



食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢 (参考資料)

<令和7年7月時点版>

農林水産省
外食・食文化課
食品ロス・リサイクル対策室

目次

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	8
3. 地方公共団体や事業者の取組事例	38
4. 食品リサイクルについて	58

1 食品ロスの現状

(参考) 2019年 G20の宣言における食品ロスの扱い

- ✓ 2019年に日本で開催されたG20においても、食料の損失・廃棄を削減することが宣言に盛り込まれた。

G20 新潟農業大臣宣言

(2019年5月11日・12日)

世界の農地の約60%、農産物貿易の約80%を占めるG20農業大臣として、増加する世界人口を養うために、資源の持続可能性を確保しつつ、生産性を上げていくことを目指す。

【概要（抜粋）】

2. 農業・食品分野の包摂的かつ持続可能な成長に向けた農業・食品バリューチェーンへの着目の必要性
 - ・ G20 が FVCs 全体に渡る食料の損失・廃棄の削減に主導的役割を担うべく努力。
- (以下略)

【原文（仮訳）（抜粋）】

(9) 効率性及び生産性を向上させ、特に食料の損失・廃棄を削減するような持続可能な FVCs が発展することは、食料安全保障に向けた闘い、天然資源の有効活用、温室効果ガスの排出削減への貢献につながる。我々は、飢餓及び栄養不良の削減に向け継続的に努力していくことに加え、FVCs 全体に渡る食料の損失・廃棄の削減に主導的役割を担うべく努力する。特に、我々は、加工、小売及び消費段階における食料の損失・廃棄を防止するために市民社会及び民間関係者と協力することや、収穫前後の食料損失を削減するための農法及び技術を開発途上国と共有することを奨励する。これに関し、我々は、食料の損失・廃棄の測定方法及び削減に係る技術プラットフォームの取組を歓迎する。(以下略)

G20大阪サミット「大阪首脳宣言」

(2019年6月28日・29日)

【概要（抜粋）】

5 不平等への対処による成長の好循環の創出

(4) 農業

●農業生産性を高め、食料の損失・廃棄の削減を含め、流通を効率的に行う必要。強じんな農業・食品バリューチェーンの発展が重要。

【原文（仮訳）（抜粋）】

農業

25. 増加する世界の人口に対し、食料安全保障を達成し、栄養状況を改善するためには、自然資源の持続可能な管理とより両立し得る方法で、農業生産性を高め、また、食料の損失及び廃棄の削減を含め、流通をより効率的に行う必要がある。この目的のために、我々は、情報通信技術（ICT）、人工知能（AI）、ロボット工学等の既存の、新たな又は先端の技術のアクセスと利用の重要性を強調し、関係者間の分野横断的な協力を奨励する。(以下略)

※FVCs : Food Value Chains

(参考) 気候変動と食品ロス

- ✓ 2019年8月に気候変動に関する政府間パネル（IPCC）が公表した「土地関係特別報告書」には、食品ロス及び廃棄物の削減等を含む食料システム政策が温室効果ガスの低排出シナリオ等を可能とする（確信度が高い）ことが示された。

気候変動に関する政府間パネル（IPCC）「土地関係特別報告書（*）」（2019年8月公表）

（*正式名：気候変動と土地：気候変動、砂漠化、土地の劣化、持続可能な土地管理、食料安全保障及び陸域生態系における温室効果ガスフラックスに関するIPCC特別報告書）

本報告書は、陸域生態系における温室効果ガスの流れ、並びに気候への適応及び緩和、砂漠化、土地の劣化及び食料安全保障に関連する、持続可能な土地管理に関する科学的知見を評価することを目的に作成。

【政策決定者向け要約の概要（仮訳）より抜粋】

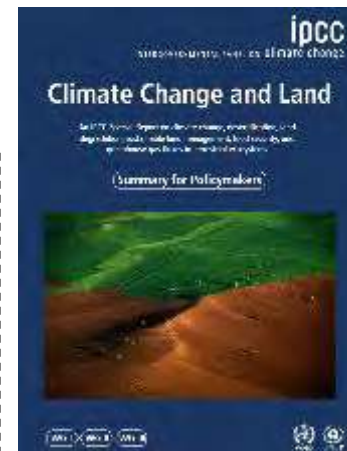
〈セクションA：昇温する世界における人々、土地及び気候〉

A3. 世界の食料システム(グローバルフードシステム)（※）[における食料の]生産・製造の前後に行われる活動に関連する排出量が含まれた場合、[その排出量は]人為起源の正味の温室効果ガスの総排出量の21 -37%を占めると推定される。

※グローバルフードシステムは「食料の生産、加工、流通、調理及び消費に関連するすべての要素（環境、人々、投入資源、プロセス、インフラ、組織等）及び活動、並びに世界レベルにおける社会経済的及び環境面の成果を含む、これらの活動の成果」と定義

〈セクションC：可能とする応答の選択肢〉

C2. 食品ロス及び廃棄物を削減し、食生活における選択に影響を与える政策を含む、食料システムにわたって運用される政策は、より持続可能な土地利用管理、食料安全保障の強化及び低排出シナリオを可能とする（確信度が高い）。そのような政策は気候変動の適応及び緩和に貢献し、土地劣化、及び貧困を低減するとともに公共衛生改善しうる（確信度が高い）。



※ I P C C
気候変動に関する政府間パネル

国連環境計画（UNEP）及び世界気象機関（WMO）により1988年に設立された政府間機関。

本報告書は、52カ国・107執筆者が、約7,000の公表済の研究を評価し、とりまとめたもの。

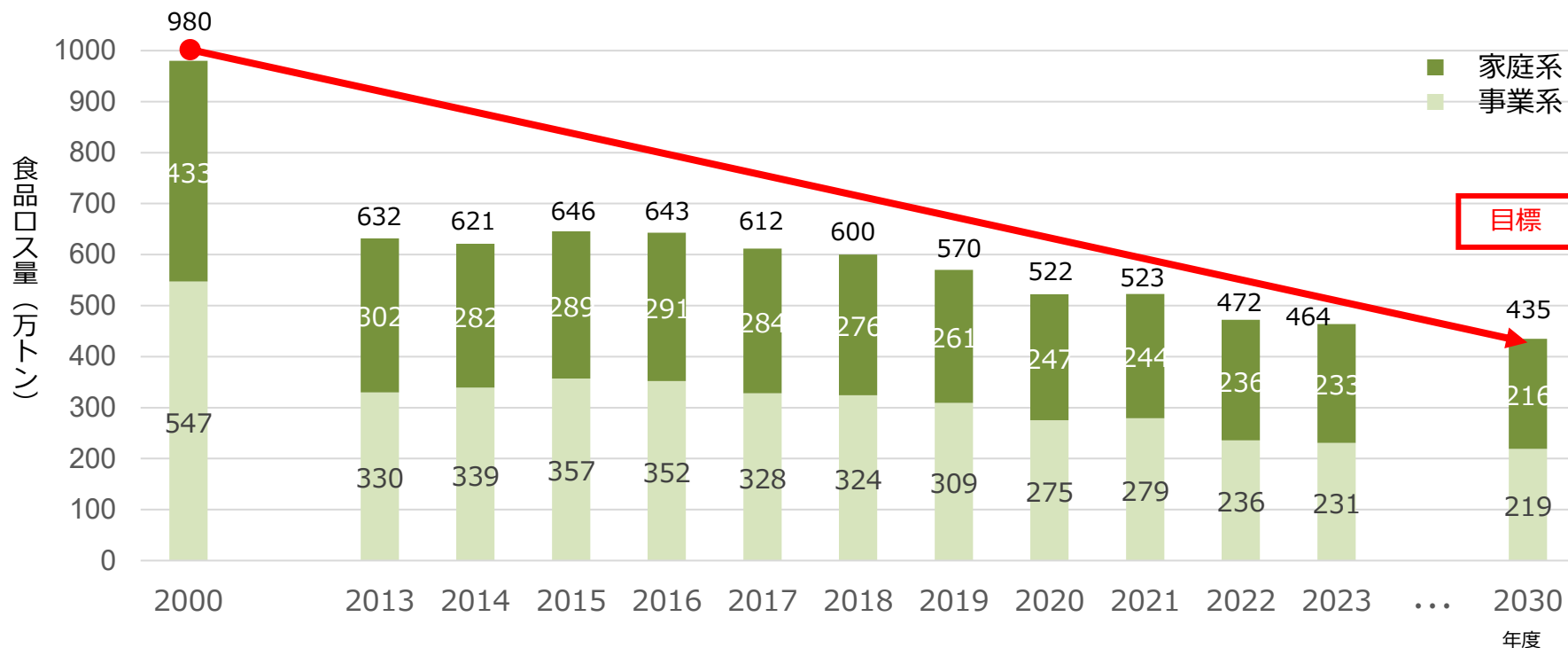
※この他、以下のような記述も盛り込まれている（公表資料をもとに農水省にて仮訳）

B6.3.

- ・食品ロス及び廃棄物の削減は、温室効果ガスの低排出を可能とし、食料生産に必要な土地を減少させることを通じて、適応に貢献する（確信度が中程度）
- ・2010～2016年の間に、世界の食品ロス及び廃棄は人為起源の温室効果ガスの総排出量の8～10%に寄与してきた（確信度が中程度）

(参考) 食品ロス量の推移と削減目標

- ✓ 2030年度までに、2000年度と比べ、家庭系食品ロス量は半減、事業系食品ロス量は6割減できるよう取組を推進。



年度	2000	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (/2000)	2030 (/2000)
家庭系	433	302	282	289	291	284	276	261	247	244	236	233 (▲46%)	216 (▲50%)
事業系	547	330	339	357	352	328	324	309	275	279	236	231 (▲58%)	219 (▲60%)
合計	980	632	621	646	643	612	600	570	522	523	472	464 (▲53%)	435

(農林水産省及び環境省 推計) (単位 万トン)

※端数処理により合計と内訳の計が一致しないことがあります。

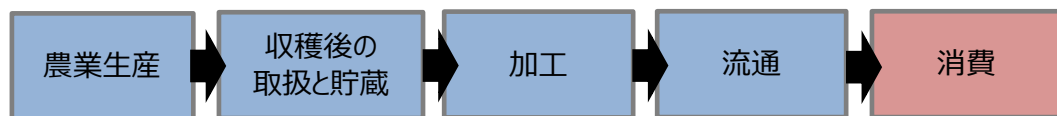
()内の数字は、2000年度と比較した減少率

資料：消費者庁「食品ロス削減関係参考資料」

(参考) 世界の食料ロスと食料廃棄 (2011年FAO)

- ✓ 2011年に国連食糧農業機関（FAO）が発行した「Global Food Losses and Food Waste」では、1人あたりでは、全体として、開発途上国よりもアジア・先進工業地域の方が無駄にされている食料が多いことを示した。

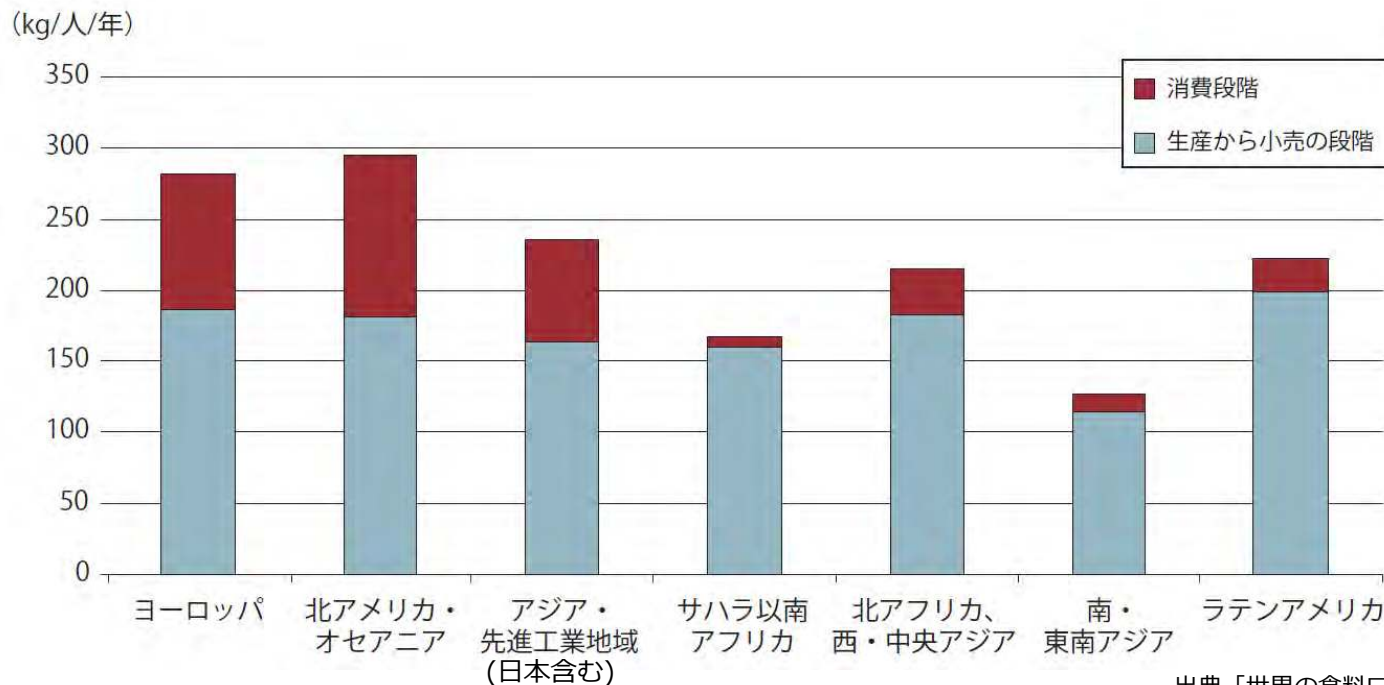
対象範囲



「食料のロスと廃棄」の定義

人の消費に向けられる食用生産物に関わるフードチェーンの一部で失われる、あるいは捨てられる食料

各地域における消費及び消費前の段階での1人当たり食料のロスと廃棄量



〈低所得国〉

- ・フードサプライチェーンの早期あるいは途中の段階で失われることが多く、消費者段階で捨てられる量はごく少ない。
- ・収穫技術、厳しい気候条件での貯蔵等冷却施設等に原因。

〈中・高所得国〉

- ・主としてサプライチェーンの各アクター間の協調の欠如と消費者の習慣に原因。
- ・食料はかなりの割合が消費の段階で無駄にされる。

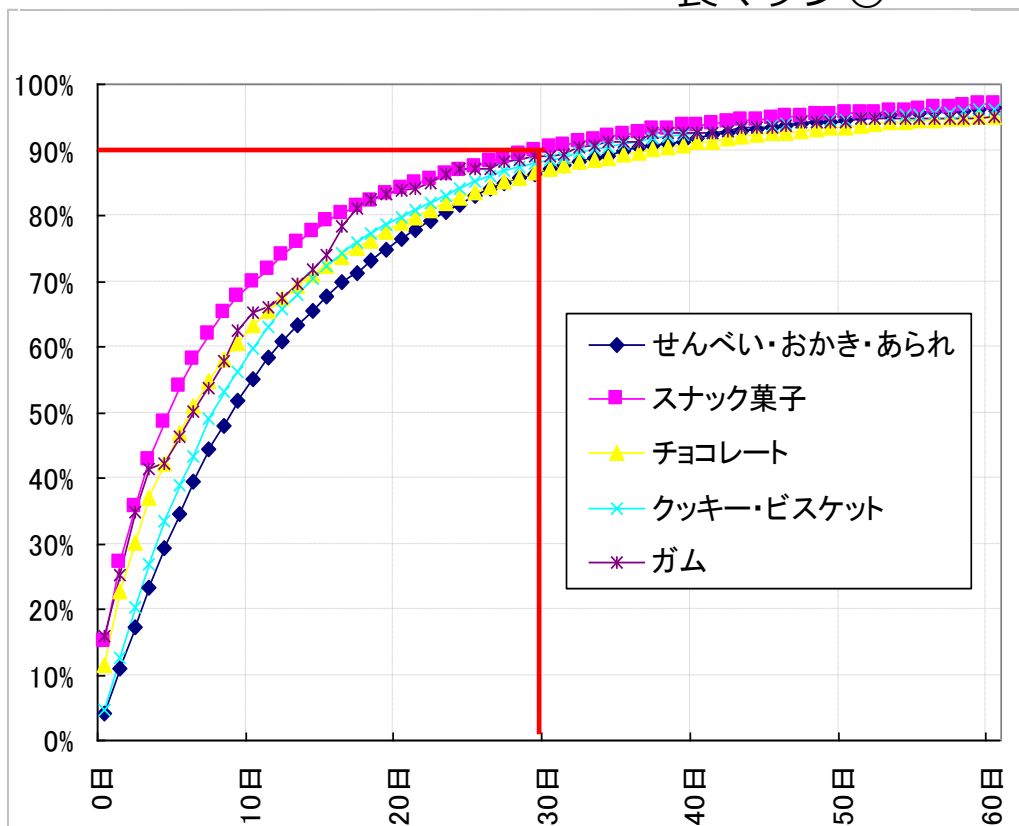
2 事業系食品ロスの削減に向けた取組

商慣習の見直し

(参考) 菓子類の販売期限の設定状況

- ✓ 菓子類は、購入後平均で約2週間、9割以上が30日間以内に消費（使い切り）。
- ✓ 菓子類の販売期限は、賞味期間の長さにかかわらず賞味期限の30日前との回答が最も多い（菓子類以外のドライの加工食品についても30日前が最多）。

▲家庭内における「購入～使い切り」の日数
食マップ®



全日本菓子協会「各品種の購買と在庫に関する分析（2010）」

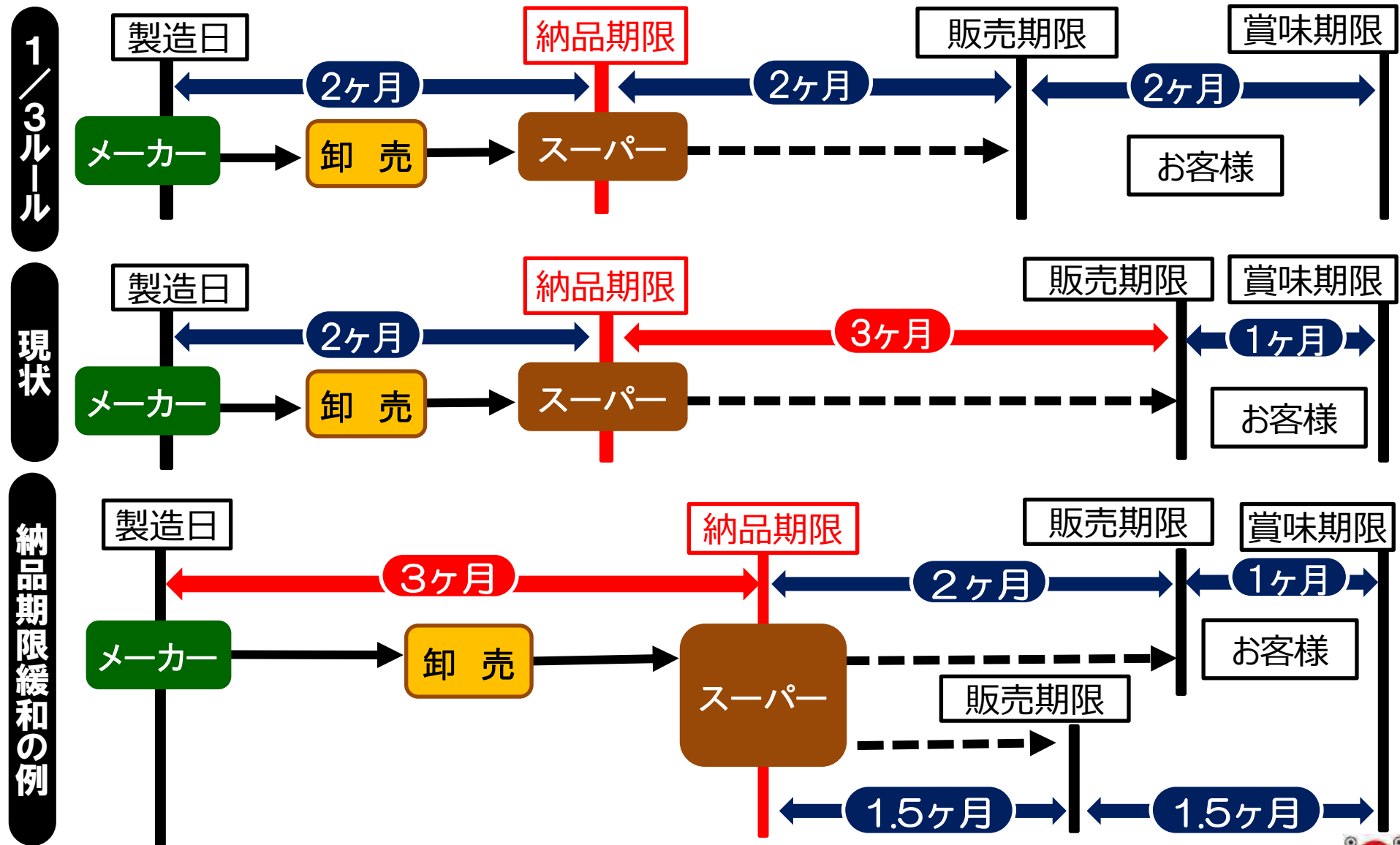
▲販売期限の設定状況 回答率 %

		チョコ レート	キャン ディ	米菓
賞味期限日数		360日	360日	150日
(賞味期限日からの日数) 販売期限	180日～	0.0	0.0	0.0
	150日～	0.0	0.0	0.0
	120日～	6.9	7.0	0.0
	90日～	6.0	6.1	0.0
	60日～	6.0	6.1	8.8
	45日～	2.6	2.6	1.8
	30日～	37.1	37.4	43.0
	15日～	5.2	5.2	9.6
	10日～	3.4	3.5	4.4
	7日～	12.9	13.0	13.2
販売期限を設定していない		19.8	19.1	19.3
(N)		116	115	114

公益財団法人流通経済研究所調べ（平成28年度）

(参考) 販売期限と納品期限緩和

(賞味期間 6ヶ月の場合)



納品期限の緩和の取組の効果

1/3から1/2に納品期限を見直した実証結果

【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】
飲料と賞味期間180日以上の子は
店頭廃棄増等の問題はほぼなし

【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）※賞味期間180日以上の子で実施
合計：約 4万トン（約87億円）← 食品関連事業者から発生する食品廃棄物等（可食部）
およそ330万トンの1.0%～1.4%

加工食品（ドライ）の納品期限緩和の実施の有無とロス率の変化

- ✓ 過去3年間に加工食品の納品期限を緩和した企業の値引ロス率、廃棄ロス率の変化を見ると、「値引ロス率・廃棄ロス率が上昇（悪化）」したとの回答率は0%で、納品期限を緩和していない企業より低い。

値引ロス率の変化

0% 20% 40% 60% 80% 100%

納品期限の緩和

実施企業（17）

100.0

未実施企業（97）

93.8

廃棄ロス率の変化

0% 20% 40% 60% 80% 100%

納品期限の緩和

実施企業（17）

100.0

未実施企業（97）

94.8

※食品を取り扱う小売事業者に対するアンケート結果
※（ ）内の数値は回答事業者数
※公益財団法人流通経済研究所調べ（平成28年度）

■ ロス率が低下（良化）～横ばい ■ ロス率が上昇（悪化）

(参考) 菓子類の販売に要する期間

- ✓ 菓子類は1ロット12個の場合、小売店舗へ納品後、平均で5.7日～13.8日で売り切られている。
- ✓ 納品から30日後には、納品数の9割以上が販売済となっている。

小売店における菓子の販売実態

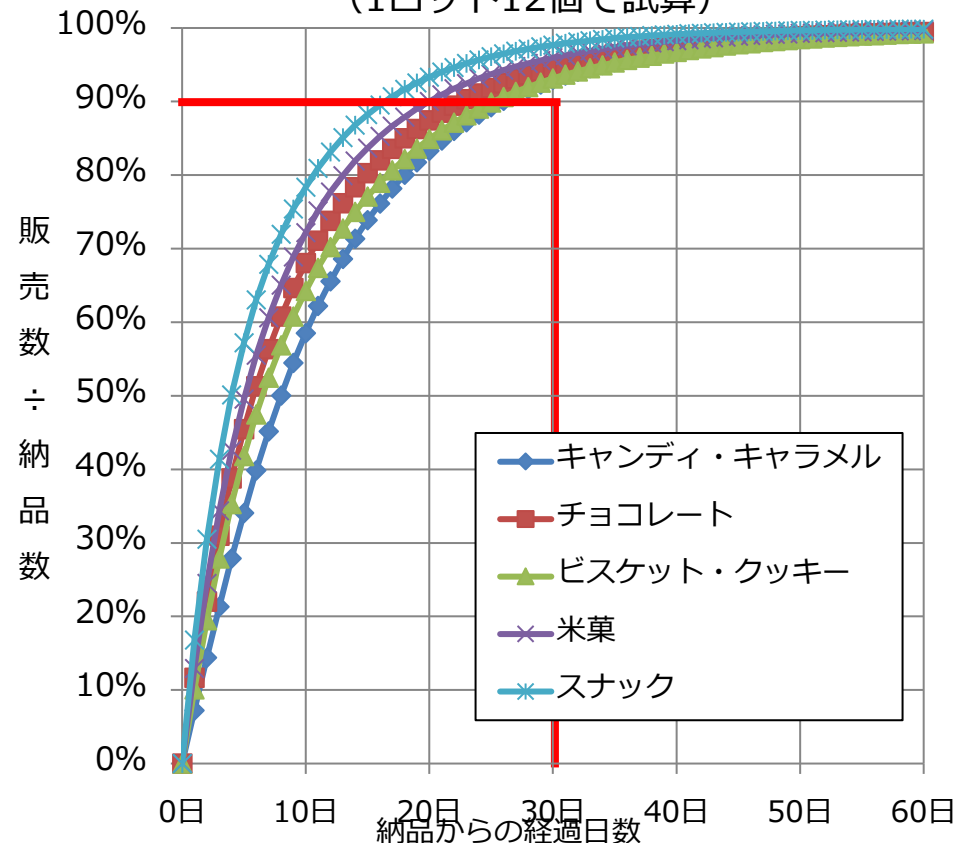
品目	平均 日販 (個)	1ロット 数量 (個)	1ロットの販売に 要する平均期間 (日)	データ数 (N)
キャンディ・ キャラメル	0.87	12	13.8	43,883
チョコレート	1.45	12	8.3	52,186
ビスケット・ クッキー	1.24	12	9.7	30,913
米菓	1.58	12	7.6	33,306
スナック	2.10	12	5.7	40,552

(備考)

- ・ SM・GMS・ミニスーパー計347店の店別・商品別の販売データを使って集計
- ・ 特売や商品入替の影響等を除くための処置を実施
- ・ 集計対象期間：2015年9月～11月（3ヶ月）

出所：流通経済研究所 全国市場POSデータ「NPIレポート」より、流通経済研究所作成

小売店での菓子の販売経過 (1ロット12個で試算)



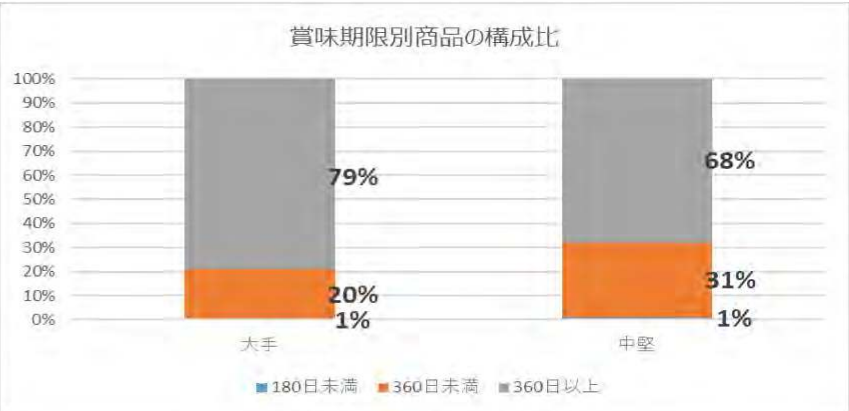
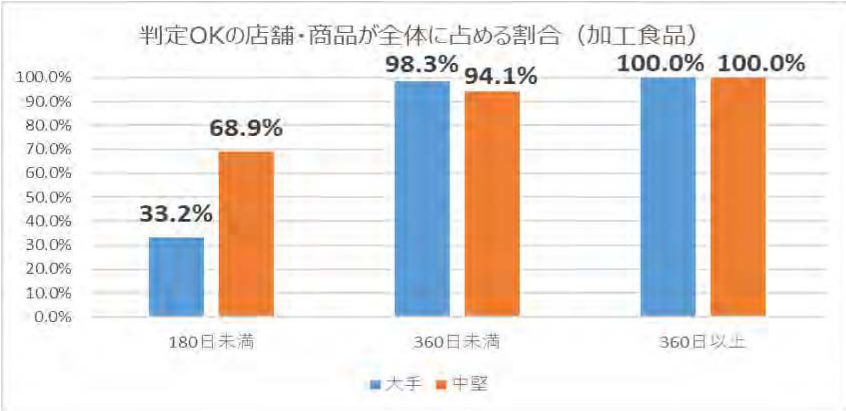
卸売業データに基づく小売店の納品期限緩和リスク分析(令和2年度調査結果)



- 賞味期限360日以上の商品
大手SM・中堅SMともに全ての商品が判定OKであり、問題ないことが見込まれる。
- 賞味期限180日以上、360日未満の商品
店舗・商品の判定がOKの割合は、大手SM98.3%、中堅SM94.1% であり、9割以上の店舗・商品に問題がないことが見込まれる。
- 賞味期限180日未満の商品
店舗・商品の判定がOKの割合は、大手SM33.2%、中堅SM68.9% であり、賞味期限180日以上以上の店舗・商品とは傾向が異なるため、納品許容を1/2にすることは難しい。

分析方法:以下が成り立つ場合、「納品期限を賞味期限日数の1/2残し、販売期限を1/3残し」としても売り切れると推計

※判定OKの規準:在庫販売日数 < 賞味期限日数 × 1/6



SMの規模	商品 総数	判定OKの店舗・商品が全体に占める割合				商品数		
		総数	賞味期限			賞味期限		
			180日未満	360日未満	360日以上	180日未満	360日未満	360日以上
大手	2,269	99.4%	33.2%	98.3%	100.0%	15	460	1,794
中堅	1,462	97.4%	68.9%	94.1%	100.0%	14	455	993

納品期限の設定状況

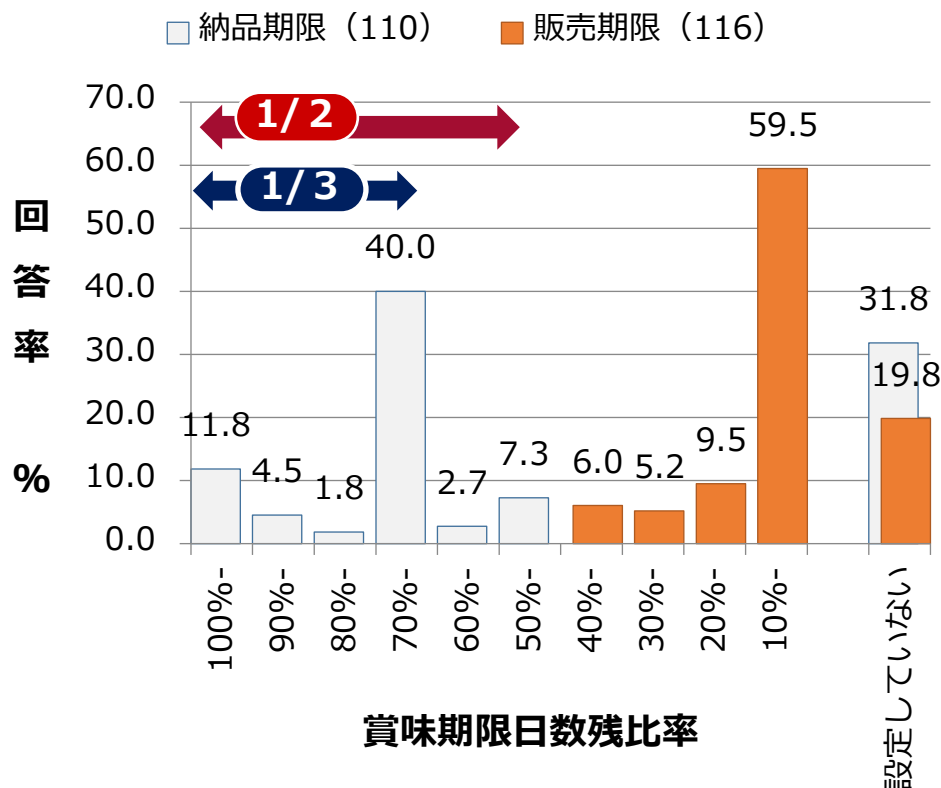
- ✓ 大手の総合スーパー、コンビニエンスストアで見直しが進んでいるが、食品スーパーの多くが賞味期限の1/3を納品期限としており、それに対応して、卸売業者の入荷条件が厳しい状況。
- ✓ 一部の小売は、更に厳しい納品期限を課しており、製造業者にとって大きな負担。

▲卸売業者の入荷条件の例

○厳守事項（抜粋）

- 納入商品の賞味期限の日付逆転入荷は認めません（受取不可）。
- 小売様入荷期限である賞味期間の1/3を厳守するため、**弊社入荷許容期限は賞味期間の1/6**（1/3の半分）としておりますのでご協力願います。
- ❑ 賞味期間の1/3を過ぎた商品は受取できません。
- ❑ 入荷許容期限を超過した商品は入荷をお断りさせていただく場合がございます。

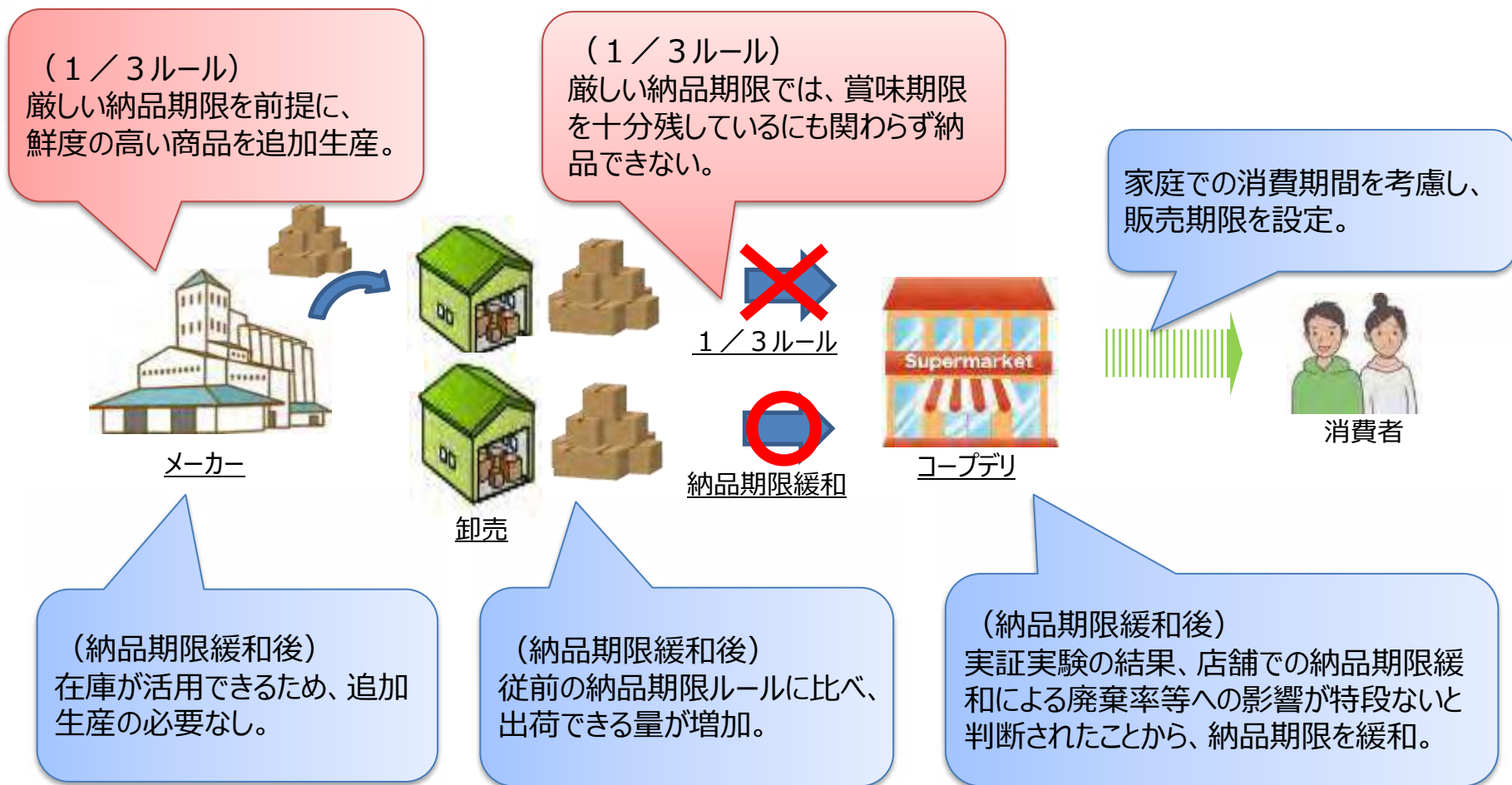
▲チョコレート・キャンディの納品期限・販売期限※



※食品を取り扱う小売事業者に対するアンケート結果
※各期限の（）内の数値は回答事業者数
※公益財団法人流通経済研究所調べ（平成28年度）

事例：コブデリの取組

賞味期間180日以上の加工食品を対象に納品期限を緩和し、メーカー・卸売段階における食品ロス削減に貢献。



<参考> 賞味期限の年月表示化の期待効果 ①



小売店舗への納入済み商品より賞味期限が前の商品の納入が拒否されるため、物流拠点間の商品の転送ができなかった在庫が、転送可能となることで食品廃棄を削減。

年月日表示

賞味期限
2020.10.03

A拠点 (在庫過剰)

未出荷
廃棄！

B拠点 (在庫不足)

追加
生産

欠品

賞味期限
2020.10.04

納入済み商品より賞味期限が前の商品の納入が拒否されるため転送不可

年月表示

賞味期限
2020.09

A拠点 (在庫過剰)

B拠点 (在庫不足)

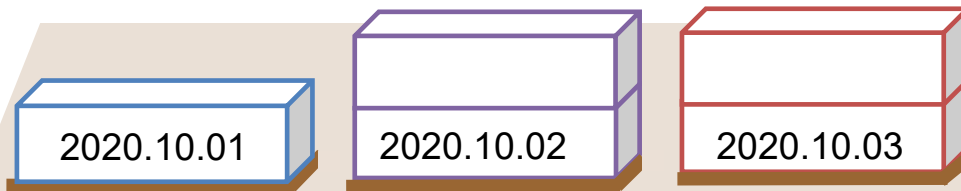
賞味期限
2020.09

同一期限のため転送可能

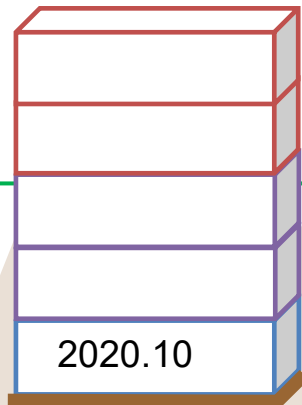
＜参考＞賞味期限の年月表示化の期待効果 ②

日付管理から月管理になることで、保管スペース、荷役業務、品だし業務等を効率化。

年月日表示



年月表示

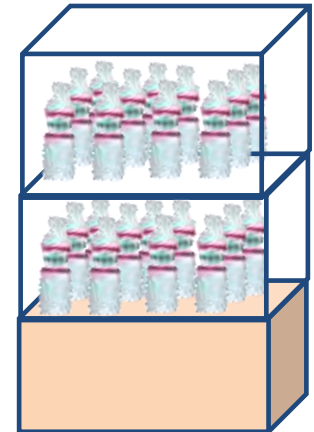


日付管理・検品等
作業省力化

保管スペースの
極小化



ピッキング省力化



期限確認・陳列作業効率化



運搬・積載効率向上

(参考) 事例：賞味期限表示の年月表示化

- ✓ 食品ロス削減に向けた賞味期限表示の年月表示化等の事例について、具体的取組や効果、留意点、実行スケジュール等を取りまとめ、公表（令和2年10月）

【掲載HP】 https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/shoumizirei.html

<掲載事例（抜粋）>

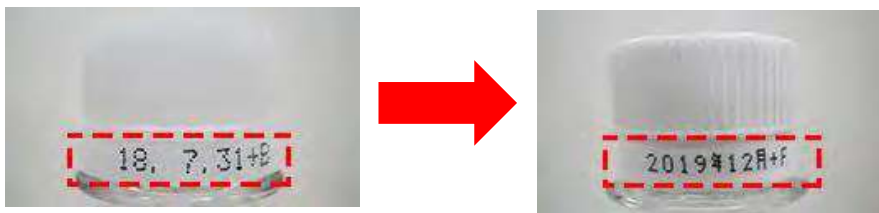
アサヒ飲料株式会社（飲料）

年月表示化による効果

- ・商品管理区分が月単位にまとまることで、**保管スペース・保管作業が効率化**。
- ・在庫移動が柔軟になり、食品ロス発生リスクが低減

実施方法・実施にあたって留意した点

- ・賞味期限を8ヶ月まで延長できるものは、十分な検証をした上で**賞味期限を延長**
- ・印字ミス防止：対象品目を徐々に切り替えることで、設備変更起因する印字ミスの発生を防止



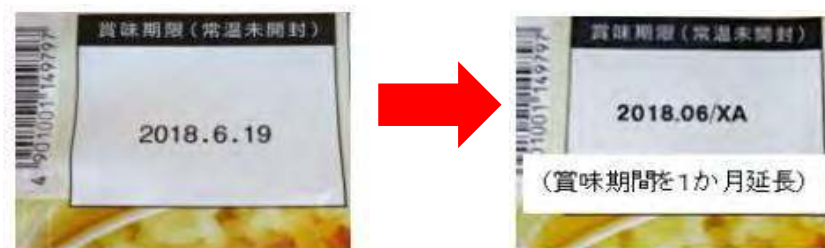
味の素株式会社（加工食品）

年月表示化による効果

- ・商品管理区分が月単位にまとまることで、
 - ①検品時間が効率化し納品時間が減少
 - ②在庫調整がしやすくなり、災害への対応力が向上
- ・在庫を月単位で管理できるようになり、**在庫の偏在を防ぐための拠点間配送が減少**

実施方法・実施にあたって留意した点

- ・賞味期限が1年以上の家庭用製品を対象に、**現行期間を原則1カ月以上延長できることを確認し**、年月表示化を実施
- ・消費者からの問い合わせには、「フードロス削減の取組である」ことを説明し、納得いただいた



納品期限の緩和に関する通知



- ✓ 令和元年7月4日付けで、**卸売業者と小売業者の業界団体**にあてて、「食品ロス削減に向けた加工食品の納品期限の更なる見直しについて」を発出。
- ✓ 諸外国に比べて厳しい加工食品の納品期限（いわゆる1／3ルール）が、食品ロスの一因となっていることを踏まえ、**飲料及び賞味期間180日以上菓子、カップ麺**などについて、各団体に**納品期限の緩和**に向けた取組をお願いするもの。

農林水産省
食料産業局長

経済産業省
大臣官房商務・サービス審議官



一般社団法人 日本加工食品卸協会 会長
全国菓子卸商業組合連合会 理事長
日本チェーンストア協会 会長
一般社団法人 日本スーパーマーケット協会 会長
一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 会長
オール日本スーパーマーケット協会 会長
一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 会長
日本生活協同組合連合会 代表理事会長
一般社団法人 日本ボランタリーチェーン協会 会長
日本チェーンドラッグストア協会 会長

食品ロス削減に関する通知

- ✓ 令和4年6月27日付けで、**食品製造・卸・小売・外食事業者の業界団体**にあてて、「食品ロス削減に向けた取組の加速化について」を発出。
- ✓ 以下の取組の加速化を促進。
 - ・ **納品期限の見直し及び賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長の取組の拡大**
 - ・ **適量仕入れや売り切り等の実施、**
 - ・ **未利用食品について消費者のニーズとマッチングさせる販売**
(ICTやAI等の新技術を活用した未利用食品の販売(シェアリング))
 - ・ **特に、フードバンク、こども食堂、こども宅食等への寄附**

農林水産省
大臣官房総括審議官(新事業・食品産業)

経済産業省
大臣官房商務・サービス審議官

消費者庁
政策立案総括審議官



食品製造・卸・小売・外食産業
の業界団体
(約200団体)

日配品ロス削減①

日配品メーカー
(納豆、豆腐、牛乳・乳製品、パン)

発注

納品

小売店
(スーパー)



【日配品における食品ロス】

メーカー余剰生産率

パン：0.4%
豆腐：0.4%
牛乳・乳製品：0.07%
納豆：0.05%

4 カテゴリーの
食品ロス推計

約6,500トン
(約25億円)

スーパー店頭廃棄率

パン：0.61%、豆腐：0.75%
牛乳：0.24%、納豆：0.5%
ヨーグルト：0.38%
洋菓子：0.92%
魚肉加工品：0.69%

店頭
食品ロス推計

約18,600トン
(約76億円)

食品ロス削減に効果を上げている事例の把握・共有

【日配品の定番・特売の週間発注】

翌日販売する商品を、毎日ゼロから考えて発注するのではなく、**1週間分の計画を立て、その計画をメーカーと共有**した上で、日々その数量を調整していく「週間発注」を導入。

【新商品の発注数量の共有早期化】

新商品の注文数量の情報共有を早めることで、メーカーでの食品ロス発生抑制、コンビニ側にとっての新商品の安定的仕入れを確保。

【納品期限緩和・賞味期限延長】

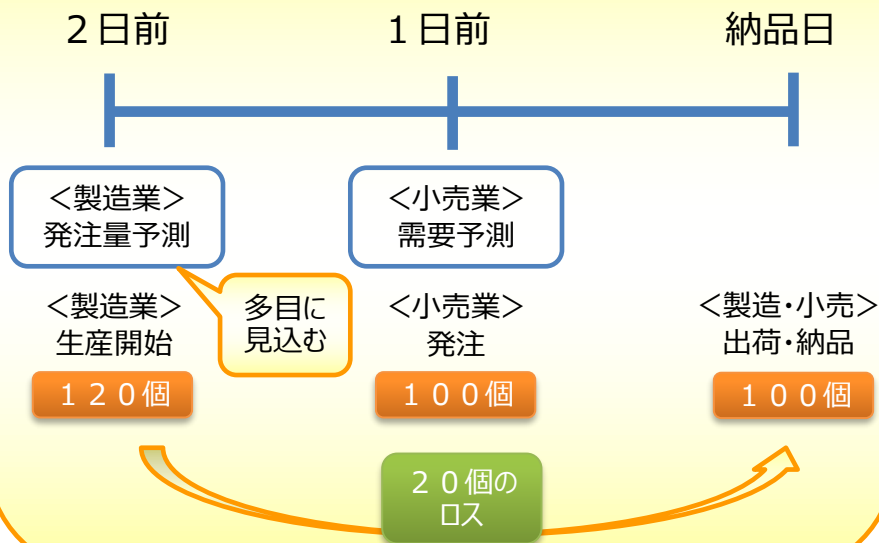
豆腐メーカーによる木綿豆腐等の**賞味期限延長（7日→10日）**を踏まえ、取引先のスーパー等が**納品期限を延長（製造当日(D+0)→製造翌日(D+1)）**。メーカーで出荷金額2%の廃棄削減を実現。

日配品ロス削減②

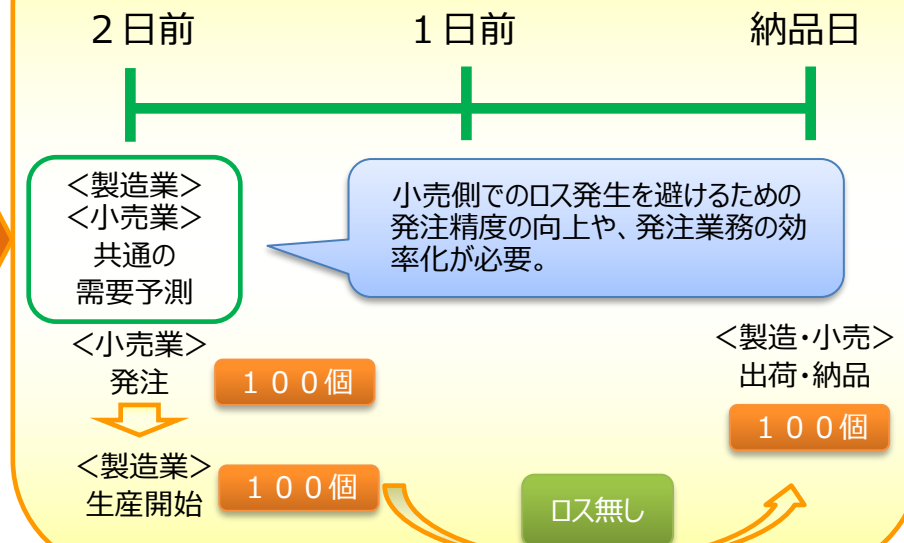
- ✓ 商慣習検討WTにおいて、日配品の食品ロス削減に向けての検討を実施。（平成30年度からパン、令和元年度からこれに加え豆腐・揚げ、生麺・セット麺、洋生菓子についても検討）
- ✓ メーカー側の食品ロスを削減するためには、見込生産から受注生産へ変更するための発注リードタイムの確保が必要。
- ✓ 一方で、発注リードタイムの延長に伴い、店舗発注業務が煩雑化し、小売業者の食品ロスが増加しないよう、発注精度の向上や発注業務の効率化が必要。
- ✓ 上記の両立を実現させるため、引き続き検証。

取組の改善イメージ

見込み生産



受注生産



納品期限緩和に取り組む事業者（令和6年10月時点）

納品期限を緩和（または予定）している小売事業者（339事業者）



※うち、公表可能209事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【総合スーパー（GMS）】

イオンリテールストア、イオン琉球、イズミ、イトーヨーカ堂、フジ・リテイリング、平和堂

【コンビニエンスストア（CVS）】

セコマ、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ポプラ、ミニストップ、デイリーヤマザキ、ローソン

【生協】

いばらきコープ生協、大阪いずみ市民生協、京都生協、こうち生協、コープデリ生協連合会、コープやまぐち、自然派くらぶ生協、ならコープ、あいコープみやぎ、おおさかパルコープ、コープあいづ、コープいしかわ、コープえひめ、コープぐんま、コープこうべ、コープさっぽろ、コープ東北サンネット事業連合、コープながの、コープデリにいがた、コープみやざき、コープみらい、とちぎコープ生協、パルシステム福島、コープ九州事業連合、東海コープ事業連合、全日本海員生協、鳥取県生協、とやま生協、トヨタ生協、なのはな生協、パルシステム生協連合会、パルシステム群馬、福井県民生協、福祉クラブ生協、三井造船生協

【ドラッグストア・薬局】

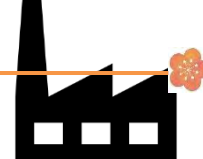
イチワタ、イヌイ、ウエルシア薬局、内山薬品佐々木薬局、キリン堂、クスリのサンロード、クスリのマルエ、コクミン、コメヤ薬局、サッポロドラッグストアー、シミズ薬品、下川薬局、**タカミ**、ツルハ、ナガタ薬品、奈良ドラッグ、ふく薬品、プレひまわり、丸大サクラマ薬局、村源、横浜ファーマシー、よどや

【食品スーパー（SM）】

アオキスーパー、渥実フーズ、アブアブ赤札堂、アスタロビスタ、アルタフーズ、アルピス、アレス、イオンマーケット、石原、イズミヤ、いちい、一号館、一小イチコ、伊藤チェーン、伊徳、ウオロク、Aコープ九州、エースワン、越前屋、**エイチ・ツー・オー食品グループ**、遠鉄ストア、オークワ、オーシャンシステム、オータニ、オギノ、小田急商事、カスミ、カノー、カワベ、**関西スーパーマーケット**、キクコウストア、北雄ラッキー、**木田屋商店**、キムラ、銀ビルストア、**黒門中川**、小専商店、サニーマート、サミット、三栄、サンショウ、サンプラザ、サンマート、JAおきなわAコープ、シェルガーデン、ジミー、ジョイマート、城山ストア、**スーパーアルプス**、スーパーキタムラ、スーパーナショナル、スーパー細川、スズキヤ、静鉄ストア、セブンスター、相鉄ローゼン、第一スーパー古間店、台信商店、タカヤナギ、中央スーパー、天満屋ストア、東急ストア、東光ストア、道東アークス、道南ラルズ、東武ストア、トキハインダストリー、トップワン、ドミー、とりせん、中標津町農業協同組合、**ナリタヤ**、西鉄ストア、西山寛商事、日東物産、ハピー、**ハマヤ**、原信ナルスオペレーションサービス、**パリア**、ハルタ、バロー、P O W E R S シバタ、ヒダカヤ、ヒラキストア、ファミリーマートさとう、福原、フジマート四国、フレスタ（フレスタホールディングス）、ベルジョイス、北辰商事（株）ロチャース、ホクレン商事、マエダ、**マツオカ**、マツモト、マツヤスーパー、マルイ、マルイ、マルエー、マルエツ、丸久、丸市岡田商店、**丸江**、丸大、丸高商事、マルト商事、マルミヤストア、万代、みしまや、みちのく流通システム、光洋、三次フードセンター、ミラックマツヤ、明治屋食品、モリワキ、ヤオコー、ヤオハン、ヤスサキ、ヤマイチ、やまか、山形屋ストア、ヤマナカ、ユアーズ・バリュー、豊月、ゆめマート北九州、ゆめマート熊本、ヨークベニマル、ライフコーポレーション、ラルズ、リオン・ドールコーポレーション、ワイストア、ワイズマート

【その他】

加藤貿易、シーフォー、清水商事、ジュンテンドー、福田屋百貨店、三馬食品、**大丸松坂屋百貨店**



賞味期限表示の大括り化に取り組む事業者（令和6年10月時点）

賞味期限表示の大括り化に取り組んでいる（または予定している）製造事業者（350事業者）

※うち、公表可能197事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【清涼飲料】

アサヒ飲料、味の素AGF、大塚製菓、カゴメ、キーコーヒー、麒麟ビバレッジ、コカ・コーラ協会（日本コカ・コーラ、コカ・コーラボトラーズジャパン）、サントリー食品インターナショナル、チェリオコーポレーション、富永貿易、ニッポン、日本コカ・コーラ、ハウスウェルネスフーズ、富士ミネラルウォーター、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、三井農林、明治

【菓子】

芥川製菓、天乃屋、新野屋、井村屋、岩塚製菓、江崎グリコ、オークラ製菓、お菓子の日進堂、おやつカンパニー、カバヤ食品、カルビー、カンロ、木村食品、栗山米菓、湖池屋、ジャパンフritレー、シルビア、でん六、日清シスコ、ネスレ日本、ハース、パイン、バンダイ、平松商店、不二家、フランス屋製菓、ブルボン、北陸製菓、ぼんち、マルハニチロ、三菱食品、明治、森永製菓、ヤマザキビスケット、山芳製菓、有楽製菓、米屋、龍角散、ロッテ

【風味調味料】味の素、厚生産業

【その他】

アイリスフーズ、葵フーズ、朝日、アサヒグループ食品、旭松食品、味の素、アヲハタ、五十川、稲庭うどん小川、伊之助製麺、今津、ウーケ、AWアグリフーズテクノ、エスビー食品、大分乾物、尾張製粉、鍵庄、加藤産業、カドワフーズ、カドヤ、キューピー、極洋、麒麟ホールディングス、金ごま本舗、くみあい食品工業、群馬製粉、厚生産業、ゴールドバック、国分グループ本社、小嶋屋総本店、こだま食品、サッポロビール、讃岐物産、サラダクラブ、サンエー21、サン海苔、三洋通商、三和缶詰、椎茸井出商店、ジェイエフフーズおおい、静岡ジェイエフフーズ、清水食品、松栄、正栄食品工業、白石興産、真誠、タイム缶詰、大洋食品、高木商店、宝食品、竹本油脂、タツマ、玉木製麺、丹波農産、銚子東洋、通宝、津田商店、東京アライドコーヒーロースターズ、東洋ライス、ときわや醤油、ナガイのり、永谷園ホールディングス、なとり、ニコニコのり、ニチレイウエルディング、日清オイリオグループ、日清製粉ウェルナ、ニッスイ、ニッポン、日本水産、にんべん、ノーベル製菓、はくばく、はごろもフーズ、橋本食糧工業、畑野水産、早川しょうゆみそ、平山商会、ブンセン、朋昆、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、ホテイフーズコーポレーション、前島食品、前原製粉、榊田屋食品、松田卯之七商店、マルオカ、まるじょう、マルシン食品、マルハニチロ、マルハニチロ北日本、マルユウ、三菱食品、ミヤカン、麺のスナオシ、森井食品、森永乳業、山形ライスファーム21（工房とかちや）、ヤマキ、山田養蜂場本社、やまと蜂蜜、由比缶詰所、吉村醸造、理研ビタミン、リキ・コーポレーション

【レトルト食品】

旭松食品、味の素、石田缶詰、AWアグリフーズテクノ、江崎グリコ、エスビー食品、大塚食品、加藤産業、カドワフーズ、キューピー、サンハウス食品、清水食品、津田商店、永谷園ホールディングス、にしき食品、ニッスイ、日本罐詰、日本水産、ハウス食品、はごろもフーズ、早川しょうゆみそ、ベルサンテ、ホテイフーズコーポレーション、Mizkan、三菱食品、ミヤカン、明治、山形ライスファーム21（工房とかちや）、ヤマキ

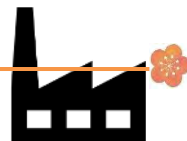
【調味料】

味源、味の素、飯田醤油、オタフクソース、神田味噌醤油醸造場、キッコーマン食品、金ごま本舗、厚生産業、小西本店、サラダクラブ、サンエー21、七福醸造、渋谷商店、真誠、竹屋、田丸屋、鳥居食品、直源醤油、日南工業、ヒガシマル醤油、フードレーベル、富士ミネラルウォーター、フンドーキン醤油、ヘテパシフィック、マルコメ、森田経節、ヤマモリ、横山味噌醤油醸造店、ワダカン

【冷凍食品】

釧路東水冷凍、クレイ、三洋通商、シマダヤ、大洋食品、樋口醸造店、フレックス、マール、明治、山一食品、ヤマゲン、ワイエムフーズ

（注）複数品目に取り組んでいる事業者があるため、合計は197に一致しない。



賞味期限の延長に取り組む事業者（令和6年10月時点）

賞味期限の延長に取り組んでいる（または予定している）製造事業者（359事業者）

※うち、公表可能193事業者（商慣習検討ワーキングチームを設置した平成24年度以降に実施した商品がある事業者）

【清涼飲料】

アサヒ飲料、味の素AGF、大塚製薬、花王、カゴメ、キリンビバレッジ、**コカ・コーラ**、サントリー食品インターナショナル、ジャパンフーズ、チェリオコーポレーション、トモエ乳業、ニッポン、ハウスウェルネスフーズ、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、三井農林、明治、森永乳業

【菓子】

青柳総本家、**天乃屋**、アヤベ洋菓子、井村屋、入江製菓、岩塚製菓、江崎グリコ、**お菓子の香梅**、おやつカンパニー、カバヤ食品、亀田製菓、カルビー、カンロ、木村食品、金吾堂製菓、栗山米菓、湖池屋、酒田米菓、三幸製菓、**シルビア**、末広製菓、大東カカオ、旅がらす本舗清月堂、でん六、堂本製菓、東陽製菓、寅家、夏目製菓、**浪花屋製菓**、**日南工業**、日清シスコ、パイン、バンダイ、日の出屋製菓産業、ブルボン、北越、北陸製菓、ぼんち、マルハニチロ、三菱食品、明治、名糖産業、メリーチョコレートカムパニー、本村製菓、森永製菓、ヤマザキビスケット、山芳製菓、有楽製菓、米屋、ロッテ

【風味調味料】厚生産業

【その他】

青柳食品、アサヒグループ食品、旭松食品、アヲハタ、イセデリカ、一正蒲鉾、**伊藤園**、稲庭うどん小川、ウーケ、エスビー食品、エバラ食品工業、扇カネ安食品本舗、**オカベ**、尾張製粉、**鍵庄**、加藤産業、カドウフーズ、キーコーヒー、岐阜食品、キューピー、京まろん天草工場、群馬製粉、厚生産業、**幸田商店**、ゴールドバック、国分グループ本社、佐賀海苔、サッポロビール、真田、讃岐物産、三育フーズ、サンクゼール、三和缶詰、**ジェイエイビバレッジ佐賀**、ジェイエイフーズおおいた、清水食品、正栄食品工業、**昭和産業**、白石興産、真誠、スドージャム、ちば醤油、中央製乳、東京アライドコーヒーロースターズ、東洋ライス、ナガイのり、ニコニコのり、日清オイリオグループ、**日清食品**、ニッポン、にんべん、ノーベル製菓、**パイオニアフーズ**、はくばく、はごろもフーズ、橋本食糧工業、**畑野水産**、**羽二重豆腐**、林兼産業、平山商会、フリーデン、ブンセン、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、ホテイフーズコーポレーション、松田卯之七商店、**マリンフード**、マルオカ、マルシン食品、マルシンフーズ、マルタイ、マルハニチロ、ミクロ、三菱食品、**麺のスナオシ**、森永乳業、**山田養蜂場**、やまと蜂蜜、**ヤマモリ**、雪和食品、よつ葉乳業、**理研ビタミン**、リキ・コーポレーション、**ワイエムフーズ**

【レトルト食品】

旭松食品、江崎グリコ、エスビー食品、大塚食品、主計物産、加藤産業、カドウフーズ、紀文食品、キューピー、**コープ食品**、**三水フーズ**、サンハウス食品、清水食品、ハウス食品、はごろもフーズ、ベルサンテ、ホテイフーズコーポレーション、Mizkan、三菱食品、明治

【調味料】

味源、飯田醤油、オタフクソース、河村醤油、神田味噌醤油醸造場、キッコーマン食品、**ケンコーマヨネーズ**、厚生産業、コーミ、**小西本店**、真誠、**竹屋**、**田丸屋**、チョーコー醤油、永井萬治商店、ナカモ、ななくさの郷、ヒガシマル醤油、フンドーキン醤油、**フンドーダイ**、**北海道醤油**、**ホシサン**、**マルコメ**、**丸正醸造**、**マルマン**、Mr. カンカン、**森田經節**、山内本店、山口こうじ店、ゆめデリカ、**理研ビタミン**

【冷凍食品】

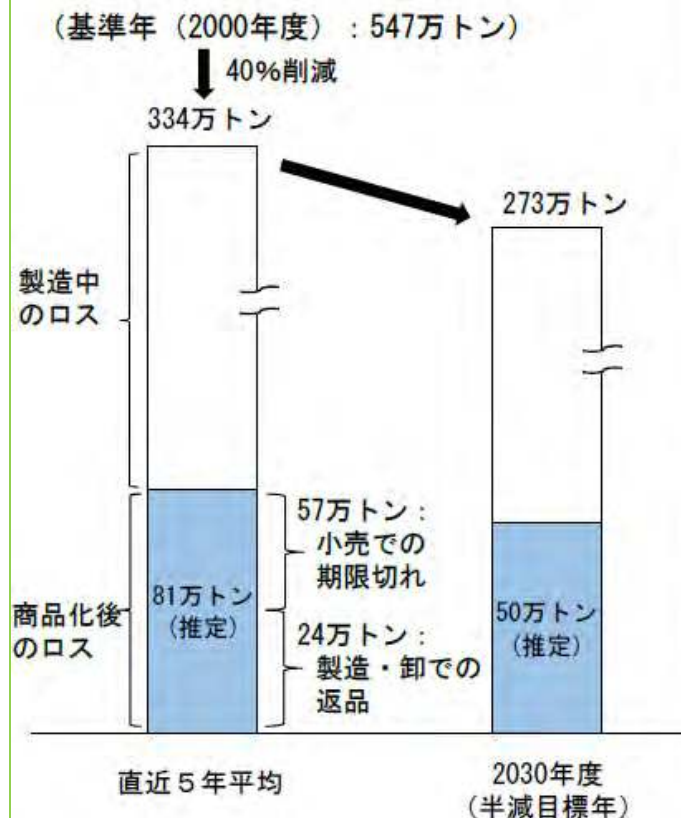
味の素冷凍食品、エス・ティ・フーズ、エム・シーシー食品、**ケンコーマヨネーズ**、シマダヤ、日清食品チルド、**三水フーズ**、樋口醸造店、ホクレン農業協同組合連合会、マール、みまつ食品、明治、森永乳業、**山一食品**、ライフフーズ

（注）複数品目で取り組んでいる事業者があるため、合計は193に一致しない。

期限内食品ロス最小化対策の強化について

- 10月の食品ロス削減月間を中心に、特に期限内食品のロスに関して、以下の取組を経営層に強力に要請し、食品の製造、流通、販売コストを抑制する。
 - ① 厳しい納品期限（3分の1ルール）等の商慣習の見直し
 - ② 企業の定期情報開示における食品ロス削減の取組状況に関する記載
- それでも発生する賞味期限内食品については、フードバンクや子ども食堂への寄附が進むよう企業とフードバンクとのマッチングやネットワークの構築を官民協働で推進し、生活困窮者支援にも貢献。

〔事業系の食品ロス〕



対策の強化

《商品化後のロス削減の取組》

- ① 厳しい納品期限（3分の1ルール）等の商慣習の見直しを経営層に強力に要請
- ② 企業の定期情報開示における食品ロス削減の取組状況に関する記載を経営層に要請
- ③ 消費者の行動変容を官民協働で啓発
- ④ 賞味期限の延長、AIを活用した需要予測の精緻化等民間等が保有する新たな技術・手法の導入、新商品の開発促進

《上記を実施しても発生する期限内食品ロスへの対応》

- ⑤ 製造事業者や物流事業者とフードバンクとのマッチングやネットワークの構築を官民協働で推進
- ⑥ フードバンク等における保管、運搬、人員の確保方策の収集・共有



**需要に見合った販売の推進
消費者への啓発 等**

消費者啓発に取り組む小売・外食事業者及び地方自治体



- ✓ ポスター等を活用して消費者啓発を行っている小売・外食事業者や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として、55事業者、43自治体の事業者・自治体名や事例等を公表。
(https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/keihatsu/2024.html)

【全国エリア】

株式会社ファミリーマート ミニストップ株式会社 株式会社ローソン
計3社

【北海道エリア】

株式会社道南ラルズ 株式会社モリワキ イオン北海道株式会社
株式会社道北アークス 株式会社大丸松坂屋百貨店
株式会社東光ストア 株式会社福原
計7社

【東北エリア】

生活協同組合コープあいづ 株式会社ユニバース 株式会社ヨークベニマル
株式会社伊藤チェーン 株式会社ベルジョイス
計5社

【関東エリア】

株式会社とりせん 道の駅おかべ 道の駅はなぞの 株式会社タイヨー
生活協同組合コープみらい 株式会社オータニ 株式会社杏林堂薬局
株式会社ヨークベニマル 株式会社読売情報開発 株式会社東急ストア
株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社高島屋 株式会社スギ薬局
計22社

【北陸エリア】

アルビス株式会社 株式会社ウオロク 島屋株式会社
株式会社大阪屋ショップ サニーマーケット株式会社 株式会社マルニー
合計6社

【東海エリア】

株式会社オークワ 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社アオキスーパー
スーパーサンシ株式会社 株式会社とよはた 株式会社スギ薬局
株式会社ヒバリヤ 島屋株式会社 生活協同組合コープあいづ
トヨタ生活協同組合 アルビス株式会社
計11社

【近畿エリア】

市民生活協同組合ならコープ 株式会社サンプラザ イズミ・阪急オアシス株式会社
カナート株式会社 京都生活協同組合 城南衛生管理組合
生活協同組合コープこうべ 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社高島屋
大阪よどがわ市民生活協同組合 株式会社イズミ 株式会社スギ薬局
計12社

【中国四国エリア】

株式会社マルイ 三井造船生活協同組合 株式会社大丸松坂屋百貨店
株式会社高島屋 株式会社イズミ
計5社

【九州・沖縄エリア】

株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社イズミ 株式会社ジョイフルサンアルファ
ハイランドリゾート株式会社
計4社

※実際に啓発資材を活用している店舗の所在地ごとに掲載しているため、事業者数合計には一致しない。

【地方自治体】43自治体が食品ロス削減の啓発活動を行い、
その取組について、自治体名の一覧とともにURLを公表しています。

コンビニエンスストアにおける食品ロス削減に向けたポイント付与



(株)ローソン お客様と一緒に取り組む食品ロス削減プログラム 「Another Choice」

対象店舗	愛媛県、沖縄県のローソン店舗で実証実験 (449店舗：2019年4月末時点)
時期	2019年6月11日(火)～8月31日(土)
商品	朝・昼に店舗に納品される「Another Choice」の シールが付いたおにぎり、弁当
ポイント	夕方以降に上記商品を購入すると 100円につき5ポイント（5円分）付与
寄付	対象商品売上総額（税抜）の5%について、 両県の子どもたちを支援する取組に寄付
取組結果	利用客数：延べ約69万8千人 （愛媛県：延べ約27万9千人、沖縄県：延べ約41万9千人） 寄付金額：829万0,838円 （愛媛県：5,036,165円、沖縄県：3,254,673円）

【Another Choiceの仕組み】



【Another Choiceシール】



（出典）
株式会社ローソンの
2019年5月17日、7月24日、8月20日、
9月26日付けニュースリリースより。

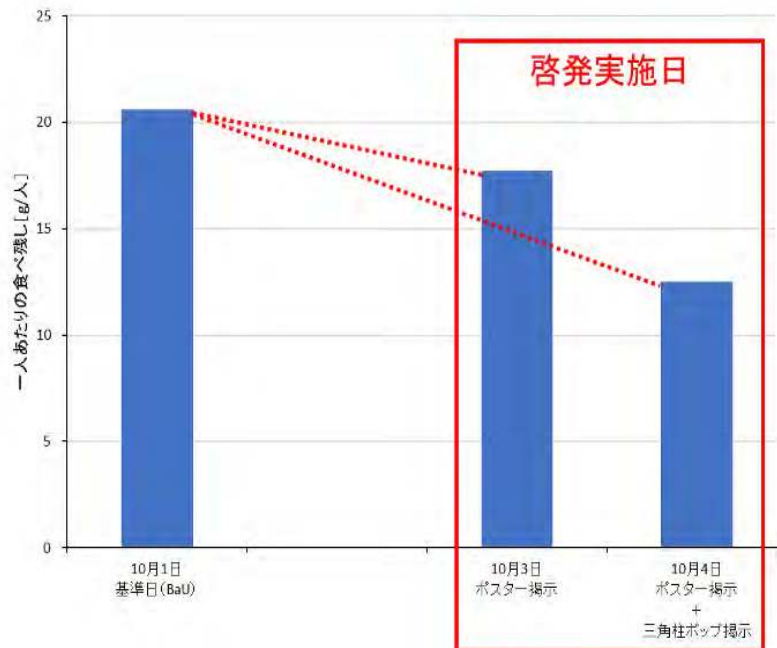
大規模スポーツイベントにおける食品ロス削減手法（選手を対象とした啓発）

- ✓ 2018年女子バレーボール世界選手権の期間中に、選手の宿泊するホテルで、通常の手法で提供した場合と、食べ残しを発生させないことを呼びかける多言語（日、英、スペイン）の啓発資材を活用した場合の食べ残し量を比較。
- ✓ この結果、ポスターや卓上ポップによる啓発を実施した場合、一人当たりの食べ残しの量は減少。

調査結果HP : https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/sports_foodloss.html



【一人あたりの食べ残し量（g/人）】



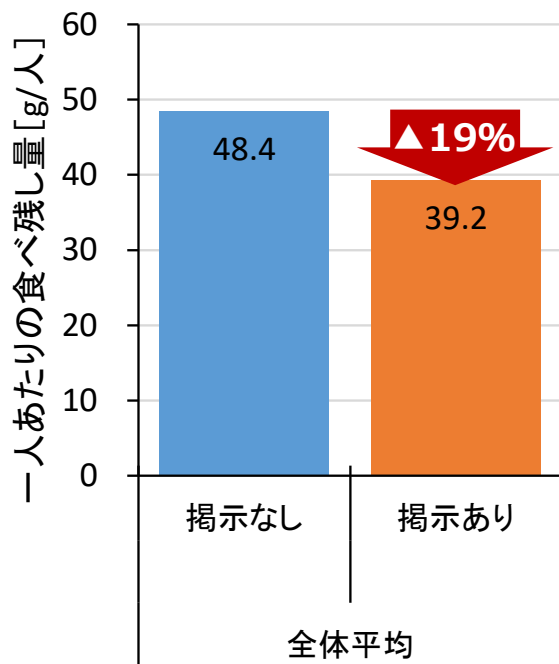
【啓発資材（ポスター・三角柱）、計測時の様子】



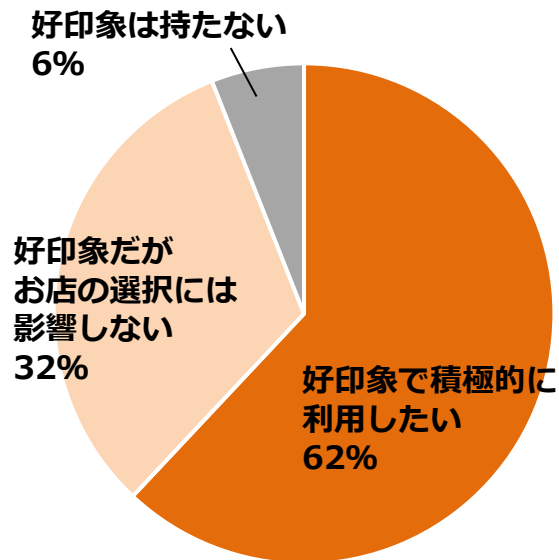
大規模スポーツイベントにおける食品ロス削減手法（飲食店利用客を対象とした啓発）

- ✓ ラグビーワールドカップ2019の期間中に、選手の宿泊するホテルや競技会場周辺の飲食店において、食べ残しを発生させないことを呼びかける多言語（日、英、仏）の啓発資材を掲示。
- ✓ この結果、「食べ残しゼロにトライ！」と呼びかけるポスターや卓上ポップを掲示した飲食店では、一人当たりの食べ残し量が約2割減少。
- ✓ また、これら飲食店の利用客へのアンケート調査では、約9割が食品ロス削減に取り組む店舗に好印象を持ち、約6割がこのような店舗を積極的に利用したいと回答。

【一人当たりの食べ残し量】
（居酒屋）



【啓発を実施した飲食店への印象】



【啓発資材（飲食店（居酒屋））】



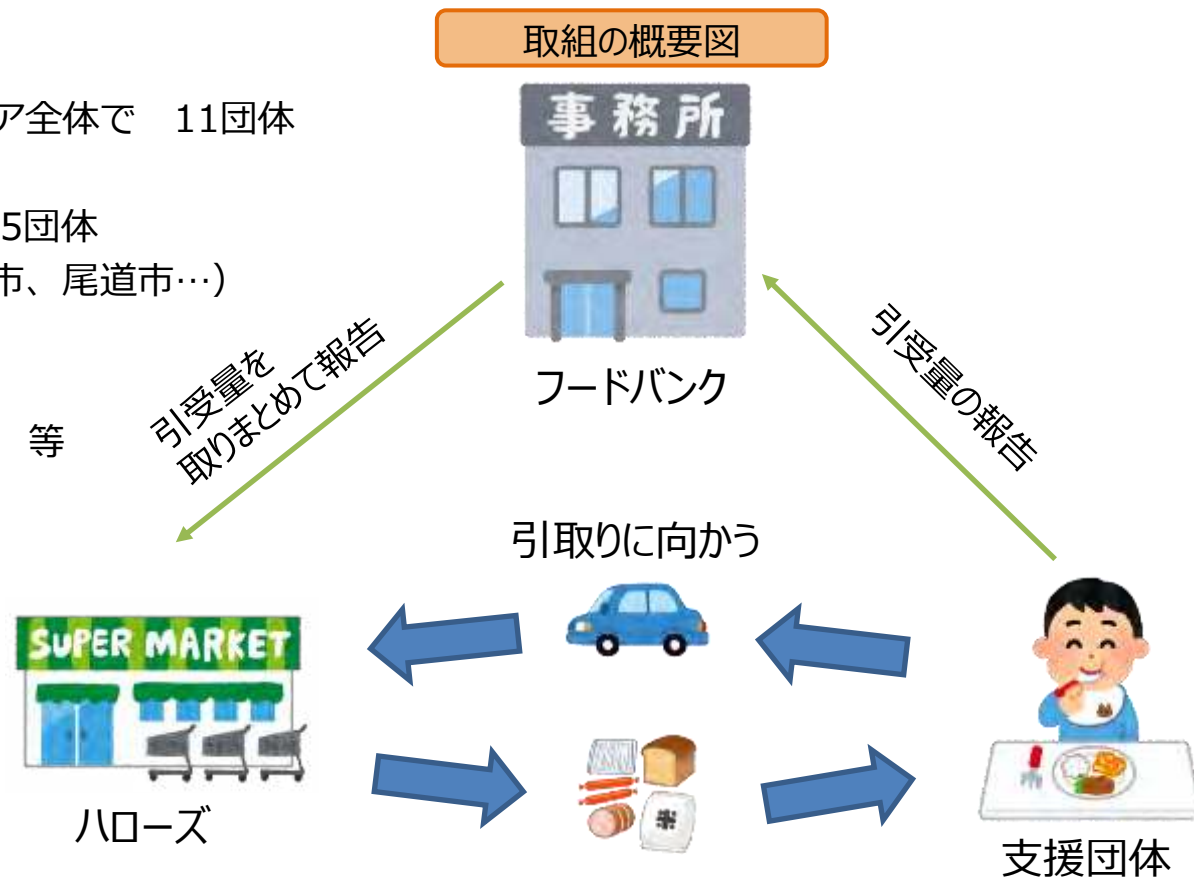
未利用食品の寄附促進

食品小売事業者（株）ハローズの例

- ・ 月間約 5 トンの食品をフードバンク等に提供。（平成31年実績）
- ・ 規格外農産物や加工肉等の食品提供も積極的に行っている。
- ・ フードバンクと契約を締結した子ども食堂等の支援団体が、近隣の店舗へ直接引取りに向かう。

食品提供施設一覧（平成31年時点）

- ① フードバンク ハローズ出店エリア全体で 11団体
- ② 子ども食堂 約30団体
- ③ 障害者就労支援施設 A型・B型 5団体
- ④ 社会福祉協議会 （赤磐市、岡山市、尾道市…）
- ⑤ その他支援を必要とする団体
岡山市 ホームレス支援きずな
倉敷市生活自立相談支援センター 等



食品小売事業者（(株)ローソン）によるフードバンクへの食品提供の取組例

- ✓ 株式会社ローソンは、未利用食品を、一般社団法人全国フードバンク推進協議会（全国のフードバンク30団体が加盟）を通じて、食品の支援を必要としている家庭やこども食堂等に寄贈する取組を開始。

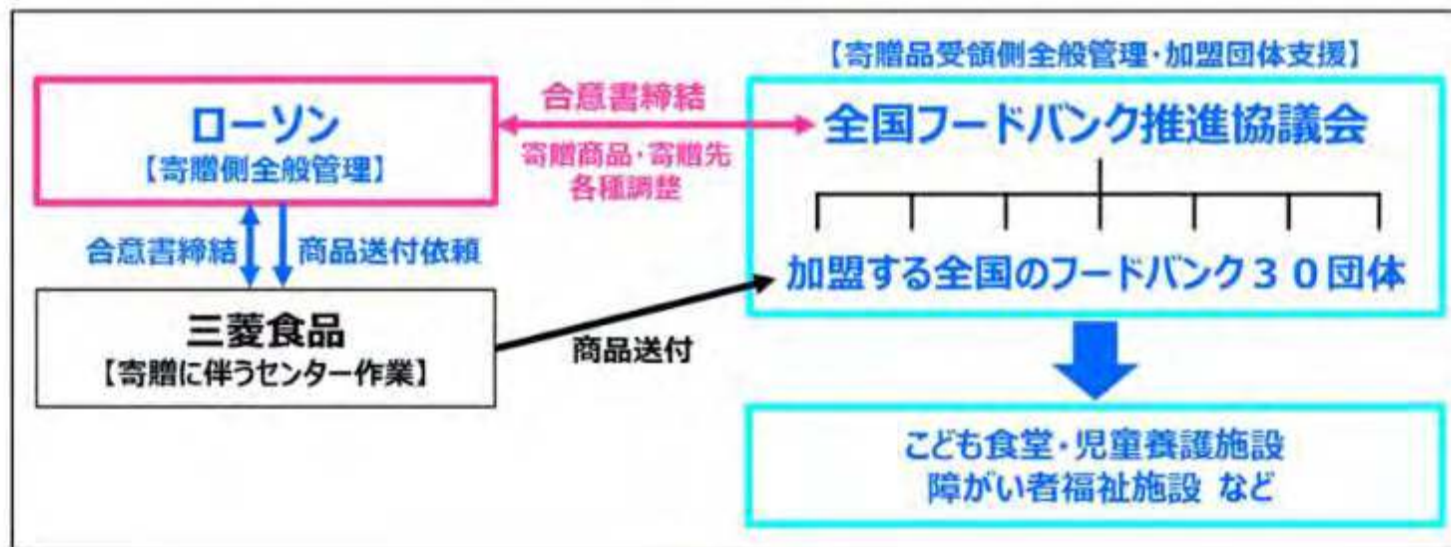
【対象となる未利用食品】

「店舗への納品期限を迎えてしまった商品（賞味期限は残っている商品）」などの余剰食品
（※菓子・即席麺・缶詰・調味料など様々な食品が対象）

初回は、プライベートブランド「ローソンセレクト」のお菓子など約2万7000個を、東北から九州のフードバンク24団体に寄贈（令和元年8月までに実施済）

【未利用食品提供のフロー図】

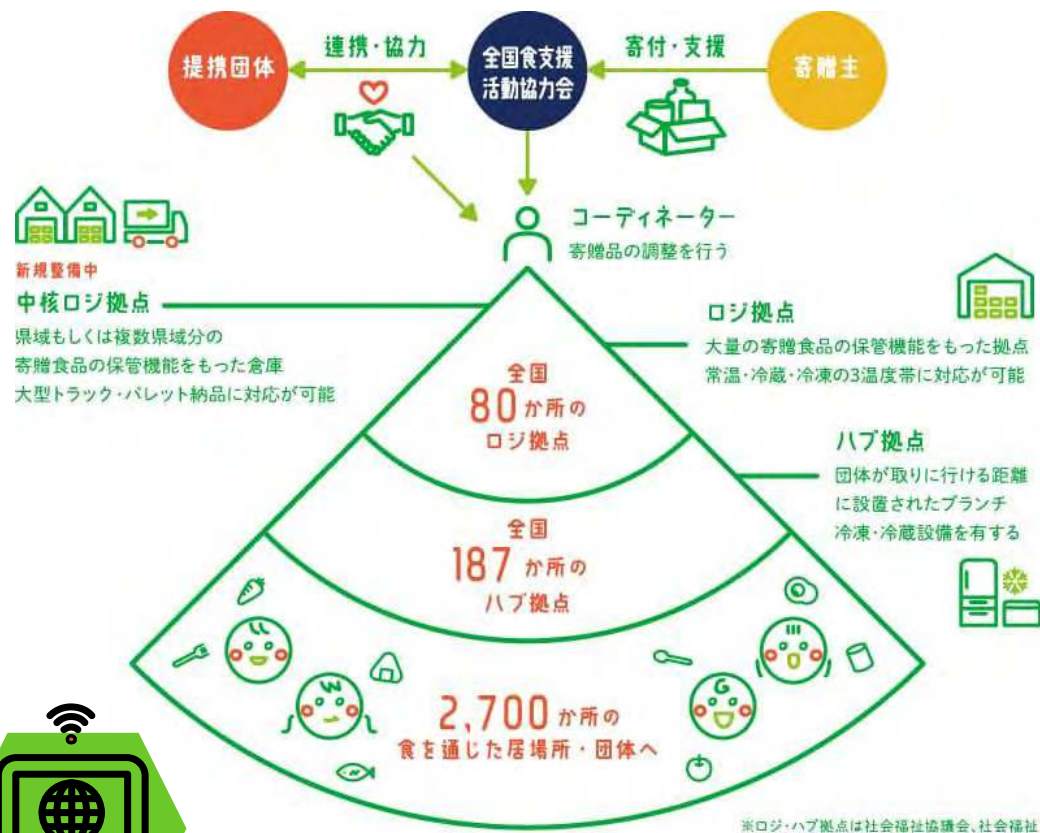
ローソンは、物流センターを運営する「三菱食品株式会社」と本取組に係る合意書を締結し、対象となる食品の提供を希望する全国のフードバンクへ物流センターから直接納品する仕組み。



各地域のネットワークによる全国への食料支援の取組（（一社）全国食支援活動協力会）

- ✓ 全国35都道府県267拠点に寄附食品を受入・保管できるロジ拠点を整備し、**約2,700ヶ所**の食支援団体へ食品を提供できる体制を整備。拠点の設備は**常温・冷蔵・冷凍**に対応。
- ✓ 企業からの寄附食品を、量を集約して卸せるようにすることで**配送を効率化し、費用を軽減**。
- ✓ オンラインで寄贈申請可能な寄付情報システム運用中！

○ 全国食支援活動協力会において全国の企業等からの寄附相談を一括で受付け、各地域への寄附を調整



オンライン寄付
情報システム運用中

全国食支援活動協力会HP：<https://www.mow.jp/>
(ミールズ・オン・ホイールズ ロジシステムHP：<https://mow.jp/mow-ls/>)



物流×ストック×シェア
ミールズ・オン・ホイールズ
ロジシステム

各地域のネットワークによる全国への食料支援の取組（（一社）全国食支援活動協力会）

寄贈主が各中核orロジ拠点
まで配送手配

ロジ拠点からハブ拠点の配送は地域内で実施



コーディネーター：
寄贈品受取希望有無の回答・送付先の
調整・決定を行う



ロジ拠点： 一次受け拠点
大量の寄贈食品の保管機能をもった場
所・倉庫
常温・冷蔵・冷凍の3温度帯に対応



中核ロジ拠点： *新規整備中*
県域もしくは複数県域分の寄贈食品の
保管機能をもった倉庫
大型トラック・パレット納品対応が可能



ハブ拠点： ロジ拠点の支店
活動団体を取りに行ける距離に設置
された、冷凍・冷蔵設備を有する拠点
(設置は推奨)

3 地方公共団体や事業者の取組事例

地方自治体における「もったいない」を見直す動き

- ✓ 外食や小売店と協力して食品ロスに取り組む自治体が増加。平成28年10月には、自治体間でネットワークが構築されるなど、地域から「もったいない」を見直す取組が広がっている。
- ✓ 特に、宴会時に「食べきりタイム」を設け、食品ロスを減らす「3010運動」は、長野県松本市で始まり、福井県、静岡県、福岡市、佐賀市など多数の自治体に広がっている。



自治体間のネットワーク構築（H28.10月）
（全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会）



食べ残しゼロを推進する呼びかけ
（左：長野県松本市、右：福岡県福岡市）



宴会での食べ残しを減らす運動です

乾杯後 **30** 分間は席を立たずに料理を楽しみましょう

お開き **10** 分前になったら席に戻って料理を楽しみましょう

	調査対象宴会 (回)	参加人数(人)	食べ残し総量(g)	平均1人当たり 食べ残し量(g)
取組あり	4	59	417	7.1
取組なし	5	107	3,315	31.0

京都市の調査によれば、宴会で「幹事からの声かけ」や「卓上POPの設置」の取組を行った場合、取組なしにくらべて、食べ残し量が**約4分の1**に。

（調査対象数が少ないため一般化はできないことに留意）

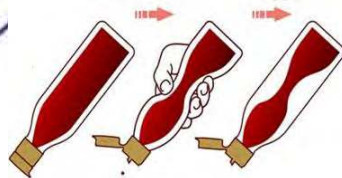
資料：第60回京都市廃棄物減量等推進審議会（平成29年3月28日）

容器包装の改善による食品ロス削減の取組事例①

容器包装の改善により、流通段階や家庭での食品ロスを削減

キッコーマン食品(株) 鮮度保持

いつでも新鮮シリーズ



2011年8月から

〈容器包装の改善〉

- ・ ボトルを2重構造にすることにより、開栓後もしょうゆに酸素が触れず高い保存性を実現。
- ・ 押し加減により、少量から多量まで注ぎ出しの調整が可能。



〈食品ロス削減〉

- ・ 開封後の内容物酸化による劣化を抑制し、しょうゆの鮮度を90日間保持。
- ・ ボトルを絞ることにより、しょうゆを最後まで注ぎ出せるようになり、ボトル内の残渣が減少。

山崎製パン(株) 鮮度保持

「ランチパック」シリーズ



1984年から

〈容器包装の改善〉

- ・ 商品の品質を保持できるよう、パッケージにエアを充填するため、通常より厚いフィルムを採用。

〈食品製造段階の改善〉

- ・ 製造工程が自動化されているため、中身製品に人の手が触れることがない。

〈食品ロス削減〉

- ・ パッケージ内のエアがクッションとなり、持ち運びや家庭での潰れ等による食品ロスの発生を抑制。

〈鮮度保持〉

- ・ 衛生的な環境で包装することより製品の安全性と品質を維持。

容器包装の改善による食品ロス削減の取組事例②

サトウ食品(株) 賞味期限の延長

サトウの切り餅、サトウのまる餅



〈容器包装の改善〉

2016年9月から

- ・ 切り餅・まる餅の個包装に酸素を吸収し、水分蒸散を抑えるハイバリアフィルムを採用。
- ・ 個包装内の酸素をフィルムが吸収しつつ、外部からの酸素の進入を防止するとともに、餅の水分を保持。

〈賞味期限の延長〉

- ・ 酸化を防ぎ、水分を保持することで、つきたて食感を長く保ち、賞味期限を15か月から24か月に延長。

〈3R等〉

- ・ 従来の鮮度保持剤が不要となり、分別排出をし易くした。

味の素(株) 小分け・個包装

鍋キューブ®



〈容器包装の改善〉

2012年8月から

- ・ キューブ状の鍋つゆの素を開発し、一人前（キューブ1個）ずつ個包装化。

〈食品製造段階の改善〉

- ・ キューブ状にするため、固形化や調理時の溶けやすさなどで独自の配合上・製造上の技術を開発。

〈食品ロス削減〉

- ・ 一人前が一個のキューブなので、一人鍋から大人数の鍋まで、作る量を調整することができ、食べ残しによる家庭で発生するロスを減少。

販売方法の工夫による食品ロス削減の取組事例（ヤマダストアー(株)）

- ・2018年2月に、海産資源を大切にしたい気持ちから、恵方巻きなどを広告した折込チラシに「もうやめにしよう」というメッセージと共に、「今年は全店、昨年実績で作ります」、「欠品の場合はご容赦くださいませ」という文章を添えて発信。昨年実績より多く作るという商慣習に対し、あえて売り方の見直しを行い、事前にお客様に向けてお知らせ。
- ・結果、兵庫県内8店舗中5店舗で完売。前年に比べ、廃棄量は減少。

もうやめにしよう

売上至上主義、成長しなきゃ企業じゃない。
そうかもしれないけど、何か最近違和感を感じます。

昨年あちこちで大量に廃棄された恵方巻がSNSで話題になりましたが、そりゃそうです。
のばせのばせ、ふやせふやせの店潰れと恵方巻の大量生産で数は膨れ上がり続けています。

食材を原価だけで考えてるからそんなことになるんやと思う。水も土も海産資源も地球が無料で私たちに与えてくれています。
スーパーの現場で働くと、どんなに偉い学者さんじゃなくても分かります。
ヤマダの鮮魚従業員も「海産資源は絶対減ってる」って言ってます。だから大事にしたいんです。

今年も1本1本心を込めて巻きました。ヤマダの巻寿司は殆どお店で巻いてます。
魚屋さんが魚を切って、お肉屋さんでお肉を焼いて巻いてます。

今年はもしかしたら早くに無くなるかもしれないけれど、ヤマダはこれ以上成長することよりも今を続けられることを大事にしたいです。
最後の1本の恵方巻までお客様に愛されますように。

ちょっと変なスーパー ヤマダストアー株式会社

※今年は全店、昨年実績で作ります

売れ行きに応じて数を増やすことを今年は致しませんので、欠品の場合はご容赦くださいませ



※2018年2月折込チラシ

販売方法の工夫による食品ロス削減の取組事例（松坂屋）

- ✓ 松坂屋上野店では、賞味期限間近の商品や終売品等、これまで店頭から撤去されていた商品のほか、納品期限切れ商品や過剰在庫等をメーカー・卸売業者から集めて売り尽くす「もったいないセール」を2010年から展開。
- ✓ 百貨店ギフト商材などで普段なかなかセールで販売しないような商品を目玉にしており、百貨店で行われることで消費者の信頼も高い。メーカー・卸にとっては廃棄コストの削減が図られるほか、消費者がこのセールを通じて商品を知り、通常販売でのリピーターに繋がるなど、多面的な効果が得られている。



もったいないセール(2010年～)

メーカー

計40社

賞味期限間近の
商品、終売品
納品期限切れ商
品
過剰在庫品
終売品
規格外品 等

卸



【開催数】 年3回（それぞれ約1週間）

【来客数】 約5,000人／日

【取扱商品の種類】 3,000以上
(百貨店ギフト商材などで普段なかなかセールで販売しないような商品)

【効果】 廃棄コストの削減、イベントによる集客アップ、イベントを通じた通常時の需要拡大

「食べ残し」対策の取組事例①

- ✓ 地方公共団体の食品ロス削減への動きと合わせて、各地の外食事業者等においても、小盛り・小分けメニューの提供やお客への食べきりのインセンティブ付与等の様々な「食べ残し」対策を行っている。

小盛り、小分けメニューの展開 持ち帰り容器の提供

【大珍楼】

(神奈川県横浜市 食べきり協力店)

食べ放題のメニューの最小単位を小さくして、例えば北京ダックやエビの揚げ物など、1枚・1個から注文を可能とすることで、お客様の食べ残しを削減。

また、コース料理について、おいしく食べきって頂くことを前提にしつつ、持ち帰りを希望されるお客様へは持ち帰り容器を提供。なお、傷みやすい料理は持ち帰り不可とする等、衛生面にも配慮。



インセンティブの付与

【静岡県：ふじのくに食べきりやったねキャンペーン】

協力店舗数 329 (R2.4)

「食べきり」に成功した客・グループに対して、特典（飲食代割引や地産品プレゼント）を付け、食べきりに対してのインセンティブを付与。



食べきりへの声かけ

【岩手県：ホテルメトロポリタン盛岡】



各種パーティーにおいて幹事や司会者と相談し、食べ残しを減らすための「3010運動」を実践。

「食べ残し」対策の取組事例②

- ✓ 大津市では、食品ロス削減に取り組む飲食店等を「三方よしフードエコ推進店」としてP Rすることとあわせ、「正しいドギーバッグ使用を推進する運動」を推進。
- ✓ 「飲食店等における「食べ残し」対策に取り組むに当たっての留意事項」に基づき、飲食店等における注意点をまとめた「ドギーバッグ使用ガイド」を独自で作成。

【三方よしフードエコ推奨店】

食品ロス削減につながる取組を行う飲食店等を推奨店として登録する制度。
登録された店舗をH Pで公開。



(「三方よし!!でフードエコ・プロジェクト」
キャラクター・よっしーくん)

ドギーバッグ使用ガイド



- ・持ち帰りは、刺身などの生ものや半生など加熱が不十分なものは避け、帰宅後に加熱が可能なものにし、食べきれる量を考えておこなうこと
 - ・持ち帰った料理は帰宅後できるだけ速やかに食べる
 - ・中心部まで十分に再加熱してから食べる
- など、お店から客への説明事項や注意書きを具体的に掲載。

ドギーバッグ使用ガイド(大津市)紹介サイト↓

[http://www.city.otsu.lg.jp/machi/gomi/ji-
gyo/1517474154810.html](http://www.city.otsu.lg.jp/machi/gomi/ji-
gyo/1517474154810.html)



外食事業者の取組事例（和食さと（サトフードサービス株））

- ・サトフードサービス(株)では、食品の「小ロット化」、加工済み食材の導入、天かす搾油機の導入、食べ残し対策として、少量メニューやサイズが選べるメニューの導入により、食品ロスを削減。
- ・過去の食材使用実績と計画客数から食材の使用量予測を行い、最適な仕込み数を算出。また、1週間ごとに棚卸しを実施し、食材ロスを見える化することで食品ロスの改善に努めている。



牛肉の小ロット化



食べ残し対策として、ハーフサイズのメニューやミニサイズの丼・麺などを提供



天かす搾油機による廃棄量削減



売上予測に応じて適正量の仕込みを実施

外食事業者の取組事例（株）星野リゾート）

星野リゾート軽井沢ブレストンコートにおいて、顧客1人1人に対応して給仕する取組を行い、食品ロスを削減。

＜披露宴料理の当日選択制の導入＞



- ・ 参列当日に席についてから、和食・洋食を選択できる仕組みを開発。
- ・ 当日に、好みのものを選ぶため、食べ残しが減少、顧客満足度も上昇。



＜ワンテーブル・ワンシェフの導入＞



- ・ テーブルごとに、サービススタッフが1名つき、料理の切り分け、仕上げなどを行うサービス。
- ・ 1人1人に、好みや大きさを伺って、料理を提供するため、食べ残しが減少



ビュッフェレストランでの取組

<ロスGメンによるチェック>

- ・ビュッフェ台上の料理量をコントロールし、食品ロス量を最適化。
- ・料理のディスプレイ方法のトレーニングや食品ロスの計測と記録を実施。



<タパススタイルの導入>

- ・少量ずつ様々な種類の料理を楽しむタパススタイルを平成23年から朝食に導入。現在80%の料理がタパス仕様で、廃棄量を極限まで減少させることに成功。

（現在 食べ残し約3%、ビュッフェ廃棄約6%）



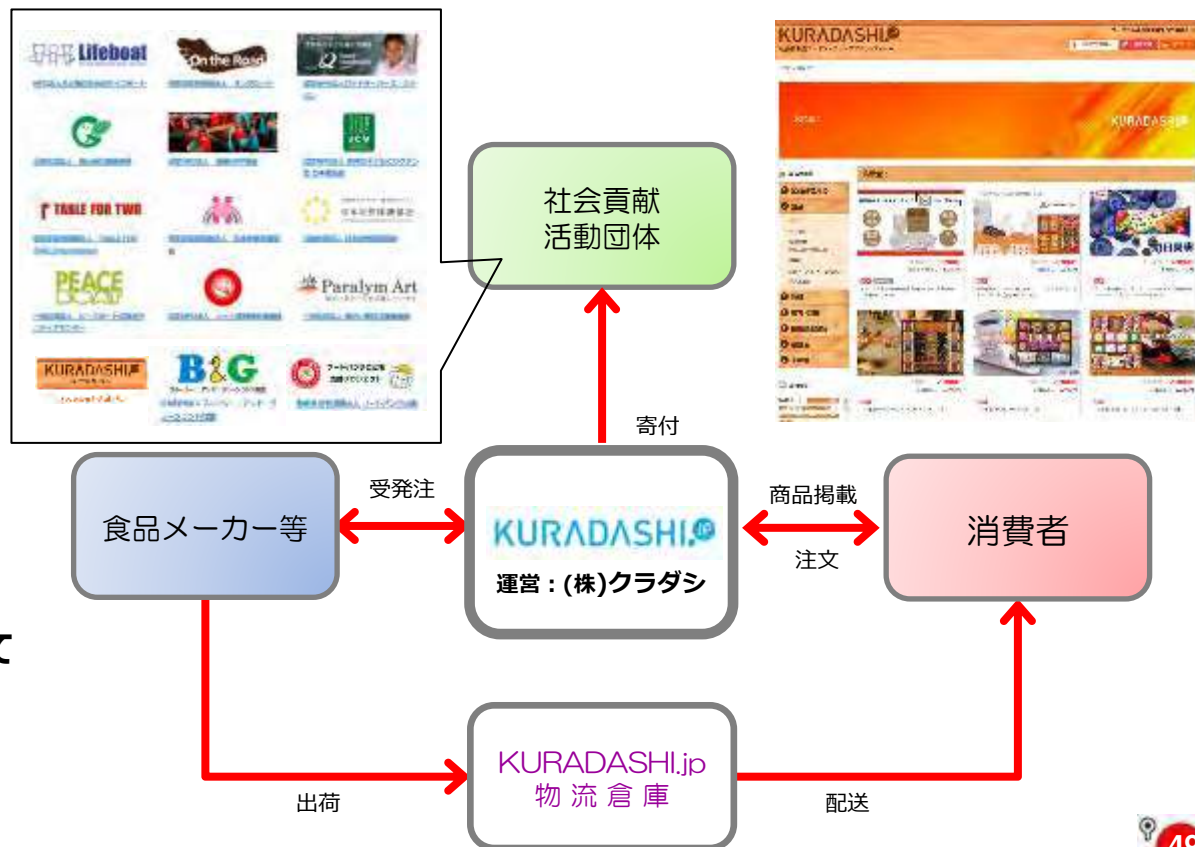
その他の取組事例（株式会社クラダシ）

- ・社会貢献型フードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI.jp」の仕組みに賛同する企業から商品を協賛価格にて依頼を受け、社会貢献意識の高い会員に迅速にマッチングさせることで、食品ロスを大幅に削減するサービス。また、農水産品の規格外のみならず、売れ残る一次産物を販売し全国の農業・漁業従事者の雇用と経営発展を促進。
- ・購入者は、商品毎に設定された支援金（寄付）を社会貢献活動団体へ寄付することができ、環境保護、災害対策、医療・福祉サービスの充実など、社会課題の解決に貢献できるビジネスモデル。

グッドライフアワード2018 環境大臣賞受賞



環境省が「環境と社会により暮らし」を実践している優れた活動や取り組みを顕彰する制度。環境に優しい社会の実現を目指し、日本各地で実践されている活動や取り組みを環境省が主体となって表彰し、活動や社会を活性化するための情報交換などを支援していくプロジェクト。





通常であれば捨てられてしまいがちな食材を有効活用し、お客様に提供。加藤えのき月見ステーキはシーズンで6.9万食売り上げる人気商品。

えのきの石づきを利用した料理の開発

捨てられてしまうことの多いえのきの「石づき」の部分をも有効活用し、石づきの上につくね、卵黄をのせた「加藤えのき月見ステーキ」として2014年から販売を開始。毎年秋のおすすめメニューのひとつとして、9月から期間限定で販売している。※商品名の加藤は生産者の名前から取っている。

実施効果

2017年はシーズンで約6.9万食を売り上げるヒット商品となっている。



未利用魚「豆アジ」の商品化

図らずも定置網にかかる豆アジは、値が付かないうえ手数料や費用が嵩み、漁師にとって流通させづらい食材。この豆アジに正当な値付けをし買い取り商品化することで、通常廃棄されるものを食材として活用している。



その他の取組事例（TABETE（株）コークッキング）



まだ食べられるが、閉店間際や商品入れ替え時など、オペレーション上廃棄せざるを得ない料理について、価格や引き取り期限をユーザーに情報発信し、店舗に取りに来てもらう仕組みを提供



① ロス発生の危機！

商品の入れ替え時間や賞味期限、閉店時間が近づいてロスの危機にある商品が発生！時間内に売り切れないと廃棄に。。。。



② TABETEに掲載

簡単設定で価格、在庫数、引き取り時間を設定してすぐに掲載。事前に内容を登録しておけばワンタップで掲載可能！



③ 食べ手が購入

TABETEユーザーが商品を発見、購入します。決済もクレジットカードで済むので会計の手間なし！



④ 引き渡し

食べ手が来店するまでにテイクアウト用に用意しておきます。あとは「レスキューチケット」を確認して本人確認をしたら、商品をお渡しするだけ！



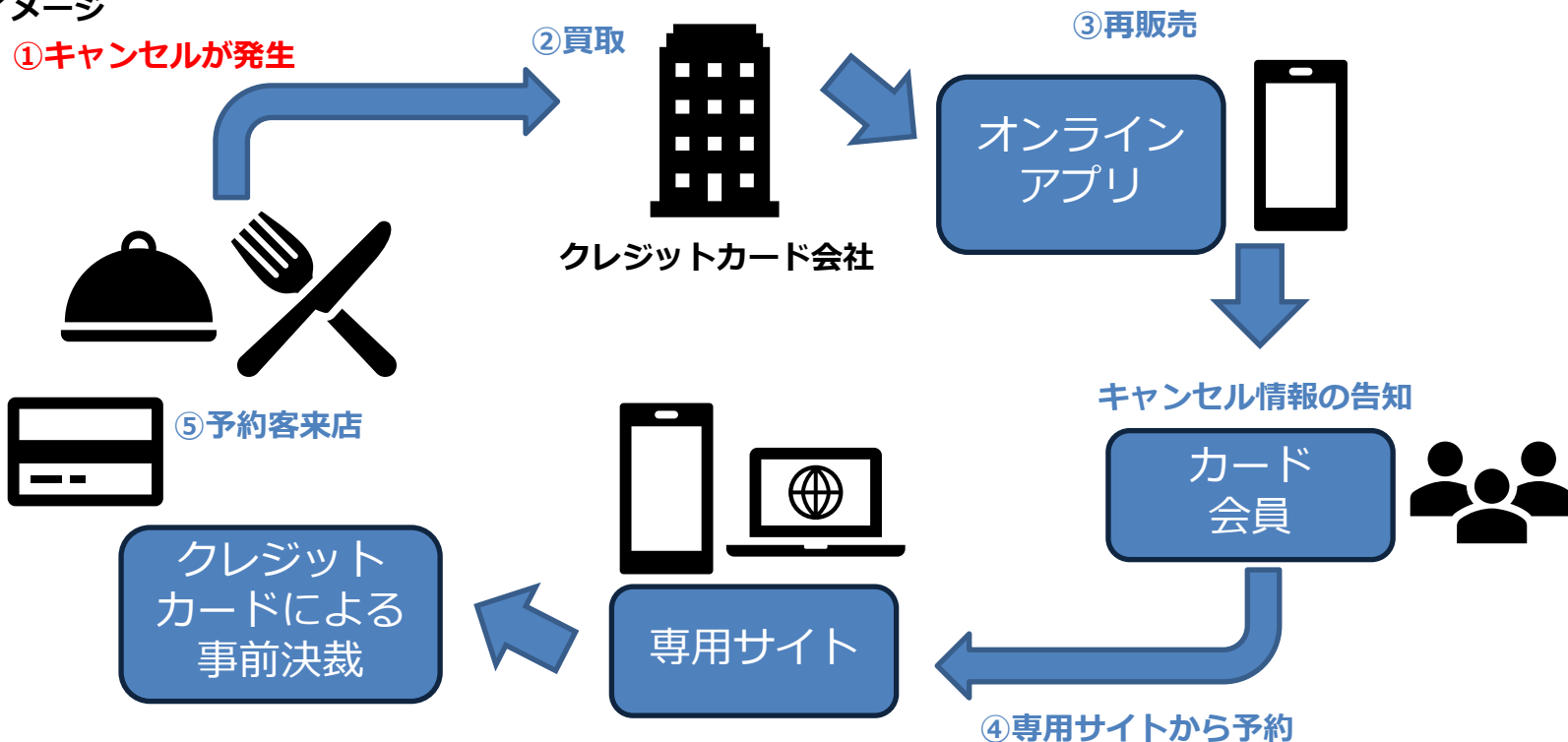
利用の流れ

利用イメージ

その他の取組事例（クレジットカード会社）

- 「この店でキャンセルが出たら優先的に連絡してほしい」というクレジットカード会員からのお声と、「突然のキャンセルに本当に困っている。どうにかできないだろうか」という飲食店からの声を結びつけるべく、予約の取りづらい有名店を含む優良飲食店でノーショーやドタキャンが発生した際にクレジットカード会社買い取り、キャンセル情報をオンラインアプリを通じてカード会員に即時公開し再販をするサービスを提供

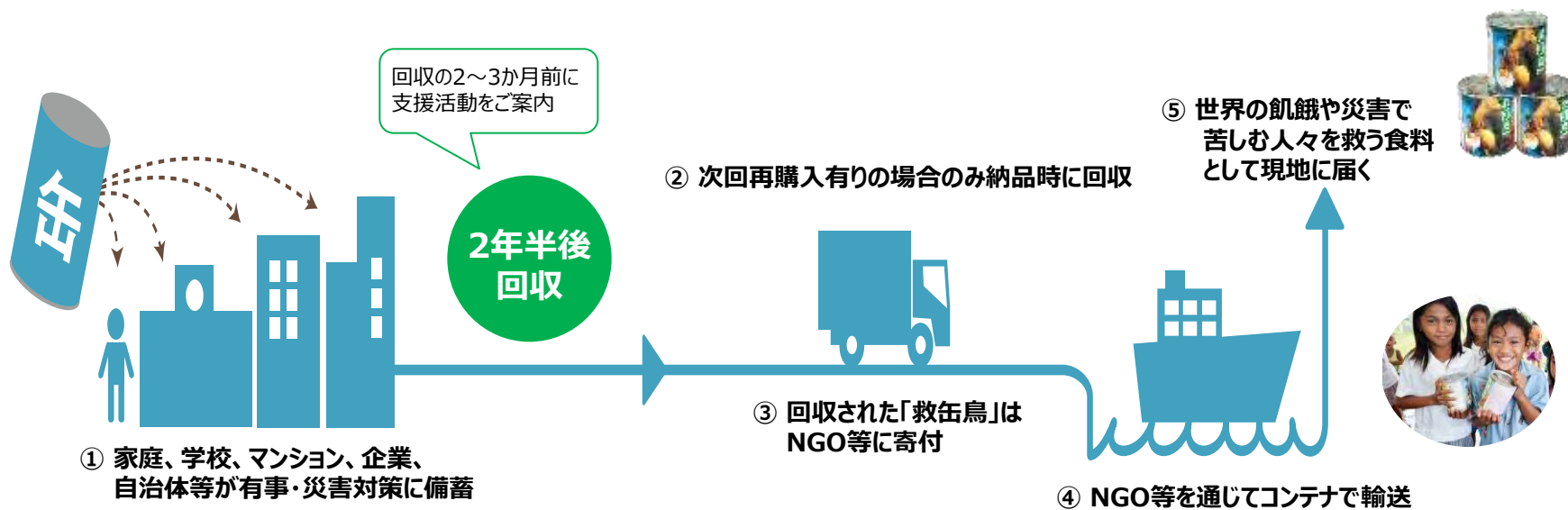
利用イメージ



その他の取組事例（株式会社パン・アキモト）

- ✓ (株)パン・アキモトで行う「救缶鳥プロジェクト」では、賞味期限3年の備蓄用パンを企業、自治体等に購入してもらい、2年半後に自社で備蓄パンを引き取り、賞味期限を約半年残した状態でNGO等に寄付。NGO等を通じて、海外の飢餓や災害の被災者に食料として提供。

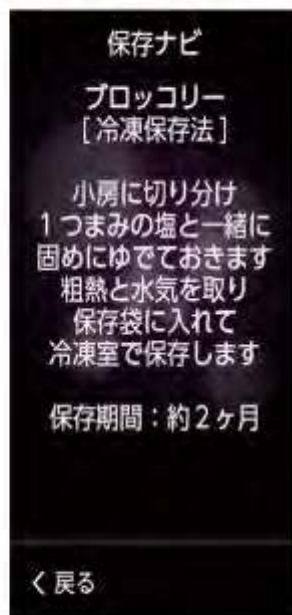
救缶鳥プロジェクトの仕組み



その他の取組事例（シャープ®(株)）

- ・ シャープ製冷蔵庫（SJ-GAシリーズ）は無線LAN経由でクラウドサービス『COCORO KITCHEN』に接続し、献立の検索・提案などのさまざまな情報を音声や画面で案内。
- ・ 食品の購入頻度等の情報を学習し、使用期限等の情報をお知らせ。うっかり使用期限を忘れてしまうことを防止することで家庭の食品ロス削減に貢献。

利用イメージ

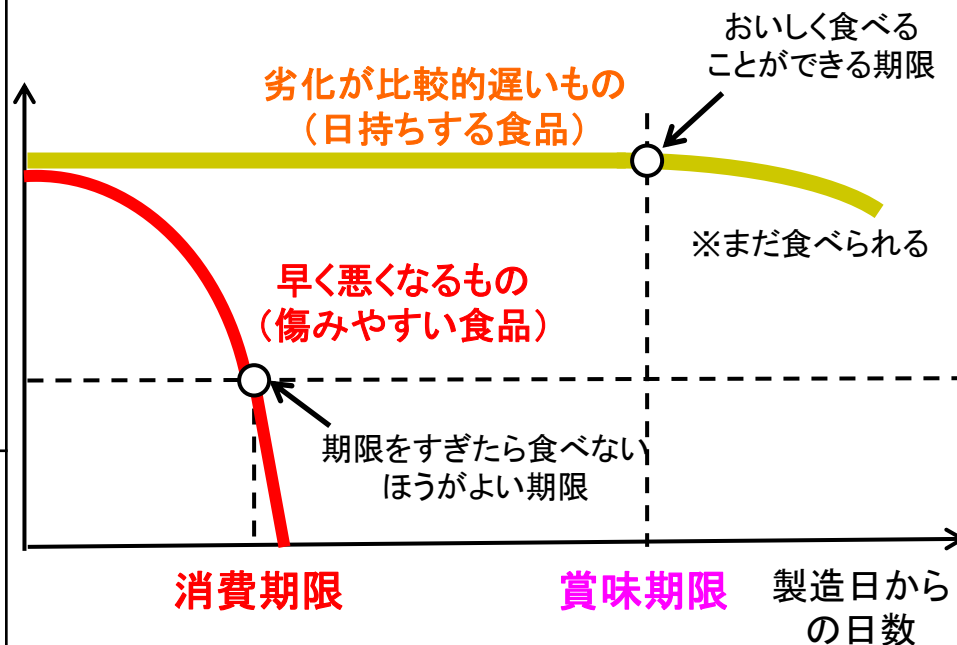


☆ 誰でもできる食品ロス削減～お買い物・消費編～

✓ 消費期限・賞味期限を正しく理解しましょう

	意味	表示がされている食品の例
賞味期限	<u>おいしく食べることができる期限 (best-before)</u> 定められた方法により保存した場合に、期待される全ての品質の保持が十分に可能であると認められる期限。ただし、当該期限を超えた場合でも、これらの品質が保持されていることがある。	菓子、カップめん、缶詰 
消費期限	<u>期限を過ぎたら食べない方がよい期限 (use-by date)</u> 定められた方法により保存した場合、腐敗、変敗その他の品質(状態)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。	弁当、サンドイッチ、惣菜 

＜消費期限と賞味期限のイメージ＞



☆ 誰でもできる食品ロス削減～お料理編～

✓ 食材を上手に使い切りましょう。

クックパッド「消費者庁のキッチン」

<http://cookpad.com/kitchen/10421939>

リメイクレシピや使い切りレシピなどを紹介



毎日の料理を楽しみに
cookpad 253万
レシピ

料理名・食材名
かぶ ぶり大根 白菜 牡蠣 鍋

目的・用途

消費者庁 のキッチン 公式

消費者庁は、消費者の皆様の安全・安心を確保するため、様々な取組を行っています。食、

最近の投稿 レシピ 264 つくれぽ 献立

16/11/16 レシピを公開
16/11/16 レシピを公開

レシピコンテスト ～食べきりげんまんプロジェクト
九都県市廃棄物問題検討委員会

<http://cookpad.com/pr/contest/index/523>



食べきりげんまんプロジェクト

クックパッドのみんなの知恵を結集しよう！
食べきりエコレシピ受賞発表！

食べきりげんまん大賞

残った具材をちくわではさみ揚げ
by 水紀しゅん さん

冷蔵庫に中途半端に残ったもの、捨てちゃう部分をちくわに挟んで揚げちゃいました。ピールのおつまみにあいます。

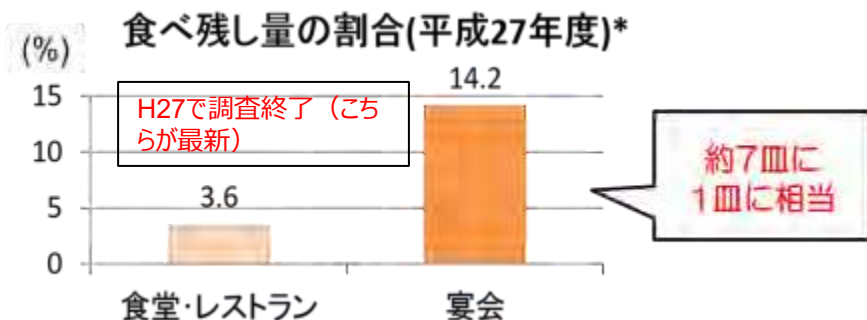
受賞
おめでとうございます！

→ レシピはこちら

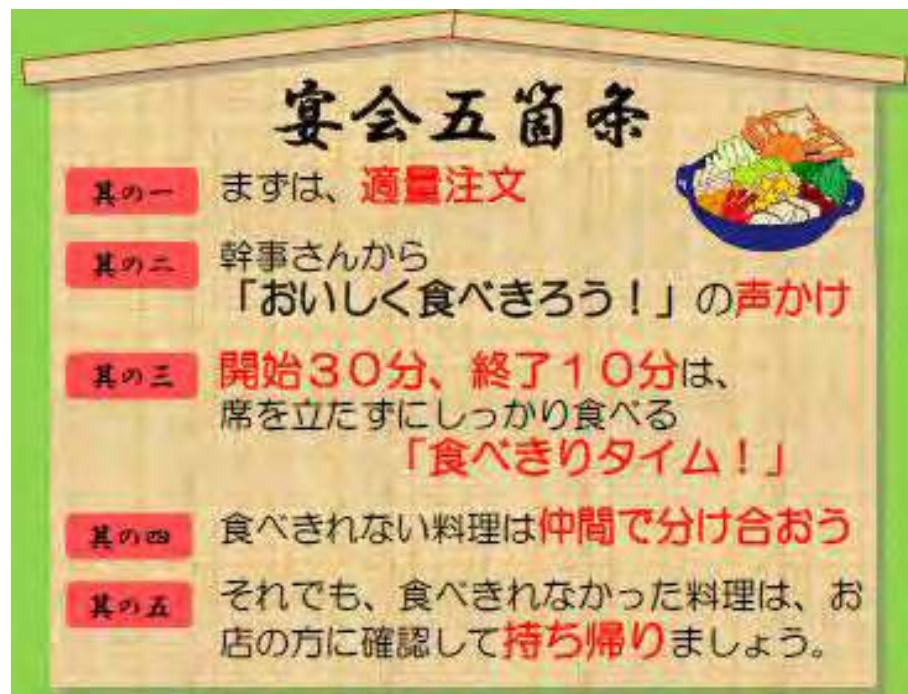
☆ 誰でもできる食品ロス削減～宴会編～

宴会での食べ残しを減らし、気持ちよくお開きしましょう。

- ✓ 外食産業は食品ロスの発生量が多く、特に宴会の食べ残しは食品提供量の14.2%（7皿のうち1皿が廃棄されていることに相当）。
- ✓ 地方自治体の全国ネットワーク活動の一環として、平成28年12月から1月の忘新年会シーズンに、宴会時の食べ残しをなくすため「宴会五箇条」などの普及を実施。



*出典：農林水産省平成27年度食品ロス統計調査報告（外食調査）



外食時の「おいしい食べきり」全国共同キャンペーン
紹介サイト↓

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/170516.html



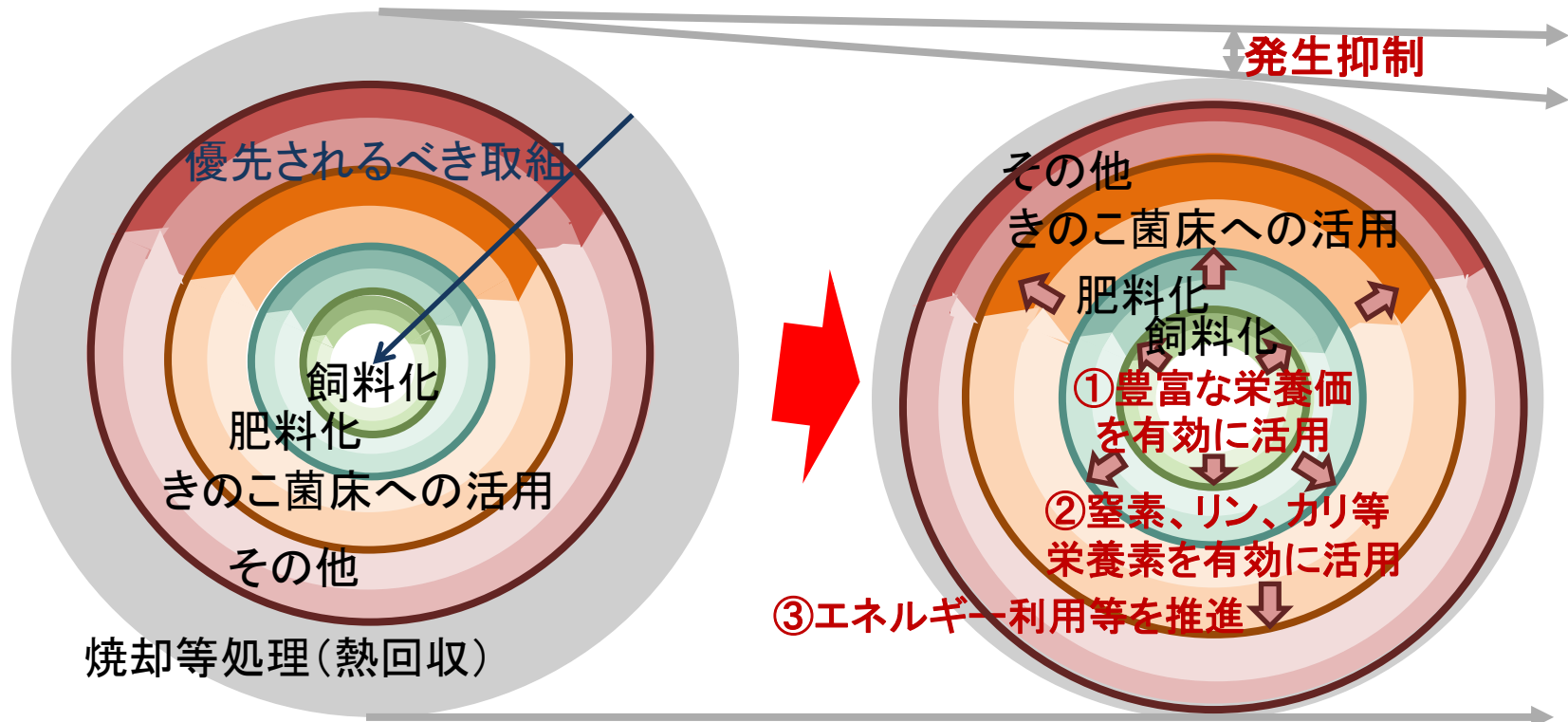
4 食品リサイクルについて

食品リサイクルの優先順位

- ✓ 再生利用手法の優先順位については、第一に資源循環が継続する「モノからモノへ」の再生利用を、環境負荷の低減に配慮しつつ優先。
- ✓ 食品リサイクル手法のうち、**飼料化**については、食品循環資源が有する豊富な栄養価を最も有効に活用できること等から最優先。次に**肥料化**（メタン化の際に発生する消化液を肥料利用する場合を含む。）、その次に**きのこ菌床への活用**を推進すべき。
- ✓ その上で、飼料化・肥料化・きのこ菌床への活用が困難なものについては、**その他の再生利用**（メタン化によるエネルギー利用等）を推進することが必要。

【食品リサイクルの現状】

【食品リサイクルの優先順位・方向性】



外食産業における食品リサイクル促進に向けた取組

- ✓ 外食産業における食品廃棄物等の再生利用の促進に向けたマニュアルを策定。

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/161227_8-27.pdf



外食事業者の食品リサイクル取組事例

■ 食べ残しへの対応

株式会社アレフの取組

- ・残さずに食べた子供達を表彰する等食べきりを促すプロモーションを展開。



■ 減量

株式会社ハチバンの取組

- ・徹底した水切りを行い、食品廃棄物の減量を実施。



■ 分別の負担が少ないメタン化

株式会社ハチバンの取組

- ・セントラルキッチンのごみは分別の負担が少ないメタン化。
- ・分別可能な工場のごみは、堆肥化 等。



■ 効率的な収集運搬

神戸市と神戸市環境共栄事業協同組合の取組

- ・一般廃棄物の積み替え保管施設の共同利用。
- ・効率的な収集運搬により費用を抑制。



☆ リサイクルループの事例～肥料化の取組

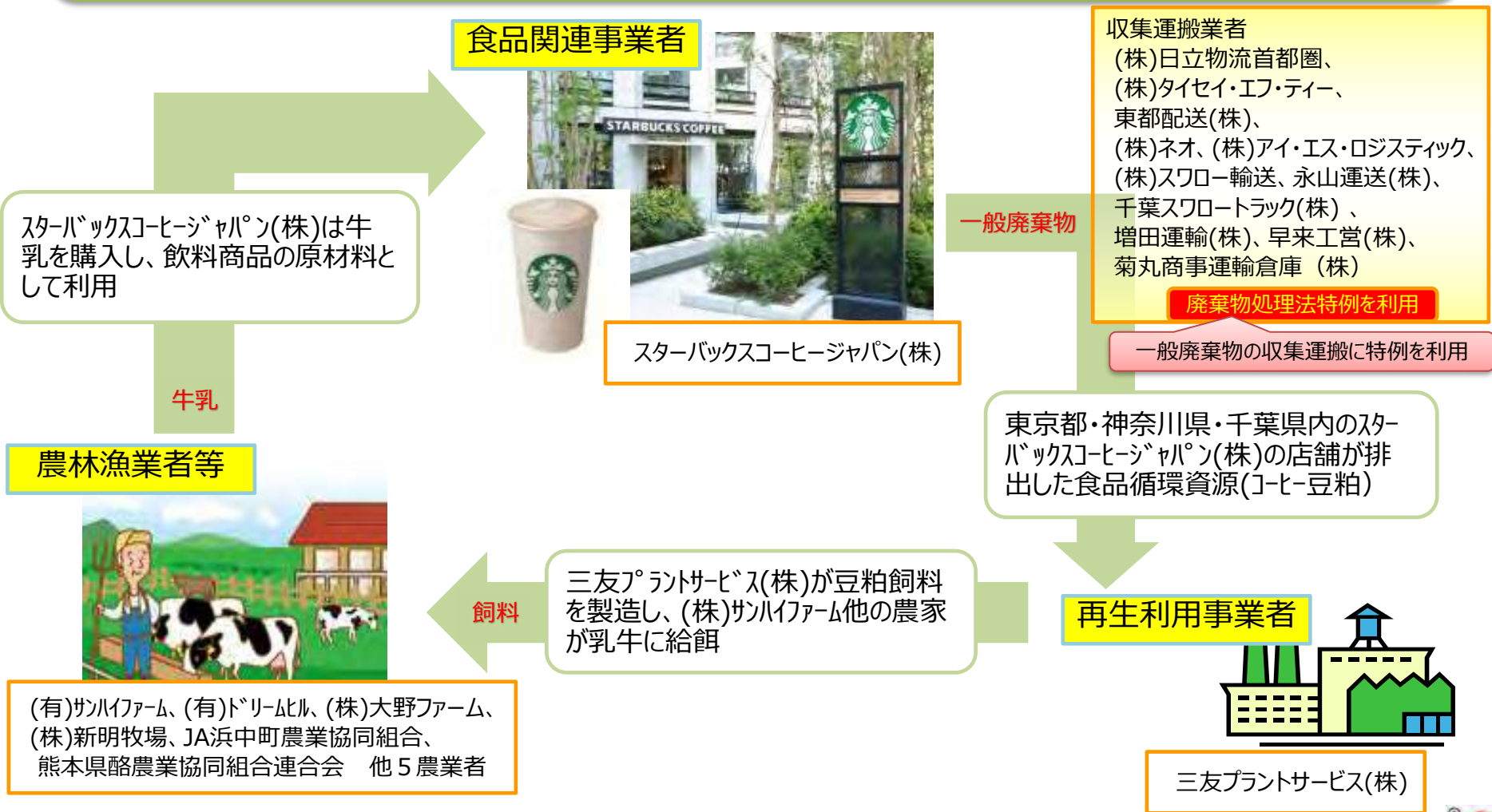


本再生利用事業計画では、産業廃棄物収集運搬許可事業者が廃棄物処理法の特例を利用し一般廃棄物の収集運搬を行っています。また、食品循環資源を収集運搬する際には、衛生面に配慮して6層に梱包し運んでいます。これらの食品循環資源によって肥料が製造され、その肥料を利用して生産されたたまねぎを加工し、店舗で使用しています。



☆ リサイクルループの事例～飼料化の取組

本再生利用事業計画では、廃棄物処理法の特例を活用し、**チルド商品の納品の戻り便（一般の配送業者）**を活用して各店舗から排出される**コーヒー豆粕**を収集運搬しています。これらの**コーヒー豆粕**で飼料を製造し、乳牛に給餌することで**生産した牛乳**を飲料商品の原材料として**利用**しています。



☆ 消化液を利用したリサイクルループの取組（新潟県村上市）



食品関連事業者
（瀬波温泉旅館協同組合等）



農産物を購入し、調理・加工して提供

食品残さ（食べ残しや調理残さ）

（株）開成による収集・運搬



再生利用事業者
（株）開成



メタン発酵による液肥を製造



農林漁業者等
カイセイ農研（株）

液肥を使用し、米、パッションフルーツ、野菜を生産



☆ リサイクルループの事例～外食事業者の取組～

本再生利用事業計画では、外食事業者における調理くず等をドライエコフィードに加工して、採卵鶏の給餌に活用しています。なお、**点在する店舗からの食品残さの回収**にあたっては、**公益財団法人Save Earth Foundationが事務局**になることで、**効率的な回収を実現**しました。



表彰事例：地域とすすめる食品ロス半減の取組（コープこうべ）

- ✓ 食品産業の持続的な発展に向け地球温暖化防止・省エネルギー対策及び食品ロス削減等を推進し、顕著な実績を上げている組織として、第8回「食品産業もったいない大賞」農林水産大臣賞を受賞

①環境共生型エコファーム

専用の回収車で店舗や食品工場から回収した有機資源を土づくりセンターに搬入してたい肥化を行い、そのたい肥を使って野菜を栽培し各店舗で供給する「エコファーム」を1998年に発足。店舗によっては、「エコファーム」コーナーを設置し、循環資源の意義を伝える。

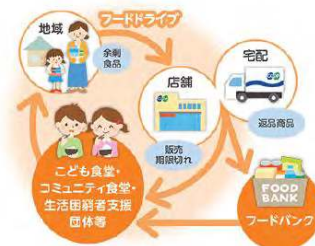


②食品工場でのバイオマス発電

六甲アイランド食品工場では、2003年にバイオマス発電施設を導入し、工場で発生する食物残渣の97%を電力と蒸気に変換して使用している。

③フードドライブ活動

組合員家庭から発生する食品ロスを減らすべく、家庭から食品を持ち寄るフードドライブ運動を開始し、現在では、40店舗で常時食品を受け付けている。店舗が少ない地域では、宅配の配達時にも食品を回収（期間限定）。集まった食品は、直接もしくは社協やフードバンクを通じ、福祉施設や生活困窮者に無償提供している。



④店舗での廃棄ロス削減「もったいないプロジェクト」

自動発注のロジック変更、納品リードタイムの短縮、発注の小ロット化等、商品管理のルールを見直して、過剰在庫を未然に防止などに取り組んでいる。

⑤すぐに食べるなら「てまえどり」運動

組合員とともにすすめる食品ロス削減の取り組みとして、期限の近い食品や値引き品を優先購入する行動を呼びかけ。組合員グループの自主的な取り組みからスタートし、2018年には神戸市と連携。2019年には全店舗で実施。POPの作成や食べ比べ試食を行い、店舗での働きかけに努めている。



リサイクル製品を利用して生産された農畜産物など



食品リサイクル肥料と、それを利用した農産物・加工品に関するマーク

認定機関：（一財）日本土壌協会

令和6年3月末現在で26銘柄の認定



エコフィードと、それを利用した農産物・加工品に関するマーク

【認証エコフィード】

認定機関：（一社）日本科学飼料協会
令和6年3月末現在で29銘柄の認証

【エコフィード利用畜産物認証】

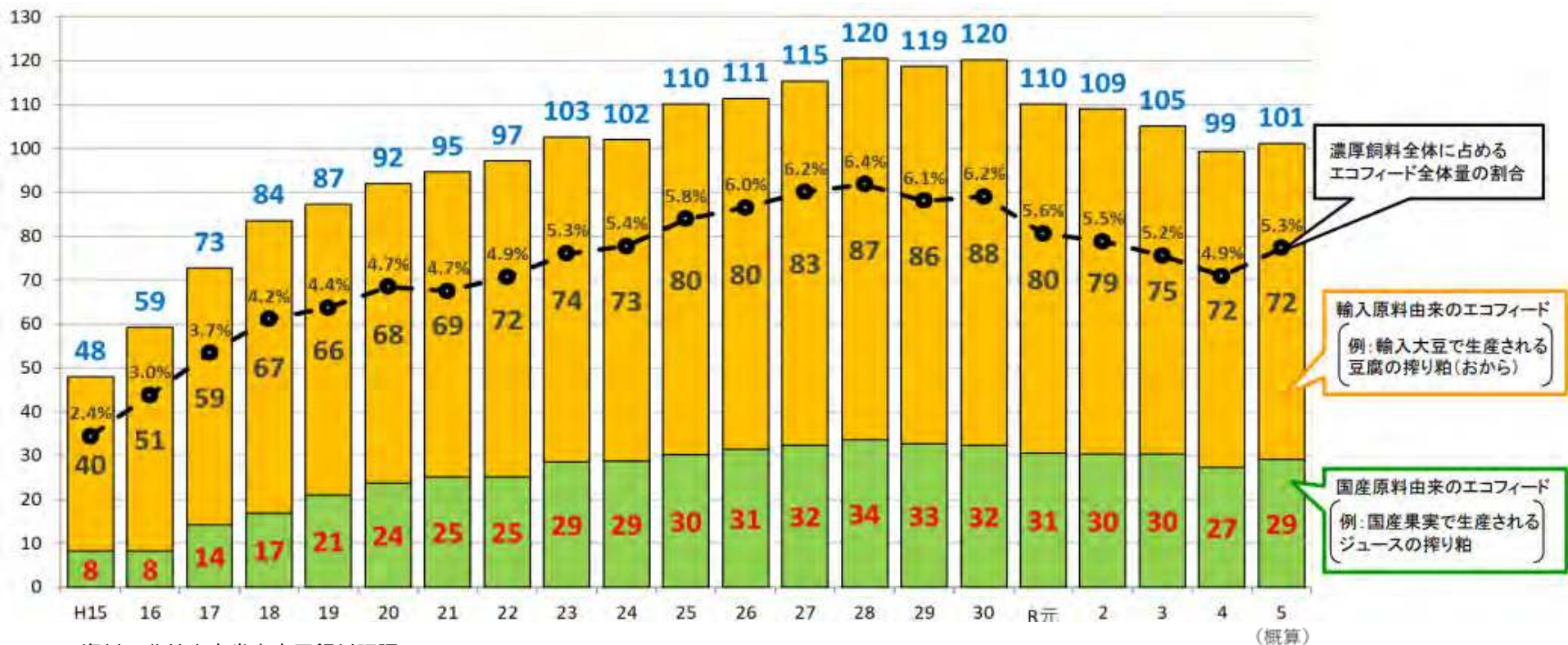
認定機関：（公社）中央畜産会
令和6年3月末現在で5商品の認証

エコフィードの製造数量

- ✓ エコフィードの製造数量は一部の原材料の使用の減少により、やや減少傾向で推移。令和5年度のエコフィード製造数量は約101万TDN^ト(概算)であり、濃厚飼料全体の約5%に当たる。
- ✓ 国産原料由来のエコフィードの製造数量は約29万TDN^ト(概算)であり、輸入飼料に過度に依存した畜産から国産飼料に立脚した畜産経営の実現を図るための国産原料由来エコフィードを中心に利用する必要。

エコフィードの年度別製造数量

(※万TDN^ト)



資料: 農林水産省畜産局飼料課調べ

※ T D N (Total Digestible Nutrients): 家畜が消化できる養分の総量。カロリーに近い概念。

※ 平成29年度の集計から調査対象品目が減少したため28年度以前と連続しない。