

●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（20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
・味の素（株） （風味調味料協議会）	・国分（株） （日本加工食品卸協会）	11月2日 第2回WT開催	1月18日 第3回WT開催
・江崎グリコ（株） （全日本菓子協会）	・三菱食品（株） （日本加工食品卸協会）	2月22日 第4回WT開催	3月5日 中間とりまとめ公表
・キッコーマン食品（株） （日本醤油協会）	・（株）山星屋 （全国菓子卸商業組合 連合会）	（平成25年度）	（平成25年度）
・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）	■食品小売業（5社）	11月15日 第1回WT開催	11月15日 第1回WT開催
・日清食品（株） （日本即席食品工業協会）	・イオンリテール（株） （日本チェーンストア協会）	12月11日 第2回WT開催	12月11日 第2回WT開催
・ハウス食品（株） （全日本カレー工業協同組合）	・（株）イトーヨーカ堂 （日本チェーンストア協会）	3月13日 第3回WT開催	3月13日 第3回WT開催
・（株）マルハニチロ食品 （日本缶詰協会）	・（株）東急ストア （日本ス-パ-マ-ケット協会）	3月26日 とりまとめ公表（食品ロス削 減シンポジウム）	3月26日 とりまとめ公表（食品ロス削 減シンポジウム）
・雪印メグミルク（株） （日本乳業協会）	・（株）ファミリーマート （日本フランチャイズチェーン協会）		
	・日本生活協同組合連合会		

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。

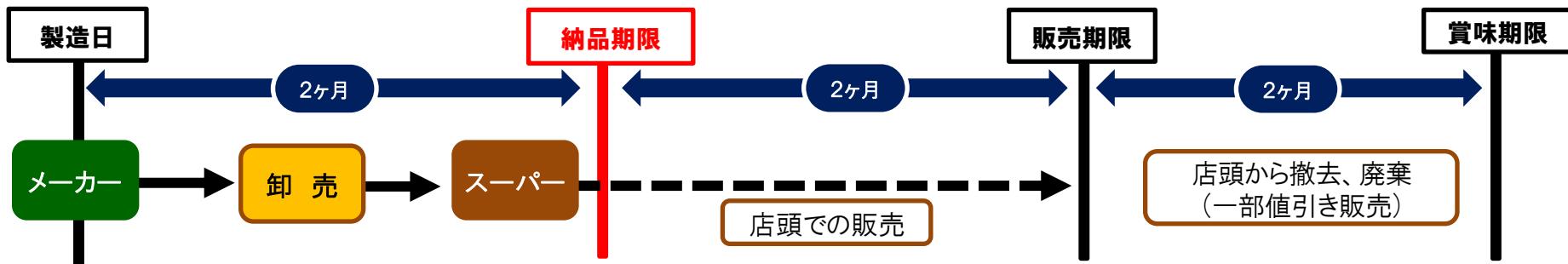
2. 取組の内容

- (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

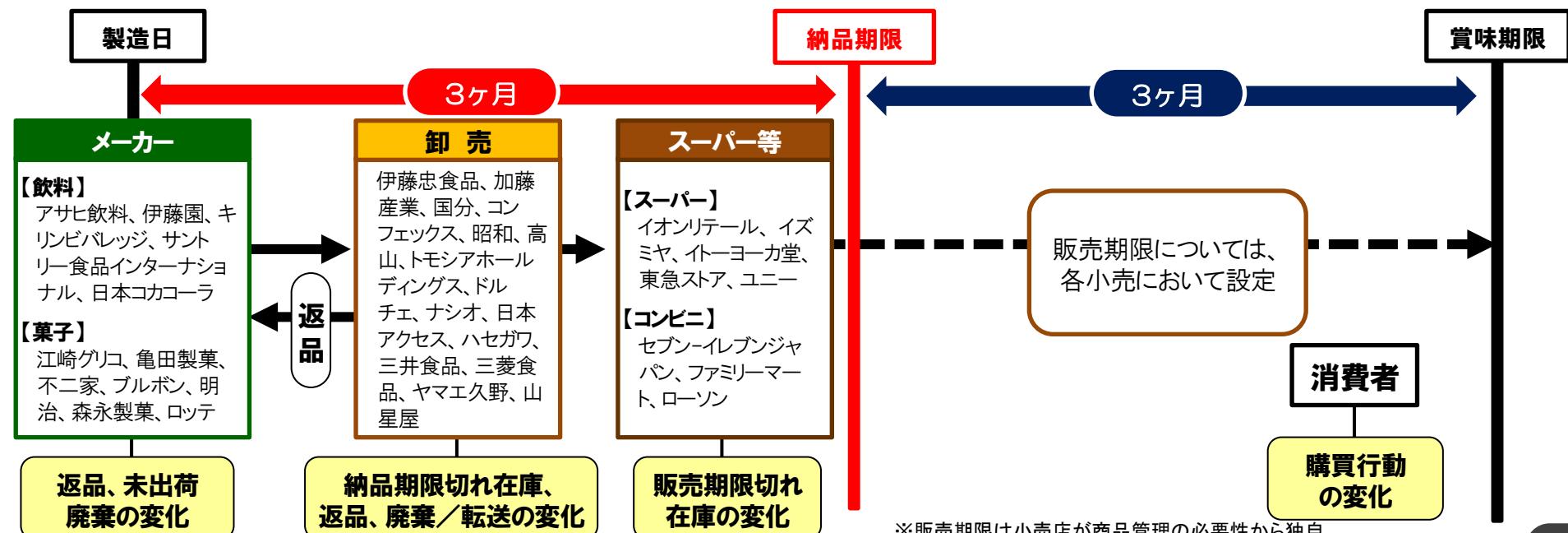
●納品期限見直しパイロットプロジェクトの実施について

- 「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）



パイロットプロジェクト



※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。

○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、納品期限緩和を推奨。

○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%

納品期限緩和

- ・飲料・賞味期間180日以上の菓子は納品期限緩和を推奨
- ・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

- ・日配品ロスの実態把握
- ・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

●食品業界の食品ロス削減に向けた主な取組

賞味期限延長の試み

・日本即席食品工業会では、これまでの製造技術や包装技術の進歩から、賞味期限の延長が可能との結論を得たため、平成25年6月に「即席めんの期限表示設定のためのガイドライン」を改訂した。平成26年春より、賞味期限を1～2ヶ月延長したカップめんや袋めんが登場。

【メーカーの賞味期限延長の取組み】

メーカーアンケートによると、2009年以降958アイテムで賞味期限の延長が行われ、今後336アイテムで予定がある。

商品	アンケート回答企業数	実施済み	今後予定あり
		商品アイテム数	商品アイテム数
合計	234	958	336
菓子	152	574	293
清涼飲料	17	63	0
カレー	20	0	2
缶詰・レトルト	6	25	2
乳製品	39	296	39

※ 公益財団法人流通経済研究所調べ(2014年)

賞味期限の年月表示化の試み

・日本醤油協会では、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際に、過度に厳しい日付管理が深夜・早朝操業や返品等の原因となっていたということに鑑み、賞味期限が3か月を超えるものについては、原則として年月で表示することとしている。

・平成25年5月製造分より、飲料大手5社の国産水2Lペットボトルで年月表示に切り替え。平成26年6月製造分より、キリン、サントリーの缶コーヒー、茶などで順次切り替え。

【メーカーの年月表示化の取組み】

メーカーアンケートによると、2009年以降50アイテムで年月表示化が行われ、今後311アイテムで予定がある。

商品	アンケート回答企業数	実施済み	今後予定あり
		商品アイテム数	商品アイテム数
合計	234	50	311
菓子	152	10	309
清涼飲料	17	40	0
カレー	20	0	2

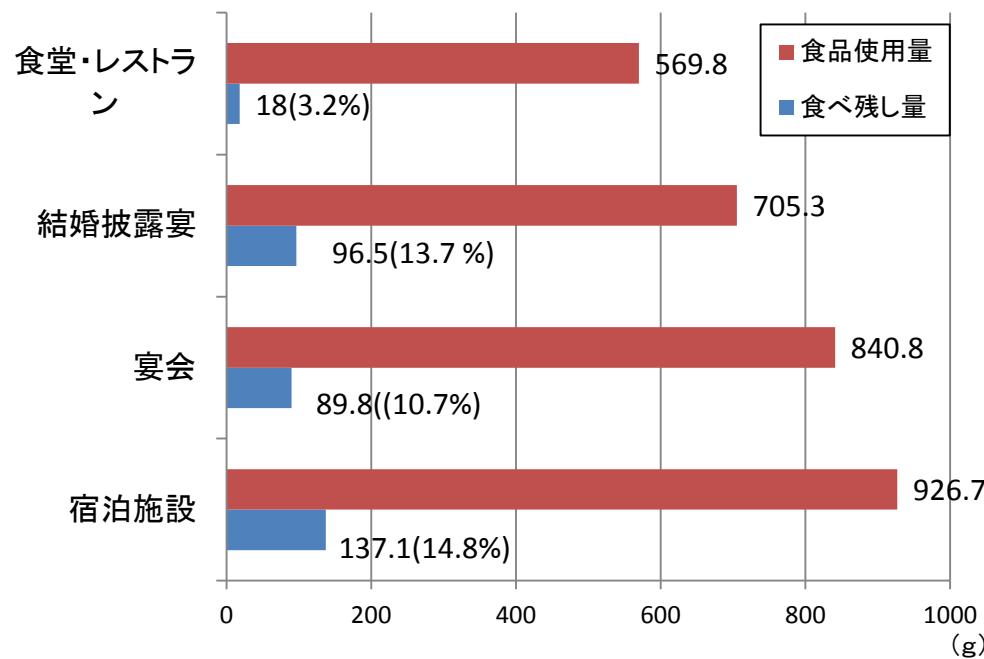
※ 公益財団法人流通経済研究所調べ(2014年)

●レストラン等飲食店での食品ロス

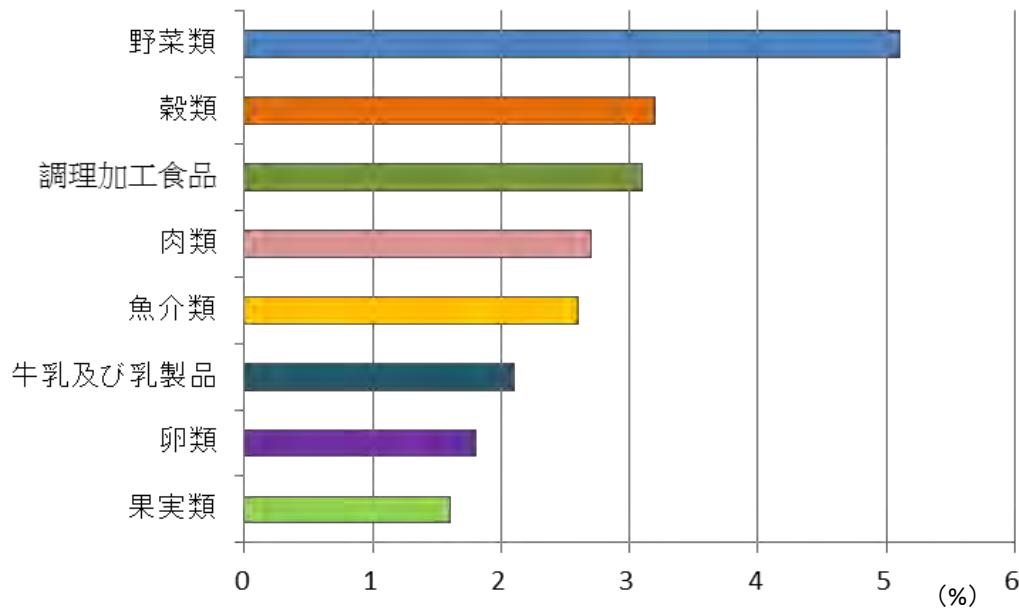
- 宿泊施設や結婚披露宴の食べ残しが多い。
- レストラン等の飲食店からの食品ロスは、お客様が食べ残した料理や製造・調理段階での仕込みすぎなど。
- 食べ残しの多い食品は野菜や穀類。



●1食当たりの食品使用量と食べ残し量の割合



●食品別食べ残し量の割合



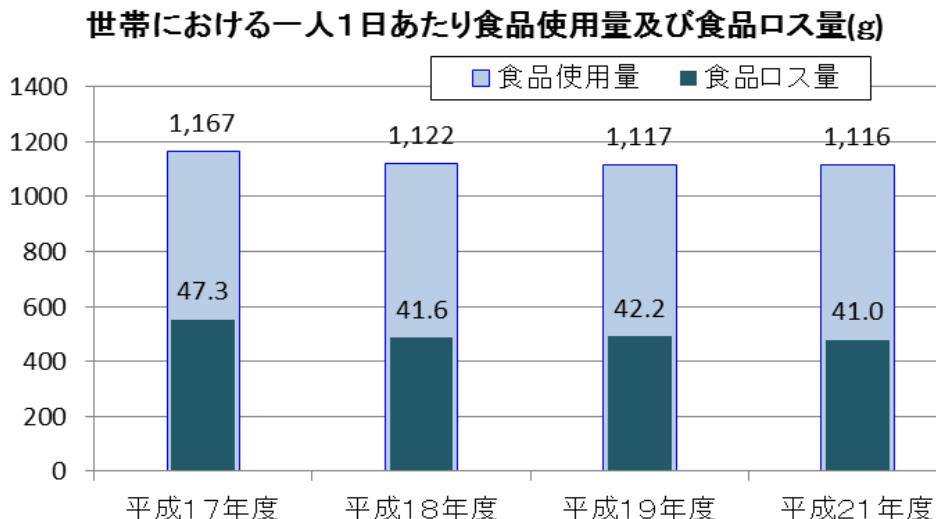
資料：農林水産省「平成21年 食品ロス統計調査（外食産業調査）」
外食・レストランは昼食、宿泊施設は宿泊客に提供された夕食を調査対象とした

資料：農林水産省「平成21年 食品ロス統計調査（外食産業調査）」

●家庭での食品ロス

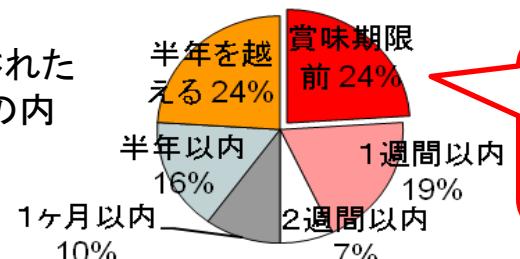
- 皮を厚くむきすぎたり、脂っこい部分など調理せずに取り除いた部分（過剰除去）
 - 作りすぎて食べ残された料理（食べ残し）
 - 冷蔵庫等に入れたまま期限切れとなった食品（直接廃棄）

●世帯食における食品ロス



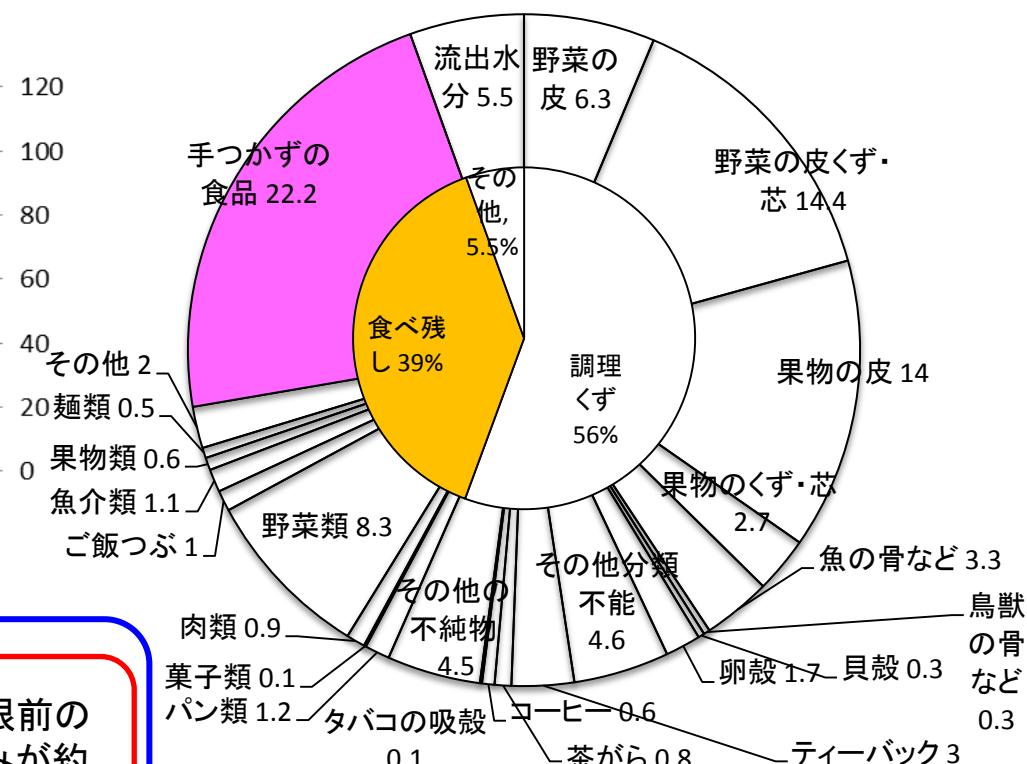
資料：農林水產省「平成21年度食品口々統計調査（世帯調査）」

手つかずで廃棄された
食品の賞味期限の内
訳を見ると…



賞味期限前の
食品ごみが約
1/4も！

●家庭から出される生ごみの内訳



資料:平成19年度京都市家庭ごみ組成調査(生ごみ)

(参考) 賞味期限と消費期限

- 全ての加工食品には、賞味期限又は消費期限のどちらかの期限表示が表示されている。（一部の食品を除く）
- 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て、見た目やにおいなどの五感で個別に食べられるかどうか判断することが重要。

賞味期限 Best-before

おいしく食べることができる期限です。
この期限を過ぎても、すぐ食べられないということではありません。

【定義】

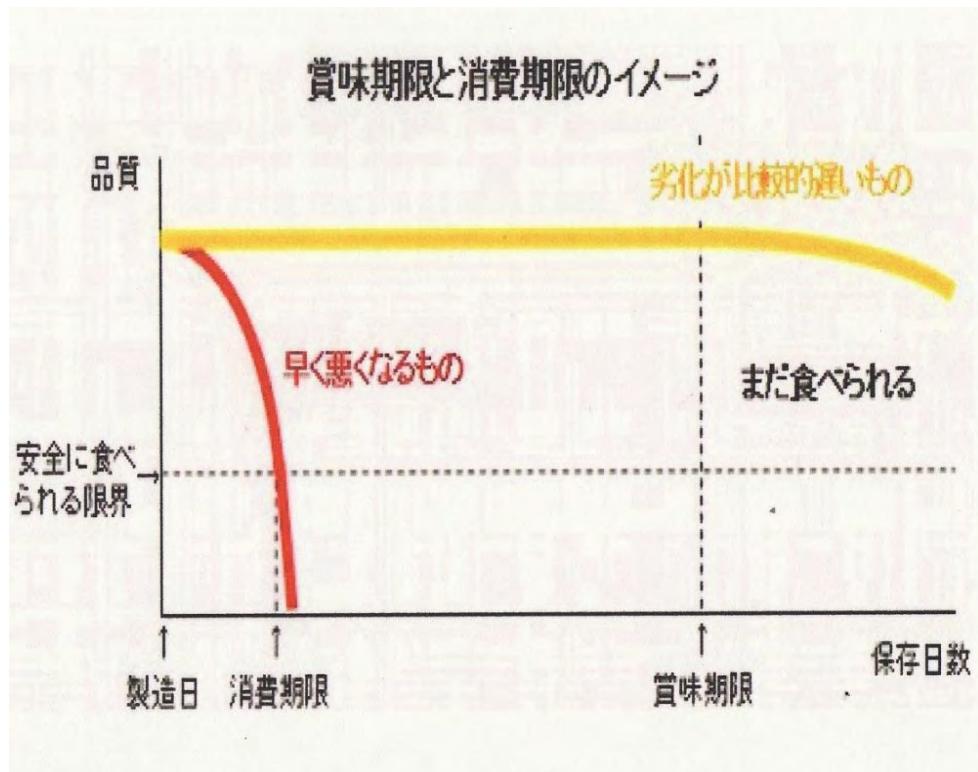
定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるものとする。

消費期限 Use-by date

期限を過ぎたら食べない方が良いんです。

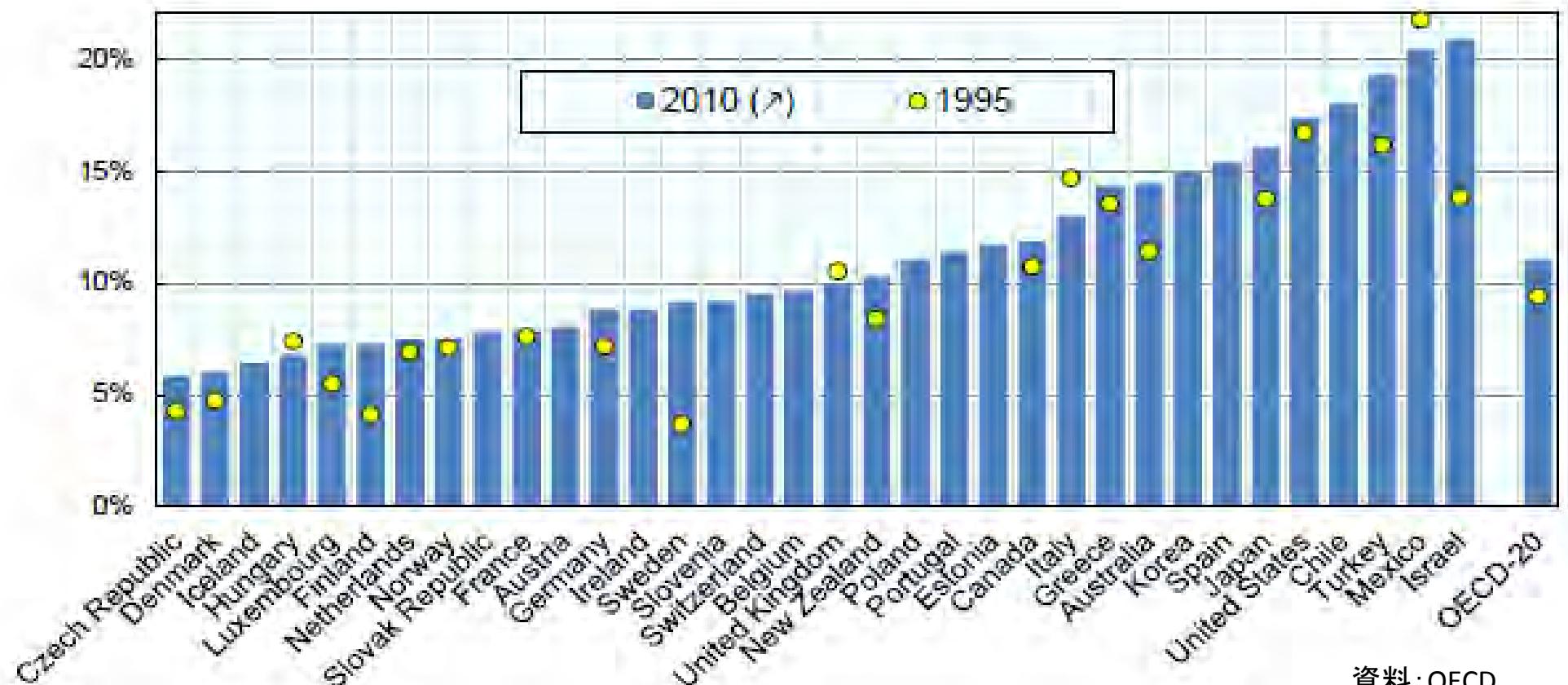
【定義】

定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗その他の品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限を示す年月日をいう。



● 拡大する日本の格差

- 日本の相対的貧困率（可処分所得が全国民の中央値の半分に満たない国民の割合）は年々上昇。平成21年の相対的貧困率は16%。子ども（17歳以下）の貧困率は15.7%（約300万人）。
- OECD34カ国中、日本の相対的貧困率は6番目に高い（2010年）。

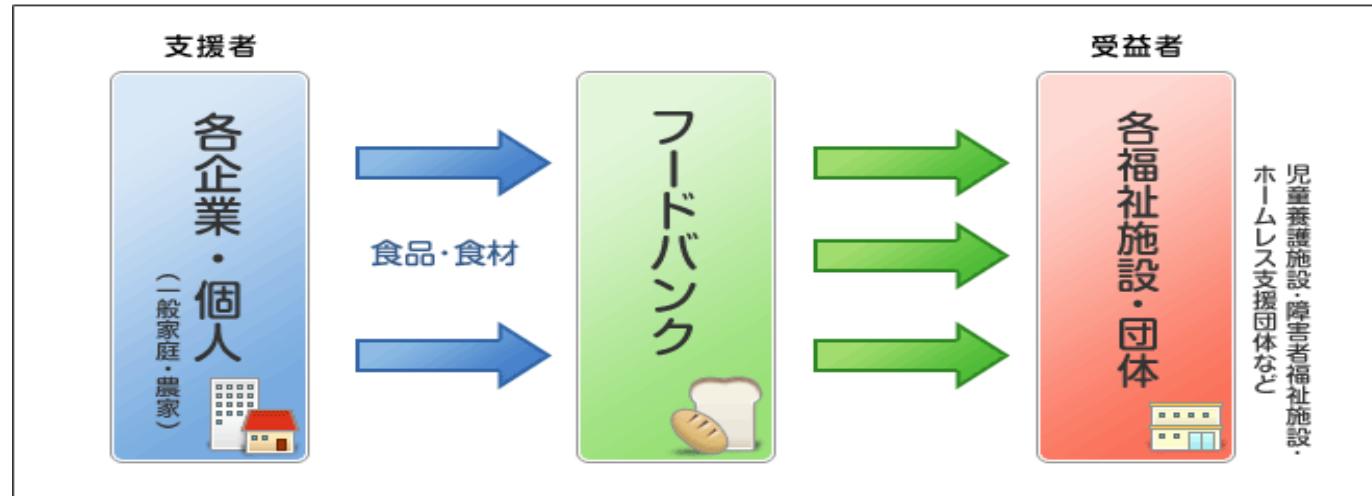


資料:OECD

● フードバンク活動

- 包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品衛生上問題がないが、通常販売が困難な食品は、各地に設立されているフードバンクへ寄付し、生活困窮者等の支援に活用。
- フードバンクへの寄付は、食品リサイクル法上「発生抑制量」に該当。

フードバンク関係図



フードバンクによる食品ロス削減量（単位：トン）



広がる日本のフードバンク活動

- ・ 日本では北海道から沖縄まで約40団体が活動
- ・ 東京のNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模（第1回「食品産業もったいない大賞」食料産業局長賞受賞）

フードバンク活動とは

- ・ 包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品の品質には問題がないが、通常の販売が困難な食品・食材を、NPO等が食品メーカー等から引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動
- ・ 米、パン、めん類、生鮮食品、菓子、飲料、調味料、インスタント食品等様々な食品を取り扱い

●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
- ・もったいないキャンペーン実施

【外食】

- ・食べきり運動、ドギーバック普及支援等

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。

NO-FOODLOSS PROJECT

● 食品ロス削減に向けてできること

○食品ロスの発生には、直接的・間接的に様々な要因が複雑に関わっており、ある特定の立場の者に削減の責任があるわけではない。

○それぞれの立場で取り組むこと、協力しながら取り組むことを、できることから着実に進めていくことが大切。

製造

- 需要予測精度向上
- 製造ミス削減
- 賞味期限延長・年月表示化
- 期限設定情報開示

卸売

- 需要予測精度向上
- 売り切り
- 配送時の汚・破損削減

- フードチェーン全体での返品・過剰在庫削減
- 余剰食品のフードバンク寄付

小売

- 需要予測精度向上
- 売り切り
- 小容量販売
- バラ売り

外食

- 需要予測精度向上
- 調理ロス削減
- 食べ切り運動
- 小盛サービス
- 持ち帰り (自己責任)

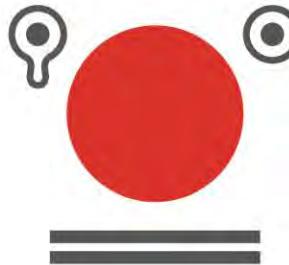
家庭

- 冷蔵庫・家庭内の在庫管理
- 計画的な買い物
- 食べ切り
- 使い切り
- 期限表示の理解

食品ロスの実態把握・削減意識共有、もったいない精神

● ろすのんとのコラボレーション

「ろすのん」だのん。
皆とコラボしたいのん。



○ 食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT



○名前：ろすのん（性別 ♂）

- ・食品ロスをなくす(non)という意味から命名
- ・280件の応募の中から決定（平成25年12月）

○ろすのんのログセ：語尾に「のん」がつく

○好きな食べ物：刺身のつま、パセリ

○夢：食品ロスがなくなること

○好きな言葉：残り物には福がある

食品メーカー（製造方法・包装改良で賞味期限延長、未利用部分の商品開発）

スーパー、コンビニ（値引きで売り切り、納品期限緩和、啓発活動）

レストラン、社員食堂（食べ切り運動、小盛りサービス、ドギーバッグ提供）

消費者団体・事業者団体（啓発活動）

包材メーカー（鮮度保持包材、高機能包材で賞味期限延長）

家電メーカー（ロス削減・鮮度保持家電）

食品ロス削減に取り組む団体・企業の皆さん、是非ご利用いただき、一緒に国民運動を盛り上げていきましょう。（無料です！）

ロゴマーク利用許諾要領、利用許諾申請書等は、下記の農林水産省URLを御確認ください。

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/index.html

●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に掲載していますので、ぜひご活用ください。（このまま使用する場合、利用許諾などの手続きは必要ありませんので、どんどん使って頂いて結構です。）



↑
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広げています。



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。是非社員食堂等でご活用下さい。
ポスター、テーブルトップの版下は農林水産省HPにて公開しています。

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