



食べものに、
もったいないを、
もういちど。
NO-FOODLOSS PROJECT

旭川地域拠点
「みどり戦略応援し隊」
情報交換会 資料

食品ロスの現状や削減 に関する施策情報

令和7年2月27日

農林水産省
北海道農政事務所
生産経営産業部 事業支援課



1	食品ロスの現状	3
2	事業系食品ロスの削減に向けた取組	1 1

1 食品ロスの現状

食品ロスが引き起こす問題



環境問題

水分の多い食品は、廃棄の際に
運搬や焼却で余分なCO₂を排出

食料生産により
多量のエネルギーを消費

市町村におけるごみ処理経費

2兆1,519億円 (令和4年度)

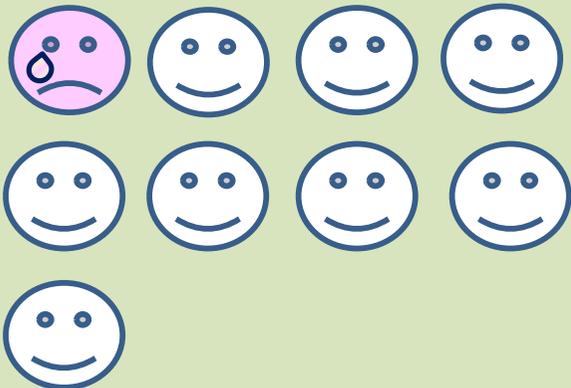
(平成25年度比+3,012億円(+16%))

1人当たりの経費 = **17,200円/年**

(平成25年度比+2,600円(+18%))

食料問題

世界の約9人に1人が栄養不足
(約7.4億人)



世界人口
国連推計

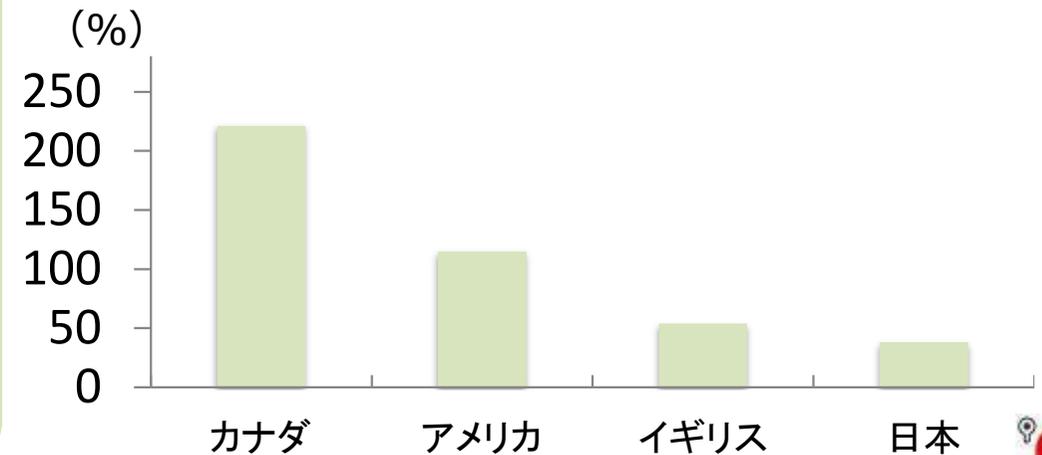
80億人
(2022)

↓
97億人
(2050)

摂取カロリーから見た食料自給率

38% (令和4年度)

(先進国では最低水準)



食品ロスに関する国際的な関心の高まり



- ✓ 2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」において、食料の損失・廃棄の削減を目標に設定。

■ 国連「持続可能な開発のための2030アジェンダ」(平成27年9月)

ミレニアム開発目標の後継となる2016年以降2030年までの国際開発目標(17のゴールと169のターゲット) 27年9月に国連で開催された首脳会議にて採択。



ターゲット12.3

2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。

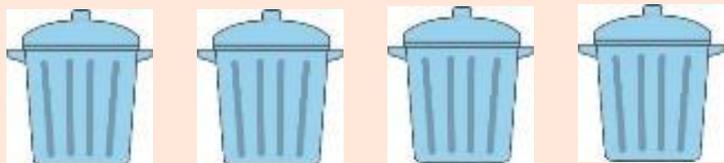
ターゲット12.5

2030年までに廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。



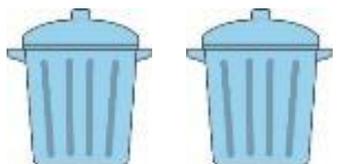
日本の「食品ロス量」

約472万トン



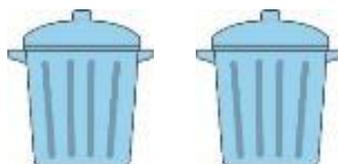
事業系

約236万トン



家庭系

約236万トン



国民1人当たり食品ロス量

1日 約103g

※おにぎり約1個のご飯の量(約110g)に近い量

年間 約38kg



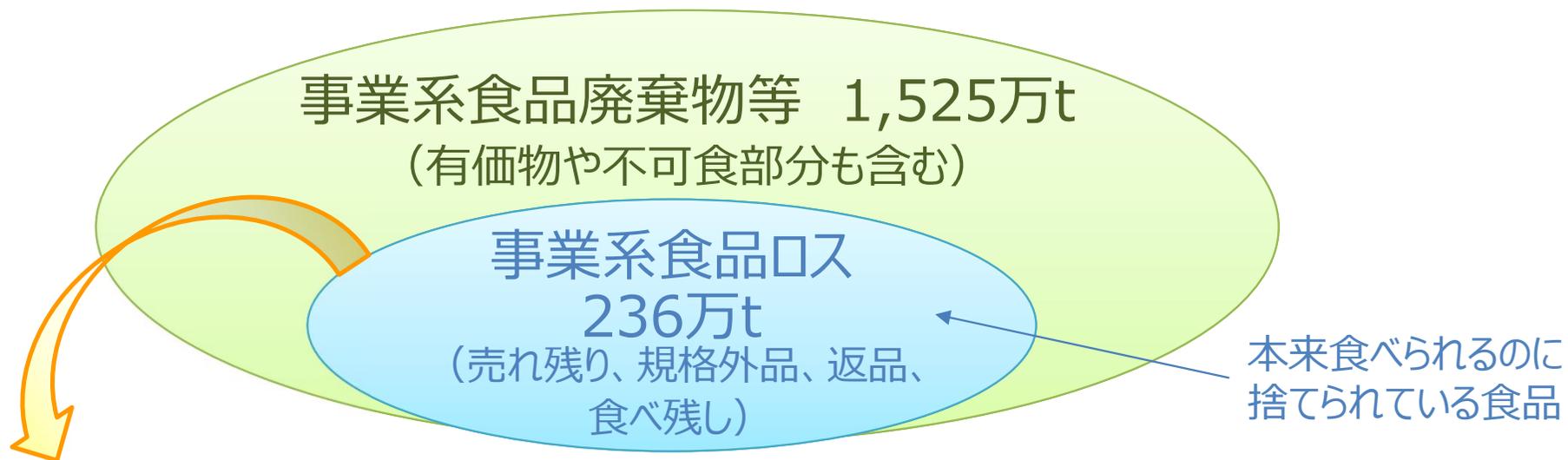
資料：総務省人口推計(2022年10月1日)

事業系の食品廃棄物等と食品ロスの発生量（令和4年度推計）

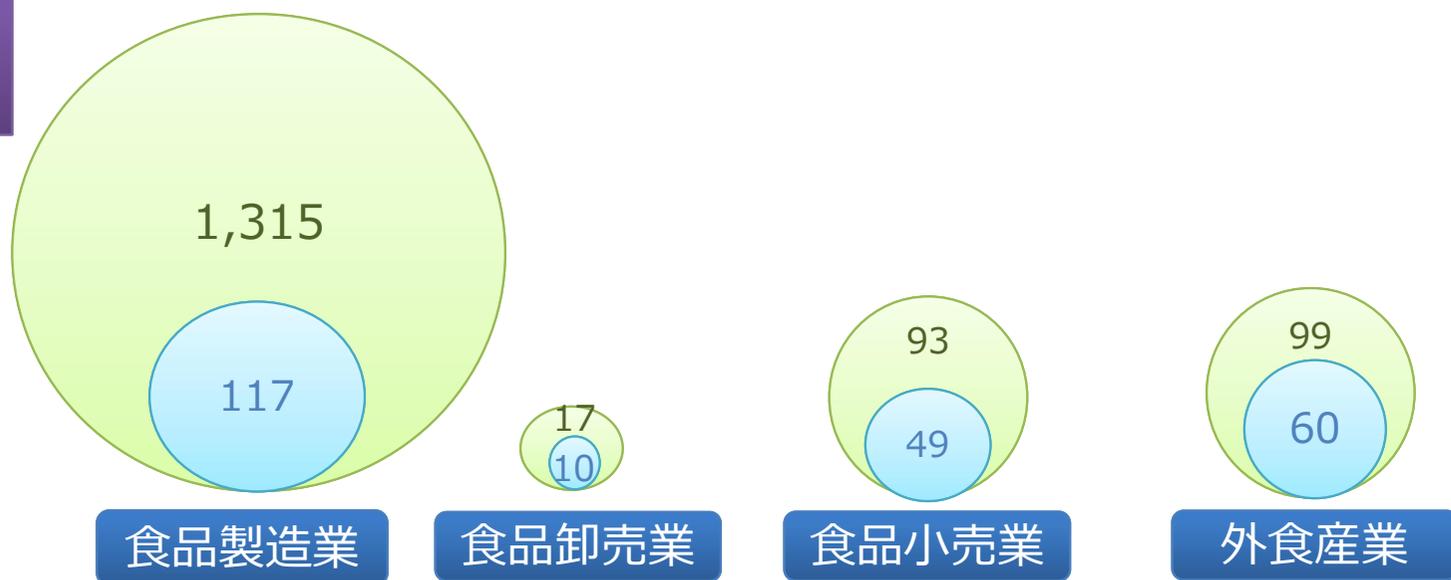


【食品ロス】

国民に供給された食料のうち本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品



発生場所ごとの食品ロス



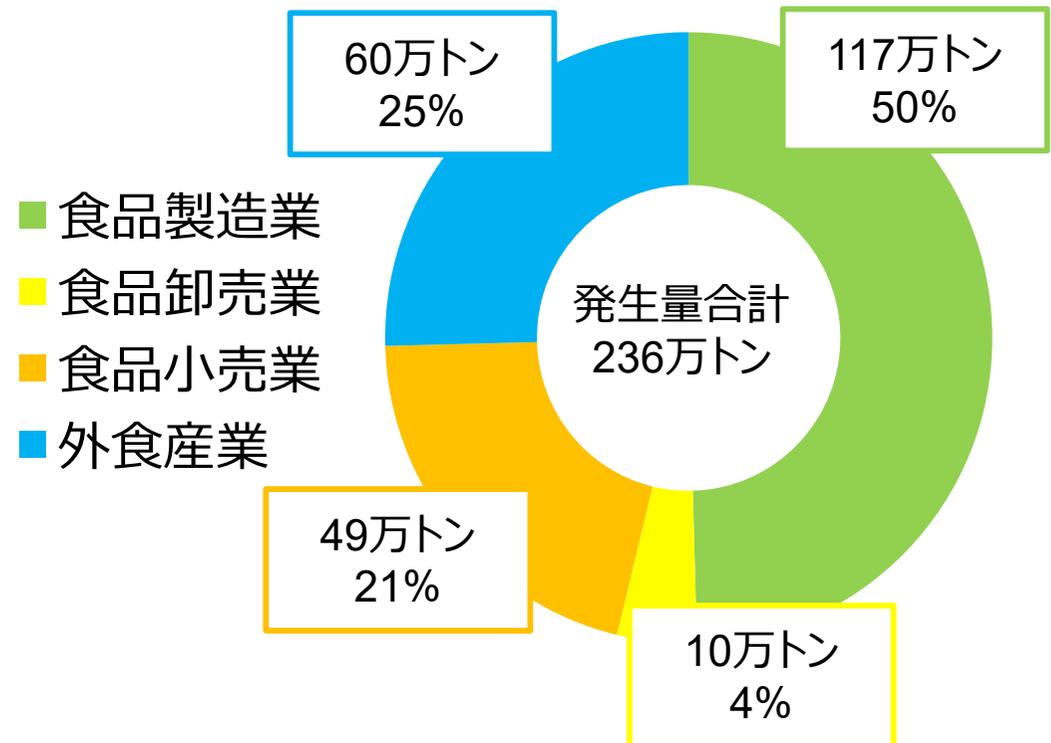
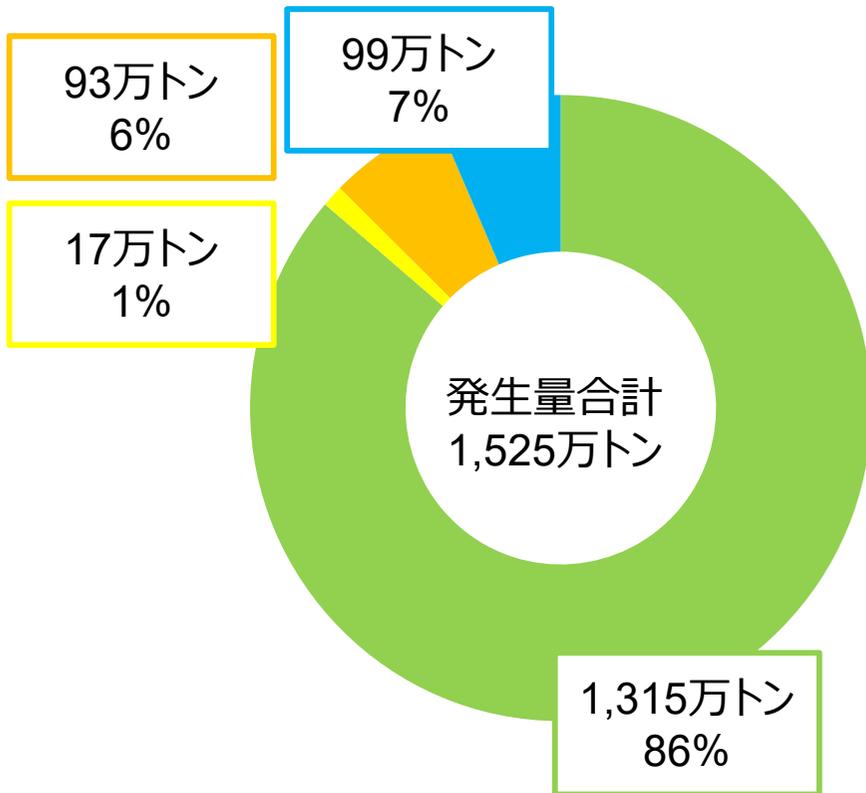
事業系の食品廃棄物等と食品ロスの発生量（令和4年度推計）



- ✓ 食品廃棄物等の発生量は、令和4年度で1,525万トンとなっており、このうち食品製造業が86%を占めている。
- ✓ 可食部の食品廃棄物等の発生量は236万トンとなっており、このうち食品製造業が50%、
 外食産業が25%を占めている。

①事業系食品廃棄物の業種別内訳

②事業系食品ロス（可食部）の業種別内訳



四捨五入の関係で、数字の合計が一致しないことがある。

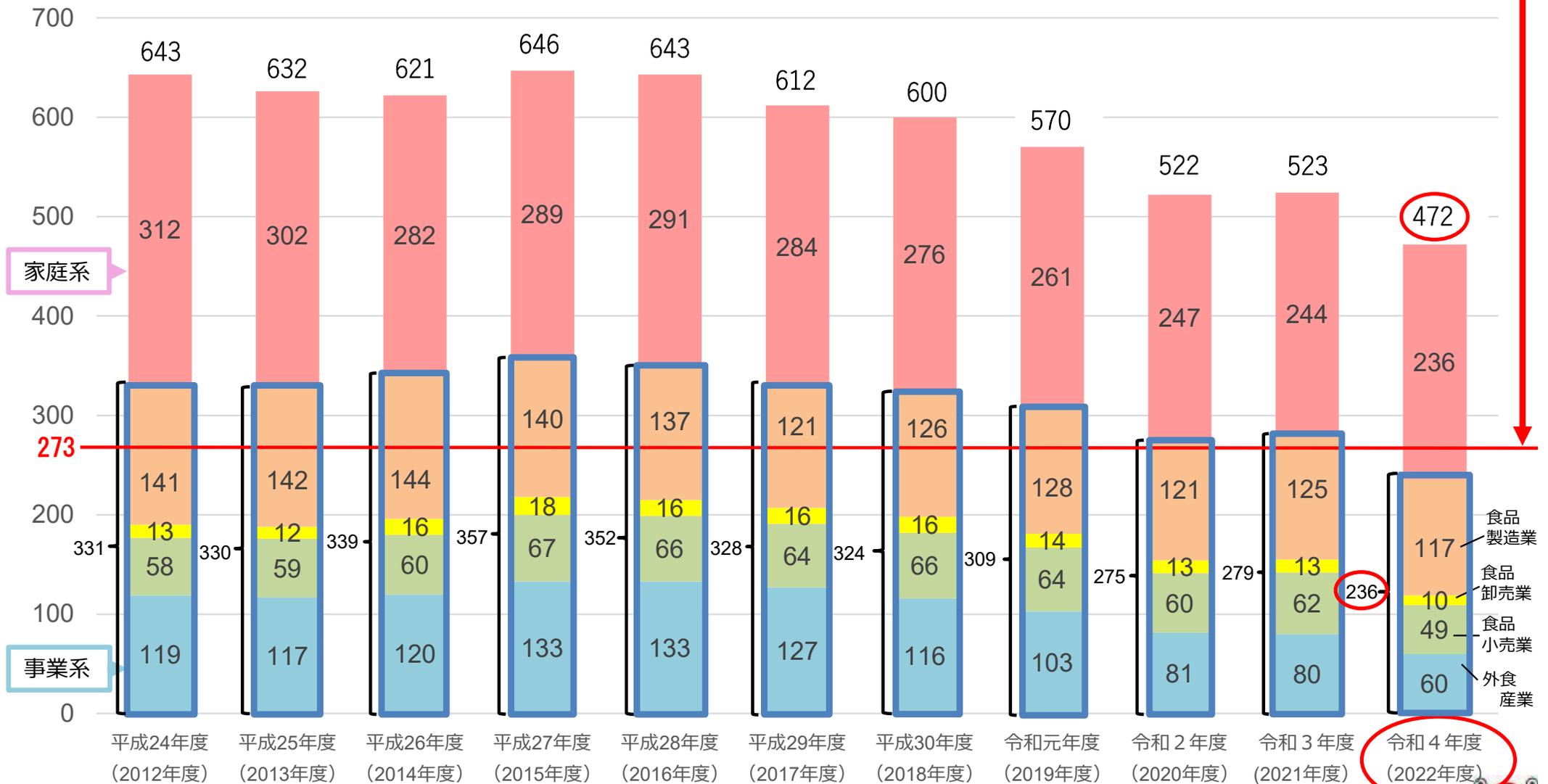
食品ロス量の推移（平成24年度～令和4年度）



令和4年度食品ロス量は472万トン、うち事業系は236万トン。

2030年度事業系食品ロス量
削減目標
(273万トン)

(単位：万トン)



(参考) 食品ロスの推計方法



● 事業系廃棄物由来（農林水産省による推計）

1. 農林水産省が、食品リサイクル法に基づき行っている定期報告及び統計調査の結果により、食品産業全体の食品廃棄物等の年間発生量を試算。
2. 定期報告者へのアンケート調査により得られた食品廃棄物等の可食部割合を、1で試算された食品廃棄物等の年間発生量に乗じることで可食部（食品ロス）の量を推計。

● 家庭系廃棄物由来（環境省による推計）

1. 環境省が毎年、市区町村を対象に行っている食品廃棄物、食品ロスの発生状況のアンケート結果に基づき、家庭から発生する食品ロス量を試算。
2. 食品ロスの発生量を把握していない市区町村については、1の結果を基に算出した食品ロス量の食品廃棄物に対する割合の平均を食品廃棄物量に乗じて食品ロス量を推計。
3. 1と2を合計して食品ロス量を推計。

2 事業系食品ロスの削減に向けた取組

事業系食品ロスの発生要因と対策の方向



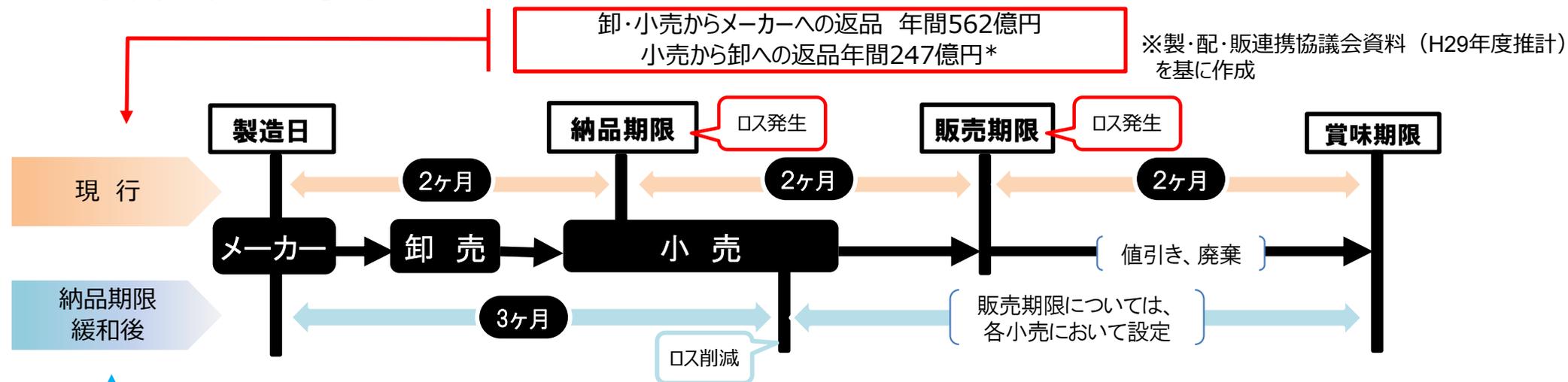
	主な食品ロスの発生要因	対策の方向
食品製造業	<ul style="list-style-type: none"> ○商慣習 ・食品小売業において賞味期間の1/3を超えたものを入荷しない、2/3を超えたものを販売しない ・先に入荷したものより前の賞味期限のものは入荷しない 	<p>商慣習の見直し</p> <p>フードバンクとの連携</p>
食品卸売業		
食品小売業		
	○ 販売機会の損失を恐れた多量の発注	需要に見合った販売の推進
	○ 消費者の賞味期限への理解不足	消費者への啓発
外食産業	○ 消費者の食べ残し	「食べきり」「持ち帰り」の促進

商慣習の見直し

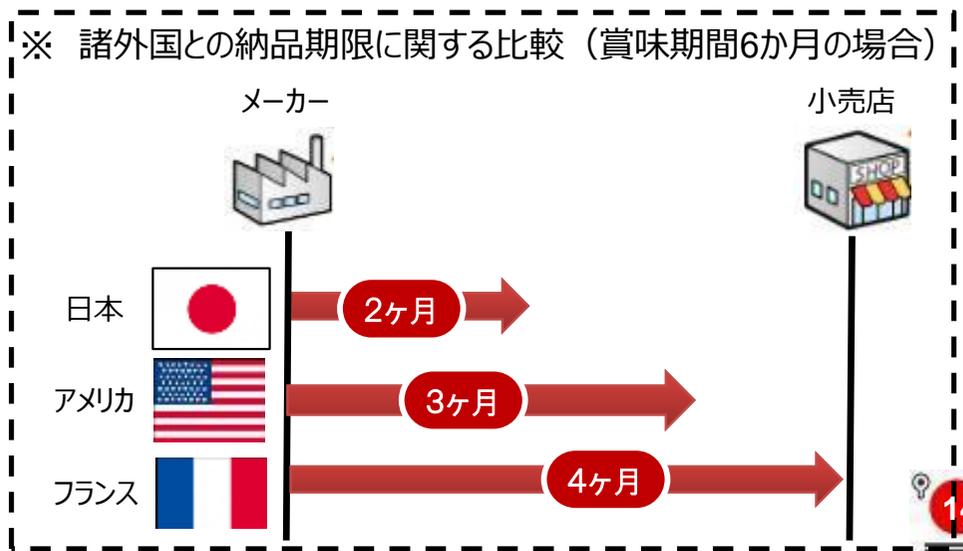
納品期限の緩和（3分の1ルールの見直し）

- ✓ 小売店などが設定するメーカーからの納品期限及び店頭での販売期限は、製造日から賞味期限までの期間を3等分して商慣習として設定される場合（いわゆる3分の1ルール）が多く、食品廃棄発生の一つの要因とされ、フードチェーン全体での取組が必要。

※ 賞味期間6ヶ月の例



メーカー: 返品、未出荷廃棄の変化
 卸 売: 納品期限切れ在庫、返品、廃棄/転送の変化
 小 売: 販売期限切れ在庫の変化



賞味期限の年月表示化



- ✓ 賞味期限が3ヶ月を超える食品については年月表示も可能。
- ✓ 消費者に分かりやすい期限表示となるよう各社で工夫し、日付順に納入される流通段階でのロス発生を防ぐよう商慣習検討ワーキングチームで推奨。(平成24年度～)
- ✓ 年月表示にしたとき、「日」が「切り捨て」となることから、納品期限が厳しいままでは取組困難。

2020.09.14



2020.08

【賞味期限表示の年月表示化の実施状況】

カテゴリー	商品数	大括り化済	今後の予定
清涼飲料	5,747	3,110	42
菓子	5,768	1,915	72
レトルト食品	2,999	488	13
調味料	6,102	259	407
合計	20,616	5,772	534

R5年度流通経済研究所調べ(R5年10月末時点)

【事例1：日本醤油協会】

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ことから、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際、賞味期限が3か月超のものは、原則として年月表示。

【事例2：全国清涼飲料連合会】

平成30年9月に「食品ロス発生抑止・削減に向けた賞味期限の年月表示に関する清涼飲料水自主ガイドライン」を公表し、業界全体としての年月等表示化を推進

【事例3：全日本菓子協会】

賞味期限の延長と年月表示化について、毎年各社の進捗状況を調査しつつ実施を呼びかけ。

【事例4：味の素株式会社】

賞味期間1年以上の家庭用製品のうち、賞味期限の表示を「年月日」から「年月」へ変更する対象品目を平成29年8月より拡大し、併せて賞味期限を延長。



賞味期限の延長



- ✓ 製造過程における食品の品質保持技術の発展によって、賞味期限の見直しが可能。
- ✓ 科学的な知見で再検証を進め、消費者理解を得つつ賞味期限延長に取り組むことを商慣習検討ワーキングチームで推奨 (平成24年度～)。

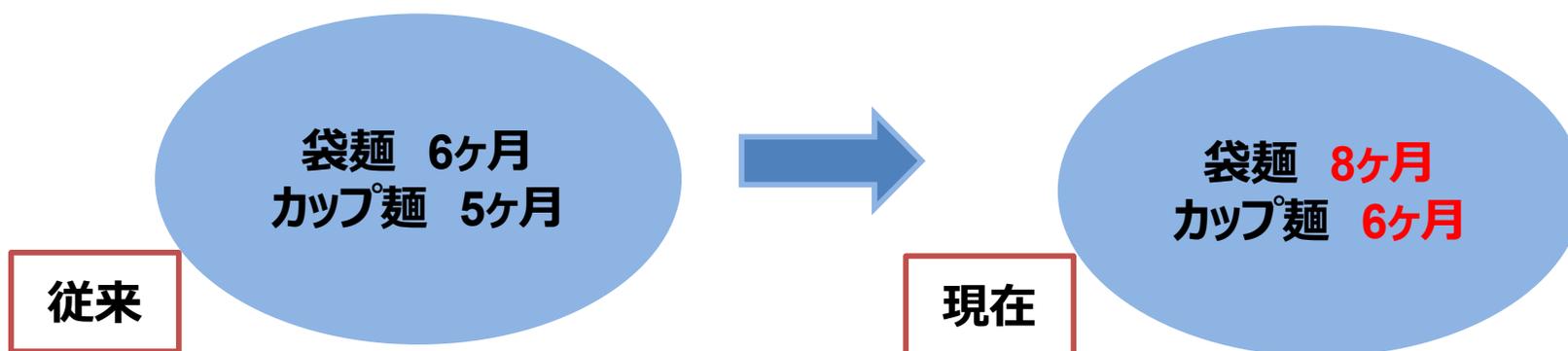
【賞味期限延長の実施状況】

カテゴリー	商品数	過去1年間に延長	今後の予定
清涼飲料	5,747	91	56
菓子	5,768	201	126
レトルト食品	2,999	161	783
調味料	6,102	143	7
合計	20,616	596	972

R5年度流通経済研究所調べ(R5年10月末時点)

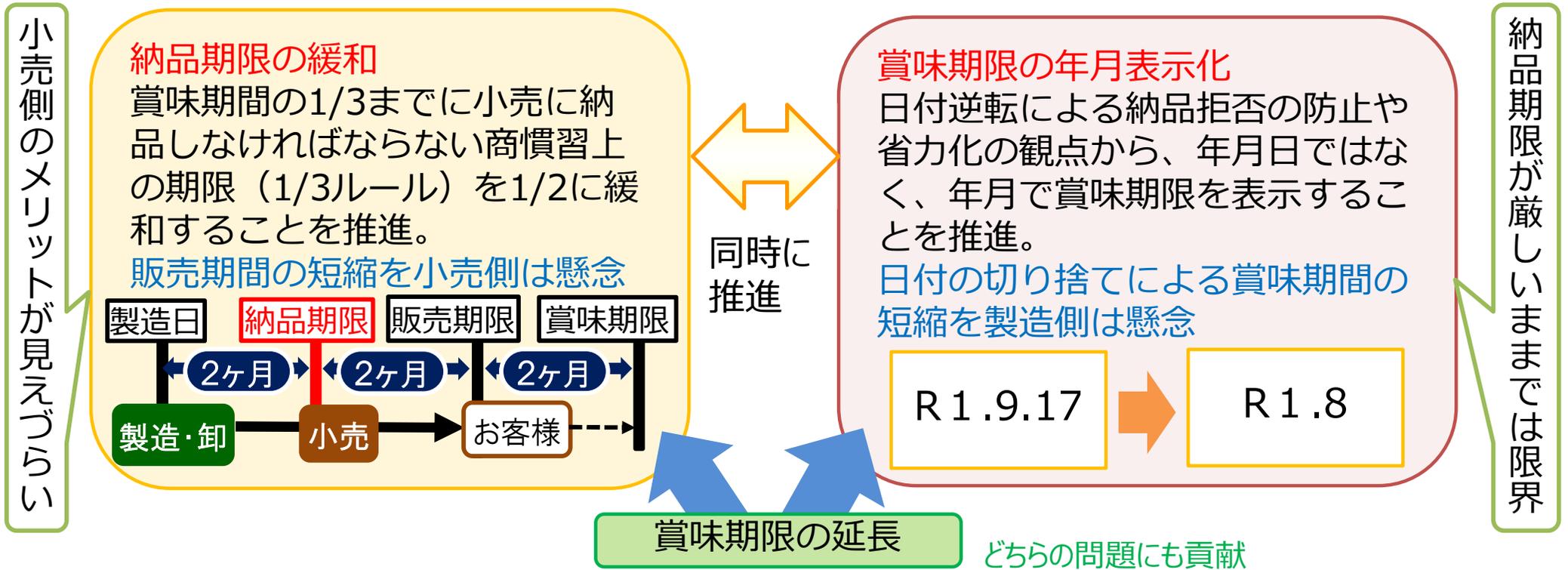
【事例：日本即席食品工業会】

- 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結論を得、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。
- 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。



納品期限の緩和、賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長の三位一体の取組

✓ 常温流通の加工食品は、「納品期限の緩和」「賞味期限の年月表示化」「賞味期限の延長」を三位一体で推進。



	食品製造業	食品卸売業	食品小売業
納品期限緩和	○ (無駄な製造や在庫数量の減少)	-	× (販売期間の短縮)
賞味期限の年月表示化	△ ((+) 在庫管理の効率化) ((-) 賞味期間が最大1ヶ月短縮)	○ (在庫管理の効率化)	○ (品出し業務等の効率化)

全国一斉商慣習見直し運動について（令和2年度～）



- ✓ 10月30日までに全国一斉で商慣習を見直すことを呼びかける運動を実施。

取組内容

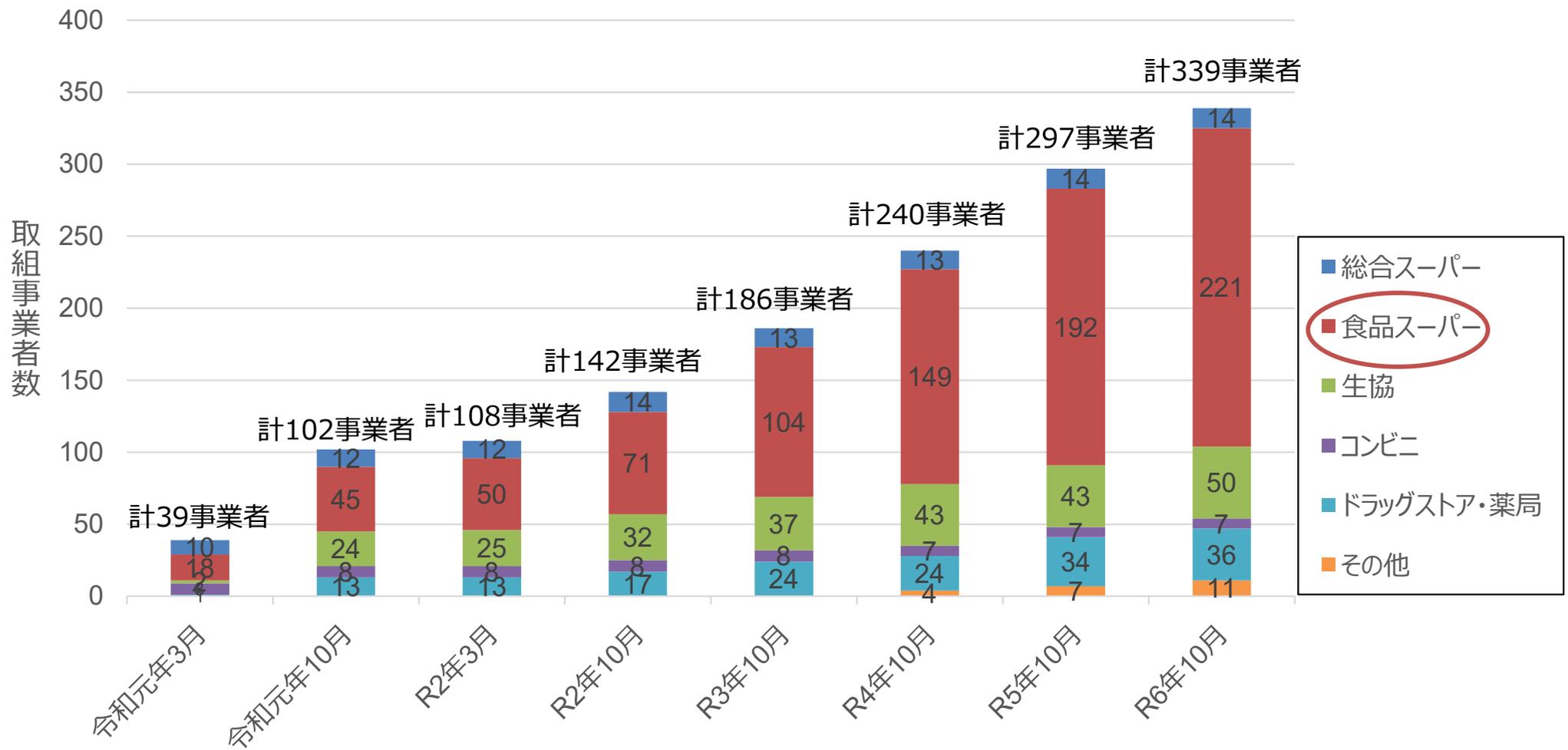
- (1) 10月30日を「全国一斉商慣習見直しの日」とし、以下の取組を実施することを、業界団体等を通じて食品関連事業者呼びかけ。**
※この呼びかけは任意のものであり、サプライチェーンにおける食品ロスの削減という本運動の趣旨に賛同する事業者の方に、自発的に取り組んでいただくものです。
 - (ア) 食品小売業者**
推奨3品目（飲料、賞味期間180日以上菓子、カップ麺。以下同じ。）及びその他の加工食品の**納品期限の緩和**
 - (イ) 食品製造業者**
推奨3品目及びその他の加工食品の**賞味期限表示の大括り化**（年月表示、日まとめ表示）
- (2) 納品期限の緩和、賞味期限表示の大括り化に取り組む企業を募集し、事業者名を公表**
（今後取り組む予定の企業も公表対象）
- (3) 自社の食品ロス削減やリサイクルの取組をPR**
取組内容の分かる**自社ウェブページのアドレス**又は**事例紹介フォーマット**を、農林水産省のウェブページで掲載。

納品期限緩和に取り組む事業者の推移



- ✓ 当初は大手の総合スーパー・コンビニエンスストア中心に取組が進捗。
- ✓ 直近では食品スーパーを中心に取組が拡大し、全体の取組事業者数が増加。

納品期限緩和に取り組む事業者数

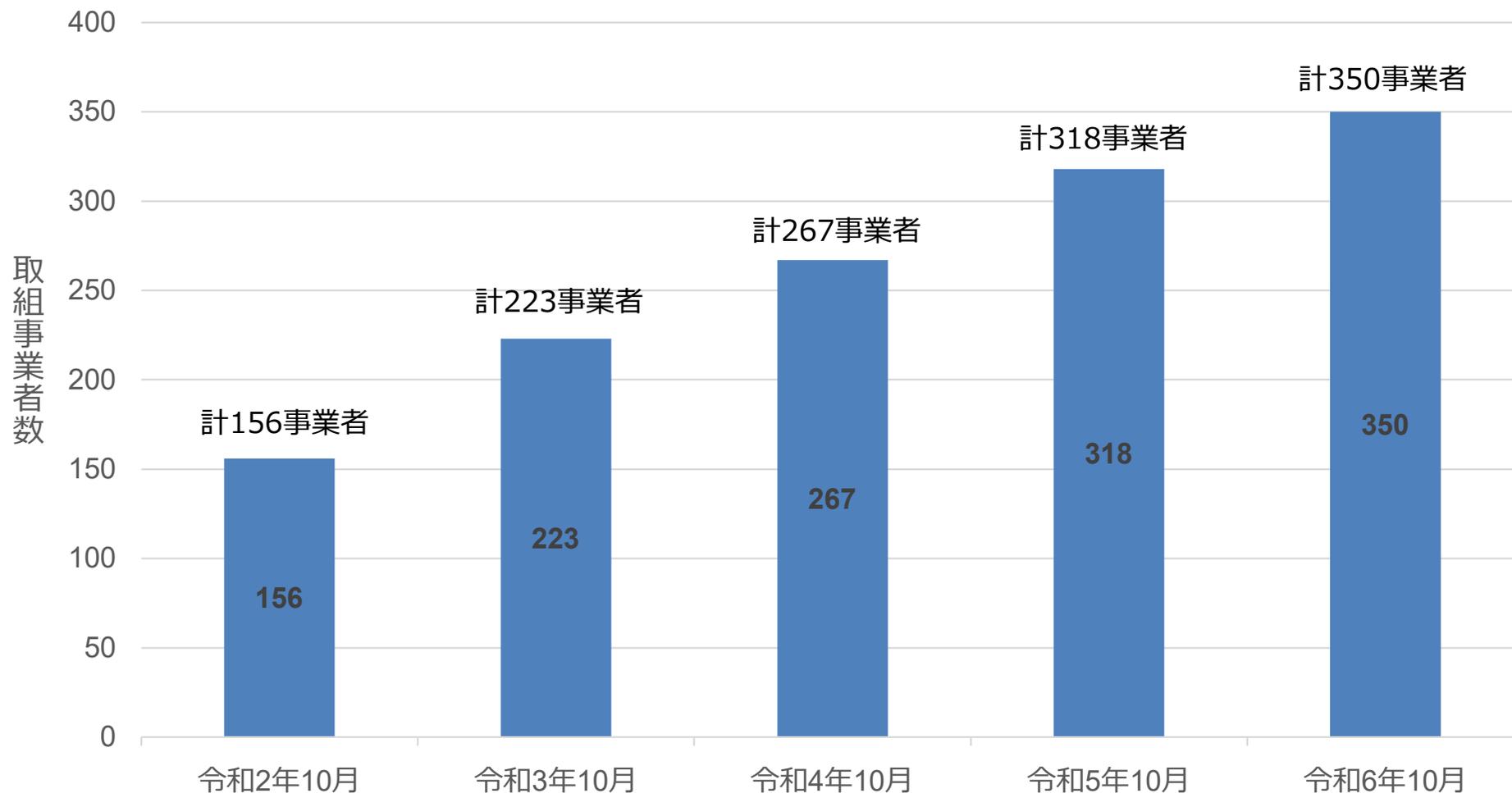


賞味期限表示大括り化に取り組む事業者の推移



- ✓ 調査を開始した令和2年度から、取組事業者数は年々増加。

賞味期限表示大括り化に取り組む事業者数



**需要に見合った販売の推進
消費者への啓発 等**

需要に見合った販売の推進（恵方巻きのロス削減）



- ✓ 2019年1月に、小売業者の団体に対し、恵方巻きの需要に見合った販売を呼びかけ。
- ✓ 製造計画の見直しやサイズ構成の工夫等の取組を行った結果、約9割の小売業者が前年より廃棄率が改善。
- ✓ 2020年より、恵方巻きのロス削減に取り組む小売業者に消費者向け啓発資材を提供し、事業者名を公表
- ✓ (2020年：43事業者→2021年：65事業者→2022年：77事業者→2023年：90事業者→**2024年：99事業者**)
(https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/kisetsusyokuhin.html)

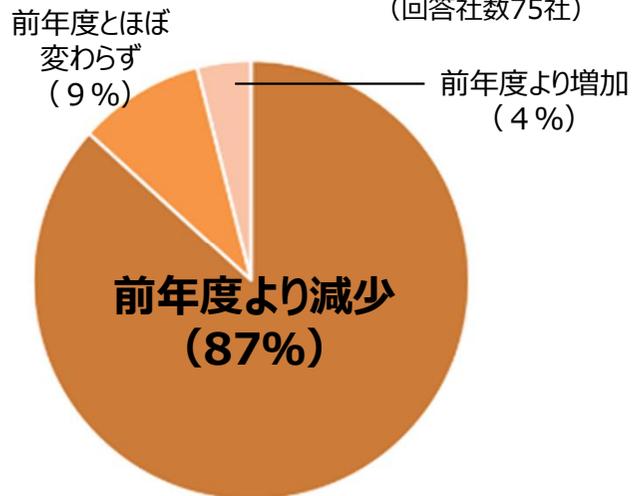
＜小売業者の団体への呼びかけ内容＞

貴重な食料資源の有効活用という観点を踏まえた上で、需要に見合った販売の推進について会員企業への周知をお願い。

＜2019年2月恵方巻きの廃棄の削減状況に係る調査結果＞

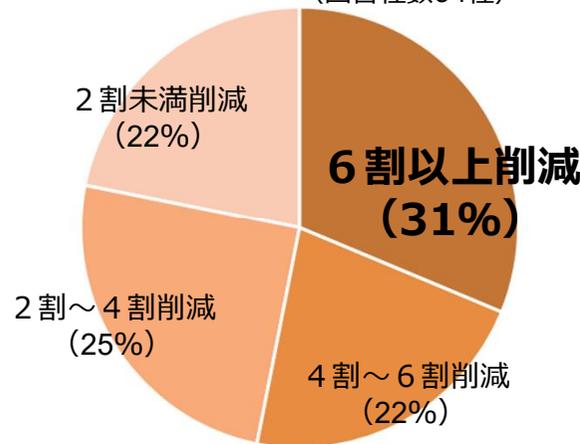
【節分時の廃棄率（金額）の前年比較】

(回答社数75社)



【廃棄率の削減割合】

(回答社数64社)



【小売店の販売の工夫の例】

- ・時間帯別製造計画の策定
- ・売れ行きに応じた店内製造の調節
- ・ハーフサイズの品揃えの増加
- ・予約販売の強化

＜啓発資材の例＞



(調査概要)

事務連絡の発出先である食品小売団体（7団体）に対して調査を依頼し、75社から回答を得た
(調査期間：平成31年2月～4月、回収率：18.8%)

イオン北海道株式会社

(取組エリア:北海道)



令和6年の主な取組内容

- ① ……農林水産省よりご提供いただいたPR資材で、お客さまに対して啓発活動を行います。
- ② ……予約販売を中心に展開します。
- ③ ……前年の廃棄実績をもとに販売数量を計画します。
- ④ ……ハーフサイズの販売も行います。
- ⑤ ……当日の売れ行きによって製造数の調整を行います。



予約販売の取組について

- ・ 当社は、1月1日(月・祝)から1月28日(日)までの期間で、道内の「イオン」「マックスバリュ」「ザ・ビッグ」など126店舗及びインターネットショップ「eショップ」にて、「イオンの恵方巻」のご予約承りを行いました。本年は25品目の予約を承り、ご予約限定商品やインターネットショップ限定の恵方巻きをご用意して予約販売を強化いたしました。

海鮮太巻から節分スイーツまで、バラエティ豊かな商品をご用意しました

1月1日(月・祝)より「恵方巻」ご予約承り開始

インターネットショップ「eショップ」でも

イオン北海道株式会社(以下、当社)は、1月1日(月・祝)より、道内の「イオン」「マックスバリュ」「ザ・ビッグ」など126店舗及びインターネットショップ「eショップ」(以下、eショップ)にて、「イオンの恵方巻」のご予約承りを行います。



2024年2月の節分は5年ぶりに週末にあたることから、家族や友人と集まり、豆まきや恵方巻とともに節分パーティーを楽しむ方が増えると予想されます。また恵方巻市場は年々拡大をしており、恵方に向かって丸ごとかぶりついて縁起を担ぐ本来の食べ方だけではなく、様々な食材が使われた豪華な太巻を食するという楽しみ方が増え、季節イベントとしてのニーズが高まっています。

こうした中、当社は、年に一度の節分をご家族でお楽しみいただきたいとの思いから、北海道産のホタテを使用した海鮮太巻や、毎年ご好評いただいている銀座「鯨よしたけ」監修の恵方巻、恵方巻スイーツなど、バラエティ豊かな商品をご用意しました。また、eショップでは、店頭では販売を行わない太巻セットなど、限定商品もご用意しました。

●啓発POP展開状況



▲農水省廃棄ロス削減 POP 設置



▲店舗で恵方巻予約販売をアピール

●ハーフサイズ販売状況



▲高価格商品は買いやすいハーフサイズ販売



▲節分当日はハーフサイズ規格で販売

●当日の売れ行き状況



▲セットは中巻ハーフを中心に販売



▲3日19時にほぼ完売

消費者への啓発（啓発資材の提供・てまえどり）

- ✓ すぐ食べる場合に商品棚の手前にある商品を選ぶ「てまえどり」は、食品ロス削減の効果が期待
- ✓ 小売事業者と消費者が連動した食品ロスの削減に向けた取組を後押しするため、食品小売事業者に対して、店舗にて、食品ロス削減のための啓発活動を行うことを呼びかけ
- ✓ 毎年10月の食品ロス削減月間に、普及啓発資材等を活用して消費者への啓発活動を実施する小売事業者及び外食事業者、事業者へ食品ロス削減の普及啓発を呼びかける地方自治体を募集し、公表
（令和6年度実績は、55事業者及び43自治体）
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/keihatsu_2024.html

【啓発資材例】

【活用例】

「食べきる」こと、地球に手助け

手前から買うのも立派な貢献

は食品ロス削減に取り組んでいます。

は、食品の廃棄を減らすため、仕入れ条件を緩和し、広く商品を受け入れています。

すぐに食べるなら、手前をえらぶ。

『てまえどり』にご協力ください。

食品ロスゼロをめざして

みんなで目指そう、地球にやさしいお買い物。

消費者庁 農林水産省 環境省

（帯POP）

（どなたでもダウンロード可能です）

3COIN

早くも食品ロス！

買わないでほしいの、

つれてって！

早く食べるなら、手前をえらぶ。

・コンビニエンスストア

てまえどり

てまえどり



＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- ① 10月食品ロス削減月間中は啓発資材「てまえどり」ポスター等を活用して啓発をしています。
- ② 日配品を中心に、ポスター告知してお客さまへアピールしています。
- ③ 長期保存可能な冷凍真空の切り身魚15種類を自社センターで製造加工して販売しています。既に骨取済みです。また、必要な分だけ調理できるので無駄がありません。（上右側の画像。冷凍ケース内商品全てが自社製造の水産加工品です。）
- ④ 2023年9月から毎月5日～11日の間、一部の店舗で持続可能な社会の実現に向けたフードドライブの取組を始めました。

＜従業員の反応＞

- 従業員の食品ロス削減に対する意識の醸成に役立っています。
- てまえどりを推進することで、消費期限の近い商品を購入されるお客様が増える事を期待して取り組んでいきます。

【お問い合わせ先】

株式会社道北アークス 経営企画グループ(0166-47-2818)

飲食店等での「食べきり」「持ち帰り」の促進



外食時のおいしく「食べきり」ガイド

(令和元年5月 消費者庁・農林水産省・環境省)

外食時の「食べきり」促進に向けて、
食べ手（消費者）と作り手（飲食店）
双方の理解や実践を更に進めるために、
消費者、飲食店それぞれの留意事項を
整理し、普及啓発。

3010運動で食べきりを促進していきましょう

宴会などでは乾杯後の“30分”とお開き前の“10分”は、席を立たずに料理を楽しむことにより、食べきりを実践しましょう。

乾杯後とお開き前の時間は、地域特性を踏まえて工夫され、各自治体の運動として展開。

〈食べきり運動の自治体例〉

- ▶ 長野県松本市 3010運動（30分・10分）
2011年開始、3010運動発祥の地
- ▶ 富山県 3015運動（30分・15分）
富山県の最高峰立山の標高3015メートルにちなんだ運動
- ▶ 栃木県 15（いちご）運動（15分・15分）
栃木県特産の「いちご」にちなんだ運動
- ▶ 千葉県君津市 328（みつば）運動（32分・8分）
君津市の花「ミツバツツシ」にちなんだ運動

3010運動の進め方

注文の際、
適量を注文しましょう。

乾杯後30分は、
席を立たず、料理を楽しみ
ましょう。

お開き前10分は、
自分の席に戻って、再度、
料理を楽しみましょう。

飲食店等の食品ロス削減のための好事例集

(令和元年10月 農林水産省・全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会)

飲食店等における食品ロス削減の事例の横展開

〈例〉元気寿司株式会社

回転レーン上の皿を敬遠する顧客が増えている
(大半注文品) ことから、注文を受けた皿を直接客席
に届ける3段重ねの高速レーンを設置した店舗に変更。



Newドギーバッグアイデアコンテスト

(令和2年10月 環境省・農林水産省・消費者庁・ドギーバッグ普及委員会)

食べ残しを持ち帰る行為のネーミング
として、mottECO（モッテコ）を選定。



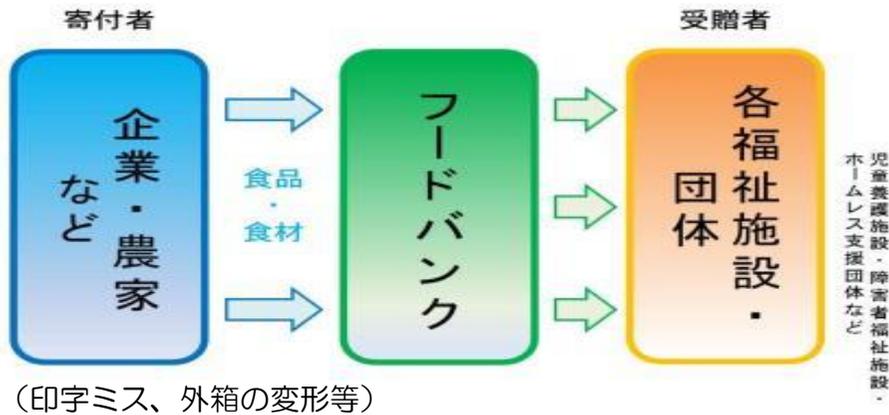
「もっとエコ」
「持って帰ろう」
の意味が込められています

フードバンク活動の推進

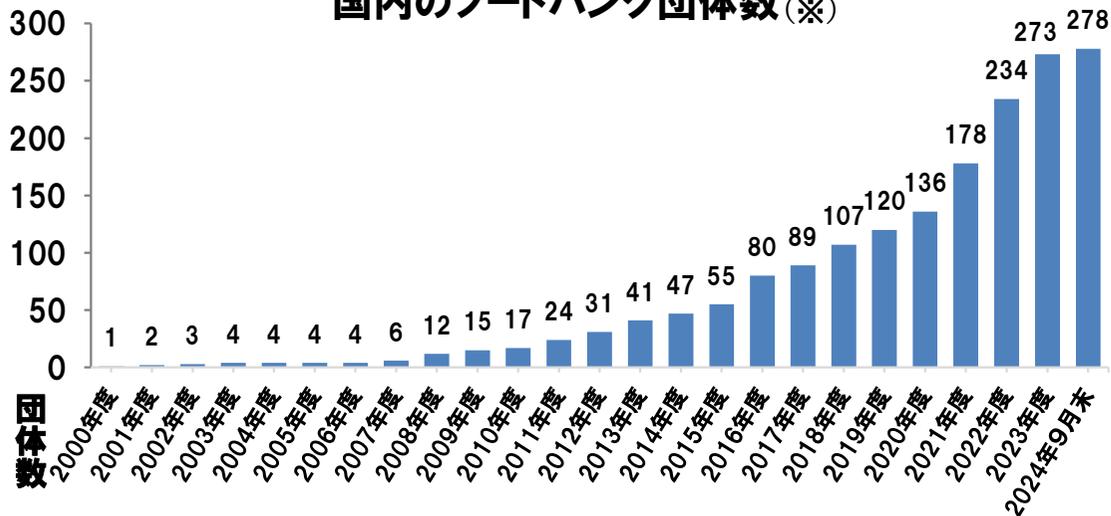
フードバンク活動の推進

- ✓ 生産、流通、消費などの過程で発生する未利用食品を食品企業や農家などからの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。
- ✓ もともと米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。
- ✓ 食品ロスに加え、近年顕在化する食品アクセス問題に対応するため、こども食堂等へ食品の提供を行っているフードバンクの役割の重要性が高まっている。

概要図



国内のフードバンク団体数(※)



※農林水産省のホームページへ掲載希望のあったフードバンク活動団体数

フードバンク活動に対する課題

供給側（食品関連事業者）の意見

- ・食品廃棄物の不正転売を受け、フードバンクから横流や不適切な廃棄をされないか不安。（物品管理をしっかりとってもらわないと供給できない。）
- ・衛生管理の規定を設けていないフードバンクへの提供には不安を感じる。

フードバンク側の意見

- ・組織の運営基盤が弱く、マンパワーが不足。
- ・認知度が低く、利用者・寄付者のマッチングが効率的に行われていない。
- ・生鮮食料品は品質劣化が早く、寄贈が不定期、かつ品目・量にも偏りがあり、寄附先のニーズとのマッチングが難しく、取り扱いにくい。
- ・肉・魚については、保冷車や冷蔵冷凍設備が必要で新たな投資が必要で、寄附先における保存状態の把握も必要でリスクが高い。

資料：公益財団法人流通経済研究所「国内フードバンクの活動実態把握調査」（平成31年度調査）等

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	卸売	小売	外食	家庭
<ul style="list-style-type: none">・ 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	<ul style="list-style-type: none">・ 需要予測精度向上・ 売り切り・ 配送時の汚・破損削減	<ul style="list-style-type: none">・ 需要予測精度向上・ 売り切り・ 小容量販売・ バラ売り	<ul style="list-style-type: none">・ 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）	<ul style="list-style-type: none">・ 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
<ul style="list-style-type: none">・ 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				

食品ロスの実態把握・削減意識共有、もったいない精神



みんなで、できることから、
食品ロス削減に
取り組んでほしいのん！！



ご清聴ありがとうございました

