

1 / 3 ルール等の食品の商慣習の見直し



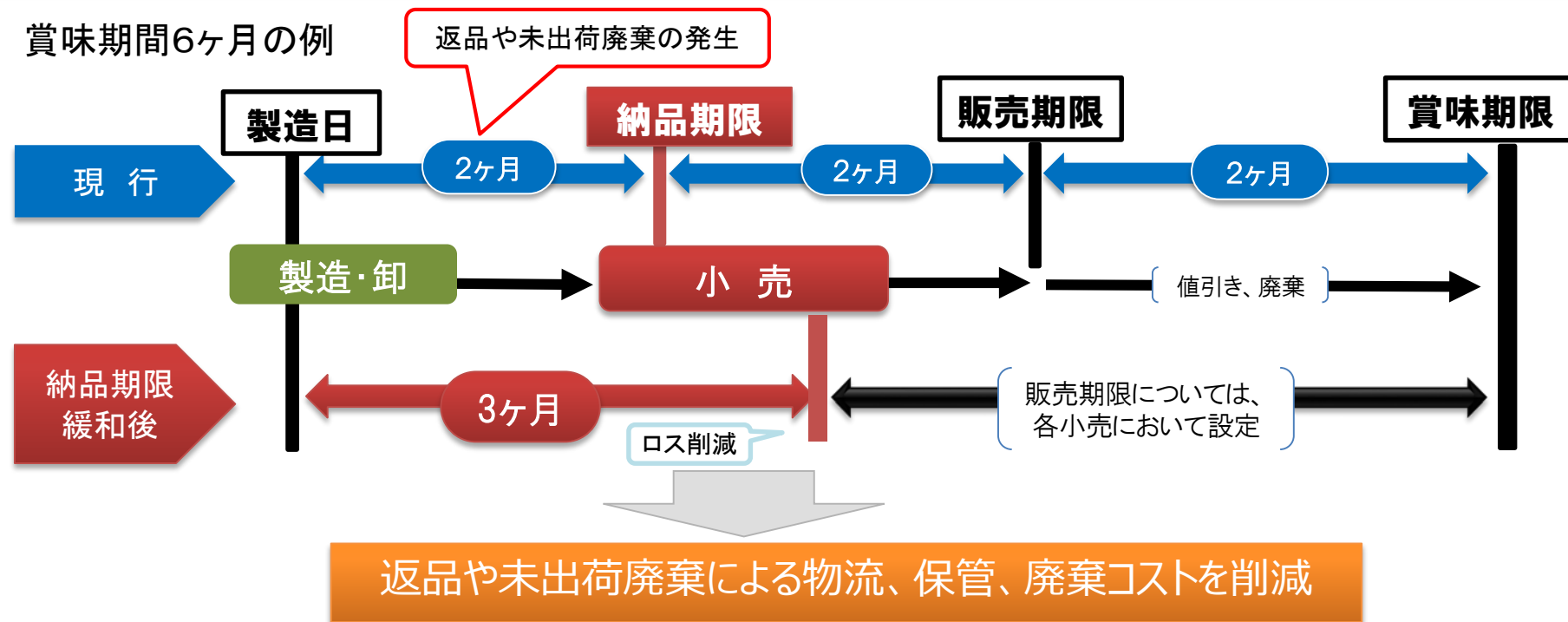
平成30年10月

農林水産省
食料産業局

● 1 / 3ルール等商慣習の見直し

- ✓ 過剰在庫や返品等、製造業・卸売業・小売業に跨がる課題についてはフードチェーン全体で解決する必要。農林水産省は、平成24年度に「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。常温流通の加工食品については、「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。
- ✓ 納品期限については、清涼飲料と賞味期間180日以上菓子について、大手の総合スーパー、コンビニエンスストアを中心に見直しが進んでいるが、今後は、取り組む企業や品目の拡大が必要。

※ 賞味期間6ヶ月の例



<返品や未出荷廃棄の削減額>

飲料	70.8億円	} 86.6 億円
菓子	15.8億円	

※ 廃棄削減が可能となる飲料及び菓子の出荷額ベースの金額（流通経済研究所調べ）
「納品期限見直しパイロットプロジェクト最終報告書」（平成25年度）

商慣習の見直し

返品や未出荷廃棄により生じる物流、保管、廃棄コストの削減を通じて、サプライチェーンのムダな労働時間等を削減。各省の取組を双方連携することで効率よく推進。

○これまでの取組

農林水産省

実証実験（2012年度～）
食品ロス削減のための商慣習検討WT
・実務者レベルでの検討
・販売期間、家庭内在庫期間の実態調査
・物流センター・店舗での実証 など

両省連名

局長通知文（2017年5月）
小売業等への納品期限緩和の依頼
両省共同で主要10団体への発出と
フォローアップを実施。

経済産業省

普及啓発（2011年度～）
製・配・販連携協議会
・経営トップ層への啓発（総会）
・返品削減実態調査（WG）
・手引書、チェックリスト等を策定
・業界団体への説明会活動 など

結果

納品期限見直し取組企業
（H24年度→H29年度、取組企業の年間売上業態別シェア）

食品スーパー	1社→ 8社	シェア 6%
総合スーパー	0社→ 10社	シェア80%※
コンビニ	1社→ 7社	シェア91%

※主要14社のうちの割合

1/3ルール等の厳しい納品期限が設定されていることにより、飲料・菓子に関わる産業での197万時間の過剰な労働に相当

結果

（H25年度→H29年度）

返品率 0.81%→**0.47%**

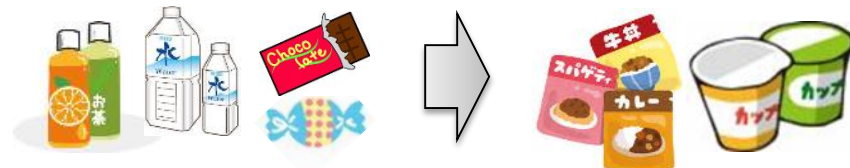
返品額 866億円→**562億円 35%漸減**

（1/3ルール以外の理由での返品を含む）

○今後の取組

納品期限見直し対象業種、品目の拡大

- ・地方のスーパー、小売店に拡大
- ・清涼飲料と賞味期間180日以上菓子 + 他のカテゴリーへ拡大



業界団体を通じ加盟社以外への普及啓発

- 【小売】・新日本スーパーマーケット協会
・日本スーパーマーケット協会
・日本チェーンストア協会
・日本チェーンドラッグストア協会
・日本フランチャイズチェーン協会
- 【卸売】・全国化粧品日用品卸連合会
・日本医薬品卸売業連合会 大衆薬協議会
・日本加工食品卸協会
・全国菓子卸商業組合連合会 などが候補

