

特集

事業者による食品ロス削減の 3 取り組みと今後の展望



石川 友博 Ishikawa Tomohiro 公益財団法人流通経済研究所主任研究員

主な研究領域は流通構造分析、営業・チャネル戦略。一般社団法人日本卸売協会 専務理事 (2014年まで)、製・配・販連携協議会事務局、食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム事務局。



食品流通事業者の食品ロス削減行動への期待向上

本当はまだ食べられる食品なのに廃棄する「食品ロス」を減らす取り組みについて、食品流通業界への期待が高まっています。

背景の1つは、世界的な食品ロス問題への関心の高まりです。食品が大量に廃棄されている一方で、世界では約8億人の人々が栄養不足状態にあるなど、食品ロスの削減は世界的な課題となっています。2015年9月には、国連サミットで『持続可能な開発のための2030アジェンダ』が採択され、2030年までに小売・消費レベルの世界全体の1人当たり食料廃棄量を半減させる目標が定められました。これらを背景に、わが国の製・配・販（製造・卸・小売）企業にも積極的な対応が期待されています。実際、環境対応（Environment）や社会問題（Social）、ガバナンス（Governance）への姿勢を運用指針に掲げる「ESG投資」への関心が高まりつつあり、メーカーや卸、小売業などの関連企業にとっては、食品ロス対応が企業イメージを左右しかねない状況にもなっています。

もう1つの背景は、国内の人口減少・高齢化の深刻化です。労働力確保や財政運営が難しくなるなか、食料自給率は低く（2016年度はカロリーベース38%で先進国最低水準。農林水産省ウェブサイトより）、食料の安定確保が課題であり、少なくとも国内では食品流通の効果・効率性を高め、ムリ・ムダ・ムラを削減することが必要となっています。また、ごみ全体に占める食品の割合は高く、食品は水分含有量が多いため、運搬や焼却で余分な環境負荷やコストを発生させてい

ます。環境省の調査によると、市町村のごみ処理事業経費は国民1人当たり換算で15,300円/年に上っています。食品ごみを減らし、ごみ処理に伴う環境負荷を低減すること、自治体のごみ処理事業経費を削減し、国民の負担を軽減することが重要となっています。

こうした背景から、食品流通事業者の食品ロス削減行動への期待は高まっており、取り組みも広がりつつあります。本稿では、3つの取り組みを取り上げ、解説します。



賞味期限の年月表示化の拡大

食品メーカーでは、賞味期限を「年月日」ではなく、「年月」で表示する取り組みが広がりつつあります。加工食品の賞味期限の年月表示化への切り替えは、食品ロスの削減、物流現場の働き方改革につながる可能性をもつ、重要な取り組みです。

食品流通では、商品は鮮度順での納入を求められることが一般的です。賞味期限を年月日で表示している商品であれば、納品先から「次回納品は前回納品と同じか新しい日付の商品を」と納入指定をされます。それが、年月表示ならば、月単位での管理となるため、手持ちの在庫を効率良くさばけるようになります。それにより食品ロス発生抑制につながります。

また、保管・配送・入出荷等の作業を効率化することも期待され、流通現場の働き方の改善につながる可能性があります。メーカーだけでなく、卸売業・小売業でも同様の効果が期待されますので、より生産性の高い計画系業務や、発注精度を高める業務へのシフトが進むことに

特集3 事業者による食品ロス削減の取り組みと今後の展望

よって食品ロス削減が進む可能性もあります。

さらに、小売業の店舗では、日付表示からの変更により、期限が近づいた商品を消費者が敬遠して、少しでも新しい商品を手にとろうとする行動が起きにくくなることも期待されます。

このように、加工食品の賞味期限の年月表示化は、鮮度順納品の運用下でも、手持ち在庫の効率的消化による食品ロス削減効果と、製・配・販各層の保管・配送・入出荷等の作業効率化にもつながり得る重要な取り組みです。そもそも賞味期限の長い品目は品質劣化のスピードが遅く、期限の短い消費期限表示品目と比べると、日付管理する意味は乏しいといえます。もともと賞味期限が3カ月以上の品目については、関連法でも「年月」表示が認められています。

これまで、特に2011年の東日本大震災のような物資不足時に、鮮度順納品を遵守することや、消費段階で賞味期限を日付管理する意味が問われたことを契機に、菓子メーカーや飲料メーカーが年月表示への切り替えを積極的に進めてきました。2015年以降、調味料メーカーや小売業のプライベートブランド商品でも切り替えの動きが広がりつつあります。今後のさらなる年月表示化の取り組み拡大が期待されます。



加工食品の納品期限の緩和、販売期限の延長

現在、食品流通業界は農林水産省との協力のもとで、流通商慣習の1つである納品期限の見直し、主に常温加工食品を対象として、進められています。

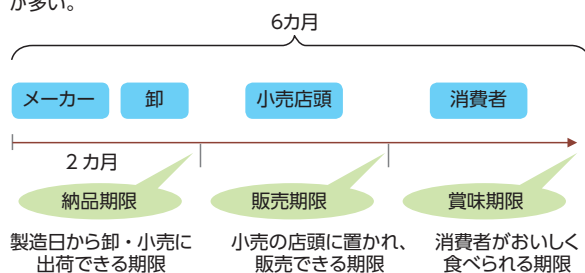
納品期限は、長らく食品流通業界に定着している商慣習の1つです。納品期限とは、流通の各段階に納品される商品の鮮度に関する基準のことで、製造日や賞味期限日を基準として設定されています。基準を満たさないものは受け入れられません。そのため、流通過程で残在庫が発生したり、メーカーで鮮度を満たすための商品の作り直しが行われ、代わりに未出荷在庫が発生したりします。残在庫や未出荷在庫は、あ

る程度販売することで消化できますが、一部は食品ロスとなっていきます。

日本は他の国の流通と比べて、比較的厳しく運用されている場合が多いとされています。具体的には、一般的に小売店舗への納品期限は「賞味期限の3分の2残し」で設定されている場合が多く、流通の川上側であるメーカーや卸売業も、いくつも基準があるとオペレーションが煩雑になるため、「大体小売店舗への納品期限は賞味期限の3分の2残しである」との前提で鮮度管理や出荷鮮度基準設定を行い、それを受けて、小売店舗側にさらに「納品期限は賞味期限の3分の2残しとする」ことが定着していきました。こうなると、一部の小売店舗が仮に納品期限を緩和しても、川上側では厳しい得意先の納品期限に合わせた運用を変えようとしないうえ、個別企業、個別企業間では問題の解決が難しくなります。

なお、納品期限は、もともとは賞味期限までの期間を消費者、小売、メーカー・卸で平等に3等分する発想に基づいていて、消費者に配慮したものなのですが、納品期限が厳しく設定されるほど、残在庫や未出荷在庫が生じやすくなり、食品ロスが発生しやすくなります。そのため、もし、納品期限が全体的に緩和されれば食品ロスの削減につながるとの指摘は、長年行われてきました。また消費者のための期間とされる「賞味期限の残りの3分の1」の時点で小売店舗は「販売期限」を設定し、それを過ぎたら棚から撤去し廃棄処分するような運用を行ってきました(図)。

図 加工食品の納品期限・販売期限・賞味期限のイメージ(賞味期限6カ月の場合)
納品期限は、製造から賞味期限までの3分の1の時点とされている場合が多い。



公益財団法人流通経済研究所ウェブサイト
(http://www.dei.or.jp/research/research08_02.html) を参考に作成

特集3 事業者による食品ロス削減の取り組みと今後の展望

農林水産省などがこの状況を重視し、同省の働きかけもあって、食品流通の製・配・販の主要企業が一堂に会して、食品ロス削減につながる商慣習の見直しを議論し、業界に提言する検討会議体「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム（以下、WT）」が設置され、業界全体を、「問題がなければ、納品期限を緩和する」という方向へリードする取り組みや呼びかけが行われています。

こうした中、納品期限を見直す機運も高まりつつあります。WTの取り組みに賛同した大手コンビニエンスストア、大手スーパーなどでは、飲料や賞味期限の長い菓子（180日以上）の納品期限の緩和を進めています。また、地方の有カスーパーも受け入れを拡大。この取り組みが小売業界全体に広がれば、飲料・菓子だけでも4万トン以上の食品ロス削減効果を見込めます。

このように、取り組みが広がりつつありますが、前述のとおり、この問題は「一部が変わるだけではあまり大きな効果につながらない」性格があります。WTとしては、今後、納品期限緩和賛同企業の拡大とともに、緩和対象品目の拡大および中間流通段階における納品期限のあり方などを整理し、まさに業界全体を「問題がなければ、納品期限を緩和する」という方向へリードする取り組みを進めていくことを提言し、着手しています。

後半の3分の1である「販売期限」を延長する小売企業も増えてきました。公益財団法人流通経済研究所の2016年度の調査では、過去3年間に加工食品の販売期限を延長した小売業は全体の約2割に上ることが明らかになりました。

また、2017年度には京都市が、小売業の販売期限延長による食品ロス削減効果を検証する社会実験を実施するなど、自治体の食品ロス削減施策の一環として、行政が主導して小売業の販売期限延長を支援する動きも見られつつあります。

加工食品の中でもパン、豆腐、牛乳等の「日

配品」に関しては販売期限延長による廃棄削減への影響が大きいと考えられます。日配品の小売店での廃棄は約2万トン（流通経済研究所推計）とされます。販売期限延長がさらに広がれば、これも削減されていくものと考えられます。



フードバンクの活用推進

わが国において、「まだ食べられる食品・食材」を、メーカー・小売業等から引き取り、福祉施設や生活支援を必要とする個人などに譲渡を行うフードバンク活動が広がっています。流通経済研究所の調査によると、2013年度時点では活動団体は40団体でしたが、2017年1月末時点では77団体と3年間でほぼ倍増しています。また、フードバンク活動団体の所在地は全国に広がっており、44都道府県で少なくとも1団体以上が活動していました。直近では、おそらくフードバンク活動団体数は100を超えていると思われます。全体として、フードバンク活動は活発になっており、企業による活用も広がっています。

これは、フードバンク活動団体が、相互に連携を強化するなどして、商品の横流しや不適切な廃棄といった行為の撲滅、商品の衛生管理水準の向上に取り組み、その結果、食品ロス削減に対する問題意識の高い提供側企業のフードバンク活動団体に対する信頼が向上した成果といえます。

とはいえ、フードバンク活動による食品ロスの削減量は3,808.4トンであり、わが国の食品ロス発生量646万トン（うち産業・流通から357万トン）に照らせば、今後の取り組み拡大の余地はまだ大きいといえます。

提供企業にとっても、フードバンクの活用拡大には、廃棄物処理コストの削減や地域貢献といった企業価値向上につながる側面があります。今後、企業・フードバンク活動団体間のさらなる相互理解の拡大、フードバンクの認知や運営水準の向上を通じて、企業によるいっそうのフードバンクの活用拡大が期待されます。