



2013年7月

株式会社三井住友銀行 企業調査部

原井 瞳

■ 食品流通における「3分の1ルール」の見直し

食品流通の分野では、「3分の1ルール」と呼ばれる納品・販売期限に関する商慣習が浸透していますが、これが食品の返品や大量廃棄の主要因の一つとも指摘されています。こうした問題意識を背景に昨年後半以降、メーカーや卸、小売りなどが連携して同ルールの見直しを進めている状況です。

ルールの概要と見直しの背景

「3分の1ルール」とは、食品の流通過程において製造者(メーカー<卸も含む>)、販売者(小売り)、消費者の3者が、製造日から賞味期限までの期間を3分の1ずつ均等に分け合うという考え方に基づく商慣習です。消費者の鮮度に対する関心の高まりを受けて、90年代に大手小売りが導入して以降、他の小売りなどにも浸透していったといわれています。

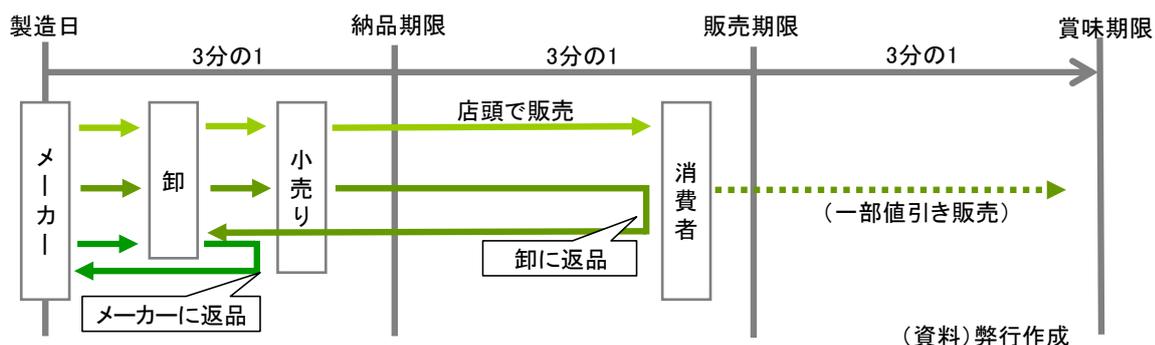
納品期限までに卸が小売りに納入出来なかった商品は卸からメーカーへ、販売期限までに小売りが消費者に販売出来なかった商品は小売りから卸に返品されており、10年度の卸からメーカーへの返品

は年間1,139億円(出荷額の1.12%)、小売りから卸への返品は417億円(同0.37%)に及んでいます。メーカーの営業利益率は平均2%前後、卸は同1%前後といわれており、両者とも利益水準が十分とはいえないなかで、返品の採算面への影響は小さくないものと考えられます。

「3分の1ルール」のうち販売期限を延長すると消費者が不利益を被る懸念があること、納品期限のみを緩和すると販売期間が短くなり、小売りから卸への返品や店頭での値下げ販売が増すとの見方もあることなどから、これまで本格的な見直しはなされてきませんでした。

しかし、①東日本大震災後に食材の配送が全国的に滞ったことを受けて食品廃棄の見直しを含めた食品流通改善への関心が高まったこと、②経済産業省主導で設立された「製・配・販連携協議会」(以下、協議会)、農林水産省主導で設立された「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」(以下、WT)において、現行の商慣習は食品ロス発生の一因になっているとの見解が示されたことなどを背景に、見直しの機運が高まりました。

図表1 3分の1ルールの概要



(資料)弊行作成

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。



協議会・WTにはメーカー、卸、小売り大手各社の経営陣もメンバーとして関与し、なかでも大手小売りが強い問題意識を持って協議を主導しており、見直しに向けた議論は徐々に前進しています。

変えずに納品期限を「製造日から賞味期限の2分の1まで」に緩和し、返品割合の変化などを6ヶ月にわたり検証します。

足元までの取り組み

今後の課題と展望

ルール見直しの先行事例として、ビール類は協議会の参加企業が店舗への納品期限を「賞味期限の9分の4」に緩和したところ、特段の問題は発生せず返品数が減少したことから、現在も緩和後のルールで運用しています。また、協議会・WTの枠組み以外でも、飲料メーカー5社が清涼飲料に表示する賞味期限の一部を「年月日」から「年月」に変更したことで、メーカーは月初めに生産した商品の賞味期限を長くみせられるようになったうえ、小売りにおいても商品管理が簡素化されるなど、双方がメリットを享受しています。

食品の種類は多岐にわたり、賞味期限の長さや管理方法はそれぞれ異なります。業界関係者の間では、賞味期限が比較的短い乳製品などにおいて現行ルールを緩和するのは容易でないとの意見もあり、ルール見直しが多くの商品に波及するまでには相応の時間を要するとみられます。

足元では、協議会とWTが連携して、「3分の1ルール」見直しに向けたパイロットプロジェクトに取り組んでいます。具体的には、まずは未出荷品の廃棄割合が高い菓子や飲料について、販売期限は

また、関連各社の理解・協力を促すには、食品廃棄の削減によって生じた利益をメーカー、卸、小売りでどのように配分していくかを議論していくことも重要と考えられるほか、販売期限の緩和を見据えて、鮮度に敏感な消費者の意識改革に取り組んでいく必要もあるなど、乗り越えるべき課題は少なくありません。

こうしたなか、13年7月に開催を予定している協議会の報告会では、参加企業が13・14年度における具体的な返品額減少の数値目標を掲げる模様であるうえ、前述のパイロットプロジェクトにおいて納品期限の緩和が食品廃棄の削減に有効との結果が得られれば、業界の動きに弾みがつく可能性があります。

図表2 協議会・WTの概要

| | 協議会 | WT |
|------|---|---|
| 設立 | 2011年5月 | 2012年11月 |
| 関係省庁 | 経済産業省 | 農林水産省 |
| 参加企業 | メーカー、卸、小売りの大手企業 合計43社 | メーカー、卸、小売りの大手企業 合計16社 |
| 設立目的 | 消費財分野のサプライチェーン見直しにより同分野に属する企業の収益構造を改善し、国際競争力を高める。 | 食品ロス発生の原因となりうる商慣習について、食品流通全体で課題を共有し、その解決を目指す。 |

(資料)弊行作成

加えて、中期的目線でみれば、今般の連携をきっかけとしてメーカー、卸、小売りの間での情報交換が進むことにより、需要予測の精度が向上し、より効率的な生産・販売体制の構築に繋がるとの期待もあり、今後の動向が注目されます。

(原井)

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

