

「食品ロス」削減に向けて商慣習を見直そう

日本では、消費者が求める商品をいつでも品切れなく提供するため、厳しい納品期限や発注から短期間での納品などの日本特有の商慣習があります。

この商慣習が食品ロスの発生につながっており、いま、食品ロス削減や流通効率化の観点から、厳しすぎる商慣習の見直しが進められています。

商慣習にはどのようなものがあるの？

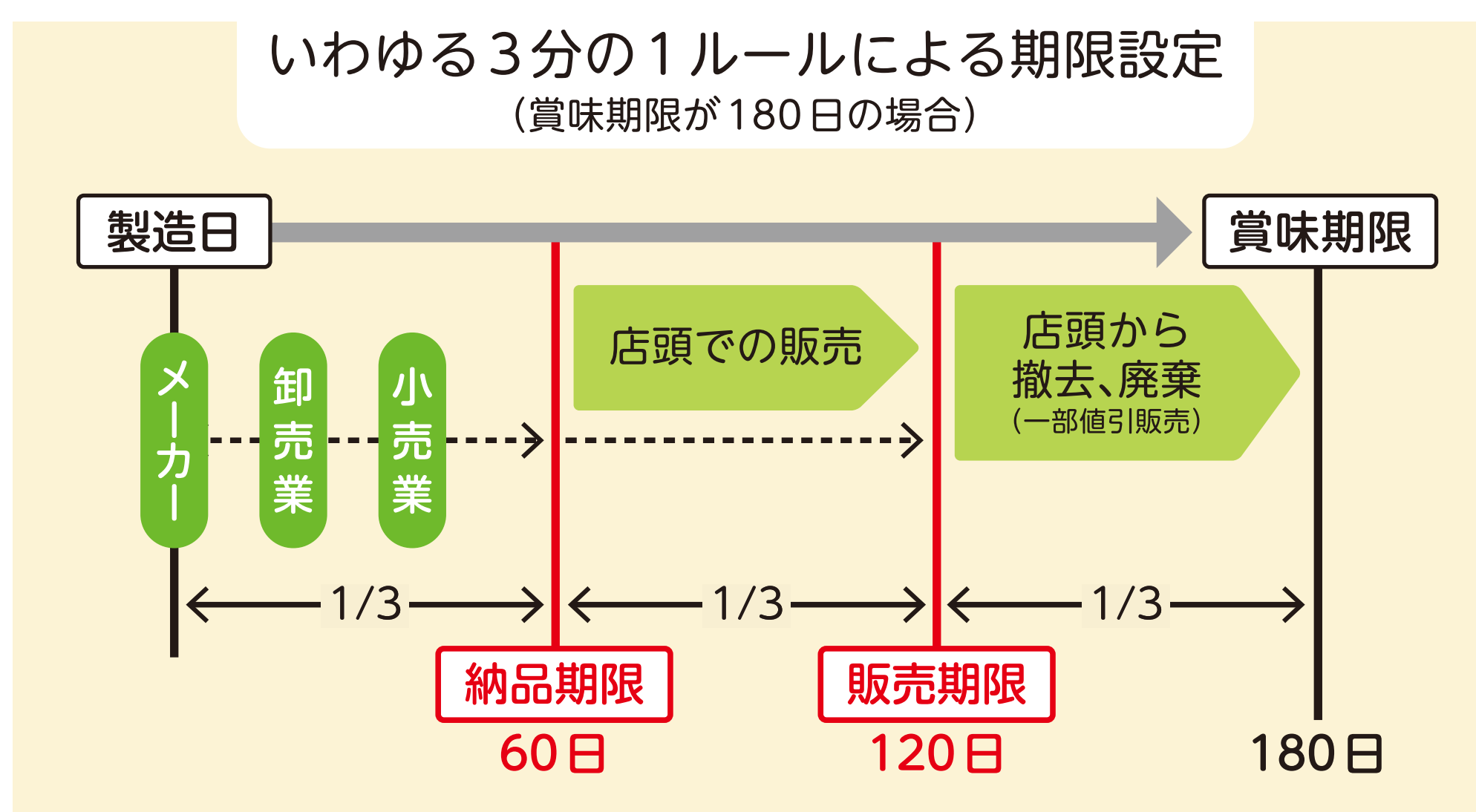


加工食品の納品期限と販売期限(1/3ルール)

商品を製造してから、小売店に納品するまでの期限(納品期限)や店頭における販売期限が慣習的に決まっています。

例えば、賞味期間が6ヶ月の商品は、製造日から2ヶ月(最初の1/3)を過ぎると出荷できなくなります。

また、賞味期間が残り1/3を切ると店頭から撤去されます。



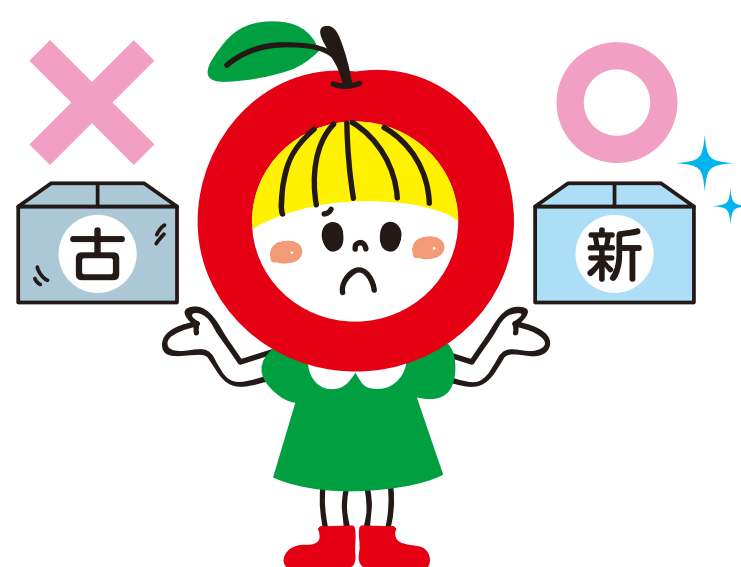
受注から納品までの短いリードタイムと欠品防止

商品は注文を受けてから生産すれば「作りすぎ」は生じませんが、受注から納品までの期間が短いため、一般的には受注前に必要量を予測し、生産を始めます。また、日本では欠品しないことが強く求められるため、多めの生産を行います。このため、製造業者では余剰生産・廃棄が生じやすくなっています。



日付順納品の遵守

同一商品で「前回納品したものより1日でも古い商品は納品できない」ルールがあります。荷受側は商品管理をしやすくなりますが、出荷側は在庫を出荷できない場合が生じます。



小売店での販売期限の設定

小売店では商品を賞味期限・消費期限当日まで販売せず、期限に達する前に売り場から撤去することが多く見受けられます。撤去された商品の多くは廃棄されることになります。

