

食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会（第1回）  
議事要旨

日時：令和5年10月31日（火）13:30～15:30

場所：農林水産省共用第1会議室（オンライン併用）

出席者：出席者名簿のとおり

概要

- ・ 農林水産省から、資料1に基づき、食品ロス削減、食品廃棄物等の発生抑制の基本的な考え方と取組、情報連絡会の趣旨・目的等について説明。
- ・ 出席事業者及び団体から、食品ロス削減等に向けた商慣習の見直し等の取組についての報告と、これに関する質問、意見交換を実施。議事要旨は以下のとおり。

議事要旨

（食品製造関係）

○コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社 八木橋シニアマネジャー

- ・ 当社では、賞味期限の延長と併せてペットボトルの軽量化に取り組んでいる。
- ・ フードバンクへの寄附も続けており、昨年は24団体へ合計38,713ケースを寄附。今年8月は狛江市、フードバンク狛江と3者で覚書きを締結し、売り上げの一部を寄附するフードバンク支援自販機を設置。
- ・ 需要に見合った生産という意味ではなるべく小ロットでの生産をするようにしている。廃棄品は新製品で出やすいが、生産の仕方を工夫したり、オペレーションを改善するなど廃棄が出ないようにしている。

○日清食品ホールディングス株式会社 吉田部長

- ・ 当社では、2030年までの目標として、食品の廃棄に関し2つの目標を掲げている。1つは国内生産過程で発生する食品廃棄物の99.5%以上を再資源化、もう1つは販売・流通過程で発生する食品廃棄物を半減するという事。
- ・ 有価証券報告書にフードバンクの寄附実績を記載している。食品メーカーが、こうした取組を発信していくことは重要と考えている。寄附に当たっての課題は、商品のトレーサビリティが取れているかどうか。現在、文京区の子供宅食プロジェクトに参加し定期的に寄付を行っている。
- ・ 賞味期限の延長は、即席カップ麺で6ヶ月、袋麺で8ヶ月まで延長済み。チルド麺では「おいしいeco麺プロジェクト」というイニシアティブを立ち上げ、生中華麺は20日から40日又は50日へ、蒸麺は15日又は20日から27日に賞味期限を延長している。今後もチルド麺に関して賞味期限の延長に取り組んでいきたいと考えている。

- ・ 廃油の取り組みも SAF (Sustainable Aviation Fuel) の活用を視野にしている。

#### ○味の素株式会社 岡崎次長

- ・ フードロス削減は大きな課題と認識し、2025 年度までに製品ライフサイクル全体で発生するフードロスを、2018 年度比で 50%削減する目標を掲げている。
- ・ 賞味期限の安全係数は食品全般で 0.8 以上、年月大括り表示は賞味期限 1 年以上のほぼ全製品で適用している。賞味期限 1 年以下の製品についても、技術開発等で期限延長を進めつつ、年月表示の導入を目指していく。
- ・ 2022 年度は 2018 年度比でフードロスを 30%削減でき、引き続き取り組んでいく。
- ・ かつおの頭や内臓を飼料、肥料、発酵させて魚醬にしたり、小売業者とも連携して「捨てたもんじゃない！」を合言葉に、より啓発に取り組むなど、川上から川下までの各段階でのフードロスを削減できるよう、様々な取組を進めている。
- ・ 統合報告書においても、ステークホルダーの皆様にも、フードロス削減について発信している。

#### ○マルハニチロ株式会社 佐藤グループ長

- ・ 循環型社会実現への貢献として、当社の中期経営計画で、2020 年度を基準年度に、製造における食品廃棄物等の再生利用率 99%以上、販売におけるフードロス削減 50%以上、消費における賞味期限延長の 3 つの目標を掲げている。
- ・ 現時点では、再生利用率は 98.4%であり、製品販売によるフードロス削減は 10.4% (50 万トン強)。
- ・ 業務用冷凍食品でフードロスの発生が比較的多く、海外からの輸入の際のカーターの破損や、検疫で抜き取り検査を受けた際の残りが主な発生源となっている。
- ・ 近年は、冷凍車、冷凍庫を整備しているフードバンクもあり、当社は、フードバンクかながわ、物流業者と連携して、冷凍倉庫やトラックなどの輸送・保管体制により定期的に寄附を進めている。この取組が評価され、今年度、食品ロス削減推進表彰の「消費者庁長官賞」をいただいた。これにより社内の食品ロス削減に向けての機運も高まっている。

#### ○一般社団法人全国消費者団体連絡会 山田事務局次長

- ・ 事業者の皆様が食品ロス削減に積極的に取り組まれていることについて、敬意を表するとともに、賛同する。
- ・ フードバンクへの寄附は、福祉の観点から社会的に重要な取組と認識している。
- ・ その上で、2 点意見を申し上げたい。  
1 点目は、「おいしいめやす」の賞味期限について広く周知することで理解が進んできたので、1 / 3 ルール、賞味期限延長、大括りについても引き続きお願い

したい。また、学校教育の場で食品ロスをなくす取組や期限表示の学びを取り入れて、幼少期から周知・啓発していくことが重要と考えており、ぜひお願いしたい。

2点目は、消費者の行動変容について。消費者に対し、売れ残りの商品を値下げ販売する際は、「見切り品」ではなく、ポジティブな表現・声掛けをしていただくとともに、目立つところに置く、また、購入者にポイント付与のようなインセンティブを持たせるなど、積極的に周知・啓発いただきたい。

- ・ 外食でも「3010（さんまるいちまる）運動」の普及や、「食べ切り」へのポイント付与、小盛りメニューの定番化をぜひ進めてほしい。持ち帰りの際にも、注意事項のメモを渡すなど、周知を図ってほしい。ただし、「てまえどり」の啓発については、一週間に1回しか買い物に来られない人もいるなど、消費者の置かれている状況は多様であることを理解いただき、奥から商品をとるだけで白い目で見られるということなどないよう配慮いただきたい。
- ・ 家庭に眠っている食品などを回収するフードドライブ等、提供しやすい環境づくりが必要で、スポーツ観戦など、各種イベントも活用して、広い世代に認知されるよう、イベンターなどとも連携して取り組んでいただきたい。

#### ○一般社団法人全国清涼飲料連合会 中澤副部長

- ・ 食品ロス削減に向けては、製・配・販の協調が重要と考えている。
- ・ 当会内の委員会やワーキンググループ等で、食品ロス削減に対応した議論の場を設けて議論していくことが重要だと考えている。
- ・ また、製・配・販だけでなく、消費者への啓発活動も重要だと認識しており、本情報連絡会と連携して取組を進めていきたい。

#### ○一般社団法人日本パン工業会 阿部専務理事

- ・ パン類は、毎日製造・配送する日配品なので、他の一般加工食品とは事情が異なる部分もあるが、製造・出荷段階で各会員がロス削減やリサイクルに積極的に取り組んでいる。
- ・ 製造段階のロスは、あまり多くないが、各工程の改善や、新製品開発のテストの効率化、安全係数の設定等の工夫をしている。食パンの端等どうしても出るものは、ラスクやパン粉等の食用や飼料用に回し、リサイクル率は98%程度となっている。
- ・ パン類は発酵させ焼成する等のため、製造に時間がかかる。前日発注だと見込み生産をせざるを得ず、受注量との差によるロスも出るので、流通関係の皆様には発注の前倒しも引き続きお願いしたい。
- ・ フードバンクへの寄附は、パン類は日持ちしないので難しい部分もあるが、当日あるいは翌日にお届けできるところで対応する等、工夫しながら取組を進めている。

(食品卸売関係)

○株式会社日本アクセス 工藤課長

- ・ 4つのフェーズで取組を進めている。まずはロスを出さないこと。その上でネット販売なども活用して売り切ること。それでも発生するものは社会貢献の観点からフードバンクに寄附すること。これらを行ってもなお発生するものはリサイクルをすること。
- ・ 1／3ルールは、当社だけでは実現が難しく、小売店との連携が必要。商習慣検討ワーキングチームに参画し、引き続き取り組んでいきたい。
- ・ 国内530拠点の物流センターのうち、通過型のセンターはロスが発生しないが、在庫型センターが約100カ所ありそこでロスが発生している。このうち全国21拠点で、22のフードバンクに寄附している。その他、本社の展示ルームの展示品の入れ替えや、備蓄食品の入れ替えに際しても、寄附に取り組んでいる。

○国分グループ本社株式会社 小林副部長

- ・ 納品期限について、小売店舗へは賞味期限1／2残し、卸へは2／3残しへと、小売業者の協力もいただきながら進めていきたい。
- ・ また、サステナビリティプロジェクトとして、各種取組をサステナビリティレポートにおいて公開している。
- ・ フードバンクへの寄贈については、当社の窓口・情報管理を一元化し、無駄なく効率的にできる体制を整えた。  
寄贈に当たっては、事故等があるとどうしてもメーカーの責任になってしまうので、行政あるいは業界団体において、ガイドラインを定めていただくとありがたい。

○三菱食品株式会社 中里氏

- ・ 「出さない」「売り切る」「食品をさまざまなかたちで再流通させて社会に貢献する」という3つの側面から、食品サプライチェーン途中で発生する食品廃棄物の削減に取り組んでいる。
- ・ 「出さない」として、社内の情報共有により、取り扱い停止商品が物流センターに残らないよう努め、メーカーへの返品を削減している。また、AIを活用した需要予測を導入し過剰・滞留在庫の発生抑制に取り組んでいる。
- ・ 「売り切る」として、発注数の早めの確定や返品の削減を小売業様と協業しており、1／3から1／2への緩和も進めていきたい。
- ・ 「再流通」としては、飼料化、肥料化等のリサイクルを進め、未利用の在庫や備蓄用食料を自治体やフードバンク等に寄贈するなどの取組を行っている。
- ・ 消費者庁の「食品ロス削減自主宣言」や、東京都「賞味期限前食品の廃棄ゼロ

行動宣言」に参加・参画し、こうした取組を広く公表している。

○一般社団法人日本スーパーマーケット協会 城内事務局長

- ・ 小売、卸売、製造の団体・企業で、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) を設立して、納品期限の見直しなどを含め、持続可能な物流実現に向けた議論を進めている。

(食品小売関係)

○株式会社セブン&アイ・ホールディングス 伊藤氏、鎌倉氏

- ・ 当グループの事業基盤は地域社会であり、「サステナブル経営」の推進が重要と考えている。食品ロス削減、食品廃棄物リサイクルについても、当グループの環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』の1つのテーマとして位置づけ、2050年までに2013年度比75%削減、リサイクル率100%を目標として取組を推進している。
- ・ 納品期限緩和には、グループ4事業会社で2020年2月に完了し、PB商品の年月表示化も70%で達成するなど、従前から川中～川下の取組に注力してきた。
- ・ 2022年からは、川上の取組として「サプライチェーンプラットフォーム」活用に着手している。これまでは事業会社が個社毎に個別最適な仕組みを構築しておりグループシナジーが見いだせておらず、サプライチェーン全体でも小売・ベンダー様・メーカー様との情報が十分共有されていなかった。2021年にグループ共通基盤として「サプライチェーンプラットフォーム」を構築。こちらを活用して販売情報や在庫情報を共有することで、売れ行き予測の精度向上や生産計画の最適化に役立てていただく取組を実施している。

○株式会社ヤオコー 室田参与

- ・ 恵方巻やうなぎなどの季節商品の予約販売強化のほか、AI需要予測による自動発注を導入し、人に頼らない、勘に頼らない発注に取り組んでいる。
- ・ カットフルーツの端材をグループで集め、ドライフルーツに再商品化したPB商品も開発している。また、食品リサイクル法の認定を受け、店舗の食品残渣を堆肥にリサイクルし、ヤオコーファームで使用して野菜を生産、その野菜を店舗で販売、というリサイクルループにも取り組んでいる。
- ・ 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) において、「持続可能な食品物流に向けた取り組み」として、大手食品スーパー4社とともに共同宣言を行った。そのFSPの中で、「納品期限の1/2ルールへの統一」などの取組を行っていく。
- ・ また、本年3月には、こどもの支援を行う財団を立ち上げ、卸売、メーカーにも協力いただきながら、こども食堂やフードパントリーの支援に取り組んでいる。

○オール日本スーパーマーケット協会 戸田マネジャー

- ・ 食品ロスは、当協会の法務委員会で重要テーマと位置付け、フードバンクと連携している会員企業やフードバンクからの取組発表、こども食堂の視察を行い、その内容を会員企業に共有している。

○一般社団法人全国スーパーマーケット協会 島原常務理事

- ・ 10月20日に、日本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、全国スーパーマーケット協会の3団体合同で取りまとめたアンケート調査結果では、回答企業の約18%、そのうち大手企業では約55%が、フードバンクを活用したフードロス削減の取組を推進しているという状況であった。また、都市部よりも地方部のほうが、フードバンクの活用の実施率が高い傾向であった。

○日本チェーンストア協会 田沢執行理事

- ・ 魅力ある商品を適正な価格で提供し、お客様にお買い上げいただくことが小売業の本旨。食品ロス削減の趣旨については、協会内で周知し、各社の取組みをサポートしている。
- ・ パイロットプロジェクトの開始から10年が経過し、納品期限緩和等が進められてきたが、サプライチェーンの各段階でどのような成果があり、還元されているかについて検証する必要があると考えている。

○一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会 大日方専務理事

- ・ 納品期限の見直しは飲料及び賞味期限180日以上菓子について、当協会加盟のコンビニにて全社対応済みである。季節商品の予約販売にも積極的に取り組んでいる。
- ・ 「てまえどり」の取組についても、10月の食品ロス削減月間に合わせて、積極的に実施している。

○農林水産省 五十嵐外食・食文化課長

- ・ セブン&アイ様に質問したい。食品廃棄物の発生抑制に当たっては、需給予測の観点からも、関係する企業のデータを一元管理できることは、効果的だと考えるが、一方で、データベースを構築するに当たっては、各事業会社のデータの標準化やデータの提供への合意等、ご苦労されたと想像する。
- ・ 「サプライチェーンプラットフォーム (SCPF)」の構築には、何年くらいの期間がかかったのか。また、構築に当たっての課題等を教えてもらいたい。

○株式会社セブン&アイ・ホールディングス 小宮オフィサー

- ・ 2019年3月にグループ商品戦略本部を立ち上げた際に始動し2021年11月にサプライチェーンプラットフォームは稼働した。当初は各事業会社で商品マスタ・

登録方法もバラバラで JAN コードを基にデータを統一化することが課題だった。加工食品、ソフトドリンク、酒類、菓子から開始し、対象範囲の拡大を図っている。

#### (外食関係)

##### ○日本ホテル株式会社 松田取締役

- ・ 宴会などで食べ残しが発生する業態だが、2018 年から対策を本格化させ、勉強会や検討会でスタッフの意識を高めつつ、現状と対策を検討、実行に移してきた。
- ・ まずは、「3010 (さんまるいちまる) 運動」に取り組んだ。お客様からの理解が得られるか懸念していたが、実際にやってみるとかなりの理解が得られた。
- ・ 通常は廃棄する端材などを活用した「もったいないメニュー」や、コース料理で使用しきれなかったパンをラスクとして販売する取組なども行っている。
- ・ 廃棄量を計測してチェックしているが、これらの取組で大きく削減できた。
- ・ 最近では、「mottECO」に取り組んでいるが、環境省、消費者庁、農水省といった国が一定のルールを定めたことで、導入しやすくなった。2022 年 4 月から当社の 9 ホテルで実施しており、初年度で 466 件の実績があったが、事故やクレームなどは 1 件もなく、懸念していた安全性も概ね問題ないことが実証されたと考えている。
- ・ 今後は、mottECO 普及推進コンソーシアムとして、ホテル業界、外食業界、自治体に向けて、イベントなどによる普及活動を広げていきたい。

##### ○一般社団法人全国消費者団体連絡会 山田事務局次長

- ・ 持ち帰り促進と食品提供事業者やフードバンクなどの法的責任の在り方については分けて議論する必要があると考えるが、持ち帰りの際に事前に同意を取っているのか。持ち帰りのルールや注意事項を基本口頭で説明しているのか、あるいは、メモなどを渡しているのか。
- ・ また、食中毒が起きてしまった場合の対処方法は何か想定されているのか。

##### ○日本ホテル株式会社 松田取締役

- ・ 容器をお渡しする際、チラシを必ず入れている。消費者にお伝えすべき注意事項は、国で整理されているので、これに沿ってお知らせしている。
- ・ 極力事故が起きないように、中心温度 75℃で 1 分以上加熱したものに限り持ち帰りいただいている。

##### ○環境省 金井課長補佐

- ・ 日本ホテルも参画する mottECO 普及コンソーシアムは、食べ残しの持ち帰りの実践を続けてきたことが高く評価され、令和 5 年度食品ロス削減推進表彰では環

境大臣賞を受賞した。

- ・ 食べ残しの持ち帰りに伴う食品事故が発生しないよう、消費者・飲食店はじめ関係主体が連携し、実践を通して、食品衛生上の懸念等の課題を克服するための具体的なノウハウを見出すことが重要。

○日本マクドナルド株式会社 青木部長

- ・ 全国に3千店舗ある。保管場所の制約によっても異なるが、週4～7回の頻度で店舗に原材料を配送しており、使い残しはほとんど発生しない。
- ・ ポテトなどサイズごとに食べ切れる量を注文できるように、また、ミルクや砂糖が必要かをお客様に聞いたり、ピクルス抜きなどのお好みに対応したりするほか、食べ残し量に応じた大きさの袋を用意し、持ち帰りできるようにしている。
- ・ 以前は、ある程度作り置きをして、10分経ったら廃棄するやり方だったが、注文を受けてからの調理にすることで、廃棄量が劇的に減った。店舗のゴミ箱を見ても、食品はほとんどなく、発生する食品廃棄物は、調理中に床に落としたものなどが中心。
- ・ 廃油については、全量が家畜のエサに噴霧する飼料化により、100%リサイクルできており、全体ではリサイクル率は65%。
- ・ そもそも寄附可能なものが発生しないので、残念ながら、現時点ではフードバンクへの寄附は、まったくできていないが、今後、出来ることを検討していきたい。

○一般社団法人日本フードサービス協会 金丸専務理事

- ・ 外食産業では、食品ロス削減について、廃棄が最小化するよう客数の予測精度の向上、在庫管理の徹底、仕入れの小ロット化、小盛メニューの導入、作り置きからオーダー後の発注などに、積極的に取り組んでいる。
- ・ フードバンクへの寄附については、外食産業では季節や食品の内容など難しい問題もあるが、食事に喜びを感じていただけるような、食品ロス削減以外の観点からも、どのような取組ができるか検討いただければと考えている。

— 以上 —