

【アルビス株式会社】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

<商慣習の見直し（納品期限の緩和、販売期限の延長の取組）>

○納品期限の「3分の1ルール」から「1/2以下」への緩和、グロス・日配商品の納品期限緩和

<食品ロス削減・食品リサイクルの取組>

○季節商品の予約販売促進 ○手前どりの推進 ○フードドライブの実施

●グロス・日配商品の納品期限緩和

店舗からの発注リードタイムを、グロス・日配商品ともにプラス1日とし、期限緩和を行っています。

変更前	グロス商品：当日納品 日配品：翌日納品
変更後	グロス商品：翌日納品 日配品：翌々日納品

+1day

●季節商品の予約販売の促進

クリスマスケーキや恵方巻、土用の丑等の季節商品における食品ロス削減のため、取引先と共同でペットボトルの飲料や予約ポイントを付与する予約販売を推進し、需要に見合った製造販売を行っています。



●手前どりの推進

日配品コーナーでは、POPにて手前どりを呼びかけています。



●フードドライブの実施（家庭からの食品ロス削減）

毎月、当社店舗をリレー形式でつなぎ実施している『リレーフードドライブ』は、地域の教育機関や企業などと連携を図り、協力の輪を拡大しています。また、店舗に回収BOXを常設した無人フードドライブを7店舗で実施。いずれも、地域の福祉団体を通して、定期的にひとり親家庭など必要とされるご家庭へお届けしています。



〔関連ウェブページ〕

https://www.albis.co.jp/tunagu_albis/community/#02

〔お問い合わせ先〕

ブランド推進部 ブランドコミュニケーション推進課 (0766-56-7310)

【株式会社稲庭うどん小川】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

＜商慣習の見直し（納品期限緩和、賞味期限表示大括り化の取組、賞味期限の延長）＞

① 2021年2月から年月表示を行っている。

＜食品ロス削減・食品リサイクルの取組＞

- ① 高齢者施設およびこども食堂への寄贈
- ② 稲庭うどんを副原料に使ったクラフトビールの開発及び発売
- ③ ご購入者へ「切り端めん」をプレゼント

高齢者施設およびこども食堂への寄贈

① 高齢者施設への寄贈

寄贈にあたっては、長さ数センチの切れ端という特徴を逆に活かした寄贈先を選定しました。「給食費としての材料費も高騰していることからこのような援助は非常にありがたい」と回答をいただき、寄贈に繋がりました。福祉施設を利用するお年寄りにとっても、稲庭うどんは「高級品」というイメージが強く、食事として召し上がることを大変に喜んでくださりました。また「細めんで食べやすい」と食感も好評でした。

② こども食堂への寄贈

「小麦粉が高騰しているため、その代用としての利用もできる稲庭うどんはぜひ取り扱いをしたい」ということになり、お好み焼きの生地等で利用いただけることになりました。

ご購入者へ「切り端めん」をプレゼント

当店では稲庭町に売店がございます。こちらを利用いただいたお客様にはお買い上げ金額にかかわらず「稲庭うどん切れ端めんつかみ取り」をしていただくことにいたしました。切り端めんをプレゼントしていることを伝えるのぼり端を複数製作し、売店周辺に掲示いたしました。お客様には、美味しくフードロスにご協力いただけるよう美味しいレシピやゆで方の案内などをお渡しするなど工夫をしています。

【お問い合わせ先】 株式会社稲庭うどん小川（0183-43-2803）

稲庭うどんを副原料に使ったクラフトビールの開発及び発売

海外では、廃棄するパンの「みみ」を副原料にした「アップサイクルビール」がすでに出ているため、それをヒントに副原料として稲庭うどんの切れ端を利用できないかを模索しました。また、ビールの本場ドイツでは、小麦粉を原料にしたホワイトエールもあることから、切れ端を副原料に発泡酒ができるとの仮説のもと、連携先のビール醸造会社と商品化に向けて話を進めました。

世の中に稲庭うどんを使用したビールは市場にまだなかったため、開発には秋田県総合食品研究センターにて事前に発酵試験と分析を行いました。研究センターには開発にあたって、当社から以下の事柄について要望として提出いたしました。①副原料にはSDGSを意識して切り端めんを利用したい。②これまで市場で販売されていない「稲庭うどんとビールのマリアージュ」を楽しんでいただける食中酒としての商品の開発をお願いしたい③稲庭うどんが、繊細な味わいが特徴なことから、ビールのテイストとして・華やかなイメージの香り・軽めでスムーズな口どけ・軽く淡く苦味が残る後味を希望いたしました。

稲庭うどんは製造工程で塩を練り込んでいるため、その塩分をどうするか課題の一つにありましたが、試作を行った結果、稲庭うどん「らしさ」を表現するため、あえて「塩味」を活かし「ほのかにソルティーな香りのするテイスト」に、総合的な風味としても当社の要望通りの仕上がりにしていただくことができました。



【大阪いずみ市民生活協同組合】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

<商慣習の見直し（納品期限の緩和、販売期限の延長の取組）>

- 仕入れ先への発注リードタイムの延長。（例：リード0 → リード1）
- 毎日納品から、納品回数削減に向けて準備中

<食品ロス削減・食品リサイクルの取組>

- 自動発注システムの導入による、発注精度の向上と、ロス率の削減。（2021年4月～）
- 各地域の自治体と連携して、食品ロス削減啓発イベントを開催。
- フードドライブの実施。

フードドライブ

9店舗にて、常設にて回収BOXを設置しています。
缶詰やレトルト食品、調味料、菓子、飲料など、
組合員さんよりご提供頂き、必要されている
地域団体へ寄附しています。



	2023 年 4 月～8 月
点数	6,017 点
重量	1,591.4 kg

直近での実施状況。
店舗でのフードドライブの様子

食品ロス削減や、使い捨てプラ削減等の啓発 イベントの開催

各自治体等と連携して食品ロス削減等のイベントを
開催しています。



プラ削減の取り組みの一例
畜産売場での、ノントレー商品
売場の展開。

[お問い合わせ先]

店舗事業部（080-2408-5561）

【相鉄ローゼン株式会社】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組



<食品ロス削減・食品リサイクルの取組>

- フードドライブの取り組みを17店舗で実施。
- 有料レジ袋の収益金を活用し、フードバンクへお米を寄附している。
- 賞味期限の短くなった食品を値引き販売することで、売り切るようにしている。
- 食品ロス削減を呼びかけるポスターを掲示し、消費者啓発に努めた。

フードドライブ



2020年4月よりフードドライブの取り組みを開始し、現在17店舗で実施。お客様よりご家庭で使い切れない食品をご提供いただき、横浜市内のフードバンクへ提供している。2022年度は、31,927点、8,699kgの食品を寄贈した。

フードバンクへお米寄附



2022年7月より、有料レジ袋の収益金を活用し、毎月2回、定期的に横浜市内のフードバンクへお米を寄附し、1年間で6.6トンのお米を寄附した。2023年度も同量の寄附を実施している。

食品ロス削減 啓蒙活動



農林水産省の取り組みに賛同し、恵方巻きの予約販売の促進とポスター掲示により、食品ロス削減を啓発した。

【株式会社ファミリーマート】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

<食品ロス削減の取り組み>

○ファミマecoビジョン2050（環境の中長期目標）において食品ロス削減の数値目標を設定

<サプライチェーンの食品ロス削減の取り組み>

○規格外農産物の商品化によるフードロス削減

○納品期限の「1/3ルール」から「1/2ルール」への見直し実施済み

<地域に根差した食支援への貢献>

○ファミマフードドライブによる地域の方々への食品を寄附する取り組みを実施

■ 食品ロス削減の取り組み（ファミマecoビジョン2050）

食品ロス削減

食品ロス削減（2018年対比）

2030年

50%削減

2050年

80%削減

（取組内容）商品の発注精度の向上や容器包装の改良等によるロングライフ化を進めることで、食品ロスの削減を推進します。

・ファミマのエコ割

消費期限の近いおむすびや弁当などの中食商品値下販売



・てまえどり

買ってすぐ食べるなら商品棚手前から選んでいただく「てまえどり」の告知を実施中



■ サプライチェーンの食品ロス削減の取り組み

ファミリーマートのフードロス削減の取り組みとして、美味しく食べられるのに規格外となった「もったいないバナナ」を使用した商品を販売しています。



※画像はイメージです。地域・店舗によっては、一部商品を取り扱っていない場合がございます。

「もったいないバナナ」とは産地からの輸送過程で熟しすぎてしまったバナナや傷みや劣化してしまったバナナは通常品と同等の品質でも選別の過程において廃棄されてしまいます。そのような「もったいないバナナ」を救出して商品化しています。

■ 地域に根差した食支援への貢献



ご家庭で食べきれない食品がないか確認する



ファミマフードドライブ実施店舗にもっていく



回収ボックスに入れる

● 実施店舗

47都道府県 2,533店舗（2023年10月30日現在）

● 累計実績

138.5トン（2021年4月～2023年8月に集まった食品）

【関連ウェブページ】

<https://www.family.co.jp/sustainability.html>

【お問い合わせ先】

サステナビリティ推進部（03-6436-7634）

<商慣習の見直し（納品期限の緩和）>

- 常温食品を中心に、納品期限を1/3から1/2に変更する取り組みを2020年9月より実施。

<食品ロス削減・食品リサイクルの取組>

- 店舗では、賞味期限の短くなった食品を順次値引販売し、ロスの削減に努めている。
- ご家庭で余っている食品を集めて、フードバンク等に食材を寄附するフードドライブ活動を2023年3月より実施。
- 「てまえどり」の取り組みを浸透させるために、年間を通して啓発ポスターを店頭に掲示。
- 店舗の食品残渣を堆肥化する取り組みを行うと共に、惣菜製造時に使用した廃食油をリサイクル業者と連携し、インクや石鹸等にリサイクルしている。

フードドライブの取り組み

2023年3月よりスタートし、順次店舗を拡大させ、2023年8月末時点で9店舗で取り組み、累計1,299 k g の食品を寄贈することができました。



[関連ウェブページ]

https://www.arcs-g.co.jp/common/datadir/info_dat_20230728110704.pdf

[お問い合わせ先]

株式会社ラルズ 営業本部 営業サポート部 兼 創発プロジェクト 廣瀬 (011-530-6007)

【株式会社マルイチ】食品ロス削減・リサイクルに向けた取組

<食品ロス削減の取組>

- 賞味期限の短くなった食品を値引き販売するコーナーを新たに制作し、手に取りやすい売場にした。
- 食品ロス削減を呼びかけるポスター・レシピを店内に掲示し、消費者の意識向上を図るようにした。
- 「てまえどり」というオリジナルキャラのPOPを制作し、消費者の手前取りを啓発した。
- 値下げされた野菜や賞味期限が近付いた商品にシールを貼るキャンペーンを実施することにより、フードロス削減について消費者にゲーム性を抱かせ、関心を持ってもらうようにした。

おつとめ品の売り場工夫

- 見切り品売り場コーナーの陳列形態を変更し、消費者が手に取りやすいようにした。
- また、野菜の保存方法やレシピのパンフレットを置き家庭内ロスの削減に努めた。

(売り場の様子)



店舗内の掲示物

- 食品ロス削減を呼びかけるポスターやPOPを作成。消費者の食品ロスに対する意識づけや手前取りを促し、消費者のフードロス削減の意識向上に努めた。

(掲示物)



SDGsシール キャンペーン

