



食べものに、
もったいないを、
もういちど。
NO-FOODLOSS PROJECT

令和4年6月17日開催

食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢

令和4年度静岡県消費者団体と関東農政局との
意見交換会

農林水産省
関東農政局

★本日も話すること★

- ①食品ロスの現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
- ②食品ロスの削減に関する法制度・目標・・・・・・・・ 10
- ③商慣習の見直し等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
- ④食品ロス削減の取組事例等・・・・・・・・・・・・・・・・ 40
- ⑤フードバンクの現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57

食品ロスが引き起こす問題



環境問題

水分の多い食品は、廃棄の際に
運搬や焼却で余分なCO₂を排出

食料生産により
多量のエネルギーを消費

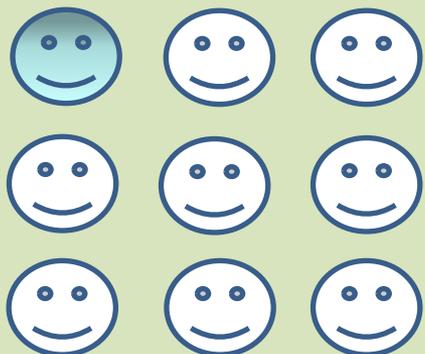
市町村におけるごみ処理経費

2兆885億円 (令和元年度)
(平成25年度比+2,375億円(+13%))

1人当たりの経費 = **16,400円/年**
(平成25年度比+2,000円(+14%))

食料問題

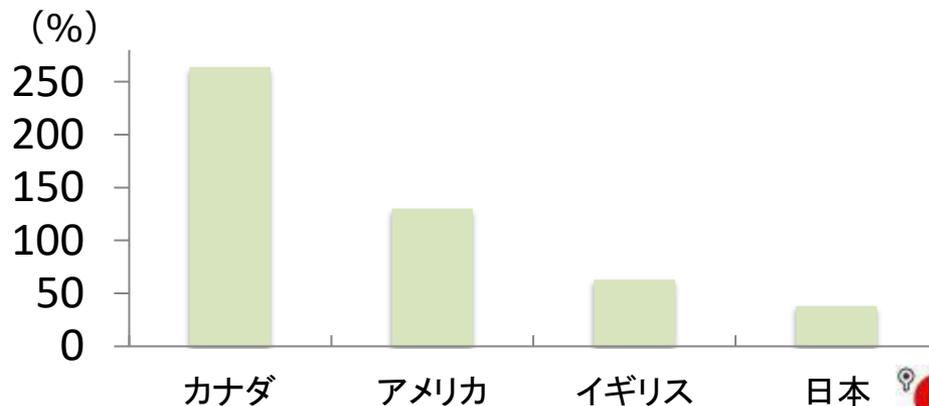
世界の9人に1人が栄養不足
(約8億人)



世界人口
国連推計
77億人
(2019)
↓
97億人
(2050)

摂取カロリーから見た食料自給率

37% (令和2年度)
(先進国では最低水準)



食品ロスに関する国際的な関心の高まり

- ✓ 2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」において、食料の損失・廃棄の削減を目標に設定。

■ 国連「持続可能な開発のための2030アジェンダ」(平成27年9月)

ミレニアム開発目標の後継となる2016年以降2030年までの国際開発目標(17のゴールと169のターゲット) 27年9月に国連で開催された首脳会議にて採択。



ターゲット12.3

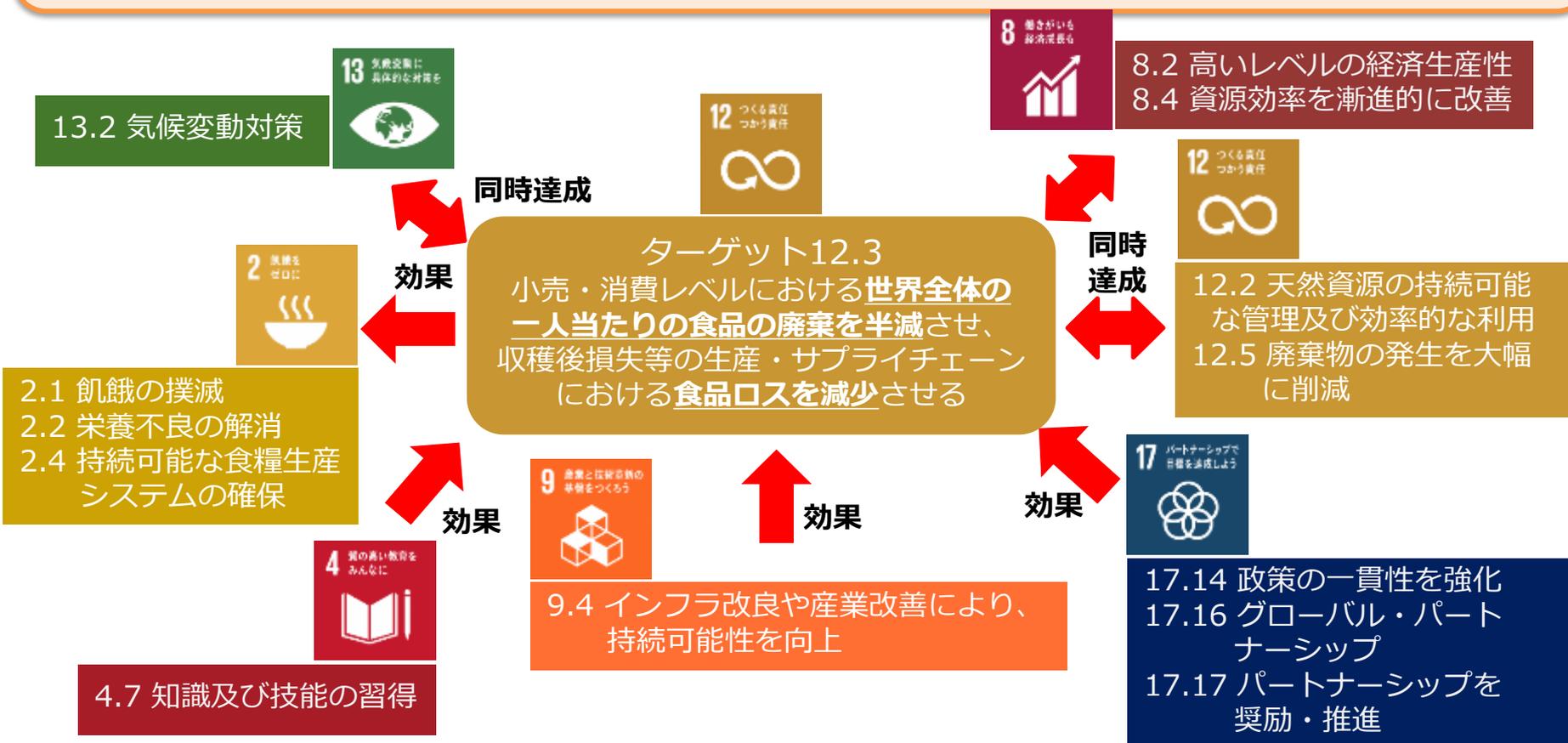
2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。

ターゲット12.5

2030年までに廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。

食品ロスに関する国際的な関心の高まり

- ✓ 食品ロスの削減、食品リサイクルの推進、環境と関わりの深いゴールの達成を通じて、経済・社会の諸課題の同時解決につなげることが重要。
- ✓ 目標達成には事業者・自治体・NPO法人等、様々な立場の方の協力が不可欠。



(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】

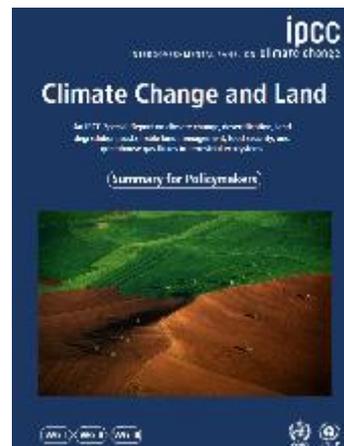
〈セクションA: 昇温する世界における人々、土地及び気候〉

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)。



※ IPCC
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)

日本の食品ロスの状況（令和2年度）

日本の「食品ロス量」

約522万トン



事業系

約275万トン



家庭系

約247万トン



国民1人当たり食品ロス量

1日 約113g

※ 茶碗約1杯のご飯の量に近い量

年間 約41kg

※ 年間1人当たりの米の消費量（約53kg）に近い量



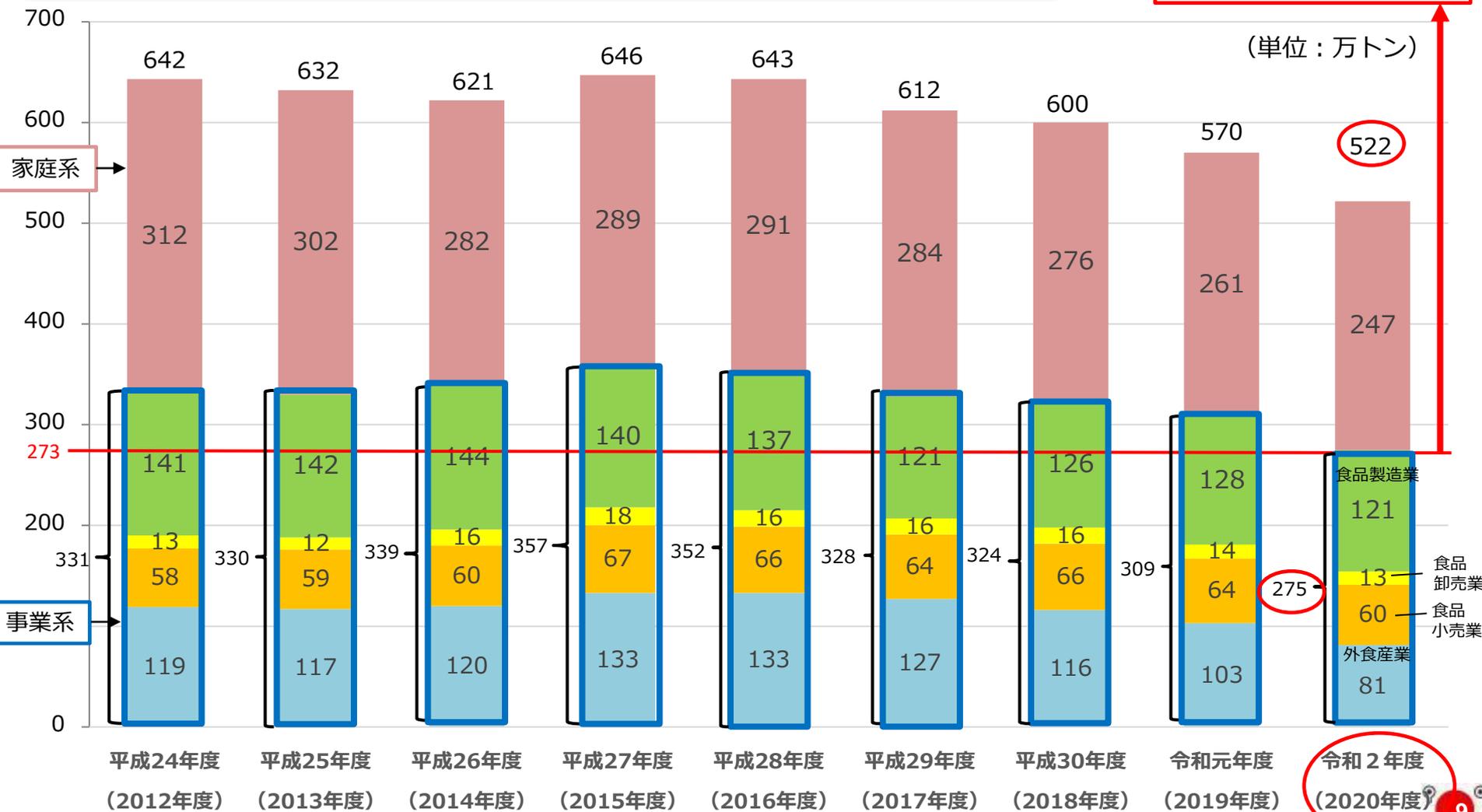
資料：総務省人口推計(2020年10月1日)
令和元年度食料需給表（確定値）

食品ロス量の推移（平成24～令和2年度）

- ✓ 令和2年度食品ロス量は522万トン、うち事業系は275万トン。
- ✓ いずれも、食品ロス量の推計を開始した平成24年度以降、最少値。

2030年度事業系食品ロス量
削減目標
(273万トン)

(単位：万トン)



食品リサイクル法の位置づけ

循環型社会形成の推進

循環型社会形成推進基本法
(基本的枠組み法)

容器包装リサイクル法

家電リサイクル法

食品リサイクル法

建設リサイクル法

自動車リサイクル法

小型家電リサイクル法

(取組の優先順位)

①発生抑制 (Reduce)

②再使用 (Reuse)

③再生利用 (Recycle)

④熱回収

⑤適正処分

食品リサイクル法

食品の売れ残りや食べ残し、製造・加工・調理の過程に応じて生じた残さ等の食品廃棄物等について、

①発生抑制と減量化による最終処分量の減少

②飼料や肥料等への利用、熱回収等の再生利用

についての基本方針を定め、食品関連事業者による取組を促進。

食品リサイクル法の概要（平成12年法律第116号〔平成19年12月改正〕）

○主務大臣による基本方針の策定 （令和元年7月）

- 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向
- 食品循環資源の再生利用等を実施すべき量に関する目標 等

○再生利用等の促進①

- 主務大臣による判断基準の提示（省令）
 - ・再生利用等を行うに当たっての基準
 - ・個々の事業者毎の取組目標の設定
 - ・発生抑制の目標設定 等

※食品廃棄物等の発生を可能な限り抑制すること。

※食品廃棄物等の発生の抑制を実施するに当たって、講ずべき措置

- ・食品の製造・加工過程・・・原材料の使用の合理化
- ・食品の流通過程・・・食品の品質管理の高度化その他配送及び保管の方法の改善
- ・食品の販売過程・・・食品の売れ残りを減少させるための工夫
- ・食品の調理・食事の提供過程・・・調理方法の改善、食べ残しを減少させるための工夫

等

○再生利用等の促進②

- 主務大臣あてに食品廃棄物等発生量等の定期報告義務（発生量が年間100トン以上の者）
- 事業者の再生利用等の円滑化
 - ・「登録再生利用事業者制度」によるリサイクル業者の育成・確保
 - ・「再生利用事業計画認定制度」による優良事例（食品リサイクル・ループ）の形成

○指導、勧告等の措置

- 全ての食品関連事業者に対する指導、助言
- ・前年度の食品廃棄物等の発生量が100トン以上の者に対する勧告・公表・命令・罰金（取組が著しく不十分な場合）

食品リサイクル法基本方針における食品ロス削減の位置づけ

- ✓ 食品リサイクル法の基本方針では、食品ロスの削減を含めて食品廃棄物等の発生抑制が優先と位置づけ。その上で発生してしまったものについて、リサイクル等を推進。

食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年7月)



- ・ 「基本理念」に食品ロスの削減を明記し、事業系食品ロスの削減に関して、2000年度比で、2030年度までに半減させる目標を設定。
- ・ 食品関連事業者は、食品廃棄物等の発生原単位が基準発生原単位以下になるよう努力。
- ・ 様々な関係者が連携して、サプライチェーン全体で食品ロス削減国民運動を展開。

<具体的な取組（食品関連事業者・消費者・地方公共団体・国が実施）>

- ✓ 納品期限の緩和などフードチェーン全体での商慣習の見直し
- ✓ 賞味期限の延長と年月表示化
- ✓ 食品廃棄物等の継続的な計量
- ✓ 食べきり運動の推進
- ✓ 食中毒等の食品事故が発生するリスク等に関する合意を前提とした食べ残した料理を持ち帰るための容器（ドギーバッグ）の導入
- ✓ フードバンク活動の積極的な活用
- ✓ 食品ロスの削減に向けた消費者とのコミュニケーション、普及啓発等の推進 等

事業系食品ロス削減に関する目標

【目標】 2000年度比（547万トン）で、2030年度までに半減させる（273万トン）

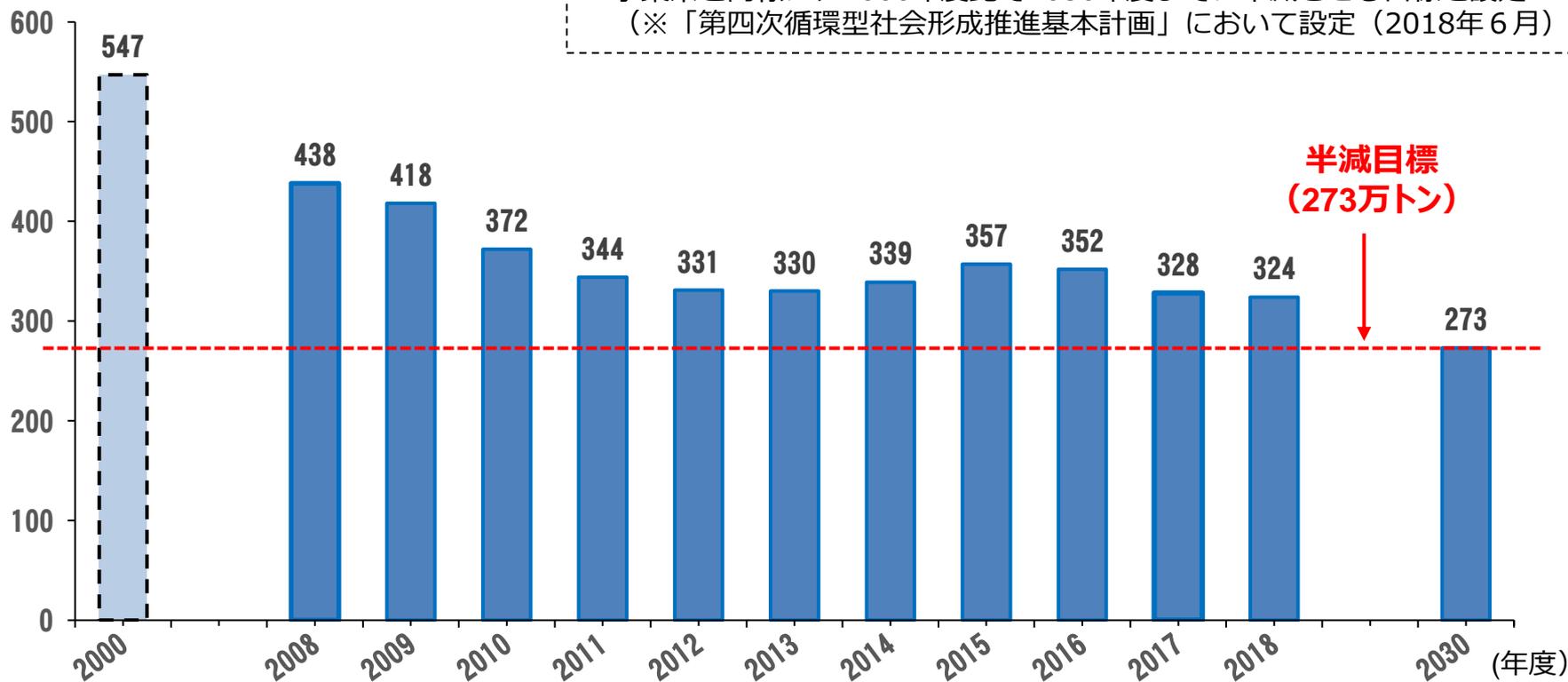
※食品リサイクル法の基本方針(2019年7月)、食品ロス削減推進法の基本方針(2020年3月)において設定。

※起点となる2000年度は、食品リサイクル法成立の年度

【目標達成に向けた考え方】

異業種との協働による取組や消費者も一体となった更なる機運醸成や行動変革等、様々なステークホルダーとの連携が必須であり、これをなくして本目標の達成は難しい。

事業系食品ロス量（万トン）



(参考) 家庭系食品ロス

事業系と同様に、2000年度比で2030年度までに半減させる目標を設定

(※「第四次循環型社会形成推進基本計画」において設定(2018年6月))

食品ロス削減推進法の概要（令和元年法律第19号）

前文

- 世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在する中で、とりわけ、大量の食料を輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、真摯に取り組むべき課題であることを明示
- 食品ロスを削減していくための基本的な視点として、①国民各層がそれぞれの立場において主体的にこの課題に取り組み、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図っていくこと、②まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用するようにしていくことを明記

食品廃棄物の発生抑制等に関する施策における食品ロスの削減の推進（第8条）

食品リサイクル法等に基づく食品廃棄物の発生抑制等に関する施策の実施に当たっては、この法律の趣旨・内容を踏まえ、食品ロスの削減を適切に推進

食品ロス削減月間（第9条）

食品ロスの削減に関する理解と関心を深めるため、食品ロス削減月間（10月）を設ける

公布日：令和元年5月31日、施行日：令和元年10月1日

※基本方針の閣議決定：令和2年3月31日

基本方針等（第11条～第13条）

- 政府は、食品ロスの削減の推進に関する基本方針を策定（閣議決定）
- 都道府県・市町村は、基本方針を踏まえ、食品ロス削減推進計画を策定

基本的施策（第14条～第19条）

- ① 消費者、事業者等に対する教育・学習の振興、知識の普及・啓発等
※必要量に応じた食品の販売・購入、販売・購入をした食品を無駄にしないための取組等、消費者と事業者との連携協力による食品ロスの削減の重要性についての理解を深めるための啓発を含む
- ② 食品関連事業者等の取組に対する支援
- ③ 食品ロスの削減に関し顕著な功績がある者に対する表彰
- ④ 食品ロスの実態調査、食品ロスの効果的な削減方法等に関する調査研究
- ⑤ 食品ロスの削減についての先進的な取組等の情報の収集・提供
- ⑥ フードバンク活動の支援、フードバンク活動のための食品の提供等に伴って生ずる責任の在り方に関する調査・検討

食品ロス削減推進会議（第20条～第25条）

内閣府に、関係大臣及び有識者を構成員とし、基本方針の案の作成等を行う食品ロス削減推進会議（会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））を設置



○ 事業者の責務について（法第5条）

事業者は、その事業活動に関し、国又は地方公共団体が実施する食品ロスの削減に関する施策に協力するよう努めるとともに、食品ロスの削減について積極的に取り組むよう努めるものとする。

○ 関係者相互の連携及び協力（法第7条）

国、地方公共団体、事業者、消費者、食品ロスの削減に関する活動を行う団体その他の関係者は、食品ロスの削減の総合的かつ効果的な推進を図るため、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。

○ 求められる行動と役割（基本方針）

【農林漁業者・食品関連事業者】

（例）

- ・ 自らの事業活動により発生している食品ロスを把握し、見直しを図る
- ・ 規格外や未利用の農林水産物の有効活用
- ・ 納品期限（3分の1ルール）の緩和、賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長
- ・ 季節商品の予約制等需要に応じた販売
- ・ 値引き・ポイント付与等による売り切り
- ・ 外食での小盛りメニュー等の導入、持ち帰りへの対応
- ・ 食品ロス削減に向けた取組内容等の積極的な開示

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賞味期限への理解不足など。
- ✓ 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	○「食べきり」「持ち帰り」の促進

みどりの食料システム戦略（具体的な取組）

～食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現～

調達

1. 資材・エネルギー調達における脱輸入・脱炭素化・環境負荷軽減の推進

- (1) 持続可能な資材やエネルギーの調達
- (2) 地域・未利用資源の一層の活用に向けた取組
- (3) 資源のリユース・リサイクルに向けた体制構築・技術開発

～期待される取組・技術～

- 地産地消型エネルギーシステムの構築
- 改質リグニン等を活用した高機能材料の開発
- 食品残渣・汚泥等からの肥料成分の回収・活用
- 新たなタンパク資源（昆虫等）の利活用拡大等

2. イノベーション等による持続的生産体制の構築

- (1) 高い生産性と両立する持続的生産体系への転換
- (2) 機械の電化・水素化等、資材のグリーン化
- (3) 地球にやさしいスーパー品種等の開発・普及
- (4) 農地・森林・海洋への炭素の長期・大量貯蔵
- (5) 労働安全性・労働生産性の向上と生産者のすそ野の拡大
- (6) 水産資源の適切な管理

～期待される取組・技術～

- スマート技術によるピンポイント農業散布、次世代総合的病害虫管理、土壌・生育データに基づく施肥管理
- 農林業機械・漁船の電化等、脱プラ生産資材の開発
- バイオ炭の農地投入技術
- エリートツリー等の開発・普及、人工林資源の循環利用の確立
- 海藻類によるCO₂固定化（ブルーカーボン）の推進等

生産

4. 環境にやさしい持続可能な消費の拡大や食育の推進

- (1) 食品ロスの削減など持続可能な消費の拡大
- (2) 消費者と生産者の交流を通じた相互理解の促進
- (3) 栄養バランスに優れた日本型食生活の総合的推進
- (4) 建築の木造化、暮らしの木質化の推進
- (5) 持続可能な水産物の消費拡大

～期待される取組・技術～

- 外見重視の見直し等、持続性を重視した消費の拡大
- 国産品に対する評価向上を通じた輸出拡大
- 健康寿命の延伸に向けた食品開発・食生活の推進等

- ✓ 雇用の増大
- ✓ 地域所得の向上
- ✓ 豊かな食生活の実現

・持続可能な農山漁村の創造
・サプライチェーン全体を貫く基盤技術の確立と連携（人材育成、未来技術投資）
・森林・木材のフル活用によるCO₂吸収と固定の最大化

3. ムリ・ムダのない持続可能な加工・流通システムの確立

- (1) 持続可能な輸入食料・輸入原材料への切替えや環境活動の促進
- (2) データ・AIの活用等による加工・流通の合理化・適正化
- (3) 長期保存、長期輸送に対応した包装資材の開発
- (4) 脱炭素化、健康・環境に配慮した食品産業の競争力強化

～期待される取組・技術～

- 電子タグ（RFID）等の技術を活用した商品・物流情報のデータ連携
- 需給予測システム、マッチングによる食品ロス削減
- 非接触で人手不足にも対応した自動配送陳列等

加工・流通

「みどりの食料システム戦略」が2050年までに目指す姿と取組方向

温室効果ガス	・2050年までに農林水産業のCO2ゼロエミッション化の実現を目指す。
化学農業	・2040年までに、ネオニコチノイド系農業を含む従来の殺虫剤を使用しなくてもすむような新規農業等を開発する。 ・2050年までに、化学農業使用量（リスク換算）の50%低減を目指す。
化学肥料	・2050年までに、輸入原料や化石燃料を原料とした化学肥料の使用量の30%低減を目指す。
有機農業	・2040年までに、主要な品目について農業者の多くが取り組むことができるよう、次世代有機農業に関する技術を確立する。 ・2050年までに、オーガニック市場を拡大しつつ、耕地面積に占める有機農業※の取組面積の割合を25%（100万ha）に拡大することを目指す。（※国際的に行われている有機農業）
園芸施設	・2050年までに化石燃料を使用しない施設への完全移行を目指す。
農林業機械・漁船	・2040年までに、農林業機械・漁船の電化・水素化等に関する技術の確立を目指す。
再生可能エネルギー	・2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、農林漁業の健全な発展に資する形で、我が国の再生可能エネルギーの導入拡大に歩調を合わせた、農山漁村における再生可能エネルギーの導入を目指す。
食品ロス	・2030年度までに、事業系食品ロスを2000年度比で半減させることを目指す。さらに、2050年までに、AIによる需要予測や新たな包装資材の開発等の技術の進展により、事業系食品ロスの最小化を図る。
食品産業	・2030年までに食品製造業の自動化等を進め、労働生産性が3割以上向上することを目指す（2018年基準）。さらに、2050年までにAI活用による多種多様な原材料や製品に対応した完全無人食品製造ラインの実現等により、多様な食文化を持つ我が国食品製造業の更なる労働生産性向上を図る。 ・2030年までに流通の合理化を進め、飲食料品卸売業における売上高に占める経費の割合を10%に縮減することを目指す。さらに、2050年までにAI、ロボティクスなどの新たな技術を活用して流通のあらゆる現場において省人化・自動化を進め、更なる縮減を目指す。
持続可能な輸入調達	・2030年までに食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現を目指す。
森林・林業	・エリートツリー等の成長に優れた苗木の活用について、2030年までに林業用苗木の3割、2050年までに9割以上を目指すことに加え、2040年までに高層木造の技術の確立を目指すとともに、木材による炭素貯蔵の最大化を図る。 <small>（※エリートツリーとは、成長や材質等の形質が良い精英樹同士的人工交配等により得られた次世代の個体の中から選抜される、成長等がより優れた精英樹のこと）</small>
漁業・水産業・養殖業	・2030年までに漁獲量を2010年と同程度（444万トン）まで回復させることを目指す。（参考：2018年漁獲量331万トン） ・2050年までにニホンウナギ、クロマグロ等の養殖において人工種苗比率100%を実現することに加え、養魚飼料の全量を配合飼料給餌に転換し、天然資源に負荷をかけない持続可能な養殖生産体制を目指す。

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。

小売側のメリットが見えづらい

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



同時に推進

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

R1.9.17

R1.8

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

	食品製造業	食品卸売業	食品小売業
納品期限緩和	○ (無駄な製造や在庫数量の減少)	-	× (販売期間の短縮)
賞味期限の年月表示化	△ ((+) 在庫管理の効率化) ((-) 賞味期間が最大1ヶ月短縮)	○ (在庫管理の効率化)	○ (品出し業務等の効率化)

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%

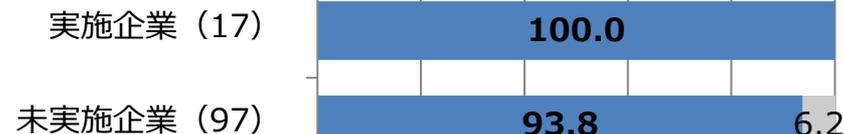
加工食品（ドライ）の納品期限緩和の実施の有無とロス率の変化

- ✓ 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



廃棄ロス率の変化

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

納品期限の緩和



※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）

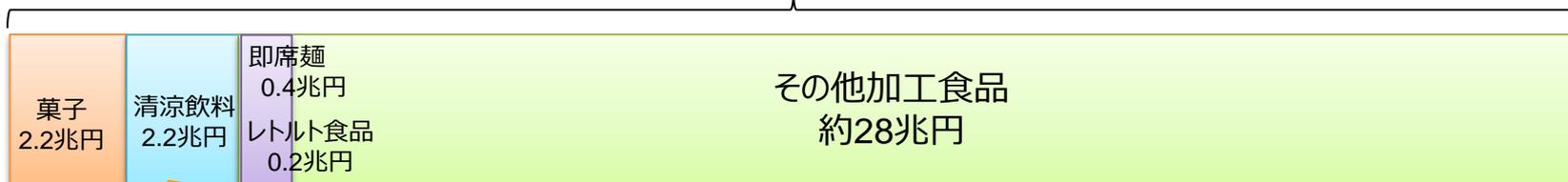
■ ロス率が低下（良化）～横ばい ■ ロス率が上昇（悪化）

納品期限の見直しに関する課題と対応方向

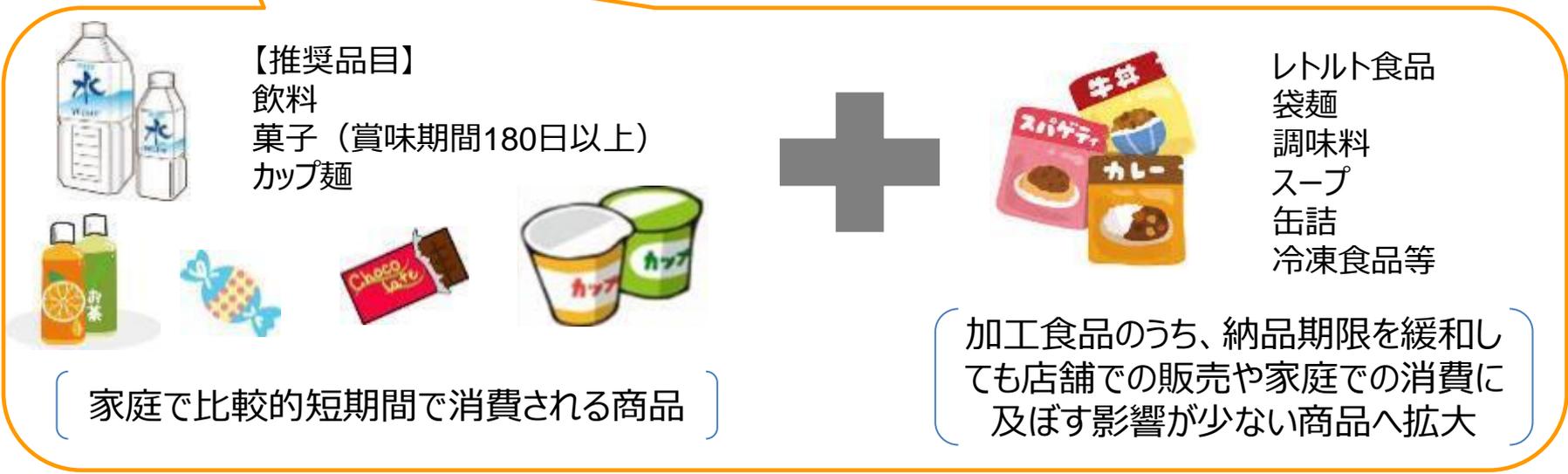


<対象品目の拡大>

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）

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）

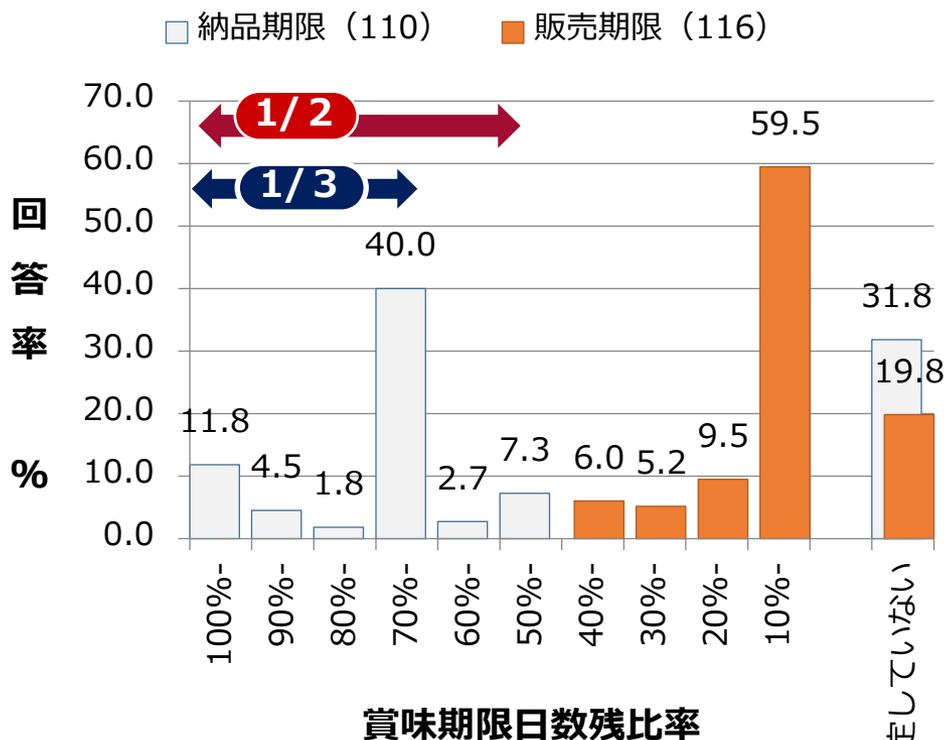
➤ 納入商品の賞味期限の日付逆転入荷は認めません（受取不可）。

➤ 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）

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。

【賞味期限表示の大括り化の実施状況】

カテゴリー	商品数	大括り化済	今後実施予定
清涼飲料	3,053	1,287	39
菓子	11,529	2,967	152
レトルト食品	1,921	383	200
風味調味料	566	113	0

清涼飲料、菓子、風味調味料は各団体を通じた調査結果。
レトルト食品は企業への個別調査結果。
R2年度流通経済研究所調べ(R2年10月末時点)

【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】

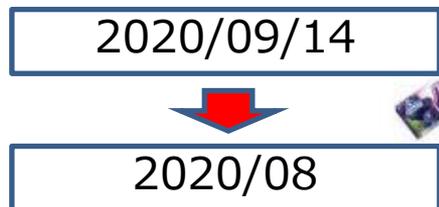
平成30年9月に「食品ロス発生抑止・削減に向けた賞味期限の年月表示に関する清涼飲料水自主ガイドライン」を公表し、業界全体としての年月等表示化を推進

【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。



(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）>

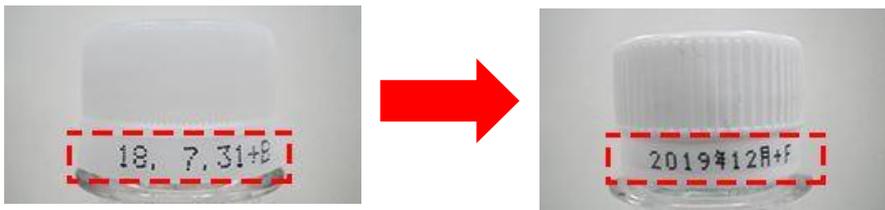
アサヒ飲料株式会社（飲料）

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



<参考> 賞味期限の年月表示化の期待効果 ②



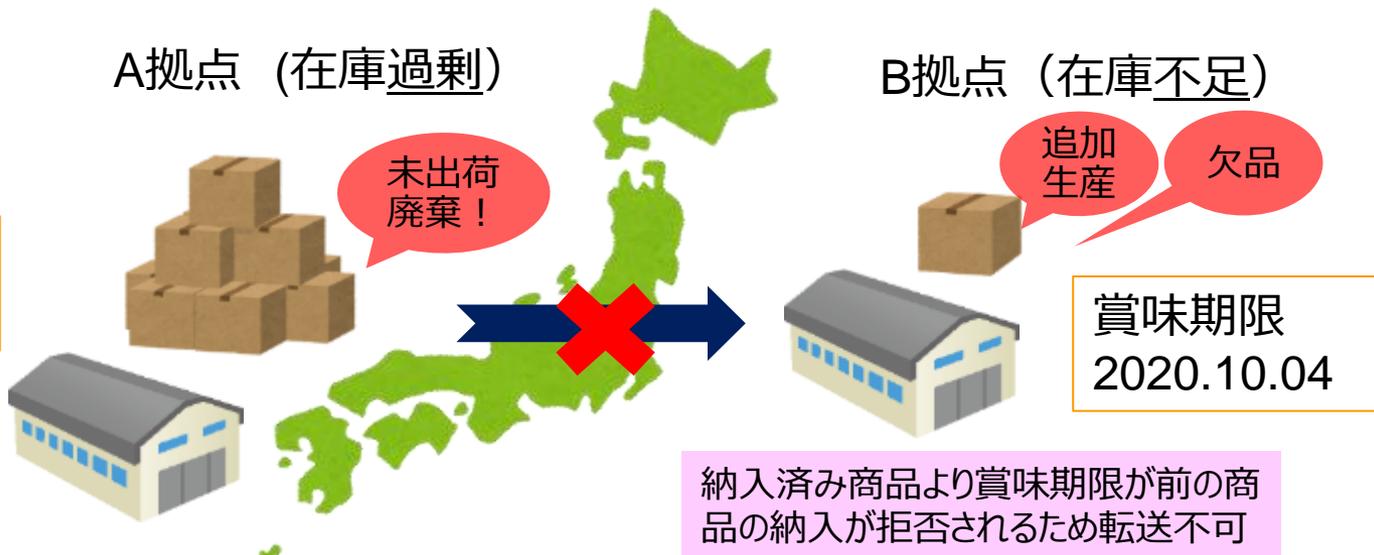
小売店舗への納入済み商品より賞味期限が前の商品の納入が拒否されるため、物流拠点間の商品の転送ができなかった在庫が、転送可能となることで食品廃棄を削減。

年月日表示

A拠点 (在庫過剰)

B拠点 (在庫不足)

賞味期限
2020.10.03



年月表示

A拠点 (在庫過剰)

B拠点 (在庫不足)

賞味期限
2020.09



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年間に延長を実施	今後延長の予定
清涼飲料	3,053	105	73
菓子	11,529	789	150
レトルト食品	1,921	137	235
調味料	2,497	83	73
冷凍食品	993	0	160

清涼飲料、菓子は各団体を通じた調査結果。レトルト食品、調味料、冷凍食品は企業への個別調査結果。
令和2年度流通経済研究所調べ(R2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



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旨とし、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。

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】

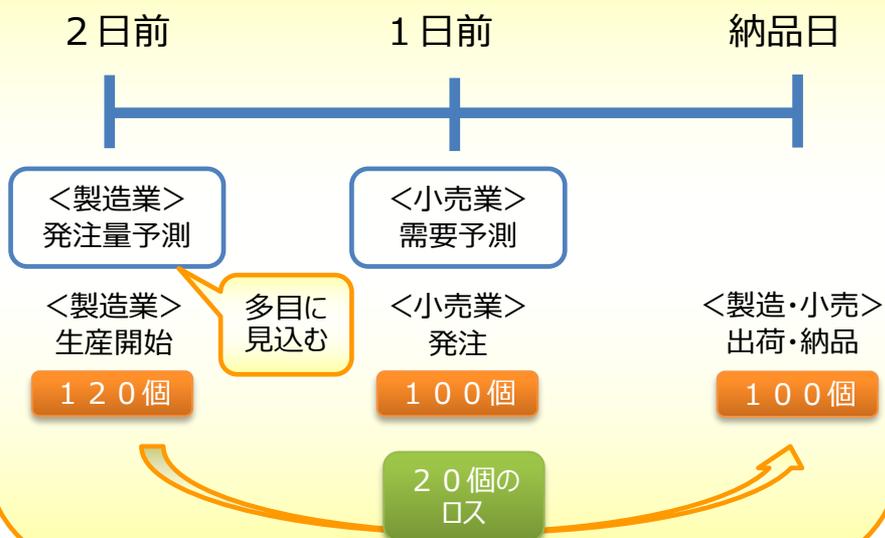
豆腐メーカーによる木綿豆腐等の賞味期限延長（7日→10日）を踏まえ、取引先のスーパー等が納品期限を延長（製造当日(D+0)→製造翌日(D+1)）。メーカーで出荷金額2%の廃棄削減を実現。

日配品ロス削減②

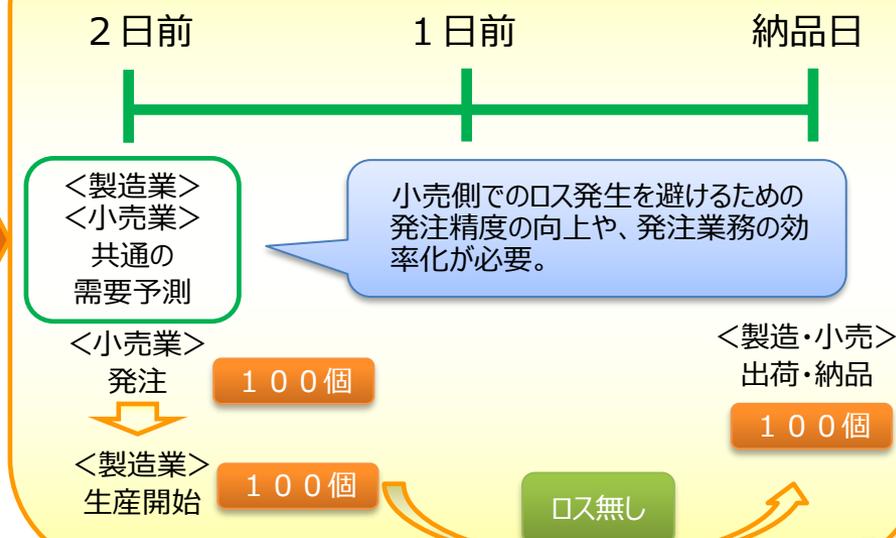
- ✓ 商慣習検討WTにおいて、日配品の食品ロス削減に向けての検討を実施。（平成30年度からパン、令和元年度からこれに加え豆腐・揚げ、生麺・セット麺、洋生菓子についても検討）
- ✓ メーカー側の食品ロスを削減するためには、見込生産から受注生産へ変更するための発注リードタイムの確保が必要。
- ✓ 一方で、発注リードタイムの延長に伴い、店舗発注業務が煩雑化し、小売業者の食品ロスが増加しないよう、発注精度の向上や発注業務の効率化が必要。
- ✓ 上記の両立を実現させるため、引き続き検証。

取組の改善イメージ

見込み生産



受注生産



令和3年度の「全国一斉」商慣習見直し運動について

- ✓ 令和3年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) **令和3年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（10月29日）**（今後取り組む予定の企業も公表対象）

(3) 今回は、新たに、**自社の食品ロス削減やリサイクルの取組のPRが可能。**

取組を掲載した**自社ウェブページのアドレス**、又は**指定のフォーマット（1枚）**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（令和3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（186事業者）



※うち、公表可能154事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【総合スーパー（GMS）】

イオン九州、イオンスーパーセンター、イオン東北、イオン北海道、イオンリテール、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、ダイエー、フジ、平和堂、ユニー 計13社

【コンビニエンスストア（CVS）】

国分グロサースチェーン、セイコーマート、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 計8社

【生協】

あいコープみやぎ、一宮協、いばらきコープ生協、大阪いずみ市民生協、おおさかパルコープ、京都生協、**コープえひめ**、**コープあいち**、コープぎふ、コープぐんま、コープこうべ、コープさっぽろ、CO・OPとやま、コープながの、コープにいがた、コープみやざき、コープみらい、自然派くらぶ生協、ならコープ、全日本海員生協、**竹原生協**、東都生協、とちぎコープ生活、**トヨタ生協**、なのはな生協、パルシステム福島、**福井県民生協**、福祉クラブ生協、生協ぷちとまと、三井造船生協、生協ユークープ、コープ九州事業連合、東海コープ事業連合 計33社

【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**、**クスリのサンロード**、クスリのマルエ、ココカラファインヘルスケア、コメヤ薬局、サッポロドラッグストアー、下川薬局、太陽堂、ツルハ、**奈良ドラッグ** 計13社

【食品スーパー（SM）】

アオキスーパー、アコレ、アブアブ赤札堂、アルビス、イオンビッグ、イオンマーケット、**イズミヤ**、**一小イチコ**、ウオロク、遠鉄ストア、**オークワ**、大阪屋ショップ、オーシャンシステム、オータニ、小田急商事、カスミ、カノー、かましん、**紀ノ國屋**、ぎゅーとら、**キュービット**、サニーマート、サミット、サンショウ、サンプラザ、サンマート、**シェルガーデン**、**城山ストアー**、新鮮マーケット、スーパーナショナル、**スーパー細川**、スズキヤ、セブンスター、**第一スーパー古間店**、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**、東武ストア、**道北アークス**、とりせん、西鉄ストア、西山寛商事、**ハピー**、原信ナルスオペレーションサービス、ハルタ、パロー、**POWER Sシバタ**、**ファミリーマートさとう**、福原、フジマート四国、フレスタ、**ベルジョイス**、豊月、マイヤ、**マエダ**、マックスバリュ長野、マックスバリュ西日本、マックスバリュ北陸、マックスバリュ南東北、マツモト、マツヤスーパー、マルイ、**丸市岡田商店**、**マルエー**、丸久、マルト商事、マルミヤストア、マルヤ、万惣、光洋、**明治屋食品**、ヤオコー、**ヤオハン**、ヤマナカ、**ユニバース**、**ゆめマート北九州**、**ゆめマート熊本**、ヨーク、ヨークベニマル、横濱屋、与野フードセンター、ライフコーポレーション、ラルズ、**ワイストア** 計87社

【参考】取組事業者数の推移

令和2年 10月時点 : 142事業者（うち公表企業108社）
令和2年 3月時点 : 108事業者（うち公表企業100社）
令和元年10月時点 : 102事業者（うち公表企業 94社）
平成31年 3月時点 : 39事業者（うち公表企業 39社）

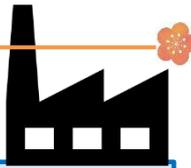
<記号の見方> ○：緩和実施済、◇：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）、空欄：回答なし、/：緩和していない、-：取扱なし

業態	社名	緩和を推奨する品目				緩和を前提として検討すべき品目		その他	備考	本社所在地
		清涼飲料	菓子 (賞味期間 180日以上)	カップ麺	袋麺	レトルト食品	具体的品目			
総合スーパー	イオンリテール（株）	○	○	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品	千葉県	
総合スーパー	イオンリテールストア（株）	○	○	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品	千葉県	
総合スーパー	（株）イトヨーカ堂	○	○	○	○	○	○	賞味期間180日以上で常温加工食品全商品	東京都	
総合スーパー	（株）ダイエー	○	○	△	△	△			東京都	
食品スーパー	アコレ（株）	○	○	△	△	△			千葉県	
食品スーパー	（株）アパア赤札堂	○	○	○	/	/	/		東京都	
食品スーパー	イオンマーケット（株）	○	○	○	○	△			東京都	
食品スーパー	（株）遠鉄ストア	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	静岡県	
食品スーパー	（株）オータニ	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	栃木県	
食品スーパー	小田急商事（株）	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	東京都	
食品スーパー	カスミ（株）	○	○	/	/	/	/		茨城県	
食品スーパー	（株）かましん	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	栃木県	
食品スーパー	（株）紀ノ國屋	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	東京都	
食品スーパー	ザミット（株）	△	△	△	△	△	/		東京都	
食品スーパー	（株）シェルガーデン	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品、嗜好品（珈琲、紅茶、ココア等）	東京都	
食品スーパー	（株）スズキヤ	△	△	△	△	△	/		神奈川県	
食品スーパー	（株）第一スーパー古間店	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	長野県	
食品スーパー	（株）東急ストア	○		/	/	/	/		東京都	
食品スーパー	（株）東武ストア	△	△	△	△	△			東京都	
食品スーパー	（株）とりせん	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	群馬県	
食品スーパー	マックスバリュ長野（株）	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品	冷凍食品の納品期限緩和を検討中。時期は未定	
食品スーパー	（株）マルヤ	△	△	△	△	△			埼玉県	
食品スーパー	（株）ヤオコー	○	○	○	○	○	○	米、酒類は対象外	埼玉県	
食品スーパー	（株）ヤオハン	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	栃木県	
食品スーパー	（株）ヨーク	○	○	○	○	○	○	賞味期間180日以上で常温加工食品全商品	東京都	
食品スーパー	（株）横濱屋	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	神奈川県	
食品スーパー	（株）与野フードセンター	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品	埼玉県	
生活協同組合	いばちきコープ生活協同組合	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	賞味期間180日以上の商品が対象	
生活協同組合	生活協同組合コープぐんま	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	賞味期間180日以上の商品が対象	

<記号の見方> ○：緩和実施済、◯：緩和予定（実施時期確定）、△：緩和予定（実施時期未確定）、空欄：回答なし、/：緩和していない、-：取扱なし

業態	社名	緩和を推奨する品目				緩和を前提として検討すべき品目		その他	備考	本社所在地
		清涼飲料	菓子 (賞味期間 180日以上)	カップ麺	袋麺	レトルト食品	具体的品目			
生活協同組合	生活協同組合コープながの	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	賞味期間180日以上の商品が対象	長野県
生活協同組合	生活協同組合コープみらい	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	賞味期間180日以上の商品が対象	埼玉県
生活協同組合	自然派くらぶ生活協同組合	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		東京都
生活協同組合	全日本海員生活協同組合	△	△	△	△	△	/			神奈川県
生活協同組合	東都生活協同組合	○	○	/	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		東京都
生活協同組合	とちぎコープ生活協同組合	○	○	○	/	/	/			栃木県
生活協同組合	なのはな生活協同組合	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等	組合員宅着時点の基準（宅配事業専業）	千葉県
生活協同組合	福祉クラブ生活協同組合	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		神奈川県
生活協同組合	生活協同組合ユーコープ	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		神奈川県
コンビニエンスストア	国分グローサースチェーン（株）	○	○	○	○					東京都
コンビニエンスストア	（株）セブン-イレブン・ジャパン	○	○		○	○	○	賞味期間180日以上常温加工食品全商品		東京都
コンビニエンスストア	（株）ファミリーマート	○	○		○ (2022年3月)	○ (2022年3月)	○ (2022年3月)	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品		東京都
コンビニエンスストア	ミニストップ（株）	○	○	△						千葉県
コンビニエンスストア	山崎製パン（株）デイリーヤマザキ事業統括本部	○	○	○	○	○	○	賞味期間180日以上常温加工食品全商品		東京都
コンビニエンスストア	（株）ローソン	○	○	○	○	○	○	缶詰、素材食品・嗜好品・機能性簡易食品等	2020年8月31日～変更済	東京都
ドラッグストア・薬局	（株）イチワタ	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		埼玉県
ドラッグストア・薬局	ウエルシア薬局（株）	○	○	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		東京都
ドラッグストア・薬局	（株）クスリのサンロード	○	○	○	○	○	○	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		山梨県
ドラッグストア・薬局	（株）クスリのマルエ	○	△	△	△	△	△			群馬県
ドラッグストア・薬局	（株）ココカラファインヘルスクア	△	△	△	△	△	△	調味料、スープ、缶詰、農産加工品、加工水産品、冷凍食品等		神奈川県

参考：全国ベースの令和3年10月29日現在の納品期限緩和の取組事業者数は186事業者



賞味期限表示の大括り化に取り組む事業者（令和3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（223事業者）

※うち、公表可能127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、伊藤園、大塚製菓、**花王**、カゴメ、**キーコーヒー**、麒麟ビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、ジャスティス、ダイドリンク、**富永貿易**、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**、ブルボン、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、明治
計18社

【レトルト食品】

アサヒグループ食品、味の素、江崎グリコ、サンハウス食品、清水食品、宝食品、津田商店、**天狗缶詰**、にしき食品、**日本水産**、万直商店、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、**ヤマモリ**、米屋
計18社

【菓子】

芥川製菓、アサヒグループ食品、岩塚製菓、江崎グリコ、オークラ製菓、大塚製菓、**おやつカンパニー**、カルビー、**カンロ**、クラシエフーズ、**湖池屋**、**ジャパンフリトラー**、新野屋、扇雀飴本舗、**丹波農産**、**日清シスコ**、ネスレ日本、ノーベル製菓、**ハース**、パイン、平松商店、不二家、ブルボン、北陸製菓、**松永製菓**、明治、森永製菓、**モロゾフ**、ヤマザキビスケット、有楽製菓、リキ・コーポレーション、龍角散、ロッテ、お菓子の日進堂
計34社

【調味料】

味の素、オタフクソース、神田味噌醤油醸造場、キッコーマン食品、サラダクラブ、七福醸造、渋谷商店、**正田醤油**、**真誠**、ときわや醤油、直源醤油、**ハウス食品**、**富士ミネラルウォーター**、**フドーキン醤油**、ヘテパシフィック、ヤマキ、**ヤマモリ**、吉村醸造
計18社

【風味調味料】

味の素、ヤマキ、**ヤマモリ** 計3社

【冷凍食品】

かねます食品、釧路東水冷凍、三洋通商 計3社

【その他】

アイリスフーズ、朝日、アサヒグループ食品、旭松食品、味の素、味の素AGF、**アヲハタ**、五十川、伊藤園、伊之助製麺、今津、ウーケ、江崎グリコ、エスピー食品、大塚製菓、オタフクソース、尾張製粉、**カドヤ**、キューピー、**キリンホールディングス**、くみあい食品工業、国分グループ本社、**小嶋屋総本店**、サッポロビール、サラダクラブ、サン海苔、三洋通商、三和缶詰、椎茸井出商店、**静岡ジェイエイフーズ**、清水食品、白石興産、**真誠**、高木商店、宝食品、竹本油脂、（有）玉木製麺、**丹波農産**、銚子東洋、通宝、津田商店、**天狗缶詰**、東洋ライス、永井海苔、**永谷園**、**なとり**、ニコニコのり、**ニチレイウエルダイニング**、**日清フーズ**、日本コカ・コーラ、**日本水産**、**ハウス食品**、はごろもフーズ、**日高食品工業**、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**、**前原製粉**、榊田屋食品、**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、万直商店、三菱食品、**ミヤカン**、森永製菓、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、米屋 計72社

（注）複数品目で取り組んでいる事業者があるため、合計は127に一致しない。

【参考】令和2年10月時点：156事業者（うち公表企業：107社）、令和2年3月時点：120事業者（うち公表企業：69社）

企業名	賞味期限表示大括り化		本社所在地
芥川製菓（株）	菓子		東京都
（株）朝日	粉末寒天		神奈川県
アサヒ飲料（株）	賞味期限240日以上でのPET、缶、賞味期限1年以上の全ての容器		東京都
アサヒグループ食品（株）	すべての自社販売商品（菓子（180日以上）、レトルト食品、即席みそ汁・スープ類、健康食品・サプリメント類、育児用粉乳・ベビーフード類（1年以上）など）		東京都
旭松食品（株）	乾物（凍り豆腐）	乾物（凍り豆腐）	長野県
味の素（株）	風味調味料（1年以上）、レトルト食品（1年以上）、調味料（1年以上）、スープ類（一部商品を除く）（1年以上）		東京都
味の素AGF（株）	嗜好飲料（レギュラーコーヒー、インスタントコーヒー、スティック嗜好飲料など、1年以上）、液体コーヒー（ボトルコーヒー、ポーションタイプ、180日以上）、クリームングパウダー、ガムシロップ（1年以上）など		東京都
（株）伊藤園	飲料、茶葉製品（原則180日超）		東京都
エスピー食品（株）	ルウ製品の一部（1年以上）		東京都
大塚製菓（株）	賞味期限1年1ヵ月以上の飲料、菓子、サプリメント類		東京都
花王（株）	粉末飲料（1年以上）	美容飲料（1年以上）	東京都
カドヤ（株）	農産、海産、乾物、乾麺		東京都
カルビー（株）	菓子		東京都
カンロ（株）	菓子		東京都
キーコーヒー（株）	レギュラーコーヒー、コーヒー飲料 他		東京都
キッコーマン食品（株）	調味料（1年以上）		東京都
キュービー（株）	家庭用介護食品、家庭用素材食品	家庭用介護食品、家庭用素材食品	東京都
キリンホールディングス（株）	ビール、発泡酒、新ジャンル（180日以上～1年未満）		東京都
キリンビバレッジ（株）	賞味期限180日以上のPET、缶、紙、瓶商品		東京都
クラシエフーズ（株）	菓子（180日以上）		東京都
（株）湖池屋	菓子（180日以上）	菓子（180日以上）	東京都
国分グループ本社（株）	缶詰（1年以上）、びん詰（1年以上）		東京都
サッポロビール（株）	ビールテイストの缶製品、びん製品		東京都
（株）サラダクラブ	調味料（1年以上）、サラダ用トッピング、そうざい（サラダ）		東京都
サントリー食品インターナショナル（株）	賞味期限240日以上の炭酸飲料、茶系飲料、果実、野菜飲料、コーヒー飲料、天然水、フレーバーウォーター、機能性飲料、乳性飲料		東京都
三洋通商（株）		冷凍食品（1年以上）、フルーツ缶詰（1年以上）	茨城県
権苺井出商店		乾物干し権苺（1年以上）	静岡県
静岡ジェイエイフーズ（株）	缶詰（180日以上～1年未満）		静岡県

企業名	賞味期限表示大括り化		本社所在地
清水食品（株）	缶詰（1年以上）、びん詰め（1年以上）、スープ、ツナ、パスタソース、豆類（ドライパック）		静岡県
（株）ジャスティス		ミネラルウォーター（1年以上）	東京都
ジャパンフriture（株）	菓子（180日以上）	菓子（180日以上）	茨城県
正田醤油（株）	調味料（180日以上）		群馬県
（株）高木商店	さば・いわし等の水産缶詰		茨城県
銚子東洋（株）	定塩鯖フィレ、定塩さばフィレ、漬け魚、焼き鯖		千葉県
（株）永谷園	ふりかけ、即席みそ汁（270日以上）、スープ、惣菜（レトルト）等	ふりかけ、即席みそ汁（270日以上）、スープ、惣菜（レトルト）等	東京都
（株）なとり	珍味	その他加工食品（180日以上～1年未満）	東京都
日清フーズ（株）	パスタ		東京都
日本コカ・コーラ（株）	賞味期限10ヶ月以上の飲料（炭酸飲料、茶系飲料、果実飲料、野菜飲料、コーヒー飲料、アルコール飲料、ミネラルウォーター類、その他清涼飲料水）		東京都
日本水産（株）	缶詰（1年以上）、レトルト食品（1年以上）	レトルト食品（1年以上）	東京都
はごろもフーズ（株）	賞味期限1年超の削り節、のり、ふりかけ、だし、パスタ、包装米飯、ツナ油漬等、パスタソース、青魚パウチ、総菜パウチ、ぜんざい類		静岡県
平松商店		菓子（180日未満）	東京都
富士ミネラルウォーター（株）	炭酸飲料（1年以上）、ミネラルウォーター（びん、PET）（1年以上）	調味料（1年以上）	山梨県
（株）不二家	菓子（180日以上）		東京都
ヘテバシフィック（株）		調味料（1年以上）	東京都
（株）ホテイフーズコーポレーション	缶詰		静岡県
柳田屋食品（株）	乾麺（1年以上）	半生麺・そば粉	長野県
マルハニチロ（株）	缶詰（1年以上）		東京都
（株）マルコウ	缶詰（1年以上）		神奈川県
（株）万直商店		レトルト食品（180日以上1年未満）、木の実、乾燥果実（1年未満）	千葉県
三菱食品（株）	缶詰（1年以上）、レトルト食品（1年以上）		東京都
（株）明治	菓子（180日以上）、ミネラルウォーター、スポーツ飲料、栄養ドリンク、レトルト食品（1年以上）	賞味期限1年以上の家庭用商品（常温、冷凍商品）を順次切り替え	東京都
森永製菓（株）	菓子（180日以上）、ホームメイキング（1年以上）		東京都
森永乳業（株）		その他加工食品（1年以上）	東京都
ヤマザキビスケット（株）	菓子（180日以上）		東京都
米屋（株）	缶詰（1年以上）、レトルト食品（1年以上）		千葉県
（有）リキ・コーポレーション	菓子（180日以上1年未満及び180日未満）		神奈川県
（株）龍角散	菓子（180日以上）		東京都
（株）ロッテ	菓子（180日以上）	菓子（180日以上）	東京都

参考：全国ベースの令和3年10月29日現在の賞味期限表示の大括り化の取組事業者数は223事業者

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）

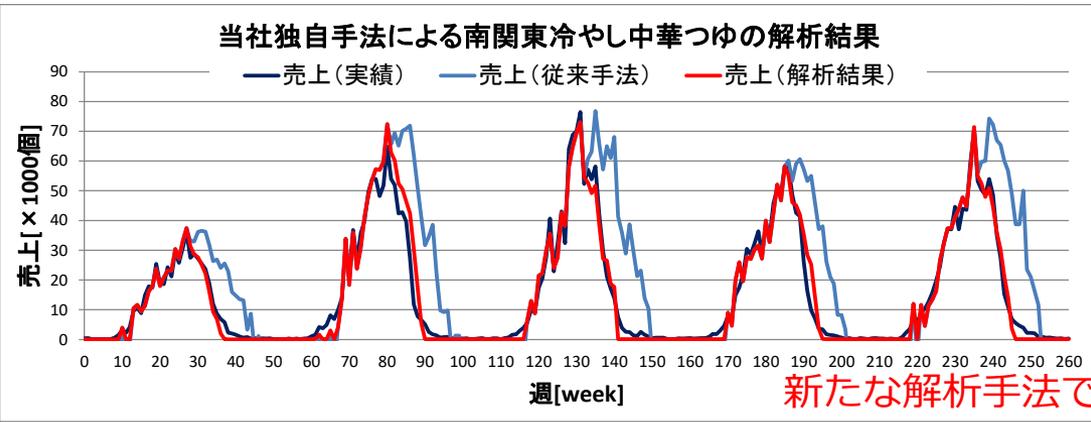
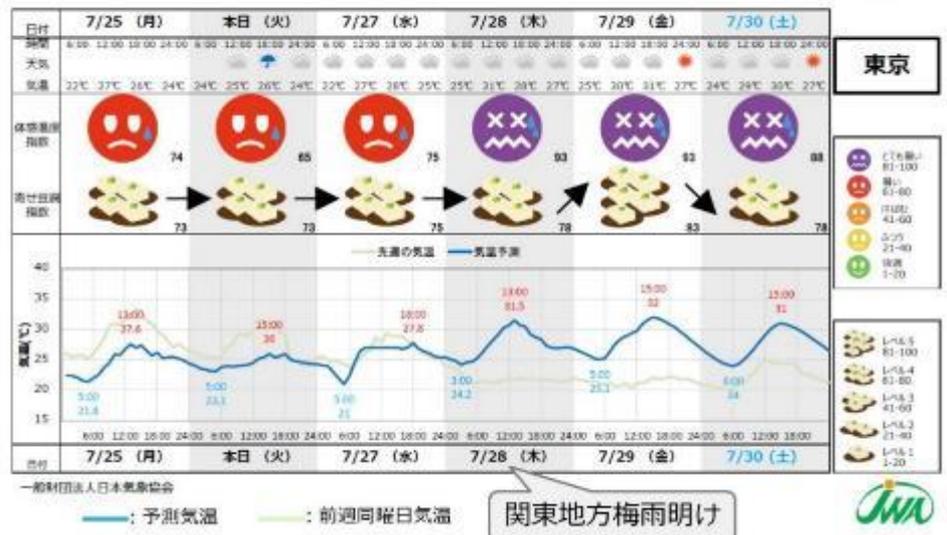


日本気象協会と食品事業者が連携した実証事業において、気象情報とPOS（販売時点情報管理）データを組み合わせた需要予測の精緻化により、食品ロスの削減を達成。

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**需要予測精度を30%向上しロスを削減**

7月26日(火)発表 JWA特別気象予測 相模屋食料様 寄せ豆腐



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20%削減

販売期限の延長

✓ 小売店舗における販売期限の延長も食品ロス削減に効果が期待。

- 京都市では、平成29・30年度に、小売店舗での**販売期限の延長に関する社会実験**を実施。
- 平成30年度の社会実験では3事業者10店舗が参加し、以下のことを確認。
 - ・取組品目全体で、**約32%**（前年同月比）の**廃棄抑制**
 - ・売上に与えるマイナス面の影響はなかった。
 - ・従業員の廃棄削減への意識を高める機会となった。
- 令和3年10月時点で、市内の小売72事業者が販売期限延長の取組に協力。

（令和2年11月8日「消費者庁ライブシンポジウム」京都市説明資料（抜粋））

■ 店舗は、消費・賞味期限まで販売期限を延長

・対象品目は、店舗が選択

■ 可能な範囲で

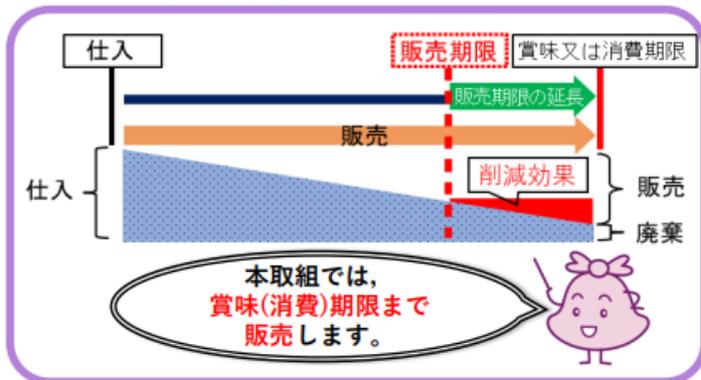
消費者へ啓発（宣伝）

■ 京都市は参加を呼びかけ、

・啓発資材を店舗へ提供

・広報紙・ポスター等で

食品ロス削減啓発



←啓発資材(POP)

R2年度ポスター→



(参考) 食生活に関する世論調査

- ✓ 内閣府の「食生活に関する世論調査」において、食品ロス削減に関する意識調査を実施。
(掲載先) https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/yoronchousa.html

【調査対象】 全国18歳以上の日本国籍を有する者 3,000人、有効回収数1,967人 (回収率65.6%)

【調査期間】 令和2年9月17日 ~ 11月1日

<調査結果概要>

賞味期限と消費期限の違いの認知度

【質問】 賞味期限と消費期限の意味の違いを知っていたか。

【回答】 「知っていた」87.5% 「言葉は知っていたが、違いは知らなかった」9.3% 「知らなかった」1.5%

小売店における欠品に対する意識

【質問】 日常的に利用する小売店において、普段購入している食品に欠品が生じていた場合に、どのように思うか。

【回答】 「仕方ないと思う」74.9% 「不満に思う」24.7%

食品ロス削減に取り組む小売店における欠品に対する意識

(注) 質問対象：小売店における欠品に「不満に思う」と答えた者 (486人)

【質問】 食品ロスにならないよう在庫を抱えないために食品に欠品が生じていた場合に、どのように思うか。

【回答】 「仕方ないと思う」57.0% (「仕方ないと思う」21.2% + 「どちらかといえば仕方ないと思う」35.8%)
「不満に思う」42.2% (「どちらかといえば不満に思う」29.8% + 「不満に思う」12.3%)

食品ロス削減に取り組む小売店における購入に対する意識

【質問】 食品ロス削減に取り組む小売店が扱う食品を購入しようと思うか。

【回答】 「購入しようと思う」86.4% (「購入しようと思う」39.4% + 「どちらかといえば購入しようと思う」47.0%)
「購入しようと思わない」12.6% (「どちらかといえば購入しようと思わない」8.5% + 「購入しようと思わない」4.1%)

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
- ✓ 2021年の恵方巻きシーズンにおいても、PR資材を活用する事業者等を募集し、事業者名（65事業者）を公表。（https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/kisetsusyokuhin.html）

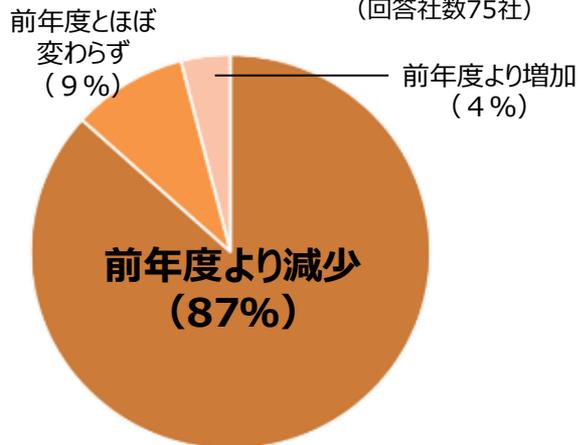
<小売業者の団体への呼びかけ内容>

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>

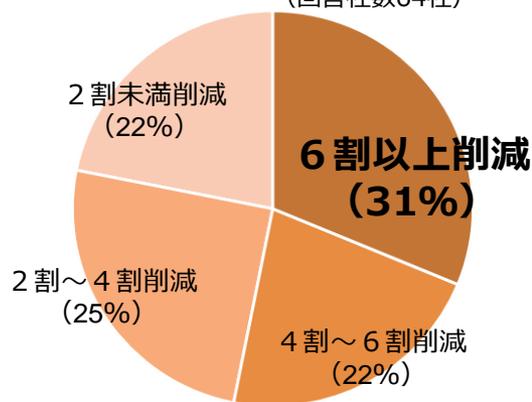
【節分時の廃棄率（金額）の前年比較】

（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

<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：平成31年2月～4月、回収率：18.8%）

消費者への啓発（食品ロス削減月間）

- ✓ 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。
- ✓ 令和3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。
- ✓ 10月15日時点の応募者、80事業者及び38自治体を中間公表。
(令和3年10月20日プレスリリース：
<https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/211020.html>)

【啓発資材の例】

【活用の例】



(どなたでもダウンロード可能です)



「てまえどり」の取組が食品スーパー・生協にも拡大！

「てまえどり」の促進

- ✓ 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。
- ✓ 6月1日より、(一社)日本フランチャイズチェーン協会に加盟のコンビニエンスストア4社(※)にて、消費者への「てまえどり」の呼びかけを開始。
(※セブン-イレブン、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン)
- ✓ 啓発物は、一般の小売事業者においても、協会及び各省庁のHPでダウンロードして使用可能。
(<https://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/kankyoi/210601.html>)



てまえどり啓発資材

① 帯POP



② アテンションPOP



③ ポスター



【活用例】



プレスリリース

令和3年10月20日
関東農政局

食品ロス削減のための消費者啓発に取り組む小売・外食事業者、地方自治体の中間公表

農林水産省は、令和3年8月20日（金曜日）より、「てまえどり」を含めた消費者啓発に取り組む小売・外食事業者及び地方自治体の募集を行っています。このたび、当局管内において、啓発活動に御協力いただき、公表同意をいただきました事業者について、中間報告（10月15日現在）いたします。
なお、応募の締め切りは10月29日（金曜日）です。引き続き、皆様からのご応募をお待ちしています。

1. 趣旨

我が国で大量に発生する食品ロスの削減に向けて、令和元年10月1日に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行され、昨年9月31日には、その「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」が策定されました。その中で、食品関連事業者は、消費者とのコミュニケーションをとりながら、食品ロス削減に向けた取組を進めていくことが求められています。
農林水産省は、小売・外食事業者や地方での食品ロス削減の機運を高めるとともに、「てまえどり」の呼びかけを含めた消費者への啓発を促進するため、本年10月の食品ロス削減月間にあわせ、全国の小売・外食事業者や地方自治体に対し、消費者や事業者への食品ロス削減の普及啓発を働きかけてきました。

2. 内容

全国の小売・外食事業者に対し、農林水産省や関係省庁等が作成したポスター等を活用した店舗での消費者への啓発活動の実施を働きかけたところ、10月15日現在、当局管内において22事業者から応募があり、うち公表の同意をいただきました21事業者について中間報告します。
また、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、10地方自治体からの御応募をいただいています。
消費者の皆様には是非、この機会に御自身の身近な地域における取組へ目を向け、お近くの店舗を訪れるなど、食品ロス削減の取組に関し御理解と御関心を一層深めていただきたいと思います。なお、応募は10月29日（金曜日）までになっていますので、積極的な御応募お待ちしております。今後も以下の農林水産省ホームページにて、公表内容の更新を随時行ってまいります。

(URL) https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/201014.html



当局管内における10月15日現在の消費者啓発に取り組む小売・外食事業者及び地方自治体は以下のとおりです。（順不同）

＜小売・外食事業者名＞
 株式会社セブン&アイ・ホールディングス、株式会社セブン-イレブン・ジャパン、株式会社フアミリーマート、株式会社ローソン、イオンリテール株式会社、エスエールホールディングス株式会社、株式会社東急ストア、株式会社増田植司商店、株式会社ワルエツ、合同会社フテナイム、静岡よみうりカントリークラブ、生活協同組合ユーコープ、相鉄ローゼン株式会社、手しごとや咲くら、東京工業大学生活協同組合、とちぎコープ生活協同組合、農林生協総合売店、まいばすけっと株式会社、道の駅おかべ・道の駅はなぞの、道の駅しなの、和幸

＜地方自治体名＞

神奈川県 <http://www.pref.kanagawa.jp/docs/p3k/temaedori.html>
 足利市 -
 熱海市 <https://www.city.atami.lg.jp>
 磐田市 https://www.city.iwata.shizuoka.jp/kurashi_tetsuzuki/gomi_recycle/gomi/1001452/1007658.html
 川越市 https://www.city.kawagoe.saitama.jp/kurashi/gomi/genryo_recycle/foodloss.html
 静岡市 -
 松本市 http://www.city.matsumoto.nagano.jp/shisei/kankyojoho/haikibuttu/syokuhin_loss
 横浜市 <http://www.food-love.jp/sanka/03.html>
 玉村町 <https://tamamurafoodbank.jimdofree.com/>
 宮代町 <http://www.town.miyashiro.lg.jp/0000017725.html>

なお、全国の応募状況は以下のとおりです。

(URL) <https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/211020.html>



3. 啓発資材活用の事例紹介（当局管内の一例）

○株式会社東急ストア





【店舗で行っている食品ロス削減の取組】
 農林水産省、環境省、消費者庁による啓発ポスター「てまえどり」を全店舗に掲示し、お客様に食品ロス削減へのご理解をいただけるよう努めています。
 生鮮食品、デリカ食品においては、小分け商品の充実により、食べきっていただく事で食品ロス削減を目指しています。
 AI（人工知能）を活用して、グロスリー食品の販売量を日々予測し、在庫過多を防止する事で、期限切れによる商品の廃棄量削減に取り組んでおります。

取組事例の詳細は、こちら

4. 参考

令和3年8月20日プレスリリース（募集）

「食品ロス削減のための消費者啓発に取り組む小売・外食事業者、地方自治体を募集します～啓発資材を活用した「てまえどり」等の取組の推進～」

(URL) https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/210820_3.html



【お問合せ先】

経営・事業支援部食品企業課
 担当者：三浦、関口
 代表：048-600-0600（内線3831）
 ダイヤルイン：048-740-5281



＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- 農林水産省、環境省、消費者庁による啓発ポスター「てまえどり」を全店舗に掲示し、お客様に食品ロス削減へのご理解をいただけるよう努めています。
- 生鮮食品、デリカ食品においては、小分け商品の充実により、食べきっていただく事で食品ロス削減を目指しています。
- AI（人工知能）を活用して、グロサリー食品の販売量を日々予測し、在庫過多を防止する事で、期限切れによる商品の廃棄量削減に取り組んでおります。

＜お客様/従業員の反応＞

- お客様が「てまえどり」の文字に注視され、近づいて全部読まれている位、インパクトのあるポスターでアピールできました。
- 従業員があらためて食品ロス削減の大切さを意識し、段階値引きや、CDを活用した「売り切り」を行なっています。

[お問い合わせ先]

株式会社東急ストア お客様相談室(03-3714-2480)

飲食店等での「食べきり」「持ち帰り」の促進

- ✓ 飲食店等における「食べきり」と、食べきれずに残った際の自己責任での「持ち帰り」を促進するため、「**外食時のおいしく『食べきり』ガイド**」や、**飲食店等の好事例集**を作成・普及
- ✓ 「持ち帰り」の社会的な機運醸成のため、**Newドギーバッグアイデアコンテスト**を開催。
持ち帰る行為のネーミングは「**mottECO**」（モッテコ）が大賞に。

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)

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

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
- ・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
- ・提供の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提供**

<京都市の例>



飲食店等の食品ロス削減のための好事例集 (令和元年10月 農林水産省・全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会)

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

事例

<元気寿司株式会社>

食品ロスや食品廃棄物の量の把握

- ・回転レーン上の皿を敬遠する顧客が増えている（大半注文品）ことから、**注文を受けた皿を直接客席に届ける**3段重ねの高速レーンを設置した店舗に変更。
- ・鮮度の高い商品を提供するとともに、データを活用し、食材の在庫や鮮度の適正管理を実現。それに伴い、**乾いた寿司や食材等の食品ロスを大幅に削減**。

実施効果

- ・「回転しない寿司」の店舗（108店舗）で削減できた「乾いて廃棄する寿司」（平成29年度）は約445トン。



New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)

[URL:<https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/contest.html>]

- ネーミングの部 ※持ち帰る行為のネーミングです
大賞 **mottECO (モッテコ)**



「もっとエコ」「持って帰ろう」の意味が込められています

- パッケージデザインの部

・一般の部

優秀賞（3点）



タイトル：
オカモチ



タイトル：
YUKARI



タイトル：
折りがみ式
みつろうラップ

・子どもの部

最優秀賞（1点）



優秀賞（2点）



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、取組なしに比べて、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)

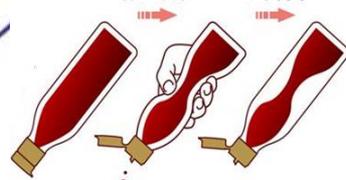
資料：第60回京都市廃棄物減量等推進審議会 (平成29年3月28日)

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（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。

 **Matsuzakaya** 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)

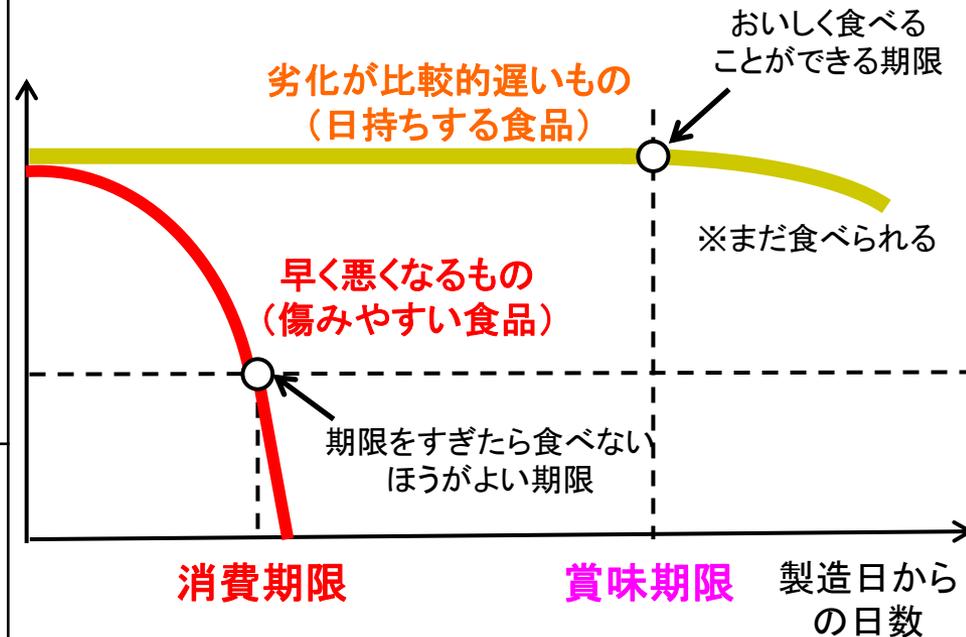
【効果】 廃棄コストの削減、イベントによる集客アップ、イベントを通じた通常時の需要拡大

☆ 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	<p><u>おいしく食べることができる期限 (best-before)</u></p> <p>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。</p>	<p>菓子、カップめん、缶詰</p> 
消費期限	<p><u>期限を過ぎたら食べない方がよい期限 (use-by date)</u></p> <p>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。</p>	<p>弁当、サンドイッチ、惣菜</p> 

＜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 目的・用途

かぶ ぶり大根 白菜 社通 鍋

消費者庁のキッチン 公式

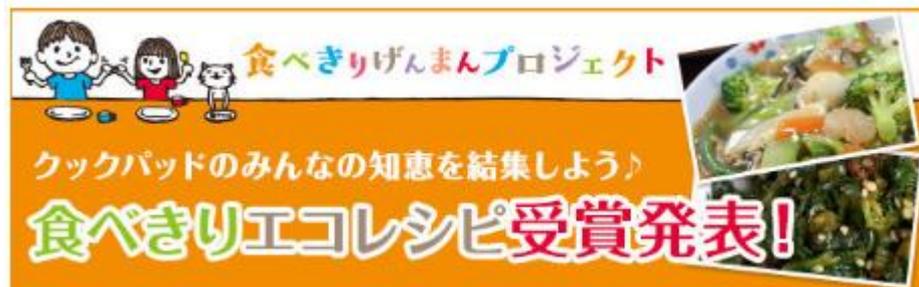
消費者庁は、消費者の皆様の安全・安心を確保するため、様々な取組を行っています。食

最近の投稿 レシピ 264 つくれぽ 献立

18/11/10 レシピを公開

18/11/10 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

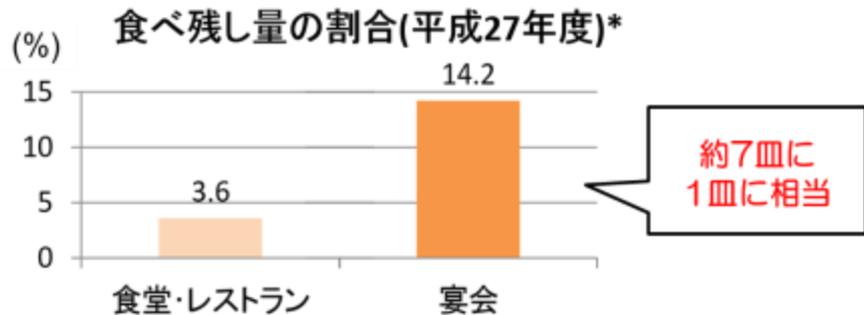
おめでとうございます！

→ レシピはこちら

☆ 誰でもできる食品ロス削減～宴会編～

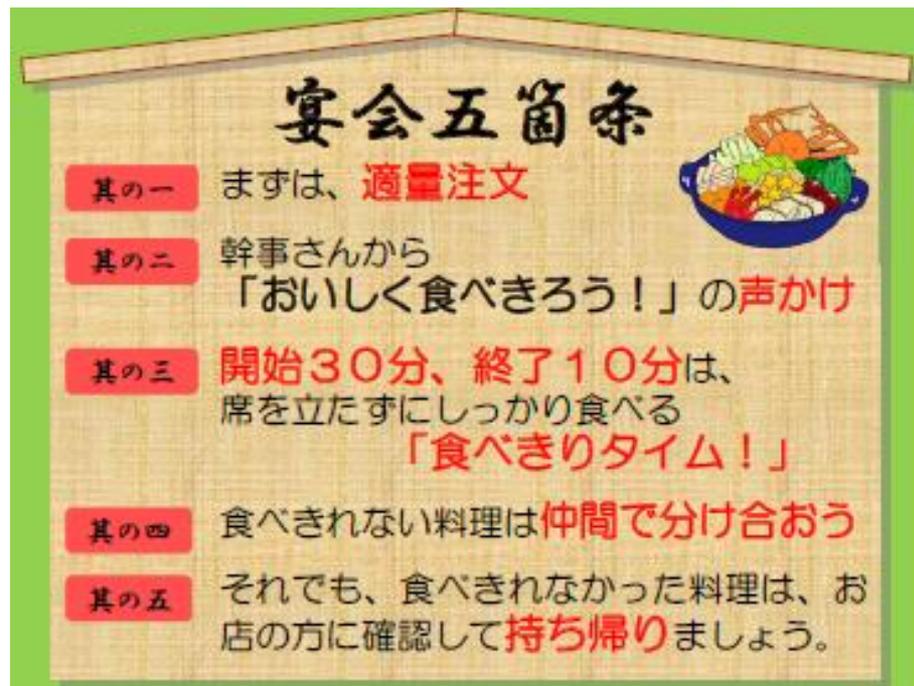
宴会での食べ残しを減らし、気持ちよくお開きしましょう。

- ✓ 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）

農林水産省 食料産業局 / Food Industry Affairs Bureau. Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries.



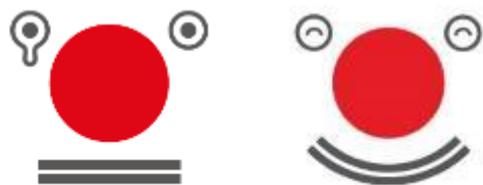
外食時の「おいしい食べきり」全国共同キャンペーン
紹介サイト↓

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



☆ 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」



NO-FOODLOSS PROJECT

NO-FOODLOSS PROJECT

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:804件(令和3年3月現在)

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



食品ロス削減に向けてできること

- ✓ 食品ロスの発生には、直接的・間接的に様々な要因が複雑に関わっており、ある特定の立場の者に削減の責任があるわけではない。
- ✓ それぞれの立場で取り組むこと、協力しながら取り組むことを、できることから着実に進めていくことが大切。

製造

- ・ 需要予測精度向上
- ・ 製造ミス削減
- ・ 賞味期限延長・年月表示化
- ・ 期限設定情報開示

卸売

- ・ 需要予測精度向上
- ・ 売り切り
- ・ 配送時の汚・破損削減

小売

- ・ 需要予測精度向上
- ・ 売り切り
- ・ 小容量販売
- ・ バラ売り

外食

- ・ 需要予測精度向上
- ・ 調理ロス削減
- ・ 食べ切り運動
- ・ 小盛サービス
- ・ 持ち帰り
(自己責任)

家庭

- ・ 冷蔵庫・家庭内の在庫管理
- ・ 計画的な買い物
- ・ 食べ切り
- ・ 使い切り
- ・ 期限表示の理解

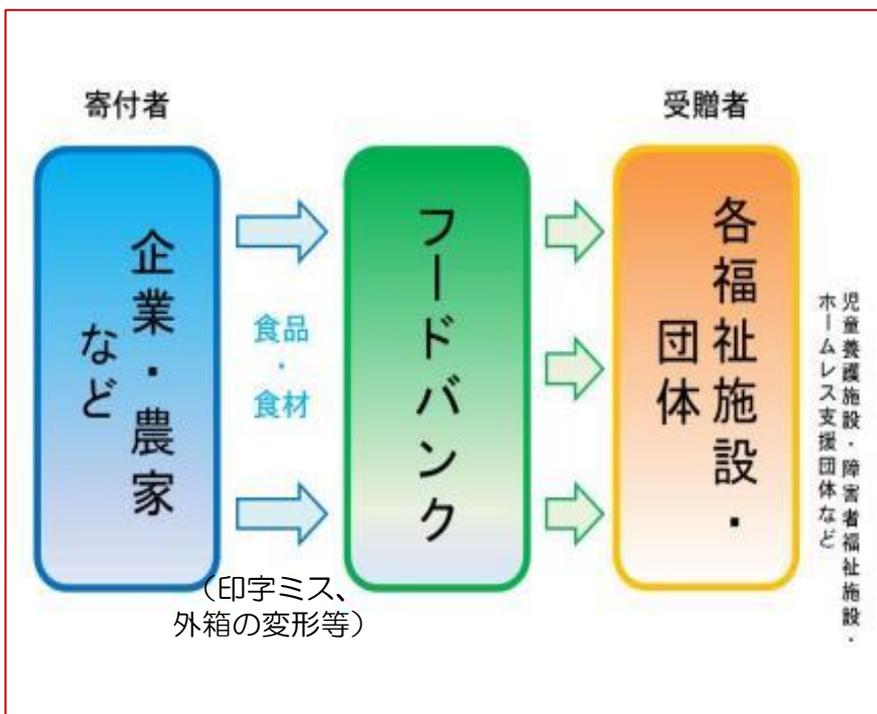
- ・ フードチェーン全体での返品・過剰在庫削減
- ・ 余剰食品のフードバンク寄付

食品ロスの実態把握・削減意識共有、もったいない精神

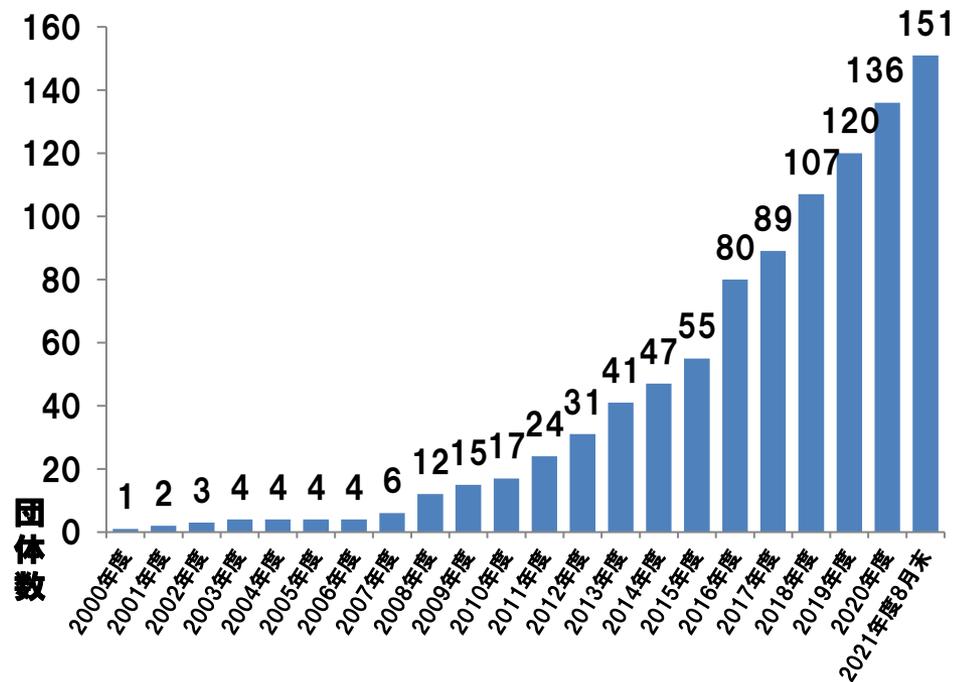
フードバンク活動とは

- ✓ 生産・流通・消費などの過程で発生する未利用食品を食品企業や農家などからの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。
- ✓ もともと米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。
(日本では北海道から沖縄まで151団体が活動)

概要図



国内のフードバンク団体数



資料：公益財団法人流通経済研究所「国内フードバンクの活動実態把握調査」（令和元年度調査）等

フードバンク活動に対する課題



供給側（食品関連事業者）の意見

- ・ 食品廃棄物の不正転売を受け、フードバンクから横流や不適切な廃棄をされないか不安。（物品管理をしっかりとってもらわないと供給できない。）
- ・ 衛生管理の規定を設けていないフードバンクへの提供には不安を感じる。

フードバンク側の意見

- ・ 組織の運営基盤が弱く、マンパワーが不足。
- ・ 認知度が低く、利用者・寄付者のマッチングが効率的に行われていない。
- ・ 生鮮食料品は品質劣化が早く、寄贈が不定期、かつ品目・量にも偏りがあり、寄附先のニーズとのマッチングが難しく、取り扱いにくい。
- ・ 肉・魚については、保冷車や冷蔵冷凍設備が必要で新たな投資が必要で、寄附先における保存状態の把握も必要でリスクが高い。

フードバンク活動の手引き

- ✓ 食品の品質管理やトレーサビリティに関するフードバンクの適切な運営をすすめ、信頼性向上と取扱数量の増加につなげるため、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を作成。（2016年11月公表、2018年9月改正）

手引きの対象
範囲

国内のフードバンク活動のうち、食品関連事業者等から提供された食品の譲渡に係る活動

手引きの主な内容

◆食品の提供又は譲渡における原則

食品提供事業者及びフードバンク活動団体は、受取先の要望を踏まえ、食品衛生上問題のない食品を提供又は譲渡

◆関係者におけるルールづくり

食品提供事業者、フードバンク活動団体、福祉関係団体は、食品の受け渡しに係る合意書を双方で保有（合意書の例を手引きに添付）

◆提供にあたって行うべき食品の品質・衛生管理

食品提供事業者 - 食品の安全性に係る確認

フードバンク活動団体 - 食品の保管・荷捌き場所の確保と衛生管理、記録表の記載

◆情報の記録及び伝達

衛生管理や食品提供履歴に関する記録表を作成し、食品の情報を保管し、安全性に疑義が生じた際に速やかに情報を伝達

手引きの概要・全文はこちら

（下記サイトの「5.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」）

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





**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!!**

