

日配品の食品ロス実態調査結果(小売業)

2015年3月6日(金)

公益財団法人 流通経済研究所

目次

1. 調査概要

2. 調査結果

(1)日配品の年間売上高

(2)日配品の発注について

(3)日配品の食品廃棄ロス発生について

(4)日配品の食品廃棄ロスの削減策について

3. 小売業における「日配品」の廃棄ロス率、及び市場全体の 廃棄ロス発生量推計

4. 分析

5. まとめ

1. 調査概要

(1)調査内容

■ 調査の目的

- － 小売店における日配品の食品ロス発生実態や、発注や納品期限などを調査し、日配品の食品ロス削減に向けた検討材料とする。

■ 商品

- － パン、豆腐、納豆、牛乳、ヨーグルト、洋菓子、魚肉加工品

(注)

上記「洋菓子」の対象は、(乳製品以外も含む)プリン、ゼリー、ケーキなどである。

メーカー調査の「チルドデザート」の対象は、乳製品のプリン・ゼリーである。

両カテゴリーの対象は一致していない。

■ 対象者

- － スーパー、生協、ディスカウントストア(生鮮を扱う店) 1,028社

(2)調査方法

■ 調査手法

- 郵送調査(Web／メールによる回答も受付ける)
 - 日本スーパーマーケット協会会員には、協会事務局から調査票をメールで配布

■ 配布／回収数

- 配布先 1,028社
 - 日本スーパーマーケット協会会員：スーパー97社
 - 『日本スーパー名鑑'14』企業リスト：スーパー846社、生協63社、ディスカウントストア(生鮮を扱う店)22社
- 回収 119件(回収率11.6%)

■ 調査期間

- 2014年11月17日(月)～2015年1月10日(土)

(3)設問項目

(1)日配品の年間売上高(商品カテゴリー別)

(2)日配品の発注について

- ①発注リードタイム(商品カテゴリー、定番商品／チラシ特売別)
- ②納品期限(商品カテゴリー別)
- ③発注予定数量提示(商品カテゴリー別、定番商品／チラシ特売別)
- ④複数日付・ロットの混在納品許容

(3)日配品の食品廃棄ロス発生について

- ①値引ロス率(商品カテゴリー別)
- ②廃棄ロス率(商品カテゴリー別)

(4)日配品の食品廃棄ロスの削減策について

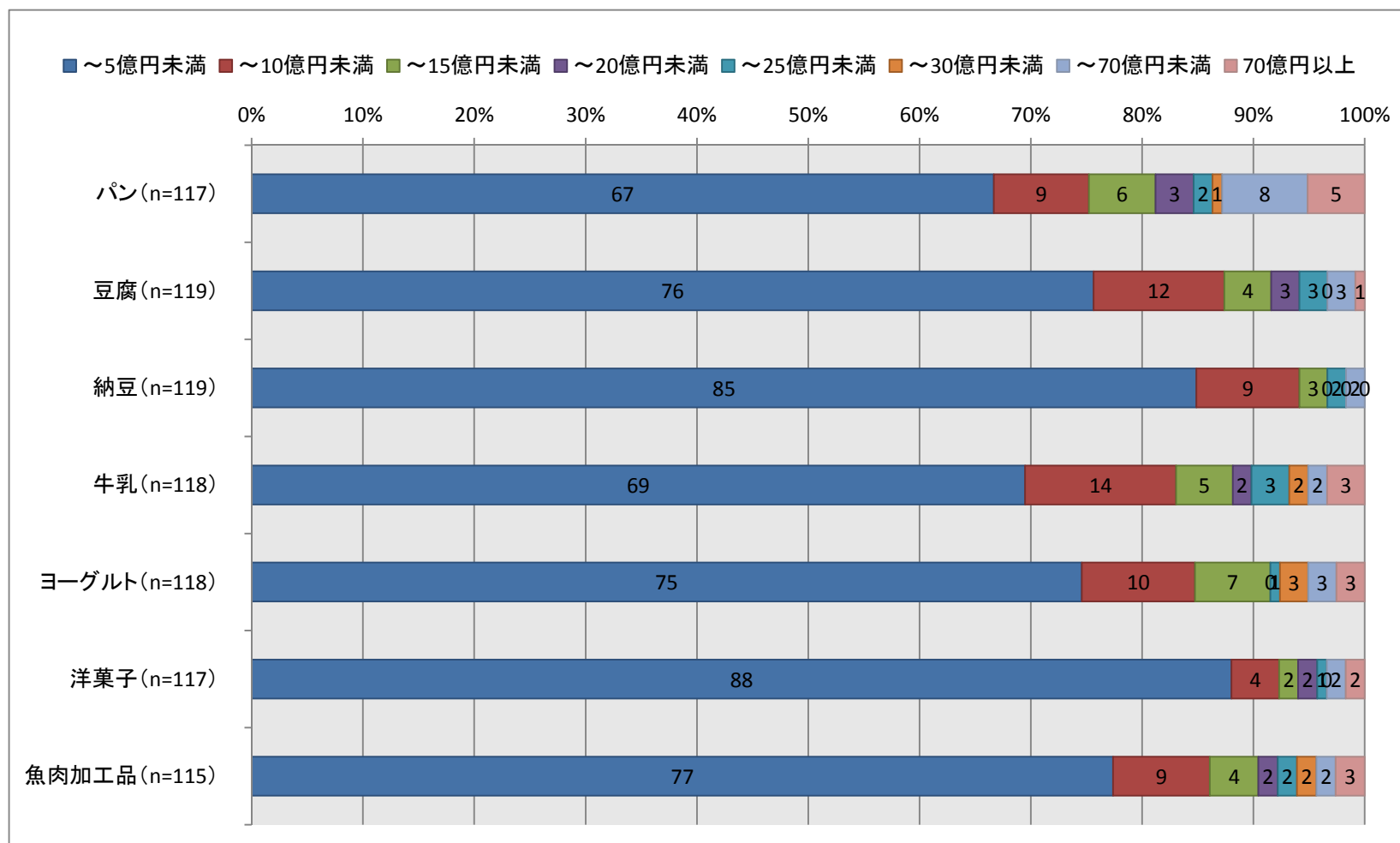
- ①店舗における食品廃棄ロス削減策の有効性の評価
- ②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例

2. 調査結果

(1) 日配品の年間売上高

日配品の年間売上高(商品カテゴリー別)

- 全商品カテゴリーにおいて、年間売上高5億円以下の企業が、多数を占める
- パン及び牛乳において、売上高が高い企業が、他の商品に比べて多い



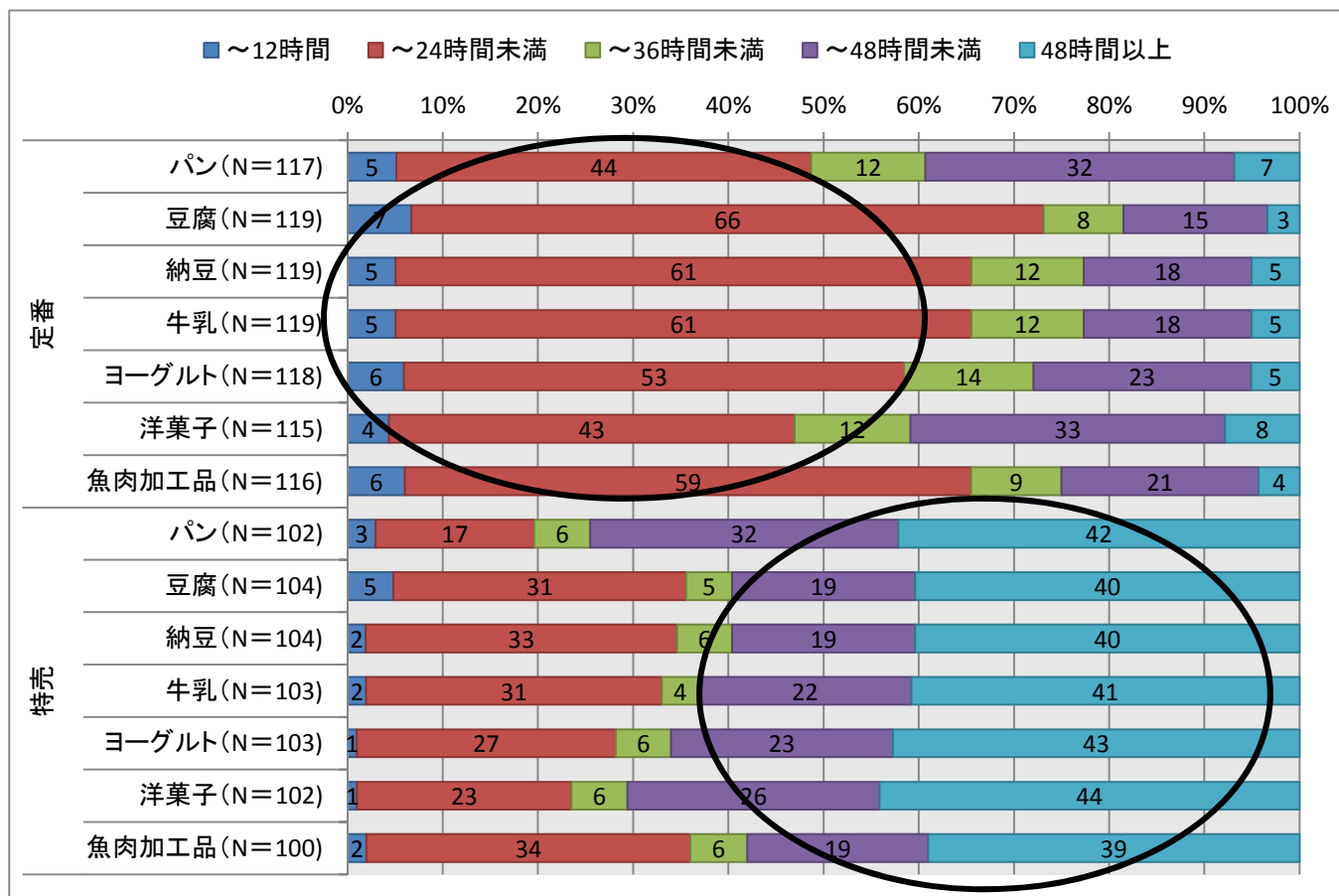
(注)ここでは無回答は集計から除外している

2. 調査結果

(2) 日配品の発注について

①発注リードタイム(商品カテゴリー、定番商品／チラシ特売別)

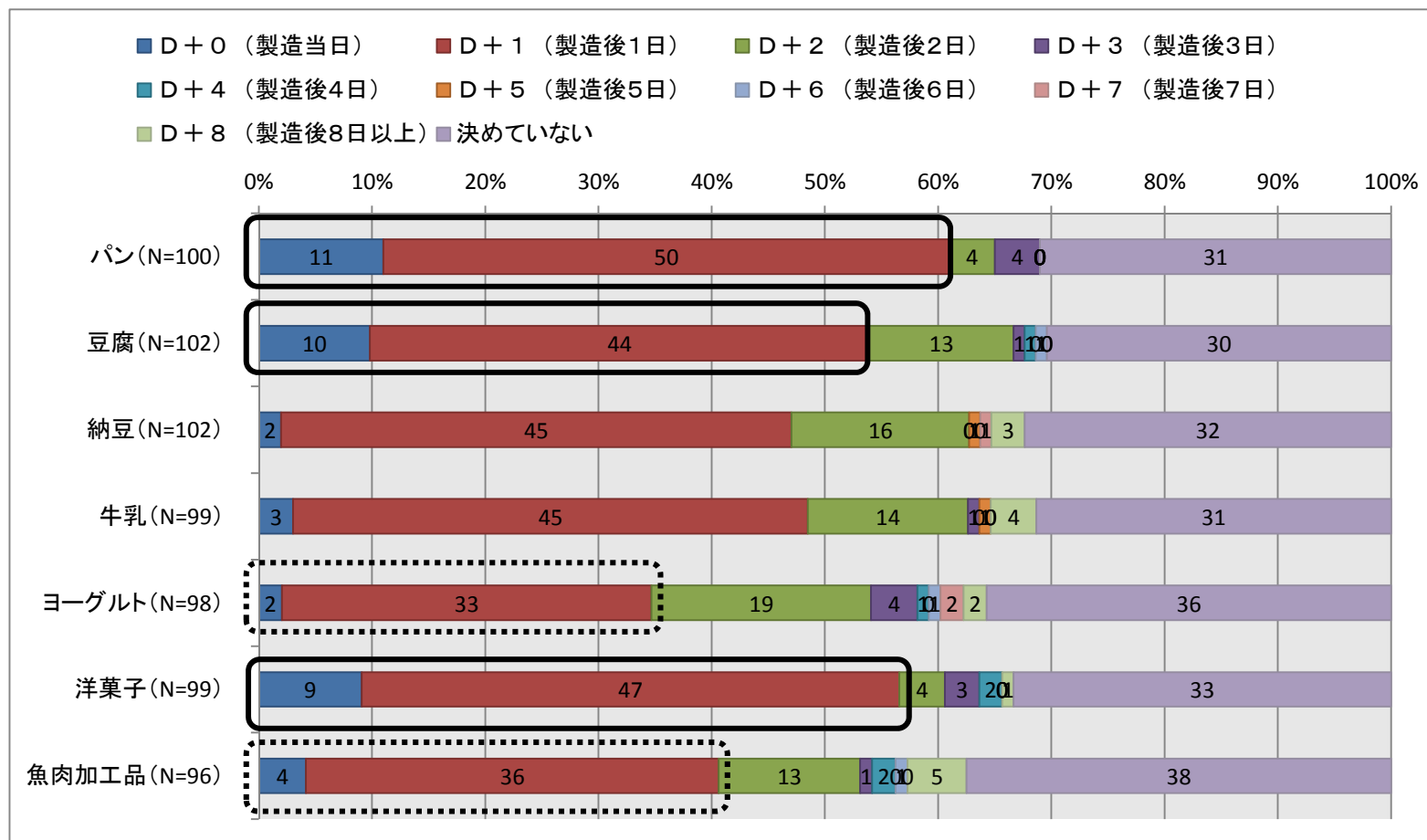
- 定番商品は、「0-24時間未満」が多い。ただ「36時間以上」も一定程度(18~41%)ある
- チラシ特売は、「48時間以上」が多い。ただ「0-24時間未満」も一定程度(20~36%)ある
- 定番では、パン及び洋菓子のリードタイムが長く、豆腐、納豆、及び牛乳のリードタイムが短い



(注)ここでは無回答は集計から除外している

②納品期限(商品カテゴリー別)

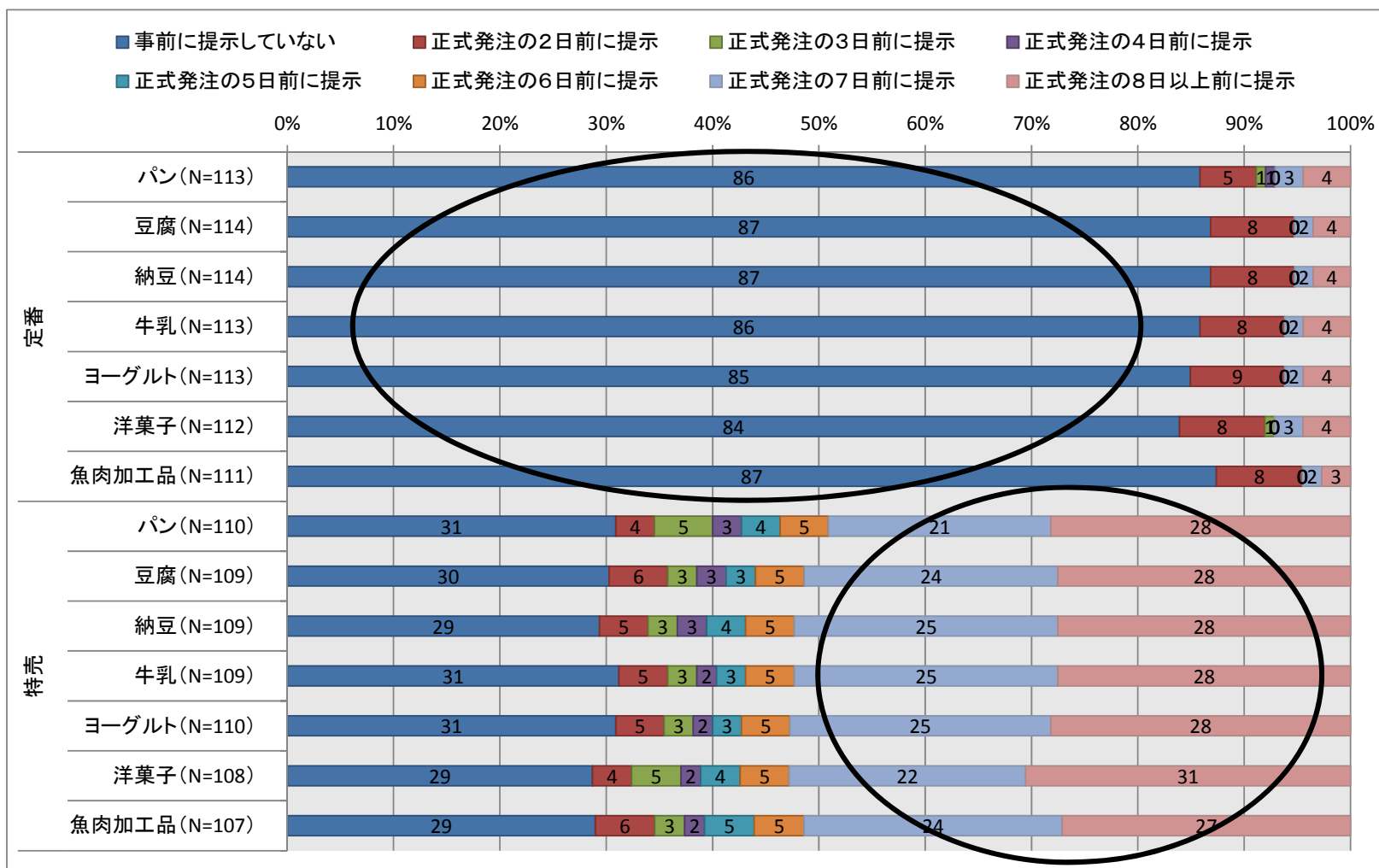
- 納品期限は「D+1」が多いが、「決めていない」も一定程度存在
- 納品期限が短いのは、パン、洋菓子及び豆腐であり、ヨーグルト及び魚肉加工品は比較的長い



(注)ここでは、「その他」及び無回答は集計から除外している

③発注予定数量提示(商品カテゴリー、定番／チラシ特売別)

- 定番商品では、商品カテゴリーを問わず、発注予定数量提示はほとんど行われていない。
- チラシ特売では、商品カテゴリーを問わず、発注予定数量提示が約70%行われており、約50%が発注7日以上前に、約30%が発注8日以上前に予定数量を提示している

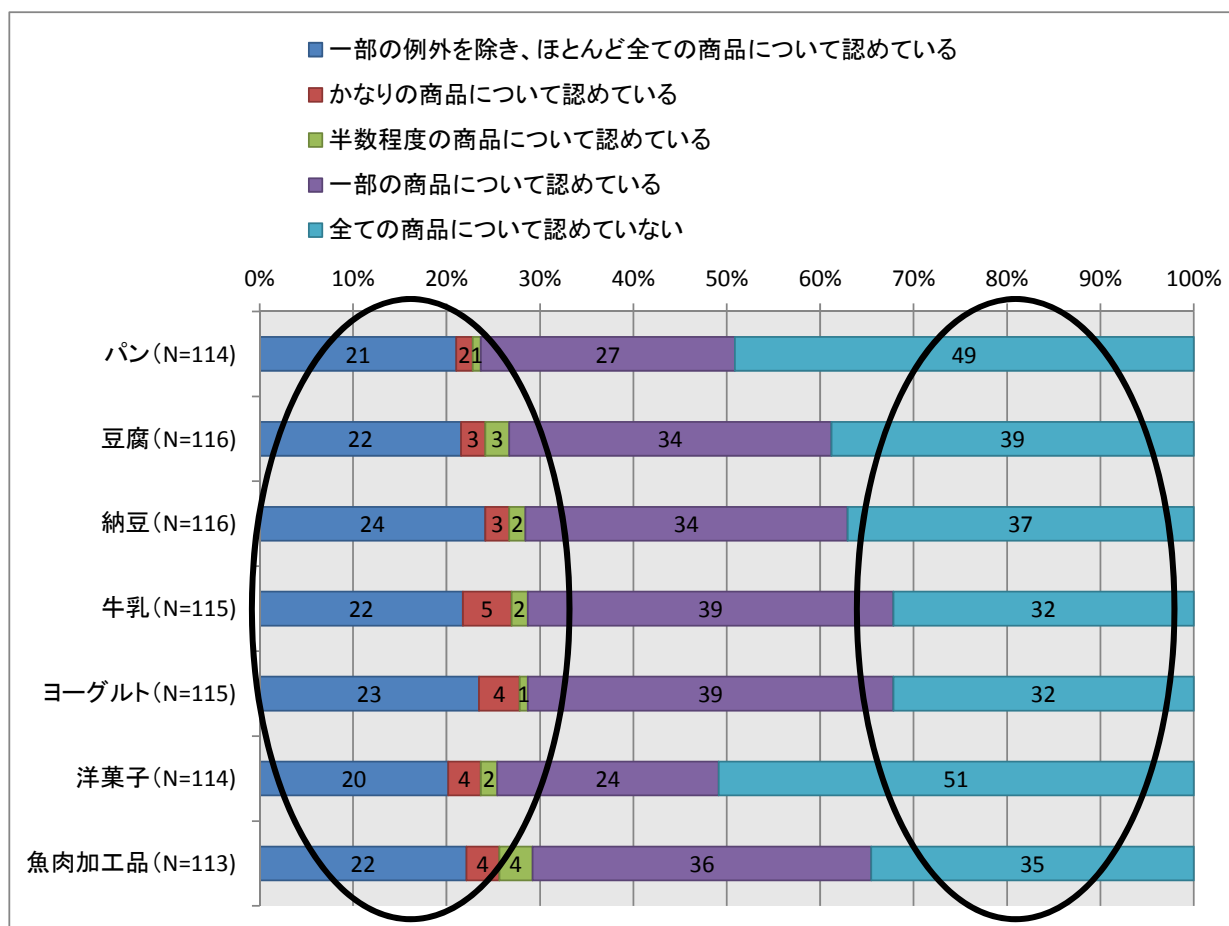


(注)ここでは、「その他」及び無回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

④複数日付・ロットの混在納品許容

- 一部の商品の場合も含めて、49～68%が複数日付・ロット混在を許容している
- 約20%は、一部の例外を除き、ほとんど全ての商品について複数日付・ロット混在を認めている。
- いっぽう「全ての商品について認めていない」が32～51%存在する。
- パン及び洋菓子の条件が厳しい。



(注)ここでは、「その他」及び無回答は集計から除外している

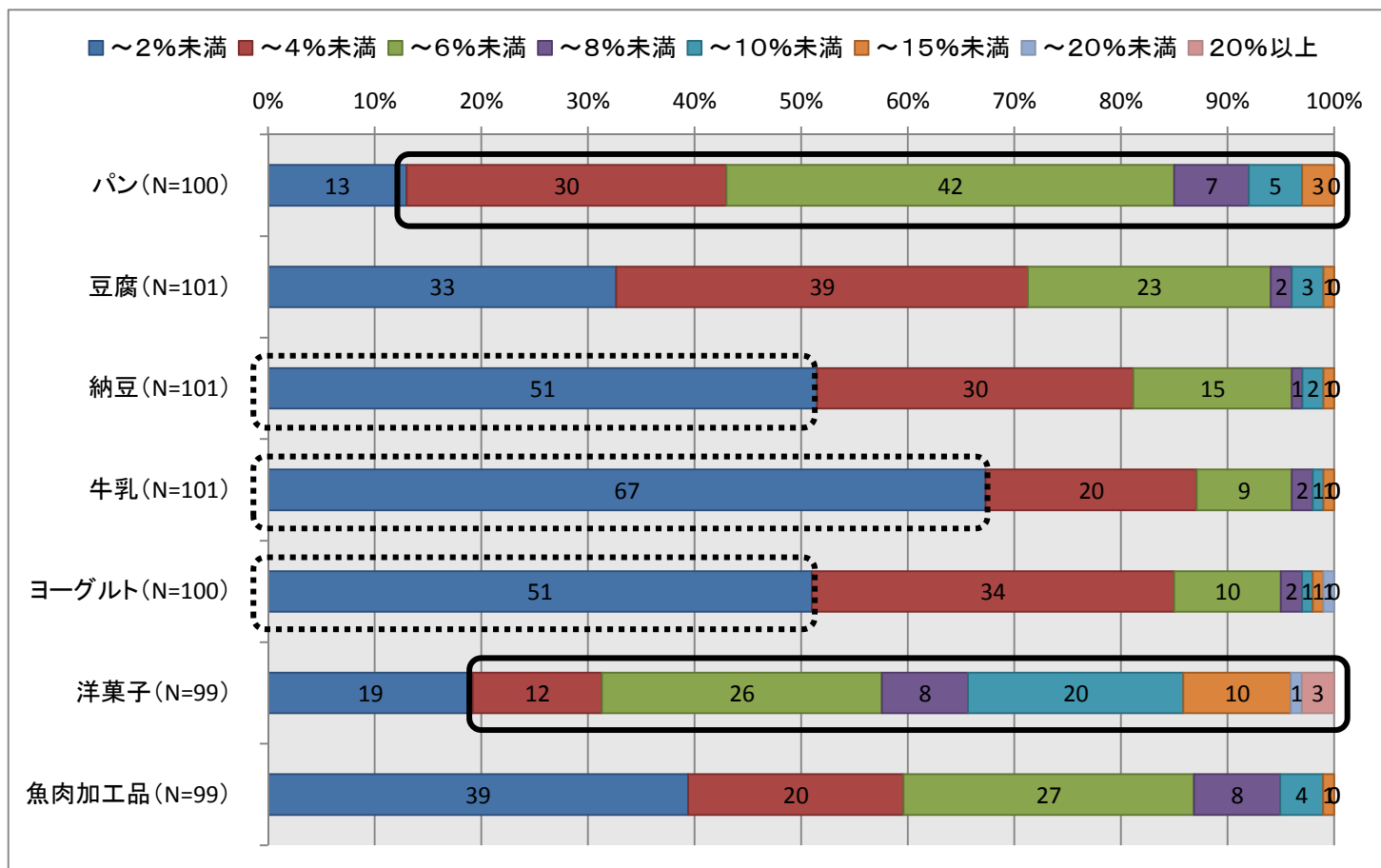
©公益財団法人 流通経済研究所

2. 調査結果

(3) 日配品の食品廃棄ロス発生について

①値引ロス率(商品カテゴリー別)

- 値引ロス率の中央値は、「0-2%未満」~「4-6%未満」であり、商品カテゴリーによって差がある。
- 値引ロス率が高いのはパン及び洋菓子である。値引ロス率が低いのは、牛乳、納豆、ヨーグルトである。

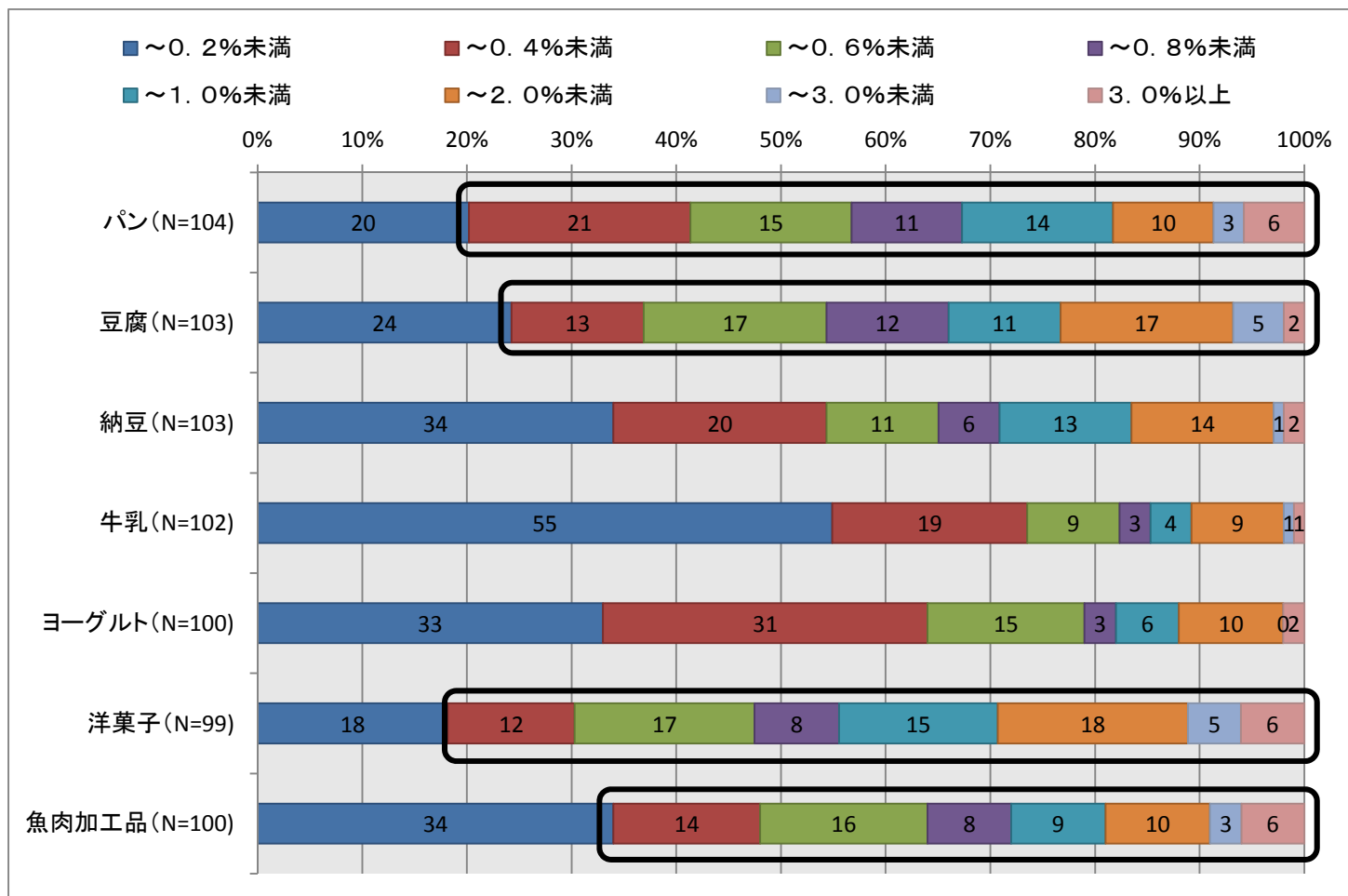


(注)ここでは、「その他」及び無回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

②廃棄ロス率(商品カテゴリー別)

- 廃棄ロス率の中央値は「0-0.2%未満」～「0.6-0.8%未満」であり、カテゴリーによって差がある
- 洋菓子、豆腐、パン、魚肉加工品の廃棄ロス率が高い
- 牛乳、納豆、ヨーグルトの廃棄ロス率が低い



(注)ここでは、「その他」及び無回答は集計から除外している

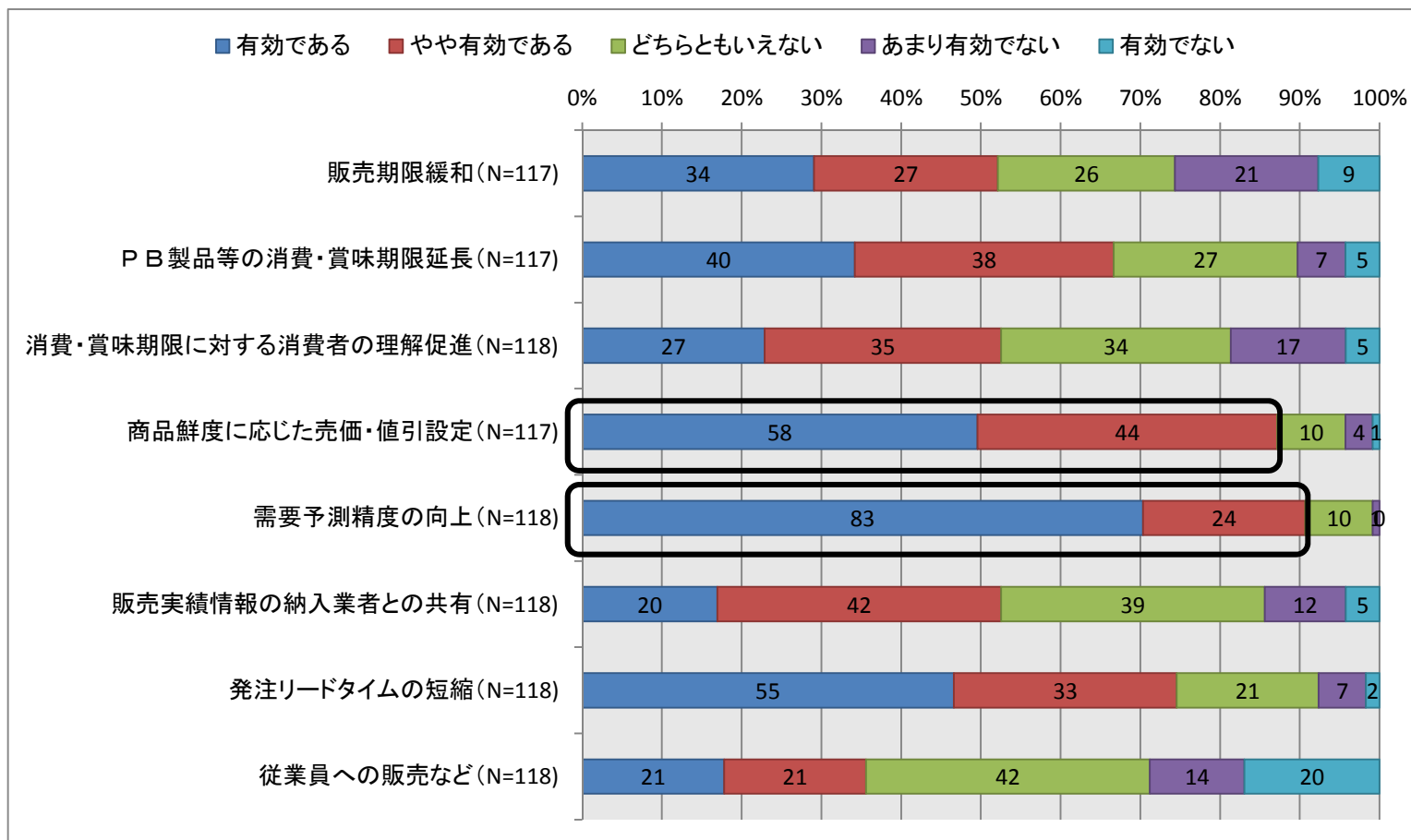
©公益財団法人 流通経済研究所

2. 調査結果

(4) 日配品の食品廃棄ロスの削減策について

①店舗における食品廃棄ロス削減策の有効性の評価

- 「商品鮮度に応じた売価・値引設定」と「需要予測精度の向上」を有効と評価
- 「販売期限緩和」と「従業員への販売」に対する評価が低い



(注)ここでは、無回答は集計から除外している

①店舗における食品廃棄ロス削減策 有効と思われるその他の方策(自由回答)

- 前頁の項目以外に有効と思われる方策としては、「発注・納品単位を少なくすること」が、数社より挙げられた。

- 納品単位を減らす。
- 発注ロットの削減。
- 発注単位の変更。
- 発注単位を少くする。
- 福祉施設などへ安価で提供。またそういった施設などへ届ける受け皿となるような仲介業者などがあれば廃棄は、相当減ると思う。
- 値引品を従業員に販売する仕組みを作ると、どこかで不正につながっていくのでやってはいけない。不正する環境を作らず、食品ロスを削減するには、発注精度向上と過剰在庫の早期値引が有効。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

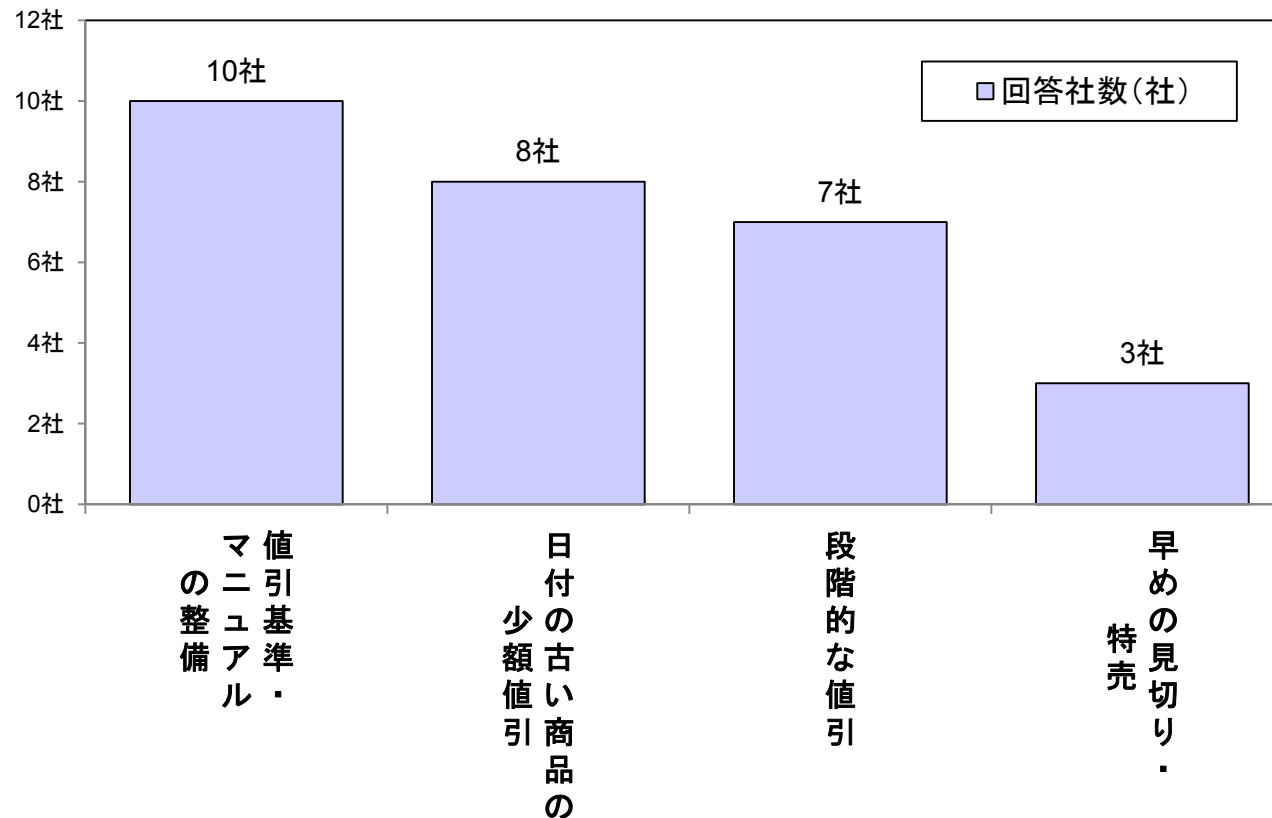
自由回答の設問切り口	回答の要約
1)「販売期限」の緩和	これまでに実施した成功事例として、「販売期限」の緩和については、「賞味期限当日までの販売とすること」「値引き基準の精緻化」などが挙げられた。
2)自社プライベート・ブランド製品および専用商品などの「消費期限・賞味期限」の延長	「賞味期限の長い商品の採用・導入」が、成功事例として多く挙げられた。
3)消費／賞味期限が近づいた商品購入に向けた理解の促進	「早めの値引き販売」、および「値引き商品の集合展開による視認性アップ」が、成功事例として挙げられた。
4)商品の鮮度に合わせた、きめ細かな売価・値引の設定	「値引基準・マニュアルの整備」「日付の古い商品の少額値引」「段階的な値引き」などの実施が、成功事例として多く挙げられた。
5)需要予測精度の向上	「POSデータの活用」「システム導入」「人材育成」などの実施が、成功事例として多く挙げられた。
6)小売店の「販売実績」情報の納入業者との共有	「POSデータの提供・開示」「品揃えのチェック・調整」などが、成功事例として挙げられた。
7)「発注リードタイム」の短縮	「前日発注への短縮」などが、成功事例として挙げられた。
8)従業員への販売など	「格安での販売」を成功事例として挙げる企業もある一方で、「管理がずさんになる」「不正防止の観点から好ましくない」といった問題点を指摘する意見も見受けられる。
9)その他	その他の成功事例として、「発注単位を小さくすること」などが挙げられた。

色付枠は、自由回答者が多かったので、回答分布をグラフにした → 次頁

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

回答の多かった設問:4)商品の鮮度に合わせた、きめ細かな売価・値引の設定

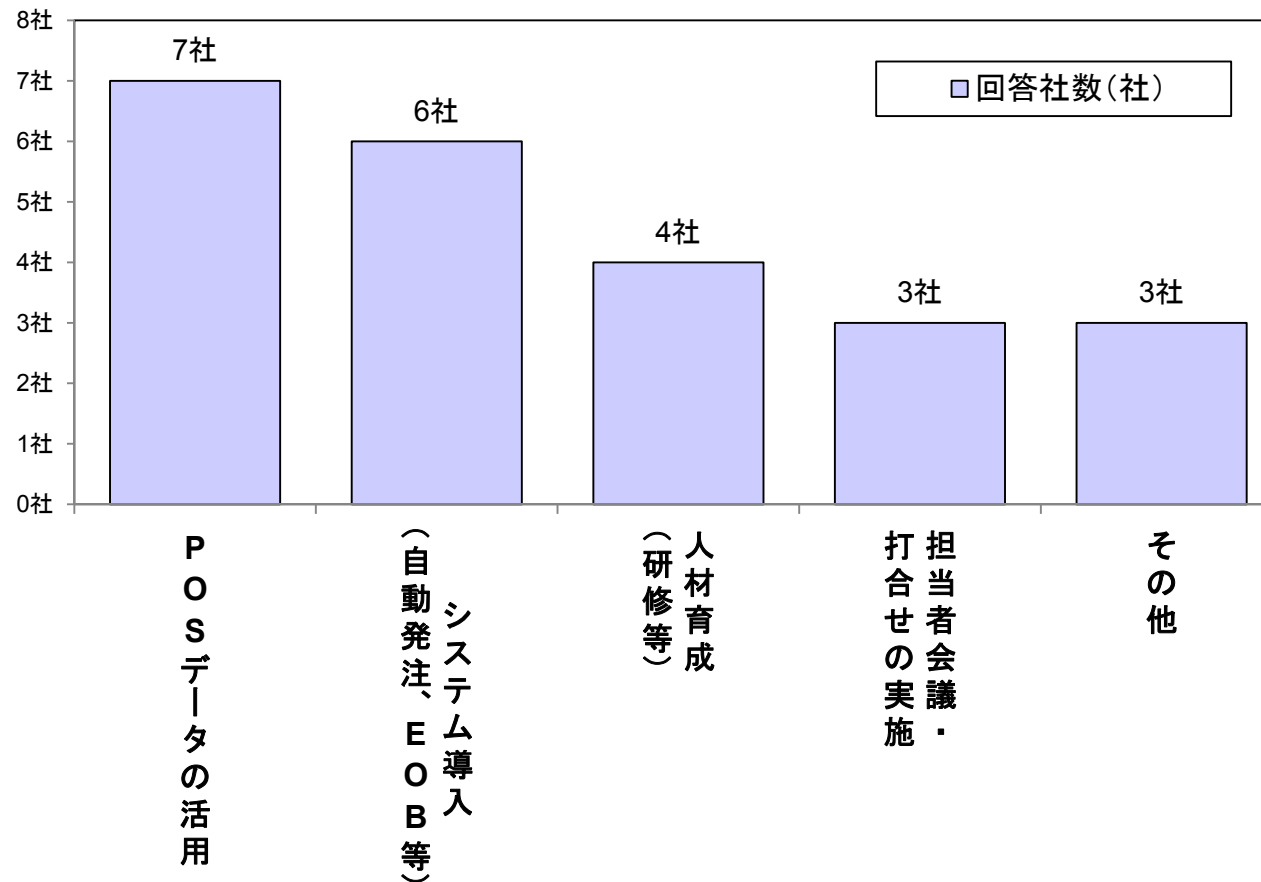
- 「値引基準・マニュアルの整備」「日付の古い商品の少額値引」「段階的な値引き」などの実施が、成功事例として多く挙げられた。



②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

回答の多かった設問：5)需要予測精度の向上

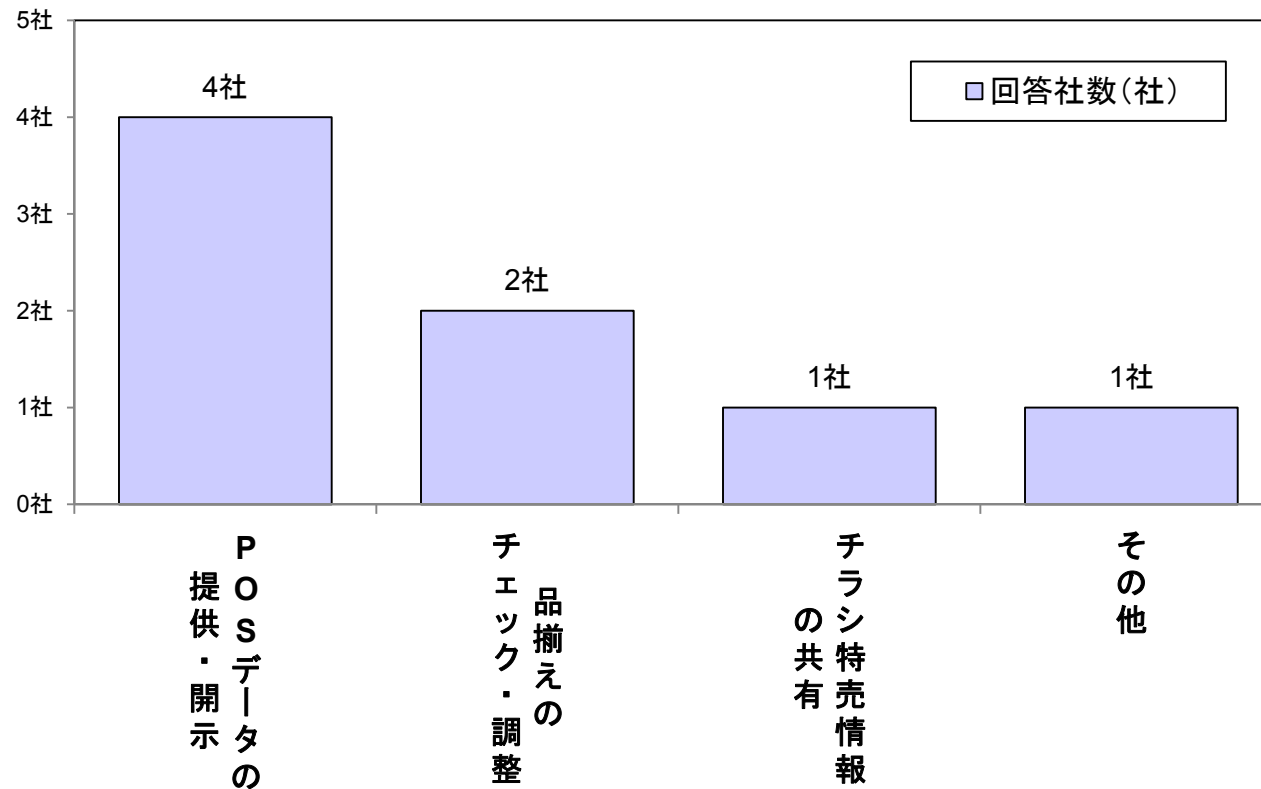
- 「POSデータの活用」「システム導入」「人材育成」などの実施が、成功事例として多く挙げられた。



②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

回答の多かった設問：6)小売店の「販売実績」情報の納入業者との共有

- 「POSデータの提供・開示」「品揃えのチェック・調整」などが、成功事例として挙げられた。



②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

1)「販売期限」の緩和

- これまでに実施した成功事例として、「販売期限」の緩和については、「賞味期限当日までの販売とすること」「値引き基準の精緻化」などが挙げられた。

取り組み内容	成果
期限前日撤去を、当日撤去に変更した。	値引・廃棄ロス合わせて、約5%削減につながった。
販売期限を賞味期限当日とする。	値引きロス率1.5ポイント低減。
和菓子の販売期限の延長。	廃棄、値引ロス10～15%削減とチャンスロス改善。
賞味期限の短い商品をギリギリまで定価販売で減らす。	値引作業の効率化。
小額値引き2段階にして廃棄ロスを削減	
早めの見切りで鮮度を売る。	パン3%以下、卵1%以下
夏、冬での値引き基準を別で設けている。	冬のロス率は夏より△1%。
販売実績を加味し発注精度を上げる。	
賞味期限の当日まで、販売しているので廃棄は少ないです。	

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

2) 自社プライベート・ブランド製品および専用商品などの「消費期限・賞味期限」の延長

- 「賞味期限の長い商品の採用・導入」が、成功事例として多く挙げられた。

取り組み内容	成果
賞味期限の長い商品を定番導入。(洋生)	見切(ロス)が減った。
油揚(5枚)の一部メーカー切替による賞味期限の延長によりロスの削減をする事ができた。	油揚(5枚)の単品ロス率を約20%削減。
NBに合せた賞味期限延長。	ハイキ、値引ロス改善。
豆腐のメイン商品を消費期限の長い商品に変更。	単品でロス率が50%削減。
日持ち日数を考慮した商品の採用。	
自社取り扱いPBの期限延長。	
自社工場製造商品の品質検査を繰り返しチェックして消費期限の延長。	約15~20%の廃棄ロス削減

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

3)消費／賞味期限が近づいた商品購入に向けた理解の促進

- 「早めの値引き販売」、および「値引き商品の集合展開による視認性アップ」が、成功事例として挙げられた。

取り組み内容	成果
消費・賞味期限の近づいた商品を、早めに小額値引(5円・10円)を行った	練り製品などを、入荷日の次の日から小額値引を行い、廃棄ロスを軽減した
一部商品を早く値引きする事で 廃棄ロスは削減することに成功	廃棄ロス 0.2%削減
最終売り切り時での、集合展開による視認性up。	廃棄率のダウン。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

4)商品の鮮度に合わせた、きめ細かな売価・値引の設定

- 「値引基準・マニュアルの整備」「日付の古い商品の少額値引」「段階的な値引き」などの実施が、成功事例として多く挙げられた。

取り組み内容	成果
同一商品で日付がダブった物(牛乳など)10円値引などで対応。	
早めの見切り。	少額の見切金額で済む。
動きのにぶい商品の早めの特売。	
朝・夕・夜・深夜の4段階での値引きを行っています。商品カテゴリーにより値引き方法を変えています。	ほぼ全品売り切ります。
センター一括加工の惣菜部門でのサラダ類はD+1の販売期限であるが、翌日は朝から10%~15%OFFでの販売。	廃キロスほぼゼロに削減及び、売上、1.2倍となる。
段階的な値引き販売を実施。	
1日でも賞味期限が違う商品は5%引きで販売。	日配品全体の値引ロス2%改善。
カテゴリーや、商品の内容にあわせた値引きの仕方をマニュアル化し、廃棄はもちろん半額での値引きロスの削減が出来た。	
賞味期限、消費期限前の小額値引による販売促進を行うことにより、買っていただける商品もある。	廃棄ロスにつながる
値引き額を5円引きからはじめ期限が1日ずれたものから値引きする。	従業員の期限に対する意識が向上。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

(前頁より続く)

4)商品の鮮度に合わせた、きめ細かな売価・値引の設定(前頁の続き)

取り組み内容	成果
各商品日付けが2つになった時は古い商品を少額値引き。5円とか10円引きで販売。ハイキロスがなくなった。	
在庫と、それまでの1日当たりの売れ方で、売り切りにあと何日かかるか予測を立て、期限までに売り切れるように価格を小まめに変えている。	だいたい売り切っている。
新しい商品と値下げ予定商品を朝から並売。朝からなので低値引で済むが最終では売り切りへ。	
早目の値引き(5%)で日付けの違いによる価値を合わせる事により、販売につなげる。	
少額値引きによってできるだけ廃棄を少なくしていこうとする取り組みをおこなう。	明らかな改善効果は見受けられない
マニュアル設定	
マニュアルの作成。他社も見せて設定。	全体でロス減
少額値引き2段階にして廃棄ロスを削減	
豆腐・牛乳などはバッチ管理で進めています	

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

(前頁より続く)

4)商品の鮮度に合わせた、きめ細かな売価・値引の設定(前頁の続き)

取り組み内容	成果
在庫量に応じて値引きをするかどうかの「検討日」が設定されており、その時点から値引きを開始。2~3段階の値引きを消化状況に応じて行っている。	定量での成果は計測不能です。
独自の管理基準において値引きを行っている。	
売場日付を基本2日として管理。そのための、早めの、値引きを実施。	廃棄率のダウン。ただ値引率up。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

5)需要予測精度の向上

- 「POSデータの活用」「システム導入」「人材育成」などの実施が、成功事例として多く挙げられた。

取り組み内容	成果
EOB・POSデータの活用及び、月／回のチーフミーティングを実施することにより、廃棄・値引ロスを削減することができた。	近前...ロス計11.7%、現在...ロス計2.0%
発注機に一週間分の日毎の販売数と一ヶ月分の週の販売数が出るようになっている。	発注時に予測しやすくなった。
昨年7月より自動発注を導入。まだまだ自動発注が生かされていない状況です。	ロス率の削減につなげられていない。前年比(4～6月)で0.5%悪化。
システム導入により推進中(H26.3月より)	検証中
教育訓練担当による新人教育と発注の考え方、OJT、OFFJTの実施。	発注ミスをなくした。
前年までの分析等はある程度有用だと思う。発注から納品されるまでの時間が短い方が精度が上がる。	弊社は基本、パン以外(2日前)前日に発注する。
発注台帳の統一化や精度向上の研修などを行ない、発注担当者の育成を行なった。	研修を行った後の、粗利益率が改善した。
新人担当育成の為には必要である。	
社内担当者会議でのロスの把握、検証。	上下はありますが、改善傾向にあります。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

(前頁より続く)

5)需要予測精度の向上(前頁の続き)

取り組み内容	成果
携帯発注端末上で過去2週間の単品別、日別ロス率を表示できるようにした。	平均0.2ポイントのロス率削減効果があった。
在庫管理設定	棚卸ロス減。1%以上
POSデータの活用EOB(エレクトロニクス・オーダーブック ング・システム)発注に切り替える予定	
POSの実績は前年数値を全店で見れます	
新人担当者向けに発注教育(数量計画の立て方、値引き・廃棄による発注数量増減修正のポイント)を不定期に実施している。	定量での成果は計測不能です。
発注担当者にある程度の権限で商品の選定を任せ、商品自体に思いをもってもらうことにより、最後まで責任を持って販売する力となると思います。	
PDAでの発注切り替え 1週間の販売数量と天気など発注者支援を行い 需要予測精度を高める	年々 廃棄ロス削減となる
・品揮基準書の作成とブラッシュアップ ・販売計画(ミーティング含めた) ・品質管理マネジメントの実施	店舗間格差はあるが一定、軌道に乗りつつある。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

6)小売店の「販売実績」情報の納入業者との共有

- 「POSデータの提供・開示」「品揃えのチェック・調整」などが、成功事例として挙げられた。

取り組み内容	成果
納入業者にPOSデータを開示して、チェンスロスを減す取り組みをしています。	
データによる品揃え、変更、アイテムカット。	牛乳などのロス改善につなげた。
チラシ特売等の時に必要と思う。	実績を業者と共有することで動向を見極めることができる。
新入業者と月1回は商談を実施している。	
POSデータの提供→メーカーによる発注数の提案→店での決定(修正)→納品(現在は実施しておりません)	小売: 値引、廃棄ロスの削減(約2%)。メーカー: 需要予測によるロスの削減(不明)。
製造メーカー(納入業者)からの依頼に応じて販売実績を提供している。(メーカーが製造予測の参考に使っている可能性あり)	定量での成果は計測不能です。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

(前頁より続く)

6)小売店の「販売実績」情報の納入業者との共有

取り組み内容	成果
定期的に納品業者には販売実績を確認していただき、より回転率の良い商品と入れ替える事は、定期的に行っている。	
各店の品揃えチェック 商品選定を 店舗での品揃えを統一し カット商品が店に残らないようにし帳合先の在庫削減 販売価格を下げる事でロス高の大幅の削減	2年間で 値引きロス 廃棄ロス 1%改善
市場POSデータは、くくり(カテゴリー)の動向を見るのには活用するが、発注との連動には、あまり活用しない。	自店の弱点を市場データ比較から、判断する材料とする。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

7)「発注リードタイム」の短縮

- 「前日発注への短縮」などが、成功事例として挙げられた。

取り組み内容	成果
賞味が短い商品は特に必要だが、逆に細かいとチャンスロスにも繋がる	
実施できれば、発注精度向上につながるが、相手都合もあり、なかなかむずかしい。	
リードタイムが短い分を中心に定番導入を行う。(洋生)	発注精度が上がった。
発注ロットの縮小。	
現在進行中。物流で1日寝てしまっていたので、間違いなくロスはへる。	
特に変更(改革)はしていない。日々の業務で変更している。(いた。)	
今後全ての部門で短縮の予定。	
パン以外毎日発注のため需要予測は割とたちやすい方だと思う。	
現状リードタイム2日前発注。変更予定なし。	

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

(前頁より続く)

7)「発注リードタイム」の短縮(前頁の続き)

取り組み内容	成果
2日前発注を前日発注に変更した時が、一番廃棄ロス削減に繋がる。	約15～20%の廃棄ロス削減
洋日配だけだがリードタイムを1にしたら廃棄が減った。	
現在は2日前発注だが、値引き・廃棄・チャンスロスを考えると前日が好ましい。	
システム変更でリードタイムを2日から1日にした	
水物主力メーカー商品を中心に、実施し、利益確保をより深める。	売場ボリューム維持と、ロス率低下。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

8)従業員への販売など

- 「格安での販売」を成功事例として挙げる企業もある一方で、「管理がずさんになる」「不正防止の観点から好ましくない」といった問題点を指摘する意見も見受けられる。

取り組み内容	成果
バックヤードでの販売としたが、管理がずさんになり中止した。	
実施していない。不正防止の為。	
すてないで、期限がきれる前に従業員に安く販売。	
廃棄になった商品を従業員に安く販売。	数字の改善にはならないがゴミは削減。
試食実施によるロス改善。	
従業員へ販売促進をしています。(格安で！)	すべて完売します。
「おつとめ品」としてPB、NBに関わらず安く販売しています。対消費者にも。	いつも売り切っている。冷凍などは気にしない方が多いので喜ばれている。
他の従業員の手前、担当部門のロスを減らす意識が高まる。	5%～30%削減。
GPRの高い(廃棄ロス)の少ない、店長を他店へまねき、取り組みを交流。廃棄ゼロを目指す。	12月から取り組みをスタート。廃棄ロス△2%を目指す。

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

(前頁より続く)

8)従業員への販売など(前頁の続き)

取り組み内容	成果
外装ラベルのはがれ、卵の割れ等、従業員用に販売している。	賞味期限には問題なし。正規品より安価に購入できるため好評だ。
商品知識の向上(日々勉強が必要)。ミーティングの実施。	
一部店舗で見切り品店内喚起をし、協力して購売いただいている。	廃棄ロス0
社内ルールを作り販売期限を超えた商品を従業員に販売を始めた	数値での効果はまだ出ていない
公平に半額任意で処理	廃棄<値引へ
一部、行っている店舗もあるが、不正防止の観点からあまり好ましくないとされる。	
実施していない。不正を助長するだけ。ロスに対する、罪悪感うすれる。	

②店舗における食品廃棄ロス削減策の成功事例（自由回答）

9)その他

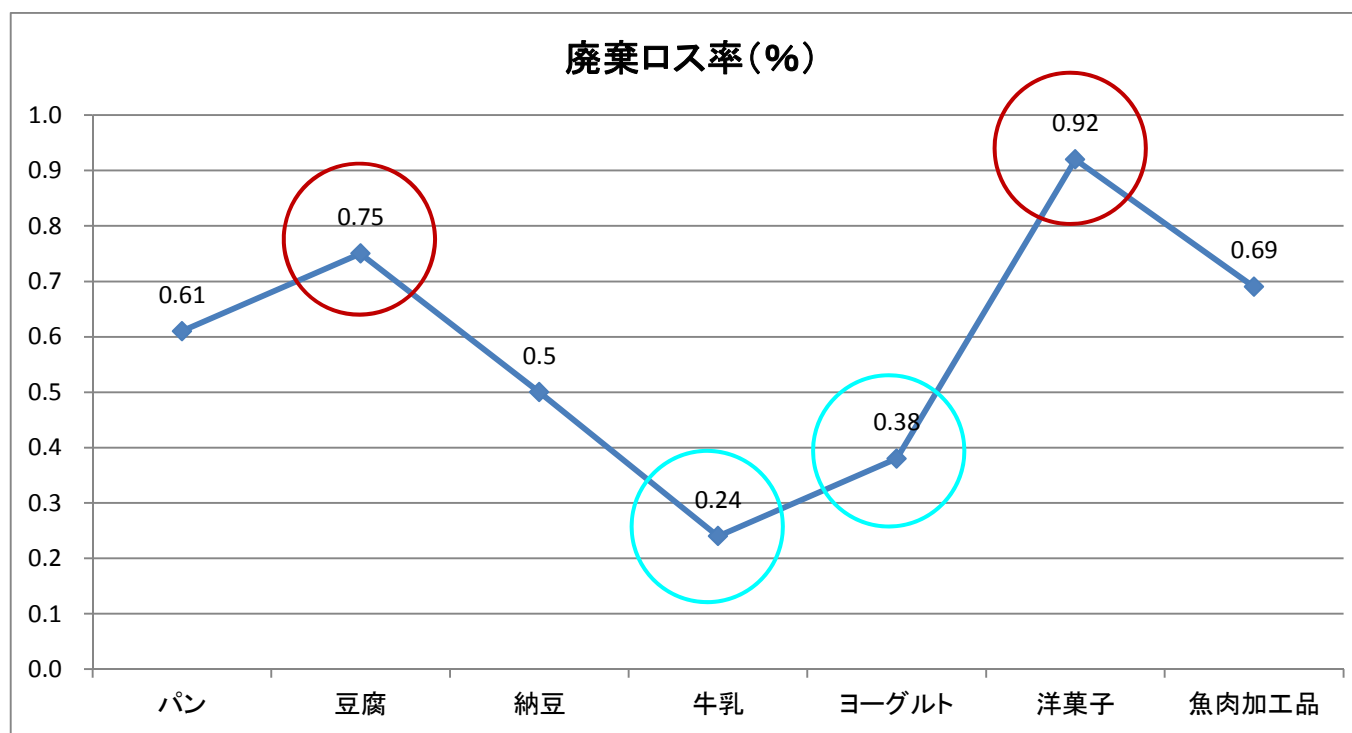
- その他の成功事例として、「発注単位を小さくすること」などが挙げられた。

テーマ	取り組み内容	成果
発注単位の変更	麺類の発注単位を小さくすることにより夏季のロス削減。	夏季の廃棄値引は前年の50%。
発注単位の変更	ロスの高い洋菓子カテゴリーは発注単位をボール→1にすることによってロス改善を図った。	ロス率は12～13%→10%切るくらいまで下がったものの売上は減少した。
適正売価の見直し	マスター(メーカー売価)から、適正売価への変更により値下・廃棄が改善	値下・廃棄 前年比70～80%

3. 小売業における「日配品」の 廃棄ロス率、及び市場全体の 廃棄ロス発生量推計

(1)カテゴリー別「廃棄ロス率」

- 発生率が高い(0.7%以上)カテゴリーは、豆腐及び洋菓子である。
- 発生率が低い(0.4%未満)カテゴリーは、牛乳及びヨーグルトである。



※各ベースは、無回答、および「計測できない」を除いた有効回答数

(2)小売段階での日配品の食品ロス発生量 拡大推計

- 各商品の市場規模に、商品カテゴリー別の廃棄ロス率を乗じて拡大推計した結果、業界全体での小売段階における日配品の食品ロス発生量は、約76億円／18,600トンである

(※)対象商品:パン、豆腐、納豆、牛乳、ヨーグルト、洋菓子、魚肉加工品 対象流通:主にスーパーと生協

●金額規模		市場規模 <金額> (百万円)		店頭における 廃棄ロス率 (%)		店頭における 廃棄ロス発生量 (百万円)
1	パン	394,108	×	0.61	→	2,404
2	豆腐	92,212	×	0.75	→	692
3	納豆	81,600	×	0.50	→	408
4	牛乳	348,509	×	0.24	→	836
5	ヨーグルト	203,135	×	0.38	→	772
6	洋菓子	129,413	×	0.92	→	1,191
7	魚肉加工品	193,305	×	0.69	→	1,334
合計		1,442,282				7,636

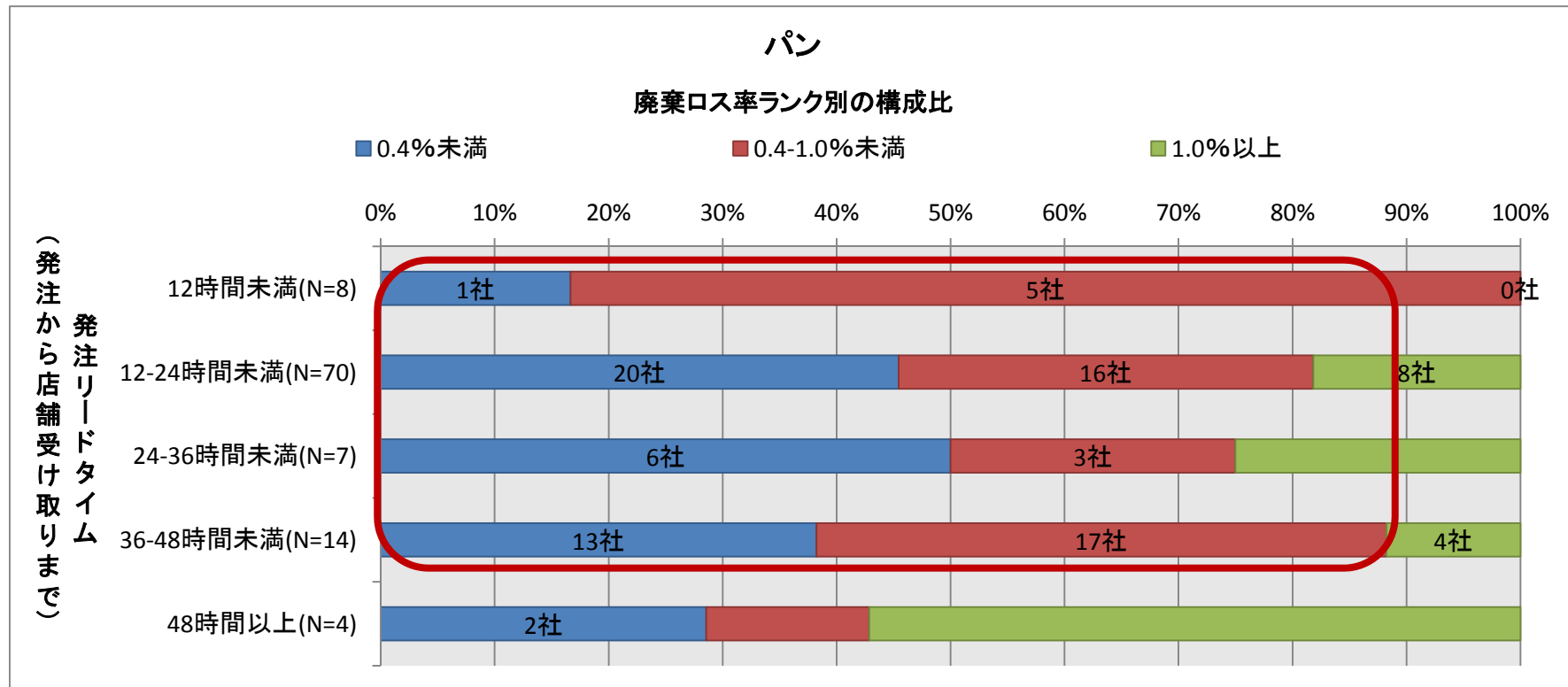
●数量		市場規模 <金額> (トン)		店頭における 廃棄ロス率 (%)		店頭における 廃棄ロス発生量 (トン)
1	パン	568,599	×	0.61	→	3,468
2	豆腐	553,051	×	0.75	→	4,148
3	納豆	121,440	×	0.50	→	607
4	牛乳	1,967,933	×	0.24	→	4,723
5	ヨーグルト	430,743	×	0.38	→	1,637
6	洋菓子	207,109	×	0.92	→	1,905
7	魚肉加工品	304,701	×	0.69	→	2,102
合計		4,153,575				18,591

出所: 市場規模は富士経済「2013年 食品マーケティング便覧」を元に、流通経済研究所が試算した

4. 分析

分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——パン

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「0-48時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム48時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。

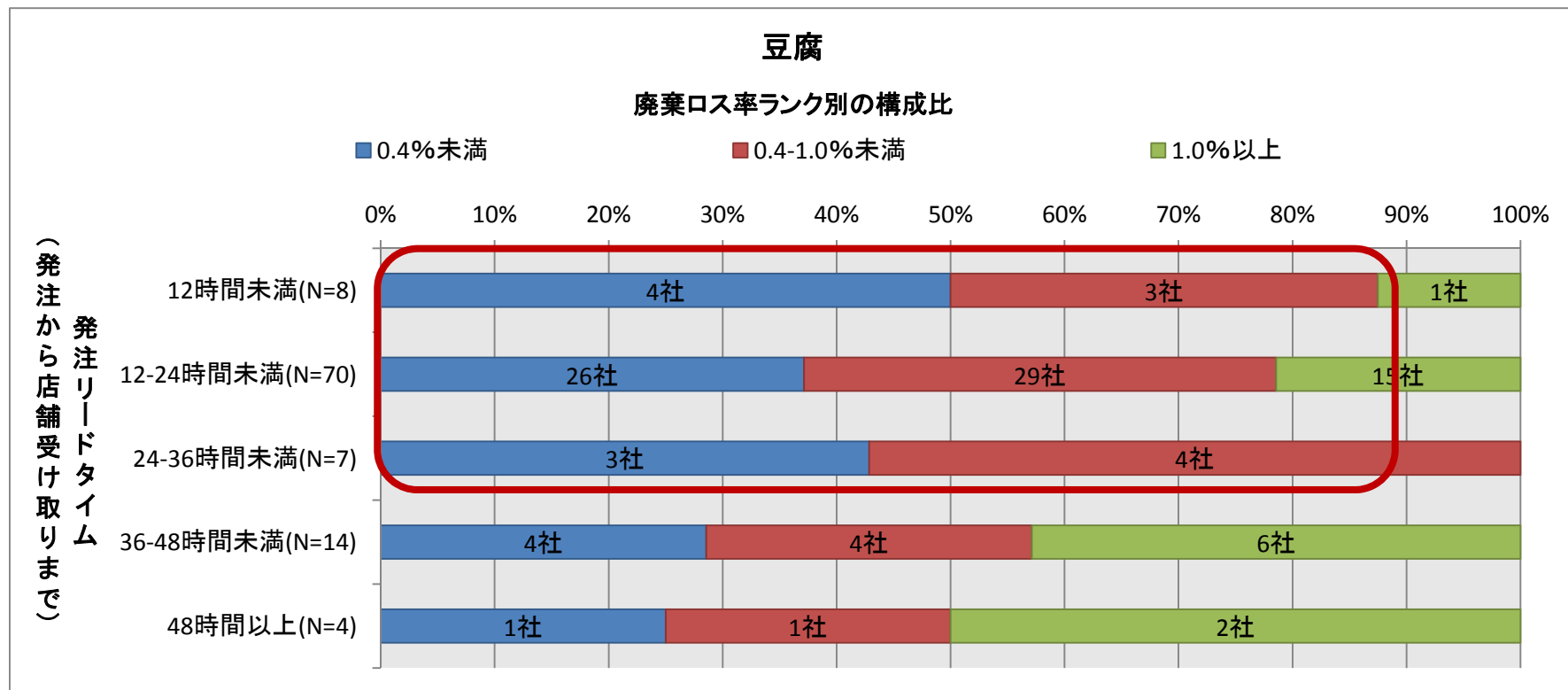


(注)ここでは無回答や有効でない回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——豆腐

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「～36時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム36時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。

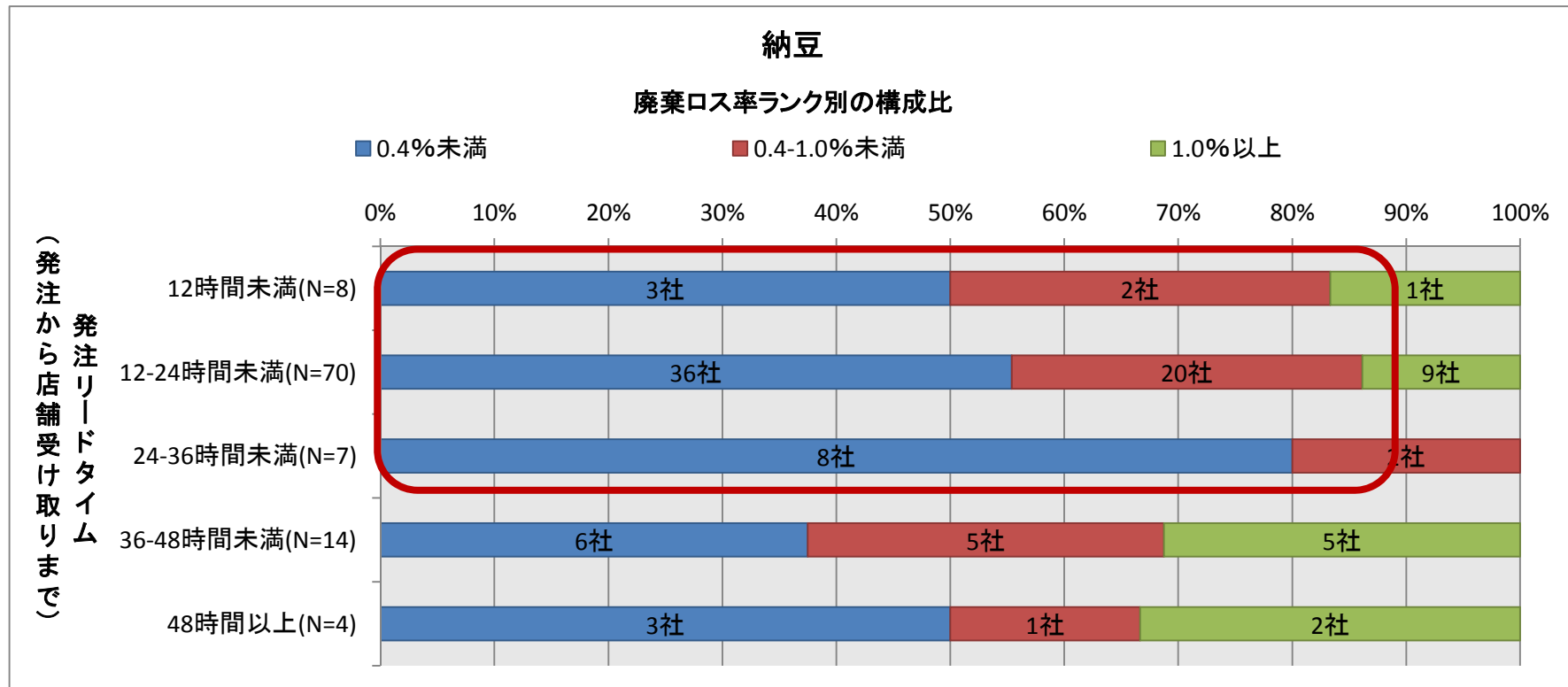


(注)ここでは無回答や有効でない回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——納豆

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「～36時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム36時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。

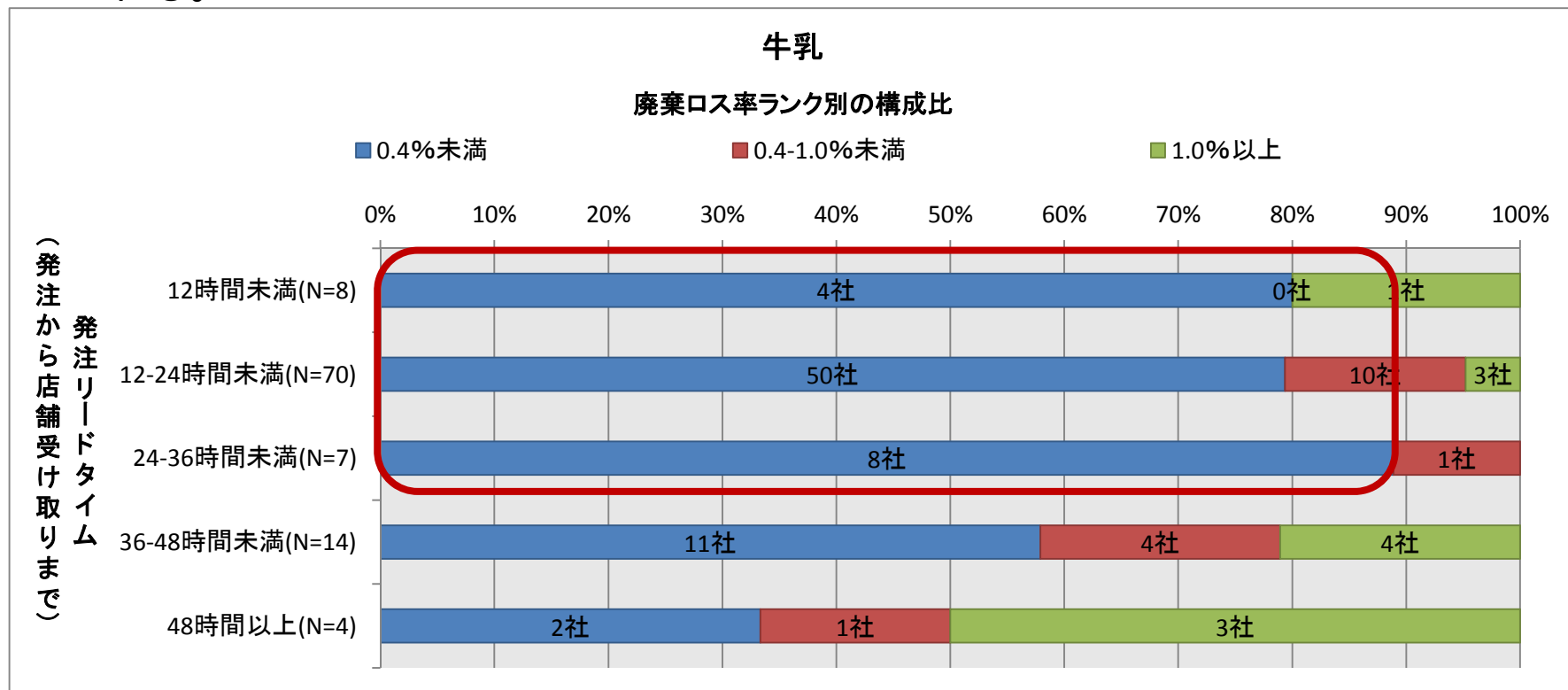


(注)ここでは無回答や有効でない回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——牛乳

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「～36時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム36時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。12時間未満においても、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。

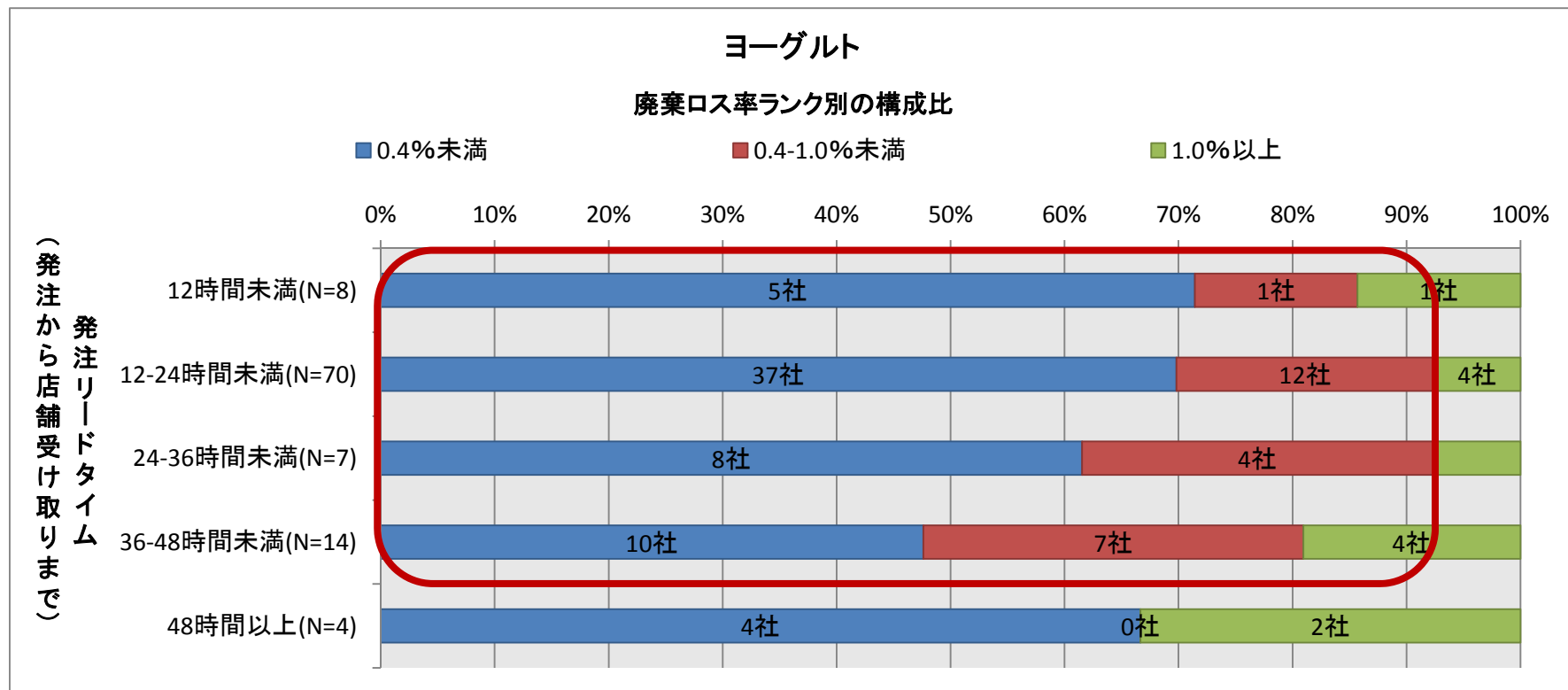


(注)ここでは無回答や有効でない回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

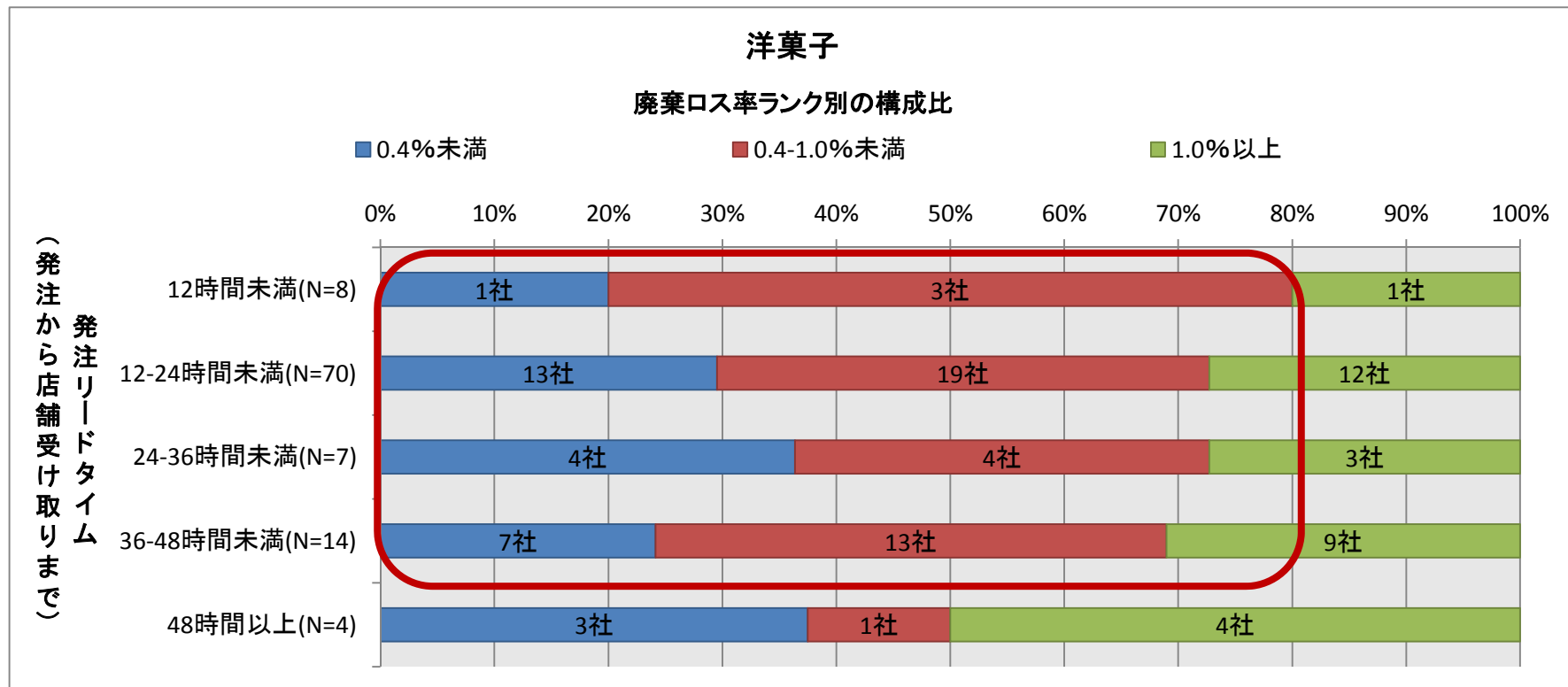
分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——ヨーグルト

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「～48時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム48時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。



分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——洋菓子

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。「36-48時間未満」も一定程度存在する。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「48時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム48時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。

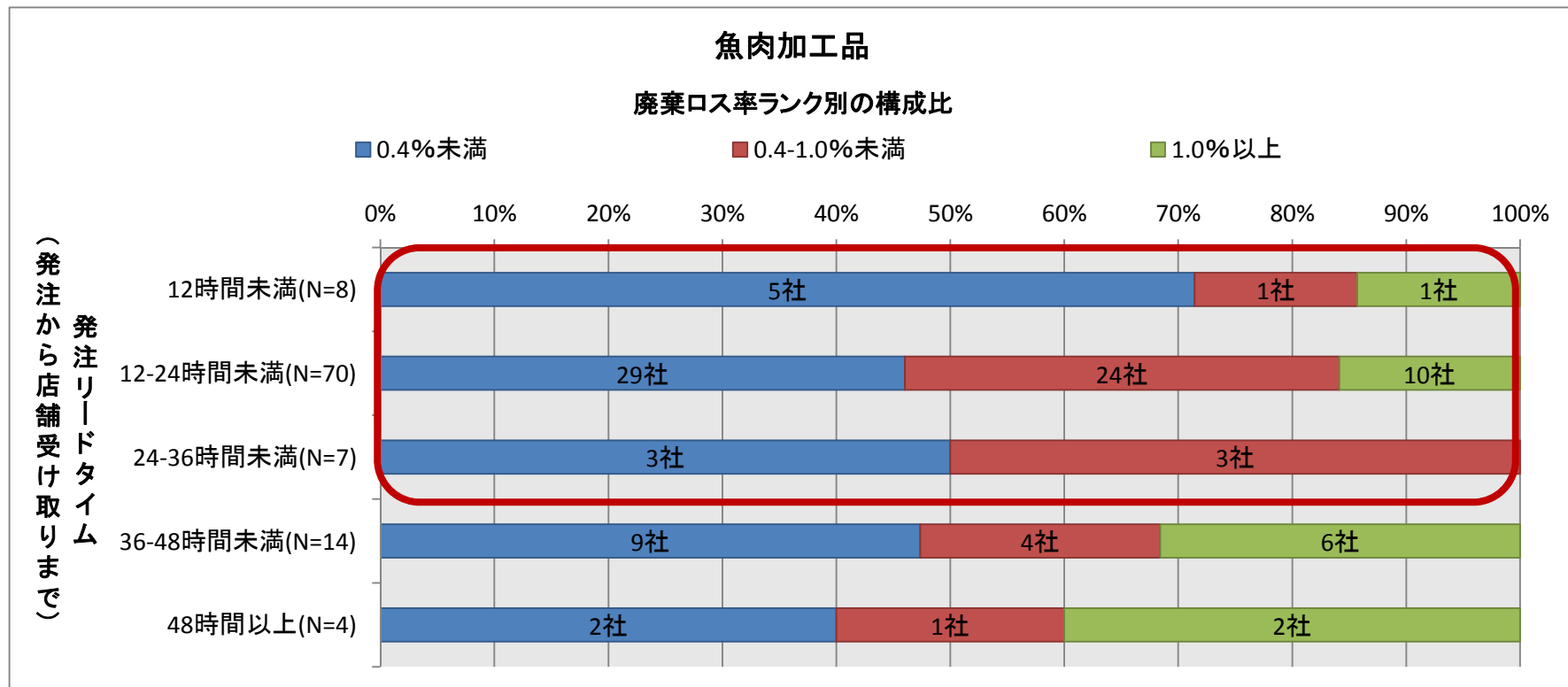


(注)ここでは無回答や有効でない回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

分析：発注リードタイムと廃棄ロス率の関係——魚肉加工品

- 発注リードタイムは「12-24時間未満」が最も多い。
- 発注リードタイム別に廃棄率を見ると、「～36時間未満」までは、リードタイムと廃棄率との間に大きな傾向差は見られない。
- 発注リードタイム36時間以上において、他と比べて、やや廃棄率が高い傾向が見られる。



(注)ここでは無回答や有効でない回答は集計から除外している

©公益財団法人 流通経済研究所

5. まとめ

5. まとめ

- 食品ロス削減に向け、小売業の日配品の業務プロセスや廃棄ロス実態等を把握する調査を実施した。
- 拡大推計の結果、小売業店頭で廃棄ロスが相当程度存在すること、商品による傾向差が存在する(パン0.61%、豆腐0.75%、納豆0.5%、牛乳0.24%、ヨーグルト0.38%、洋菓子0.92%、魚肉加工品0.69%、)ことを確認した。
- いずれの商品においても、最も多い発注リードタイムは、「12ー24時間未満」であった。発注リードタイム36時間未満では、リードタイムの違いによる廃棄ロス率に明確な傾向差は確認されなかった。
- 廃棄ロス削減に有効な施策として評価の高い「商品鮮度に応じた売価・値引設定」、「需要予測精度の向上」、また取組成功事例(自由意見)として報告の多かった「小売店の販売実績情報の納入業者との共有」「発注・納品単位の少量化・最適化」が、食品ロス削減に向けた取組方向と考えられる。