

納入期限を緩和した菓子を棚に並べるポプラの店員
(広島市中区)



食品ロス招く商習慣見直し

地場小売り加工品「3分の1ルール」

加工食品の流通に関する商習慣「3分の1ルール」を見直す動きが、中国地方の小売企業に広がっている。製造日から賞味期限までの期間のうち、最初の3分の1を過ぎた商品をメーカーや卸業者が納品しない取り決め。明確な根拠はなく、食品ロスにつながりかねない。国連の持続可能な開発目標(SDGs)を意識する企業が増え、メーカー側も賞味期限を延ばす取り組みを進める。

(桑田勇樹)

3分の1ルール 1990年代にできたとされる食品流通のルール。製造から賞味期限までの期間を3分割し、最初の3分の1までに納品する内容。多くは明文化されていない。賞味期限切れの商品が店に並ぶのを防ぐ半面、まだ食べられるのに行き場を失って廃棄される可能性がある。欧米にも同様のルールはあるが、賞味期限まで最初の2分の1から3分の2の時期までの納品を認めるケースが多い。

クリック

コンビニなど メーカーも動く

持続可能な
開発目標
SDGs



コンビニのポプラ(広島市安佐北区)は菓子やレトルト食品、飲料などの納品を賞味期限の2分の1の時刻まで受け入れている。期限まで12カ月の商品なら、3分の1ルールでは製造後4カ月までだったが、現在は同6カ月まで2カ月間延びた。

同社は2019年に見直しを始め、順次改めてきた。「SDGsの取り組みの一つ。3分の1ルールは古い

習慣で、メーカーや卸業者の負荷が大きかった」と緩和の理由を明かす。コンビニは商品の回転が早く影響は少ないという。

地場流通大手イズミ(東)

区)は約20年前に、期限の45%までの納品を認めた。国内では先行した取り組みを21年、さらに50%まで延長。農水産加工品や冷凍食品などが対象で「取引先の食品メーカーに歓迎されている」という。

農林水産省によると22年10月時点で、納品期限の緩和を公表している中国地方の小売業者は14社。緩和しているも公表しない企業もあるという。

メーカーも食品ロスの削減に動く。オタフクソース(西区)は20年、お好みソースなど67品目の賞味期限を月単位で示すようにした。従来は日単位で、期限がその月の1日までだった場合は月末まで延び、最大1カ月長くなる。オタフクは「理化分析を踏まえて月単位にするかを判断している」と説明。現在はグループ会社も含めて83品目まで増えた。

観啓大(中区)の石川雅紀特任教授(環境経済学)は「3分の1ルールは単なる口約束。消費者の意識も変わる中、小売店と食品メーカーが本気で取り組みは変えるのはたやすい」と指摘する。