

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

2兆1,450億円 (令和3年度)
(平成25年度比+2,940億円(+16%))

1人当たりの経費 = **17,000円/年**
(平成25年度比+2,000円(+13%))

食料問題

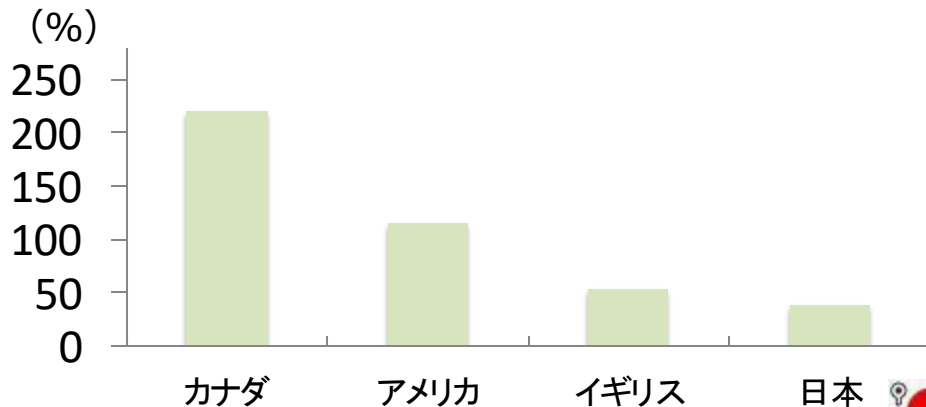
世界の10人に1人が栄養不足
(約7.7億人)



世界人口
国連推計
80億人
(2022)
↓
97億人
(2050)

摂取カロリーから見た食料自給率

38% (令和4年度)
(先進国では最低水準)



日本の食品ロスの状況（令和3年度）

日本の「食品ロス量」

約523万トン



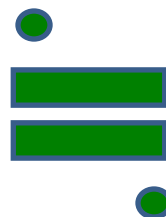
事業系

約279万トン



家庭系

約244万トン



国民1人当たり食品ロス量

1日 約114g

※ 茶碗約1杯（約150g）のご飯の量に近い量

年間 約42kg

※ 年間1人当たりの米の消費量（約51kg）に近い量

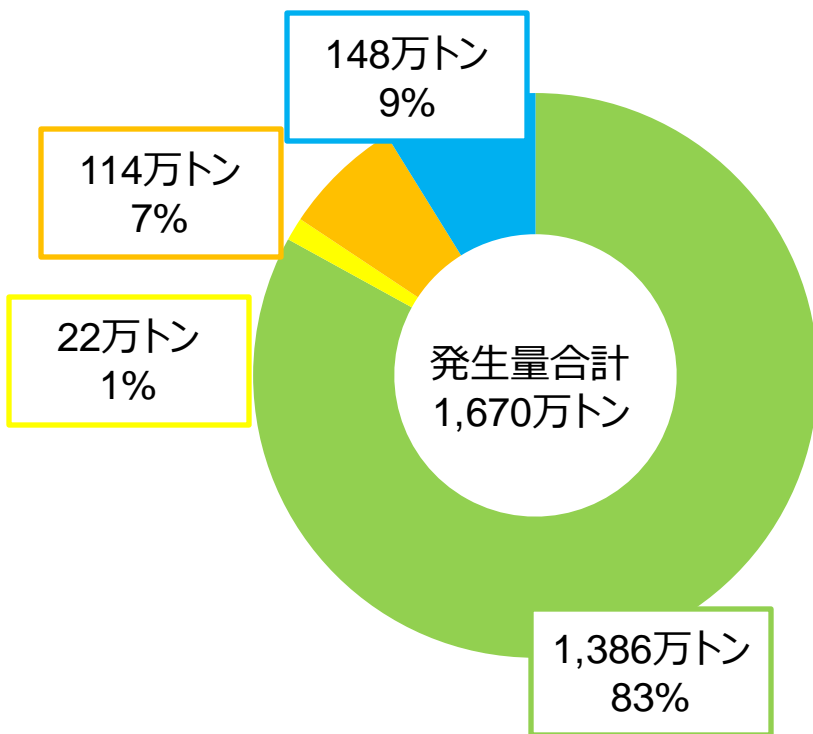


資料：総務省人口推計(2021年10月1日)
令和2年度食料需給表（確定値）

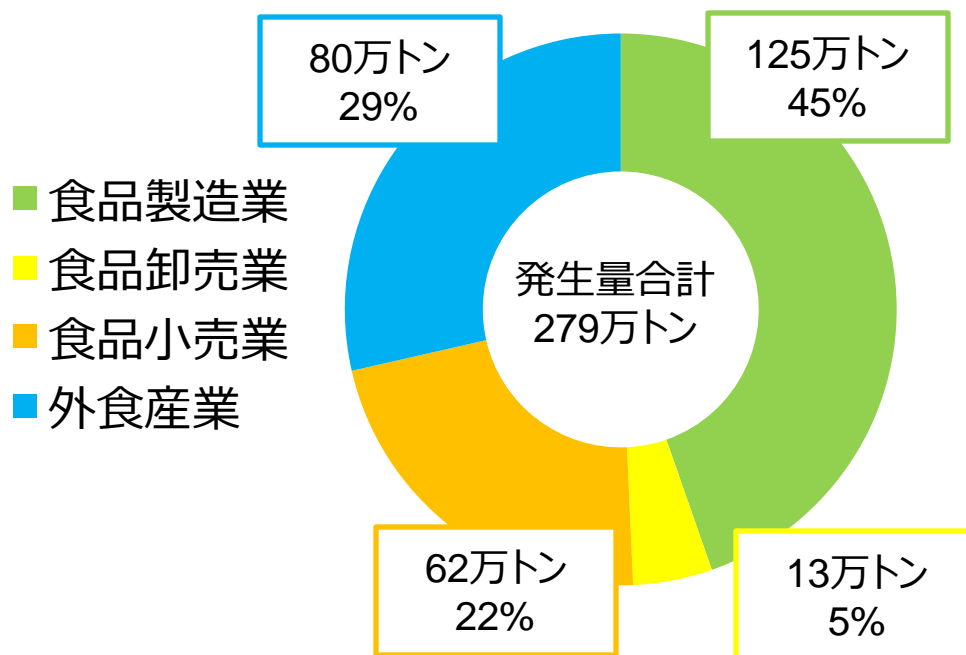
事業系の食品廃棄物等と食品ロスの発生量（令和3年度推計）

- ✓ 食品廃棄物等の発生量は、令和3年度で1,670万トンとなっており、このうち食品製造業が83%を占めている。
- ✓ 可食部の食品廃棄物等の発生量は279万トンとなっており、このうち食品製造業が45%、外食産業が29%を占め大部分となっている。

①事業系食品廃棄物の業種別内訳

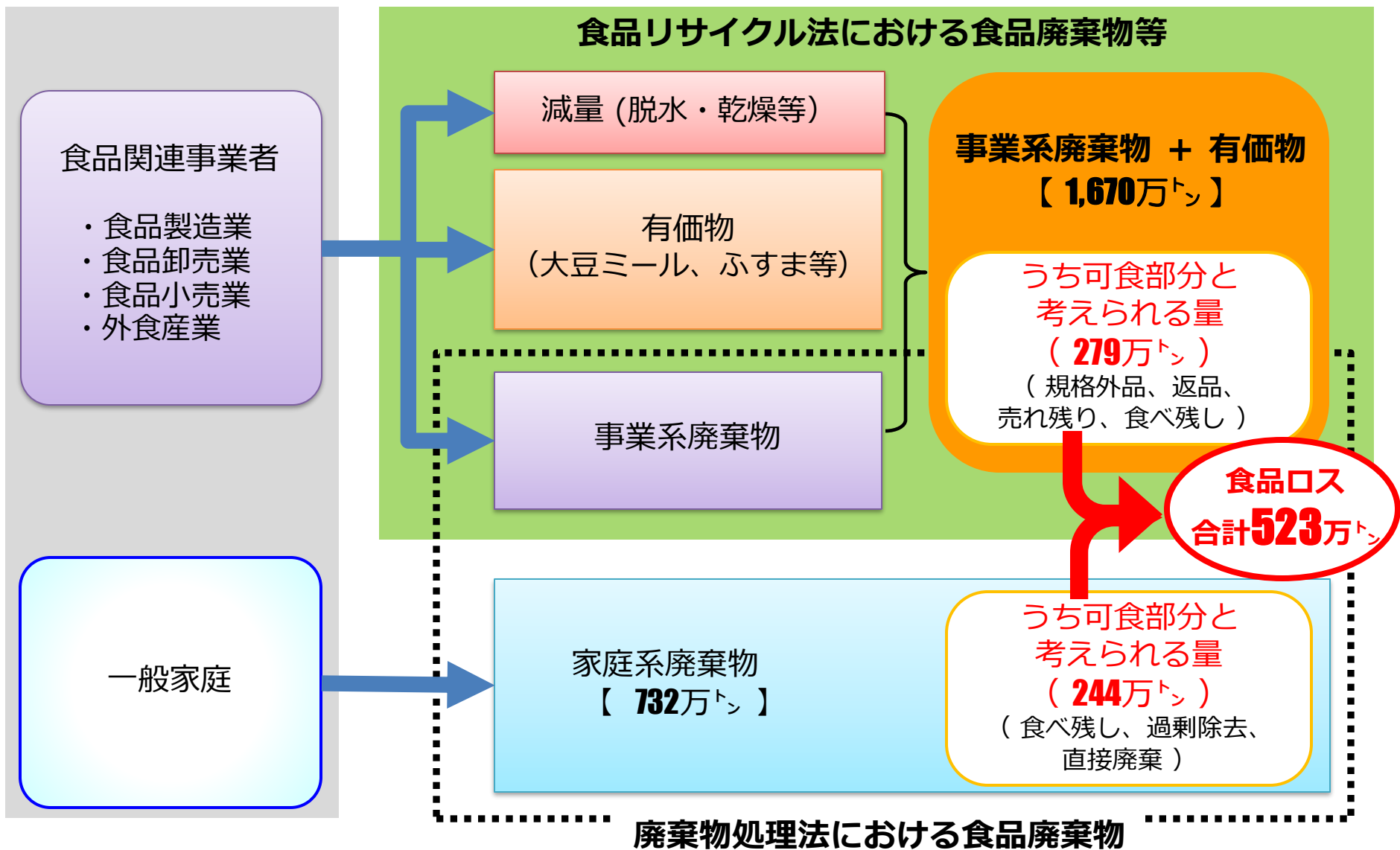


②事業系食品ロス（可食部）の業種別内訳



四捨五入の関係で、数字の合計が一致しないことがある。

食品ロスの発生量（令和3年度推計）

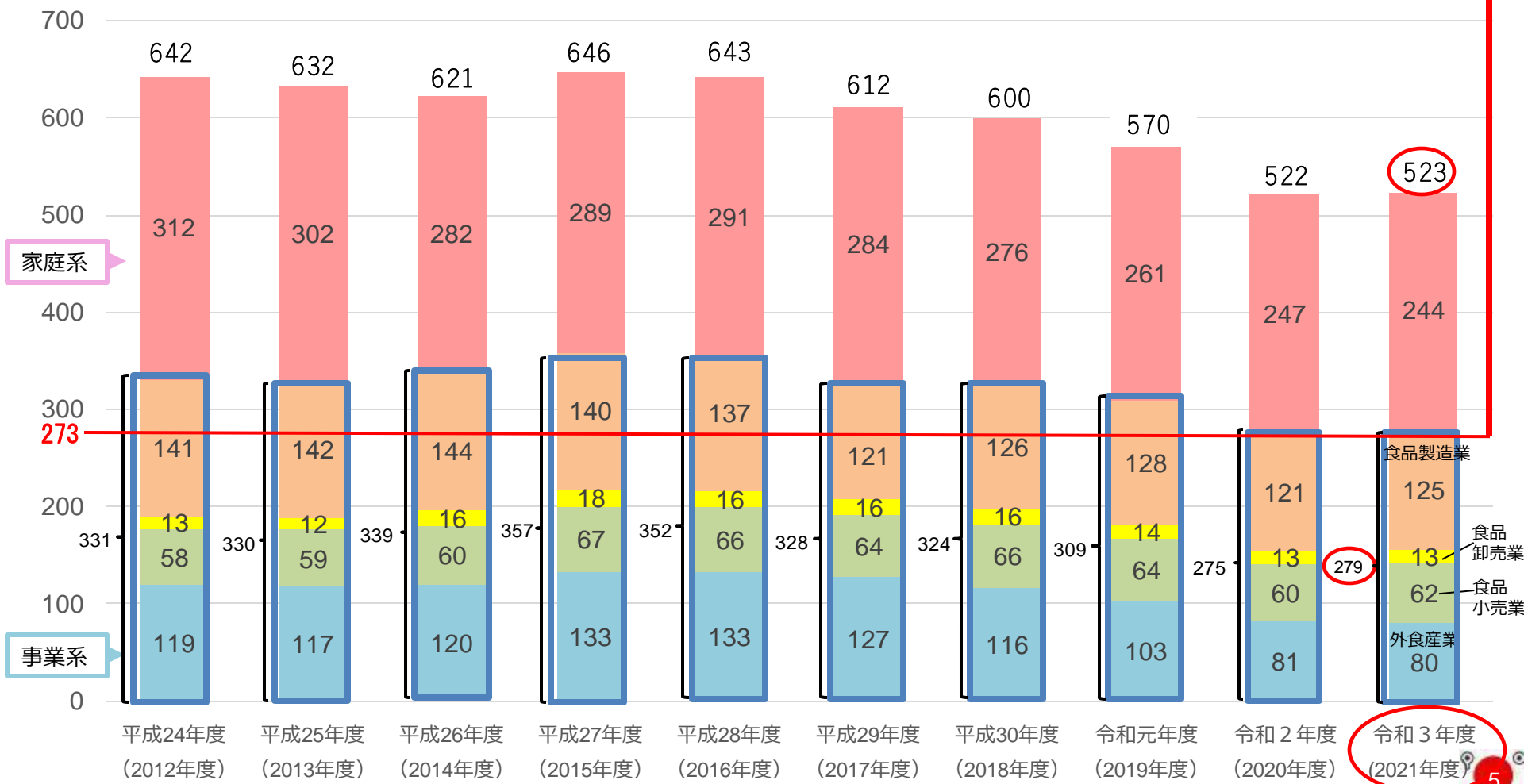


食品ロス量の推移（平成24～令和3年度）

✓ 令和3年度食品ロス量は523万トン、うち事業系は279万トン。

2030年度事業系食品ロス量
削減目標
(273万トン)

(単位：万トン)



(参考) 食品ロスの推計方法



●事業系廃棄物由来（農林水産省による推計）

1. 農林水産省が、食品リサイクル法に基づき行っている定期報告及び統計調査の結果により、食品産業全体の食品廃棄物等の年間発生量を試算。
2. 定期報告者へのアンケート調査により得られた食品廃棄物等の可食部割合を、1で試算された食品廃棄物等の年間発生量に乗じることで可食部（食品ロス）の量を推計。

●家庭系廃棄物由来（環境省による推計）

1. 環境省が毎年、市区町村を対象に行っている食品廃棄物、食品ロスの発生状況のアンケート結果に基づき、家庭から発生する食品ロス量を試算。
2. 食品ロスの発生量を把握していない市区町村については、1の結果を基に算出した。食品ロス量の食品廃棄物に対する割合の平均を食品廃棄物量に乗じて食品ロス量を推計。
3. 1と2を合計して食品ロス量を推計。

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

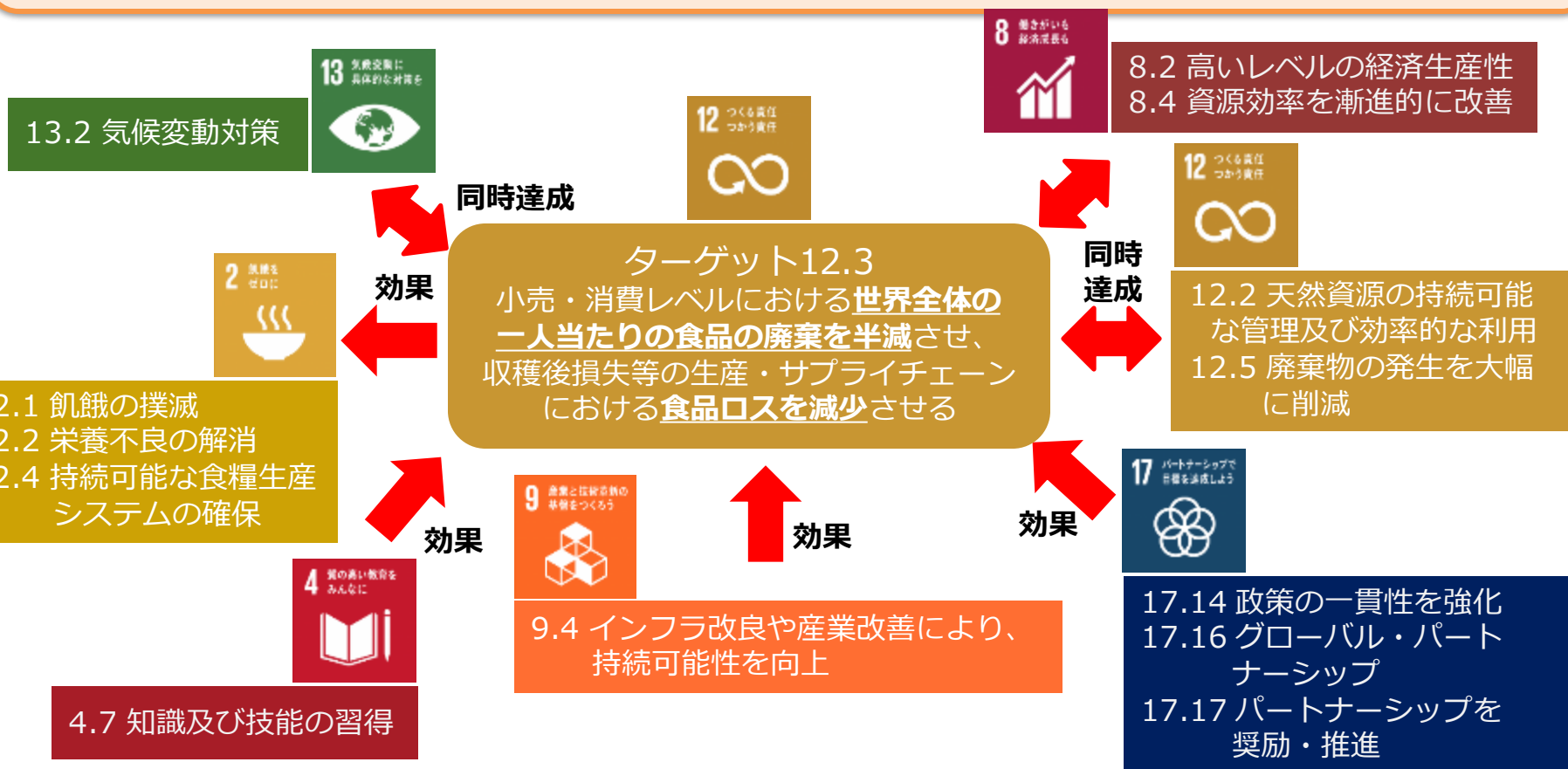
2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。

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。



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

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。

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

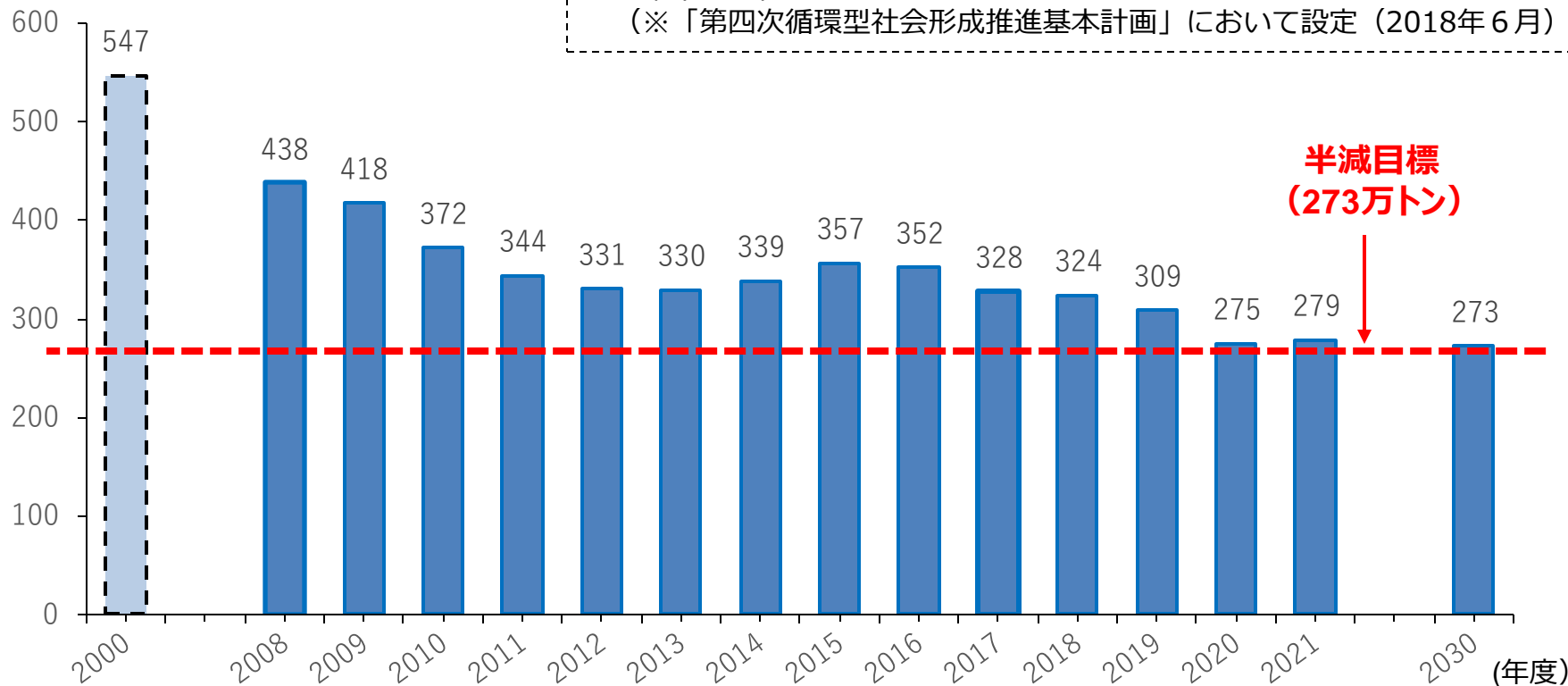
【目標達成に向けた考え方】

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))

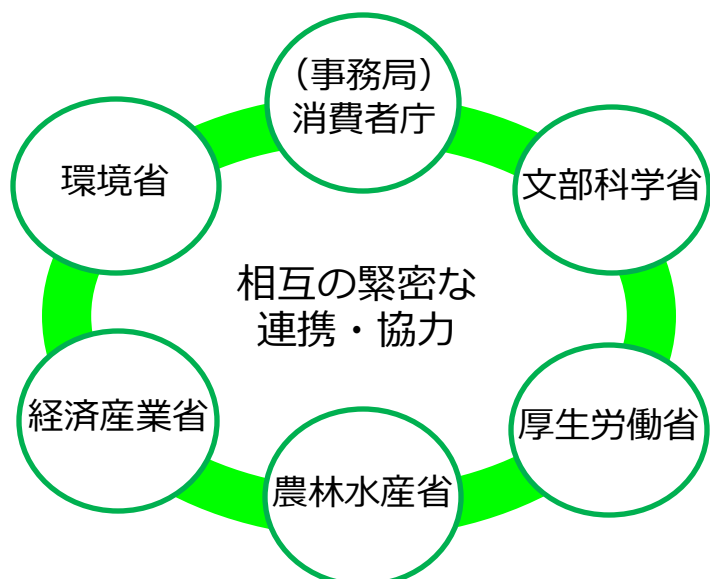


半減目標
(273万トン)

食品ロス削減の推進に関する関係省庁会議

「食品ロスの削減の推進に関する法律」が成立したことを踏まえ、政府として、食品ロス削減に関連する施策の一層の推進に向けて、関係行政機関相互の緊密な連携・協力を確保し、総合的かつ実効的な推進を図るため、新たに食品ロス削減の推進に関する関係省庁会議を設置・開催。

食品ロス削減の推進に関する 関係省庁会議



食品ロス削減の推進に関する関係省庁会議 の構成

議長 消費者庁次長
副議長 消費者庁審議官
構成員 文部科学省初等中等教育局長
厚生労働省大臣官房生活衛生・食品安全審議官
厚生労働省社会・援護局長
農林水産省大臣官房総括審議官（新事業・食品産業）
経済産業省商務・サービス審議官
環境省環境再生・資源循環局長

食品ロス削減に関する総合的かつ
実効的な推進

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	○商慣習 ・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

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

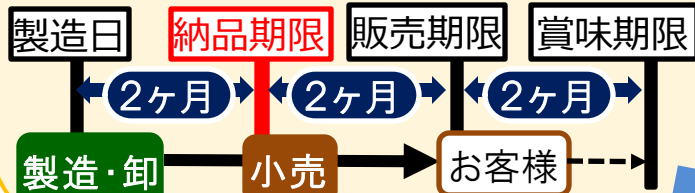
- ✓ 常温流通の加工食品は、「納品期限の緩和」「賞味期限の年月表示化」「賞味期限の延長」を三位一体で推進。

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

R 1.9.17

R 1.8

賞味期限の延長

どちらの問題にも貢献

納品期限が厳しいままでは限界

納品期限緩和

○
(無駄な製造や在庫数量の減少)

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)

食品卸売業

—

○
(在庫管理の効率化)

食品小売業

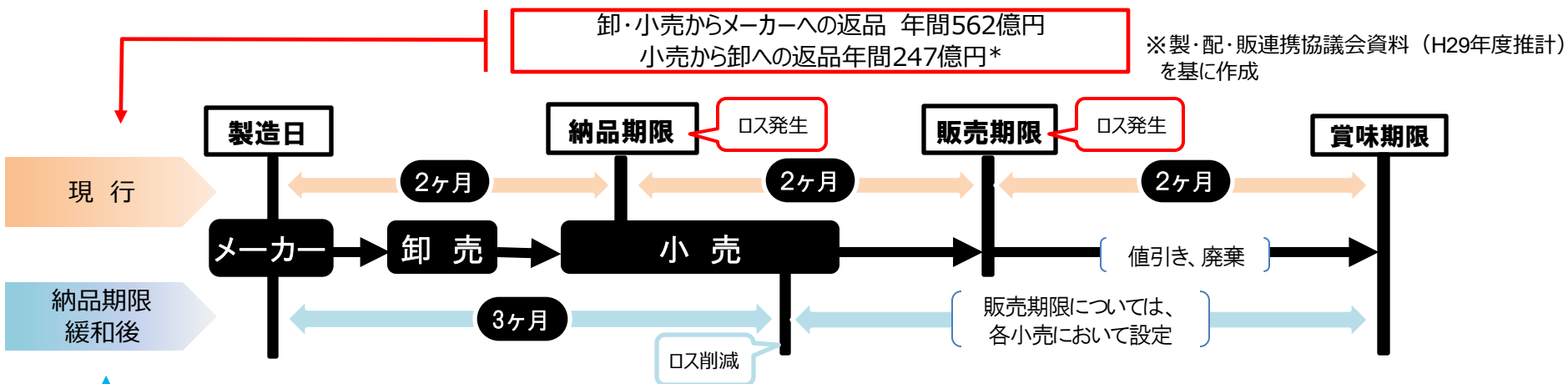
×
(販売期間の短縮)

○
(品出し業務等の効率化)

納品期限の緩和（3分の1ルールの見直し）

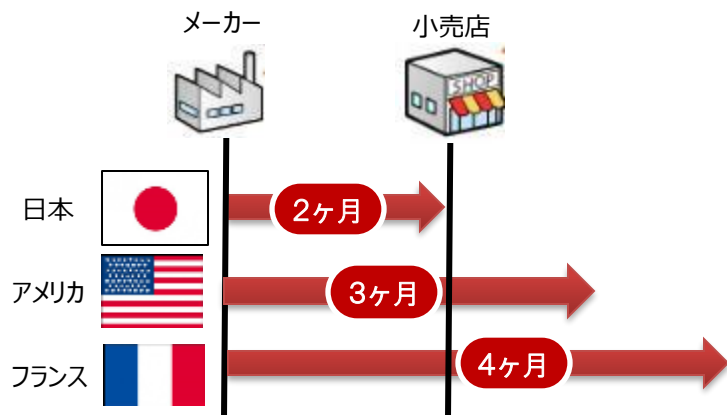
- ✓ 小売店などが設定するメーカーからの納品期限及び店頭での販売期限は、製造日から賞味期限までの期間を3等分して商慣習として設定される場合（いわゆる3分の1ルール）が多く、食品廃棄発生の一つの要因とされ、フードチェーン全体での取組が必要。

※ 賞味期間6ヶ月の例



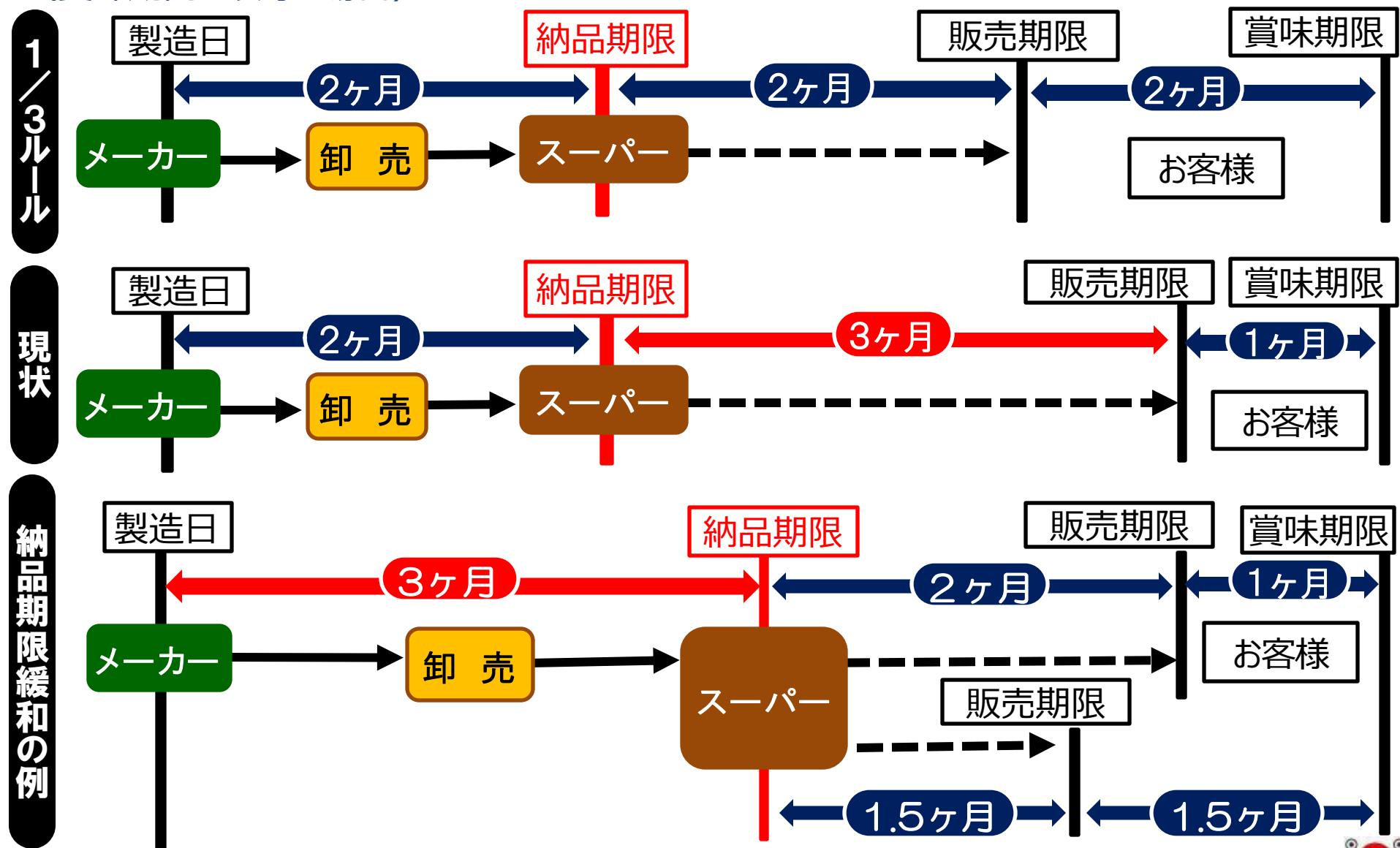
メーカー：返品、未出荷廃棄の変化
卸 売：納品期限切れ在庫、返品、廃棄/転送の変化
小 売：販売期限切れ在庫の変化

※ 諸外国との納品期限に関する比較（賞味期間6か月の場合）



(参考) 販売期限と納品期限緩和

(賞味期間 6ヶ月の場合)

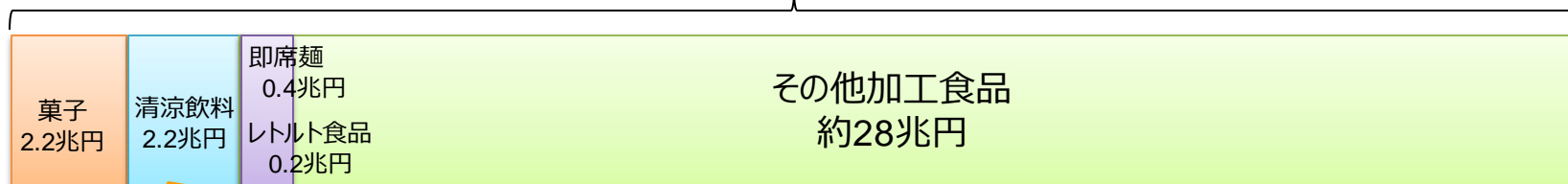


納品期限の見直しに関する課題と対応方向②



<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

【推奨品目】

飲料
菓子（賞味期間180日以上）
カップ麺



レトルト食品
袋麺
調味料
スープ
缶詰
冷凍食品等

加工食品のうち、納品期限を緩和しても店舗での販売や家庭での消費に及ぼす影響が少ない商品へ拡大

家庭で比較的短期間で消費される商品

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）

納品期限の見直しに関する課題と対応方向③

納品期限見直しに関する小売業の意見



卸や小売側のメリットが見えない

商品管理における省力化（賞味期限の年月表示化）

[メリット]

- ・先入れ先出しルールによるロスの回避
- ・流通や小売における能率向上（保管、運搬効率の改善、管理コスト削減、販売期限切れのチェック業務省力化）

[デメリット]

- ・「日」の切り捨てにより賞味期間が最大1ヶ月短縮

年月日表示
(2020.6.17)



年月表示
(2020年05月)

※先入れ先出しルールとは、仕入れた賞味期限以前の賞味期限の商品は仕入れないルール。

例：賞味期限の年月日表示では、賞味期限が「2020.6.17」であれば、「2020.6.16」以前の商品が仕入れ対象とはならないが、賞味期限の年月日表示を年月表示にすることによって、仕入れ済み商品より賞味期限が前の商品の仕入れ拒否に伴う流通廃棄を削減できる。

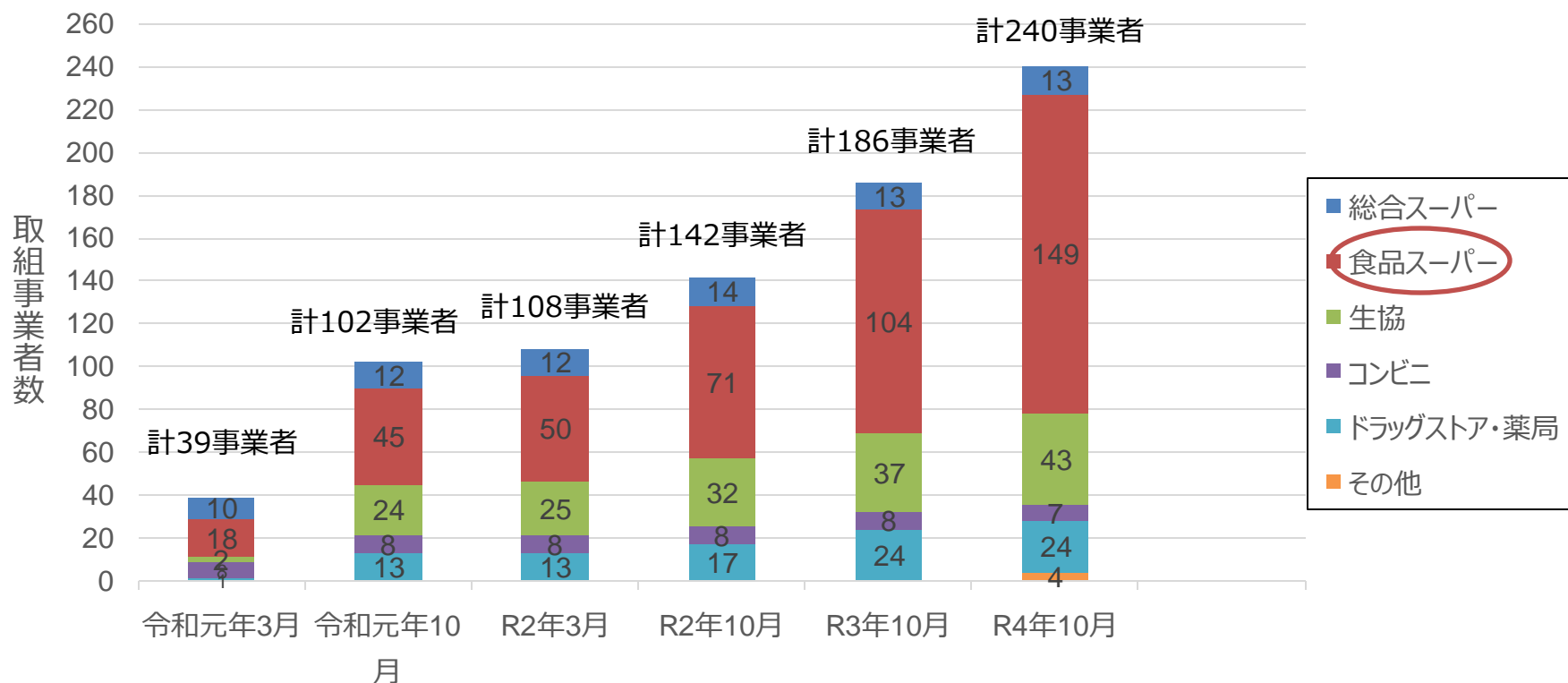
メーカーにおける賞味期限の延長と年月表示化、
卸売・小売業における納品期限の見直しを併せて推進

納品期限緩和に取り組む事業者の推移



- ✓ 当初は大手の総合スーパー・コンビニエンスストア中心に取組が進捗。
- ✓ 直近では食品スーパーを中心に取組が拡大し、全体の取組事業者数が増加。

納品期限緩和に取り組む事業者数



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。

【賞味期限表示の年月表示化の実施状況】

カテゴリー	商品数	大括り化済	今後の予定
清涼飲料	4,103	1,166	76
菓子	9,307	2,650	42
レトルト食品	2,490	567	59
調味料	3,196	469	29
合計	19,096	4,852	206

R4年度流通経済研究所調べ(R4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。

2020.09.14



2020.08



<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

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

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	今後の予定
清涼飲料	4,103	194	50
菓子	9,307	258	151
レトルト食品	2,490	230	53
調味料	3,196	155	17
合計	19,096	837	271

R 4 年度流通経済研究所調べ(R 4 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



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】

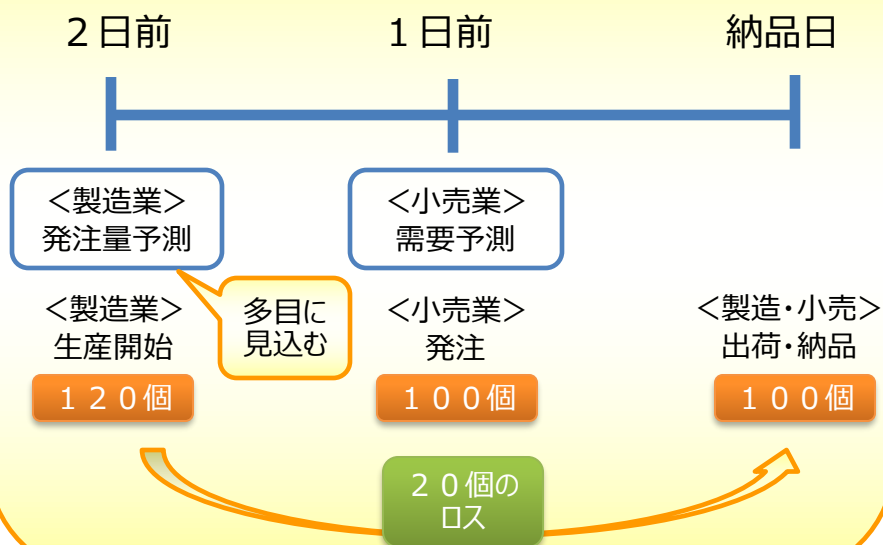
豆腐メーカーによる木綿豆腐等の**賞味期限延長（7日→10日）**を踏まえ、取引先のスーパー等が**納品期限を延長（製造当日(D+0)→製造翌日(D+1)）**。メーカーで出荷金額2%の廃棄削減を実現。

日配品ロス削減②

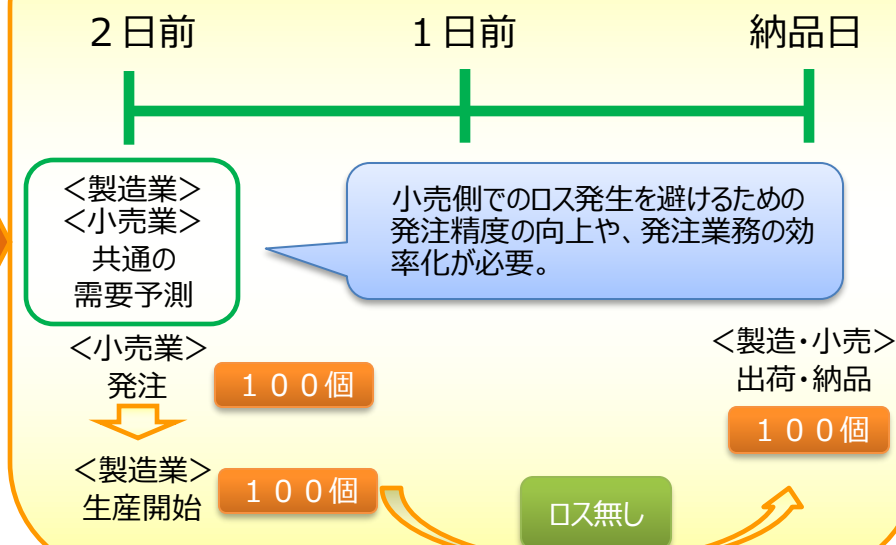
- ✓ 商慣習検討WTにおいて、日配品の食品ロス削減に向けての検討を実施。（平成30年度からパン、令和元年度からこれに加え豆腐・揚げ、生麺・セット麺、洋生菓子についても検討）
- ✓ メーカー側の食品ロスを削減するためには、見込生産から受注生産へ変更するための発注リードタイムの確保が必要。
- ✓ 一方で、発注リードタイムの延長に伴い、店舗発注業務が煩雑化し、小売業者の食品ロスが増加しないよう、発注精度の向上や発注業務の効率化が必要。
- ✓ 上記の両立を実現させるため、引き続き検証。

取組の改善イメージ

見込み生産



受注生産



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

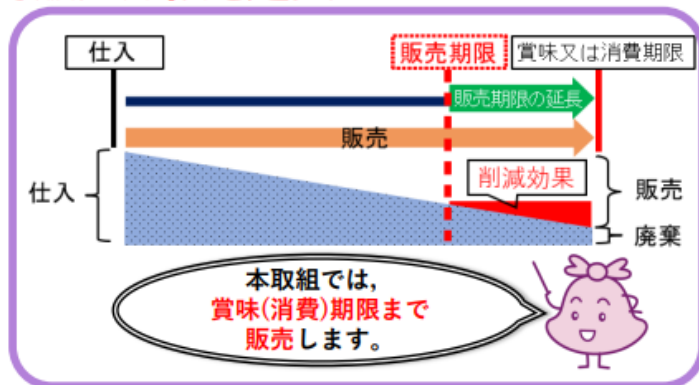
消費者へ啓発（宣伝）

■ 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。
- ✓ 2020～2022年には、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、事業者名を公表
- ✓ （2020年：43事業者→2021年：65事業者→2022年：77事業者→**2023年：90事業者**）
(https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/kisetsusyokuhin.html)

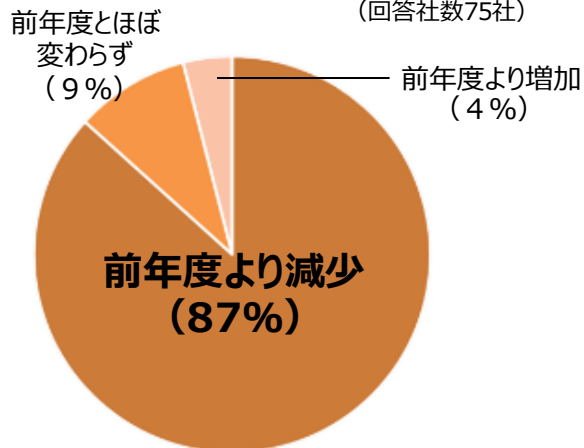
＜小売業者の団体への呼びかけ内容＞

貴重な食料資源の有効活用という観点で踏まえた上で、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＞

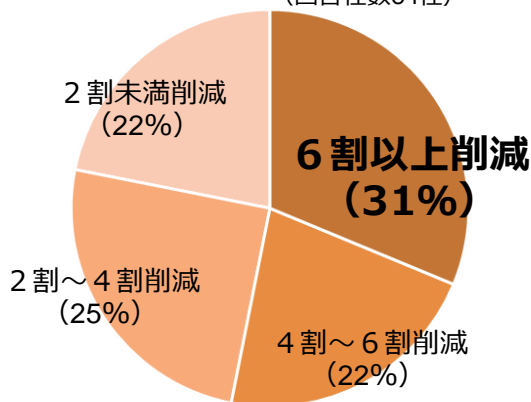
【節分時の廃棄率（金額）の前年比較】

（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

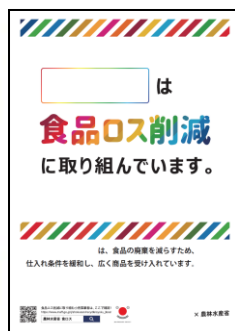
（調査期間：平成31年2月～4月、回収率：18.8%）

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4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し、116事業者及び81自治体の事業者名等を公表。

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/cyuukankeihatsu.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。
- ✓ 令和3年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」の普及・認知の拡大

【取組の普及例】



・生活協同組合コープこうべと神戸市

平成30年10月から、連携して呼び掛けるキャンペーンを実施。

(写真) コープこうべにおける呼びかけの様子



帯POP



・コンビニエンスストア

令和4年10月には、コンビニエンスストア6社で取組を実施。

(上記4社に加え、セコマ、デイリー山崎)

【認知の拡大】

・2022年の新語・流行語大賞トップ10に選出



「てまえどり」が、「現代用語の基礎知識選ユーキャン新語・流行語大賞」のトップ10に選出。

(写真) 現代用語の基礎知識選ユーキャン新語・流行語大賞発表・表彰式
(令和4年12月1日)

【受賞者：コープこうべ及び神戸市、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、消費者庁・環境省・農林水産省、農林水産省 (BUZZ MAFF撮影メンバー)】

飲食店等での「食べきり」「持ち帰り」の促進

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)

外食時の「食べきり」促進に向けて、
食べ手（消費者）と作り手（飲食店）
双方の理解や実践を更に進めるために、
消費者、飲食店それぞれの留意事項を
整理し、普及啓発。

3010運動で食べきりを促進していきましょう

宴会などでは乾杯後の“30分”とお開き前の“10分”は、席を立たずに
料理を楽しむことにより、食べきりを実践しましょう。

乾杯後とお開き前の時間は、地域特性を踏ま
えて工夫され、各自治体の運動として展開。

〈食べきり運動の自治体例〉

- 長野県松本市 **3010** 運動（30分・10分）
2011年開始、3010運動発祥の地
- 富山県 **3015** 運動（30分・15分）
富山県の最高峰立山の標高3015メートルにちなんだ運動
- 栃木県 **15（いちご）** 運動（15分・15分）
栃木県特産の「いちご」にちなんだ運動
- 千葉県君津市 **328（みつば）** 運動（32分・8分）
君津市の花「ミツバツツシ」にちなんだ運動

3010運動の進め方

注文の際、
適量を注文しましょう。

乾杯後30分は、
席を立たず、料理を楽しみ
ましょう。

お開き前10分は、
自分の席に戻って、再度、
料理を楽しみましょう。

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)

飲食店等における食品ロス削減の事例の横展開

〈例〉元気寿司株式会社

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。



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)

食べ残しを持ち帰る行為のネーミング
として、**mottECO（モッテコ）**を選定。



「もっとエコ」
「持って帰ろう」
の意味が込められています

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）

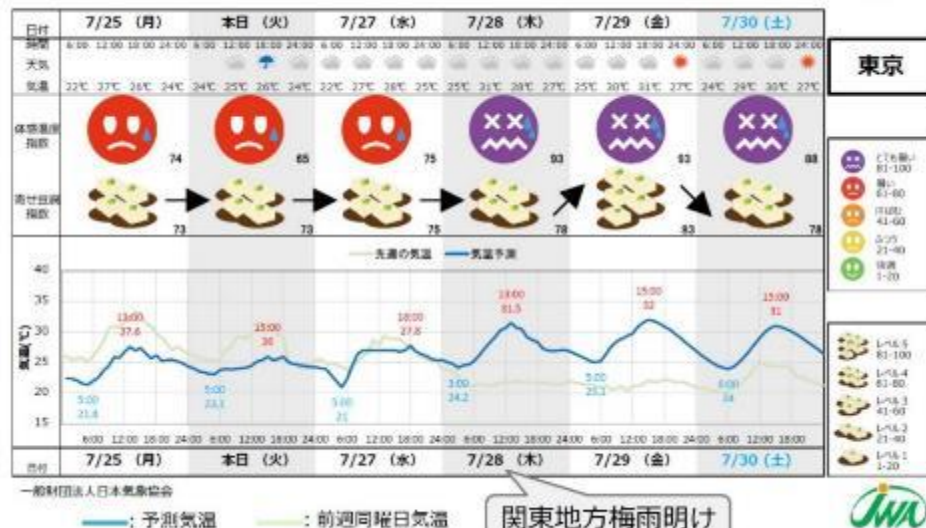


日本気象協会と食品事業者が連携した実証事業において、気象情報とPOS（販売時点情報管理）データを組み合わせた需要予測の精緻化により、食品ロスの削減を達成。

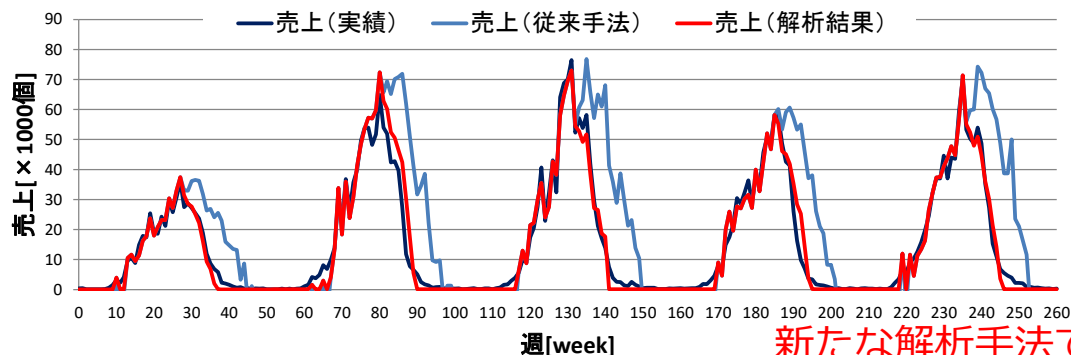
日本気象協会が提供する「豆腐指数」

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



当社独自手法による南関東冷やし中華つゆの解析結果



新たな解析手法では売上の97%を気象で説明可能

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

(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】

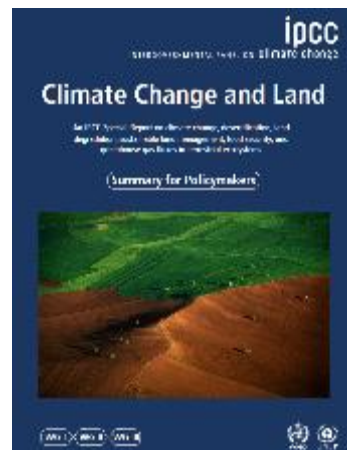
〈セクションA：昇温する世界における人々、土地及び気候〉

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）。



※ 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力国・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）

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）

寄附金付き未利用食品モデル構築事業（令和4年度予算）

- ✓ 食品ロス削減につながる商品（見切り品等）を寄附金付きで販売し、利益の一部をフードバンク活動の支援等に活用する新たな仕組みの構築のための検討・実証を支援。
- ✓ 令和4年度は、地方の食品スーパー（高知県・静岡県）で実証販売を実施。

＜事業イメージ＞

食品関連事業者



食品ロスの発生防止等

寄附金

寄附金を活動に活用

購入

社会貢献



消費者



フードバンク

＜実証販売の様子＞

株式会社サンプラザ（高知県）
株式会社三善（静岡県）

（店内パンフレット）



（売り場の様子）



（チラシ）



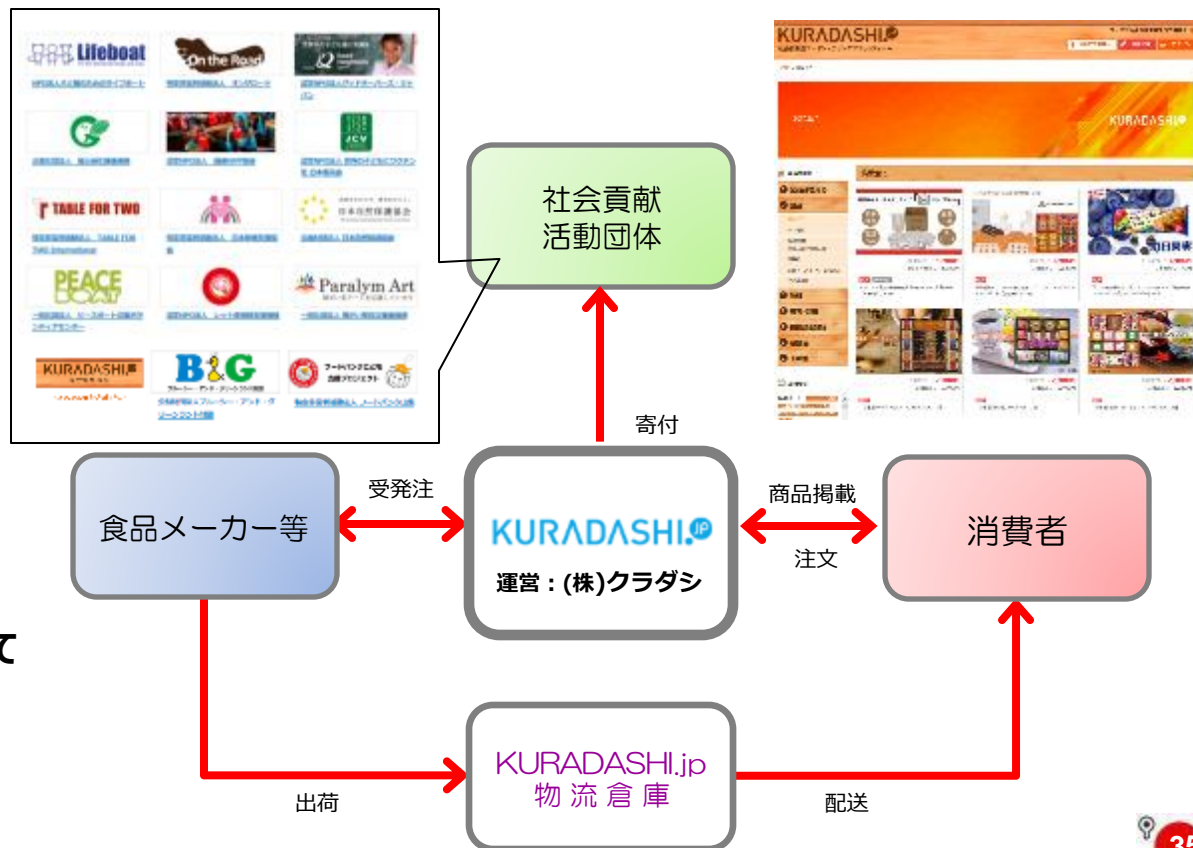
その他の取組事例（株式会社クラダシ）

- ・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「環境と社会によい暮らし」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。



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

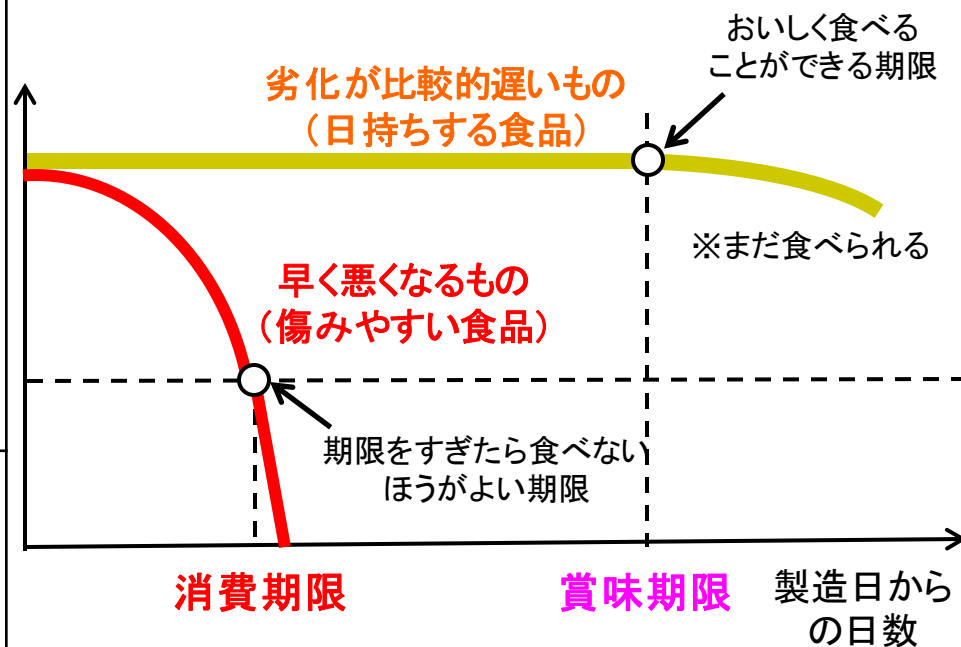
利用イメージ

☆ 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 牡蠣 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 水紀しゃん 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。

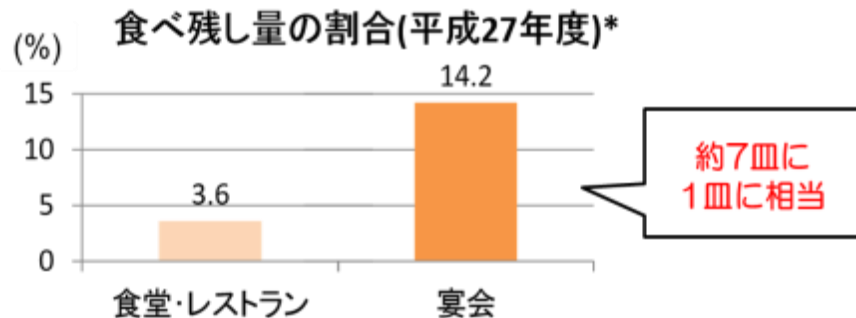
受賞
おめでとうございます!

レシピはこちら

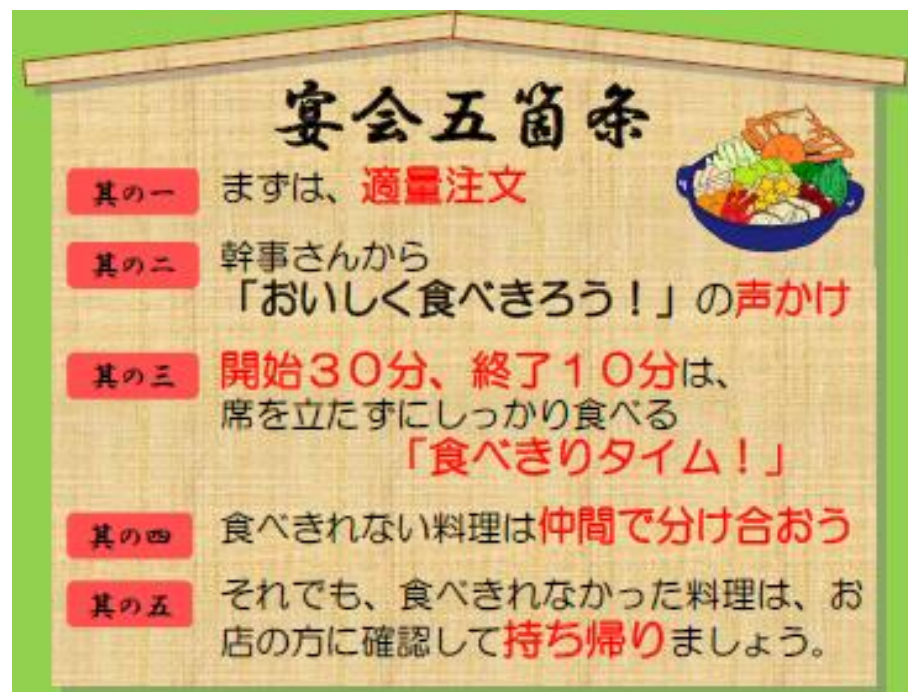
☆ 誰でもできる食品ロス削減～宴会編～

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



☆ 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」



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:1,111件(令和4年3月末現在)
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



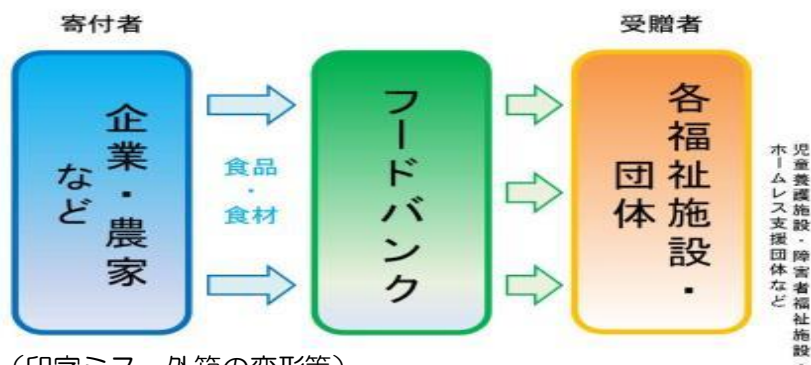
宅配車で



フードバンク活動の推進

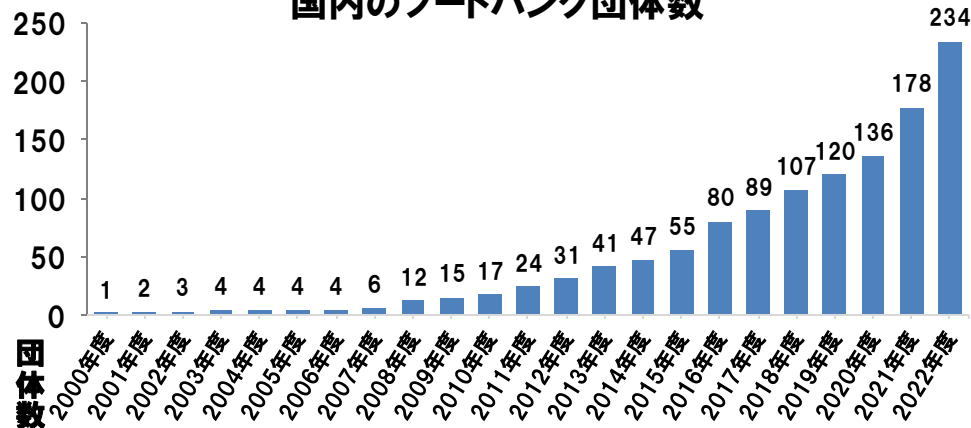
- ✓ 生産、流通、消費などの過程で発生する未利用食品を食品企業や農家などからの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。
- ✓ もともと米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。
(日本では北海道から沖縄まで234団体が活動)
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響が長期化する中、生活困窮者へ食品を届きやすくすることが課題となっており、こども食堂等へ食品の提供を行っているフードバンクの役割の重要性が高まっている。

概要図



(印字ミス、外箱の変形等)

国内のフードバンク団体数



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

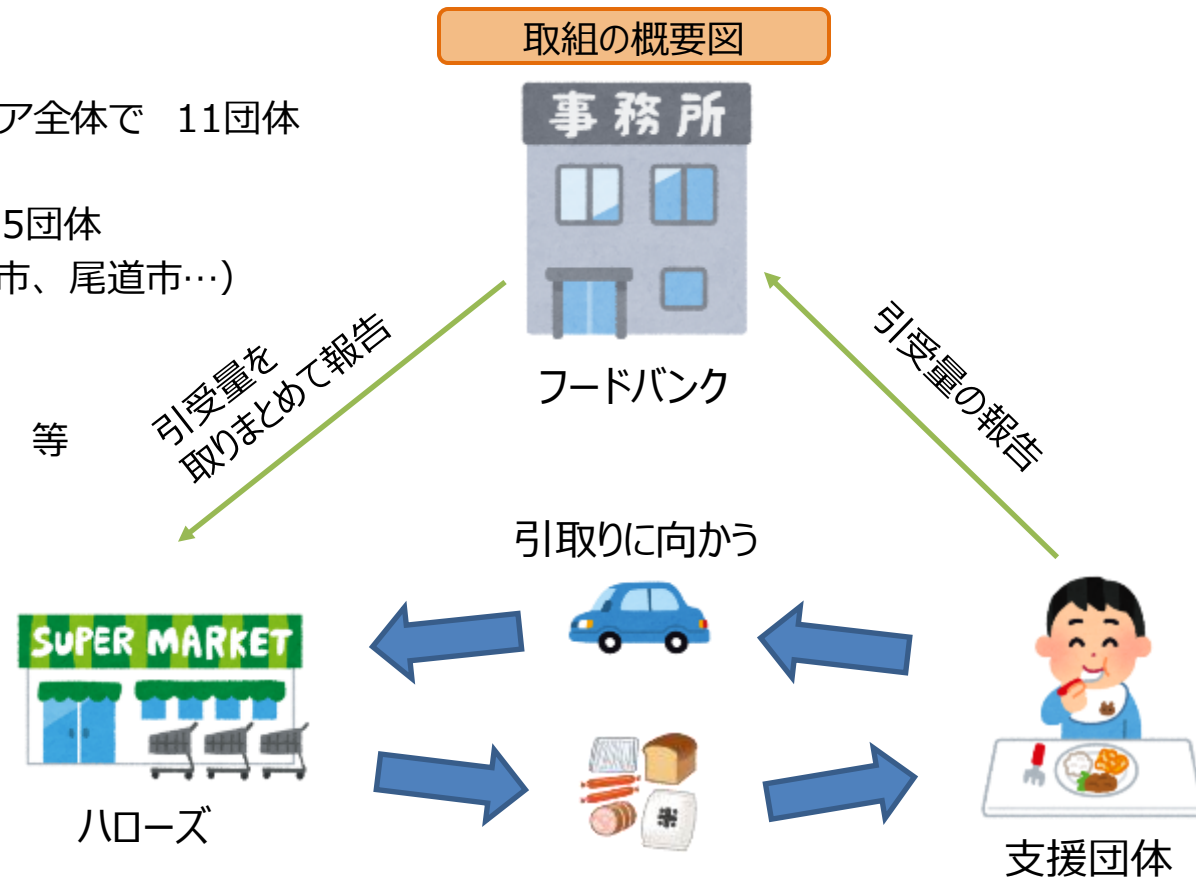


食品小売事業者（株）ハローズの例

- ・ 月間約4トンの食品をフードバンク等に提供。
- ・ 規格外農産物や加工肉等の食品提供も積極的に行っており、1ヶ月で約1トンを提供。
- ・ 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

- 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。

