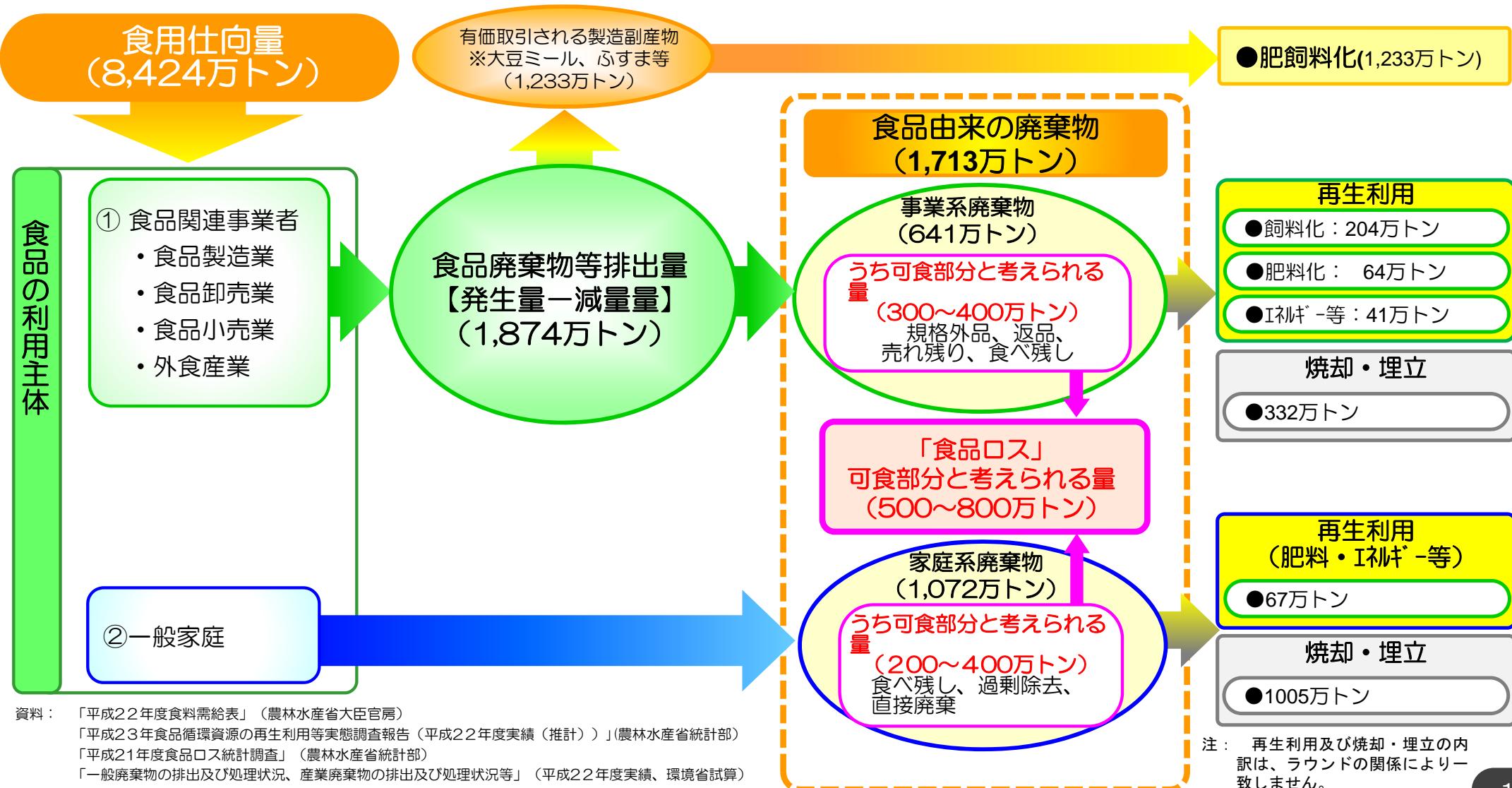


食品ロスについて

●日本のもったいない事情

- 日本では、年間約1,700万トンの食品廃棄物が排出。このうち、本来食べられるのに廃棄されているもの、いわゆる「食品ロス」は、年間約500～800万トン含まれると推計。
(平成22年度推計)
- 世界全体の食料援助量の約2倍に相当し、日本のコメ生産量に匹敵。



●食品ロス削減のためのフードチェーン全体の取組

○過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、個別企業等の取組では解決が難しくフードチェーン全体で解決していくことが必要。このため食品業界において、製造業・卸売業・小売業の話し合いの場である「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」を設置するとともに、その取組を支援。

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム（19名）

【目的】食品ロス削減のための商慣習について検討、【構成】食品製造業、食品卸売業及び食品小売業の企業、学識経験者

【事務局】流通経済研究所（農林水産省補助事業）

【参加企業】		検討経緯
■食品製造業（9社）	■食品卸売業（3社）	(平成24年度) 10月3日 第1回WT開催 11月2日 第2回WT開催 1月18日 第3回WT開催 2月22日 第4回WT開催 3月5日 中間とりまとめ公表
・味の素(株) (風味調味料協議会) ・江崎グリコ(株) (全日本菓子協会) ・キッコーマン食品(株) (日本醤油協会) ・コカ・コーラカスタマーマーケティング(株) (全国清涼飲料工業会) ・サントリー食品インターナショナル(株) (全国清涼飲料工業会) ・日清食品(株) (日本即席食品工業協会) ・ハウス食品(株) (全日本カレー工業協同組合) ・(株)マルハニチロ食品 (日本缶詰協会) ・雪印メグミルク(株) (日本乳業協会)	・国分(株) (日本加工食品卸協会) ・三菱食品(株) (日本加工食品卸協会) ・(株)山星屋 (全国菓子卸商業組合 連合会)	(平成25年度) 11月15日 第1回WT開催 12月11日 第2回WT開催 3月13日 第3回WT開催 3月26日 とりまとめ公表（食品ロス削減シンポジウム）
■食品小売業（4社）	■食品小売業（4社）	
	・イオンリテール(株) (日本チェーンストア協会) ・(株)イトーヨーカ堂 (日本チェーンストア協会) ・(株)東急ストア (日本ス-パ-マーケット協会) ・(株)ファミリーマート (日本フランチャイズチェーン協会)	

食品ロス削減のための商慣習検討WTの中間とりまとめ【H25.3.5公表概要】

1. 基本的考え方

現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる返品等の商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を進めていくことが必要である。

平成24年度のワーキングチームの活動として次の事項を決定し、平成25年度以降も順次取組を進めるとともに、業界団体の協力を得て、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していく。

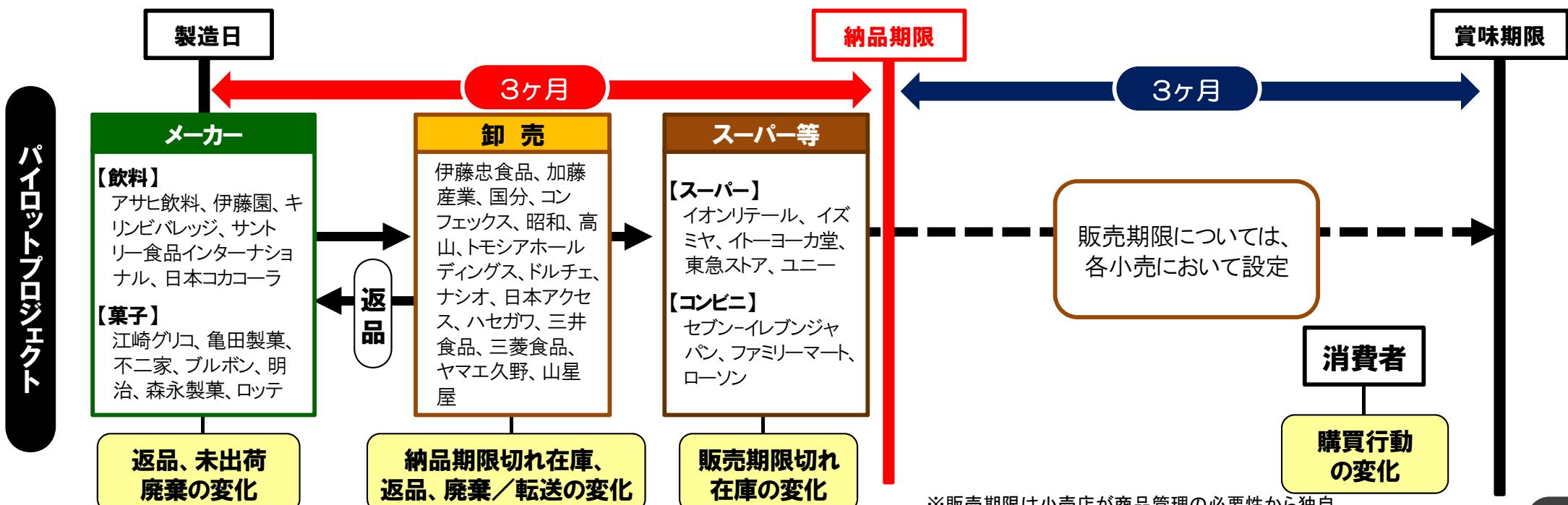
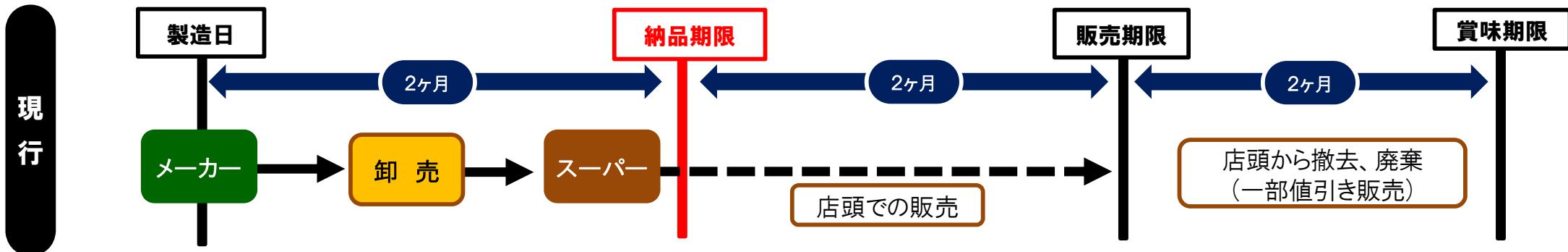
2. 取組の内容

- (1) 卸売業・小売業の多くで取引条件として設定されている納品期限の見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクトの実施
- (2)賞味期限の見直し、(3)表示方法の見直し、(4)食品ロス削減に関する消費者理解の促進、(5)その他の食品ロス削減に向けた取組

●納品期限見直しパイロットプロジェクトの実施について

- 「食品ロス削減のための商慣習検討WT」の中間とりまとめに基づき、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）し、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）



※販売期限は小売店が商品管理の必要性から独自に設定する店頭で商品を販売する期限のこと。

●平成25年度商慣習検討ワーキングチームとりまとめ【H26.3.26公表概要】

- 納品期限見直しパイロットプロジェクトの結果、納品期限緩和は食品ロス削減に相当の効果（飲料と賞味期間180日以上の菓子で約4万トン）。飲料・賞味期間180日以上の菓子は、「賞味期間の1/2残し」以下の納品期限を推奨。
- 納品期限緩和、賞味期限延長、日配品ロス削減等、引き続き、食品ロス削減に向けた活動を推進。

納品期限見直しパイロットプロジェクト（35社）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】
飲料及び賞味期
間180日以上の
菓子は店頭廃棄
増等の問題なし

【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）
(180日以上)
⇒合計：約4万トン（約87億円）

事業系
食品ロスの
1.0%～
1.4%

平成26年度の取組予定

納品期限緩和

- ・飲料・賞味期間180日以上の菓子は「賞味期間の1/2残し」以下の納品期限を推奨
- ・180日未満の菓子は販売期限延長も含めて納品期限緩和の方法を検討

賞味期限

- ・生産・衛生技術、包装技術の進展を踏まえ、賞味期限を延長
- ・賞味期限設定の考え方等を消費者に情報提供
- ・消費者の理解を得ながら、賞味期限の年月表示化

日配品

- ・フードチェーン全体での具体的なロス削減方策を検討
- ・消費・賞味期限が間近なもののが切りを促進する「もったいないポイント」の付与実験

消費者理解

- ・食品ロス削減国民運動(NO-FOODLOSS PROJECT)を推進
- ・「ろすのん」を活用した取組、期限表示のわかりやすい説明等を推進

●食品ロス削減国民運動～NO-FOODLOSS プロジェクト～

- 食品ロス発生の段階別にモデル的な削減の取組を支援し、生活者一人ひとりの意識・行動改革に向けて、官民をあげて食品ロス削減国民運動を展開。
- 「もったいない」発祥国として、世界に日本の取組を発信。

食品ロスの削減を推進し、以下を実現

- 食品ロス削減の取組により、資源を無駄なく効率的に活用するフードチェーン作りを進め、経済成長に貢献
- 「もったいない」発祥国として世界に日本の取組を発信



事業者からの食品ロス

300～400万トン/年

- ・過剰在庫・返品(製・配・販)
- ・調理くず・食べ残し(外食)

家庭からの食品ロス

200～400万トン/年

- ・調理くず
- ・食べ残し、手つかずの食品の廃棄

【製造・流通】

- ・製・配・販によるパイロットプロジェクト
- ・フードバンク活動支援
- ・もったいないポイント実証

【外食】

- ・ドギーバック普及支援、食べきり運動等



一人ひとりの
意識・行動改革

【家庭・消費者】

- 小売店舗、マスメディア、SNS等を活用した戦略的コミュニケーション
- (意識啓発、期限表示理解促進、エコクッキング等)

NO-FOODLOSSプロジェクト

資源を無駄なく効率的に活用するフードチェーン作りを進め経済成長に貢献

【6府省の連携】

「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」を構成する6府省(消費者庁、内閣府、文部科学省、農林水産省、経済産業省、環境省)が連携し、官民をあげて食品ロス削減国民運動を展開。



◎ 食べものに、
もったいないを、
もういちど。

●農林水産省の取組

ろすのんを活用した食べきり運動の例（本省）

農林水産省の職員食堂では、ポスターとテーブルトップ（三角柱）を設置し、職員に食品ロス削減の取組を呼びかけています。ポスターとテーブルトップの版下は、下記URLに掲載し、活用を呼びかけ。（このまま使用する場合、利用許諾などの手続きは不要。）



↑
農水省内の食堂で食べきり運動
に取り組む農林水産省職員

← ろすのんテーブルトップ（三角柱）

地方農政局、地域センターの展開

農林水産省の各地方農政局・地域センターでも、ろすのんのポスターやテーブルトップ（三角柱）を設置するなど、職員が創意工夫を凝らした取組を行い、食品ロス削減国民運動を全国に普及。



ろすのんポスター



ろすのんテーブルトップ



ろすのん巨大三角柱

関係省庁、地方自治体でも実施中。社員食堂等での活用を期待。
ポスター、テーブルトップの版下は農林水産省HPにて公開。

ポスター：http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/pdf/rosunon_posuta.pdf
テーブルトップ：http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/pdf/sankakutyu.pdf