

日配品の食品ロス実態調査案（小売）

2014年10月

公益財団法人 流通経済研究所

1. 調査の背景と目的

小売店舗段階の日配品の食品ロスの実態把握、および発注等に関する業務プロセスの実態把握により、日配品の食品ロス削減に向けた、商慣習改善検討の基礎資料とする

2. 調査設計

- (1) 調査対象小売業：スーパー、コンビニエンスストア
- (2) 調査方法：Eメール・Fax
- (3) 調査期間：2014年11月～2014年12月 ※2014年11月 第2回WTで中間報告

3. 調査の設問構成（案）※具体的な設問文・設問肢は、実務家の意見を取り入れて作り上げる

- (0) 企業属性：年間売上高、本社所在地、業態など
- (1) 日配品の発注について
 - ①発注リードタイム（発注してから店舗納品までのリードタイム）
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
 - ②事前発注の導入の有無
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
- (2) 日配品の食品ロスの実態
 - ①売上高
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
 - ②値引ロス率
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
 - ③廃棄率
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
- (3) 日配品の期限設定
 - ①納品期限
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
 - ②販売期限
カテゴリー別：パン、納豆、豆腐、飲用牛乳・乳飲料の白物、発酵乳、チルドデザートなど
- (4) フードバンクの活用について
 - ①活用程度
 - ②活用強化に向けた障害・懸念事項、課題など
- (5) これまでに取り組んで、成果を上げた、日配品の食品ロス削減策について
 - ①販売期限の見直し・延長
 - ②食品ロス削減の観点から、消費/賞味期限が近づいた商品の購入に関する消費者理解拡大を図る取り組み
 - ③まだ充分賞味期限がある段階で低額の値引を行い、当日入荷商品との区分を明確にすることで、前日以前に納品された商品の購買を促進する など

以上