取組事例 6

三菱食品株式会社（食品卸売業）

# 納品・発注ルールの柔軟対応と社内販売による在庫活用で食品ロスを削減



## 多様な原因に対応した食品ロス削減施策

三菱食品株式会社では、食品卸売業として、小売業・メーカー間の調整役を担いながら、過剰在庫や庫内破損、定番商品の取扱中止や販売不振による滞留在庫など、複数の食品ロス要因に対応している。発注精度の向上や商慣習見直しを進めることで、ロス削減を図っている。

## 専用センターにおける小売業ごとの納品期限緩和

汎用センターにおいては、最も厳しい納品期限を設定している小売業の基準に合わせて、センター全体の出荷期限およびメーカーからの入荷期限を設定している。現時点では、一部小売業が「3分の1ルール」で運用していることから、当社としてもそれに対応可能なように、当該ルールを前提とした出荷期限および入荷期限を設定している。

一方、物流センターが小売業の専用センターの場合には、小売業が納品期限を「2分の1」へ緩和しているケースもあるため、メーカーからの入荷期限についても、その運用に応じて柔軟に対応している。

## リードタイムの見直し

当社からメーカーへの発注締切時間は、通常午前中に設定されていることが多く、その場合、小売業からの受注確定を待たずに予測に基づいて発注を行っている。

近年、特に中小メーカーを中心に納品リードタイム延長の要請が増加しており、その際には、発注締切時間を午後へ延長できるよう交渉し、可能な限り小売業からの受注確定数量を反映した発注が行えるよう努めることにより、リードタイム延長の要請に対応している。

一部の小売業では、当日発注・当日納品の運用があり、これについては是正に向けて営業担当者が日々協議・調整を進めているところである。

## 欠品防止と日付順納品への対応

メーカー欠品については、メーカーにペナルティを課すことはなく、事前に特売情報や発注予定を共有することで欠品防止を図っている。特売時は発注量が多くなるため、複数の拠点から商品を集めるケースもあり、その過程で日付の逆転が発生する可能性があるが、その場合にも、事前に状況を確認のうえ、個別調整によって対応する体制を整えている。

取組事例 6

三菱食品株式会社（食品卸売業）

# 納品・発注ルールの柔軟対応と社内販売による在庫活用で食品ロスを削減



## 寄贈と社内販売でロスを活用

同社では、センターで出荷期限を過ぎた商品を京都府社会福祉協議会を通じて子ども食堂へ寄贈するなど、未利用食品の活用にも注力している。

また、本社事務所に無人販売機を４台設置（スマリテ社の販売機で重量センサー、キャッシュレス対応）し、当社の物流センターで出荷許容期限切れとなってしまった商品等を本社事務所に積送、無人販売機に陳列し社内販売している。2024年は商品重量で約１３ｔ分販売している。

▼食品寄贈の様子



画像出所：三菱食品株式会社

▼本社事務所の無人販売機



画像出所：三菱食品株式会社

取組事例 7

株式会社さとう（食品スーパー）

# 商慣習の見直しとAI活用で、持続可能な流通を実現



## ３分の１ルールを見直し

京都府福知山市に本社を置く株式会社さとうは、サプライチェーン全体での食品ロス削減と流通の効率化に向け、業界慣習の見直しに積極的に取り組んでいる。

業界慣習である「3分の1ルール」の見直しを通じて、取引先との信頼関係を強化。令和7年度には、賞味期限180日以上の加工食品において「1/2ルール」を採用した。当初はロス増加の懸念があったが、同業他社の動向を踏まえ導入を決定。結果として、ロス率に大きな変化はなく、店舗や顧客からも大きな混乱は見られなかった。

販売現場では、加工食品は販売許容日基準の方針を徹底。日配品については、割引率と割引実施時間を変更することで「売り切り」に注力。ドライ商品も、適正在庫量の維持と、販売許容日基準に沿った処理を徹底することでロス削減に貢献している。

加えて、2025年度には米の販売期限を「精米日から30日以内」から「60日以内」へ延長し、ロス発生の抑制に成功している。




画像出所：株式会社さとう

## 納品リードタイムを延長

メーカー・卸との取引においても、納品リードタイムを中1日以上に設定し、物流の効率化とトラックドライバー不足への対応に寄与。商品の納品については基本的に日付順を求めつつも、日付の逆転が発生した場合でも返品せず、柔軟に対応。欠品時にもペナルティを課さないなど、取引先との協調関係を重視している。

## 需要予測の高度化

同社はAIによる需要予測システムを導入し、発注の精度向上を図っている。これにより、店舗ごとの実需に即した商品提供が可能となり、在庫過多や売れ残りのリスクを軽減している。

取組事例 8

株式会社マツモト（食品スーパー）

# 現場レベルでの地道な取組と商慣習に関する柔軟な対応



## 現場レベルでの地道な取組

京都府を中心にスーパーマーケットを展開する株式会社マツモトでは、食品ロスの削減に向けて、現場レベルでの地道な取組と柔軟な対応が図られている。

各部門の責任者が、日々ロスの状況を確認し、それに基づいて発注担当者に対して「こうした方がよい」といった改善指示を随時行う体制を構築。このような日々のフォローアップにより、特に日配品において食品ロスの抑制が図られている。
また、季節商品の売れ残りを防ぐための売り切り対応として、集合陳列の実施や店舗間での商品移動（横持ち）を積極的に行い、食品ロス削減に取り組んでいる。

▼集合陳列による売り切りの状況




画像出所：株式会社マツモト

## 商慣習見直しに関する柔軟な対応

納品期限の緩和については、まずレトルト食品、缶詰など実施しやすい品目から段階的に導入。導入後も販売面での問題は生じておらず、実効性のある対応が進められている。
販売期限については、従来から賞味期限ぎりぎりまで売り切ることを基本としており、特段設定しておらず緩和的な運用となっている。

日配品については、前々日発注を基本とし、これによりメーカー側の製造や物流便の段取りがしやすくなるなど、サプライチェーン全体の効率化にも寄与している。
納品日付の管理については、「先に納品された商品より古い日付の商品は納品しないよう要請」しつつも、実際にはある程度の柔軟性をもって受け入れ対応を行っている。メーカーや卸とその都度コミュニケーションを図りながら、返品の発生を極力抑える運用がなされている。

「てまえどり」に関しては、現時点で明確な成果は見られていないものの、行政等からの提案に対しては積極的に取り組む姿勢であり、今後の展開が期待される。

▼「てまえどり」の展開状況




画像出所：株式会社マツモト

取組事例 9

京都生活協同組合（小売業）

# 販売期限延長と徹底した売り切り、消費者啓発による食品ロス削減の取組



## 販売期限の延長による廃棄ロスの削減

食品ロス削減の取組の一つとして、これまで賞味・消費期限の前日までとしていた販売期限を、当日まで販売可能とする見直しを行っている。 この見直しは、2021年に京都市の「てまえどり」実証実験に協力したことをきっかけに導入されたものであり、販売期限を延長することで廃棄ロスの削減につながっている。

## 適正発注・需要予測精度向上による在庫適正化

店舗事業においては、常温・ドライ商品を中心にAIによる自動発注システムを導入し、販売実績に応じた補充を行っている。 これにより、人為的な発注ミスの削減や業務効率化が進む一方、天候や曜日変動など、突発的な需要変化への対応が課題となるケースもある。 そのため、同組合ではAIによる自動発注と人による修正を組み合わせた運用を行い、在庫過多や欠品を防ぐ調整を継続している。

また、宅配事業では、良品返品を原則受け付けない運用への見直しにより、大幅なロス削減を実現した。

■ 2021年度実績 ■
- 削減数 約44,000点（前年比51.5%）
- 削減金額　約2,700万円（前年比48.9%）

（「2021年度サステナビリティレポート（24ページ）より」）

加えて、2025年度に配送センターを2か所から1か所に集約したことによって、物流ロスや予備商品（運搬時の破損などで不良品となった場合の交換用商品として、物流センターに一定数確保している商品）の廃棄削減につなげている。

▼物流センター



画像出所：京都生活協同組合

取組事例 9

京都生活協同組合（小売業）

# 販売期限延長と徹底した売り切り、消費者啓発による食品ロス削減の取組



## 売り切りの工夫による食品ロス削減

同組合では、食品ロス削減に向け、商品特性や売れ行きに応じた売り切りの工夫を行っている。 賞味・消費期限が近づいた商品については、「おつとめ品コーナー」を設け、値引き販売を実施することで、廃棄に至る前に販売につなげている。

▼「おつとめ品コーナー」



画像出所：京都生活協同組合

また、予約販売の実施や、日配品については、セルワンバイワン（1個売れたら1個入荷）を実践し、過剰な在庫を持たない運営を行っている。惣菜部門などでは、売れ行きを見ながら調理加工量をこまめに調整し、時間帯や需要に応じた製造を行うことで、売れ残りの抑制を図っている。

あわせて、保存期間の長いロングライフ商品の積極的な販売や、少量パック、ばら売り、量り売りなど、お客様が必要な量を選べる販売方法を取り入れることでロス削減にもつなげている。

▼量り売り



画像出所：京都生活協同組合

こうした複数の取組を組み合わせることで、「できるだけ廃棄を出さず、最後まで売り切る」運営を進めており、今後も現場の工夫を積み重ねながら、食品ロス削減に取り組んでいく方針である。

取組事例 9

京都生活協同組合（小売業）

# 販売期限延長と徹底した売り切り、消費者啓発による食品ロス削減の取組



## 消費者への啓発

同組合では、店舗での掲示などを通じて「てまえどり」を推進し、食品ロス削減につなげている。 取組開始当初は、「購買行動を強要されたくない」「選ぶ自由がある」といった声も一部で見られたが、取組の趣旨を丁寧に伝えることで、「てまえどり」の考え方が徐々に浸透し、現在では好意的に受け止める意見が多くなっている。

あわせて、家庭での食品ロス削減につなげるため、食材を使い切るためのレシピの掲示や、売り場での調理サンプルの展示などにも取り組んでいる。さらに、講演会や子どもを対象とした勉強会において食品ロスをテーマに取り上げるなど、日常の買い物だけでなく、学びの場を通じた啓発にも力を入れている。

▼「てまえどり」




画像出所：京都生活協同組合

## リサイクル・再資源化の推進

店舗から発生する食品残渣については、魚のアラ、野菜くず、廃油の堆肥化を全店で実施している。

さらに、2025年度から、新たに廃棄となった惣菜・日配品の堆肥化を4店舗で開始するとともに、生ごみ処理機を1店舗に導入した。

あわせて、生ごみ排出量の算定方法について、より実態に即した把握ができるよう見直しを行った。店舗の生ごみ排出量は、毎月1週間の計量結果をもとに、「ごみ袋の数×基準値（kg）×週数」により1か月分を推計しているが、回収業者からの実績報告と比べ、店舗で算定した排出量が過大となる課題があった。そこで、生ごみ処理機を設置した店舗における処理機への投入実績を集計・分析し、その結果を踏まえて、生ごみ計量に用いる基準値を店舗の実態に近い数値へと見直した。

これらの取組の結果、食品リサイクル率は2024年度の44.3%から、2025年11月時点で68.1%へと大きく向上した。

その他にも、店舗でのフードドライブの実施や、宅配で発生する予備商品・返品商品のフードバンクへの提供など、地域と連携した食品の有効活用にも取り組んでいる。

取組事例 10

株式会社平和堂（食料品等総合小売業）

# データ活用とメーカー連携で実現するムダのないサプライチェーン運用



## DXの取組で、“余らせない”売場へ

株式会社平和堂では、経営の重要課題として食品ロス削減に取り組んでいる。店舗の売場では、需要予測のズレや在庫管理の見落としが食品ロスにつながるため、同社はデータとシステムを軸にDXで対応した。

まず、過去販売データを社内独自ロジックで分析し、在庫回転が良くない（≒値引きや廃棄になりやすい）商品の取り扱いを絞り込む売場設計に変更。

また、仕入れにはAI需要予測による発注システムを導入。従来モデルでは、10個仕入れて半分を値引きで売り切った場合でも「10個販売」とカウントされ、次回も同量を発注してしまう問題があった。そこで、値引き発生率を考慮して次回発注量を調整するモデルをAIに学習させ、過不足のない発注に近づけた。各店舗5人前後で対応していた発注作業が1人で完結できるようになり、省力化も実現した。

加えて、ヒューマンエラーが起きやすい賞味・消費期限の管理をシステム化。グロサリー（編注：主に常温保存の加工食品）売場では、期限が近いことに気付かず値引き対応が遅れると、廃棄発生率があがってしまう。そのため、入荷時に登録した期限にもとづいて自動でアラートが出るシステムを活用。適時の値引き対応ができ、確認漏れや対応遅れによる廃棄を抑制している。

このように、販売計画と商品の「入口（仕入れ・発注）」、「出口（販売期限管理）」を一連のデータ運用で改善し、現場の手作業だけでは難しい食品ロス削減を実現している。

## メーカーと共に取り組む賞味・消費期限延長

同社は仕入先メーカーと連携し、短期限商品の適正な期限延長を進めている。メーカー主導の延長だけでなく、同社から延長を提案し、検証のうえ実現に至った事例もあり、パンや和菓子では、製造日から3日後（D+3）の消費期限を4日後（D+4）に延長。結果として、パンでは他の施策の効果も含めて廃棄が前年比12%減となり、メーカーと小売の双方向の連携が成果につながった。

# 京都府の取組

## てまえどり啓発

食品ロスを削減するため、「てまえどり(※)」を推進するPOPやポスターを作成し、府内のコンビニやスーパー等の食品小売店に連携して設置しています。
※商品棚の手前にある商品や値引き商品など、販売期限が短い商品から積極的に選ぶ購買行動




## 食べ残しゼロ推進店舗制度

食材を使い切る工夫や食べ残しを出さない工夫等を実践している店舗を、申請を受けて、「食べ残しゼロ推進店舗」として認定しています。



飲食・宿泊施設版



食品小売店版

対象事業者

- 京都府内（京都市を除く）で営業する飲食店及び料理を提供する宿泊施設（料理の提供形態は、出前及び宅配を含む）
- 京都府内（京都市を除く）で営業する食品を取り扱う小売店

注：京都市内店舗については、京都市が同条件で「京都市食べ残しゼロ推進店舗」を認定しています。）

## フードドライブ活動支援

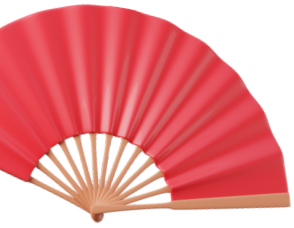
組織内でフードドライブ活動を実施する企業・団体を募集し、活動の実施にあたりフードドライブで活用できる「のぼり」を提供しています。また、実施結果やフードバンクの情報を取りまとめて公表しています。




申請方法や取組詳細は京都府ホームページにて



のぼりのイメージ



# お問い合わせ先

京都府　食品ロス削減

京都府ホームページ
https://www.pref.kyoto.jp/syokuloss/

食品ロス削減に向けた取組／京都府ホームページ

京都府総合政策環境部循環型社会推進課

TEL：０７５－４１４－４７３０
e-mail：junkan@pref.kyoto.lg.jp



（2026年３月作成）