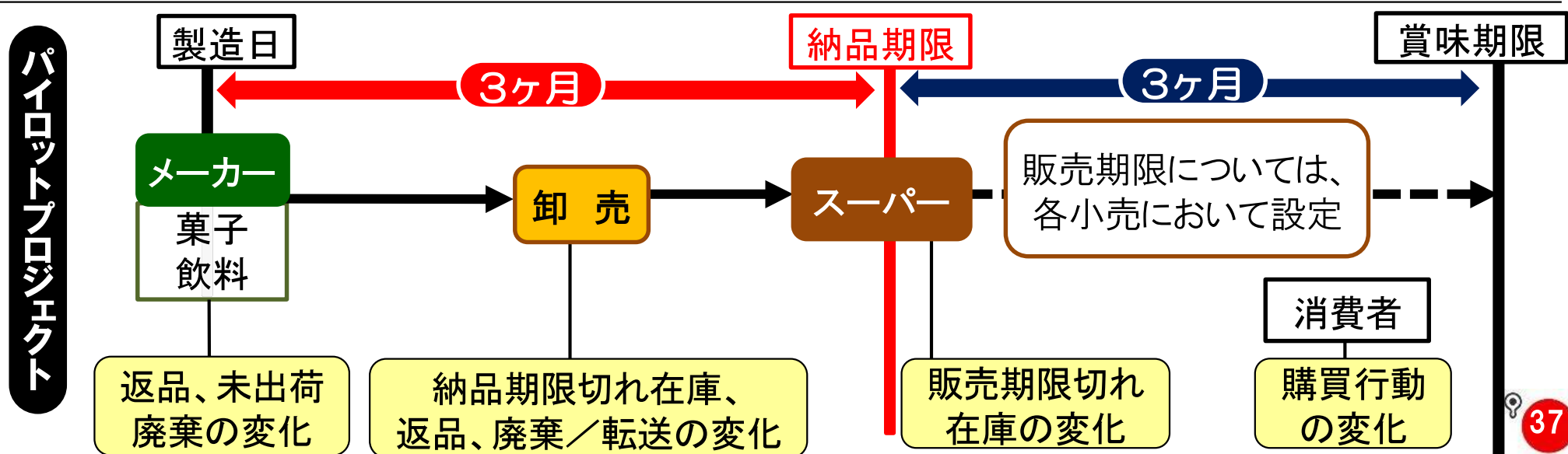
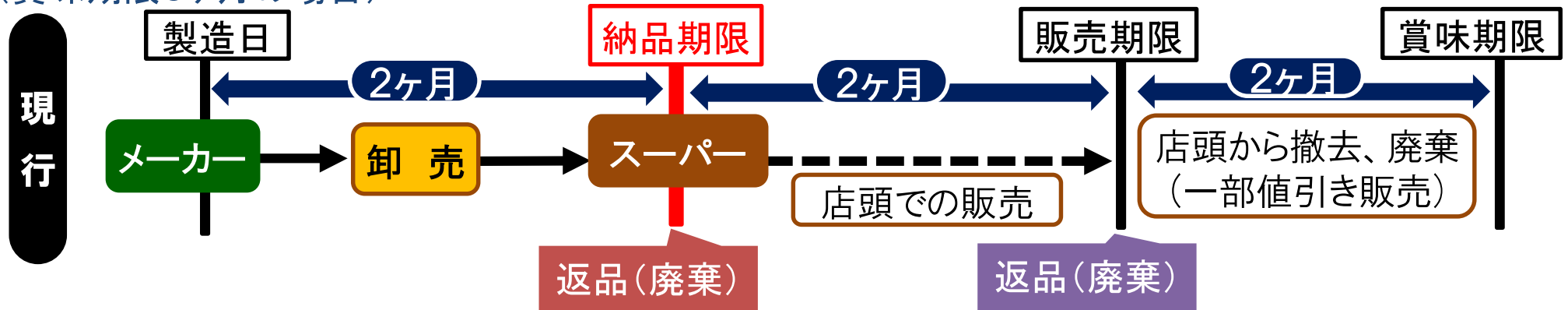


●食品業界の取組② 納品期限の見直し（その1）

- 平成25年8月から半年程度、特定の地域で飲料・菓子の一部品目の店舗への納品期限を現行より緩和（賞味期限の1／3→1／2以上）
- それに伴う返品や食品ロス削減量を効果測定。

（賞味期限6ヶ月の場合）



●食品業界の取組② 納品期限の見直し（その2）

納品期限見直しパイロットプロジェクトの結果

【食品製造業】
鮮度対応生産の削減
など未出荷廃棄削減

【物流センター】
納品期限切れ発生数
量の減少、返品削減

【小売店頭】
飲料と賞味期間180日以上の子は
店頭廃棄増等の問題はほぼなし

【該当食品全体への推計結果】
飲料：約 4万トン（約71億円）
菓子：約 0.1万トン（約16億円） ※賞味期間180日以上の子で実施
合計：約 4万トン（約87億円） ※事業系食品ロスの1.0%～1.4%

飲料・菓子の納品期限緩和を推奨

納品期限を見直した企業

【26年度】イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー、
セブン-イレブン・ジャパン、サークルKサンクス

【27年度】イオンリテール、ファミリーマート、ローソン、デイリーヤマザキ、スリーエフ

【28年度】ポプラ、ミニストップ

実運用問題なし
地域の食品スーパー
への拡大が課題