

○商慣習見直しの取組の重要性について

【納品期限の緩和】

賞味期間の3分の1以内で小売店舗に納品する、いわゆる「3分の1ルール」があります。このルールのもとでは、賞味期間の3分の1以内で納品できなかったものは、賞味期限まで多くの日数が残っているにも関わらず、廃棄となる可能性があります。このため、小売店舗において納品期限を緩和することは食品ロスの削減につながることを期待されます。

【賞味期限表示の大括り化】

多くの商品の賞味期限表示が年月日で表示されています。小売業者の在庫商品よりも賞味期限が早いことが理由で、商品を納品できないことがあります。この場合納品できなかった商品は、廃棄の可能性が高まります。このため、賞味期限を年月または日まとめ（年月日表示のまま、日の表示を例えば10日単位で統一）にするなど大括り化して表示し、納品する商品が在庫商品よりも賞味期限が早くなる機会を減らし、食品ロスの削減につながることを期待されます。

【賞味期限の延長】

賞味期限を延長することで、納品期限や販売期限の延長に取り組みやすくなることや、賞味期限までの期間が長くなることで消費者が購入しやすくなることから、食品ロス削減につながることを期待されます。

また、賞味期限表示の大括り化を実施することにより、賞味期間が最大1ヶ月短縮してしまう可能性があります。そのため、賞味期限の延長に取り組むことは、大括り化の実施を推進する上でも重要です。

【これまでの取組状況】

○令和4年10月時点の取組事業者数（予定含む）

- ・納品期限の緩和：240事業者（令和3年10月時点：186事業者）
- ・賞味期限表示の大括り化：267事業者（令和3年10月時点：223事業者）
- ・賞味期限の延長：182事業者
- ・フードバンク・子ども食堂等への食品の提供：243事業者

○上記のうち、納品期限緩和に取り組む総合スーパー、生協、食品スーパーの
売上高シェア：53%（令和3年10月時点：46%）

（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（公益財団法人流通経済研究所）調べ。「2022 全国スーパーマーケット年鑑 全国版」より売上高を集計）

○これまで大手企業を中心に商慣習の見直し等の取組が進んでいましたが、最近では、地方や中小規模の食品スーパーにおいて取組事業者数が伸びております。本取組が全国的に浸透するためには、引き続き地方や中小規模の食品スーパー等での取組の拡大が必要です。

○その他の食品ロス削減の取組について

【フードバンク・子ども食堂等への食品の提供】

食品事業者が、製造工程で発生する規格外品や売れ残り等の未利用食品を、フードバンク・子ども食堂等へ提供する取組は、食品ロスの削減にも効果があります。

【これまでの取組状況】

○令和4年10月時点の取組事業者数（予定含む）

- ・フードバンク・子ども食堂等への食品の提供：243 事業者