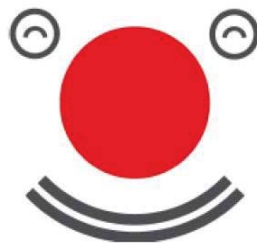




食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT



食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

食品ロス削減に向けた課題と対応



農林水産省
食料産業局

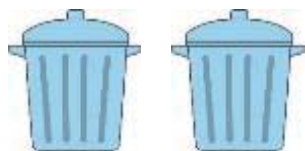
1 日本の食品ロスの状況

日本の「食品ロス」
約643万トン



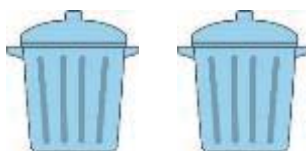
事業系

約352万トン



家庭系

約291万トン



国民1人当たり食品ロス量

1日 約139g

※ 茶碗約1杯のご飯の量に相当

年間 約51kg

※ 年間1人当たりの米の消費量
(約54kg) に相当



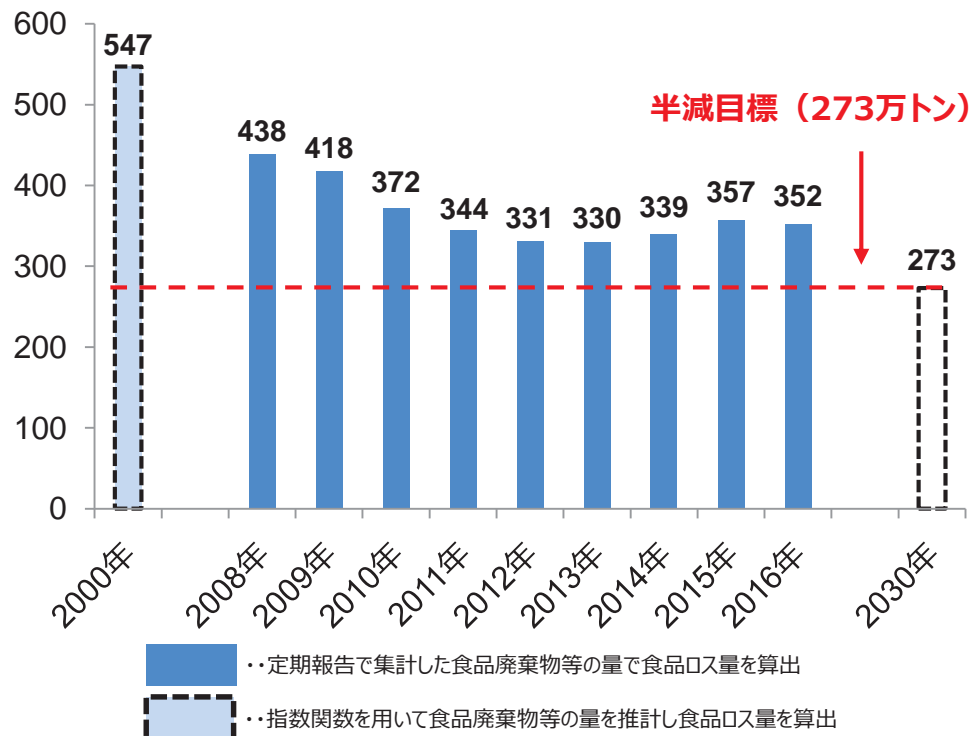
資料：総務省人口推計(28年度)
平成28年度食料需給表(概算値)

2 事業系食品ロスの発生量及び削減目標

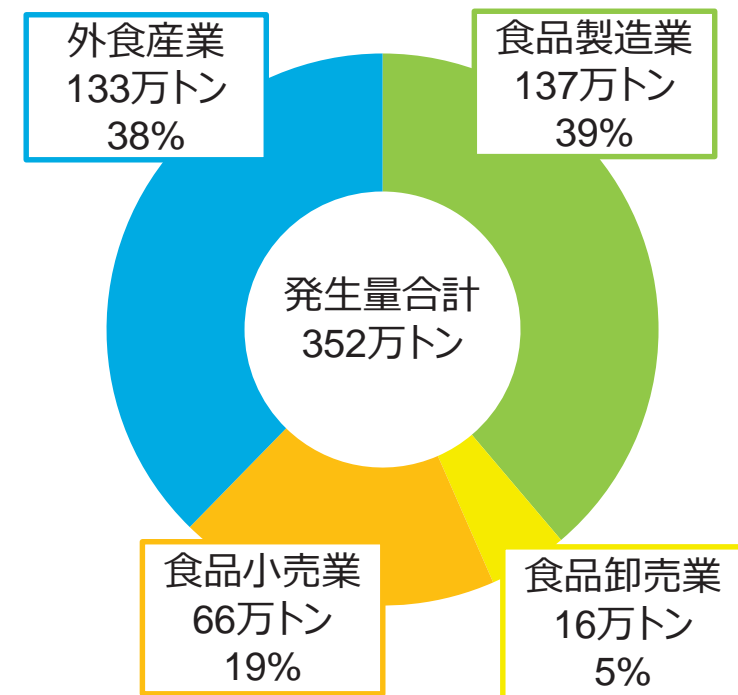
- ✓ 食品関連事業者から発生する事業系食品ロスの発生量は近年330～350万トンで横ばいで推移。業種別では、食品製造業と外食産業がそれぞれ約4割で大部分を占める。
- ✓ 食品リサイクル法の基本方針において、事業系食品ロス量を2000年度比で2030年度までに半減させる目標を設定。

〈事業系食品ロス削減に関する目標〉

食品ロス量（万トン）



〈事業系食品ロス（可食部）の業種別内訳〉 （平成28年度推計）



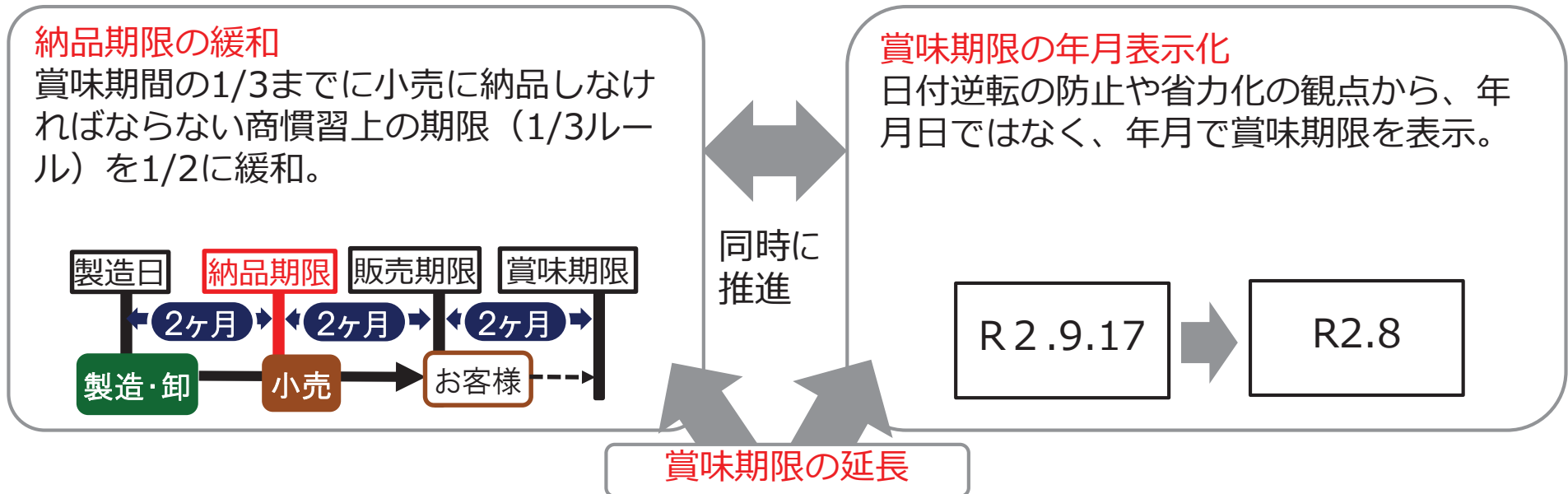
3 事業系食品ロスの発生要因と対策の方向

- ✓ 食品ロスの発生要因としては、いわゆる3分の1ルール等の商慣習や消費者の過度な鮮度志向など。
- ✓ 事業系食品ロス削減に向けて、製配販の連携や消費者の理解の促進などフードチェーン全体での取組が必要。

	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 <ul style="list-style-type: none"> ・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
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
	○消費者の過度な鮮度志向や賞味期限への理解不足	○フードバンクとの連携
		○消費者への啓発
外食産業	○消費者の食べ残し	○消費者への啓発

4 事業系食品ロス削減に向けた取組①（商慣習の見直し）

- ✓ 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。
- ✓ 平成24年度から、製造業・卸売業・小売業の話し合いの場を設け、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。



○納品期限の緩和を推奨する品目

清涼飲料、菓子（賞味期間180日以上）、カップ麺

○納品期限を見直した企業（94社（令和元年10月25日時点））

（総合スーパー12社、食品スーパー42社、生協24社、コンビニエンスストア8社、ドラッグストア・薬局8社）

4 事業系食品ロス削減に向けた取組②（需要に見合った販売の推進：恵方巻きのロス削減）

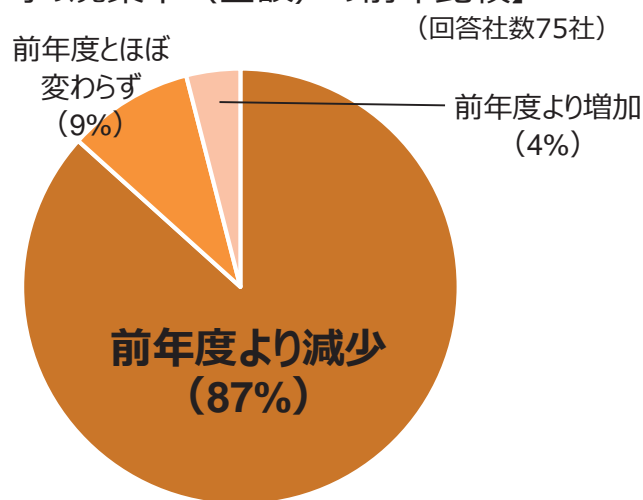
- ✓ 平成31年1月に、小売業者の団体に対し、恵方巻きの需要に見合った販売を呼びかけ。
- ✓ 製造計画の見直しやサイズ構成の工夫等の取組を行った結果、約9割の小売業者が前年より廃棄率が改善。
- ✓ 令和2年も引き続き呼びかけを行い、恵方巻きのロス削減に取り組む小売事業者に消費者向けPR資材を提供し、事業者名（43事業者）を公表

＜小売業者の団体への呼びかけ内容＞

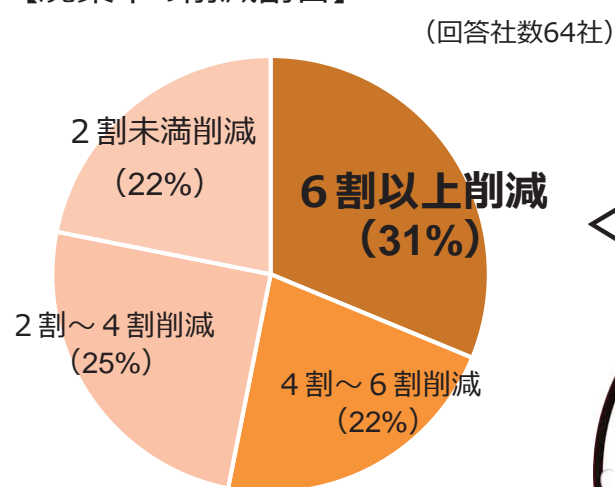
貴重な食料資源の有効活用という観点を踏まえた上で、需要に見合った販売の推進について会員企業への周知をお願い。

＜平成31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】



【廃棄率の削減割合】



【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

＜令和2年PR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：2019年2月～4月、回収率：18.8%）

4 事業系食品ロス削減に向けた取組③（フードバンク、消費者啓発）

- ✓ フードバンクの信頼性向上と取扱数量の増加に向け、
 - ・食品の衛生的な取扱いやトレーサビリティの確保等に関する手引きを作成・公表。
 - ・フードバンクと食品関連事業者、地方自治体等との情報交換会を全国で開催。

〈フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き〉
 （2016年11月公表、2018年9月改正）

（主な内容）

- ①食品の提供又は譲渡における原則
- ②関係者におけるルールづくり
- ③提供にあたって行うべき食品の品質・衛生管理の手順
- ④情報の記録及び伝達（記録表の様式）

〈情報交換会の開催実績〉

- ・30年度には、全国10箇所で開催し、全体で約450名が参加。



- ✓ 消費者啓発に向け、
 - ・令和元年10月（食品ロス削減月間）に、小売店において啓発ポスター等を掲示。
 - ・飲食店舗における食品提供時の工夫等を例示した事例集を作成・公表。
 - ・2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、国際的スポーツ大会に参加する選手等を対象に、啓発資材等を活用した効果的な食品ロス削減手法を調査

〈小売店の店頭用啓発資材〉



〈飲食店等の食品ロス削減のための好事例集〉



（取組例）

- ・食べきりを推進している店舗であることがわかるシールを店頭に掲示。
- ・食べきった人に割引券をプレゼント
- ・小盛り提供

〈国際的スポーツ大会時に用いた啓発資材〉



飲食店等における「食べきり」の促進



- ✓ 消費者庁、農林水産省、環境省、厚生労働省の連名で、「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」を衛生的な観点を含め作成し、外食関係団体や地方公共団体等へ通知（平成29年5月16日）。
- ✓ さらに、これをわかりやすく示した「外食時のおいしく『食べきり』ガイド」を作成・普及（令和元年5月20日）。

1 食べきりの促進

【消費者の方へ】

- ・小盛り、小分けメニューの活用
- ・自身の適正量に見合った注文
- ・年齢層、男女比等に配慮したメニュー選択
- ・30・10運動の実施

【飲食店の方へ】

- ・小盛り、小分けメニューの採用
- ・料理を出すタイミングや客層に応じた工夫の実施
- ・幹事との食事量の調整
- ・食べきりへのインセンティブの付与

2 食べ残し料理の「持ち帰り」は自己責任の範囲で

【消費者の方へ】

- ・帰宅後に加熱が可能なものを量を考えて持ち帰る
- ・自ら料理を詰める場合は清潔な容器等を使用
- ・帰宅まで時間がかかる場合は持ち帰らない
- ・持ち帰った料理は帰宅後速やかに食べる

【飲食店の方へ】

- ・衛生上の注意事項を十分に説明
- ・十分に加熱された食品を提供
- ・清潔な容器や箸などを使って詰める
- ・外気温が高い場合、持ち帰り休止か保冷剤の提供

【京都市の例】



【ドギーバッグ普及委員会】

