

食品ロスの現状とその削減に向けた対応方向について

－「食品ロスの削減に向けた検討会」報告の概要－

平成20年12月26日

第一 本検討会の目的

- 我が国では年間約9,000万トンの農林水産物が食用に向けられているが、一方で年間約1,900万トン（平成17年度）の食品廃棄物が排出されている。
- 食品廃棄物には本来食べられるにもかかわらず廃棄されているもの、いわゆる食品ロスが相当程度含まれており、年間約500万～900万トンと推計される。
- 大量の食品が食べられずに廃棄され、結果として必要以上の食料が輸入されていることになっているとすれば、食料自給率を引き下げる要因の一つになる。食料の安定供給を確保するためには、農林水産業及び食品産業の食料供給力強化と併せて、このような食品ロスの実態について改善することが必要である。
- 本検討会は、特定の立場の者に食品ロス削減の責を負わせるべきではないとの認識のもと、食品の製造、流通、消費の各段階毎に食品廃棄の実態と要因を分析した結果を踏まえ、食品ロスの削減に向けた対応方向を取りまとめた。

第二 食品ロスの発生要因と食品ロス削減のための取組の現状

食品製造業者、食品流通業者による発生要因と削減のための取組の現状

【食品の期限表示及び納入期限・販売期限の設定に関すること】

- 消費期限及び賞味期限は、客観的な指標に基づき設定された期限に1未満の係数（安全係数）をかけて設定することが基本であるが、商品展開戦略等の観点を踏まえ、必要以上に短く設定される場合がある。
- 流通業者による製造業者からの納入期限及び店頭での販売期限の設定は、製造業者が流通業者に納入する期間、流通業者による販売期間、消費者が消費する期間で製造日から賞味期限までの期間を概ね均等に分け合う場合が多い。

【製造業者と流通業者の取引や事業者の経営戦略等に関すること】

- 頻繁な新商品販売や規格変更、欠品防止のための在庫保有、卸売業者への最小出荷ロットと小売店舗からの注文量のミスマッチ、定番カット食品や販売期限切れ食品等の慣行的な返品などにより通常販売から外れる食品が発生する。
- 小売店舗内外での値引き販売、核家族化などに対応した商品提供等も行われているが、値引き販売に関する情報提供不足やそれによる消費者の誤解等により惣菜などと同程度に加工食品の値引き販売が一般化しているとは言い難い。

【製造過程等での規格外品の発生と食品としての有効活用】

- 製造機械の不具合等により発生する規格外品には品質には問題がないものも相当程度含まれているが、通常販売には支障があるとの理由で廃棄される場合が多い。
- フードバンクは、企業から規格外品等の寄付を受け、福祉施設等に無償で提供する活動を行っているが、企業側にとって安心してこの活動を利用できる環境が整っているかどうか、不安感があることも活用が進まない大きな要因となっている。

外食産業における食品ロスの発生要因と削減のための取組の現状

【食べ残しがでる原因と食べきれる料理を提供する取組】

- 外食では、食べたいメニューについて分量を選択できない、注文する量などを選択できることがお客に分かりやすく情報提供されていない、お客がそのサービスを積極的に利用しないなどの要因により食べ残しが発生している。
- お客が食べきれる量を選択できるように食品を提供する量を工夫する取組も行われているが、更に広範な外食事業者による取組とあわせて、量が選べる等のサービス内容に関するお客への丁寧な情報提供が課題である。
- なお、食べ残しの持ち帰りは、高温多湿の日本では食べ物が傷みやすいことに加え、持ち帰った料理を食べたことによる食品事故の責任が事業者責任となることへの懸念等から積極的には行われてはいない。

消費者による食品ロスの発生要因と削減のための取組の現状

【食の大切さに対する意識の薄れ】

- 食料が豊富に存在することが当たり前のように受け止められていること、食生活が多くの人々の苦労等に支えられていることを実感することが困難になっていることなどにより、食の大切さに対する意識が薄れがちとなっている。

【食品の適切な在庫管理や調理方法の工夫が不十分】

- 家庭からの食品ロスの主な要因は「過剰除去（例えば、皮を必要以上に厚くむく）」、「食べ残し」、「直接廃棄（食卓に出さずにそのまま捨てる）」である。
- なお、直接廃棄については、消費者が食品の期限表示についての理解が不十分であることや食品一般に対する鮮度志向が影響していると考えられる。

第三 食品関連事業者及び消費者が取り組むべき課題と対応方向

食品関連事業者、消費者共通で取り組むべき課題と対応方向

【食に関する意識改革】

- 食べものへの感謝の心を大切にする意識を共有するとともに、様々な場面でコミュニケーションを通じて、「残さず食べる」など食についての習慣を身につけるよう心がける。

食品関連事業者共通で取り組むべき課題と対応方向

【食品ロスの実態等について認識を共有】

- 食品関連事業者ごとの食品ロスの実態や削減目標を明確にし、食品ロス削減に向けた社内の意識の向上と消費者との共通認識を醸成する。
- 事業者等が主体となって食品ロス削減に向けた具体的取組やスケジュールを取り決めた行動計画を策定し、可能な限り公表する。

食品製造業者、食品流通業者が取り組むべき課題と対応方向

【科学的・合理的根拠に基づいた適切な販売期間の設定】

- 消費期限及び賞味期限について、横並びや区切りのよい期間等の設定を見直し、科学的根拠に基づいて設定することを徹底する。また、納入期限や販売期限についても一律の設定を見直し、商品毎の特性を踏まえて設定する。

【製造業者と流通業者との連携による余剰食品・ロスの削減】

- 製造業者と流通業者の取引は買い取り契約を原則とし、返品がやむを得ないものはあらかじめ条件を明確にする。また、値引き・見切り販売を推進し、その際には理由等をお客に積極的に情報提供する。

【規格外品等でも食品衛生上問題がない食品の有効活用】

- 食品衛生上の問題がない規格外品等については、小売店舗やフードバンク活動等の二次市場において食品として積極的に活用する。

【**外食産業が取り組むべき課題と対応方向**】

【お客の好みや食べたい量に合わせた料理の提供】

- お客とのコミュニケーションを深めることにより、お客の食べられる量や食材に合わせた料理の提供に努める

【食べ残しの持ち帰り】

- 持ち帰りが可能と考えられる食べ残しについては、お客の自己責任ということに十分な理解が得られた上で、消費期限などについての適切な情報提供を行い、持ち帰り用に提供することを検討してはどうか。

【**消費者が取り組むべき課題と対応方向**】

【賞味期限の意味の正しい理解に基づく消費】

- 賞味期限が過ぎてもすぐに食べられなくなるわけではないことを理解し、見た目やにおい等の五感で個別に食べられるかどうか判断する。

【食品を無駄にしない在庫管理や調理方法・献立の工夫】

- 家庭内にある食材の種類や量、賞味期限を日頃から点検・把握し、適切な保存と期限内の消費を心がける。食べきれなかったものなどについても他の料理に作りかえるなど、無駄なく食べきる調理方法や献立の工夫に取り組む。

【**国（農林水産省）が取り組むべき課題と対応方向**】

【本報告書の周知と関係者の実践の促進】

- 本報告書の周知を図るとともに、食育等による働きかけを通じて関係者の具体的な活動を促進する。

【食品ロスの削減に関する各種情報の積極的な提供や期限表示に係る普及・啓発】

- 食品ロス削減の優良事例、家庭での食材の在庫管理の方法など食品ロス削減に向けた取組に役立つ情報を提供するとともに、食品ロスの削減にも力点を置いて期限表示に係る普及・啓発を行う。