~
- ・意見交換
- ・交流・名刺交換等



情報交換会の様子



名刺交換の様子

食品提供にかかる税制上の取扱い

- ✓ フードバンクへの食品の提供が、企業等の商品廃棄として行われるものであれば、その提供に要する費用を、提供時の損金の額に算入可能。
- ✓ 広告宣伝のために食品を提供する場合には、その提供に要する費用は広告宣伝費として損金の額に算入可能。
- ✓ 提供に要する費用とは「提供した食品の帳簿額」を指し、食品の引取費用（配送費等）を企業が負担している場合は、これらの費用も含む。

※企業の社内ルール等に基づいた商品廃棄処理の一環で行われる取引であること。

※企業とフードバンクとの合意書に、提供した食品の転売等の禁止や、その食品の取扱いに関する情報の記録及び保存、結果報告のルールを定めており、提供した食品が目的外に使用されないことが担保されていること。

※企業が提供した食品の内容や提供量が分かる受取書等をフードバンクから受領する必要がある。

寄附にかかる税制上の取扱い

- ✓ 法人がフードバンクに支出した寄附金については、一般の寄附金として一定の限度額までが損金に算入可能。
- ✓ 認定NPO法人等などの特定のフードバンクに対する寄附金については、一般の寄附金とは別枠で損金算入限度額が設定される税制上の優遇措置あり。

フードバンクへの食品提供・寄附に係る税制上の取扱いについて（農林水産省ホームページ）
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html



寄附金付き未利用食品モデル構築事業（令和4年度予算）

- ✓ 食品ロス削減につながる商品（見切り品等）を寄附金付きで販売し、利益の一部をフードバンク活動の支援等に活用する新たな仕組みの構築のための検討・実証を支援。
- ✓ 令和4年度は、地方の食品スーパー（高知県・静岡県）で実証販売を実施。

<事業イメージ>

食品関連事業者



食品ロスの発生防止等

寄附金

寄附金を活動に活用

購入

社会貢献

食品ロス削減につながる商品を寄附金付きで販売
〔・見切り品
・規格外品 等〕



消費者



フードバンク

<実証販売の様子>

株式会社サンプラザ（高知県）
株式会社三善（静岡県）

（店内パンフレット）

（売り場の様子）



（チラシ）



- 国の災害用備蓄食品のフードバンク等への提供について、農林水産省でポータルサイトを設け、各府省庁の情報を取りまとめて公表。
- ポータルサイトでは、各府省庁が無償提供する災害用備蓄食品について、①提供情報（フードバンク等への引渡時期、品目、商品名、提供可能個数、申込期間等）、②提供結果（提供先等）の情報を提供。

ポータルサイトの内容



国の災害用備蓄食品について、食品ロス削減及び生活困窮者支援等の観点から有効に活用するため、入れ替えにより災害用備蓄食品の役割を終えたものについて、原則として、フードバンク団体等への提供に取り組むこととしました。農林水産省においては、ポータルサイト（本ページ）を設け、各府省庁の情報を取りまとめて公表を行います（農林水産省にて情報集約を行っておりますが、詳細や申し込みについては、各府省庁までお問い合わせください）
 （注）賞味期限は、食べられなくなる期限ではなく、おいしく食べることができる期限であり、定められた方法により保存した場合に、期待される全ての品質の保持が十分に可能であると認められる期限です。このため、賞味期限が近づいている場合や、賞味期限を過ぎたものを提供しようとする場合には、例えば、安心して食べきる目安となる期限の情報提供を行うなど、円滑な提供に向けて配慮します。

・提供情報の掲載（各府省庁からの提供情報をエクセルファイルに取り纏め掲載）

品目、商品名、内容量、賞味期限、販売者・製造者、1箱当たりの大きさ（縦×横×高さ）、1箱当たりの個数、1箱当たりの重量、提供可能個数、提供可能箱数、引渡時期、引渡方法、引渡場所、申込期間、申込方法、問い合わせ先、配分方法のルール、各省ホームページへのリンク

・提供結果の掲載

募集を終了した案件については、提供結果（フードバンク名等）掲載



掲載先URL：

https://www.maff.go.jp/shokusan/recycle/syoku_loss/portal.html



5 予算事業の紹介

<対策のポイント>

食品原材料価格の高騰等の厳しい社会経済環境の中、食品の安定供給を図る観点から、食品ロスの削減が重要となっています。未利用食品の提供等を通じた食品ロスの削減を推進するため、その受け皿となる**大規模かつ先進的な取組を行うフードバンク等を支援**します。

<事業目標>

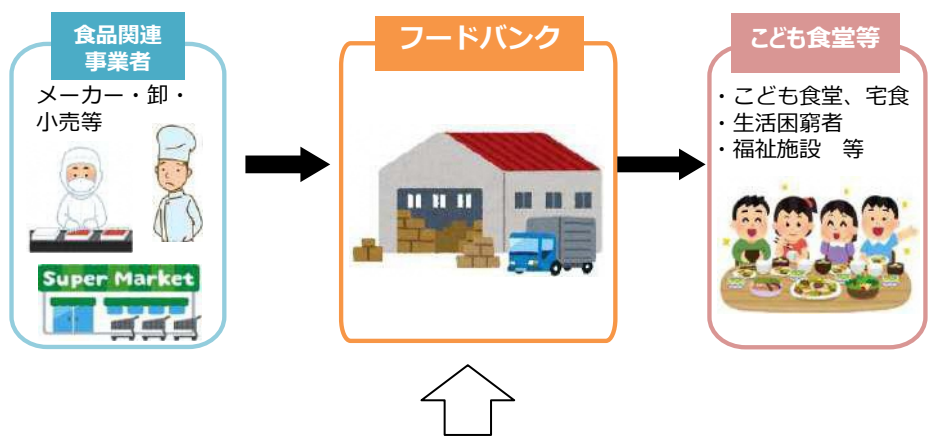
2000年度比で事業系食品ロス量を半減（273万t [2030年度まで]）

<事業の内容>

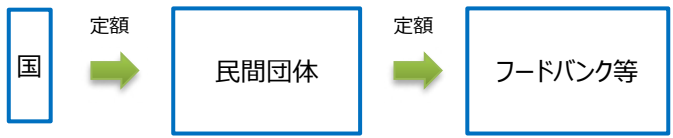
1. 食品ロス削減緊急対策事業

大規模かつ先進的な取組を行うフードバンク等に対して、**輸配送費、倉庫・車両等の賃借料、情報交換会の開催費等、先進的取組に必要な経費を支援**します。

<事業イメージ>



<事業の流れ>



大規模かつ先進的な取組の支援

- 未利用食品の輸配送費
- 一時保管用倉庫（冷蔵・冷凍庫含む）、運搬車両、入出庫管理機器等の賃借料
- 広域連携に向けた関係者との検討会・情報交換会の開催 等

[お問い合わせ先]
大臣官房新事業・食品産業部 食文化課 (03-6744-2066)

食品ロス削減・プラスチック資源循環の推進

<対策のポイント>

フードサプライチェーンにおける課題解決や未利用食品の提供等を通じた食品ロス削減の取組、農林水産業・食品産業におけるプラスチック資源循環の取組を支援します。

<事業目標>

- 2000年度比で事業系食品ロス量を半減（273万t [2030年度まで]）
- 海洋プラスチックごみによる追加的な汚染をゼロまで削減 [2050年まで]

<事業の内容>

1. 食品ロス削減総合対策事業 140 (153) 百万円

① 食品ロス削減等推進事業

(食品ロス削減等課題解決事業)

民間事業者等が行う食品ロス削減等に係る新規課題等の解決に必要な経費を支援します。(例：商慣習の見直しの検討、食品ロス削減等に係る優良事例調査等)

(食品事業者からの未利用食品提供の推進等)

ア 食品事業者からフードバンク等への寄附による未利用食品の取扱いの拡大に向けた食品衛生管理水準の向上、物品管理や効率的な配送システムの構築に必要なノウハウ獲得等を促進するため、**専門家派遣等によるサポート**を実施します。

イ 食品事業者とフードバンク等による広域連携等の**先進的な取組**に対し、未利用食品の輸配送費、倉庫・車両等の賃借料、情報交換会等の開催費等を支援します。

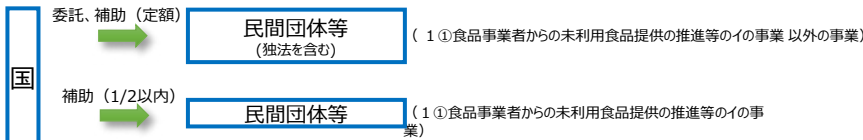
② 食品ロス削減調査等委託事業

食品ロス実態把握のため食品関連事業者の**データベースの整備**を実施します。

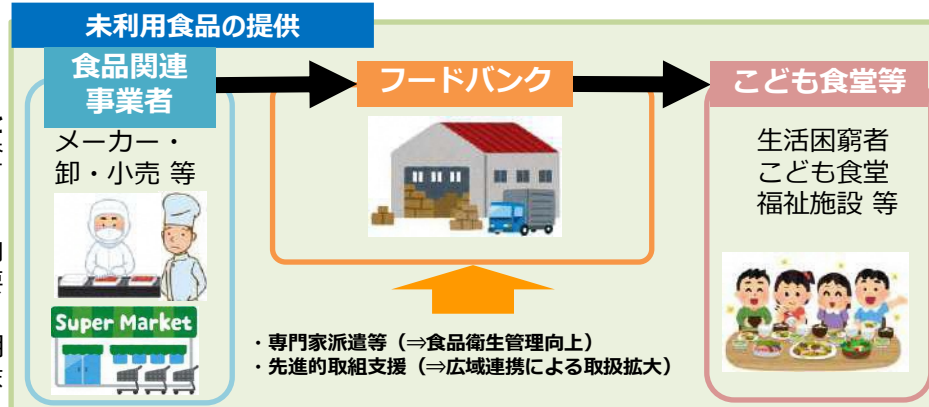
2. プラスチック資源循環の推進 25 (33) 百万円

食品産業における環境配慮設計等に関する情報収集や周知活動、漁業者等が連携した海洋プラスチックごみの資源循環の取組、農畜産業における廃プラスチックの排出抑制と循環利用の推進に向けた先進的事例調査、プラスチックを使用した被覆肥料に関する調査等の取組を支援します。

<事業の流れ>



<事業イメージ>



【お問い合わせ先】

大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課 (03-6744-2066)

<対策のポイント>

食品事業者からフードバンク等への未利用食品の提供による食品ロス削減を図るため、**食品衛生管理水準の向上や効率的な配送システムの構築等フードバンク活動の強化に向けた専門家派遣等**によるサポートを実施するとともに、**広域連携等の先進的な取組を行う団体を支援**します。

<事業目標>

2000年度比で事業系食品ロス量を半減（273万t〔2030年度まで〕）

<事業の内容>

1. 専門家派遣等

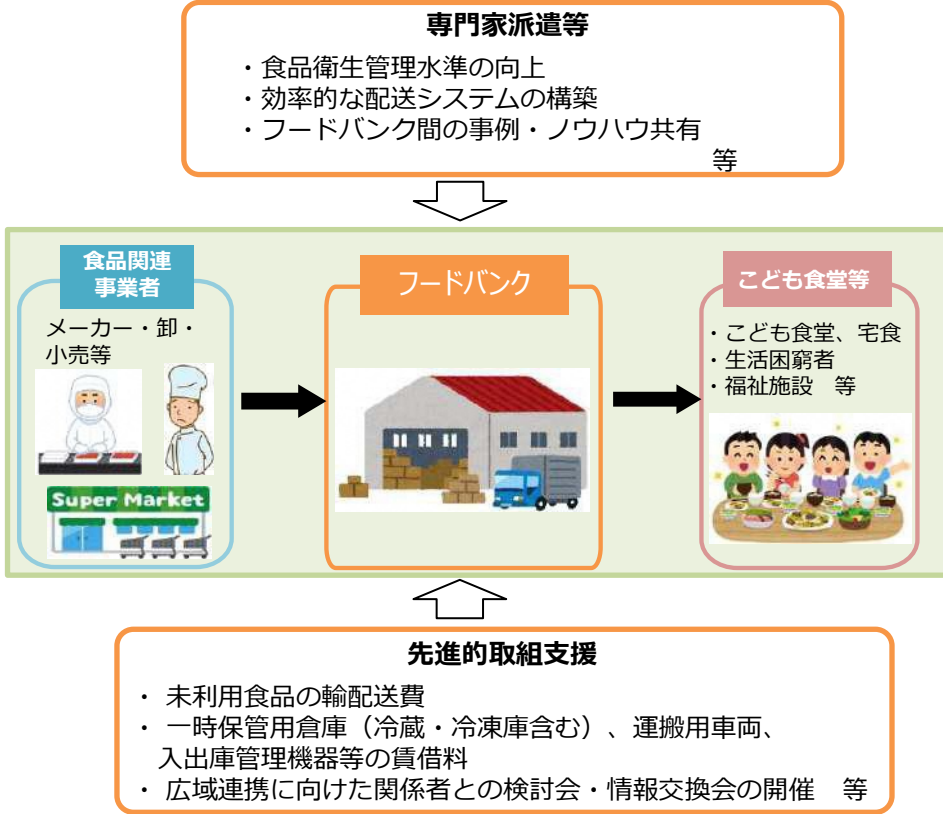
食品事業者からフードバンク等への寄附による未利用食品の取扱いの拡大に向けた食品衛生管理水準の向上、物品管理や効率的な配送システムの構築に必要なノウハウ獲得等を促進するため、**専門家派遣等によるサポート**を実施します。

フードバンクにおける食品の取扱量拡大に向け、食品事業者とのマッチングやフードバンク間の**ノウハウ共有等**を推進するためのサポートを実施します。

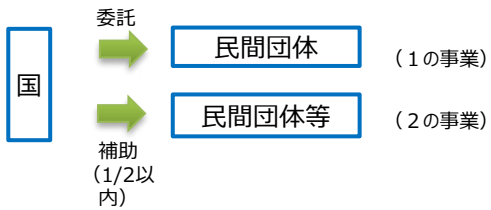
2. 先進的取組支援

大規模かつ先進的な取組を行うフードバンク等に対して、**輸配送費、倉庫・車両等の賃借料、情報交換会の開催費等、先進的取組に必要な経費**を支援します。

<事業イメージ>



<事業の流れ>



【お問い合わせ先】
大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課（03-6744-2066）

6 その他の情報提供

- ✓ 2019年1月に、小売業者の団体に対し、恵方巻きの需要に見合った販売を呼びかけ。
- ✓ 製造計画の見直しやサイズ構成の工夫等の取組を行った結果、約9割の小売業者が前年より廃棄率が改善。
- ✓ 2020～2024年には、恵方巻きのロス削減に取り組む小売事業者に消費者向けPR資材を提供し、事業者名を公表
- ✓ （2020年：43事業者→2021年：65事業者→2022年：77事業者→2023年：90事業者→2024年：99事業者）（https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/kisetsusyokuhin.html）

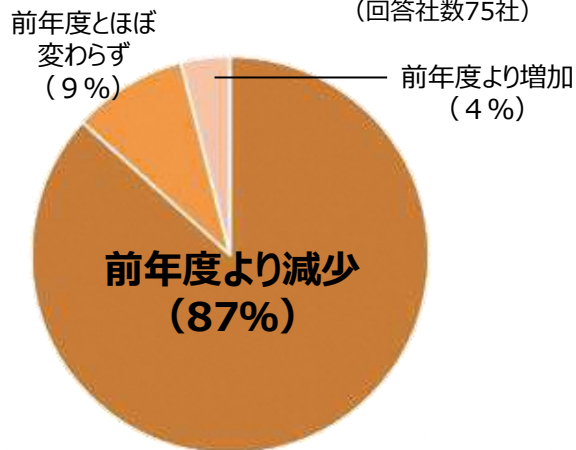
＜小売業者の団体への呼びかけ内容＞

貴重な食料資源の有効活用という観点で踏まえた上で、需要に見合った販売の推進について会員企業への周知をお願い。

＜2019年2月恵方巻きの廃棄の削減状況に係る調査結果＞

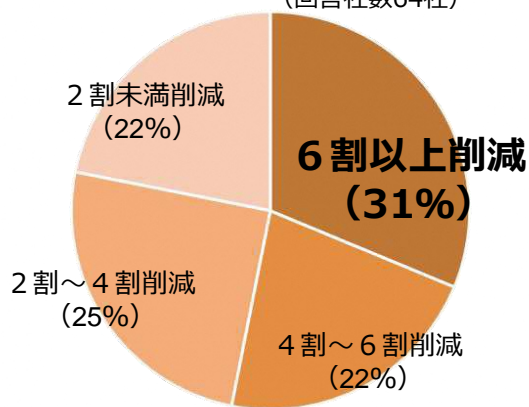
【節分時の廃棄率（金額）の前年比較】

（回答社数75社）



【廃棄率の削減割合】

（回答社数64社）



- 【小売店の販売の工夫の例】
- ・時間帯別製造計画の策定
 - ・売れ行きに応じた店内製造の調節
 - ・ハーフサイズの品揃えの増加
 - ・予約販売の強化

＜PR資材の例＞



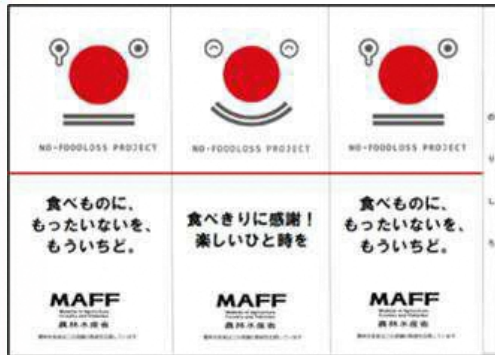
（調査概要）

事務連絡の発出先である食品小売団体（7団体）に対して調査を依頼し、75社から回答を得た

（調査期間：平成31年2月～4月、回収率：18.8%）

- ✓ 忘年会や新年会など年末年始の会食等が多くなる時期（令和5年12月から令和6年1月）に、外食時の適量注文による食べきりや、テイクアウト時の適量購入、家庭での食べきりを呼びかけ。
（令和5年11月30日：農水省・消費者庁・環境省・全国おいしい食べきりネットワーク協議会連名でプレスリリースを実施 <https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/231130.html>）
- ✓ 農水省では外食事業者等が消費者に残さず食べきることを呼びかけるために、食品ロス削減国民運動のロゴマーク「ろすのん」を使った卓上ポップやポスターの提供を実施。

【農林水産省啓発資材】



【本キャンペーンのポスター（消費者庁作成）】



- ✓ 小売事業者と消費者が連動した食品ロスの削減に向けた取組を後押しするため、食品小売事業者に対して、店舗にて、食品ロス削減のための啓発活動を行うことを呼びかけ。
- ✓ 令和5年10月の食品ロス削減月間に、普及啓発資材等を活用して消費者への啓発活動を実施する小売事業者及び外食事業者、事業者へ食品ロス削減の普及啓発を呼びかける地方自治体を募集し、109事業者及び84自治体の事業者名等を公表。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/keihatsu/2023.html

【啓発資材の例】

【活用の例】



(どなたでもダウンロード可能です)



「てまえどり」の取組が食品スーパー・生協にも拡大！

「てまえどり」の促進

- ✓ 商品棚の手前にある商品を選ぶ「てまえどり」は、食品ロス削減の効果が期待。
- ✓ 令和3年6月1日より、(一社)日本フランチャイズチェーン協会に加盟のコンビニエンスストア4社(※)にて、消費者への「てまえどり」の呼びかけを開始。
(※セブン-イレブン、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン)
- ✓ 啓発物は、一般の小売事業者においても、協会及び各省庁のHPでダウンロードして使用可能。
(<https://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/kankyoi/210601.html>)

○「てまえどり」の普及・認知の拡大

【取組の普及例】



・生活協同組合コープこうべと神戸市

平成30年10月から、連携して呼び掛けるキャンペーンを実施。

(写真) コープこうべにおける呼びかけの様子



帯POP



・コンビニエンスストア

令和4年10月には、コンビニエンスストア6社で取組を実施。

(上記4社に加え、セイコーマート、デイリーヤマザキ)

【認知の拡大】

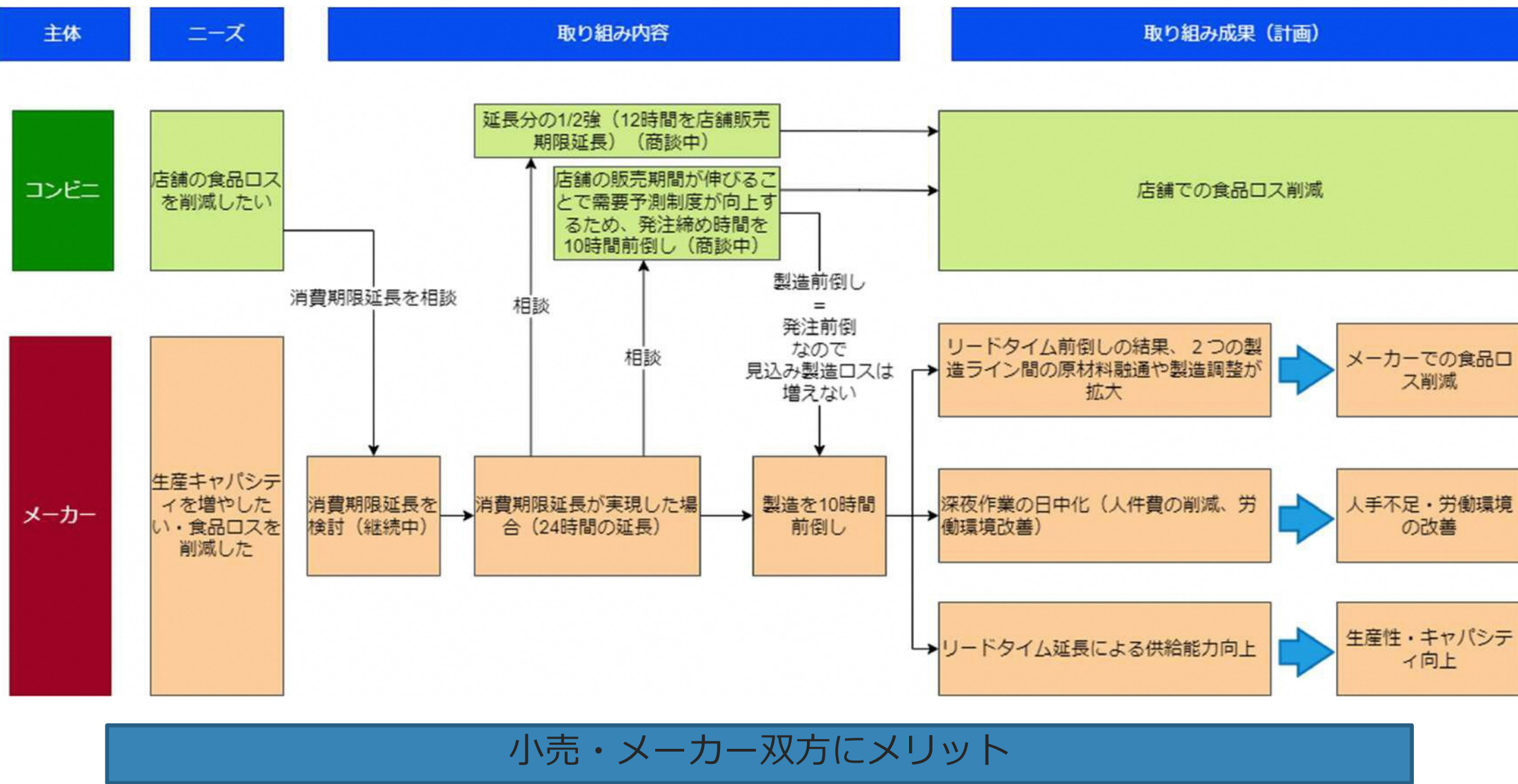
・2022年の新語・流行語大賞トップ10に選出



「てまえどり」が、「現代用語の基礎知識選ユーキャン新語・流行語大賞」のトップ10に選出。

(写真) 現代用語の基礎知識選ユーキャン新語・流行語大賞発表・表彰式
(令和4年12月1日)

【受賞者：コープこうべ及び神戸市、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、消費者庁・環境省・農林水産省、農林水産省 (BUZZ MAFF撮影メンバー)】



背景－WRI 10 ×20 ×30の活動

- － イオングループが、WRI（World Resources Institute、世界資源研究所）が呼び掛ける「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」（世界の大手小売企業が参加して食品サプライチェーン全体で食品廃棄物の半減をめざす活動）にアジア代表として参画。
- － これを契機に海外グローバルリテーラーの事例を吸収するとともに、イオングループ小売各社とサプライヤーの複数の部門（環境・営業・生産等）がミーティングを重ねて、それぞれの業務プロセスと食品ロス削減に向けた課題を共有。
- － 実行可能な方策を具体化して、食品ロス削減に取り組んでいる。

日本デリカフレッシュとミニストップの事例において認識されていた課題

- － 店舗は夜間の荷受けの負担が大きい
- － サプライヤーは食品ロス削減と生産効率の向上が課題

取り組み内容

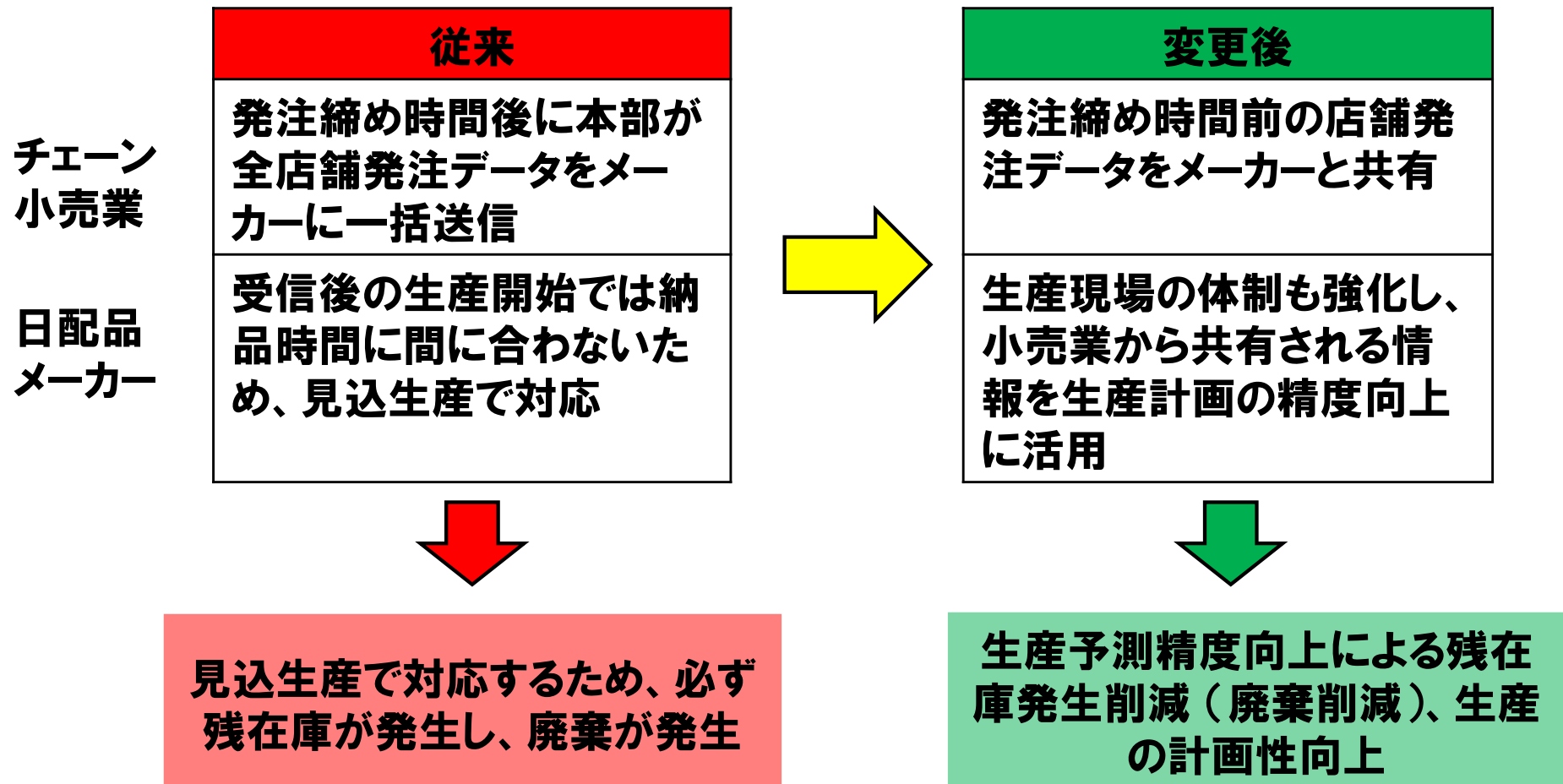
- － 店舗納品回数を1日3回から2回に変更し、夜間の店舗納品をなくす
- － リードタイム延長（発注時間の前倒しと出荷時間の後ろ倒し）

取り組みの成果

- － 食品廃棄の改善（推計13.1%）
- － メーカーの生産効率の改善
- － 店舗の夜間納品の荷受けの軽減
- － トラック積載率の改善



**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**



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。

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：東京都
- ・業種：食品スーパー
- ・従業員数：1,500名

対象商品

牛乳、ヨーグルト、チーズ、ラフテー（大手があまり扱わないニッチな商品が多い）

発注リードタイム延長の内容

- ・発注翌々日納品
- ・週4日配送

経緯

- ・ 10年前までは、発注から納品までのリードタイムは翌日が一般的でした。しかし、約10年前から、業界の専門家を交えて、製造業者、卸売業者、物流業者そして小売業者（自社）が集まり、物流に関するさまざまな問題に真摯に向き合い、改善策を模索する取り組みを開始した。従来各社が独自の最適解を追求し、サプライヤーに過度な負担を求めていたことからの転換を図るものであり、物流費用増大という状況下で、エンドユーザーに過剰な価格負担を与えないようにするために、全体最適の視点から問題を解決し、高品質な商品をリーズナブルな価格で提供し続けたいという意図が背景にある。
- ・ 2010年代前半からは、これらの検討の成果として、前々日発注や週4回の配送回数の削減などが実現され、トラック1便あたりのコストを大幅に削減することに成功した。これにより、商品代への物流コストの転嫁を防ぐことができた。
- ・ 近年では、ドライバー不足によるドライバーの価格高騰がますます顕著になっており、そのために配送回数の削減や配送計画の最適化に重点を置いて取り組んでいる。
- ・ 延長実施の決め手は、有識者も交えつつ、メーカー、卸、配送、小売（自社）が包み隠さずに議論を行うことができたことでした。その上で、消費者に物流価格の高騰を転嫁しないという共通の目的が明確であったため、さらに強固な基盤が形成されました。したがって、検討の過程では、どのような方法をとることで、消費者に対する最終価格に影響が及ぶのかを十分に検討しました。

実施による影響や効果

リードタイム延長は弊害になっていない。当社は売り上げが比較的安定しており、需要予測が前々日に変わったとしても、それほど予測の誤差が増えるわけではない。ただし、予測そのものは難しくなっているのは事実なので、店に対しては、過小発注に陥ることなく、攻めの姿勢と売り切る努力を高めていこうと指示をしている。今後については、技術進化を取り入れた賞味期限延長の実現や、冷凍方法技術の向上による長寿命化に取り組んでいきたい。

販売期限の延長（京都市の取り組み）

- 京都市は2017～2018年度に、市内の食品スーパーの協力のもと、日配品に販売期限を賞味期限に近づける社会実験を行い、食品ロス削減効果を確認した。
- その結果をふまえ、2019年度から食品スーパー、百貨店、ドラッグストア、コンビニエンスストアと連携して、販売期限の延長や消費者の皆様へ食品ロス削減の啓発等を、食品ロス削減月間である10月を中心に進めている。

販売期限延長実証実験 参加企業

協力事業者	イズミヤ株式会社(3店舗)	株式会社平和堂(3店舗)	京都生活協同組合(4店舗)
対象品目	常温加工食品2品目 (ドレッシング、スナック) 日配品15品目 (牛乳、ヨーグルト、菓子パン、洋生菓子、和生菓子、魚肉加工品、水物、漬物など)	常温加工食品2品目 (ドレッシング、スナック) 日配品13品目 (牛乳、ヨーグルト、食パン、洋生菓子、和生菓子、魚肉加工品、水物、漬物など)	常温加工食品2品目 (ドレッシング、焼菓子) 日配品8品目 (菓子パン、洋生菓子、和生菓子、魚肉加工品、水物、乳製品など)
販売期限	賞味・消費期限の当日まで延長	賞味・消費期限の当日まで延長	賞味・消費期限の当日まで延長
実施期間	平成30年 6月11日～10月31日	平成30年 6月11日～10月31日	平成30年 6月1日～10月31日
備考	検証比較店(2店舗)よりデータ提供協力を得て実施	検証比較店(2店舗)よりデータ提供協力を得て実施	検証比較店(3店舗)よりデータ提供協力を得て実施

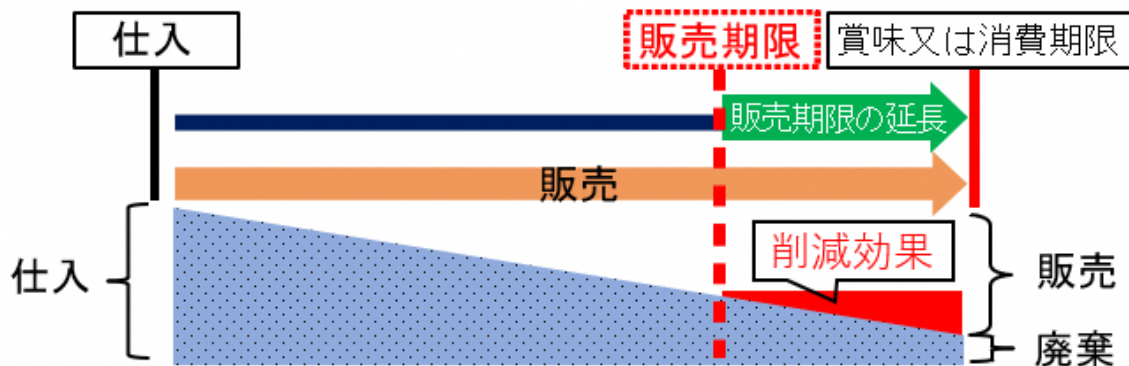
※効果検証に当たっては、店舗改装、台風通過による閉店等の期間を除外した。

実証実験実施店舗の様子



実証実験の結果

販売期限延長による食品ロス削減の考え方



出所：京都市HP

1. 廃棄数量は、**廃棄点数ベースで31.8%の削減効果^{*1}**があった。

*1 昨年の廃棄数量率(0.24%)を今年の売上数量(3,781,546個)に乗じて算出される想定数量(9,076個)に対する削減率

・廃棄数量(実数): 9,084個 → 6,190個

2. 廃棄数量率^{*2} は、0.24%→0.16%に減少(良化)

廃棄金額率^{*3} は、0.34%→0.21%に減少(良化)

*2 廃棄数量率(%)=廃棄数量/売上数量(売上数量に対し、廃棄数量がどの程度発生したかを示す指標)

*3 廃棄金額率(%)=廃棄金額/売上金額(売上金額に対し、廃棄金額がどの程度発生したかを示す指標)

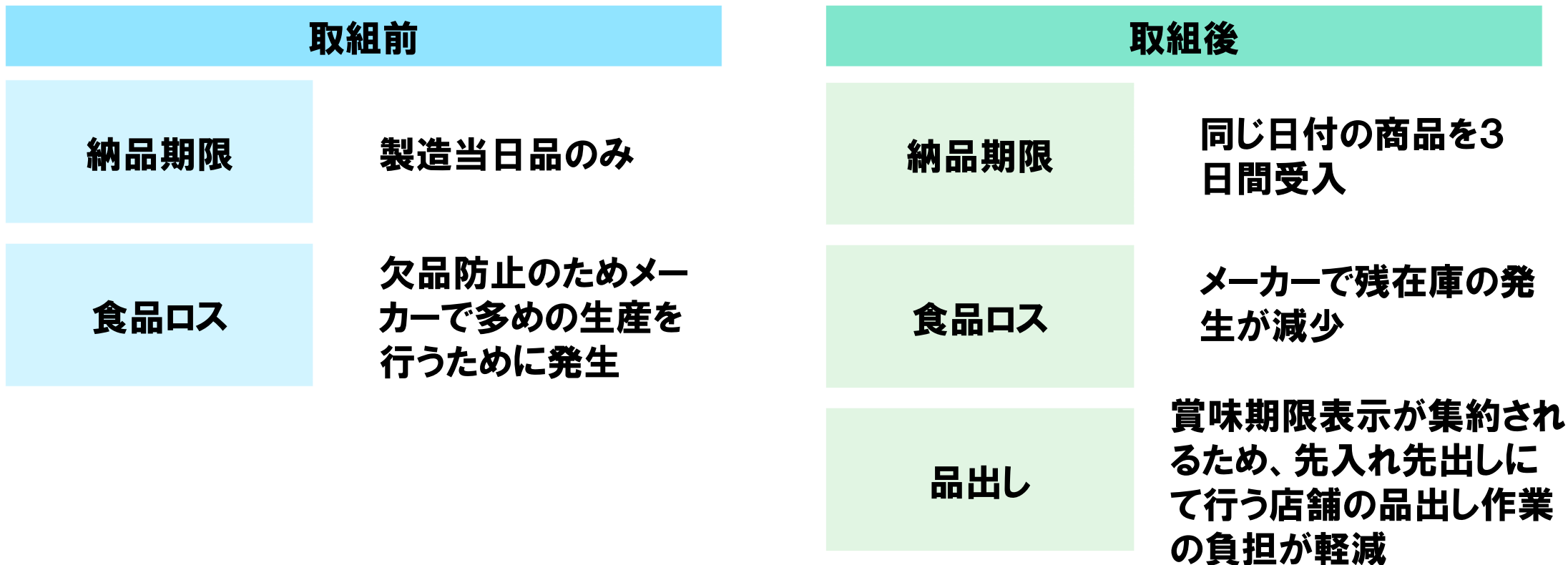
3. 売上数量は約1%、売上金額は約2%それぞれ増加

・売上数量: 3,751,705個 → 3,781,546個

・売上金額: 498,202千円 → 506,383千円

消費/賞味期限延長と3日連続同一日付出荷の実施により、サプライチェーンの食品ロスを削減

賞味期限を3日前後延長した上で、3日連続で同じ賞味期限日付で出荷することをメーカー・小売双方で合意。

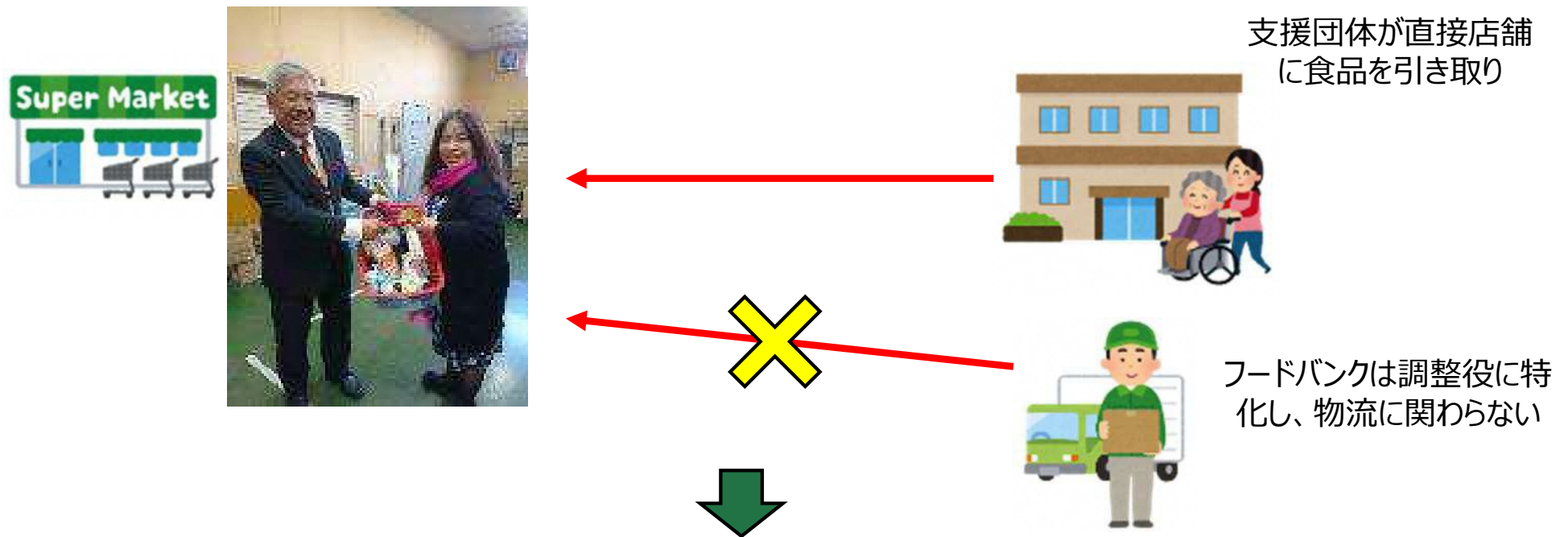


時系列		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	備考
製造日		2月10日	2月11日	2月12日	2月13日	2月14日	2月15日	2月16日	2月17日	2月18日	2月19日	
賞味期限日	従来	2月15日	2月16日	2月17日	2月18日	2月19日	2月20日	2月21日	2月22日	2月23日	2月24日	この日付のものしか出荷できない
	延長後	2月18日	2月19日	2月20日	2月21日	2月22日	2月23日	2月24日	2月25日	2月26日	2月27日	製造翌々日の商品を出荷できるが日付逆転は発生させられない
	表示変更後	2月18日	2月18日	2月18日	2月21日	2月21日	2月21日	2月24日	2月24日	2月24日	2月27日	3日間同じ日付のものを出荷できる 売場での日付の混在を少なくなる 在庫がなくなり次第次の日付で製造

ハローズの店舗引き取り型フードバンク連携の展開

店舗運営で恒常的に発生する余剰食品を、廃棄せずに必要とする人に届ける
エコシステムを持続可能な形で構築

従来はフードバンクが小売業の物流センターに集約された食品の引き取りに出向き支援団体に配達していたが、物流センターへの商品集約をとりやめ、近隣の店舗に支援団体が直接引き取りに出向くように運用を変更



- 食品提供量・提供品目の拡大
- フードバンク団体の持続可能性の向上
- 店舗の廃棄処理費用の低減
- 従業員のモチベーションアップ
- コーポレートブランドの向上

見切り品に新しい意味づけ



啓発イベントを交えた「てまえどり」の展開（コープこうべ）

「期限が近い食品」の購入を呼びかけ（全157店舗）

啓発イベント（期限の違う豆腐の食べ比べ）



<コープ山手 商品売り場での「てまえどり」告知>

<コープ山手での 食べ比べ イベント風景>