

# 厳しい納品期限の見直しの進捗と今後の取組について

## 取組の進捗

### 1 納品期限見直し企業の割合（売上シェア）

	平成29年度末調査		平成30年度末調査
食品スーパー	6%	➔	16%
総合スーパー	80%		81%
コンビニ	91%		93%

### 2 納品期限緩和推奨品目の拡大

～平成30年度		平成31年度～
飲料	➔	飲料
菓子（賞味期間180日以上）		菓子（賞味期間180日以上）
		カップ麺

参考：廃棄される製品の製造に必要な関連産業における労働時間

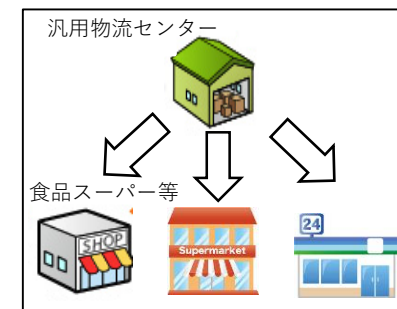
飲料・菓子（賞味期間180日以上）：197万時間

カップ麺：2.5万時間

## 今後の取組

### 地方の食品スーパー等への拡大

- ・今後、地方の食品スーパー等への拡大を推進
- ・地方の食品スーパー等は、他社と共有して汎用物流センターを活用している場合が多い。汎用物流センターでの納品期限は他社と合わせる必要があり、汎用物流センターを活用している全ての食品スーパー等の協力が必要。



## 厳しい納品期限による物流への影響について

<飲料及び賞味期間180日以上の子で、納品期限を全て2分の1で運用した場合>

- ・返品等される製品に係る不要な運送：約2.9万トン※
- ・返品等に要する運送：約2.9万トン

合計で5.8万トンの運送が不要となる（10トン車5,800台分に相当）

（※大手流通業者等の物流センターにおける納品期限切れのデータから（公財）流通経済研究所が拡大推計したもの）