

平成 31 年度 持続可能な循環資源活用総合対策事業  
適正発注の推進事業

報告書

令和2年3月

公益財団法人 流通経済研究所



## 目次

1 本事業の目的・内容 .....	1
(1) 事業の目的.....	1
(2) 事業の内容.....	1
① 事業目標 .....	1
② 実施内容 .....	1
2 事業の実施結果 .....	3
(1) 検討会の開催結果 .....	3
① 各検討会の開催・検討結果.....	3
② 適正発注の推進についての今後の取り組みの方向性のとりまとめ結果	
	17
(2) 調査研究の実施結果 .....	21
① スーパー店舗でのパンの発注前倒し(翌日納品から翌々日納品に変更) の実証実験・効果検証結果 .....	21
② コンビニ店舗での、A I 活用による需要予測精度向上による食品ロス 削減の可能性検討 .....	29
3 事業実施主体紹介 .....	45

## 1 本事業の目的・内容

### (1) 事業の目的

本事業の目的は、フードチェーン全体の食品ロス削減に向けた適正発注の推進のため、検討会の開催、調査研究、報告書の作成を行うことである。

### (2) 事業の内容

#### ① 事業目標

事業目標は次のとおりである。

- ・ 適正発注の推進に向け、食品小売業の発注の実態について事例調査を行い、結果を提示する。
- ・ 食品小売業の発注方法の変更を実施した場合の影響を検証し、結果を提示する。
- ・ 適正発注の推進に向けた今後の具体的方策等を取りまとめ、提示する。

#### ② 実施内容

##### (イ) 検討会の開催

学識経験者、食品関連事業者等で構成される検討会を設置し、販売機会の損失、過剰生産、過剰在庫が生み出されないような小売業等の適正発注の推進について、今後の具体的方策等のとりまとめを行った。

- ・ 日配品の商慣習に関する検討会 メーカー会合

適正発注の推進による食品廃棄・ロス削減に向け、賞味・消費期限が短く食品廃棄・ロスが出やすい、揚げ、麺、セット麺、洋生菓子メーカーを集め、食品廃棄・ロスの発生実態を共有し対応の方向を検討した。

- ・ 日配品の商慣習に関する検討会 小売業会合

日配品メーカー（生麺、洋生菓子、揚げ）の食品廃棄・ロス発生状況を受け、小売業側の状況を共有し、食品廃棄・ロス削減に向けたメーカー・小売業の連携の現状および問題・論点等を検討した。

- ・ 日配品の商慣習に関する検討会 メーカー・小売業合同会合

上記2回の検討結果、および調査研究結果をふまえ、日配品の食品ロス削減に向けた適正発注の推進についてのとりまとめ（今後の取り組みの方向性）を検討した。

##### (ロ) 調査研究の実施

- ・ スーパー店舗でのパンの発注前倒し（翌日納品から翌々日納品に変更）

の実証実験・効果検証

- ・コンビニ店舗での、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検討

## 2 事業の実施結果

### (1) 検討会の開催結果

本年度の検討会の開催結果は、次の通りである。

#### ① 各検討会の開催・検討結果

##### (イ) 日配品の商慣習に関する検討会 メーカー会合

項目	詳細
開催日時	令和元年8月30日
場所	TKP市ヶ谷カンファレンスセンター ミーティングルーム 5E
議事	1 平成30年度の日配品（パン）検討結果の確認 2 揚げ、セット麺、生麺、洋生菓子メーカーでの食品ロス発生実態の共有 3 サプライチェーンの食品ロス削減のためにどのような方策が有効かについての意見交換
参加者	<メーカー> A社（豆腐・揚げメーカー）、B社（セット麺メーカー）、C社（生麺メーカー）、D社（洋生菓子メーカー）、E社（洋生菓子メーカー）  <業界団体> 全日本菓子協会、協同組合全日本洋菓子工業会  <農林水産省 食料産業局 バイオマス循環資源課> 課長 片貝 敏雄 氏 食品産業環境対策室 課長補佐 三浦 寛子 氏 食品産業環境対策室 食品リサイクル班 河原崎 良輔 氏  <事務局> 公益財団法人流通経済研究所 主任研究員 石川 友博
検討結果	議事要旨を以下に掲載

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  
メーカー会合（令和元年8月30日開催）議事要旨

1. A社（豆腐・揚げ）

(ア) 現状

① 商品・販売構成

- ・ 業務用（外食）85%：味付揚げ・豆腐
- ・ 小売用 15%：揚げ（生揚げ、味付け揚げ、がんもどき、がんも等）

② ロスの発生状況

- ・ 業務用：確定生産のため、ロスなし
- ・ 小売用：売上比 0.5%、約 1,600 万円

③ リードタイム（小売用）

- ・ 最も厳しい取引先で、12:00 受注、13:00 出荷
- ・ 販売先によりばらつき

④ ロス発生構造（小売用）

- ・ 見込生産数が実需に満たない場合、当日配送しなければならないため、多めに生産するため、恒常に余剰ができる
- ・ 揚げは、当日製造品以外、受け入れてもらえず、出荷できないと、そのまま廃棄になる。完成品のリサイクルは包装済のため難しく、産業廃棄物となる

⑤ 製造リードタイム：大豆の浸漬から製品になるまで約 36 時間

(イ) メーカーとしての希望

- ① できれば、短リードタイム（当日受注当日出荷）や、納品期限緩和（出荷前日製造品の許容）を希望する（一部、出荷前日製造品の出荷を受け入れている小売業もある）。
- ② しかし、それで小売で廃棄・ロスが生じやすくなることも十分理解している。
- ③ そのため、小売が販売期間を長くできる（販売期限の延長、前日撤去のとりやめ）ような消費者意識啓発（棚の前から商品を取る行動を促す）が重要。その上で、リードタイム緩和や、出荷前日製造品許容が広がればと思う。

## 2. B社（セット麺）

(ア) 現状：受注～納品が短く見込生産を実施。廃棄や生産性の低下が生じている。

### ① 食品廃棄・ロス：775トン、売上比率 0.55%

1. 余剰製造：571トン 売上比率 0.41%
  - ・ 約45%…見込生産の予測誤差に起因する仕掛品の廃棄
  - ・ 約55%…次便での原材料の使用禁止による仕掛品の廃棄
2. 原材料の使用期限切れ：62トン 売上比率 0.04%
  - ・ 生野菜は使用可能期間が短く、廃棄になりやすい。
  - ・ 冷凍品は解凍時間を要すため見込みで解凍する。誤差・廃棄が出やすい。
  - ・ 熟成麺は仕込みに時間を要し見込みで着手する。誤差・廃棄が出やすい。
3. 原材料の終売在庫：142トン 売上比率 0.10%
  - ・ 商品改廃が多く、終売時に原材料廃棄が発生する。
  - ・ 専用原材料が多く、他製品への転用が難しい。

### ② 夜間労働、人手不足、生産性低下や健康への影響

#### 1. 夜間労働

- ・ リードタイムが短いため、夜間製造が必要
- ・ 受注仮確定12時、確定18時、包装開始19時と翌日2時、出荷3時～10時（2便ある）

#### 2. 人手不足

- ・ 夜間労働の多さや受注波動（気温・セール起因）による労働時間の不安定さのため、人が集まらない。
- ・ また、当日の人員調整で労使とも疲弊し、経営的な問題となっている。

#### 3. 生産性低下や健康への影響

- ・ 夜間労働は従業者の健康への悪影響、安全衛生面の低下につながりやすく、持続的な労働環境にない。

(イ) メーカーとしての希望

### ① 次便での原材料の使用の緩和

- ・ 得意先とは緊密に協議の機会を設けて取り組んでいる。原材料の次便使用も協議しているが、保存検査等の結果上問題ない等ではなかなか認められず、設備の刷新など高次の技術革新が求められる。
- ・ 原材料の次便使用不可による食品ロスは多く、もう少し次便使用を緩和的に認めてもらえるとありがたい。そのための行政の後押しもあるとありがたい。

### ② 短リードタイムのできる限りの延長緩和

- ・ 深夜残業の削減、人にかかるコストや健康状態改善を図りたい。

### 3. C社（生麺）

#### (ア) 現状

##### ① 賞味・消費期限の短さ

###### 1. 賞味期限の短さ

かつて、特定大手小売業から賞味期限の安全係数を 0.7 とするよう要請があり、多くのメーカーが他の小売業にも 0.7 を提示してきた経緯から、それが定着している。0.8への見直しを提示しづらい状況にある。

###### 2. 消費期限設定上限の短さ

「消費期限の表示は最長 7 日まで」と業界団体が公正競争規約で定めているため、それ以上の設定ができない

##### ② 納品期限が厳しい

賞味・消費期限が短いため、出荷当日製造品のみ受け入れてもらえるケースが多く、余剰生産分が廃棄となっている。

ただ、賞味・消費期限が短いため、出荷前日製造品の納品等を許諾いただけたとしても、小売業での廃棄・ロスが増えることもよく理解できる。こうした許諾要請はしづらい。

#### (イ) メーカーとしての希望

##### ① 消費期限の延長

メーカーでは、公正競争規約の見直しによる消費期限延長を進めたい。

##### ② 賞味期限商品の安全係数の見直し

小売業の理解もいただきながら、賞味期限商品については、安全係数 0.7 から 0.8 等への変更を進めたい

##### ③ 小売・メーカー双方にメリットのある検討の継続

①、②により、賞味・消費期間が長くなることで、小売・メーカーの双方にとっていい方向となる改善策の検討を期待し、また当社としても積極的に関わっていきたい。

##### ④ ガイドラインの提示

できれば、行政から、あらためて、商品シャンル、カテゴリー、期間などごとの賞味期限設定・安全係数のガイドラインを示していただけると有難い。

#### 4. D社（洋生菓子）

##### (ア) 現状

###### ① 食品ロスの発生状況

1. 発生額：年間2億円（売上比0.8%）
2. 発生理由：
  - ・得意先の多くが受注当日出荷、翌日納品であるための見込生産の予測誤差（スーパー（得意先の約8割）、CVS）

###### ② 災害時の問題

1. メーカーは出荷するが、道路事情で遅延し、荷受け時間に遅れるケース
  - ・荷受け不可＝欠品扱いとなり、持ち帰り、廃棄になる。
2. センター側で災害が発生するケース
  - ・荷受けしても配送できず、庫内スペースがなくなり荷受けできなくなる。
  - ・このことがメーカーに伝達されずに、納品車両がセンターに出向き、荷受けされず、持ち帰り、廃棄になる。
3. 商品部がセンターの配送困難な状況や、今後そうなることを把握している、メーカーから配送中止を申し入れても、納品を要請されるケース
  - ・昨年の台風の際、センターまでの配送経路がいずれも通行止めだったり、それが見込まれる場合でも、納品を強く求められた。
  - ・やむなく出荷したが、受領されず、持ち帰り、廃棄にしたこと也有った。

##### (イ) メーカーとしての希望

###### ① 災害時の問題

- ・台風19号のような甚大な被害が予想された場合、大手量販店を中心に、前に「当該エリアのセンター荷受け不可」を事前通達頂ける企業、荷受けできなかつた商品代金は請求させて頂ける企業も増えつつあるが、ごく一部であり、大手企業も含めそうでない企業も多数残っている。
- ・刻一刻と小売業（とくに物流センター）の状況が変わり、早期に発注を停止する判断にリスクが伴うことは十分承知できる。
- ・日配品メーカーでは、工場従業員は、注文があれば、工場周辺が危険でも出勤し、生産にあたる。そうした商品が廃棄されることに精神的苦痛を負う。
- ・メーカーは、発注が止まらない限り（あるいは取り消し指示がない限り）、受注分を可能な限り出荷しようと努めるので、センターの内情を早期に把握し、速やかに判断・指示（発注停止など）いただけないとありがたい。

###### ② 発注等について

メーカーの食品ロスに非常に有効につき検討いただきたい

- ・前々日発注による生産数の確定
- ・小売業の販売計画の共有
- ・納品期限の緩和（そもそも洋生菓子は日持ちが短く難しいですが、一部承認を得ているケースもある）

以上



(口) 日配品の商慣習に関する検討会 小売業会合

項目	詳細
開催日時	令和2年2月28日
場所	公益財団法人流通経済研究所 セミナールーム2
議事	1 日配品メーカー（生麺、洋生菓子、揚げ）の食品廃棄・ロス発生状況の共有 2 小売業側の食品廃棄・ロスの状況、削減の取り組みの情報共有 3 食品廃棄・ロス削減に向けたメーカー・小売業の連携の現状および問題・論点等の検討
参加者	<有識者> 専修大学 商学部長 教授 渡辺 達朗 氏 (座長)  <小売業> ※1社欠席 株イトーヨーカ堂、サミット株、生活協同組合コープみらい、株ファミリーマート  <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 室長 野島 昌浩 氏 食品産業環境対策室 食品リサイクル班 河原崎 良輔 氏  <事務局> 公益財団法人流通経済研究所 専務理事 加藤 弘貴 主任研究員 石川 友博
検討結果	議事要旨を以下に掲載

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  
小売業会合（令和2年2月28日開催）議事要旨

1. 食品メーカー検討会の結果についての小売業としての意見

(ア) 発注～納品リードタイムについて

① A社

- ・ リードタイムを延ばすと小売の発注精度は当然落ち、店舗の値引・廃棄は増える。
- ・ リードタイムの延長・適正化はどこが適正なのか、どうやってその答えを出すのかが問題で、議論の余地はある。
- ・ メーカーで生産ロスが減った分を、できれば少しでも小売に還元してくださいというのが、我々の希望である。

② B社

- ・ リードタイムを一方的に取り決めることはない。
- ・ ただシステム上の制約で無理をお願いするケースはあるが、事前に協議し、理解いただいた上で行っている。

③ C社

- ・ リードタイムを短くすることで成長してきた業界なので、今のところリードタイムを長くしたいという考えはない。
- ・ ただ賞味・消費期限を延ばし、リードタイムを伸ばす例は増えるだろう。

(イ) 納品期限について

C社

- ・ 店舗のロス抑制のため。日配品では「消費期限5日」等、短い賞味・消費期限商品は採用しづらい。
- ・ 納品期限は概ね3分の1ルールで運用している。製造日から2～3日後の商品も受け入れており、出荷当日製造品しか受け入れないことはない。

(ウ) 災害時の問題について

A社

- ・ 災害時に製造・配送してもらった商品の納品をセンターでお断りすることは確かにある。しかし、無神経に発注することは全くない。
- ・ ただ災害時は、刻一刻と状況が変わる。発注、製造、納品のタイミングと場所もすべて異なる。発注したが、想定が外れ、センターの荷受・配

- 送機能が停止し、納品をお断りするケースが生じているのは事実である。
- メーカー側でも問題が生じていることも承知しており、協議し、発注分の代金支払いや、廃棄分の買い取りは、臨機応変に対応している。

(エ) 諸々の取り決めにおける事前協議の有無について

A～C社

- 一般的に「小売の力が強くて、メーカーは押し切られている」と思われていると認識しており、メーカーとの取組ではいつも細心の注意を払っている。
- 協議も事前にしっかりと行っている。

(オ) 商品サイクルが短いことについて

C社

- 商品開発をメーカーとする際は、担当同士で協議しスケジュールを決める。小売が一方的に商品サイクルを短くしている認識はない。
- デイリー・中食で1か月半程度の改廃は、我々の感覚では、極端に短いとは思わない。
- 終売時に、メーカーと小売の情報共有を密にして、原材料ロス発生を減らす余地はあり、重要だ。

(カ) 原材料の使用制限について

① A社

- 惣菜等は、複数メーカーと我々とでチームを組んで開発している。
- 当然、メーカーと小売は常に協議しており、原材料の使用制限はその中で取り決められる。

② B・C社

- 回収トラブルのことを考慮して、原材料を便別に使い分けることになっているのではないか。
- 回収トラブルの際、便別に使い分けていれば、当該便分の回収で済む。便を跨いでいると、複数便が対象となり、負担が増す。

2. 小売業における食品ロス削減の取組に状況について

(ア) 販売期限の延長

① A社

- 消費期限商品の一部で、販売期限を延長した。
- 従来の撤去日と消費期限日の間隔を半分にした。

- ・ 廃棄は3割減少した。
  - ・ 品質面も十分確かめてから実施しており、売上や消費者の反応についての影響は見られない。
- ② C社
- ・ 包材・包装方法を変更し、惣菜の消費期限を延ばし、廃棄削減につながっている。

(イ) 季節販売の完全予約販売化

- ・ C社
  - ・ 土用の丑の日を完全予約販売に変更し、売上は減ったが、店舗の廃棄は大幅に減り、店舗利益は8割増えた。
  - ・ クリスマスケーキもほぼ同様の結果だった。
  - ・ 次は恵方巻だが、昨年すでに完全予約に変更済で、昨年比でどれだけ改善・良化できたか注視している。
  - ・ 大事なことは、毎年、継続的に利益を増やせるかどうかである。

以上

(ハ) 日配品の商慣習に関する検討会 メーカー・小売業合同会合

項目	詳細
開催日時	令和2年3月17日
場所	公益財団法人流通経済研究所 セミナールーム1
議事	<p>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</p> <p>2 店舗での実証実験結果報告</p> <p>3 A.I.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</p> <p>4 適正発注の推進についてのとりまとめ（今後の取り組みの方向性）の検討</p>
参加者	<p>&lt;有識者&gt;</p> <p>専修大学 商学部長 教授 渡辺 達朗 氏（座長）</p> <p>一般財団法人日本気象協会 防災ソリューション事業部 プロジェクトマネージャー 本間 基寛 氏</p> <p>先進事業課 プロジェクトリーダー 中野 俊夫 氏</p> <p>&lt;メーカー、小売業&gt; ※3社欠席</p> <p>敷島製パン(株)、フジパン(株)、山崎製パン(株)、シマダヤ(株)、(株) 富岡食品、(株)ニッセイデリカ、(株)モンテール (株)イトーヨーカ堂、サミット(株)、生活協同組合コープみらい (株)ファミリーマート</p> <p>&lt;業界団体&gt;</p> <p>全日本菓子協会、一般社団法人日本パン工業会</p> <p>&lt;農林水産省 食料産業局 バイオマス循環資源課&gt;</p> <p>食品産業環境対策室 課長補佐 三浦 寛子 氏</p> <p>食品産業環境対策室 食品リサイクル班 河原崎 良輔 氏</p> <p>&lt;事務局&gt; 公益財団法人流通経済研究所</p> <p>専務理事 加藤 弘貴</p> <p>主任研究員 石川 友博</p> <p>研究員 田代 英男</p>
検討結果	議事要旨を以下に掲載

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

災害時間問題の議論が重要。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)

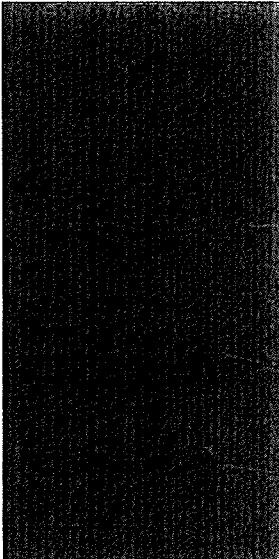
以上



② 適正発注の推進についての今後の取り組みの方向性のとりまとめ結果

主に日配品の食品ロス削減に向けた適正発注の推進についての今後の取り組みの方向性のとりまとめ結果を、以下に示す。





1. 6. 6  
2. 6. 682  
3. 6. 9  
4. 6. 9

## 令和元年度食品ロス削減のための商慣習検討WT 日配品検討会とりまとめ



令和2年3月  
公益財団法人流通経済研究所

(c) 公益財団法人流通経済研究所

### 今後の取り組みの方向性

- 日配品の廃棄削減の方策として、以下の取組を進める。加えて、この取組みについての賛同を集める。
  - 1 賞味・消費期限の延長の推進
    - ・賞味・消費期限の延長は、製・販ともメリットがある重要な取組である。
    - ・検討会でも、メーカーから、自社が扱う消費期限商品の相当割合を対象に消費期限を延長したと報告があった。
    - ・メーカーにおける日配品の賞味・消費期限の設定状況や期限延長の事例等を把握・共有、延長できる可能性があれば、賞味・消費期限延長を積極的に検討する。

(c) 公益財団法人流通経済研究所

## 今後の取り組みの方向性（つづき）

### - 2 適正発注・納品の推進

- ・メーカーと小売業を合わせたサプライチェーン全体の食品ロスを削減するための受発注・納品のタイミングの適正化に向け、以下の2点を検討・推進する。

#### ・(1) 発注リードタイム変更可能性の継続検討

- 昨年度の検討会で確認されたパンに加え、本年度の検討会で、パン以外の賞味・消費期限の短い日配品において、リードタイムが短いことにより、メーカーで食品ロスが発生している状況が確認された。
- そのため、コンビニのパンの発注リードタイムを1日から2日に変更した場合のシミュレーションを継続する。
- また、本年度のスーパーでの実証実験をふまえ、販促の実施状況を考慮しつつ、パン以外の日配品を含め、検討を行う。
- 上記結果、およびパンなどの日配品では、メーカー・小売業の双方で廃棄が少なくない実態をふまえ、発注リードタイム変更の可能性を検討し、方向性を提示する。

#### ・(2) 納品期限延長の検討

- メーカーの取組等によって賞味・消費期限が延長された場合、小売業は納品期限の緩和を積極的に検討する。

(c)公益財団法人流通経済研究所

## 今後の取り組みの方向性（つづき）

### - 3 販売期限延長の推進

- ・販売期限の延長によって店舗での廃棄削減効果が期待でき、販売期限を延長した小売業では、オペレーションや消費者対応上の問題はなかったと報告があった。
- ・一方、販売期限を延長した場合、店頭での同一商品で賞味・消費期限の複数日付混在が生じやすく、消費者の賞味・消費期限の新しい商品選好を強めるとの指摘がある。
- ・そのため、食品廃棄・ロス削減の観点から、日付順購入(棚の前から商品をとること)等の重要性についての消費者理解を広げつつ、賞味・消費期限日近くまでの販売期限延長の取組拡大を図る。

(c)公益財団法人流通経済研究所

## (2) 調査研究の実施結果

### ① スーパー店舗でのパンの発注前倒し（翌日納品から翌々日納品に変更） の実証実験・効果検証結果

メーカーでの見込み生産の削減につながるよう小売業の発注方法を変更した場合の、小売業での食品廃棄・ロス、値下、オペレーション等への影響を検証するため、スーパー2店舗で実証実験を実施した。以下でその結果を示す。

