

3 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



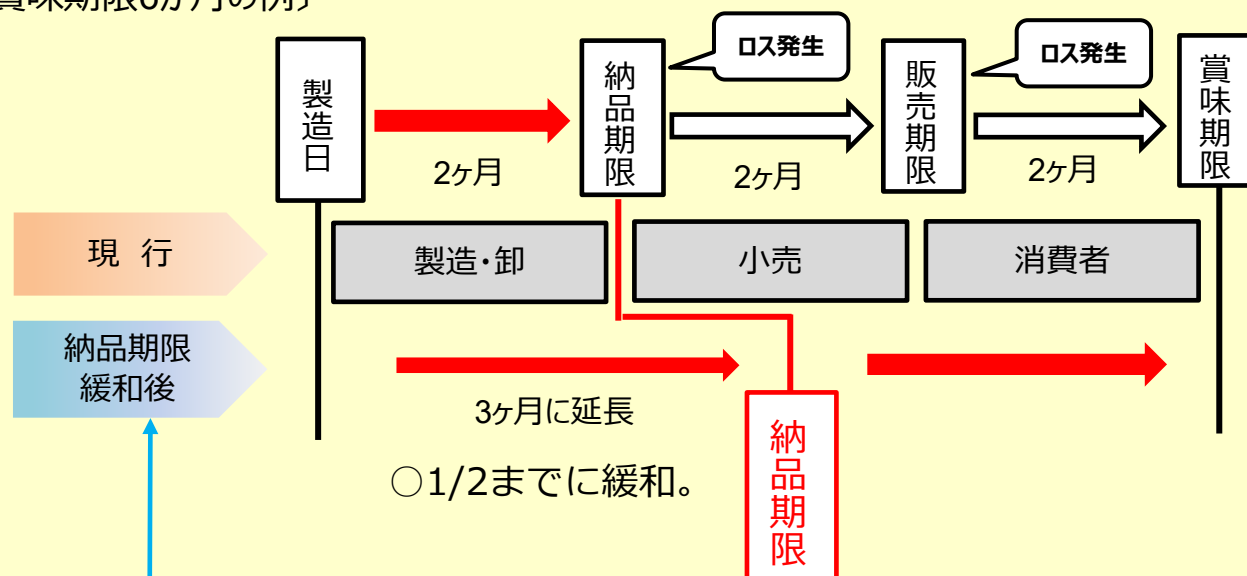
	主な食品ロスの発生要因	対策の方向
食品製造業	○商慣習 ・食品小売業において賞味期間の1/3を超えたものを入荷しない、2/3を超えたものを販売しない ・先に入荷したものより前の賞味期限のものは入荷しない	商慣習の見直し 未利用食品の寄附促進
食品卸売業		
食品小売業		
	○販売機会の損失を恐れた多量の発注	需要に見合った販売の推進
	○消費者の賞味期限への理解不足	消費者への啓発
外食産業	○消費者の食べ残し	「食べきり」「持ち帰り」の促進

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。

〔賞味期限6か月の例〕

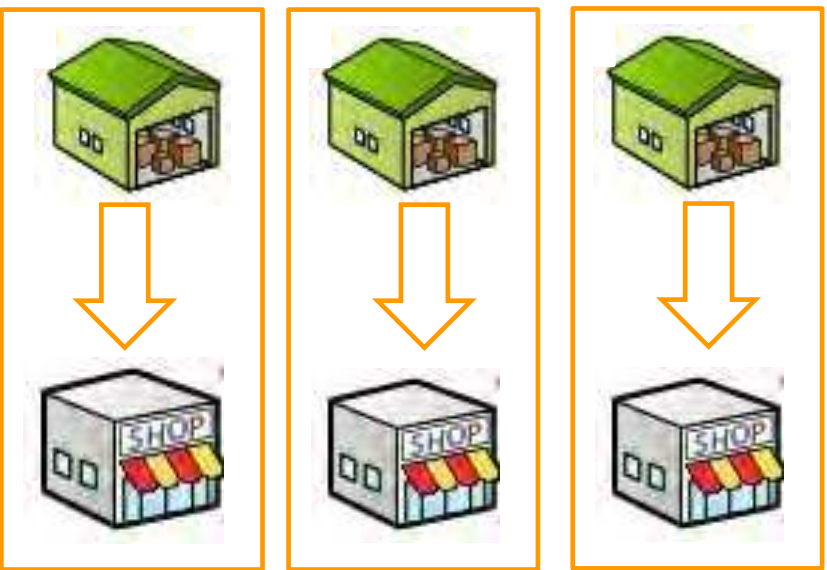


メーカー：返品、未出荷廃棄の変化
卸 売：納品期限切れ在庫、返品、廃棄/転送の変化
小 売：販売期限切れ在庫の変化

納品期限の見直しに関する課題と対応方向①

<中間流通における納品期限の在り方>

専用物流センターの活用



自社ないし専用の物流センターを所有しているため、納品期限のハンドリングは自社判断で対応可能

小売店舗での納品期限緩和に専用物流センターでの納品期限緩和が適切に連動することが必要

汎用物流センターの活用



物流センターを他社と共有しているため、納品期限は他社に合わせる必要

汎用物流センターを活用する地方小売店や食料品スーパーにおける納品期限緩和の取組拡大が必要

汎用物流センターを利用する取引について実証（H30～）

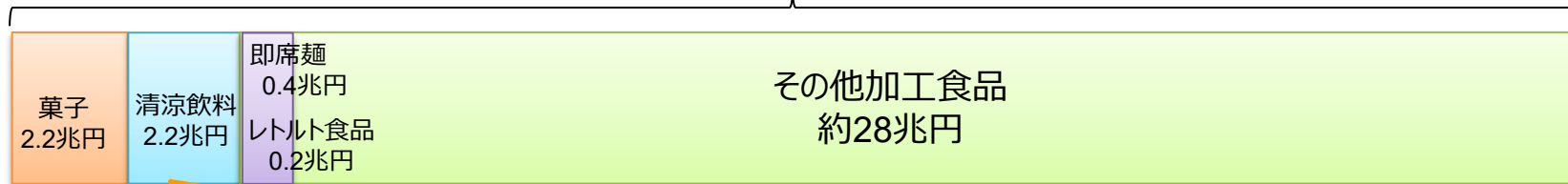


納品期限の見直しに関する課題と対応方向②



<対象品目の拡大>

食料品製造業、飲料製造業 33兆円



※平成28年経済センサス調査より作成



【推奨品目】

飲料
菓子（賞味期間180日以上）
カップ麺



〔家庭で比較的短期間で消費される商品〕



レトルト食品
袋麺
調味料
スープ
缶詰
冷凍食品等

〔加工食品のうち、納品期限を緩和しても店舗での販売や家庭での消費に及ぼす影響が少ない商品へ拡大〕

推奨3品目の納品期限の緩和を基本としつつ、他の品目にも拡大

【取組例】（株）セブン&アイ・ホールディングス「常温加工食品全カテゴリーの納品期限を緩和」
全国のセブン-イレブン、イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークマート店舗への
納品期限緩和の対象商品を、調味料やレトルト食品等、加工食品全体へ順次拡大（2019年7月プレスリリース）

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

【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	4,344	2,334	31
菓子	8,714	3,279	101
レトルト食品	1,271	373	-
調味料	8,329	1,275	64
合計	22,658	7,261	196

R 6 年度流通経済研究所調べ(R 6 年10月末時点)



賞味期限の年月表示化の期待効果



メーカー

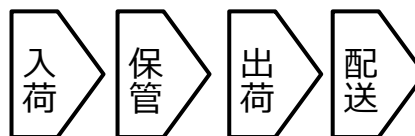


保管スペースの効率化
ピッキングの効率化
転送・持ち帰りの減少
積載効率向上



保管料	2.7%減
パレット枚数	3.2%減
出庫作業	3.0%減
拠点間転送	1.9%減
処分販売	7.9%減
売上経費率	0.036% 減

卸売業

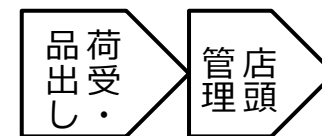


ピッキングの効率化
保管スペースの効率化
期限確認業務の軽減
検品・荷卸しの効率化
日付逆転の減少



(SM専用センター)
入荷業務省力化429円/出荷1億円
商品補充効率化831円/出荷1億円
棚卸し 581円/月
日付逆転によるトラック待機改善
980 円/出荷1億円

小売業



品出し作業の効率化
期限確認業務の軽減



賞味期限が年月表示化されると、
在庫商品と入荷商品が同一賞味
期限である場合が多くなり、商
品補充時の作業が軽減
作業時間の軽減効果
約 10 %程度

*流通経済研究所による試算結果

資料：製・配・販連携協議会 第2 WG報告 2014年7月

納品期限の見直しに関する課題と対応方向



納品期限見直しに関する小売業の意見



卸や小売側のメリットが見えない

商品管理における省力化（賞味期限の年月表示化）

[メリット]

- ・先入れ先出しルールによるロスの回避
- ・流通や小売における能率向上（保管、運搬効率の改善、管理コスト削減、販売期限切れのチェック業務省力化）

[デメリット]

- ・「日」の切り捨てにより賞味期間が最大1ヶ月短縮

年月日表示
(2020. 6.17)



年月表示
(2020年05月)

※先入れ先出しルールとは、仕入れた賞味期限以前の賞味期限の商品は仕入れないルール。

例：賞味期限の年月日表示では、賞味期限が「2020.6.17」であれば、「2020.6.16」以前の商品が仕入れ対象とはならないが、賞味期限の年月日表示を年月表示にすることによって、仕入れ済み商品より賞味期限が前の商品の仕入れ拒否に伴う流通廃棄を削減できる。

メーカーにおける賞味期限の延長と年月表示化、
卸売・小売業における納品期限の見直しを併せて推進

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	4,344	145	47
菓子	8,714	537	159
レトルト食品	1,271	34	2
調味料	8,329	180	129
合計	22,658	896	337

R6年度流通経済研究所調べ(R6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。

従来

袋麺 6ヶ月
カップ麺 5ヶ月



現在

袋麺 8ヶ月
カップ麺 6ヶ月



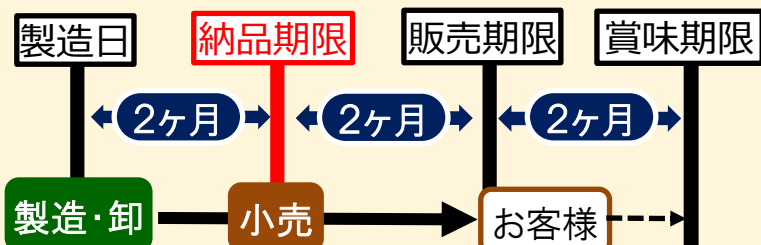
納品期限の緩和、賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長の三位一体の取組

- ✓ 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。

納品期限の緩和

賞味期間の1/3までに小売に納品しなければならない商慣習上の期限（1/3ルール）を1/2に緩和することを推進。

販売期間の短縮を小売側は懸念



小売り側のメリットが見えづらい

賞味期限の年月表示化

日付逆転による納品拒否の防止や省力化の観点から、年月日ではなく、年月で賞味期限を表示することを推進。

日付の切り捨てによる賞味期間の短縮を製造側は懸念

R 1.9.17

R 1.8

同時に
推進

納品期限が厳しいままでは限界

賞味期限の延長

どちらの問題にも貢献

食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会（趣旨・目的）



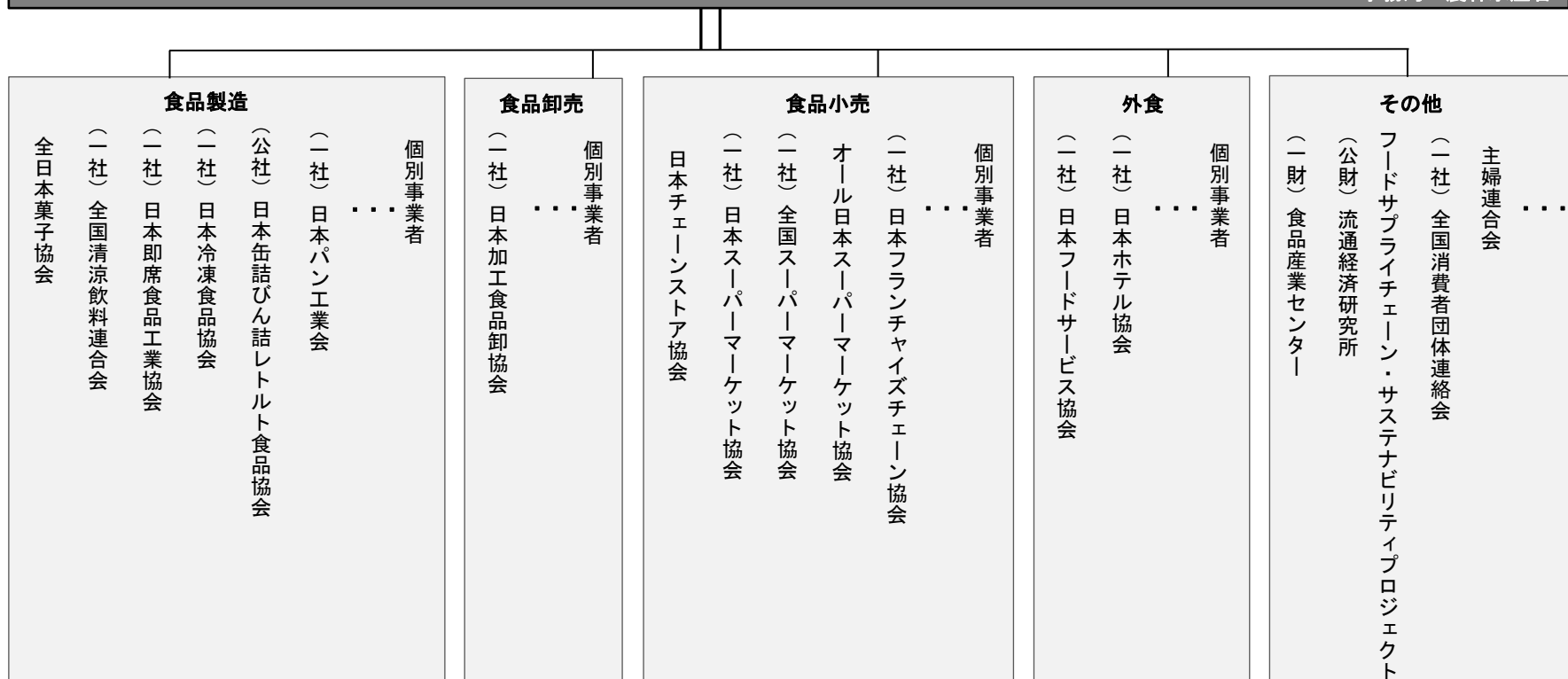
- ✓ 納品期限（3分の1ルール）等の商慣習の見直しに向けて、2023年10月に情報連絡会を設置し、これまで5回開催。

開催の目的

- 食品廃棄物等の発生抑制、食品ロス削減を効果的に進めるためには、**食品業界・消費者・行政で協調し、取り組むことが必須。**
- 取組を進める上での**課題やその解決策等を相互に共有・発信する場を創出し、国民運動として食品ロス削減の更なる推進を図る。**

食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会

事務局：農林水産省



オブザーバー：消費者庁、環境省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、地方農政局等

※

※フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト（FSP）

（一社）日本課加工食品卸協会、小売3団体（（一社）日本スーパーマーケット協会、（一社）全国スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会）、

食品物流未来推進会議（SBM）：味の素（株）、カゴメ（株）、キッコーマン食品（株）、キュービー（株）、日清オイリオグループ（株）、（株）日清製粉ウェルナ、ハウス食品グループ（株）、（株）Mizkan

商慣習検討ワーキングチーム

- ✓ 過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、フードチェーン全体で解決する必要。
- ✓ このため、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」を設置し、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

食品製造業
(14社・団体)

食品卸売業
(4社)

食品小売業
(8社・団体)

H24年度	・加工食品の返品・廃棄に関する調査
H25	・納品期限見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクト（飲料・賞味期間180日以上菓子）
H26	・納品期限緩和の実施 ・日配品の廃棄・余剰生産に関する調査 ・「もったいないキャンペーン」の実施
H27	・納品期限緩和の拡大、納品期限緩和リスク分析 ・日配品における食品ロス削減の取組事例の共有 ・「活動総括」のとりまとめ
H28	・取組状況の把握や効果等の分析、優良事例紹介等による普及
H29	・加工食品の納品期限を緩和する対象品目、企業の拡大 ・賞味期限年月表示化等の具体的効果の検証 ・消費者への理解促進につながる広報資料の作成
H30	・加工食品の納品期限を緩和する対象品目の拡大 ・地方小売店における納品期限緩和の実証 ・日配品ロス削減に向けた発注精度向上、製配販連携のあり方の検討
H31	・加工食品の納品期限緩和企業の拡大（地方小売店等） ・日配品の適正発注の推進に向けた調査・分析
R 2	・加工食品の納品期限緩和におけるリスク分析（大手・中堅SMで実施） ・加工食品の納品期限緩和の地域別の取組状況を調査 ・AIを活用した需要予測精度向上による食品ロス削減の可能性検討
R3	・加工食品の納品期限緩和の地域別の取組状況を調査（前年度と比較） ・加工食品の納品期限緩和に関する進捗や課題に関する実態調査 ・日配品の欠品・店舗納品条件等に関する実態調査
R4	・賞味期限を延長している企業を調査・公表（新規） ・安全係数を80%以上に設定している企業を調査・公表（新規）
R5	・加工食品及び日配品の商慣習見直し等の取組状況調査 ・加工食品の納品期限緩和におけるリスク分析（ローカルSM等で実施） ・日配品の需要予測精度に関する机上実証、取り組み事例の整理
R6	・加工食品及び日配品の商慣習見直し等の取組状況調査 ・加工食品及び日配品の納品期限緩和の効果検証 ・日配品の需要予測精度向上と前々日発注化実証実験

※納品期限緩和・年月表示化の実態調査は毎年度実施

期限内食品ロス最小化対策の強化に関する大臣メッセージ



食品製造流通事業者の皆様へ

期限内食品はすべて消費者へ

食品原材料価格が高騰する中、コストの削減と値上げ幅の緩和を図っていくためには、期限内食品を消費者に売り切っていくこと、またあわせて、それでも発生する期限内食品を生活困窮者に寄附していくことが社会全体で強く求められています。これらはいずれも食品ロスの削減にも貢献するものであります。

これを進めるためには、「期限内食品はすべて消費者に届ける」との思いの下、川上から川下までの関係者が、共に取り組んでいくことが不可欠です。社会経済環境が厳しい中、食品の安定供給を担う農林水産大臣として、改めて、納品期限の緩和をはじめとする以下の取組を徹底し、また、拡大していただくようお願い申し上げます。

(食品小売・卸売事業者の皆様へ)

- ① 納品業者に対して厳しい納品期限を求めていますか。
未だに3分の1ルールをとっている場合は直ぐに緩和してください。

(食品製造事業者の皆様へ)

- ② 賞味期限の安全係数を過度に低く設定していませんか。
安全係数は0.8以上を目安としてください。
- ③ 賞味期限が3カ月を超えるものを「年月日」の表示にいませんか。「年月」の大括り表示にしてください。

(全ての食品製造流通事業者の皆様へ)

- ④ 期限内であるにもかかわらず消費者への販売に至らない食品は、フードバンクや子ども食堂に寄附してください。提供に要する費用は損金算入もできます。
- ⑤ 有価証券報告書・統合報告書において、フードバンクへの寄附等食品ロス削減に関するそれぞれの取組を世の中に向けて発信してください。

令和4年9月29日
農林水産大臣 野村哲郎

事例：全国味噌工業協同組合連合会の取組



みそ製造業者がみその品質や安全性向上を確保しつつ、賞味期限延長に積極的に取り組むこと、また、消費者には、みそは保存性に優れ変化を楽しめる食品であることを伝え、家庭内における食品ロス削減にも資することを目指し、みその賞味期限表示に関するガイドラインを改訂（平成30年2月）。

【ガイドライン改訂前】

みその賞味期限のガイドラインでは、3か月から12か月を目安に設定するとされていたが、大半の味噌製造事業者は6か月で期限設定し、年月日表示を行っているのが実情であった。



【ガイドライン改訂後】

みそは安全に食する期間が長い食品であること、味噌の発酵は製品の状態でも進行することに視点を当て、今迄の科学的な試験結果を再検討し、賞味期限を原則12か月とした。

また、賞味期限が3ヶ月を超える場合は年月表示が望ましいとした。

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**に呼びかけ。

※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**

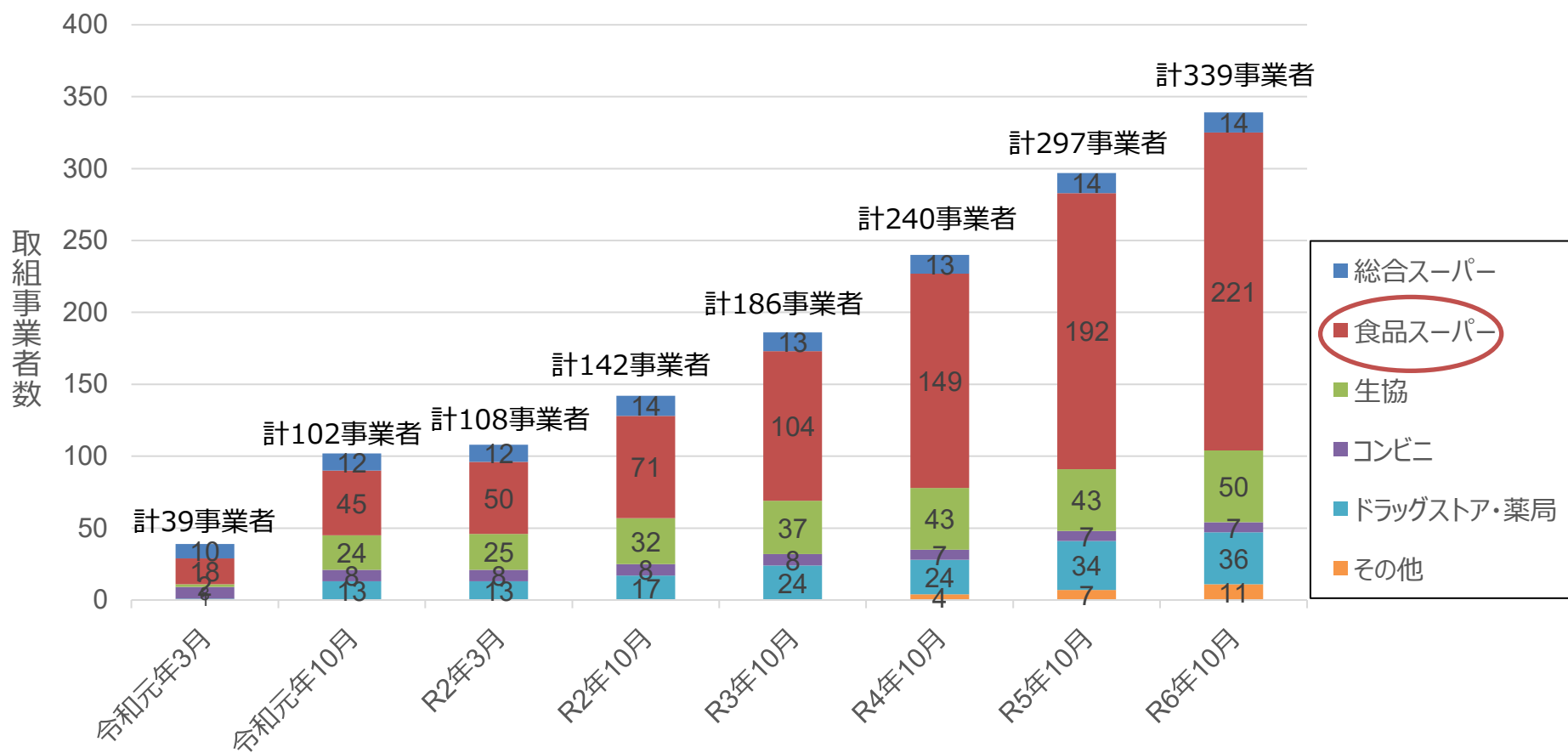
取組内容の分かる**自社ウェブページのアドレス**又は**事例紹介フォーマット**を、農林水産省のウェブページで掲載。

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

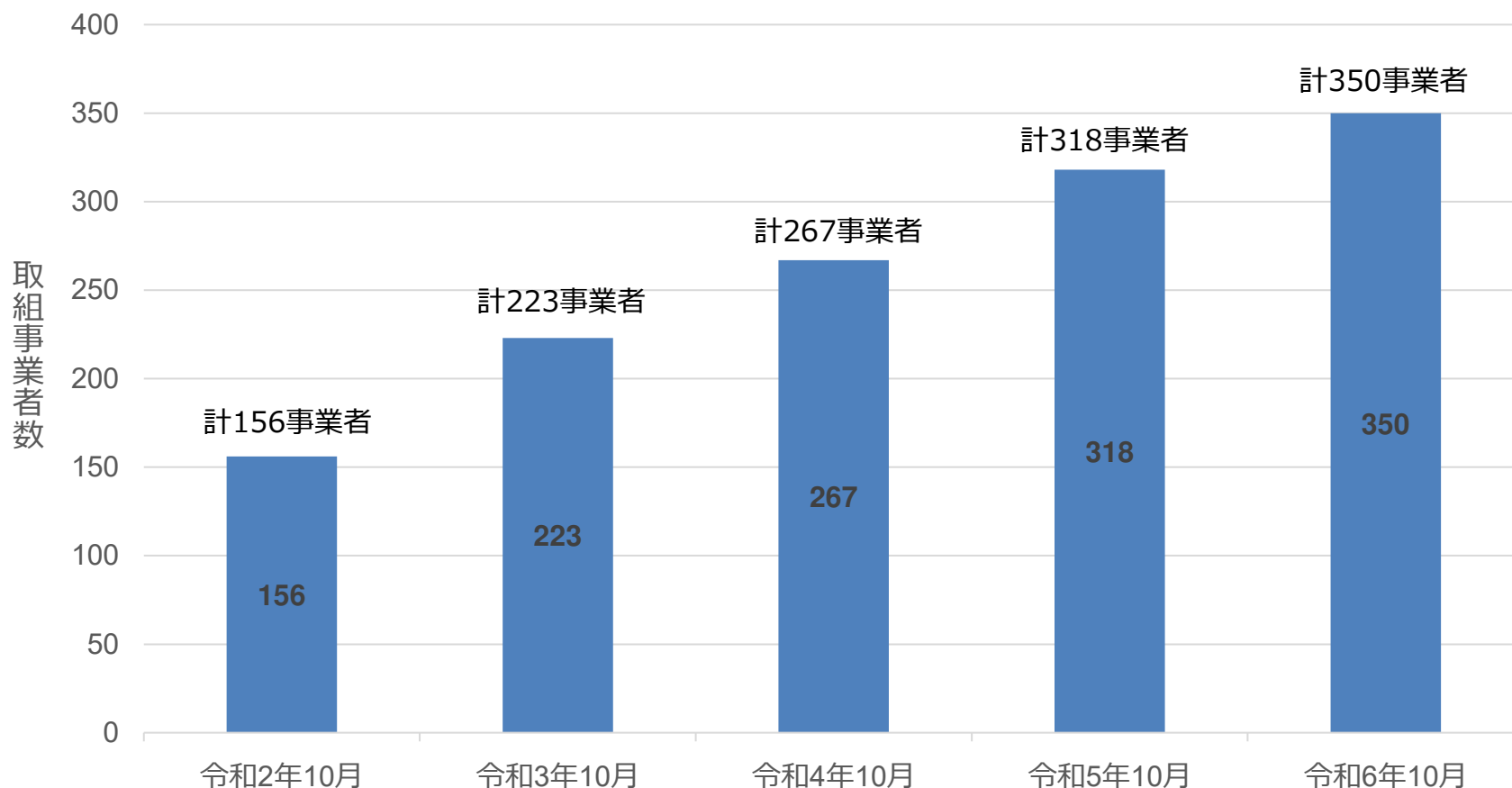


賞味期限表示大括り化に取り組む事業者の推移



- ✓ 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

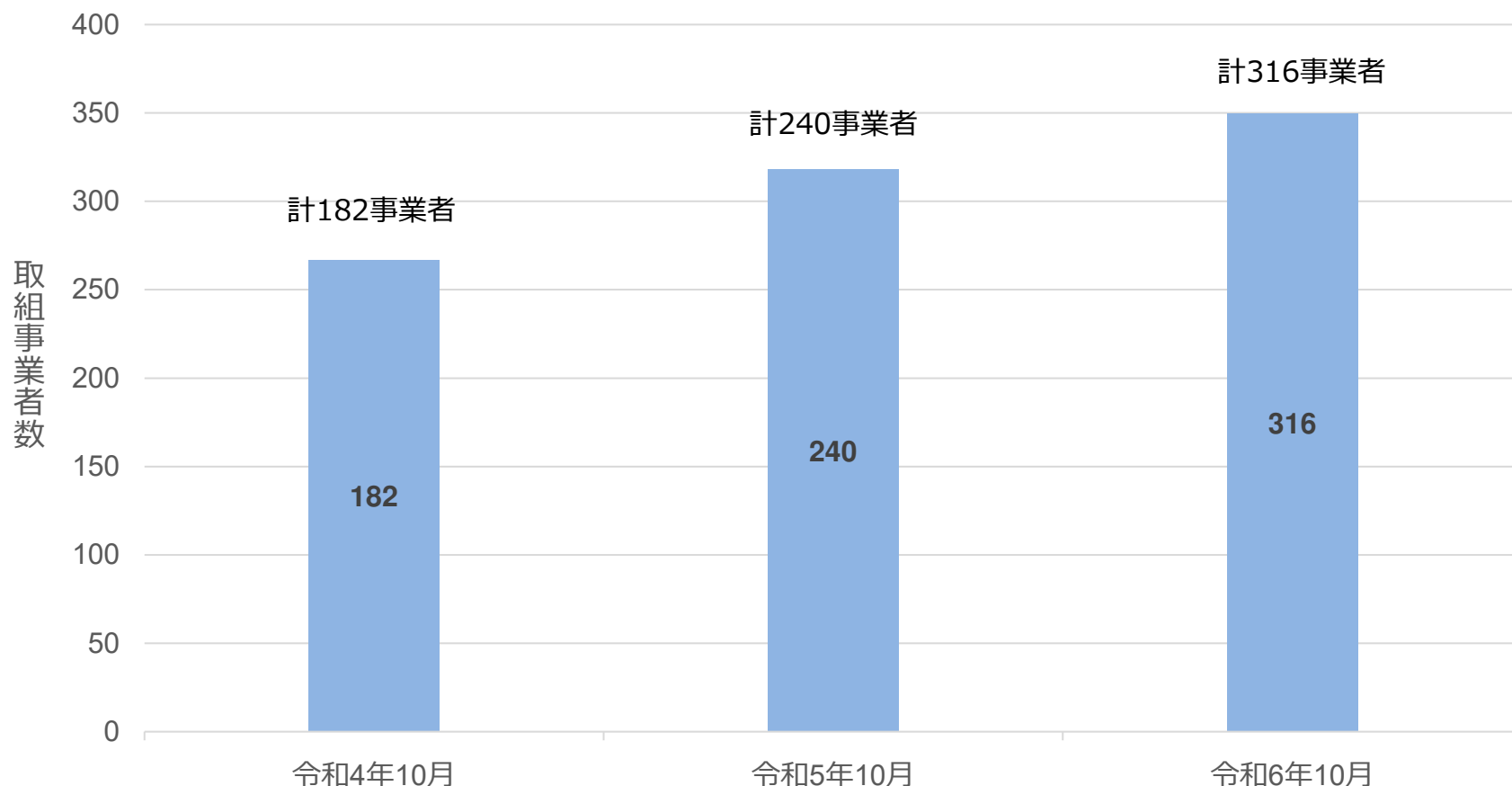


賞味期限延長に取り組む事業者の推移



- ✓ 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。

賞味期限延長実施企業数の推移



未利用食品の寄附促進



食品寄附ガイドライン～食品寄附の信頼性向上に向けて～

(令和6年12月 食品寄附等に関する官民協議会)

食品ロス削減の有効な施策の一つである未利用食品等を食品寄附に有効活用することについて、**食品寄附に関わる各主体が一定の管理責任を果たすことができるようにするために遵守すべき基準や留意事項**を取りまとめることにより、食品寄附の社会的信頼性を向上させ、もって食品寄附の促進を図ることを目的としたガイドラインを策定。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/conference/assets/consumer_education_cms201_241225_01.pdf

食品ロス削減緊急対策事業のうち未利用食品の供給体制構築緊急支援

(令和6年度補正予算) 【130百万円】

食品企業による未利用食品の寄附促進につながるよう、**提供可能な食品やそのニーズに係る情報を共有・コーディネート**し、食品企業が**物流事業者等と連携して食品の提供をワンストップで行うことが可能となる体制の検討・実証**を支援します。

フードバンクへの食品提供・寄附にかかる税制上の取扱いについて



食品提供にかかる税制上の取扱い

- ✓ フードバンクへの食品の提供が、企業等の商品廃棄として行われるものであれば、その提供に要する費用を、提供時の損金の額に算入可能。
- ✓ 広告宣伝のために食品を提供する場合には、その提供に要する費用は広告宣伝費として損金の額に算入可能。
- ✓ 提供に要する費用とは「提供した食品の帳簿額」を指し、食品の引取費用（配送費等）を企業が負担している場合は、これらの費用も含む。

※企業の社内ルール等に基づいた商品廃棄処理の一環で行われる取引であること。

※企業とフードバンクとの合意書に、提供した食品の転売等の禁止や、その食品の取扱いに関する情報の記録及び保存、結果報告のルールを定めており、提供した食品が目的外に使用されないことが担保されていること。

※企業が提供した食品の内容や提供量が分かる受取書等をフードバンクから受領する必要がある。

寄附にかかる税制上の取扱い

- ✓ 法人がフードバンクに支出した寄附金については、一般の寄附金として一定の限度額までが損金に算入可能。
- ✓ 認定NPO法人等などの特定のフードバンクに対する寄附金については、一般の寄附金とは別枠で損金算入限度額が設定される税制上の優遇措置あり。

フードバンクへの食品提供・寄附に係る税制上の取扱いについて（農林水産省ホームページ）

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



**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事業者へ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→**2025年：100事業者**)
(https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/kisetsusyokuhin.html)

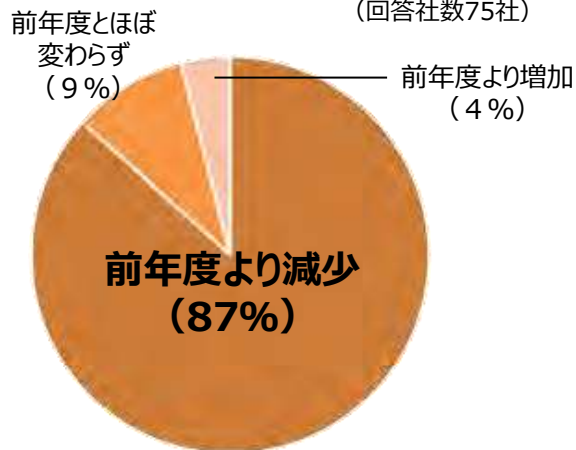
＜小売業者の団体への呼びかけ内容＞

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＞

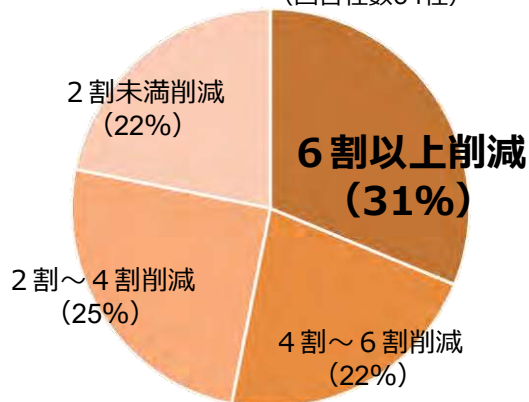
【節分時の廃棄率（金額）の前年比較】

(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%)

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】



(帯POP)



(どなたでもダウンロード可能です)



【活用例】



・コンビニエンスストア



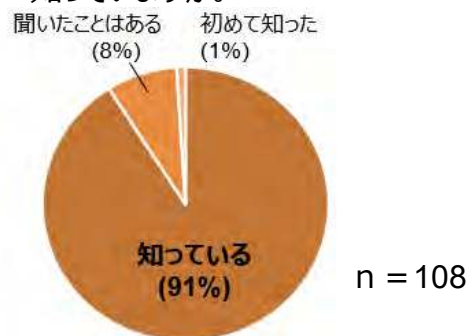
(参考) 第8回食品ロス全国大会in群馬 アンケート調査

✓ 第8回食品ロス全国大会において、出展ブース来場者に対してアンケート調査を実施。

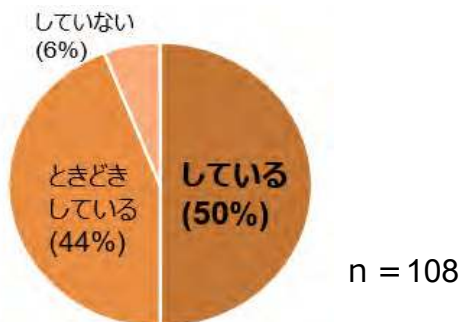
【調査対象】令和6年10月30日・農林水産省出展ブース 来場者（事業者、自治体、消費者等）108名※フリー回答のため合計値に誤差あり
＜調査結果＞

賞味期限・消費期限、てまえどりについて

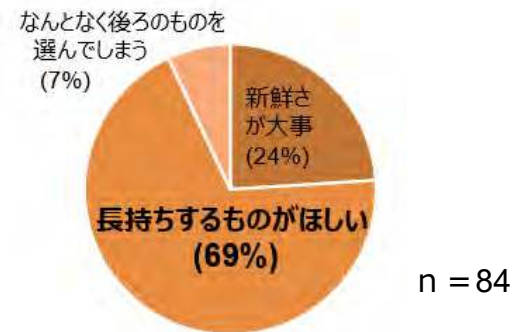
【Q1】賞味期限・消費期限の意味を知っていますか。



【Q2】てまえどりを実践していますか。

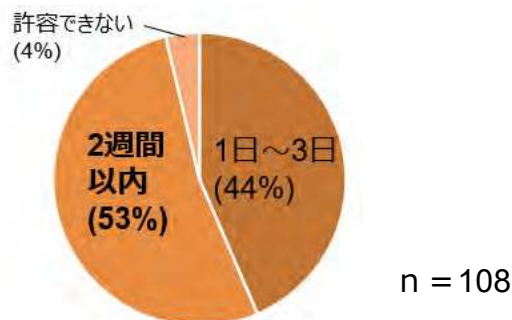


【Q3】てまえどりをしない理由はありますか。

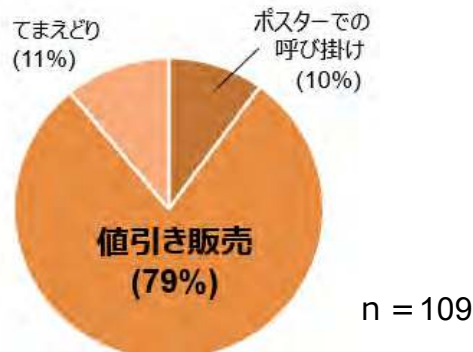


食品ロス削減の取組に関して

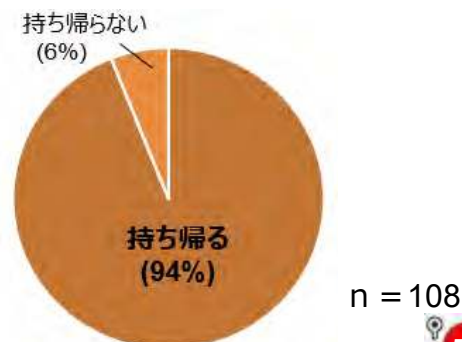
【Q4】日常食べるもの（飲料、お菓子等）のスーパーでの欠品は、どれくらいの期間であれば許容できますか。



【Q5】スーパーで実施する食品ロス削減の取組として、目を引く取組は何ですか。



【Q6】食べ残し持ち帰りを飲食店が対応していたら、持ち帰りますか。



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・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、
分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。

New 食べ残し持ち帰り促進ガイドライン～SDGs目標達成に向けて～

(令和6年12月 消費者庁・厚生労働省)

事業者・消費者双方の持ち帰りに対する意識や行
動変容を促進するために、**衛生面に関する一定の**
注意事項の説明等の下、**消費者の自己責任で持ち**
帰りを行うことを定めたガイドラインを策定。

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/conference/assets/consumer_education/cms201_241225_02.pdf

参考チラシ



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

食品業界の取組（食品製造業者と日本気象協会の連携の例）



日本気象協会と食品事業者が連携した実証事業において、気象情報とPOS（販売時点情報管理）データを組み合わせた需要予測の精緻化により、食品ロスの削減を達成。

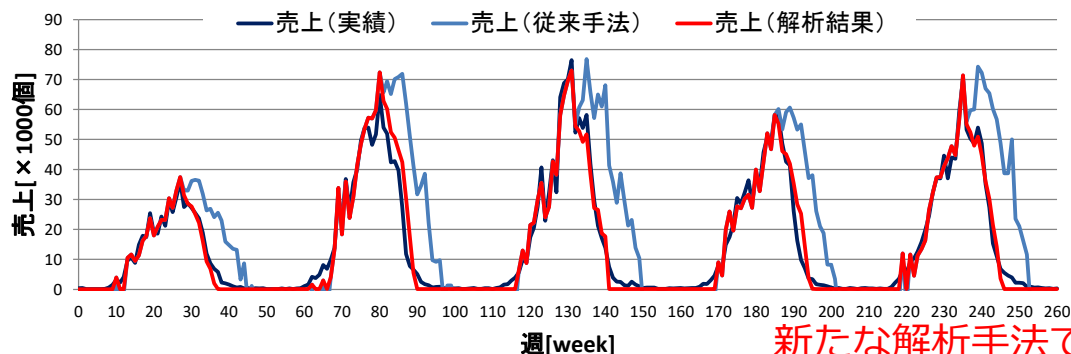
日本気象協会が提供する「豆腐指数」

廃棄（食品ロス）が多く、天候や曜日、特売、来店客数の影響を受けていた寄せ豆腐でこの指数を活用し、**需要予測精度が向上した結果、廃棄を約30%削減**

7月26日(火)発表 JWA特別気象予測 相模屋食料様 寄せ豆腐



当社独自手法による南関東冷やし中華つゆの解析結果



新たな解析手法では売上の97%を気象で説明可能

季節限定商品の需要予測

季節終盤の終売時にロスが多い 冷やし中華つゆで、市場規模の売上を予測を行い、在庫を約20%削減

食品ロス削減総合対策

【令和7年度予算概算決定額 43（52）百万円】

（令和6年度補正予算額 290百万円）

<対策のポイント>

事業系食品ロスの削減に向け、フードサプライチェーン全体における課題解決や、食品企業における未利用食品の寄附促進につながる供給体制の構築等に取り組むほか、企業における食品廃棄物の発生抑制等の具体的な取組内容が公表される仕組みの構築に向けた調査を実施します。

<事業目標>

○ 2000年度比で事業系食品ロス量を半減（273万トン〔2030年度まで〕）

<事業の内容>

<事業イメージ>

1. 食品ロス削減総合対策事業

43（52）百万円

① 食品ロス削減等推進事業

16（46）百万円

食品ロス削減に向けた商慣習の見直し等の取組について、業界全体で横展開を図る活動を支援します。

② 食品ロス削減調査等委託事業

27（6）百万円

企業における食品廃棄物の発生抑制等の取組内容が公表される仕組みの構築に向けた調査を実施するとともに、食品ロス実態把握等のため食品関連事業者のデータベースの整備を実施します。

商慣習見直しの取組

商慣習検討ワーキングチーム

- ・食品製造業・卸売業・小売業の代表、有識者等で構成
- ・フードチェーン全体での商慣習の見直し



商慣習によって発生する食品ロスをフードチェーン全体で解決

商慣習見直しの取組を製造・卸売・小売の各業界に波及



2. 食品ロス削減緊急対策事業（令和6年度補正予算）

290百万円

① 未利用食品の供給体制構築緊急支援

130百万円

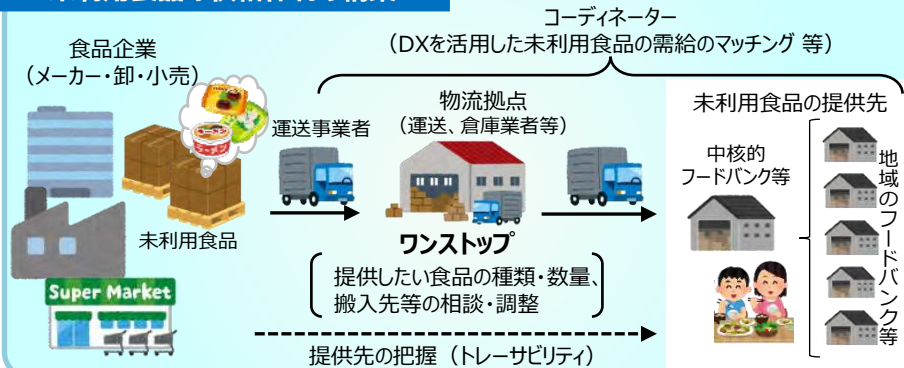
食品企業による未利用食品の寄附促進につながるよう、提供可能な食品やそのニーズに係る情報を共有・コーディネートし、食品企業が物流事業者等と連携して食品の提供をワンストップで行うことが可能となる体制の検討・実証を支援します。

② 食品ロス削減緊急対策モデル支援

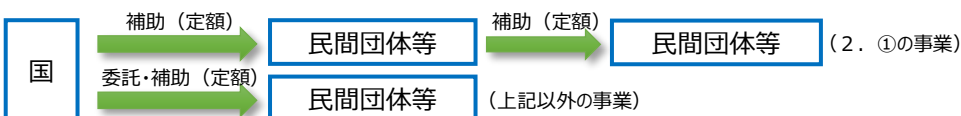
160百万円

食品業界におけるDXの推進をはじめ、新たな技術・仕組みの導入による食品ロス削減の実証を支援します。

未利用食品の供給体制の構築



<事業の流れ>



【お問い合わせ先】

大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課（03-6744-2051）

(参考)「食の環 (わ)」プロジェクトに向けた施策の全体像

「食品ロス削減」や「食品寄附促進」に加え、「食品アクセスの確保」に向けた取組を関係府省庁や地方公共団体が縦割りに陥ることなく、一体的に取り組めるように、**食品ロス削減、食品寄附促進、食品アクセス確保の3つの施策を包括する概念を「食の環 (わ)」と呼ぶことについて、関係府省庁で申合せ。**

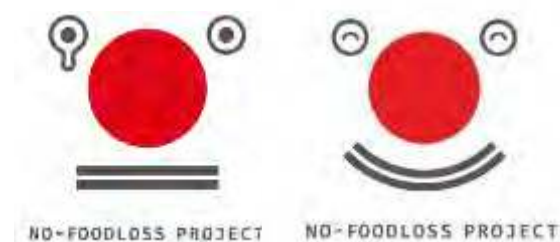
食品ロス削減施策	(食品の)経済的アクセス関係支援策	(食品の)物理的アクセス(買物困難者対策)関係支援策
食品廃棄物の排出削減の促進に向けた取組 ○事業系の取組(排出抑制取組の公表・商慣習見直し等) ○家庭系の取組(発生要因分析・国民運動等) ○その他(経済損失算出、学校における栄養教諭等による指導の充実、ICT活用等)	食料提供に向けた体制づくり ○円滑な食料提供に向けた地域の体制づくり ・地方自治体を中心として地域の関係者が連携し、フードバンクや子ども食堂等への円滑な食料提供に取り組む協議会の設置等を支援	
未利用食品等の提供(食品寄附)の促進に向けた措置 ○食品の期限表示の在り方 ・食品期限表示の実態調査やガイドラインの見直し等を検討 ○食品提供を促進するための措置の具体化 ・食品寄附関係者が加入しやすい保険を官民で検討	食料提供に資する体制づくり ○食料支援等の取組を通じたつながりづくり ・孤独・孤立の状態にある者等への食料支援等を通じたつながりを創出	移動販売等の拠点となる施設の整備 ○地方公共団体の行う拠点施設の整備支援 ・拠点施設を核とした、買物困難者に対する移動販売等を支援
※両項目に共通する食品寄附促進施策は下に記載		
フードバンク・子ども食堂等を介した未利用食品等の提供(食品寄附)への支援 地方自治体を中心として地域の関係者が連携し、フードバンクや子ども食堂等への円滑な食料提供に取り組む協議会の設置等を支援(再掲)(農林水産省を中心に、消費者庁、厚生労働省、子ども家庭庁、地方創生推進事務局等の関係府省庁が連携して地方自治体へ働きかけ) 食品の寄附等を促進するための仕組みづくり ・一定の管理責任を果たすことができる食品寄附関係者を特定するためのガイドライン(食品寄附ガイドライン)を官民により作成し、普及 ・データ連携・統合などによる食品寄附促進のモデルケースを構築 フードバンク・子ども食堂等の活動支援 ・食品ロス削減の推進の観点から、地方自治体におけるフードバンク活動を支援 ・食品ロス削減の推進の観点から、フードバンクに対して未利用食品の受入れを拡大する取組等を支援 ・食品アクセスの確保の観点から、経済的困窮者への食料提供の充実に向けたフードバンク・子ども食堂等の新設・取組拡大を支援 など 福祉との連携・協働 ・自立相談支援機関によるフードバンク等と連携した食料提供等を支援 ・ひとり親家庭等の子ども支援のため、子ども宅食等による食事の提供等を支援 など		
外食(食べ残し持ち帰りの促進) ○食べ残しの持ち帰り促進 ・民事・食品衛生上の食べ残し持ち帰りガイドラインの策定	フードバンク、子ども食堂等への食料提供 ○政府備蓄米の子ども食堂や子ども宅食への無償交付 ○国の災害用備蓄食品のフードバンク等への提供	店舗への交通手段の確保 ○生活交通の確保・維持 ・持続可能な地域公共交通の実現に向けた多様な関係者の連携・協働による取組を支援 ・農林水産業を軸として、交通、福祉等の集落機能等の維持を支援 移動販売等で店舗を届ける ○移動販売車の導入に向けた支援 ・ラストワンマイル配送の実現に向けた移動販売等の実証・導入を支援 ○地域等の連携支援 ・買物困難地域において取り組む移動販売等の取組を支援 ・過疎地域等において取り組む移動販売等の取組を支援 商品を届ける ○ラストワンマイル配送の効率化に向けた支援 ・過疎地域のラストワンマイル配送の効率化の運行経費を支援 など ○デジタル技術を駆使した配送支援 ・地方公共団体の行うドローン配送のサービス実装を支援 ・自動配送ロボットによるサービスモデルを支援 など
		食品アクセスの状況や対策事例等 ○食品アクセスポータルサイト等での情報提供 ○「デジ活」中山間地域支援やドローン物流の社会実装推進

「食の環 (わ)」プロジェクトの詳細は下記のリンクからご参照ください。

<https://www.nofoodloss.caa.go.jp/shokunowa/> (「食の環(わ)」プロジェクトの特設ページ)

☆ 食品ロス削減に取り組む意思表示「ろすのん」

食品ロス削減国民運動シンボルマーク「ろすのん」



食品ロス削減に取り組む団体・企業の皆様は、簡単な申請だけでご利用いただけます。
(無料です)

「ろすのん」の説明や様式はこちら：

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227.html

利用件数:1,602件(令和7年3月末現在)
自治体、NPO法人、食品製造業・卸・小売・外食など
様々な団体・事業者で利用。



販促物で



食堂で



商品で



イベントで



レストランで



宅配車で





**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!!**

