



食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢

<令和5年6月時点版>

農林水産省

外食・食文化課

食品ロス・リサイクル対策室

1 食品ロスの現状



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(+1%))

1人当たりの経費 = **16,800円/年**

(平成25年度比+2,400億円(+17%))

食料問題

世界の10人に1人が栄養不足
(約7.7億人)

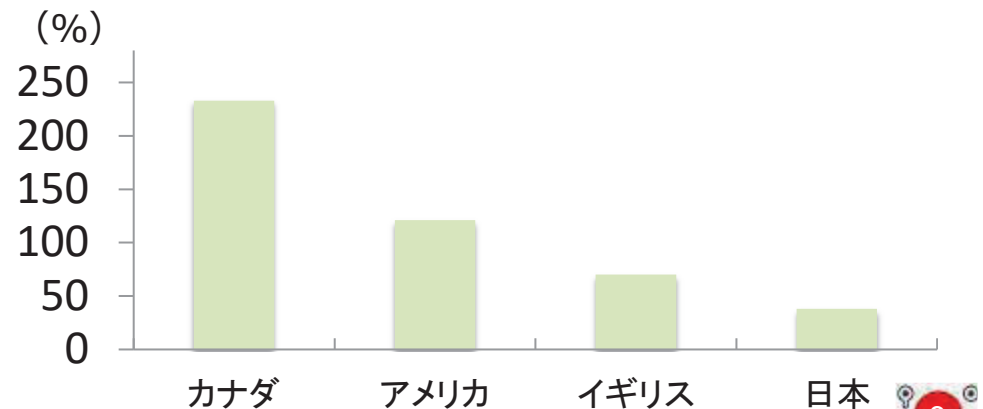


世界人口
国連推計
80億人
(2022)
↓
97億人
(2050)

摂取カロリーから見た食料自給率

38% (令和3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。

(参考) 2019年 G20の宣言における食品ロスの扱い



- ✓ 2019年に日本で開催されたG20においても、食料の損失・廃棄を削減することが宣言に盛り込まれた。

G20 新潟農業大臣宣言

(2019年5月11日・12日)

世界の農地の約60%、農産物貿易の約80%を占めるG20農業大臣として、増加する世界人口を養うために、資源の持続可能性を確保しつつ、生産性を上げていくことを目指す。

【概要（抜粋）】

2. 農業・食品分野の包摂的かつ持続可能な成長に向けた農業・食品バリューチェーンへの着目の必要性
 - ・ G20 が FVCs 全体に渡る食料の損失・廃棄の削減に主導的役割を担うべく努力。
- (以下略)

【原文（仮訳）（抜粋）】

(9) 効率性及び生産性を向上させ、特に食料の損失・廃棄を削減するような持続可能な FVCs が発展することは、食料安全保障に向けた闘い、天然資源の有効活用、温室効果ガスの排出削減への貢献につながる。我々は、飢餓及び栄養不良の削減に向け継続的に努力していくことに加え、FVCs 全体に渡る食料の損失・廃棄の削減に主導的役割を担うべく努力する。特に、我々は、加工、小売及び消費段階における食料の損失・廃棄を防止するために市民社会及び民間関係者と協力することや、収穫前後の食料損失を削減するための農法及び技術を開発途上国と共有することを奨励する。これに関し、我々は、食料の損失・廃棄の測定方法及び削減に係る技術プラットフォームの取組を歓迎する。(以下略)

G20大阪サミット「大阪首脳宣言」

(2019年6月28日・29日)

【概要（抜粋）】

- 5 不平等への対処による成長の好循環の創出
- (4) 農業
- 農業生産性を高め、食料の損失・廃棄の削減を含め、流通を効率的に行う必要。強じんな農業・食品バリューチェーンの発展が重要。

【原文（仮訳）（抜粋）】

農業

25. 増加する世界の人口に対し、食料安全保障を達成し、栄養状況を改善するためには、自然資源の持続可能な管理とより両立し得る方法で、農業生産性を高め、また、食料の損失及び廃棄の削減を含め、流通をより効率的に行う必要がある。この目的のために、我々は、情報通信技術 (ICT)、人工知能 (AI)、ロボット工学等の既存の、新たな又は先端の技術のアクセスと利用の重要性を強調し、関係者間の分野横断的な協力を奨励する。(以下略)

※FVCs : Food Value Chains

(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】

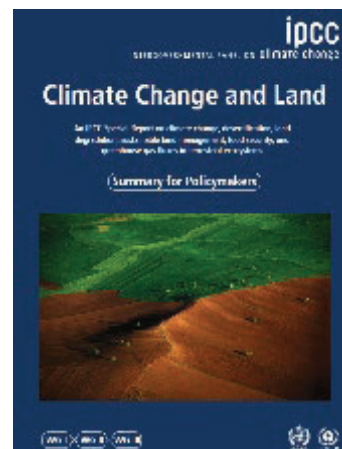
〈セクションA: 昇温する世界における人々、土地及び気候〉

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)

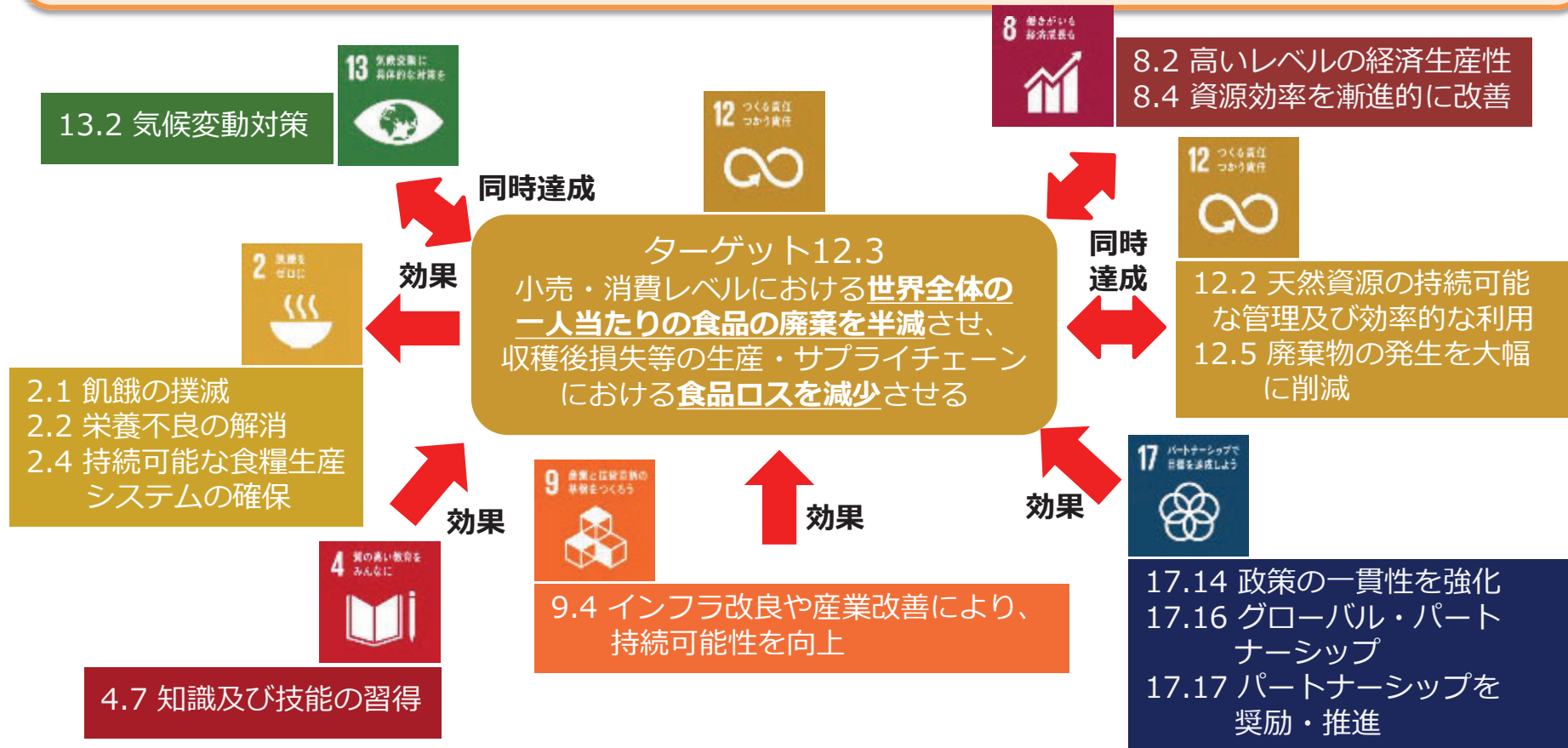
B6.3.

- ・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)

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。



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

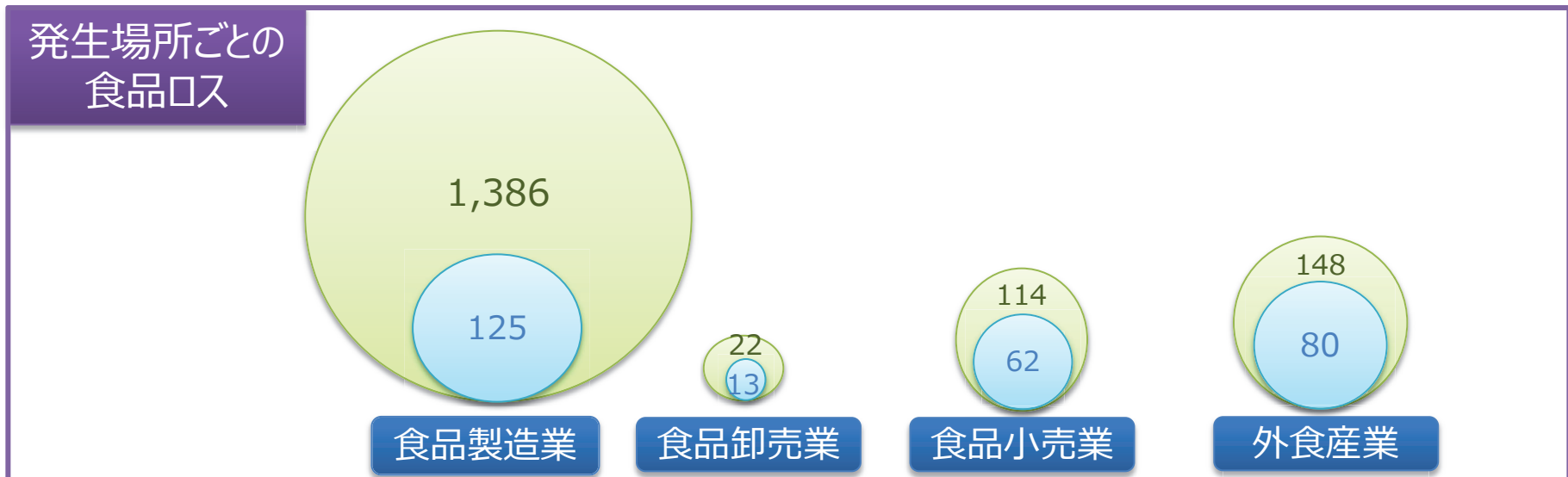


資料：総務省人口推計(2021年10月1日)
令和2年度食料需給表（確定値）

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）

【食品ロス】

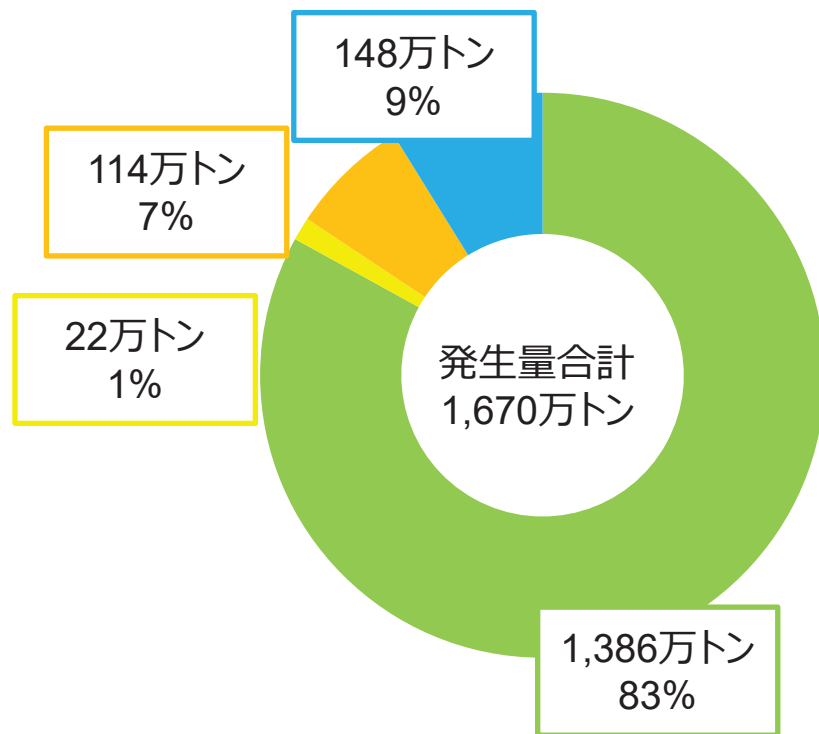
国民に供給された食料のうち本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品



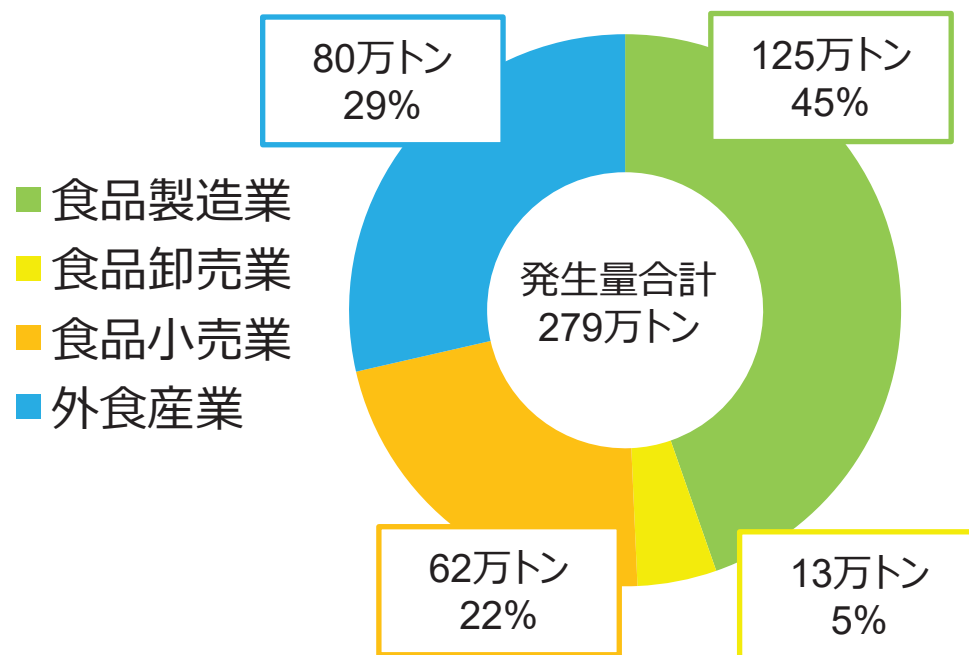
事業系の食品廃棄物等と食品ロスの発生量（令和3年度推計）

- ✓ 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

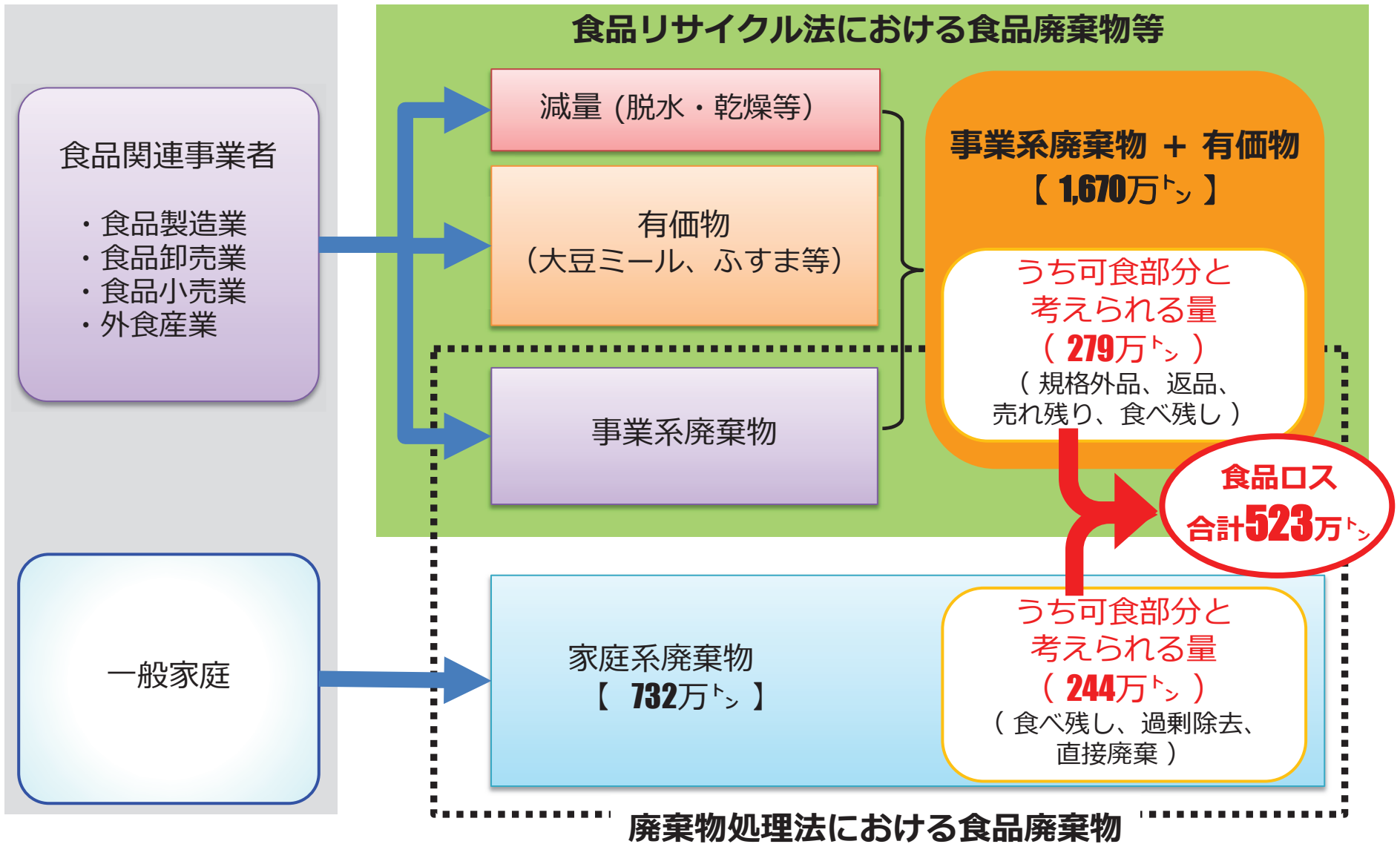


②事業系食品ロス（可食部）の業種別内訳



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）

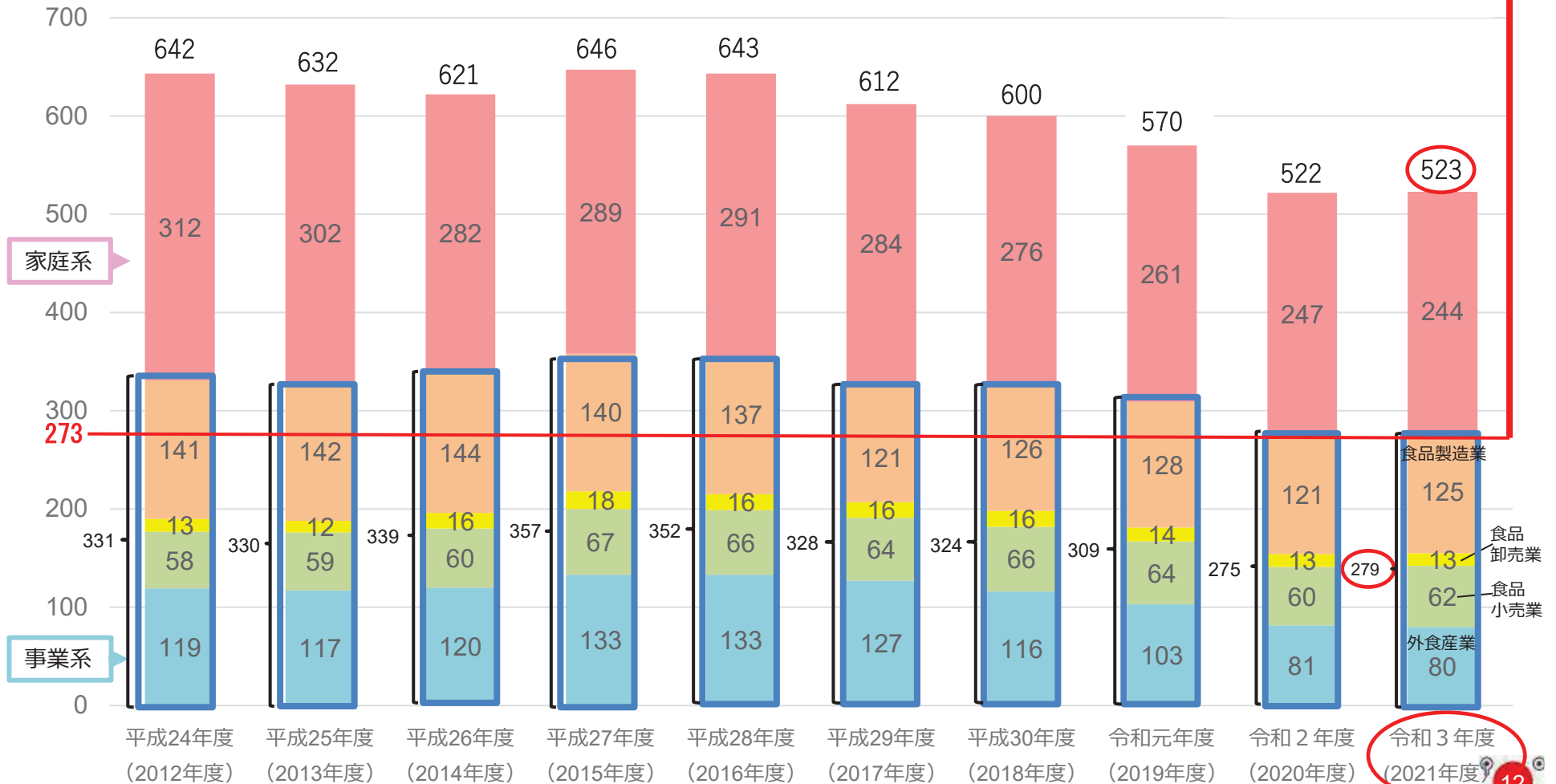


食品ロス量の推移（平成24～令和3年度）

✓ 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）

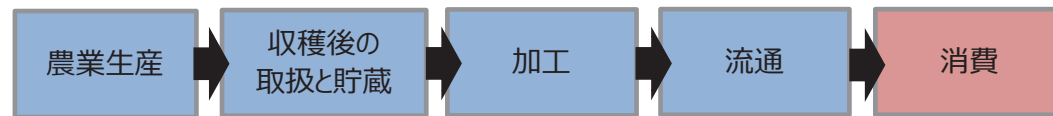
1. 環境省が毎年、市区町村を対象に行っている食品廃棄物、食品ロスの発生状況のアンケート結果に基づき、家庭から発生する食品ロス量を試算。
2. 食品ロスの発生量を把握していない市区町村については、1の結果を基に算出した。食品ロス量の食品廃棄物に対する割合の平均を食品廃棄物量に乗じて食品ロス量を推計。
3. 1と2を合計して食品ロス量を推計。

(参考) 世界の食料ロスと食料廃棄 (2011年FAO)



- ✓ 2011年に国際連合食糧農業機関 (FAO) が発行した「Global Food Losses and Food Waste」では、1人あたりでは、全体として、開発途上国よりも先進工業世界の方が無駄にされている食料が多いことを示した。

対象範囲

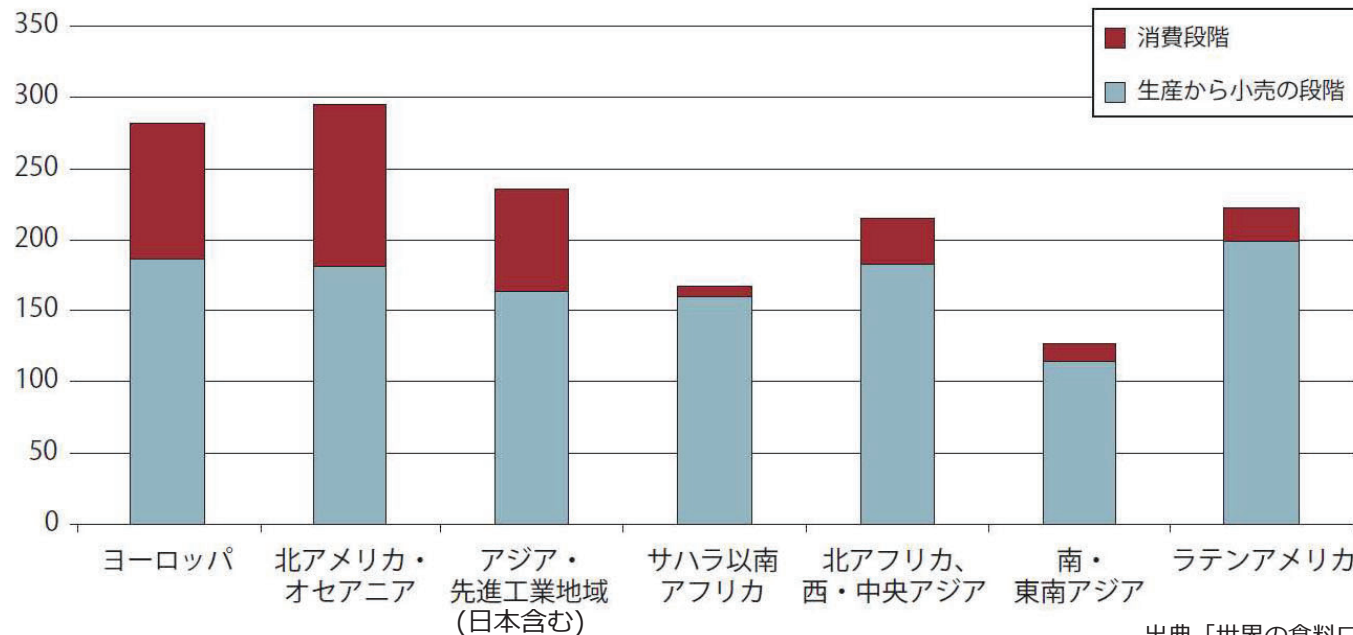


「食料のロスと廃棄」の定義

人の消費に向けられる食用生産物に関わるフードチェーンの一部で失われる、あるいは捨てられる食料

各地域における消費及び消費前の段階での1人当たり食料のロスと廃棄量

(kg/人/年)



〈低所得国〉

- ・フードサプライチェーンの早期あるいは途中の段階で失われることが多く、消費者段階で捨てられる量はごく少ない。
- ・収穫技術、厳しい気候条件での貯蔵等冷却施設等に原因。

〈中・高所得国〉

- ・主としてサプライチェーンの各アクター間の協調の欠如と消費者の習慣に原因。
- ・食料はかなりの割合が消費の段階で無駄にされる。

2 食品ロスの削減に関する法制度・目標

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】

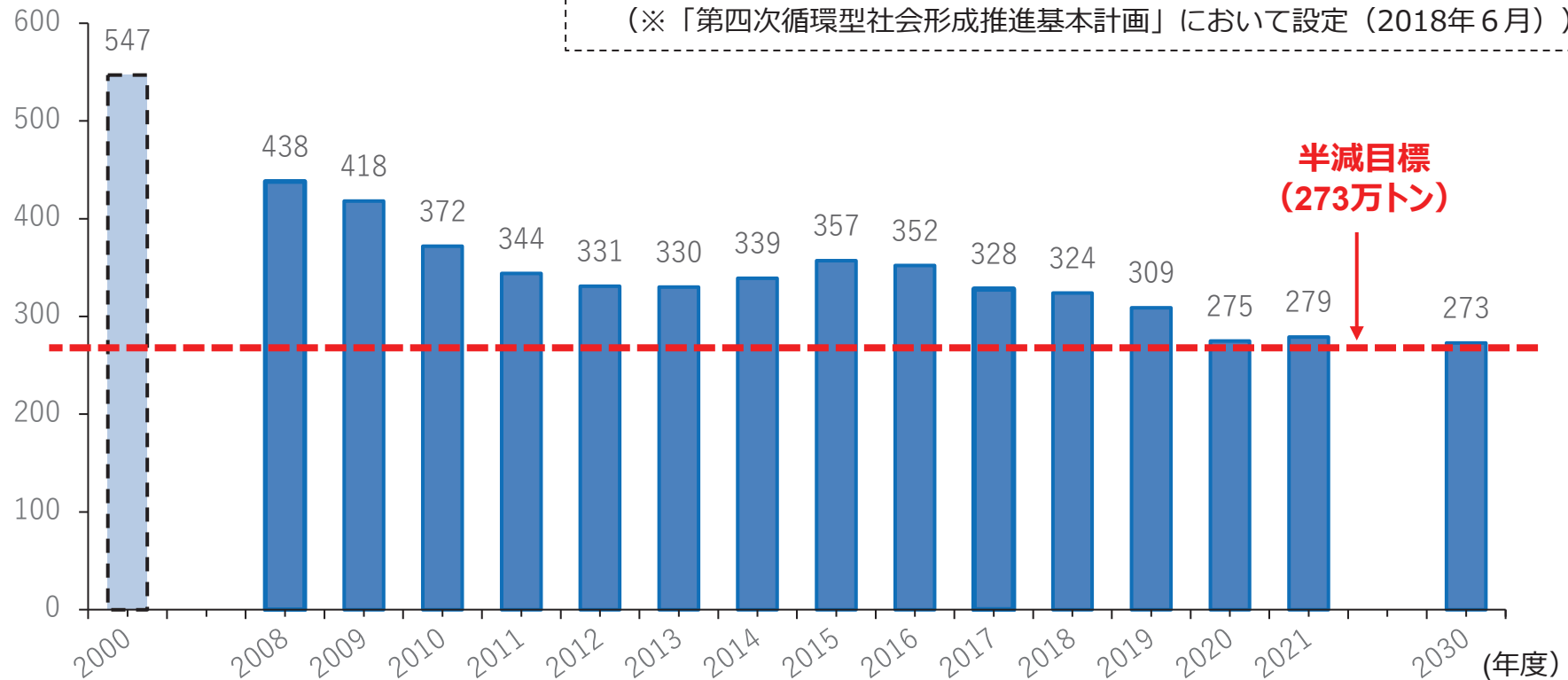
異業種との協働による取組や消費者も一体となった更なる機運醸成や行動変革等、様々なステークホルダーとの連携が必須であり、これをなくして本目標の達成は難しい。

事業系食品ロス量（万トン）

(参考) 家庭系食品ロス

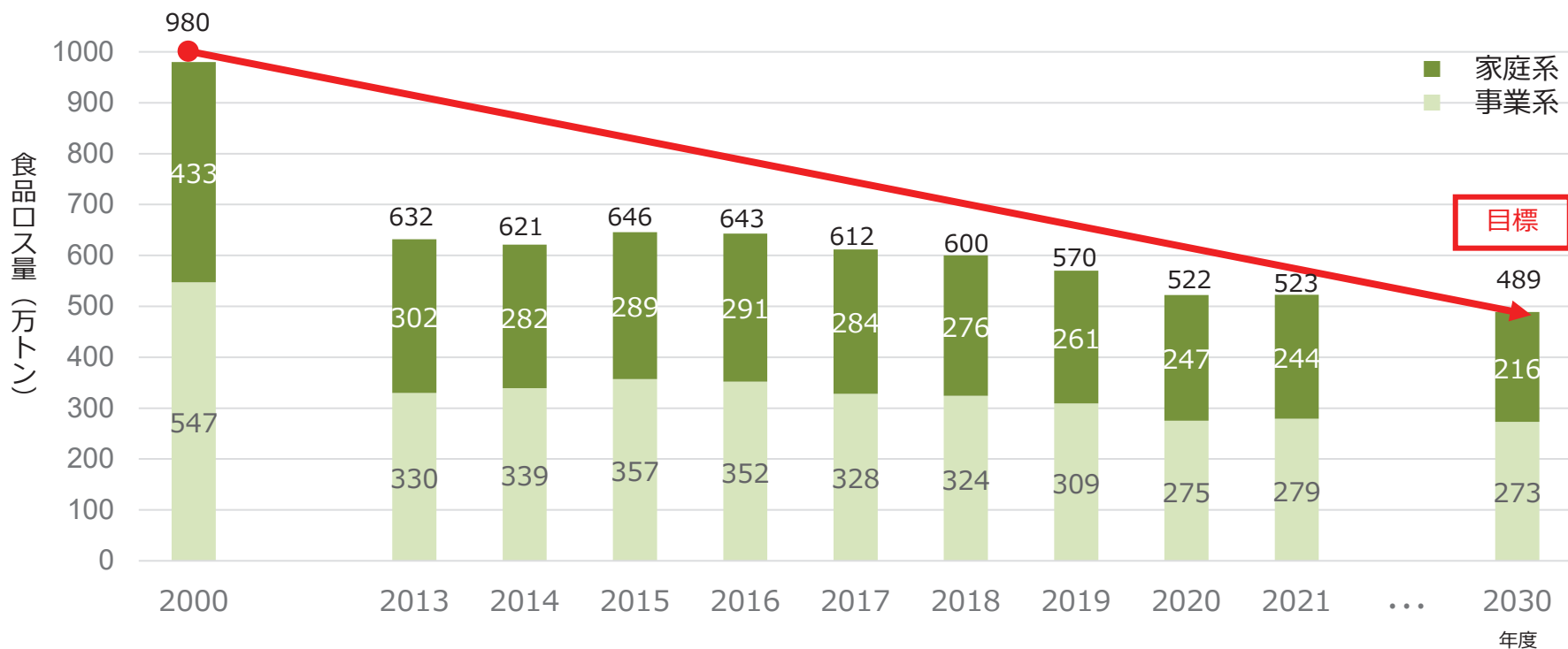
事業系と同様に、2000年度比で2030年度までに半減させる目標を設定

(※「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))



食品ロス量の推移と削減目標

✓ 2030年度に、2000年度と比べ、家庭系食品ロス量、事業系食品ロス量いずれも半減できるよう取組を推進。



年度	2000	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (/2000)	2030 (/2000)
家庭系	433	302	282	289	291	284	276	261	247	244 (▲56%)	216 (▲50%)
事業系	547	330	339	357	352	328	324	309	275	279 (▲51%)	273 (▲50%)
合計	980	632	621	646	643	612	600	570	522	523 (▲53%)	489 (▲50%)

(農林水産省及び環境省 推計) (単位: 万トン)
 ※端数処理により合計と内訳の計が一致しないことがあります。

()内の数字は、2000年度と比較した減少率

資料：消費者庁「食品ロス削減関係参考資料」

食品廃棄物等の発生抑制に関する目標（2019年度～2023年度）

- ✓ 食品リサイクル法の最優先事項である「発生抑制」について、業種別に目標を設定。
- ✓ 2014年に設定した発生抑制目標値については、9割の事業者が既に目標値を達成。発生抑制をより進める観点から、2019年7月に新たに目標を設定（3業種で新規設定、19業種で引き上げ）。

業種	基準発生原単位	業種	基準発生原単位	業種	基準発生原単位
肉加工品製造業	113kg/百万円	食用油脂加工業	44.7kg/t	食堂・レストラン(麺類を中心とするものに限る。)	175kg/百万円→ 170kg/百万円
牛乳・乳製品製造業	108kg/百万円	麺類製造業	270kg/百万円→ 192kg/百万円	食堂・レストラン(麺類を中心とするものを除く。)	152kg/百万円→ 114kg/百万円
その他の畜産食料品製造業	501kg/t	豆腐・油揚げ製造業	2,560kg/百万円→ 2,005kg/百万円	居酒屋等	152kg/百万円→ 114kg/百万円
水産缶詰・瓶詰製造業	480kg/百万円	冷凍調理食品製造業	363kg/百万円→ 317kg/百万円	喫茶店	108kg/百万円→ 83.3kg/百万円
水産練製品製造業	227kg/百万円	そう菜製造業	403kg/百万円→ 211kg/百万円	ファーストフード店	108kg/百万円→ 83.3kg/百万円
野菜漬物製造業	668kg/百万円	すし・弁当・調理パン製造業	224kg/百万円→ 177kg/百万円	その他の飲食店	108kg/百万円→ 83.3kg/百万円
味そ製造業	191kg/百万円→ 126kg/百万円	清涼飲料製造業(コーヒー、果汁など残さが出るものに限る。)	429kg/t 421kg/kl	持ち帰り・配達飲食サービス業(給食事業を除く。)	184kg/百万円→ 154kg/百万円
しょうゆ製造業	895kg/百万円	食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものに限る。)	14.8kg/百万円	給食事業	332kg/百万円(～2019年度)→ 278kg/百万円(2020年度～)
ソース製造業	59.8kg/t→ 29.7kg/t	各種食料品小売業	65.6kg/百万円→ 44.9kg/百万円	結婚式場業	0.826kg/人
食酢製造業	252kg/百万円	食肉小売業(卵・鳥肉を除く)	40.0kg/百万円	旅館業	0.777kg/人→ 0.570kg/人
パン製造業	194kg/百万円→ 166kg/百万円	菓子・パン小売業	106kg/百万円→ 76.1kg/百万円	<small>75業種のうち、目標値を設定しない41業種についての考え方 ・17業種：密接な関係をもつ値(売上等)との相関がとれなかった。 ・24業種：食品廃棄物等のほとんどが、製造に伴い必然的に発生する不可食部等であり、産業活動への抑制に直接むすびつく恐れがあることから、業種としては発生抑制目標値の設定になじまないとした。 自主的な努力により、発生抑制に努めるとともに、再生利用のさらなる推進に努めることとする。</small>	
菓子製造業	249kg/百万円	コンビニエンスストア	44.1kg/百万円		

■ ..新たに目標設定した業種

■ ..目標値を引き上げた業種

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

食品ロス削減推進法の事業者の責務／求められる行動と役割



○ 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
- ・ フードバンク活動とその役割を理解し、積極的に未利用食品の提供を行う
- ・ 食品ロス削減に向けた取組内容等の積極的な開示
- ・ 食品ロス削減の活動を行った上で発生する食品ロスについては、適切に再生利用を行う。

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



食品ロス削減に関する総合的かつ
実効的な推進

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

3 事業系食品ロスの削減に向けた取組

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 ・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

商慣習の見直し

商慣習検討ワーキングチーム



- ✓ 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。

食品ロス削減のための 商慣習検討 ワーキングチーム

食品製造業
(14社・団体)

食品卸売業
(4社)

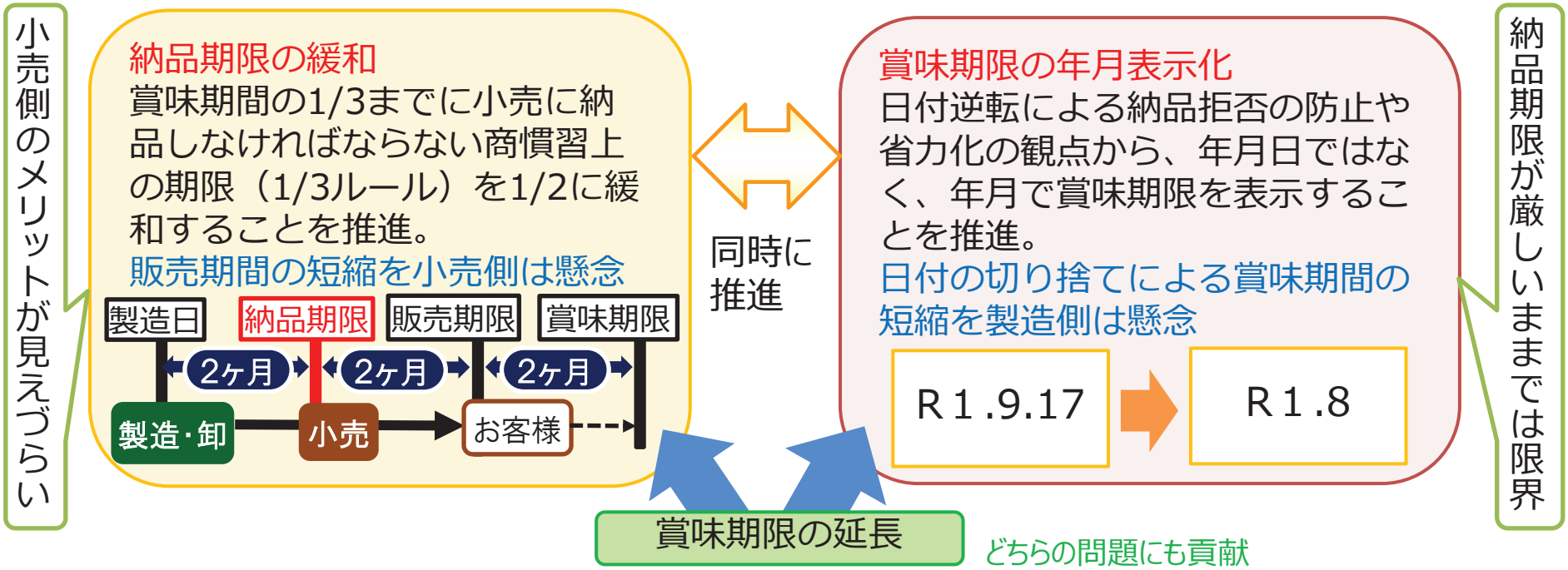
食品小売業
(8社・団体)

H24年度	・加工食品の返品・廃棄に関する調査
H25	・納品期限見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクト（飲料・賞味期間180日以上菓子）
H26	・納品期限緩和の実施 ・日配品の廃棄・余剰生産に関する調査 ・「もったいないキャンペーン」の実施
H27	・納品期限緩和の拡大、納品期限緩和リスク分析 ・日配品における食品ロス削減の取組事例の共有 ・「活動総括」のとりまとめ
H28	・取組状況の把握や効果等の分析、優良事例紹介等による普及
H29	・加工食品の納品期限を緩和する対象品目、企業の拡大 ・賞味期限年月表示化等の具体的効果の検証 ・消費者への理解促進につながる広報資材の作成
H30	・加工食品の納品期限を緩和する対象品目の拡大 ・地方小売店における納品期限緩和の実証 ・日配品ロス削減に向けた発注精度向上、製配販連携のあり方の検討
H31	・加工食品の納品期限緩和企業の拡大（地方小売店等） ・日配品の適正発注の推進に向けた調査・分析
R2	・加工食品の納品期限緩和におけるリスク分析（大手・中堅SMで実施） ・加工食品の納品期限緩和の地域別の取組状況を調査 ・AIを活用した需要予測精度向上による食品ロス削減の可能性検討
R3	・加工食品の納品期限緩和の地域別の取組状況を調査（前年度と比較） ・加工食品の納品期限緩和に関する進捗や課題に関する実態調査 ・日配品の欠品・店舗納品条件等に関する実態調査

※賞味期限延長・年月表示化の実態調査は毎年度実施

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。

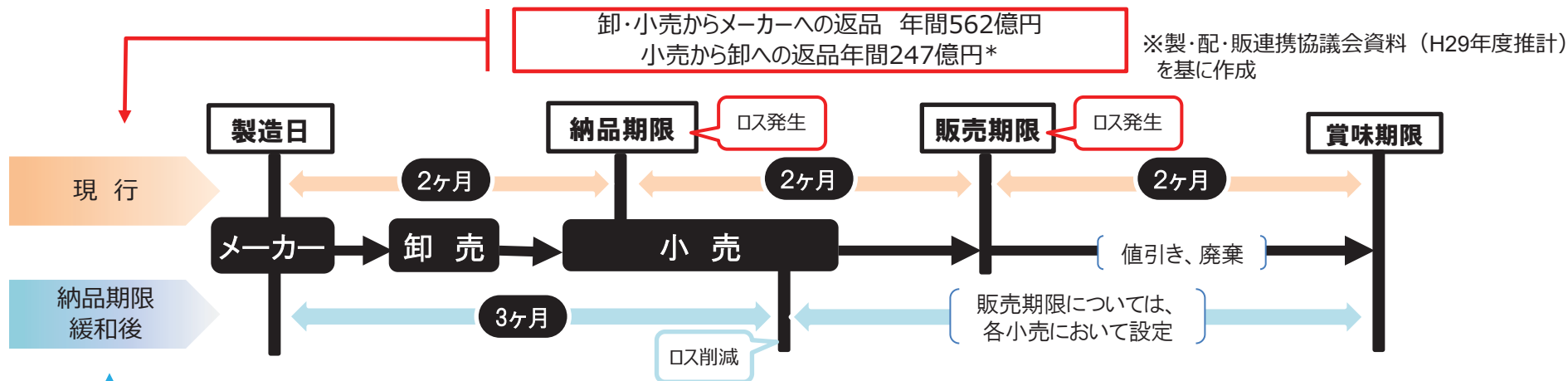


	食品製造業	食品卸売業	食品小売業
納品期限緩和	○ (無駄な製造や在庫数量の減少)	-	× (販売期間の短縮)
賞味期限の年月表示化	△ ((+) 在庫管理の効率化) ((-) 賞味期間が最大1ヶ月短縮)	○ (在庫管理の効率化)	○ (品出し業務等の効率化)

納品期限の緩和（3分の1ルールの見直し）

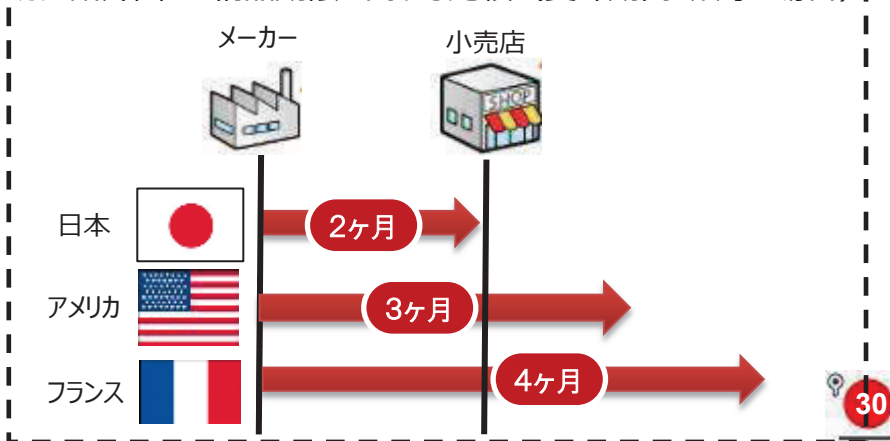
✓ 小売店などが設定するメーカーからの納品期限及び店頭での販売期限は、製造日から賞味期限までの期間を3等分して商慣習として設定される場合（いわゆる3分の1ルール）が多く、食品廃棄発生の一つの要因とされ、フードチェーン全体での取組が必要。

※ 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

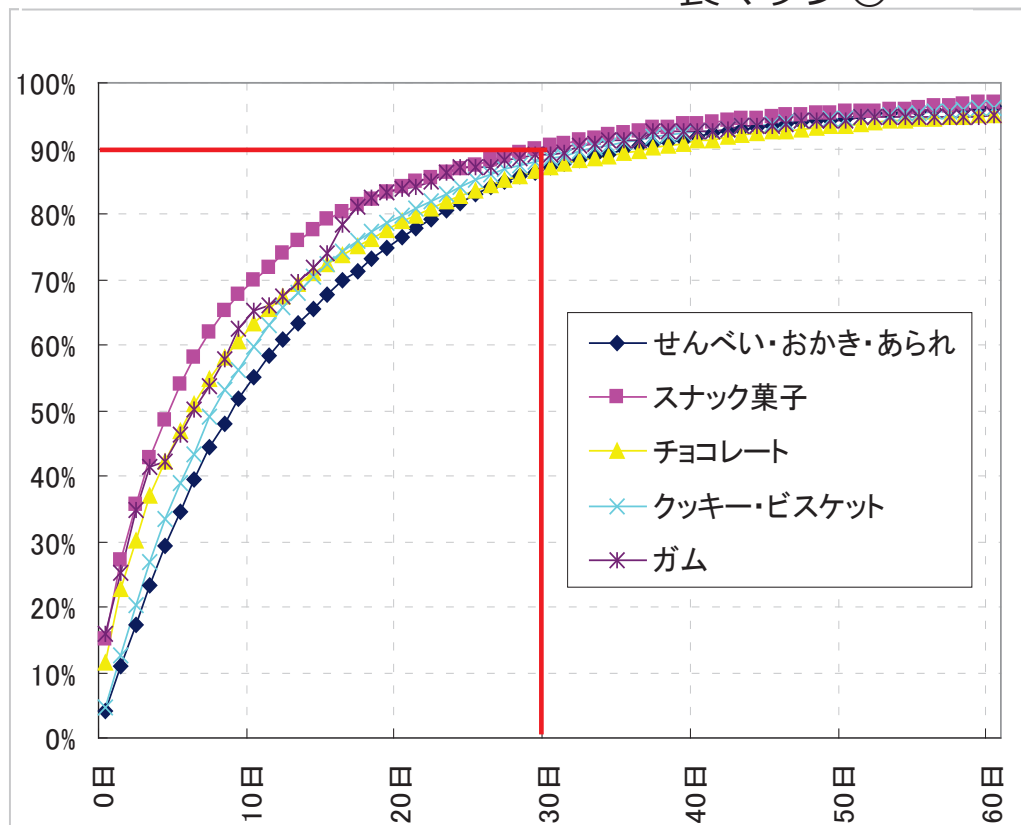
※ 諸外国との納品期限に関する比較（賞味期間6か月の場合）



(参考) 菓子類の販売期限の設定状況

- ✓ 菓子類は、購入後平均で約2週間、9割以上が30日間以内に消費（使い切り）。
- ✓ 菓子類の販売期限は、賞味期間の長さにかかわらず賞味期限の30日前との回答が最も多い（菓子類以外のドライの加工食品についても30日前が最多）。

▲家庭内における「購買～使い切り」の日数
食マップ®



全日本菓子協会「各品種の購買と在庫に関する分析（2010）」

▲販売期限の設定状況 回答率 %

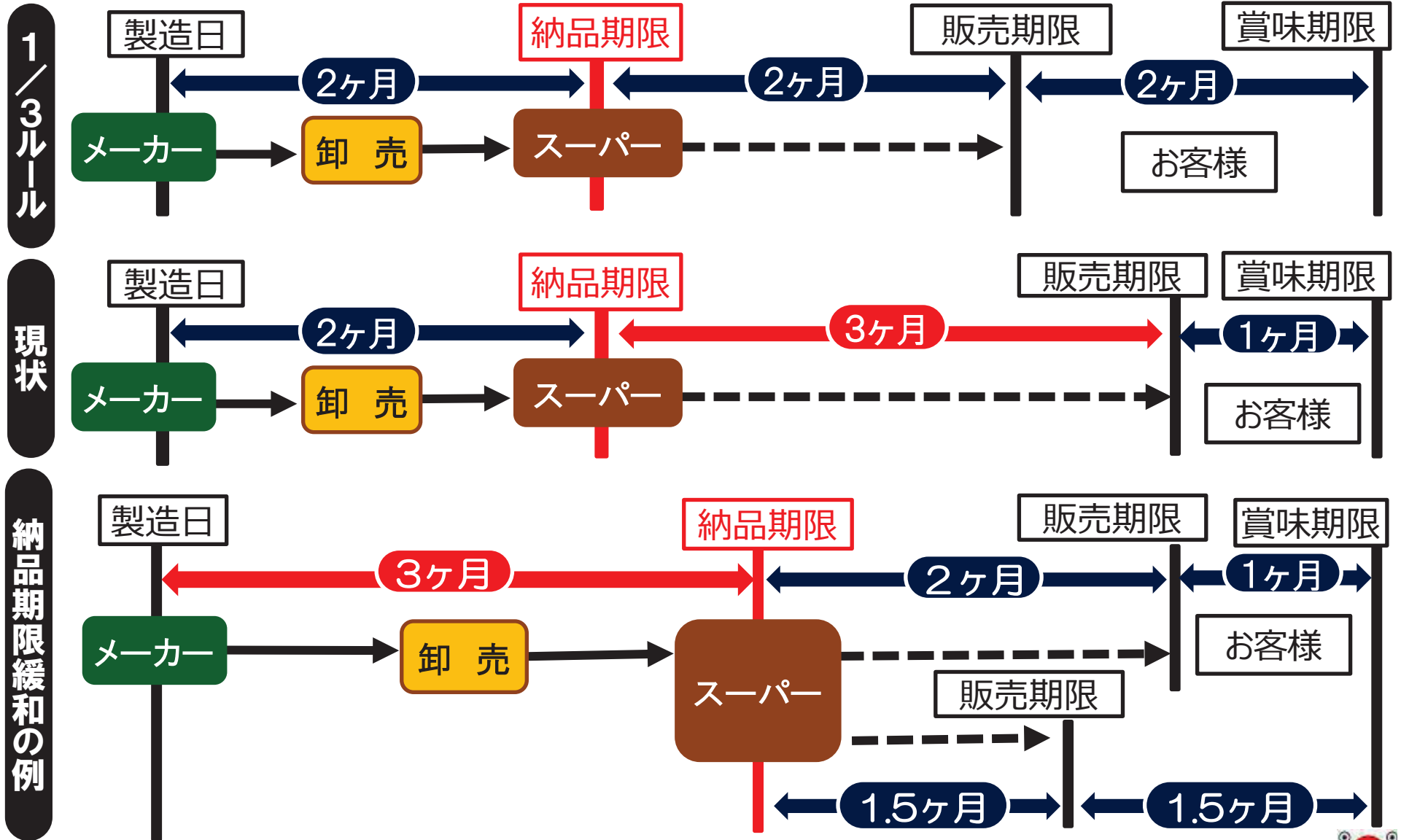
	チョコ レート	キャン ディ	米菓	
賞味期限日数	360日	360日	150日	
販売期限 から の日数	180日～	0.0	0.0	0.0
	150日～	0.0	0.0	0.0
	120日～	6.9	7.0	0.0
	90日～	6.0	6.1	0.0
	60日～	6.0	6.1	8.8
	45日～	2.6	2.6	1.8
	30日～	37.1	37.4	43.0
	15日～	5.2	5.2	9.6
	10日～	3.4	3.5	4.4
	7日～	12.9	13.0	13.2
販売期限を設定 していない	19.8	19.1	19.3	
(N)	116	115	114	

公益財団法人流通経済研究所調べ（平成28年度）

(参考) 販売期限と納品期限緩和



(賞味期間 6ヶ月の場合)



(参考) 菓子類の販売に要する期間

- ✓ 菓子類は1ロット12個の場合、小売店舗へ納品後、平均で5.7日～13.8日で売り切られている。
- ✓ 納品から30日後には、納品数の9割以上が販売済となっている。

小売店における菓子の販売実態

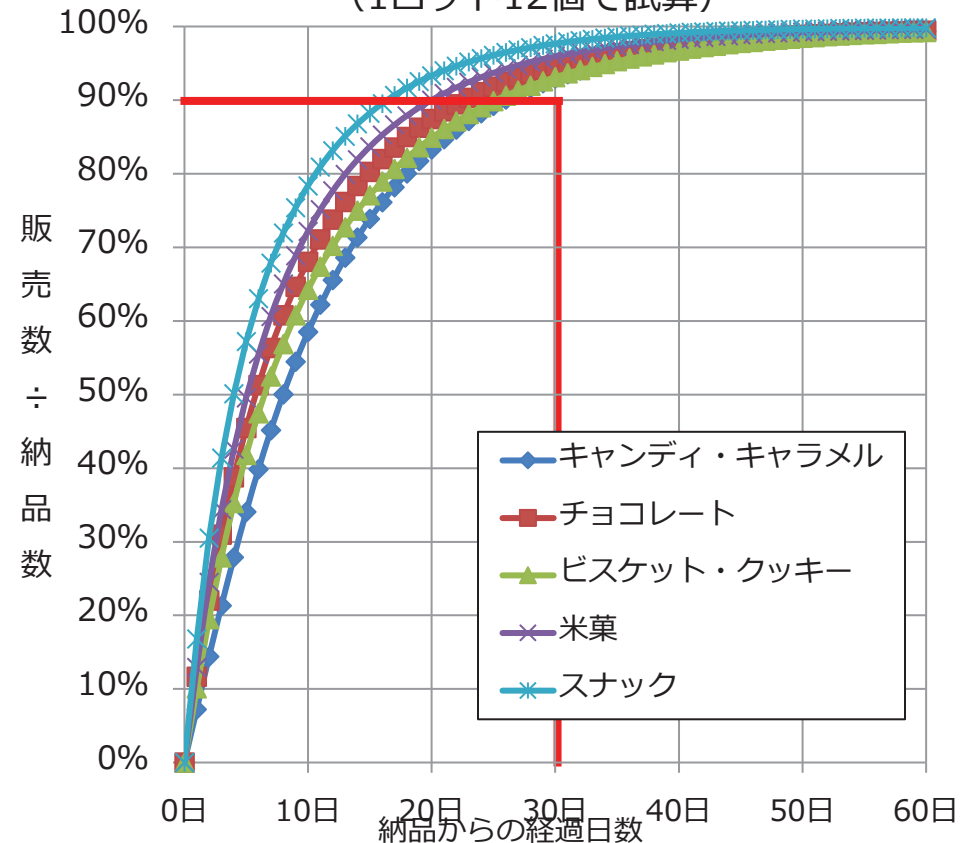
品目	平均日販(個)	1ロット数量(個)	1ロットの販売に要する平均期間(日)	データ数(N)
キャンディ・キャラメル	0.87	12	13.8	43,883
チョコレート	1.45	12	8.3	52,186
ビスケット・クッキー	1.24	12	9.7	30,913
米菓	1.58	12	7.6	33,306
スナック	2.10	12	5.7	40,552

(備考)

- SM・GMS・ミニスーパー計347店の店別・商品別の販売データを使って集計
- 特売や商品入替の影響等を除くための処置を実施
- 集計対象期間：2015年9月～11月(3ヶ月)

出所：流通経済研究所 全国市場POSデータ「NPIレポート」より、流通経済研究所作成

小売店での菓子の販売経過 (1ロット12個で試算)



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

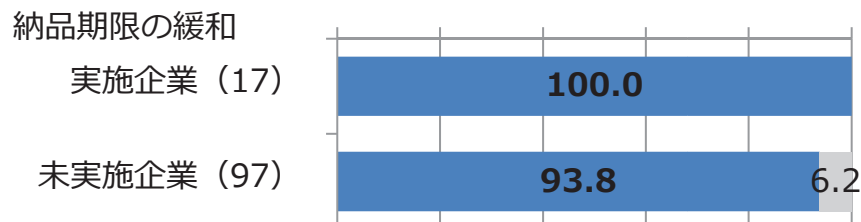
【該当食品全体への推計結果】
飲料：約 4万トン（約71億円）
菓子：約 0.1万トン（約16億円）※賞味期間180日以上の子で実施
合計：約4万トン（約87億円）← **食品関連事業者から発生する食品廃棄物等（可食部）**
およそ330万トンの1.0%~1.4%

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。

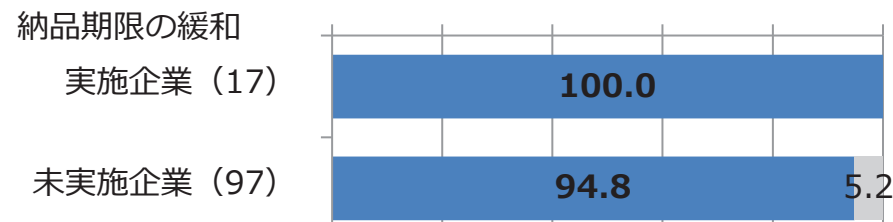
値引ロス率の変化

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



廃棄ロス率の変化

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



※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）

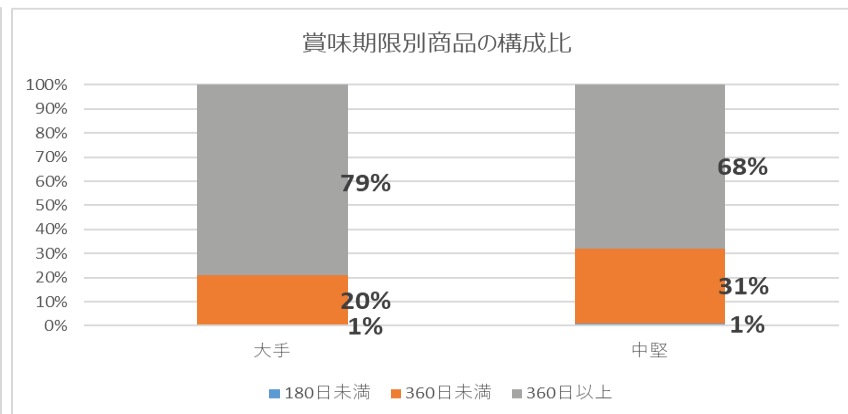
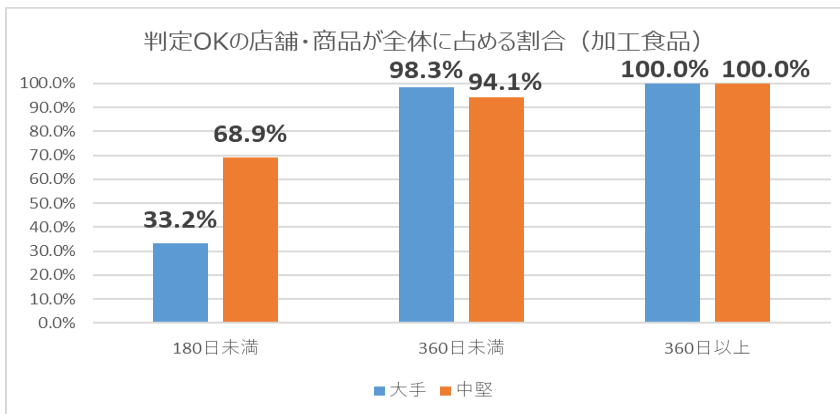
■ ロス率が低下（良化）～横ばい ■ ロス率が上昇（悪化）

卸売業データに基づく小売店の納品期限緩和リスク分析(令和2年度調査結果)

- 賞味期限360日以上の商品**
 大手SM・中堅SMともに全ての商品が判定OKであり、問題ないことが見込まれる。
- 賞味期限180日以上、360日未満の商品**
 店舗・商品の判定がOKの割合は、大手SM98.3%、中堅SM94.1%であり、9割以上の店舗・商品に問題がないことが見込まれる。
- 賞味期限180日未満の商品**
 店舗・商品の判定がOKの割合は、大手SM33.2%、中堅SM68.9%であり、賞味期限180日以上の店舗・商品とは傾向が異なるため、納品許容を1/2にすることは難しい。

分析方法:以下が成り立つ場合、「納品期限を賞味期限日数の1/2残し、販売期限を1/3残し」としても売り切れると推計

※判定OKの規準:在庫販売日数 < 賞味期限日数 × 1/6



SMの規模	商品総数	判定OKの店舗・商品が全体に占める割合				商品数		
		総数	賞味期限			賞味期限		
			180日未満	360日未満	360日以上	180日未満	360日未満	360日以上
大手	2,269	99.4%	33.2%	98.3%	100.0%	15	460	1,794
中堅	1,462	97.4%	68.9%	94.1%	100.0%	14	455	993

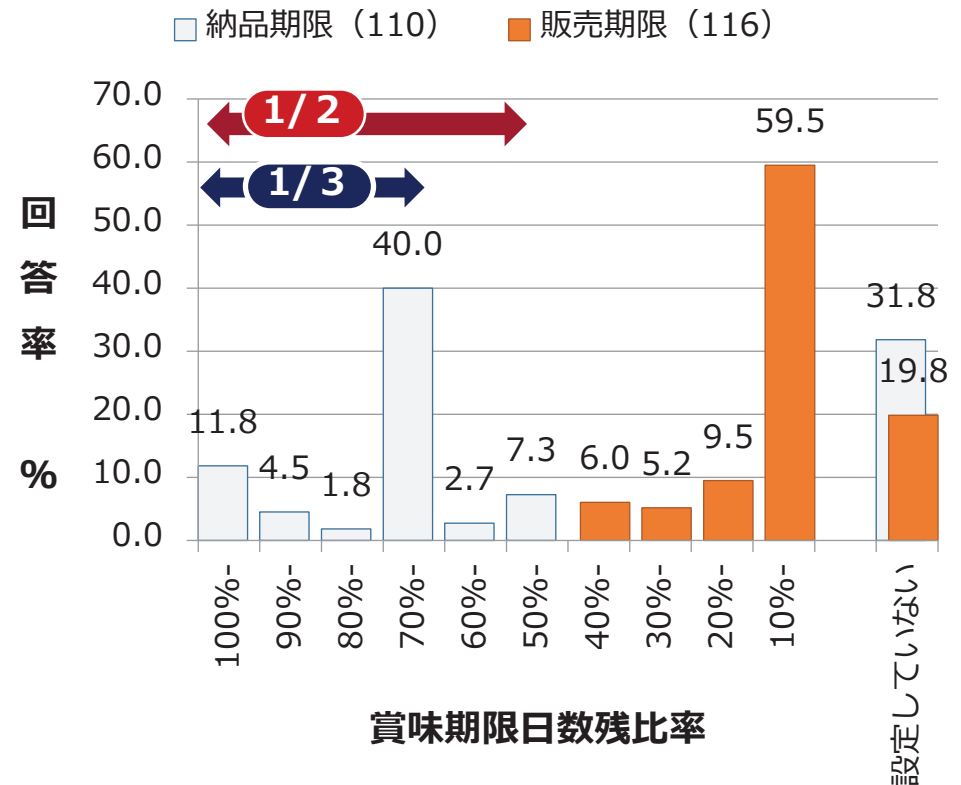
納品期限の設定状況

- ✓ 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※

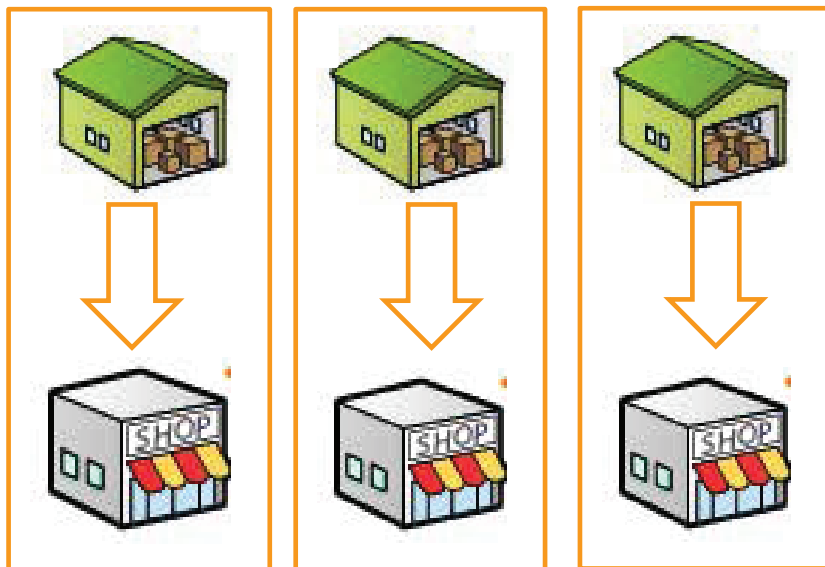


※食品を取り扱う小売事業者に対するアンケート結果
 ※各期限の（）内の数値は回答事業者数
 ※公益財団法人流通経済研究所調べ（平成28年度）

納品期限の見直しに関する課題と対応方向

<中間流通における納品期限の在り方>

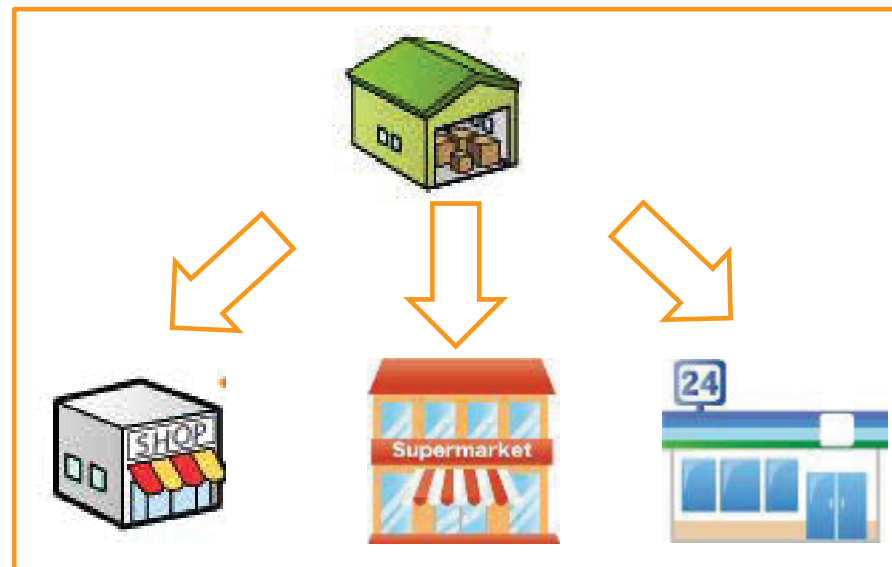
専用物流センターの活用



自社ないし専用の物流センターを所有しているため、納品期限のハンドリングは自社判断で対応可能

小売店舗での納品期限緩和に専用物流センターでの納品期限緩和が適切に連動することが必要

汎用物流センターの活用



物流センターを他社と共有しているため、納品期限は他社に合わせる必要

汎用物流センターを活用する地方小売店や食料品スーパーにおける納品期限緩和の取組拡大が必要

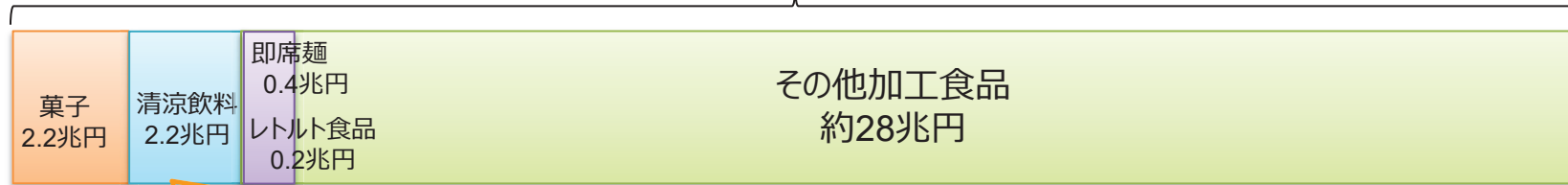
汎用物流センターを利用する取引について実証（H30～）

納品期限の見直しに関する課題と対応方向②

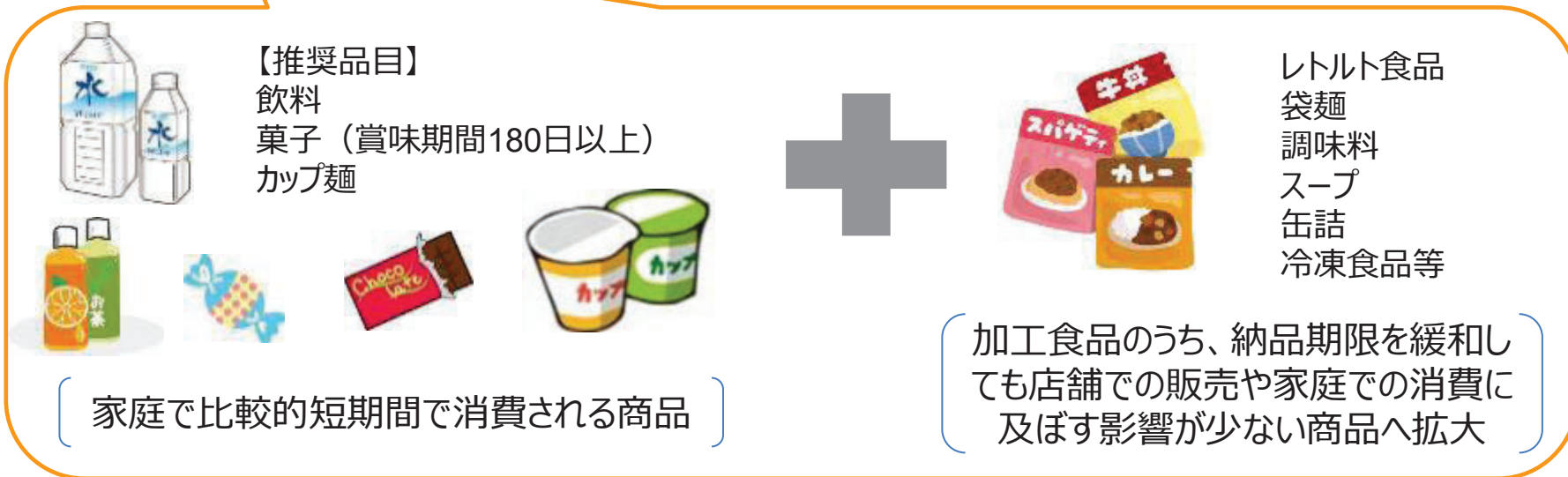


<対象品目の拡大>

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）

年月日表示
(2020. 6.17)



年月表示
(2020年05月)

[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

※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

納品期限の緩和に関する通知



- ✓ 令和元年7月4日付けで、**卸売業者と小売業者の業界団体**にあてて、「食品ロス削減に向けた加工食品の納品期限の更なる見直しについて」を发出。
- ✓ 諸外国に比べて厳しい加工食品の納品期限（いわゆる1 / 3ルール）が、食品ロスの一因となっていることを踏まえ、**飲料及び賞味期間180日以上**の菓子、**カップ麺**などについて、各団体に**納品期限の緩和**に向けた取組をお願いするもの。

農林水産省
食料産業局長

経済産業省
大臣官房商務・サービス審議官



一般社団法人 日本加工食品卸協会 会長
全国菓子卸商業組合連合会 理事長
日本チェーンストア協会 会長
一般社団法人 日本スーパーマーケット協会 会長
一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 会長
オール日本スーパーマーケット協会 会長
一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 会長
日本生活協同組合連合会 代表理事会長
一般社団法人 日本ボランタリーチェーン協会 会長
日本チェーンドラッグストア協会 会長

食品ロス削減に関する通知

- ✓ 令和4年6月27日付けで、**食品製造・卸・小売・外食事業者の業界団体**にあてて、「食品ロス削減に向けた取組の加速化について」を発出。
- ✓ 以下の取組の加速化を促進。
 - ・ **納品期限の見直し及び賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長の取組の拡大**
 - ・ **適量仕入れや売り切り等の実施、**
 - ・ 未利用食品について**消費者のニーズとマッチングさせる販売**
(ICTやAI等の新技術を活用した未利用食品の販売 (シェアリング))
 - ・ 特に、**フードバンク、こども食堂、こども宅食等への寄附**

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
大臣官房商務・サービス審議官

消費者庁
政策立案総括審議官

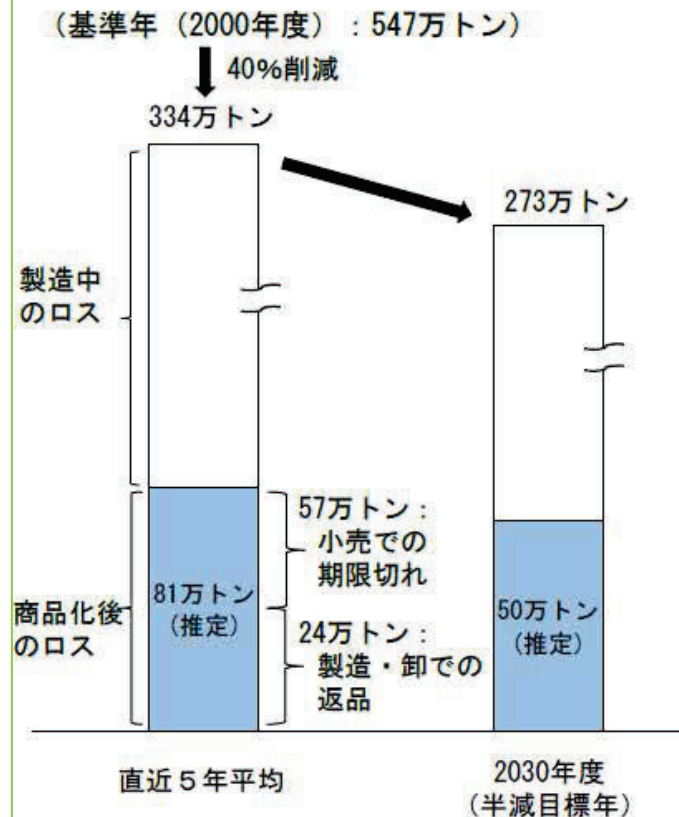


食品製造・卸・小売・外食産業
の業界団体
(約200団体)

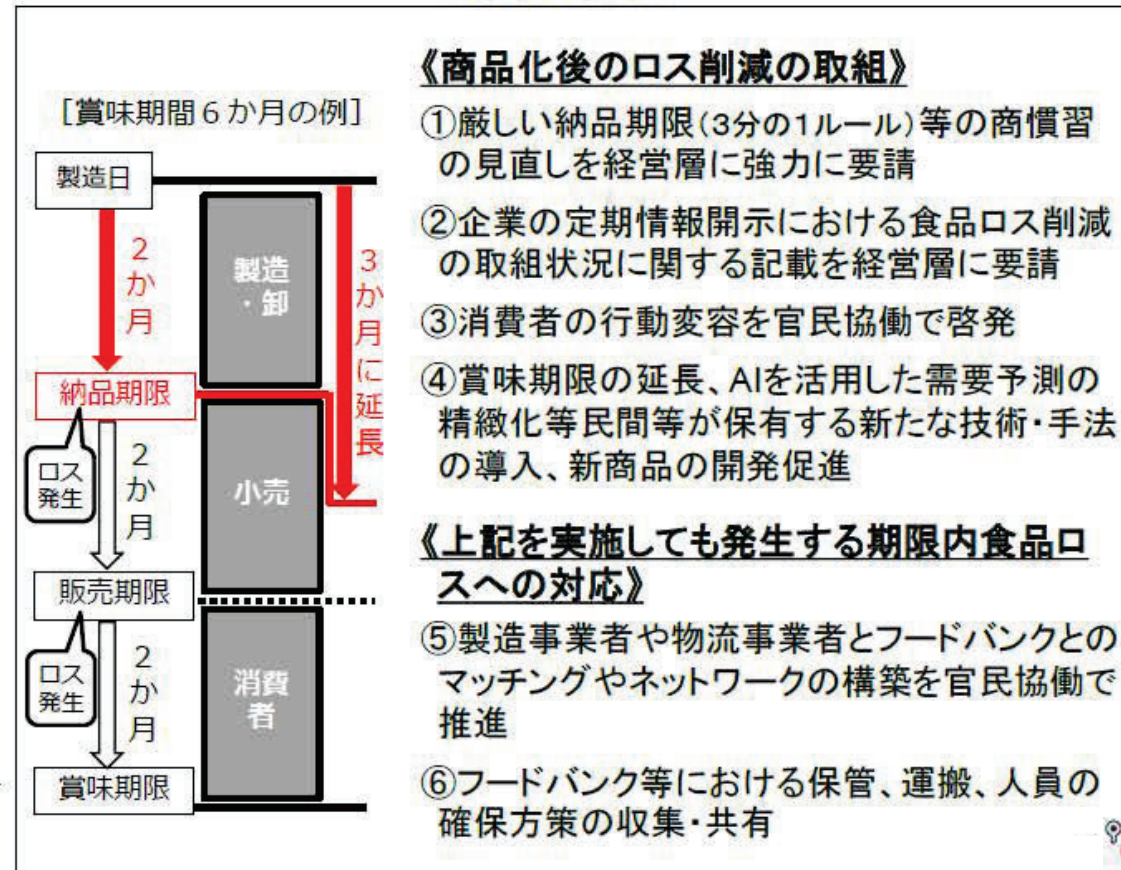
期限内食品ロス最小化対策の強化について

- 10月の食品ロス削減月間を中心に、特に期限内食品のロスに関して、以下の取組を経営層に強力に要請し、食品の製造、流通、販売コストを抑制する。
 - ① 厳しい納品期限（3分の1ルール）等の商慣習の見直し
 - ② 企業の定期情報開示における食品ロス削減の取組状況に関する記載
- それでも発生する賞味期限内食品については、フードバンクや子ども食堂への寄附が進むよう企業とフードバンクとのマッチングやネットワークの構築を官民協働で推進し、生活困窮者支援にも貢献。

〔事業系の食品ロス〕



対策の強化



期限内食品ロス最小化対策の強化に関する大臣メッセージ



食品製造流通事業者の皆様へ

期限内食品はすべて消費者へ

食品原材料価格が高騰する中、コストの削減と値上げ幅の緩和を図っていくためには、期限内食品を消費者に売り切っていくこと、またあわせて、それでも発生する期限内食品を生活困窮者に寄附していくことが社会全体で強く求められています。これらはいずれも食品ロスの削減にも貢献するものであります。

これを進めるためには、「期限内食品はすべて消費者に届ける」との思いの下、川上から川下までの関係者が、共に取り組んでいくことが不可欠です。社会経済環境が厳しい中、食品の安定供給を担う農林水産大臣として、改めて、納品期限の緩和をはじめとする以下の取組を徹底し、また、拡大していただくようお願い申し上げます。

(食品小売・卸売事業者の皆様へ)

- ① 納品業者に対して厳しい納品期限を求めていますか。
未だに3分の1ルールをとっている場合は直ぐに緩和してください。

(食品製造事業者の皆様へ)

- ② 賞味期限の安全係数を過度に低く設定していませんか。
安全係数は0.8以上を目安としてください。
- ③ 賞味期限が3カ月を超えるものを「年月日」の表示にしていませんか。「年月」の大括り表示にしてください。

(全ての食品製造流通事業者の皆様へ)

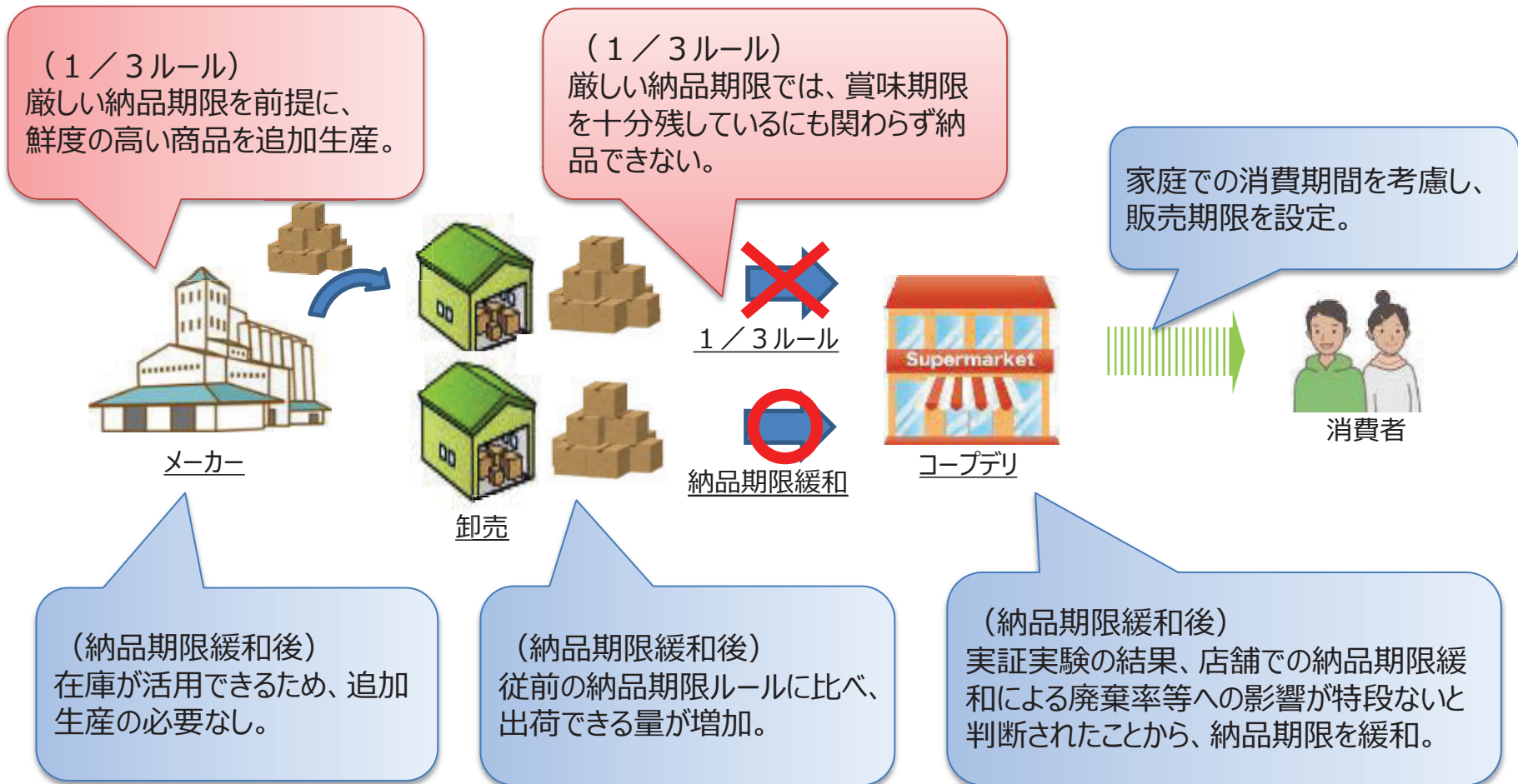
- ④ 期限内であるにもかかわらず消費者への販売に至らない食品は、フードバンクや子ども食堂に寄附してください。提供に要する費用は損金算入もできます。
- ⑤ 有価証券報告書・統合報告書において、フードバンクへの寄附等食品ロス削減に関するそれぞれの取組を世の中に向けて発信してください。

令和4年9月29日
農林水産大臣 野村哲郎

事例：コープデリの取組



賞味期間180日以上加工食品を対象に納品期限を緩和し、メーカー・卸売段階における食品ロス削減に貢献。



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】

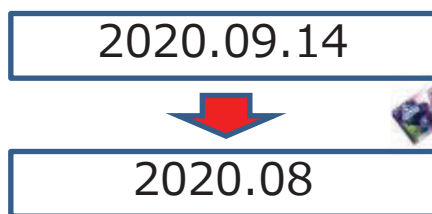
平成30年9月に「食品ロス発生抑止・削減に向けた賞味期限の年月表示に関する清涼飲料水自主ガイドライン」を公表し、業界全体としての年月等表示化を推進

【事例3：全日本菓子協会】

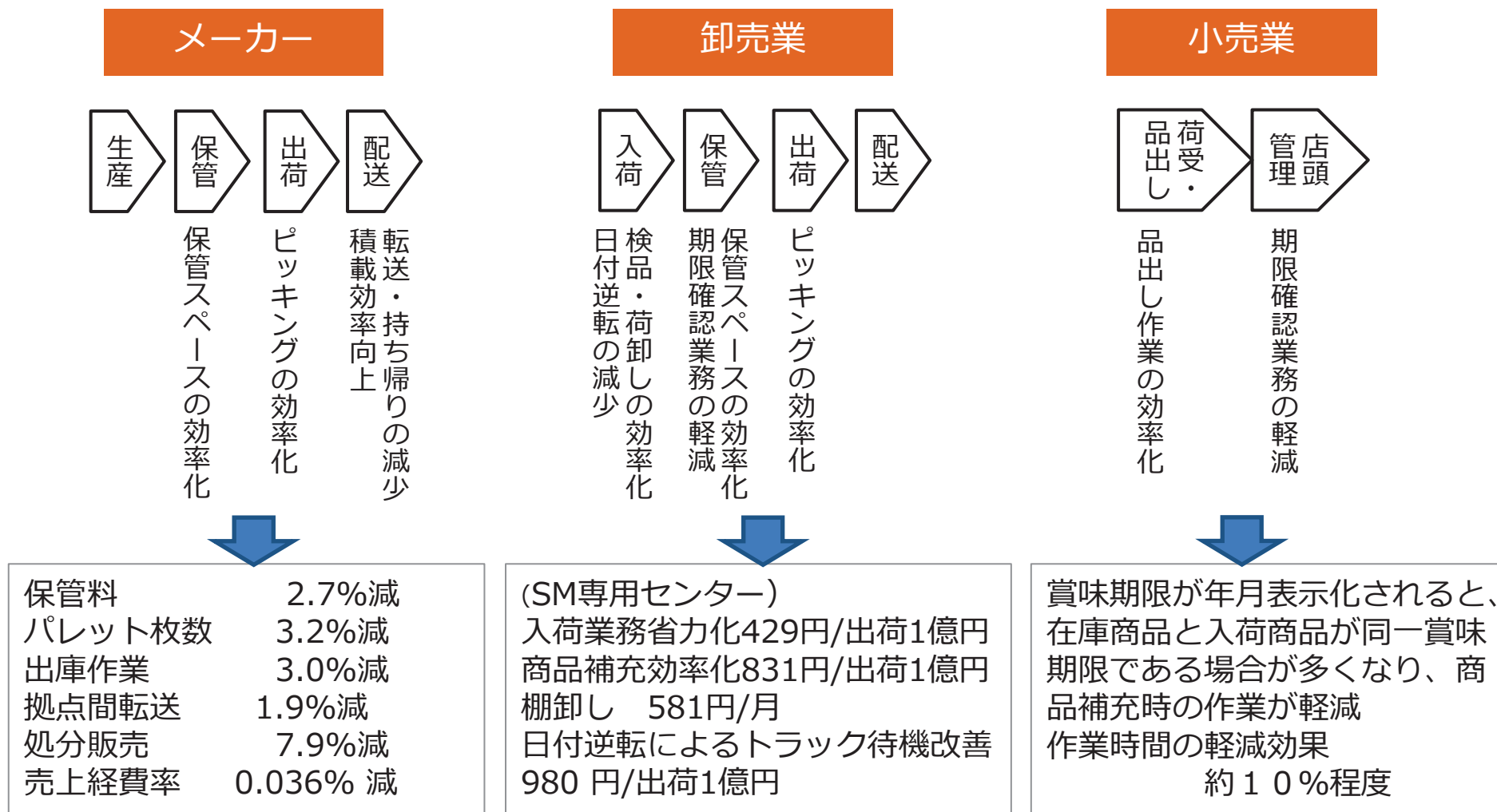
賞味期限の延長と年月表示化について、毎年各社の進捗状況を調査しつつ実施を呼びかけ。

【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。



<参考> 賞味期限の年月表示化の期待効果 ①



*流通経済研究所による試算結果

資料：製・配・販連携協議会 第2WG報告 2014年7月

<参考> 賞味期限の年月表示化の期待効果 ②

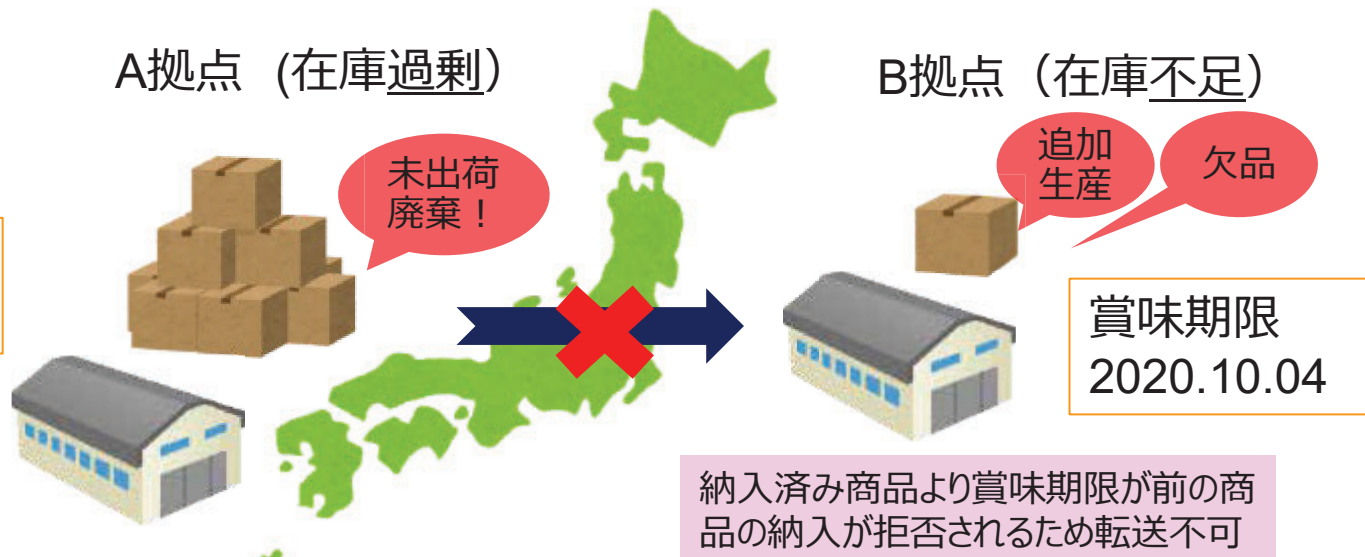
小売店舗への納入済み商品より賞味期限が前の商品の納入が拒否されるため、物流拠点間の商品の転送ができなかった在庫が、転送可能となることで食品廃棄を削減。

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

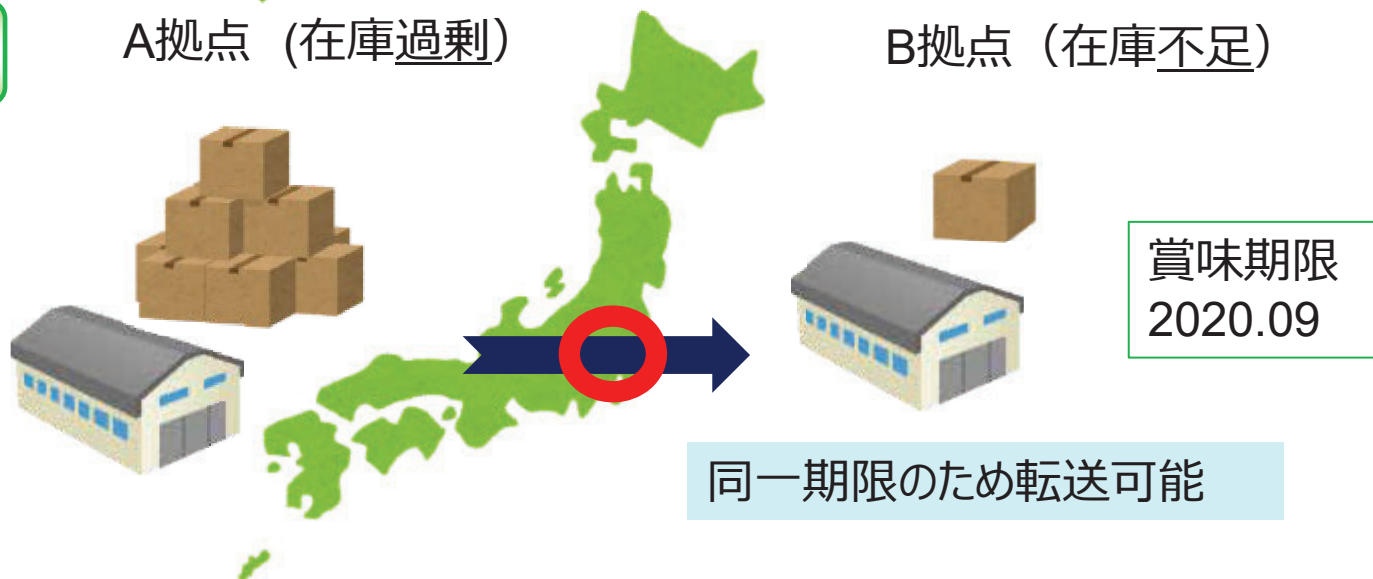


年月表示

A拠点 (在庫過剰)

B拠点 (在庫不足)

賞味期限
2020.09

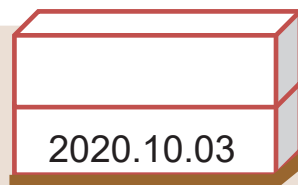
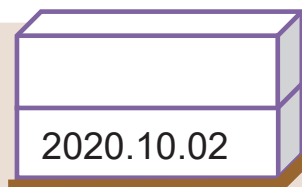
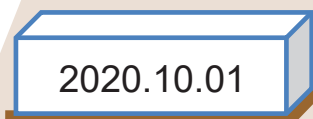


<参考> 賞味期限の年月表示化の期待効果 ③



日付管理から月管理になることで、保管スペース、荷役業務、品だし業務等を効率化。

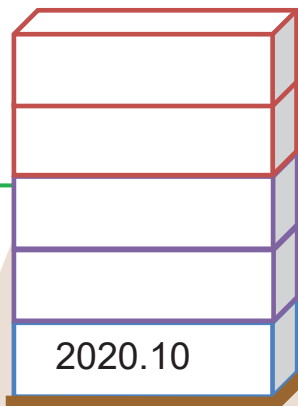
年月日表示



年月表示



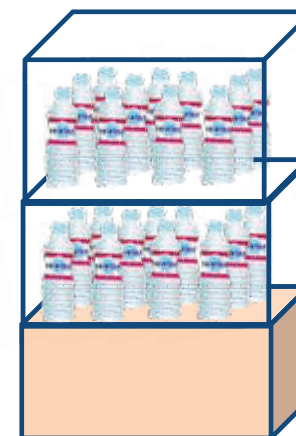
日付管理・検品等
作業省力化



保管スペースの
極小化



ピッキング省力化



期限確認・陳列作業効率化



運搬・積載効率向上

(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）>

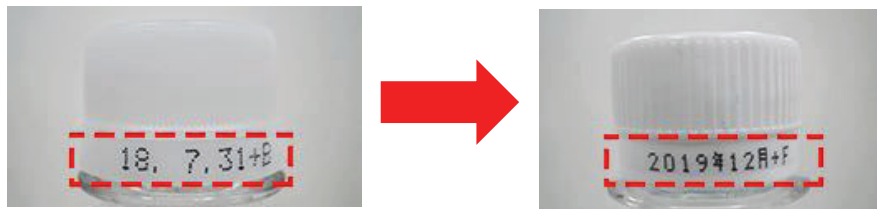
アサヒ飲料株式会社（飲料）

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



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～）。

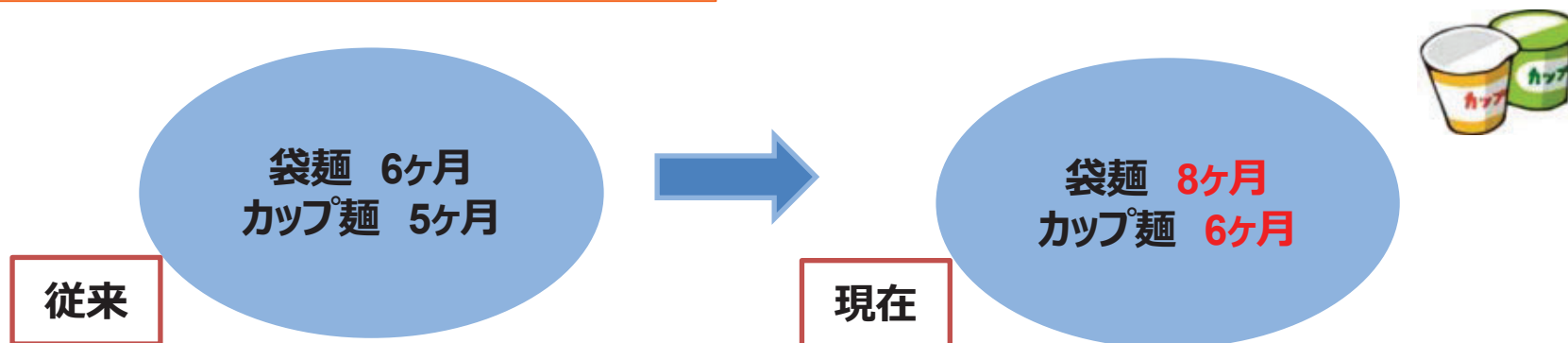
【賞味期限延長の実施状況】

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

R4年度流通経済研究所調べ(R4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。



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)



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을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の抑制、コンビニ側にとっての新商品の安定的仕入れを確保。

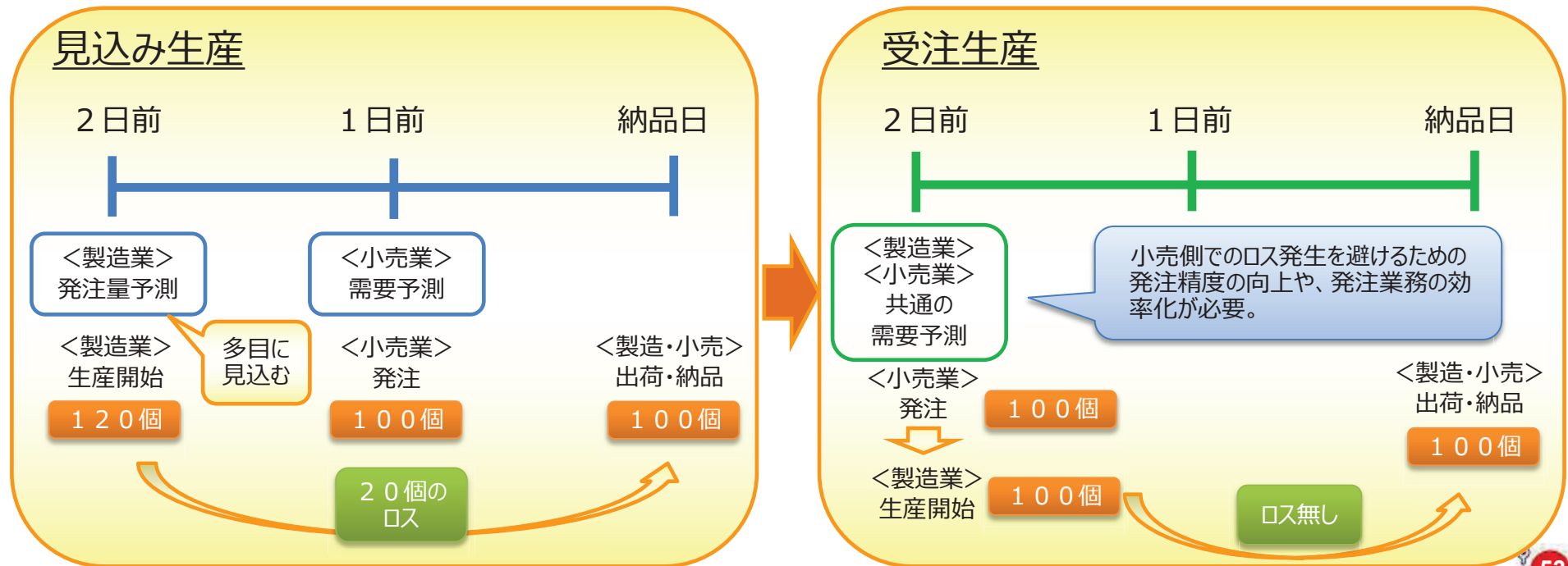
【納品期限緩和・賞味期限延長】

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



全国一斉商慣習見直し運動について（令和2年度～）



- ✓ 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) 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**
（今後取り組む予定の企業も公表対象）
- (3) 自社の食品ロス削減やリサイクルの取組をPR**
取組内容の分かる**自社ウェブページのアドレス**又は**事例紹介フォーマット**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4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（240事業者）

※うち、公表可能199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・リテイリング、平和堂、ユニー 計13社

【コンビニエンスストア（CVS）】

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7社

【生協】

アイチョイス、あいコープみやぎ、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、**こうち生協**、**コープあいづ**、**コープいしかわ**、**コープえひめ**、コープぐんま、コープこうべ、コープさっぽろ、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、**コープやまぐち**、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、とちぎコープ生協、**鳥取県生協**、**とやま生協**、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、、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35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、麒麟堂、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、ツルハ、奈良ドラッグ、横浜ファーマシー、下川薬局、計14社

【参考】取組事業者数の推移

令和3年10月時点 : 186事業者（うち公表企業154社）
令和2年10月時点 : 142事業者（うち公表企業108社）
令和元年10月時点 : 102事業者（うち公表企業94社）

【食品スーパー（SM）】

あいちょう釧路、**あいのや**、アオキスーパー、アコレ、アブアブ赤札堂、アルビス、**アレス**、イオンビッグ、イオンマーケット、イズミヤ、いちい、一小イチコ、**伊藤チェーン**、**伊徳**、ウオロク、エースワン、**越前屋**、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、**オギノ**、小田急商事、**かしわくら**、カスミ、カノー、かましん、**カワベ**、キクコウストア、**北雄ラッキー**、キムラ、ぎゅーとら、キューピット、**小専商店**、さとう、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、**ジミー**、城山ストア、新鮮マーケット、**スーパーキタムラ**、スーパーナショナル、スーパー細川、スズキヤ、静鉄ストア、セブンスター、**相鉄ローゼン**、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、**道南ラルズ**、東武ストア、道北アークス、**トキハインダストリー**、**トップワン**、ドミー、とりせん、**中標津町農業協同組合**、西鉄ストア、ニシムタ、西山寛商事、**日東物産**、**ハットリー**、ハビー、原信ナルスオペレーションサービス、ハルタ、バロー、POWER Sシバタ、**ヒラキストア**、ファミリーマートさとう、福原、フジマート四国、フレスタ、**ベイス**、ベルジョイス、**北辰商事（株）ロチャース**、**ホクレン商事**、マエダ、**マックスバリュ関東**、マックスバリュ長野、マックスバリュ北陸、マックスバリュ南東北、マックスバリュ西日本、マツモト、マツヤスーパー、マルイ、マルエー、丸久、丸市岡田商店、**丸大**、**丸高商事**、マルト商事、マルミヤストア、マルヤ、**万代**、**みしまや**、**みちのく流通システム**、光洋、明治屋食品、ヤオコー、ヤオハン、**ヤマイチ**、**やまか**、**山形屋ストア**、ヤマナカ、**ユアーズ・バリュー**、豊月、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、**リオン・ドールコーポレーション**、ワイストア 計127社

【その他】

ホームインブルームメントひろせ、**加藤貿易**、**シーフォー** 計3社

賞味期限表示の大括り化に取り組む事業者（令和4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（267事業者）

※うち、公表可能165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、大塚製薬、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、ダイトードリンク、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、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、**三井農林**、Mizkan、明治、**ヤクルト本社** 計20社

【レトルト食品】

アーデン、味の素、**AWアグリフーズテクノ**、エスビー食品、大塚食品、**カドウフーズ**、キューピー、サンハウス食品、清水食品、津田商店、**永谷園ホールディングス**、にしき食品、日本水産、ハウス食品グループ本社、はごろもフーズ、**ベルサンテ**、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、三菱食品、ミヤカン、山形ライスファーム21（工房とかちや）、ヤマキ、米屋 計22社

【菓子】

芥川製菓、新野屋、岩塚製菓、江崎グリコ、オークラ製菓、お菓子の日進堂、おやつカンパニー、カバヤ食品、カルビー、カンロ、クラシエフーズ、栗山米菓、湖池屋、ジャパンフリトレー、日清シスコ、ネスレ日本、パイン、**バンダイ**、平松商店、不二家、**フランス屋製菓**、ブルボン、三菱食品、森永製菓、ヤマザキビスケット、山芳製菓、有楽製菓、米屋、リキ・コーポレーション、龍角散、ロッテ 計31社

【調味料】

味源、味の素、オタフクソース、カゴメ、神田味噌醤油醸造場、キッコーマン食品、**金ごま本舗**、**厚生産業**、サラダクラブ、**サンエー21**、七福醸造、渋谷商店、真誠、ときわや醤油、直源醤油、早川しょうゆみそ、**ヒガシマル醤油**、フードレーベル、フドーキン醤油、ヘテパシフィック、三菱食品、ヤマモリ 計22社

【風味調味料】味の素、**厚生産業** 計2社

【冷凍食品】

釧路東水冷凍、**クラレイ**、三洋通商、**シマダヤ**、大洋食品、**マールマルニ食品**、マルハニチロ、三菱食品、明治 計10社

【その他】

アイリスフーズ、**葵フーズ**、朝日、アサヒグループ食品、旭松食品、味の素、アヲハタ、五十川、伊之助製麺、今津、ウーケ、**AWアグリフーズテクノ**、**大分乾物**、オタフクソース、尾張製粉、**カドウフーズ**、カドヤ、**木村食品**、キューピー、極洋、麒麟ホールディングス、**金ごま本舗**、くみあい食品工業、**群馬製粉**、**厚生産業**、ゴールドパック、国分グループ本社、小嶋屋総本店、こだま食品、サッポロビール、**讃岐物産**、サラダクラブ、**サンエー21**、サン海苔、三洋通商、三和缶詰、椎茸井出商店、**ジェイエイフーズおおいた**、静岡ジェイエイフーズ、清水食品、**松栄**、正栄食品工業、白石興産、真誠、大洋食品、高木商店、宝食品、竹本油脂、**タツマ**、玉木製麺、丹波農産、銚子東洋、通宝、津田商店、東洋ライス、**ナガイのり**、永谷園ホールディングス、なとり、ニコニコのり、ニチレイウエルダイニング、**日清オイリオグループ**、**日清製粉ウェルナ**、**ニッポン**、ノーベル製菓、ハース、**はくばく**、はごろもフーズ、橋本食糧工業、早川しょうゆみそ、日高食品工業、**平山商会**、**ブンセン**、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、**前島食品**、前原製粉、榊田屋食品、**松田卯之七商店**、**まるじょう**、マルシン食品、マルハニチロ、マルハニチロ北日本、マルウウ、三菱食品、ミヤカン、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、吉村醸造、米屋 計92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165に一致しない。

【参考】令和3年10月時点：223事業者（うち公表企業：127社）、令和2年10月時点：156事業者（うち公表企業：107社）

賞味期限の延長に取り組む事業者（令和4年10月時点）



賞味期限の延長に取り組んでいる（または予定している）製造事業者（182事業者）

※うち、公表可能129事業者（商慣習検討ワーキングチームを設置した平成24年度以降に実施した商品がある事業者）

【清涼飲料】

アサヒ飲料、味の素AGF、大塚製薬、花王、カゴメ、
麒麟ビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、ジャパンフーズ、ダイ
ドードリンコ、トモエ乳業、ハウスウェルネスフーズ、
ポッカサッポロフード&ビバレッジ、三井農林、Mizkan、明治、森永乳業、
ヤクルト本社、やまと蜂蜜 計18社

【菓子】

アヤベ洋菓子、井村屋、入江製菓、岩塚製菓、カバヤ食品、亀田製
菓、カルビー、カンロ、木村食品、栗山米菓、湖池屋、酒田米菓、大
東カカオ、旅がらす本舗清月堂、堂本製菓、東陽製菓、ノーベル製菓、
バンダイ、日の出屋製菓産業、ブルボン、北越、三菱食品、明治、森
永製菓、ヤマザキビスケット、有楽製菓、米屋、ロッテ、和晃 計29社

【風味調味料】厚生産業 計1社

【レトルト食品】

エスビー食品、大塚食品、カドウフーズ、紀文食品、キューピー、京まろ
ん 天草工場、サンハウス食品、清水食品、主計物産、
ハウス食品グループ本社、はごろもフーズ、橋本食糧工業、ベルサンテ、
ホリカフーズ、三菱食品、米屋 計16社

【調味料】

味源、エバラ食品工業、オタフクソース、カゴメ、河村醤油、神田味噌
醤油醸造場、キッコーマン食品、厚生産業、J-オイルミルズ、真誠、
チョーコー醤油、永井萬治商店、ななくさの郷、日清オイリオグループ、ヒ
ガシマル醤油、Mr.カンカン、三菱食品、モランボン、山内本店、ゆ
めデリカ 計20社

【冷凍食品】

味の素冷凍食品、エム・シーシー食品、沖縄ハム総合食品、ニッポン、
プリマハム、マール、マルニ食品、マルハニチロ、三菱食品、明治
計10社

【その他】

青柳食品、アサヒグループ食品、旭松食品、味源、アヲハタ、ウーケ、エースコック、扇カネ安食品本舗、大川食品工業、沖縄ハム総合食品、
オタフクソース、おびなた、尾張製粉、カドウフーズ、岐阜食品、紀文食品、木村食品、キューピー、京まろん 天草工場、群馬製粉、厚生産業、
ゴールドパック、こだま食品、佐賀海苔、サッポロビール、真田、讃岐物産、三育フーズ、三和缶詰、ジェイエイフーズおおいた、シマダヤ、清水食品、
正栄食品工業、白石興産、真誠、ちば醤油、東洋ライス、戸隠そば本舗、ニコニコのり、日清オイリオグループ、日清製粉ウェルナ、ニッポン、にんべ
ん、はくばく、はごろもフーズ、林兼産業、平山商会、プリマハム、ブンセン、松田卯之七商店、マルシン食品、マルシンフーズ、マルタイ、マルニ食品、
マルハニチロ、ミクロ、三井農林、三菱食品、モランボン、山田養蜂場本社、やまと蜂蜜、雪和食品 計62社

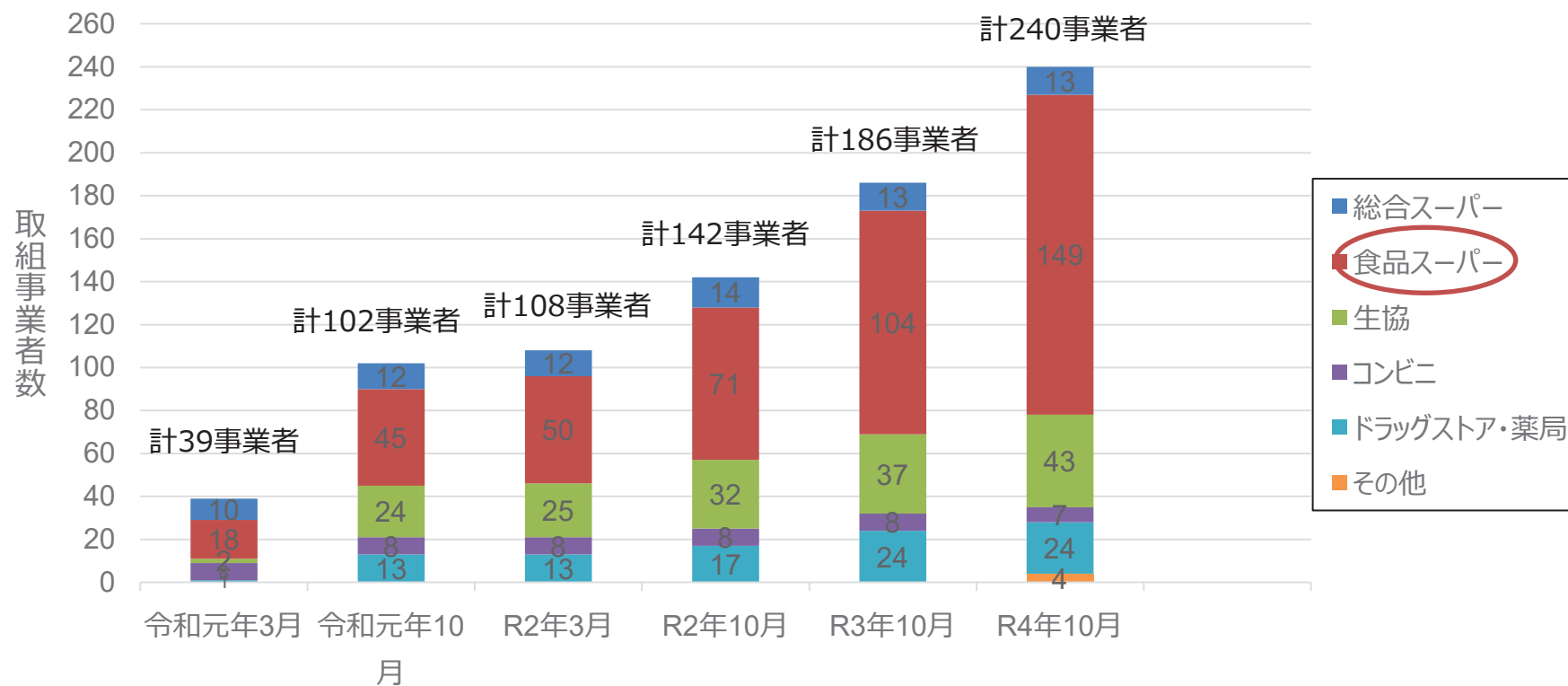
（注）複数品目に取り組んでいる事業者があるため、合計は129に一致しない。

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り組が進捗。
- ✓ 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



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

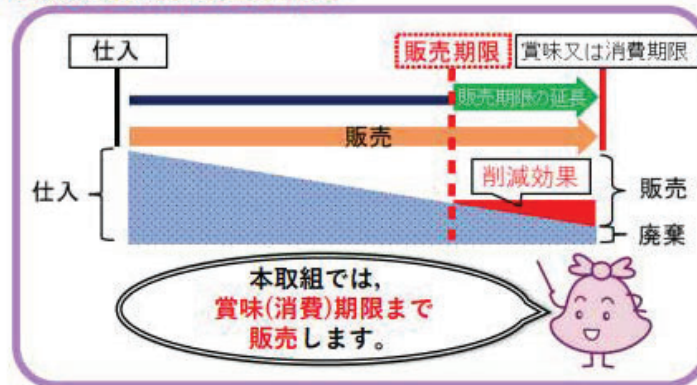
消費者へ啓発（宣伝）

■ 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
消費者への啓発 等**

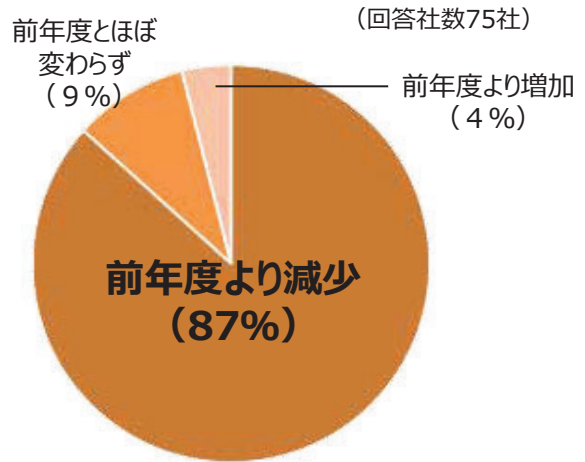
需要に見合った販売の推進（恵方巻きのロス削減）

- ✓ 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へ消費者向け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

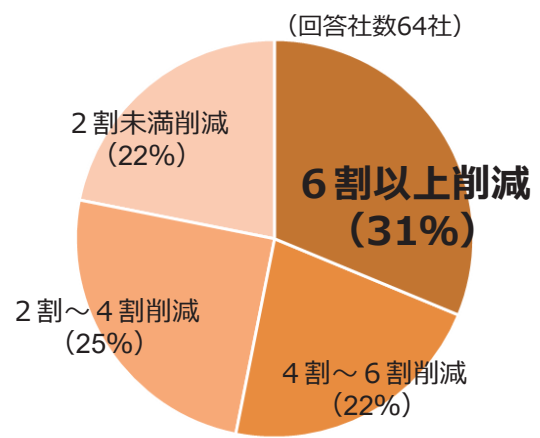
＜小売業者の団体への呼びかけ内容＞
 貴重な食料資源の有効活用という観点を踏まえた上で、需要に見合った販売の推進について会員企業への周知をお願い。

＜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】



【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

＜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】



(どなたでもダウンロード可能です)



【活用の例】



「てまえどり」の取組が食品スーパー・生協にも拡大!

消費者啓発に取り組む小売・外食事業者及び地方自治体

- ✓ ポスター等を活用して消費者啓発を行っている小売・外食事業者や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として、116事業者、81自治体の事業者・自治体名や事例等を公表。

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

【全国エリア】

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 ミニストップ株式会社 株式会社ファミリーマート 株式会社ローソン 山崎製パン株式会社 デイリーヤマザキ事業統括本部 計6社

【北海道エリア】

イオン北海道株式会社 カドワーズ株式会社 株式会社セコマ 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社道南ラルズ 株式会社道北アークス 株式会社ラルズ 計7社

【東北エリア】

イステールホールディングス株式会社 株式会社ベルジョイス 株式会社 ユニバース 計3社

【関東エリア】

株式会社杏林堂薬局 株式会社SCミート 小川畜産食品株式会社 株式会社オータニ 株式会社静岡伊勢丹 株式会社静岡ストア（末広店、御門台店） 有限会社信濃町ふるさと振興公社（道の駅しなの） 株式会社セコマ 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社高島屋 株式会社東急ストア 株式会社とりせん 株式会社増田禎司商店 株式会社マルエツ 株式会社読売情報開発 合同会社ファンタイム 静岡ガス株式会社 生活協同組合コープみらい 生活協同組合ユーコープ 東京工芸大学生生活協同組合 とちぎコープ生活協同組合 道の駅おかべ・道の駅はなぞの 計22社

【北陸エリア】

アルビス株式会社 株式会社ウオロク 株式会社大阪屋ショップ 株式会社かじ惣 株式会社スポット 株式会社ニュー三久 株式会社平和堂 株式会社マルイ 島屋株式会社 生活協同組合コープいしかわ ナガイ・プロサービス 福井県民生活協同組合 合計12社

【中国四国エリア】

株式会社イズミ 株式会社伊予鉄高島屋 株式会社ウエル 株式会社オズメッセ 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社フジ・リテイリング 株式会社マルイ 生活協同組合おかもとコープ 生活協同組合コープえひめ 全日本食品株式会社 / 全日食チェーン四国協同組合 計10社

【東海エリア】

アルビス株式会社 旨し質よしくよし 株式会社あいち食研 株式会社アオキスーパー 株式会社オークワ 株式会社ぎゅーとら 株式会社近鉄百貨店 株式会社サンヨネ 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社中京クッキング 株式会社ドミー 株式会社とよはた / 三重県 株式会社平和堂 島屋株式会社 スーパーサンシ株式会社 生活協同組合コープあいち 生活協同組合コープみえ トヨタ生活協同組合 計18社

【近畿エリア】

イズミヤ株式会社 大阪よどがわ市民生活協同組合 御菓子司亀屋茂廣 カナート株式会社 株式会社オークワ 株式会社近鉄百貨店 株式会社サンプラザ 株式会社ダイコク 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社高島屋 株式会社トホーストア 株式会社ハートフレンド 株式会社阪急オアシス 株式会社平和堂 株式会社マルヤス 京都生活協同組合 市民生活協同組合ならコープ 生活協同組合おおさかパルコープ 生活協同組合コープこうべ 全日本食品株式会社 / 全日食チェーン四国協同組合 厨幾松 長田公設市場協同組合（食遊館） 計22社

【九州・沖縄エリア】

イオン九州株式会社 イオン琉球株式会社 エフコープ生活協同組合 株式会社イズミ 株式会社エコープ鹿児島 株式会社Aコープ九州 株式会社沖縄ファミリーマート 株式会社さかえや 株式会社サンエー 株式会社新鮮マーケット 株式会社JAおきなわAコープ 株式会社セブン-イレブン・沖縄 株式会社大丸松坂屋百貨店 株式会社トキハインダストリー 株式会社野高商会（フレッシュプラザユニオン） 株式会社ポールスター 株式会社丸大 株式会社マルミヤストア 株式会社山形屋ストア 株式会社ゆめマート熊本 株式会社リウボウストア 株式会社ローソン沖縄 金秀商事株式会社 JAおきなわファーマーズマーケット 生活協同組合くまもと 生活協同組合コープおきなわ 農事組合法人福栄組合 計27社

【地方自治体】81自治体が食品ロス削減の啓発活動を行い、その取組について、自治体名の一覧とともにURLを公表しています。

「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)】

コンビニエンスストアにおける食品ロス削減に向けたポイント付与



(株)ローソン お客様と一緒に取り組む食品ロス削減プログラム 「Another Choice」	
対象店舗	愛媛県、沖縄県のローソン店舗で実証実験 (449店舗：2019年4月末時点)
時期	2019年6月11日(火)～8月31日(土)
商品	朝・昼に店舗に納品される「Another Choice」のシールが付いたおにぎり、弁当
ポイント	夕方以降に上記商品を購入すると 100円につき5ポイント（5円分）付与
寄付	対象商品売上総額（税抜）の5%について、 両県の子どもたちを支援する取組に寄付
取組結果	利用客数：延べ約69万8千人 (愛媛県：延べ約27万9千人、沖縄県：延べ約41万9千人) 寄付金額：829万0,838円 (愛媛県：5,036,165円、沖縄県：3,254,673円)

【Another Choiceの仕組み】



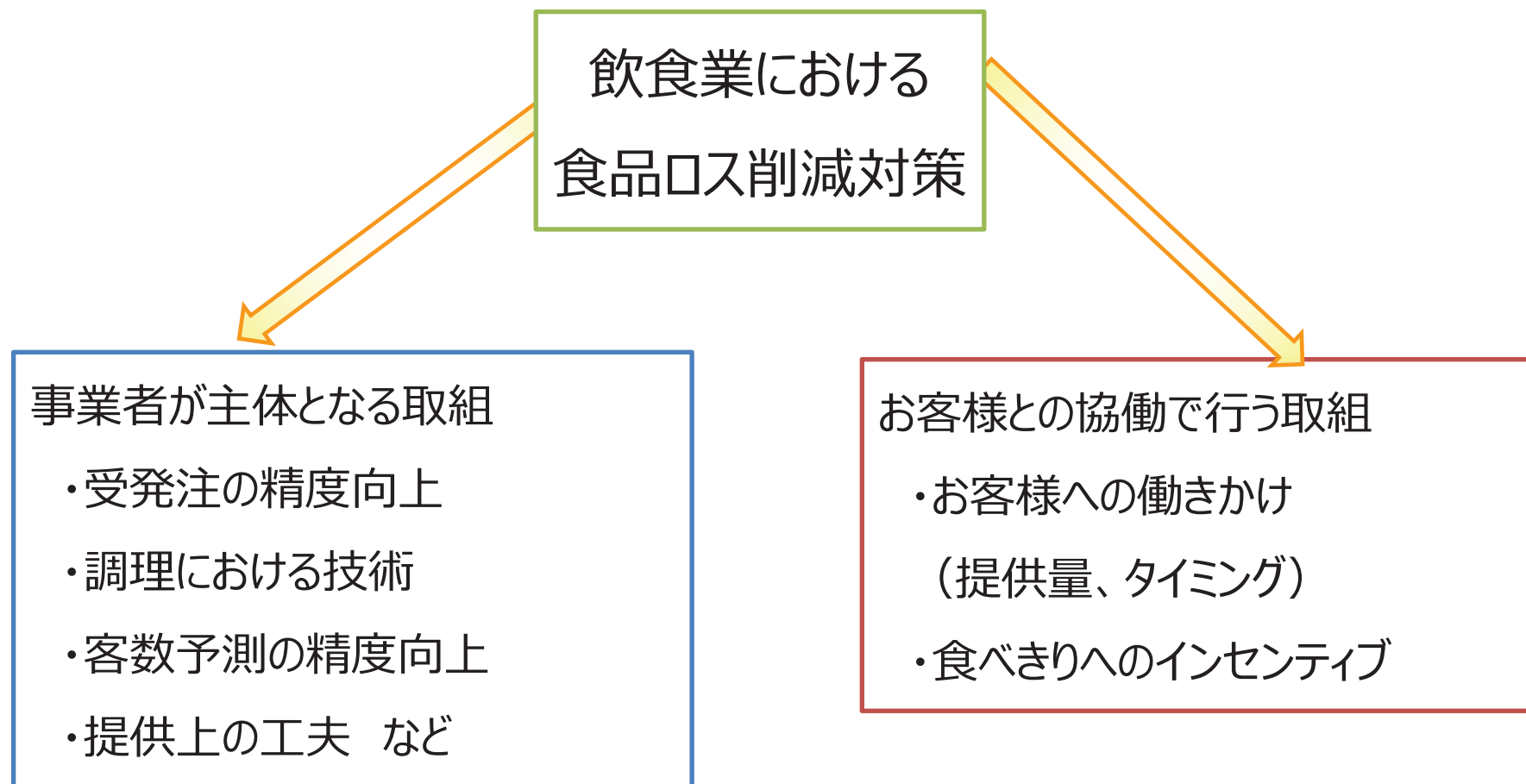
【Another Choiceシール】



(出典)
株式会社ローソンの
2019年5月17日、7月24日、8月20日、
9月26日付けニュースリリースより。

外食産業における食品ロス削減

飲食業における食品ロス削減対策



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「ミツバツツジ」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

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会における食品ロス対策



- ✓ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、同大会組織委員会は持続可能性に配慮した運営計画を策定。多量の飲食提供に当たって、食べ残し削減に向けた効果的な取組を推進する方針。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の運営計画では、競技会場や選手村等における食品ロス・食品廃棄物を削減する方針。



環境や人権への配慮等、持続可能性を大会のレガシーとして位置づけ

選手村や競技会場の外では・・・

- ⇒外国人観光客の増加
- ⇒マナー教育（料理のとり方や食べ残し）、
多文化への対応（言語、宗教等）



「もったいない」精神を世界に広めるチャンス

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会における食品ロス対策

- ✓ 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向け、同大会組織委員会は持続可能性に配慮した運営計画を策定。競技会場や選手村等における多量の飲食提供に当たって、食べ残し削減に向けた効果的な取組を推進する方針。
- ✓ 過去大会では、食品ロスの計測が行われてこなかったことから、計量と見える化を通じて、今後の大規模スポーツイベントなど様々な場面において対策を進めるためのレガシーとする。

資源管理分野における大目標と方向性

Zero Wasting ～資源を一切ムダにしない～

サプライチェーン全体で資源をムダなく活用し、資源採取による森林破壊・土地の荒廃等と、廃棄による環境負荷をゼロにすることを目指して、全員で取り組む。

<具体的な取組方針>

- (事業者の対策) ICT技術等を活用した飲食提供数の予測による発注量の最適化。
- (提供時の対策) ポーションコントロールなどによる給仕量の調節
- (意識啓発) 選手・大会関係者・観客等への食品廃棄物抑制の重要性に関する意識啓発
- (計測) 食品廃棄物の計量と見える化

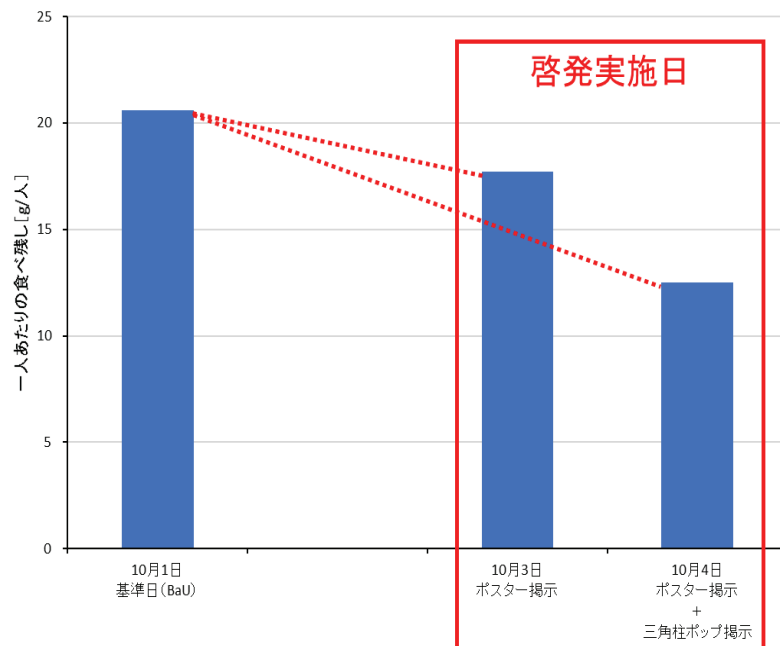
大規模スポーツイベントにおける食品ロス削減手法（選手を対象とした啓発）

- ✓ 2018年女子バレーボール世界選手権の期間中に、選手の宿泊するホテルで、通常の手法で提供した場合と、食べ残しを発生させないことを呼びかける多言語（日、英、スペイン）の啓発資材を活用した場合の食べ残し量を比較。
- ✓ この結果、ポスターや卓上ポップによる啓発を実施した場合、一人当たりの食べ残しの量は減少。

調査結果HP : https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/sports_foodloss.html



【一人あたりの食べ残し量 (g/人)】



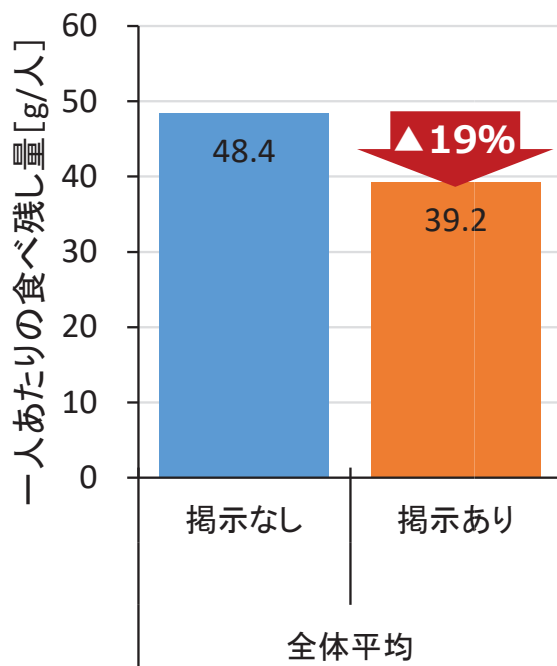
【啓発資材（ポスター・三角柱）、計測時の様子】



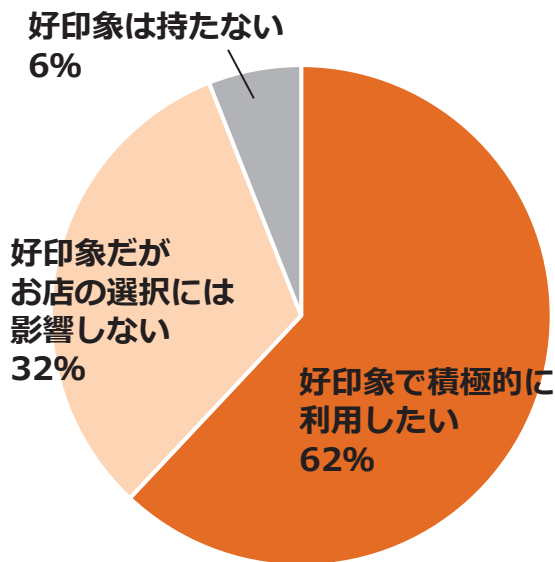
大規模スポーツイベントにおける食品ロス削減手法（飲食店利用客を対象とした啓発）

- ✓ ラグビーワールドカップ2019の期間中に、選手の宿泊するホテルや競技会場周辺の飲食店において、食べ残しを発生させないことを呼びかける多言語（日、英、仏）の啓発資材を掲示。
- ✓ この結果、「食べ残しゼロにトライ！」と呼びかけるポスターや卓上ポップを掲示した飲食店では、一人当たりの食べ残し量が約2割減少。
- ✓ また、これら飲食店の利用客へのアンケート調査では、約9割が食品ロス削減に取り組む店舗に好印象を持ち、約6割がこのような店舗を積極的に利用したいと回答。

【一人当たりの食べ残し量】
（居酒屋）



【啓発を実施した飲食店への印象】



【啓発資材（飲食店（居酒屋））】



ICTやAI等の新技術を活用した 食品ロス削減に効果的なビジネスの促進

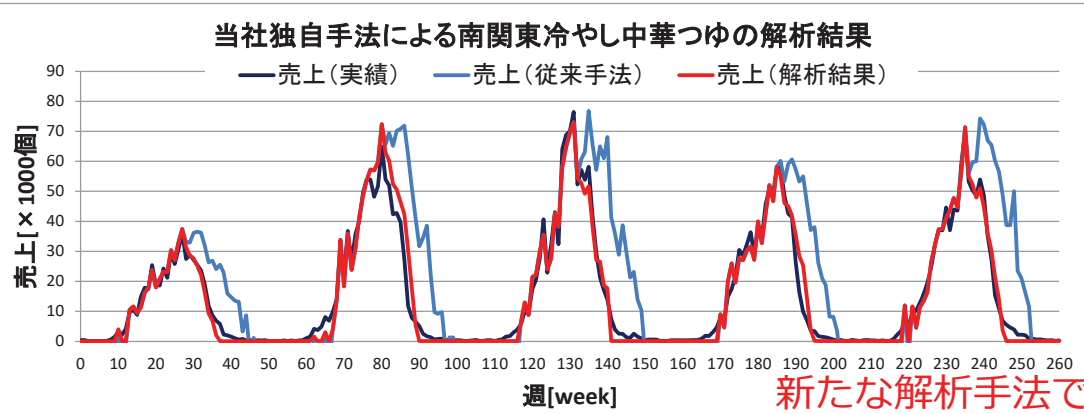
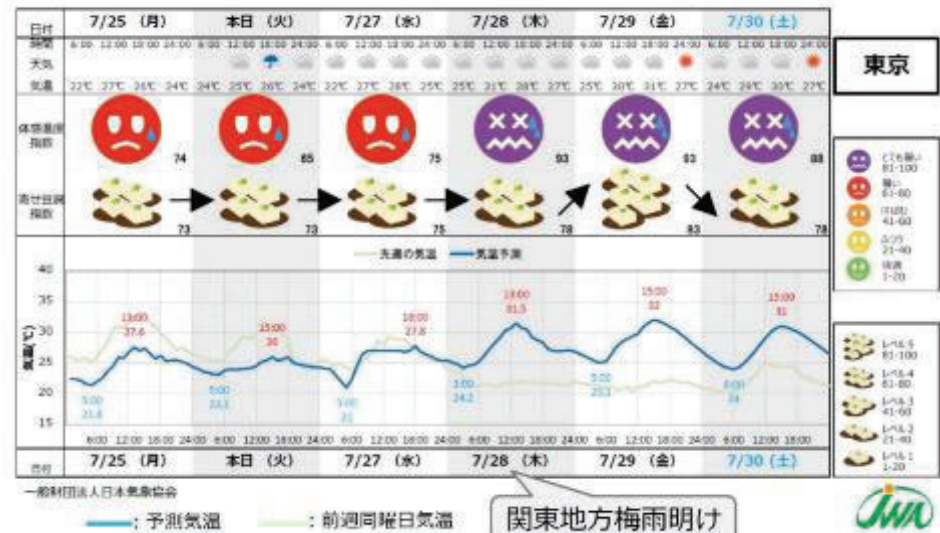
食品業界の取組（食品製造業者と日本気象協会の連携の例）

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

新たな解析手法では売上の97%を気象で説明可能

ICTやAI等の新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネスの促進



- ✓ 近年、ICTやAI等の新技術を活用した未利用食品の販売（シェアリング）や食品の需要予測など、食品ロスの発生防止につながる新たな民間ビジネスが開始。
- ✓ 食品産業の個々の努力だけで事業系食品ロスを半減することが容易ではない中で、これらのビジネスは、今後の食品ロス削減に向けた取組として期待。
- ✓ 農林水産省では、これら新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネスを促進。

【新ビジネスの募集と紹介】

ICTやAI等の新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネスを募集。

（令和元年12月～令和2年1月）

応募のあったビジネスについて、農林水産省のホームページで紹介。

応募のあったビジネスのテーマ

- ・未利用食品の販売（シェアリング） 13企業
- ・食品の需要予測 8企業
- ・その他 3企業

例えば、

- ・未利用食品のインターネット上での販売
- ・廃棄される恐れのある商品を抱える飲食店と消費者とのマッチング
- ・小売店で販売期限を迎えた食品をお得に買うことができるアプリ
- ・POS・気象・人流データ等による需要予測

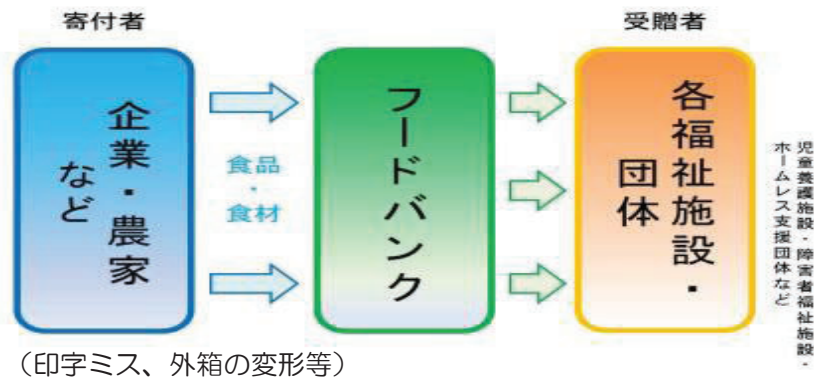
フードバンク活動の推進

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



フードバンク活動に対する課題

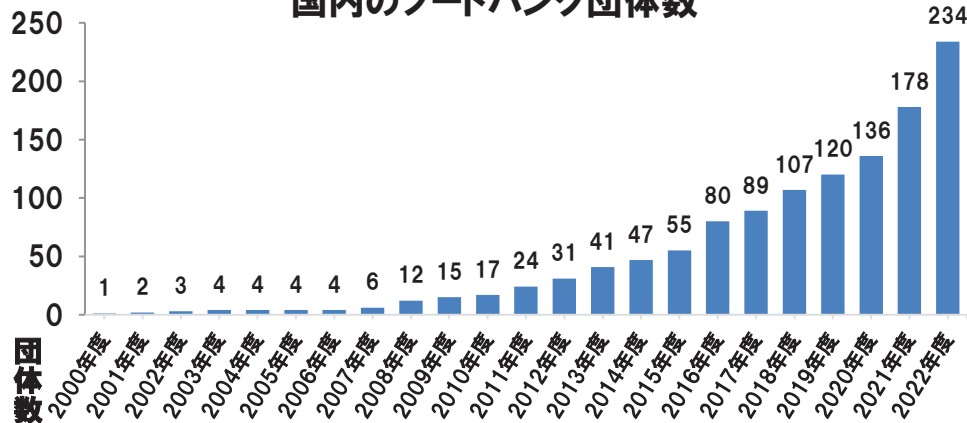
供給側（食品関連事業者）の意見

- ・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。

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」（平成31年度調査）等



農林水産省におけるフードバンクへの支援事業



スタートアップ、先進的取組への支援

(令和5年度当初概算決定) 食品ロス削減総合対策事業のうちフードバンク活動支援【92百万円】

1. フードバンク活動団体のスタートアップ支援
設立間もない団体等に対して
 - ① **検討会や研修会開催**(定額補助)、
 - ② **運搬用車両、一時保管用倉庫**(冷蔵庫・冷凍庫を含む)等の賃借料(1/2補助)を支援。
2. フードバンク活動団体の先進的取組支援
広域連携等、**先進的な取組**を行うフードバンクに対して、その取組に**必要な経費を支援**(1/2補助)。

食品の受入れ・提供の拡大への支援

(令和4年度補正予算) 食品ロス削減及びフードバンク支援緊急対策事業【300百万円】

子ども食堂等向けの**食品の受入れ・提供を拡大**するために必要となる**運搬用車両、一時保管用倉庫**(冷蔵庫・冷凍庫を含む)等の賃借料、**輸配送費を支援**(定額補助)。

活動強化に向けた専門家派遣等

(令和4年度補正予算) 食品ロス削減及びフードバンク支援緊急対策事業【300百万円】

1. 専門家派遣等
食品の取扱量拡大、食品提供元となる企業や食品提供先となる子ども食堂等とのマッチング、活動計画策定等に必要なノウハウ獲得を促進するため、**専門家派遣等**によるサポートを実施。
2. ネットワーク強化
食品の取扱量拡大に向け、食品企業や子ども食堂等とのマッチングやフードバンク間のノウハウ共有等を推進するため、**情報交換会等のネットワーク強化のサポート**を実施。

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



フードバンク情報交換会について

- ✓ 「食品ロス」の削減に向けて、「フードバンク活動」の周知・促進、フードバンクと食品関連事業者等との交流を目的とした情報交換会を開催。
- ✓ 情報交換会の中ではフードバンク活動団体の取組状況や、フードバンクに食品提供する事業者の取組事例等を紹介。また活動を推進していくための課題や改善策について意見交換を行っている。

●開催実績

年度	開催回数	場所
H28年度	8回	札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、大阪、広島、福岡 (補助事業の一環として実施)
H29年度	7回	仙台、東京(2回開催)、名古屋、大阪、岡山、福岡 (補助事業の一環として実施)
H30年度	10回	札幌、仙台、埼玉、金沢、名古屋、大阪、岡山、高松、熊本、那覇 (各農政局において主催)
R元年度	7回	仙台、埼玉、新潟、名古屋、京都、岡山、石垣 (各農政局において主催)
R2年度	5回	富山(2回開催)、名古屋、岡山、福岡 (各農政局において主催)
R3年度	6回	大阪、熊本、沖縄(オンライン)、中四国(オンライン)、北陸(オンライン)、東京
R4年度	13回	神奈川、愛知、大阪、熊本、中国地区(全4回、内3回オンライン)、四国地区(全4回)、沖縄

●フードバンクと食品関連事業者とのマッチング実績

食品提供企業名	提供食品
株式会社山形屋商店	油麩(仙台麩®)
福島中央青果卸売(株)	野菜・果物類
農業生産法人(有)登米ライスサービス	米
株式会社一正蒲鉾	水産練製品
マルサンアイ(株)	味噌
井村屋(株)	冷凍肉まん
石井食品(株)京丹波工場	リゾット等
弓ヶ浜水産(株)	水産品

<情報交換会の様子>



フードバンクへの食品提供・寄附にかかる税制上の取扱いについて

食品提供にかかる税制上の取扱い

- ✓ フードバンクへの食品の提供が、企業等の商品廃棄として行われるものであれば、その提供に要する費用を、提供時の損金の額に算入可能。
- ✓ 広告宣伝のために食品を提供する場合には、その提供に要する費用は広告宣伝費として損金の額に算入可能。
- ✓ 提供に要する費用とは「提供した食品の帳簿額」を指し、食品の引取費用（配送費等）を企業が負担している場合は、これらの費用も含む。

※企業の社内ルール等に基づいた商品廃棄処理の一環で行われる取引であること。

※企業とフードバンクとの合意書に、提供した食品の転売等の禁止や、その食品の取扱いに関する情報の記録及び保存、結果報告のルールを定めており、提供した食品が目的外に使用されないことが担保されていること。

※企業が提供した食品の内容や提供量が分かる受取書等をフードバンクから受領する必要がある。

寄附にかかる税制上の取扱い

- ✓ 法人がフードバンクに支出した寄附金については、一般の寄附金として一定の限度額までが損金に算入可能。
- ✓ 認定NPO法人等などの特定のフードバンクに対する寄附金については、一般の寄附金とは別枠で損金算入限度額が設定される税制上の優遇措置あり。

フードバンクへの食品提供・寄附に係る税制上の取扱いについて（農林水産省ホームページ）
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html



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＞



＜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）



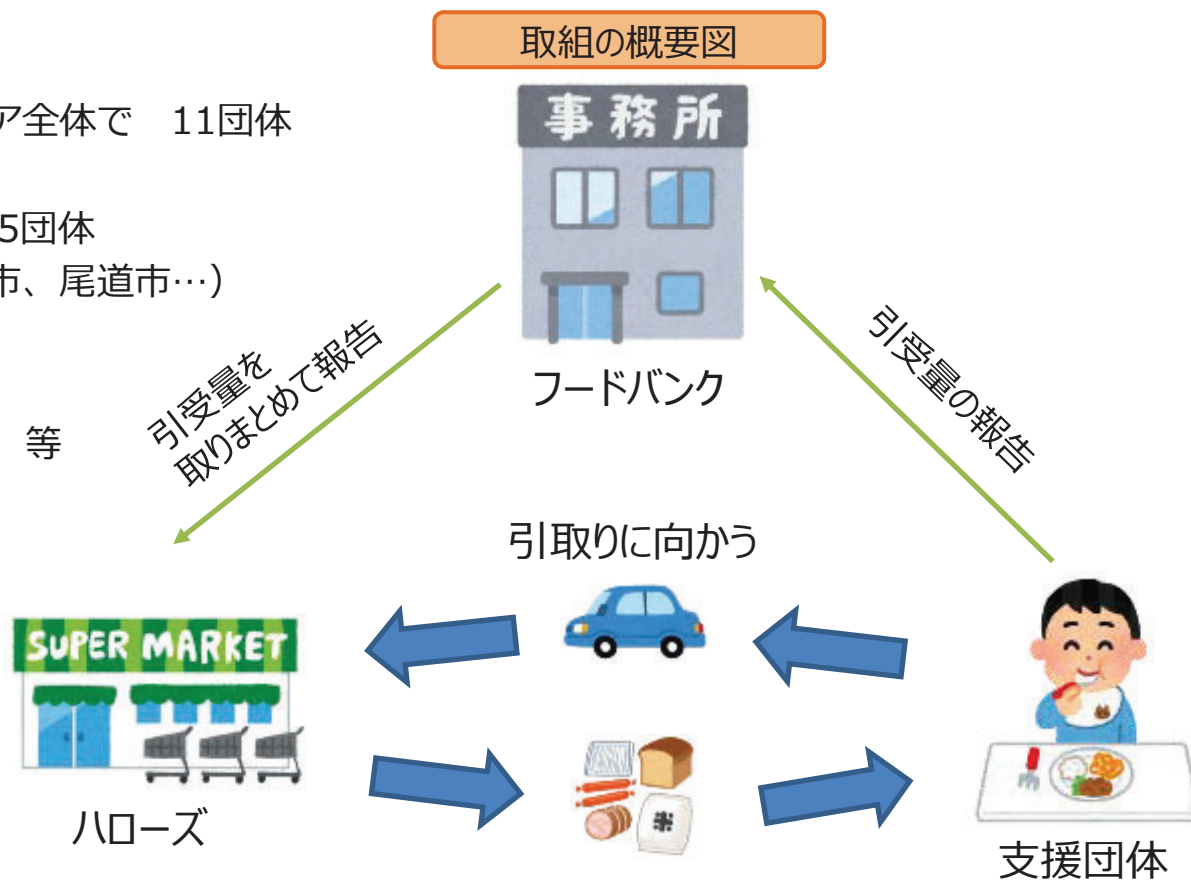
食品小売事業者（株）ハローズの例



- ・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子ども食堂等に寄贈する取組を開始。

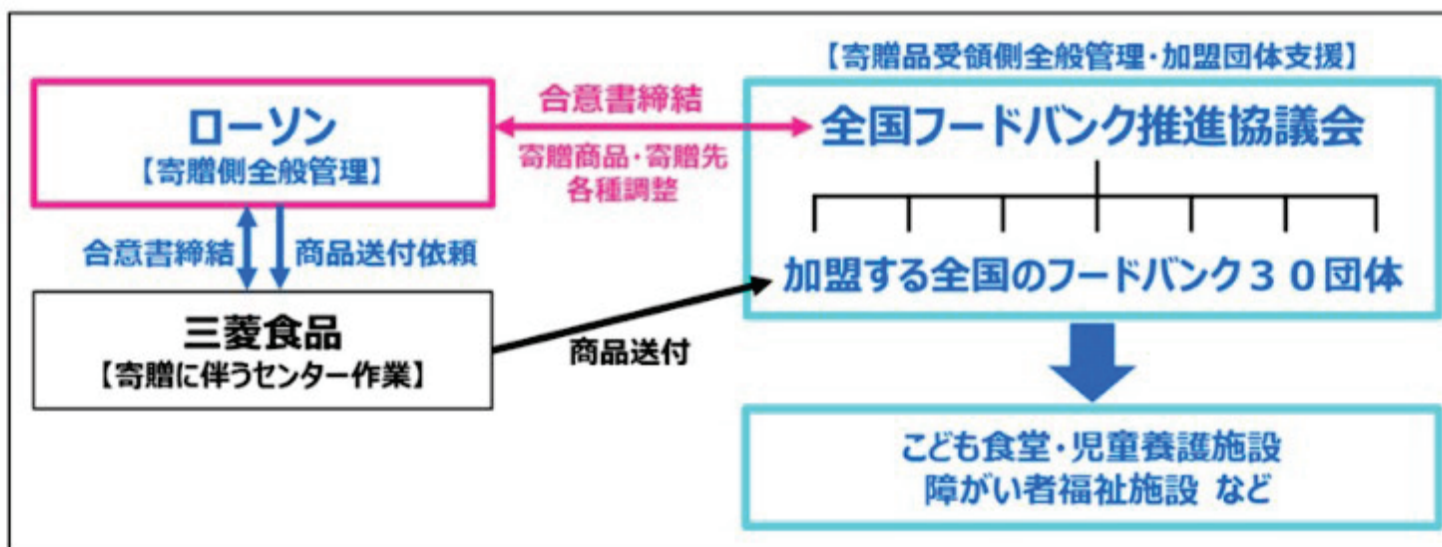
【対象となる未利用食品】

「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。

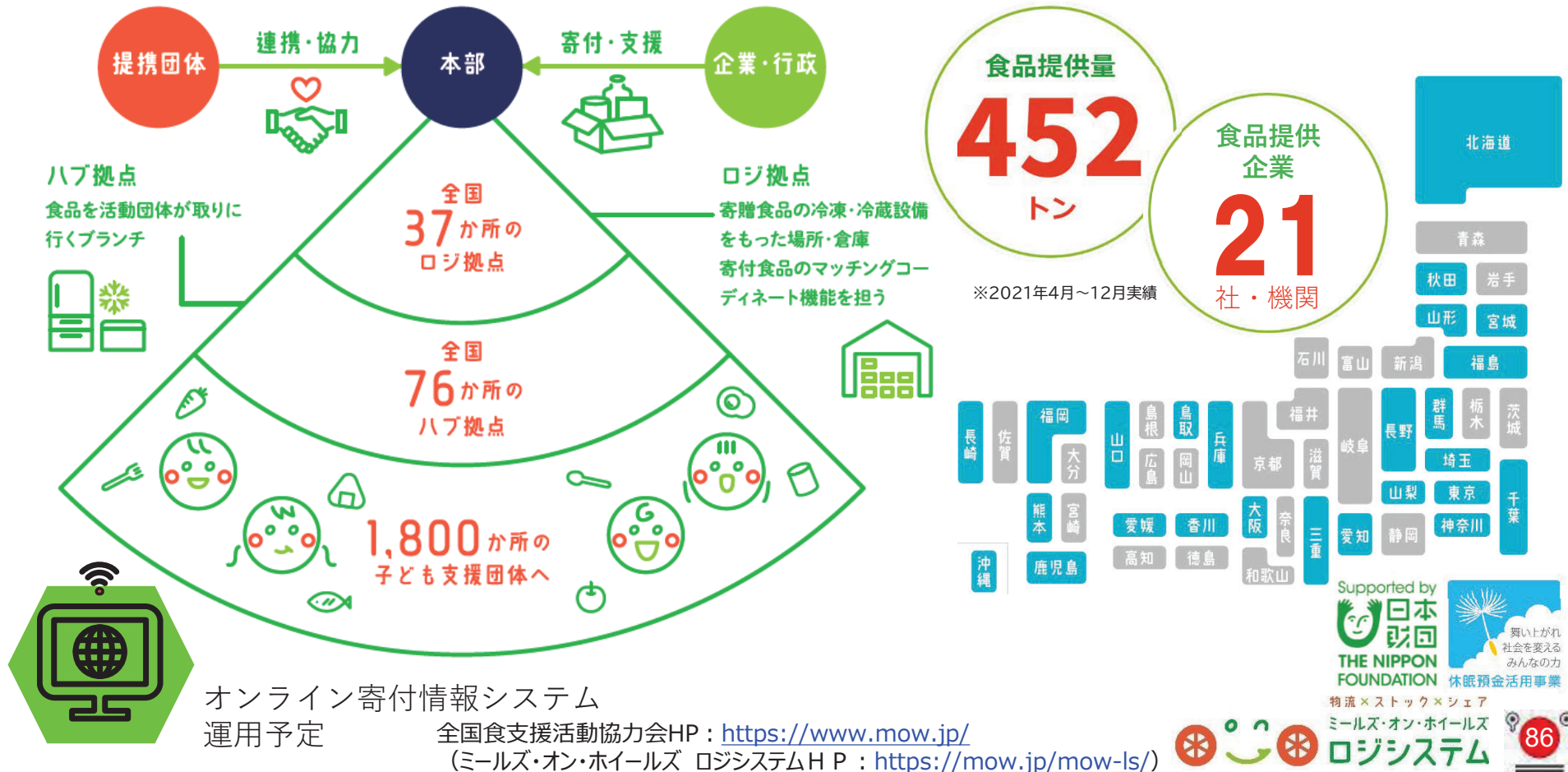


各地域のネットワークによる全国への食料支援の取組（（一社）全国食支援活動協力会）



- ✓ 全国25都道府県37拠点に寄附食品を受入・保管できるロジ拠点を整備し、約1,800ヶ所の食支援団体へ食品を提供できる体制を整備。拠点の設備は常温・冷蔵・冷凍に対応。
- ✓ 企業からの寄附食品を、量を集約して卸せるようにすることで配送を効率化し、費用を軽減。
- ✓ オンラインで寄贈申請可能な寄付情報システムを運用予定。

○ 全国食支援活動協力会において全国の企業等からの寄附相談を一括で受け、各地域への寄附を調整



国の災害用備蓄食品の提供に関するポータルサイトについて

- 国の災害用備蓄食品のフードバンク等への提供について、農林水産省でポータルサイトを設け、各府省庁の情報を取りまとめて公表することとしたところ。（4月21日関係府省庁申合せ）
- ポータルサイトでは、各府省庁が無償提供する災害用備蓄食品について、①フードバンク等への引渡時期、品目、商品名、提供可能個数、申込期間等、②提供結果（提供先等）の情報を提供。
※ ポータルサイトの立ち上げ時には、各フードバンクに対して一斉に情報提供。その後も、案件がある都度に情報提供。
- ポータルサイトは令和3年5月28日に立ち上げ、中央省庁による災害用備蓄食品の提供について運用を開始。運用状況や地方自治体のニーズを踏まえ、地方自治体における提供情報についても掲載可能とする予定。

ポータルサイトの内容

<募集中の案件等一覧>

※掲載先URL :

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



省庁名	品目	商品名	申込期間	引渡時期	提供可能個数	引渡方法	詳細情報	各省掲載情報ページへのリンク	ポータル掲載日
A省	パックご飯	やわらかご飯	○月○日～○月○日まで	○月○日～○月○日のいずれか	3,000食	引き取りまたはお届け	詳細はこちらをご覧ください	http:○○○.○.○.○	○月○日

・リンクには以下の情報を掲載（各省より提供のあったエクセルファイルを掲載）

品目、商品名、内容量、1個当たりの重量、賞味期限、販売者・製造者、1箱当たりの大きさ（縦×横×高さ）、1箱当たりの個数、1箱当たりの重量、提供可能個数、提供可能箱数、引渡時期、引渡方法、引渡場所、申込期間、申込方法、問い合わせ先、配分方法のルール、各省ホームページへのリンク

・フードバンクは各省に直接申し込みをする

※募集を終了した案件については、提供結果（フードバンク名等）を掲載

4 地方公共団体や事業者の取組事例

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）



さん さん さん さん

3010

運動

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）

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に、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 of 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。



販売方法の工夫による食品ロス削減の取組事例（ヤマダストアー(株)）



- ・2018年2月に、海産資源を大切にしたい気持ちから、恵方巻きなどを広告した折込チラシに「もうやめにしよう」というメッセージと共に、「今年は全店、昨年実績で作ります」、「欠品の場合はご容赦くださいませ」という文章を添えて発信。昨年実績より多く作るという商慣習に対し、あえて売り方の見直しを行い、事前にお客様に向けてお知らせ。
- ・結果、兵庫県内8店舗中5店舗で完売。前年に比べ、廃棄量は減少。

もうやめにしよう

売上至上主義、成長しなきゃ企業じゃない。
そうかもしれないけど、何か最近違和感を感じます。

昨年あちこちで大量に廃棄された恵方巻がSNSで話題になりましたが、そりゃそうです。
のぼせのぼせ、ふやせふやせの店舗数と恵方巻の大量生産で数は膨れ上がり続けています。

食材を原価だけで考えてるからそんなことになるんやと思う。水も土も海産資源も地球が無料で私たちに与えてくれています。
スーパーの現場で働くと、どんなに偉い学者さんじゃなくても分かります。
ヤマダの鮮魚従業員も「海産資源は絶対減ってる」って言ってます。だから大事にしたいんです。

今年も1本1本心を込めて巻きました。ヤマダの巻寿司は殆どお店で巻いています。
魚屋さんで魚を切って、お肉屋さんでお肉を焼いて巻いています。

今年もしかしたら早くに無くなるかもしれないけれど、ヤマダはこれ以上成長することよりも今を続けられることを大事にしたいです。
最後の1本の恵方巻までお客様に愛されますように。

ちょっと変なスーパー ヤマダストアー株式会社

※今年は全店、昨年実績で作ります

売れ行きに応じて数を増やすことを今年は致しませんので、欠品の場合はご容赦くださいませ



※2018年2月折込チラシ

「食べ残し」対策の取組事例①



- ✓ 地方公共団体の食品ロス削減への動きと合わせて、各地の外食事業者等においても、小盛り・小分けメニューの提供やお客への食べきりのインセンティブ付与等の様々な「食べ残し」対策を行っている。

小盛り、小分けメニューの展開 持ち帰り容器の提供

【大珍楼】

(神奈川県横浜市 食べきり協力店)



食べ放題のメニューの最小単位を小さくして、例えば北京ダックやエビの揚げ物など、1枚・1個から注文を可能とすることで、お客様の食べ残しを削減。

また、コース料理について、おいしく食べきって頂くことを前提にしつつ、持ち帰りを希望されるお客様へは持ち帰り容器を提供。なお、傷みやすい料理は持ち帰り不可とする等、衛生面にも配慮。

インセンティブの付与

【静岡県：ふじのくに食べきりやったねキャンペーン】

協力店舗数 329 (R2.4)

「食べきり」に成功した客・グループに対して、特典（飲食代割引や地産品プレゼント）を付け、食べきりに対してのインセンティブを付与。



食べきりへの声かけ

【岩手県：ホテルメトロポリタン盛岡】



乾杯後30分間、お開き前10分間は、お酒で食事を楽しみましょう。
日本国では、食べ残し、経費削減の食品など、食べられるのに捨てられてしまう「食糧ロス」が多く発生しております。その中でも飲食店から排出される食品ロスは半量以上がお客様の食べ残しとされています。「もったいない」を省け、食への感謝を持ちながら、宴会での食べ残しを減らしましょう。食のメトロからの提案です。

各種パーティーにおいて幹事や司会者と相談し、食べ残しを減らすための「3010運動」を実践。

「食べ残し」対策の取組事例②



- ✓ 大津市では、食品ロス削減に取り組む飲食店等を「三方よしフードエコ推進店」としてPRすることとあわせ、「正しいドギーバッグ使用を推進する運動」を推進。
- ✓ 「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」に基づき、飲食店等における注意点をまとめた「ドギーバッグ使用ガイド」を独自で作成。

【三方よしフードエコ推奨店】

食品ロス削減につながる取組を行う飲食店等を推奨店として登録する制度。登録された店舗をHPで公開。



(「三方よし!!」でフードエコ・プロジェクト)
キャラクター・よっしーくん)

ドギーバッグ使用ガイド



- ・持ち帰りは、刺身などの生ものや半生など加熱が不十分なものは避け、帰宅後に加熱が可能なものにし、食べきれる量を考えておこなうこと
 - ・持ち帰った料理は帰宅後できるだけ速やかに食べる
 - ・中心部まで十分に再加熱してから食べる
- など、お店から客への説明事項や注意書きを具体的に掲載。

ドギーバッグ使用ガイド(大津市)紹介サイト↓

<http://www.city.otsu.lg.jp/machi/gomi/ji-gyo/1517474154810.html>



外食事業者の取組事例（和食さと（サトフードサービス(株)））



- ・サトフードサービス(株)では、食品の「小ロット化」、加工済み食材の導入、天かす搾油機の導入、食べ残し対策として、少量メニューやサイズが選べるメニューの導入により、食品ロスを削減。
- ・過去の食材使用実績と計画客数から食材の使用量予測を行い、最適な仕込み数を算出。また、1週間ごとに棚卸しを実施し、食材ロスを見える化することで食品ロスの改善に努めている。



牛肉の小ロット化



食べ残し対策として、ハーフサイズのメニューやミニサイズの丼・麺などを提供



天かす搾油機による廃棄量削減

品名	2019年09月17日											
	在庫	仕入	消費	廃棄	在庫	仕入	消費	廃棄	在庫	仕入	消費	廃棄
鶏肉(冷凍)	1000	500	1200	100	1500	800	1800	150	2000	1000	2200	200
豚肉(冷凍)	800	400	1000	80	1200	600	1400	120	1600	900	2000	180
牛肉(冷凍)	600	300	800	60	900	500	1100	100	1200	700	1500	150
鶏卵	2000	1000	2500	200	3000	1500	3500	300	4000	2000	4500	400
小麦粉	1500	750	1800	150	2250	1125	2625	225	3375	1687.5	4012.5	362.5
食油	1000	500	1200	100	1500	750	1800	150	2250	1125	2625	225
調味料	500	250	600	50	750	375	900	90	1125	562.5	1350	125
野菜	3000	1500	3500	300	4500	2250	5000	500	6000	3000	7000	700
果物	1000	500	1200	100	1500	750	1800	150	2250	1125	2625	225
その他	200	100	250	20	300	150	350	35	450	225	550	55
合計	10000	5000	12000	1000	15000	7500	18000	1800	22500	11250	26250	2625

売上予測に応じて適正量の仕込みを実施

外食事業者の取組事例 (株)星野リゾート

星野リゾート軽井沢ブレストンコートにおいて、顧客1人1人に対応して給仕する取組を行い、食品ロスを削減。

<披露宴料理の当日選択制の導入>



- ・ 参列当日に席についてから、和食・洋食を選択できる仕組みを開発。



- ・ 当日に、好みのものを選べるため、食べ残しが減少、顧客満足度も上昇。

<ワンテーブル・ワンシェフの導入>



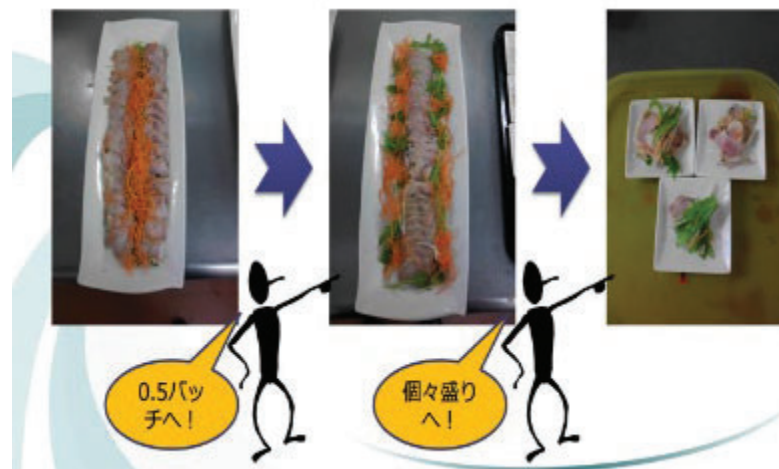
- ・ テーブルごとに、サービススタッフが1名つき、料理の切り分け、仕上げなどを行うサービス。
- ・ 1人1人に、好みや大きさを伺って、料理を提供するため、食べ残しが減少

外食事業者の取組事例 (株)星野リゾート

ビュッフェレストランでの取組

<ロスGメンによるチェック>

- ・ビュッフェ台上の料理量をコントロールし、食品ロス量を最適化。
- ・料理のディスプレイ方法のトレーニングや食品ロスの計測と記録を実施。



<タパススタイルの導入>

- ・少量ずつ様々な種類の料理を楽しむタパススタイルを平成23年から朝食に導入。現在80%の料理がタパス仕様で、廃棄量を極限まで減少させることに成功。

(現在 食べ残し約3%、ビュッフェ廃棄約6%)



外食事業者の取組事例（株）エーピーカンパニー（塚田農場等を運営）



通常であれば捨てられてしまいがちな食材を有効活用し、お客様に提供。加藤えのき月見ステーキはシーズンで6.9万食売り上げる人気商品。

えのきの石づきを利用した料理の開発

捨てられてしまうことの多いえのきの「石づき」の部分を実効活用し、石づきの上につくね、卵黄をのせた「加藤えのき月見ステーキ」として2014年から販売を開始。毎年秋のおすすめメニューのひとつとして、9月から期間限定で販売している。※商品名の加藤は生産者の名前から取っている。

実施効果

2017年はシーズンで約6.9万食を売り上げるヒット商品となっている。



未利用魚「豆アジ」の商品化

図らずも定置網にかかる豆アジは、値が付かないうえ手数料や費用が嵩み、漁師にとって流通させづらい食材。この豆アジに正当な値付けをし買い取り商品化することで、通常廃棄されるものを食材として活用している。



その他の取組事例（株式会社クラダシ）

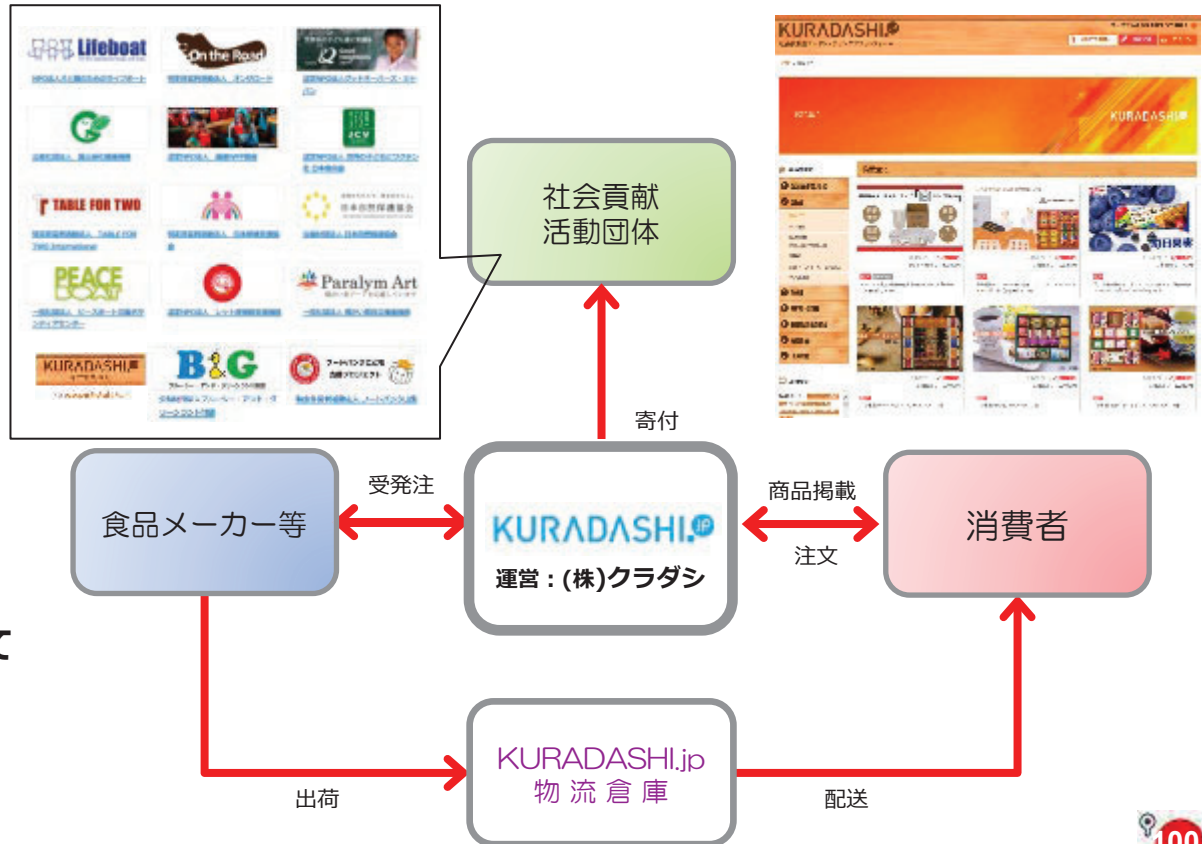


- ・ 社会貢献型フードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI.jp」の仕組みに賛同する企業から商品を協賛価格にて依頼を受け、社会貢献意識の高い会員に迅速にマッチングさせることで、食品ロスを大幅に削減するサービス。また、農水産品の規格外のみならず、売れ残る一次産品を販売し全国の農業・漁業従事者の雇用と経営発展を促進。
- ・ 購入者は、商品毎に設定された支援金（寄付）を社会貢献活動団体へ寄付することができ、環境保護、災害対策、医療・福祉サービスの充実など、社会課題の解決に貢献できるビジネスモデル。

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



利用の流れ



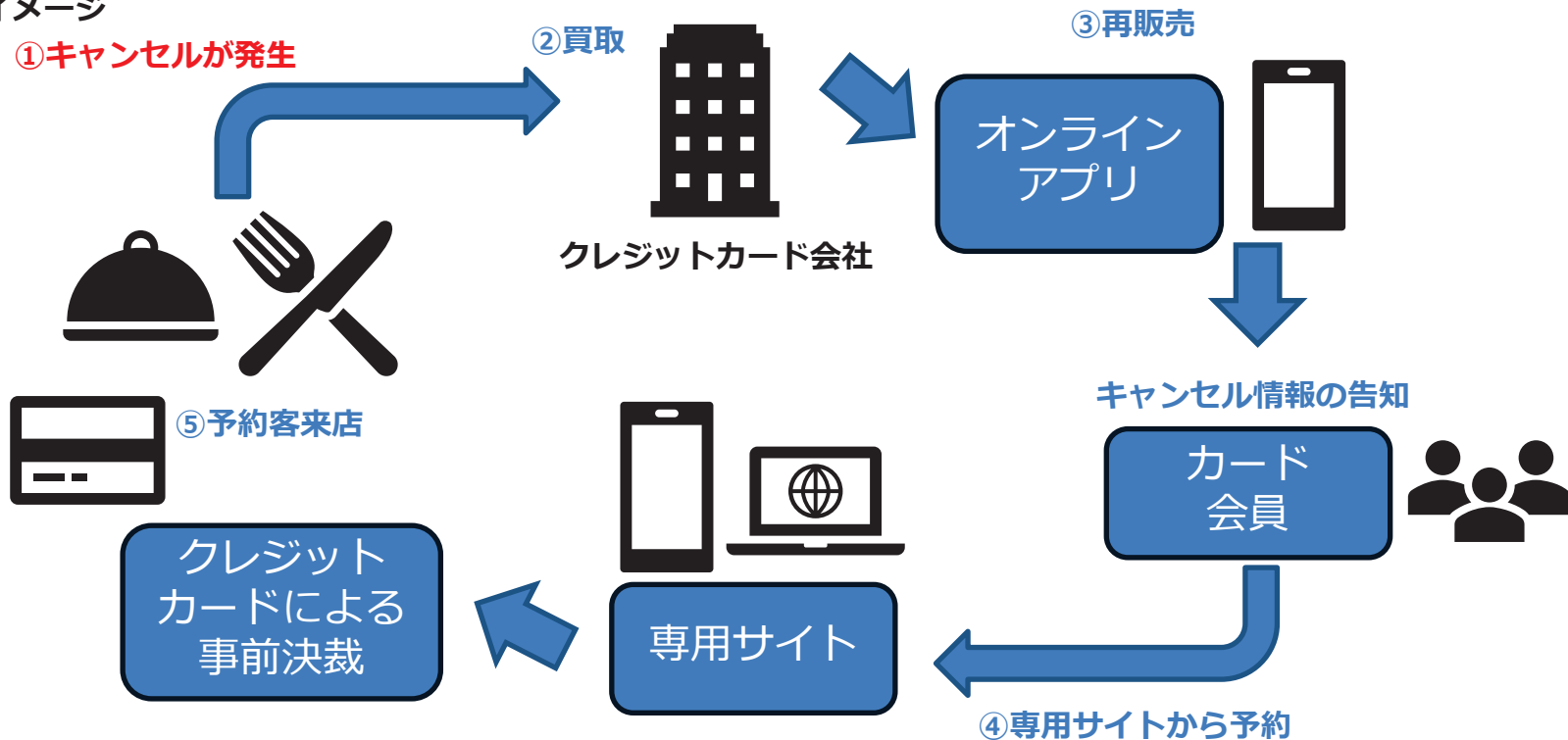
利用イメージ

その他の取組事例（クレジットカード会社）



- 「この店でキャンセルが出たら優先的に連絡してほしい」というクレジットカード会員からの声と、「突然のキャンセルに本当に困っている。どうにかできないだろうか」という飲食店からの声を結びつけるべく、予約の取りづらい有名店を含む優良飲食店でノーショーやドタキャンが発生した際にクレジットカード会社が買い取り、キャンセル情報をオンラインアプリを通じてカード会員に即時公開し再販をするサービスを提供

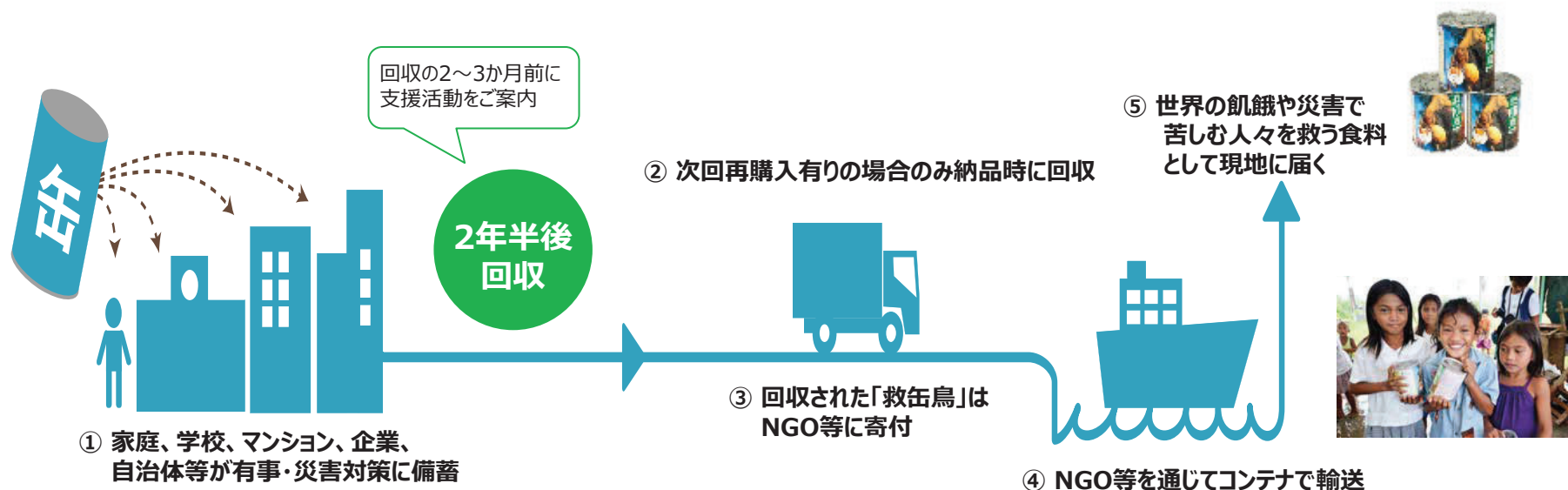
利用イメージ



その他の取組事例（株式会社パン・アキモト）

- ✓ (株)パン・アキモトで行う「救缶鳥プロジェクト」では、賞味期限3年の備蓄用パンを企業、自治体等に購入してもらい、2年半後に自社で備蓄パンを引き取り、賞味期限を約半年残した状態でNGO等に寄付。NGO等を通じて、海外の飢餓や災害の被災者に食料として提供。

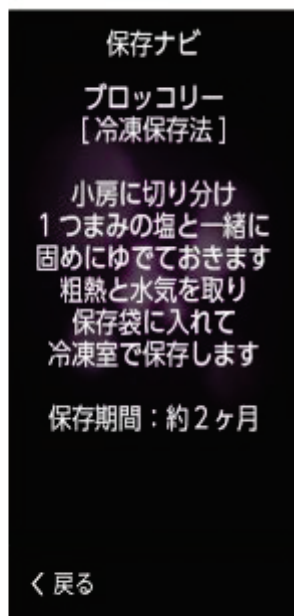
救缶鳥プロジェクトの仕組み



その他の取組事例（シャープ(株)）


- ・ シャープ製冷蔵庫（SJ-GAシリーズ）は無線LAN経由でクラウドサービス『COCORO KITCHEN』に接続し、献立の検索・提案などのさまざまな情報を音声や画面で案内。
- ・ 食品の購入頻度等の情報を学習し、使用期限等の情報をお知らせ。うっかり使用期限を忘れてしまうことを防止することで家庭の食品ロス削減に貢献。

利用イメージ

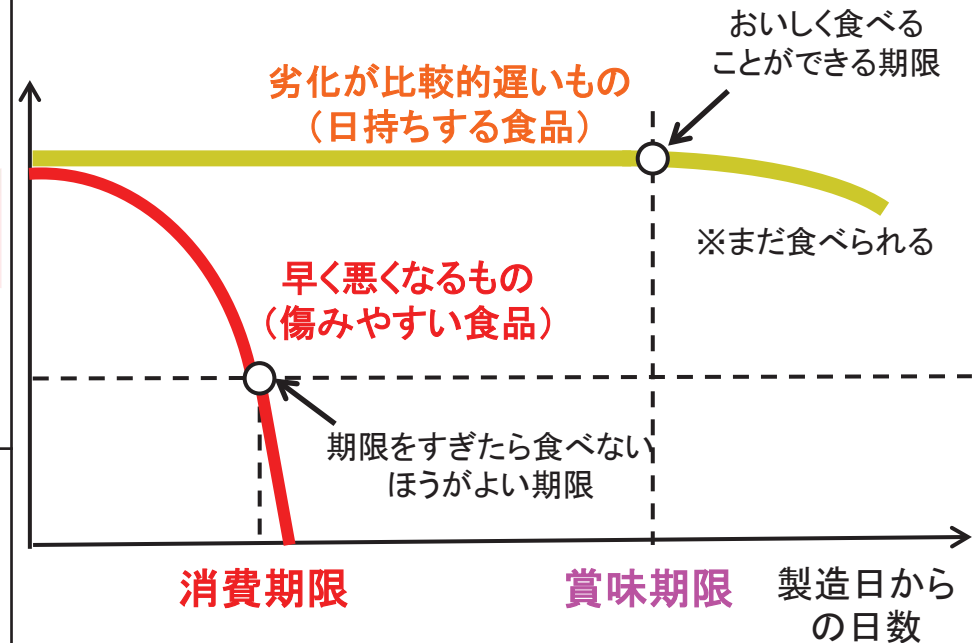


☆ 誰でもできる食品ロス削減～お買い物・消費編～

✓ 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

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>

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

16/11/10 レシピを公開

16/11/10 レシピを公開

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 水尻しゅんさん

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。ビ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

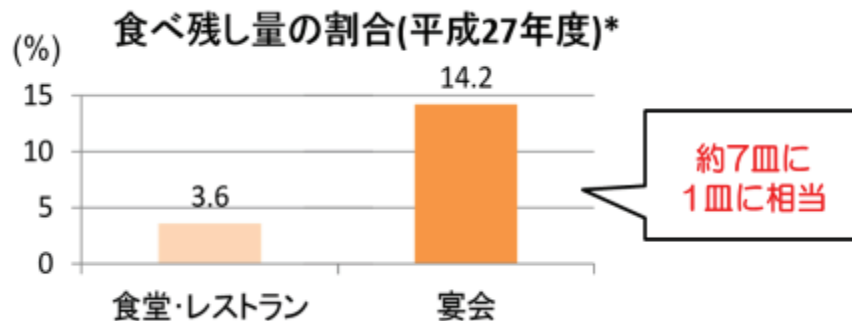


☆ 誰でもできる食品ロス削減～宴会編～

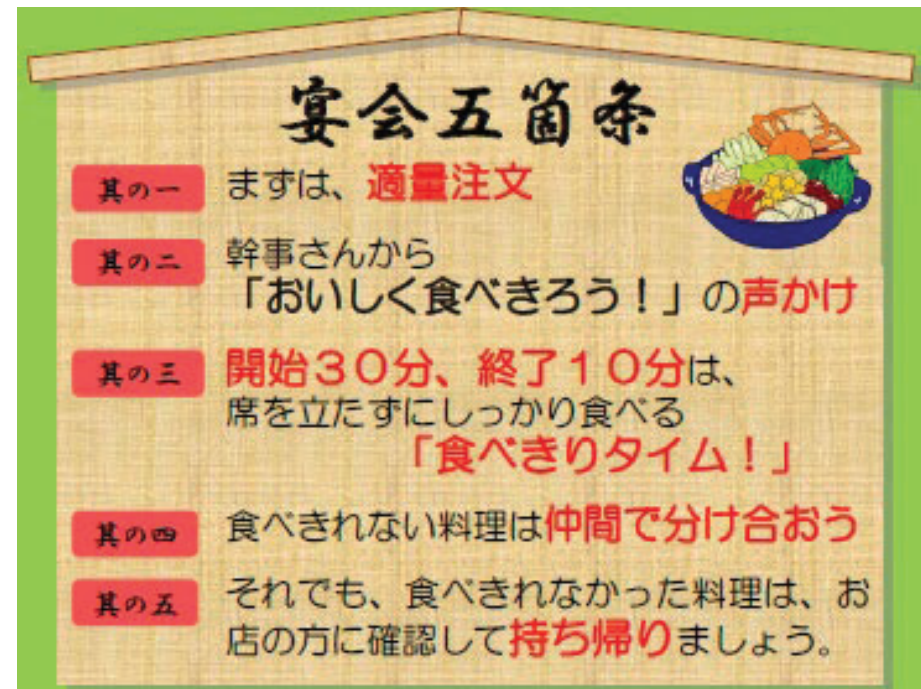


宴会での食べ残しを減らし、気持ちよくお開きしましょう。

- ✓ 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・プラスチック資源循環の推進

【令和5年度予算額 186（162）百万円】

<対策のポイント>

フードバンク活動等を通じた食品ロス削減の取組、農林水産業・食品産業におけるプラスチック資源循環の取組を支援します。

<事業目標>

- 2000年度比で事業系食品ロス量を半減（273万t〔2030年度まで〕）
- 海洋プラスチックごみによる追加的な汚染をゼロまで削減〔2050年まで〕

<事業の内容>

1. 食品ロス削減総合対策事業

153（123）百万円

① 食品ロス削減等推進事業 （食品ロス削減等課題解決事業）

民間事業者等が行う食品ロス削減等に係る新規課題等の解決に必要な経費を支援します。（例：商慣習の見直しの検討、優良事例調査、フードバンクへの寄附金付きで見切品等食品を販売する仕組みの構築等）

（フードバンク活動支援）

ア 設立初期のフードバンク活動団体の人材育成や生鮮食品の取扱量の拡大の取組等に対して、研修会開催、倉庫の賃借料等を支援します。
イ 広域連携等の先進的な取組に対し、倉庫の賃借料、活動費等を支援します。

② 食品ロス削減等調査委託事業

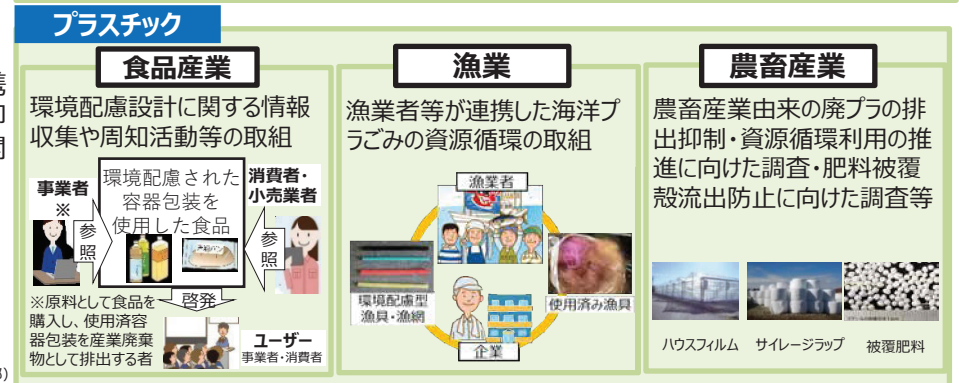
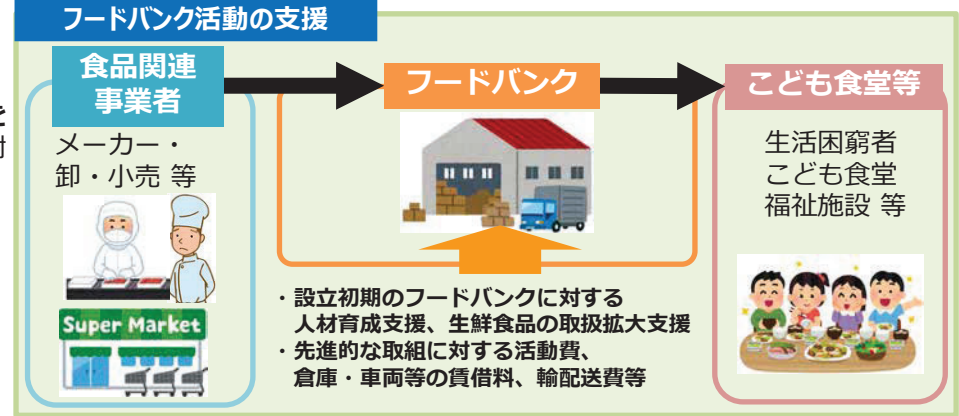
ア 食品ロス実態把握のため食品関連事業者のデータベースの整備を実施します。
イ 食品廃棄物等の可食部・不可食部の量等の調査を実施します。

2. プラスチック資源循環の推進

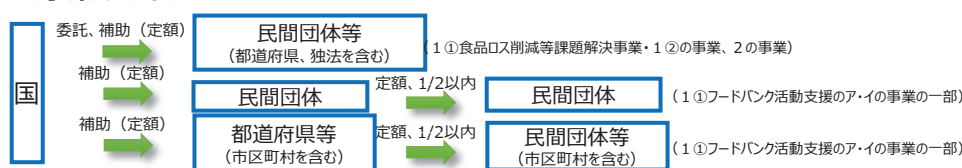
33（39）百万円

食品産業における環境配慮設計に関する情報収集や周知活動、漁業者等が連携した海洋プラスチックごみの資源循環の取組、農畜産業における廃プラスチックの排出抑制と循環利用の推進に向けた先進的事例調査、プラスチックを使用した被覆肥料に関する調査等の取組を支援します。

<事業イメージ>



<事業の流れ>



【お問い合わせ先】

大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課（03-6744-2066）

<対策のポイント>

食品ロス削減のみならず、生活困窮者支援の観点からも、その役割の重要性が高まっているフードバンクに対して、スタートアップ団体や広域連携等の先進的な取組を行う団体を支援します。

<事業目標>

2000年度比で事業系食品ロス量を半減（273万t [2030年度まで]）

<事業の内容>

1. フードバンク活動団体のスタートアップ支援

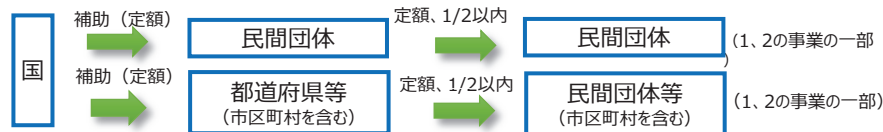
設立初期のフードバンク活動団体の人材育成や生鮮食品の取扱量の拡大の取組等に対して、研修会・検討会の開催、倉庫・車両等の賃借料等を支援します。

過去に3回以上補助を受けたことのないフードバンク活動団体であって、
①令和5年4月1日において活動開始から3年を経過していない団体
②青果物等生鮮食品の取扱量を拡大する団体
のいずれかに該当する団体。地方公共団体、社会福祉協議会等も対象。

2. フードバンク活動団体の先進的取組支援

広域連携等、先進的な取組を行うフードバンクに対して、倉庫・車両等の賃借料、輸配送費、先進的取組に必要な経費を支援します。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

- ・ スタートアップ団体での食品衛生に係る研修会・検討会の開催（スタートアップ支援）
- ・ 食品受入・提供能力の強化に向けた関係機関との連携のための会議（先進的取組支援）
- ・ 食品の取扱量拡大に向けた一時保管用の倉庫や食品を運搬するための車両等の賃借等（スタートアップ支援、先進的取組支援）



<先進的な取組の例>

- ① 広域的な連携
県域を跨いで、多くの企業から食品を受入れ、多くの施設等へ提供
- ② プラットフォームの構築
企業から寄附の相談を一括して受け付け、各地のフードバンクの中から適した提供先を調整
- ③ マッチングに特化した活動
食品の受入れ・保管を自らは行わず、食品の寄附を行う食品企業と、食料支援を求める子ども食堂等とのマッチング
- ④ 企業・行政とのコーディネート
企業や地方自治体とフードバンクとの連携強化により、継続的な食品受入れや、食料支援を必要とする者を適切に把握
- ⑤ 農業者との連携
生産者団体と連携して、生産段階で発生する規格外の農産物等を受入れ

【お問い合わせ先】
大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課（03-6744-2066）

食品ロス削減及びフードバンク支援緊急対策事業

【令和4年度補正予算額 300百万円】

＜対策のポイント＞

食品原材料価格が高騰する中、コストの削減を通じて価格高騰の抑制に資する食品ロスの削減が重要となっています。フードバンク活動を通じた食品ロス削減を図るため、**フードバンク等に対して、食品の受入れ・提供を拡大するために必要となる経費を支援するとともに、フードバンクの活動強化に向け、食品供給元の確保等の課題解決に資するよう、専門家派遣、マッチング・ネットワーク強化を支援します。**

＜事業目標＞

平成12年度比で事業系食品ロス量を半減（273万トン [令和12年度まで]）

＜事業の内容＞

1. フードバンク活動団体の食品受入能力向上支援

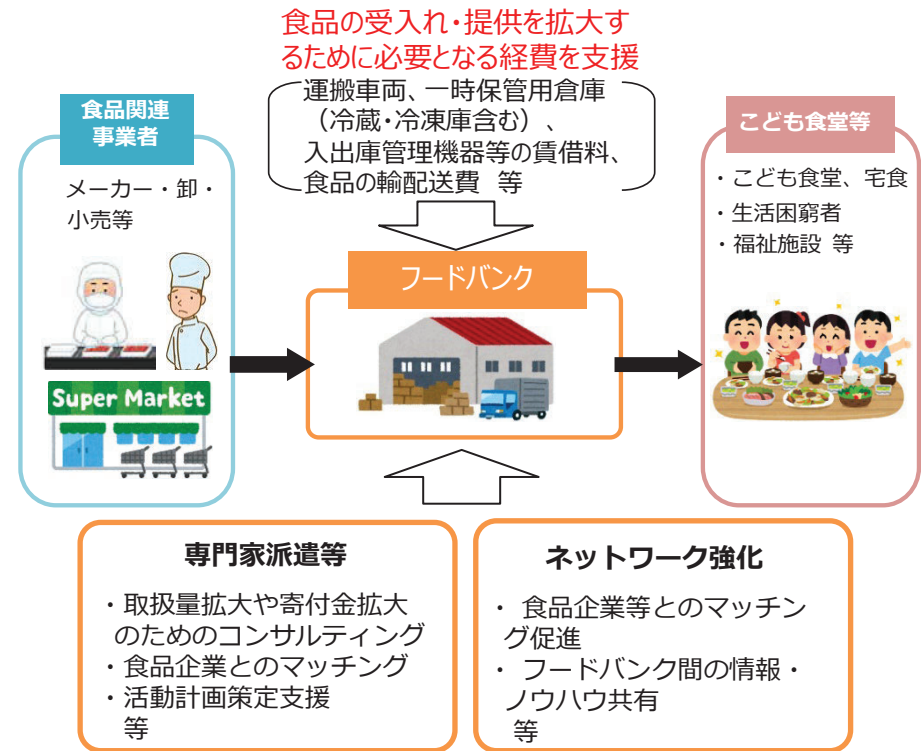
フードバンク等に対して、子ども食堂等向けの**食品の受入れ・提供を拡大するために必要となる経費**を支援します。

2. 専門家派遣等及びネットワーク強化

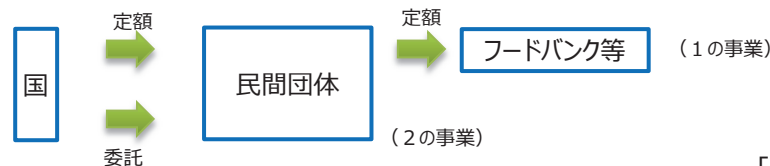
全国各地のフードバンクからの求めに応じて、フードバンクにおける食品の取扱量拡大、食品提供元となる企業や食品提供先となる子ども食堂等とのマッチング、活動計画策定等に必要ノウハウ獲得を促進するため、**専門家派遣等によるサポート**を実施します。

フードバンクにおける食品の取扱量拡大に向け、食品企業や子ども食堂等とのマッチングやフードバンク間のノウハウ共有等を推進するため、**フードバンク等のネットワーク強化のサポート**を実施します。

＜事業イメージ＞



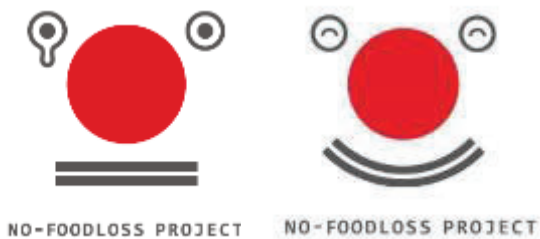
＜事業の流れ＞



【お問い合わせ先】 大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課（03-6744-2066）

☆ 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



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



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！！



食品リサイクルについて



食品リサイクル法に基づく新たな基本方針の概要（令和元年7月公表）

基本方針

1. 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向

- ・「基本理念」において食品ロスを明記し、食品関連事業者及び消費者の食品ロス削減に係る役割を記載
- ・食品廃棄物の適正処理の推進のため、食品関連事業者の排出事業者責任の徹底、国による継続的な周知徹底の必要性を明記。

2. 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

- ・発生抑制に係る目標を別途告示で設定。
- ・食品ロスについては、SDGsも踏まえ、2030年度を目標年次として、サプライチェーン全体で2000年度の半減とする目標を新たに設定。
- ・再生利用等実施率目標を設定。食品製造業95%（前回同）、食品卸売業75%（前回+5%）、食品小売業60%（前回+5%）、外食産業50%（前回同）（2024年度までに）

3. 食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項

【食品関連事業者への指導等】

- ・国による食品関連事業者への積極的な指導・助言、市町村による多量排出事業者への減量化指導の徹底。
- ・食品関連事業者の意識の向上とその取組の促進を図るため、定期報告データの公表内容の拡充によって食品関連事業者の意識の向上と取組の促進を図るよう運用の見直し。
- ・排出事業者責任に係る指導の徹底。

【登録再生利用事業者の育成等】

- ・登録再生利用事業者の中で優良な事業者を自主的に認定する取組の活用。

【再生利用の環境整備】

- ・地域循環共生圏¹の実現に向けた廃棄物系バイオマス利活用のための施設整備の促進及び広域的なリサイクルループ²の形成の促進。
- ・市町村による事業系一般廃棄物処理に係る原価相当の料金徴収の推進。

¹「第五次環境基本計画」（平成30年4月閣議決定）で提唱された地域資源を補完し支え合いながら農山漁村も都市も活かす社会のこと。

²食品リサイクル法第19条に規定されている「再生利用事業計画」のこと。

食品リサイクル法政省令の改正概要（令和元年7月施行等）



政令

再生利用手法の追加

- 再生利用に係る製品として規定する製品に、「きのこ類の栽培のために使用される固形状の培地」（菌床への活用）を追加。これにより菌床への活用をした場合も再生利用等実施率に算入できるようになる。

判断基準省令

発生の抑制に関する事項の改正

- 食品関連事業者が講ずべき措置に関し、食品の販売における売れ残りを抑制するための工夫について、仕入れ及び販売以外（例：フードバンクへの提供等）でも工夫を講ずるよう規定。
- 食品の調理及び食事の提供の過程における食べ残しを減少させるための工夫について、メニュー以外（例：持ち帰り容器の導入、食べきり運動の実施等）でも工夫を講ずるよう規定。

定期報告省令

報告書様式等の改正

- 食品関連事業者は食品廃棄物等の発生量や再生利用の量を市町村ごとに分けて記載するよう変更。
- 再生利用等の状況、食品関連事業者が遵守すべき事項に関する取組状況等の非財務情報の開示を促進するために様式を変更し、公表項目の追加。
- その他、政令や判断基準省令の改正内容や報告の電子化に伴い様式をそれぞれ反映。

再生利用事業者の登録省令

登録を申請する事業者の申請書類の追加

- 登録を受ける適格性を担保するため、実績確認書類として、その販売量の根拠となる書類の提出の義務化。

食品廃棄物等の発生抑制に関する目標（2019年度～2023年度）

- ✓ 食品リサイクル法の最優先事項である「発生抑制」について、業種別に目標を設定。
- ✓ 2014年に設定した発生抑制目標値については、9割の事業者が既に目標値を達成。発生抑制をより進める観点から、2019年7月に新たに目標を設定（3業種で新規設定、19業種で引き上げ）。

業 種	基準発生原単位	業 種	基準発生原単位	業 種	基準発生原単位
肉加工品製造業	113kg/百万円	食用油脂加工業	44.7kg/t	食堂・レストラン(麺類を中心とするものに限る。)	175kg/百万円→ 170kg/百万円
牛乳・乳製品製造業	108kg/百万円	麺類製造業	270kg/百万円→ 192kg/百万円	食堂・レストラン(麺類を中心とするものを除く。)	152kg/百万円→ 114kg/百万円
その他の畜産食料品製造業	501kg/t	豆腐・油揚製造業	2,560kg/百万円→ 2,005kg/百万円	居酒屋等	152kg/百万円→ 114kg/百万円
水産缶詰・瓶詰製造業	480kg/百万円	冷凍調理食品製造業	363kg/百万円→ 317kg/百万円	喫茶店	108kg/百万円→ 83.3kg/百万円
水産練製品製造業	227kg/百万円	そう菜製造業	403kg/百万円→ 211kg/百万円	ファーストフード店	108kg/百万円→ 83.3kg/百万円
野菜漬物製造業	668kg/百万円	すし・弁当・調理パン製造業	224kg/百万円→ 177kg/百万円	その他の飲食店	108kg/百万円→ 83.3kg/百万円
味そ製造業	191kg/百万円→ 126kg/百万円	清涼飲料製造業(コーヒー、果汁など残さが出るものに限る。)	429kg/t 421kg/kg	持ち帰り・配達飲食サービス業(給食事業を除く。)	184kg/百万円→ 154kg/百万円
しょうゆ製造業	895kg/百万円	食料・飲料卸売業(飲料を中心とするものに限る。)	14.8kg/百万円	給食事業	332kg/百万円(～2019年度)→ 278kg/百万円(2020年度～)
ソース製造業	59.8kg/t→ 29.7kg/t	各種食料品小売業	65.6kg/百万円→ 44.9kg/百万円	結婚式場業	0.826kg/人
食酢製造業	252kg/百万円	食肉小売業(卵・鳥肉を除く)	40.0kg/百万円	旅館業	0.777kg/人→ 0.570kg/人
パン製造業	194kg/百万円→ 166kg/百万円	菓子・パン小売業	106kg/百万円→ 76.1kg/百万円	75業種のうち、目標値を設定しない41業種についての考え方 ・17業種：密接な関係をもつ値(売上等)との相関がとれなかった。 ・24業種：食品廃棄物等のほとんどが、製造に伴い必然的に発生する不可食部等であり、産業活動への抑制に直接むすびつく恐れがあることから、業種としては発生抑制目標値の設定になじまないとした。 自主的な努力により、発生抑制に努めるとともに、再生利用のさらなる推進に努めることとする。	
菓子製造業	249kg/百万円	コンビニエンスストア	44.1kg/百万円		

■ ..新たに目標設定した業種

■ ..目標値を引き上げた業種

基本方針のポイント①



1. 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向

- 食品廃棄物等の発生抑制を優先的に取り組んだ上で、再生利用等を実施。
- 食品循環資源の再生利用手法の優先順位は、飼料化、肥料化、きのこ菌床への活用、その他の順。

2. 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

【再生利用等実施率目標】

	(旧目標：2019年度まで)		(新目標：2024年度まで)
食品製造業	95%	➡	95%
食品卸売業	70%	➡	75%
食品小売業	55%	➡	60%
外食産業	50%	➡	50%

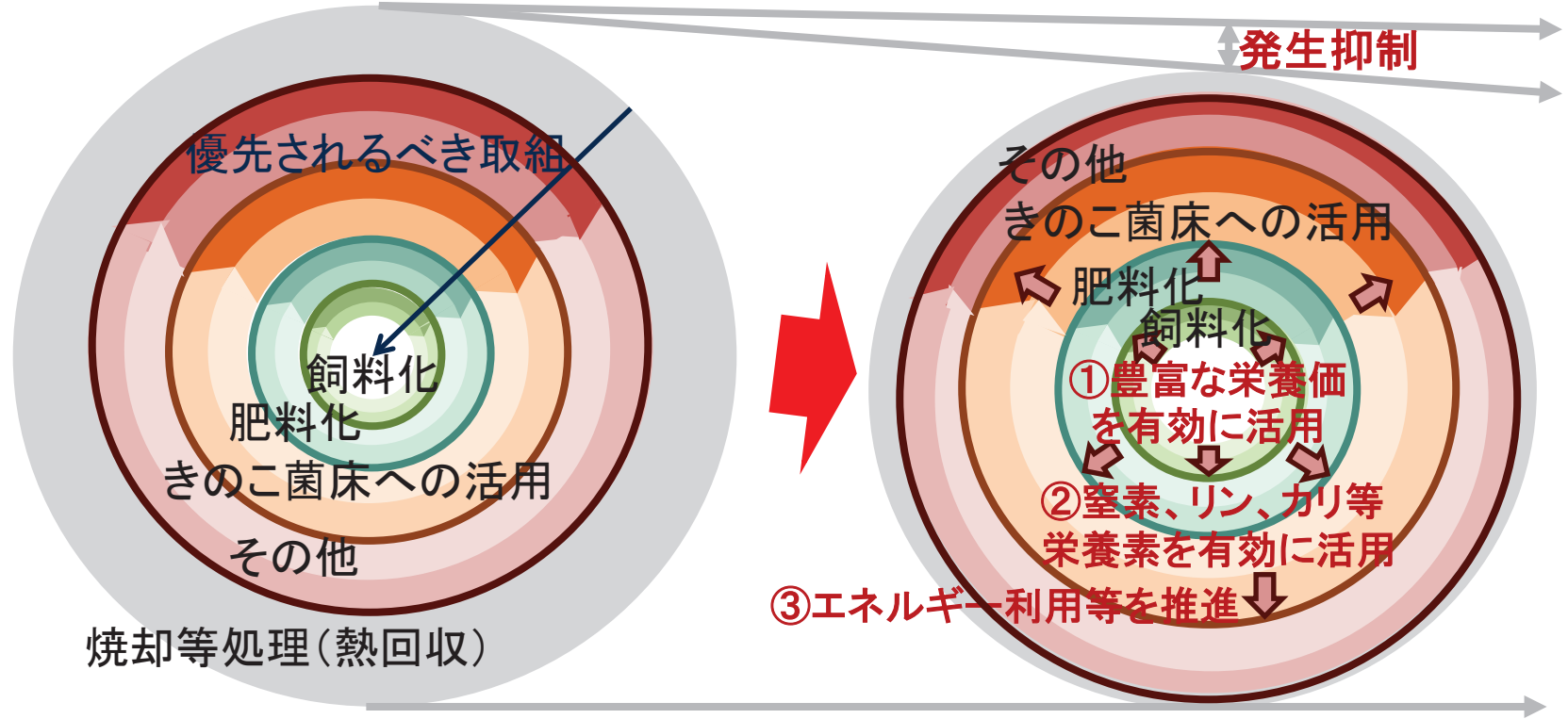
食品リサイクルの優先順位



- ✓ 再生利用手法の優先順位については、第一に資源循環が継続する「モノからモノへ」の再生利用を、環境負荷の低減に配慮しつつ優先。
- ✓ 食品リサイクル手法のうち、**飼料化**については、食品循環資源が有する豊富な栄養価を最も有効に活用できること等から最優先。次に**肥料化**（メタン化の際に発生する消化液を肥料利用する場合を含む。）、その次に**きのこ菌床への活用**を推進すべき。
- ✓ その上で、飼料化・肥料化・きのこ菌床への活用が困難なものについては、**その他の再生利用**（メタン化によるエネルギー利用等）を推進することが必要。

【食品リサイクルの現状】

【食品リサイクルの優先順位・方向性】



食品廃棄物の種類と再生利用の手法



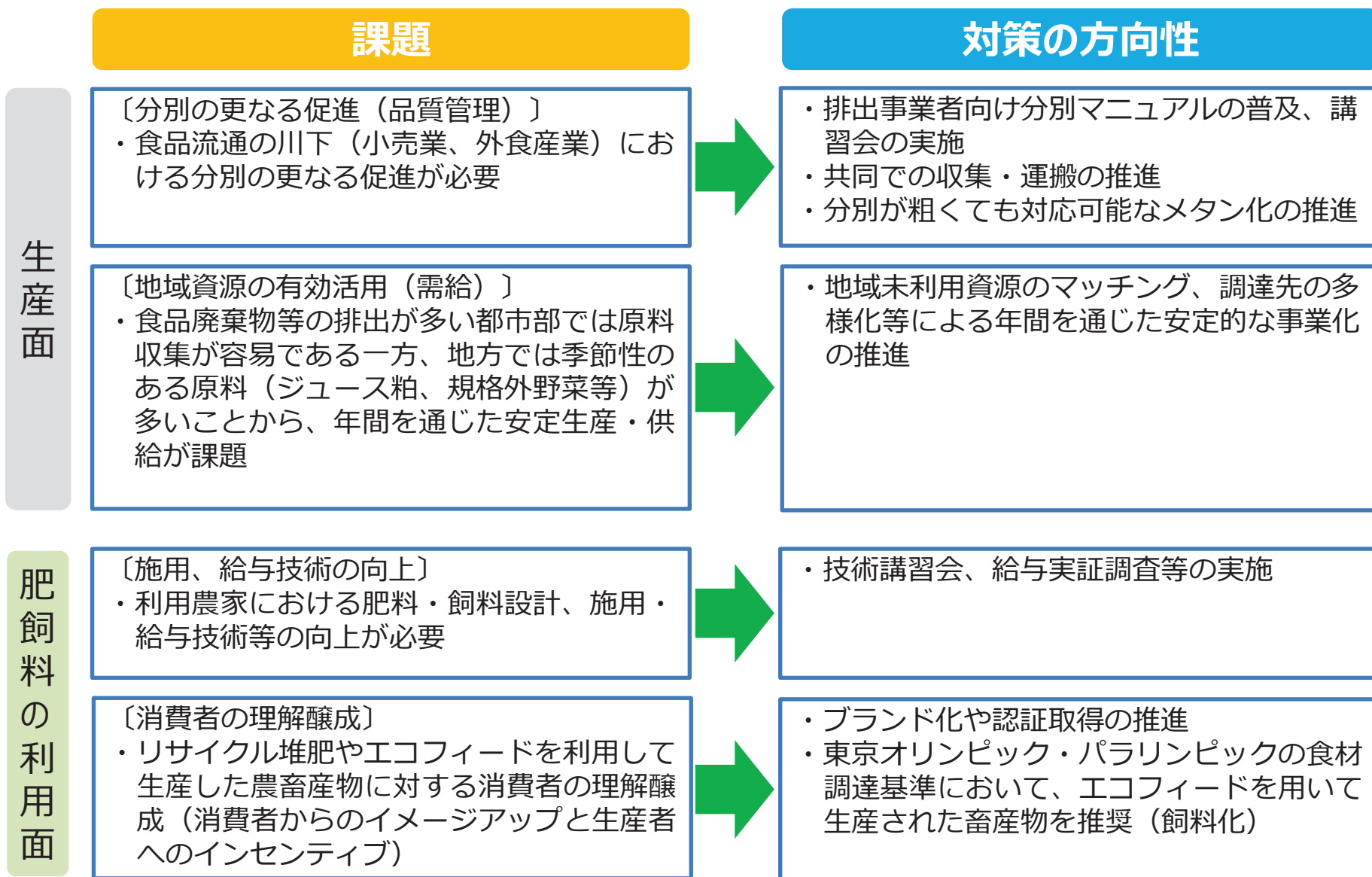
- ✓ 食品製造業から排出される廃棄物は、均質で量が安定していることから、分別も容易で、栄養価を最も有効に活用できる飼料へのリサイクルが適している。
- ✓ 外食産業から排出される廃棄物のうち、食べ残し等は家畜に対して有害なものが混入する可能性があるため、飼料へのリサイクルに不向きなものが多く、比較的分別が粗くても対応可能なメタン化が有効。

業種	食品廃棄物の種類	分別のレベル	リサイクル手法	メリット	デメリット	
食品製造	●大豆粕・米ぬか	↑ 容易	飼料化	飼料化	<ul style="list-style-type: none"> 畜産農家におけるエコフィードの利用拡大により、需要は堅調 	<ul style="list-style-type: none"> 異物除去や食品残さの品質管理・成分分析等が必要
	●パン・菓子屑					
食品卸・小売	●おから等	↓ 困難	肥料化(堆肥化)	肥料化	<ul style="list-style-type: none"> 初期投資が少なく技術的なハードルが低いことから新規参入が容易 	<ul style="list-style-type: none"> 最終製品価格が安く、需要も必ずしも多くないため利益を上げにくい
	●製造残さ(工場)					
	●返品・過剰生産分					
外食	●調理残さ(店舗)	↓ 困難	メタン化	メタン化	<ul style="list-style-type: none"> 他のリサイクル手法に比べて、比較的分別が粗くても対応が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 設備導入が高コスト 副産物利用の方法に検討が必要で、処理する場合にはコストが必要
	●売れ残り(加工食品)					
家庭	● // (弁当等)	↓ 困難	メタン化	メタン化	<ul style="list-style-type: none"> 他のリサイクル手法に比べて、比較的分別が粗くても対応が可能 	<ul style="list-style-type: none"> 設備導入が高コスト 副産物利用の方法に検討が必要で、処理する場合にはコストが必要
	●調理屑					
	●食べ残し					

※ 食品廃棄物の種類によっては、リサイクルに不向きなものもある

※エコフィードとは、食品廃棄物等及び農場残さを利用して製造された家畜用飼料の総称。

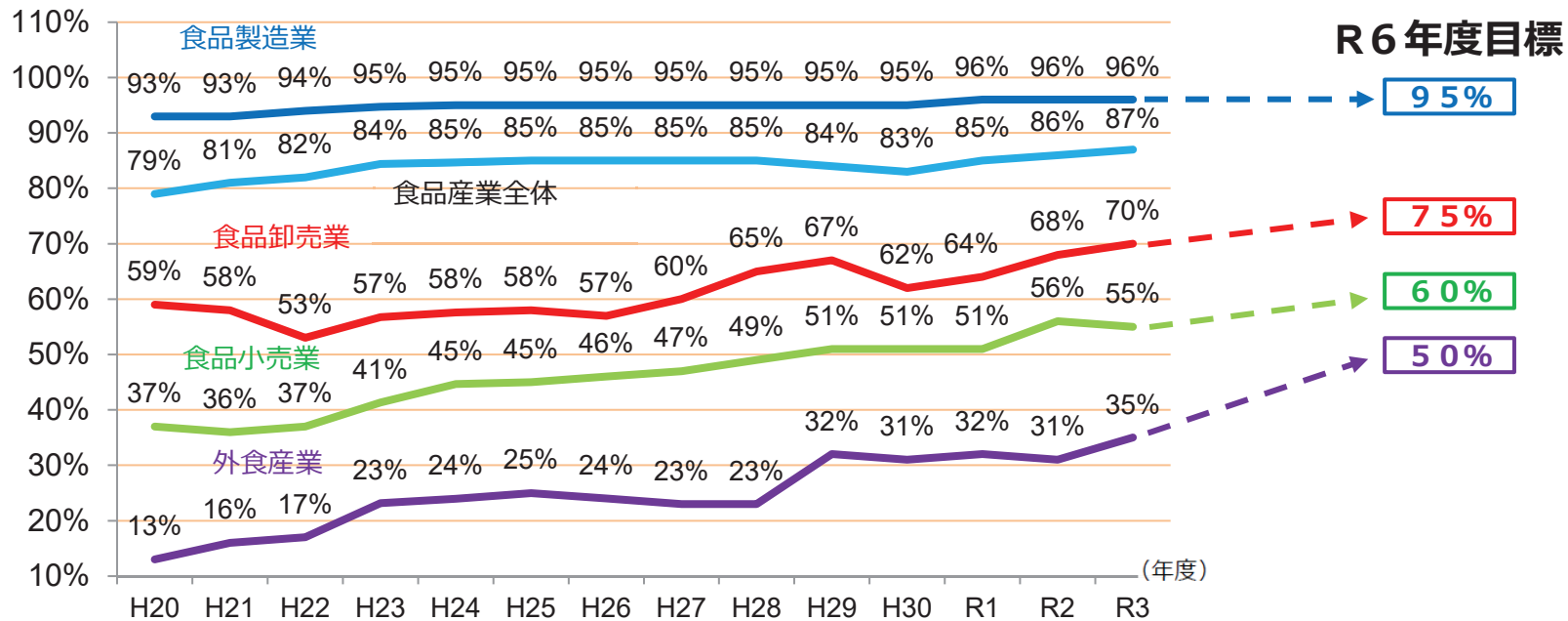
再生利用の課題と展開方向



※エコフィードとは、食品廃棄物等及び農場残さを利用して製造された家畜用飼料の総称。

再生利用等実施率に関する目標

- ✓ 食品製造業：目標を据え置いた上で、事業者においては引き続き取組を推進していくことが重要。
- ✓ 食品卸売業、食品小売業：向上傾向にあり、基準実施率の考え方を適用して目標を引き上げ。
- ✓ 外食産業：目標と乖離している状況にあり、機械的に目標を引き上げるのではなく、発生抑制の取組をより促進。（多量発生事業者とそれ以外の事業者を分けて対策を講じる必要。）



再生利用等実施率 = (発生抑制量 + 再生利用量 + 熱回収量 × 0.95^(※) + 減少量) ÷ (発生抑制量 + 発生量)
 (※) 食品廃棄物残さ(灰分)を除いたものに相当する率

基準実施率（個別企業の目標値）の算出式

基準実施率 = 前年度の基準実施率 + 前年度基準実施率に応じた増加ポイント
 (注) 20%未満は20%として基準実施率を計算

前年度の基準実施率区分	増加ポイント
20%以上50%未満	2%
50%以上80%未満	1%
80%以上	維持向上

食品産業における食品リサイクルの現状



- ✓ 食品製造業から排出される廃棄物等は、量や性質が安定していることから、分別も容易で、栄養価を最も有効に活用できる飼料への再生利用が多い。
- ✓ 食品小売業や外食産業から排出される廃棄物は、衛生上飼料や肥料に不向きなものも多く、焼却・埋立等により処分される量が多い。

■ 令和3年度

(単位：万t)

業種	食品廃棄物等の年間発生量													発生抑制の実施量
	計	再生利用	(用途別仕向先)							熱回収	減量	再生利用以外	焼却・埋立等	
			飼料	肥料	メタン	油脂及び油脂製品	炭化して製造される燃料及び還元剤	きのこ類の栽培のために使用される固形状の培地	エタノール					
食品製造業	1,386	1,097	864	156	40	29	3	4	0	47	178	30	35	268
食品卸売業	22	13	4	6	1	2	0	0	-	0	1	2	6	3
食品小売業	114	45	17	13	4	10	1	0	0	0	1	0	69	39
外食産業	148	33	17	9	1	5	0	-	0	0	1	0	114	28
食品産業計	1,670	1,187	902	185	45	47	4	4	0	47	181	32	223	338

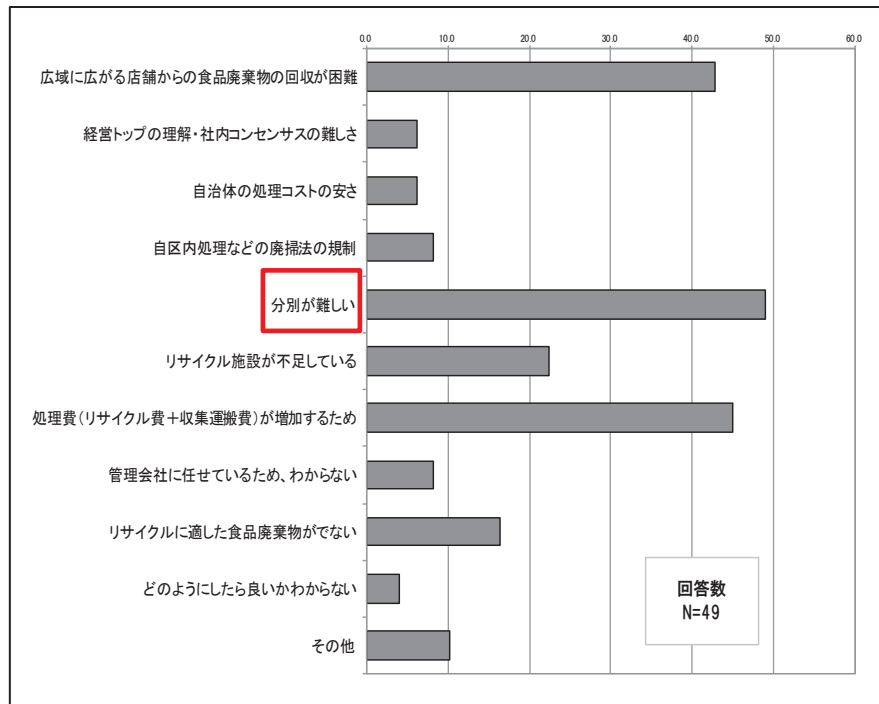
四捨五入の関係で、数字の合計が一致しないことがある。

外食産業における食品リサイクルの課題



- ✓ 外食産業において食品リサイクルが進んでいない理由は、①分別が難しい、②処理費が増加するため、③広域に広がる店舗からの食品廃棄物の回収が困難となっている。
- ✓ また、店舗で発生する食品廃棄物のうち食べ残しの割合は、居酒屋・DR（ディナーレストラン）が高い傾向となっている。

■ リサイクルが進んでいない理由



■ 食品廃棄物のうち「食べ残し」の割合 (店舗)

	回答数	合計	20%未満	20~40%未満	40~60%未満	60~80%未満	80~100%
全体	40	100.0	40.0	15.0	22.5	17.5	5.0
ファーストフード	11	100.0	81.8	0.0	9.1	9.1	0.0
ファミリーレストラン	11	100.0	36.4	27.3	9.1	18.2	9.1
居酒屋・DR	12	100.0	8.3	16.7	50.0	25.0	0.0
喫茶	3	100.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
その他	3	100.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3

資料：外食産業における食品リサイクルマニュアル 外食事業者へのアンケート概要
 一般社団法人 日本フードサービス協会調査（平成29年1月）

外食産業における食品リサイクル促進に向けた取組

✓ 外食産業における食品廃棄物等の再生利用の促進に向けたマニュアルを策定。

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/161227_8-27.pdf



外食事業者の食品リサイクル取組事例

■ 食べ残しへの対応

株式会社アレフの取組

- ・残さずに食べた子供達を表彰する等食べきりを促すプロモーションを展開。



■ 減量

株式会社ハチバンの取組

- ・徹底した水切りを行い、食品廃棄物の減量を実施。



■ 分別の負担が少ないメタン化

株式会社ハチバンの取組

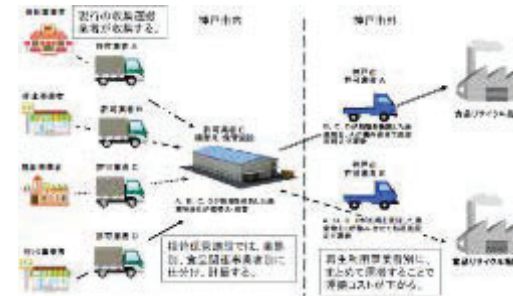
- ・セントラルキッチンのごみは分別の負担が少ないメタン化。
- ・分別可能な工場のごみは、堆肥化 等。



■ 効率的な収集運搬

神戸市と神戸市環境共栄事業協同組合の取組

- ・一般廃棄物の積み替え保管施設の共同利用。
- ・効率的な収集運搬により費用を抑制。





3. 食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項

【再生利用等】

- 食品廃棄物等を年間100トン以上排出する事業者からの定期報告について、再生利用等の実施状況を都道府県別・市町村別にも報告（都道府県別は平成27年度実績（平成28年度報告）、市町村別は令和元年度実績（令和2年度報告）から実施）。
- 食品関連事業者の意識の向上とその取組の促進を図るため、定期報告データの公表内容を拡充。
- 登録再生利用事業者の中で優良な事業者を自主的に認定する取組の活用
- 広域的な食品リサイクルループの形成を促進。
- 市町村による事業系一般廃棄物処理に係る原価相当の料金徴収の推進。

登録再生利用事業者制度の概要

- ✓ 食品廃棄物等の再生利用を行うリサイクル業者の育成を図るため、申請に基づき主務大臣がリサイクル業者を登録。（食品リサイクル法第11条）

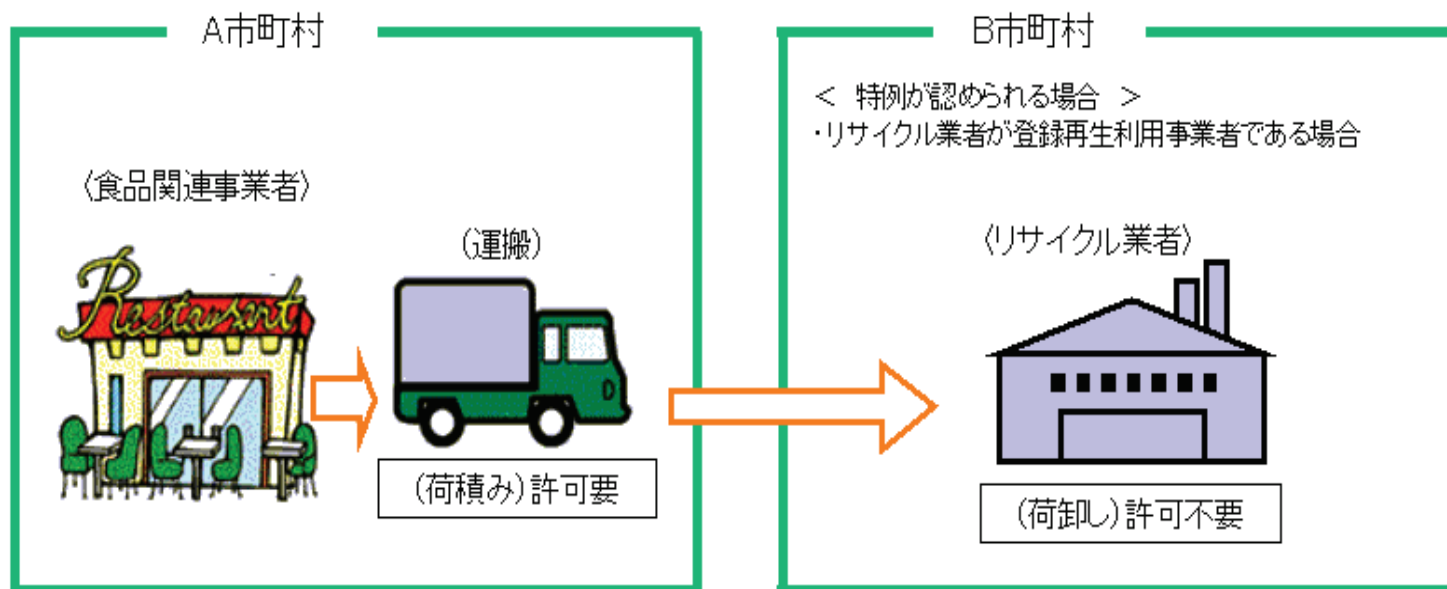
1 制度の特例

● 廃棄物処理法の特例

- ① 荷卸しに係る一般廃棄物の運搬業の許可不要
- ② 一般廃棄物処分手数料の上限規制の撤廃

● 肥料法・飼料安全法の特例

- ・ 都道府県知事又は農林水産大臣への届出不要



2 登録事業場数：152事業場（149社）（令和5年3月末現在）

登録再生利用事業者による再生利用事業の内訳



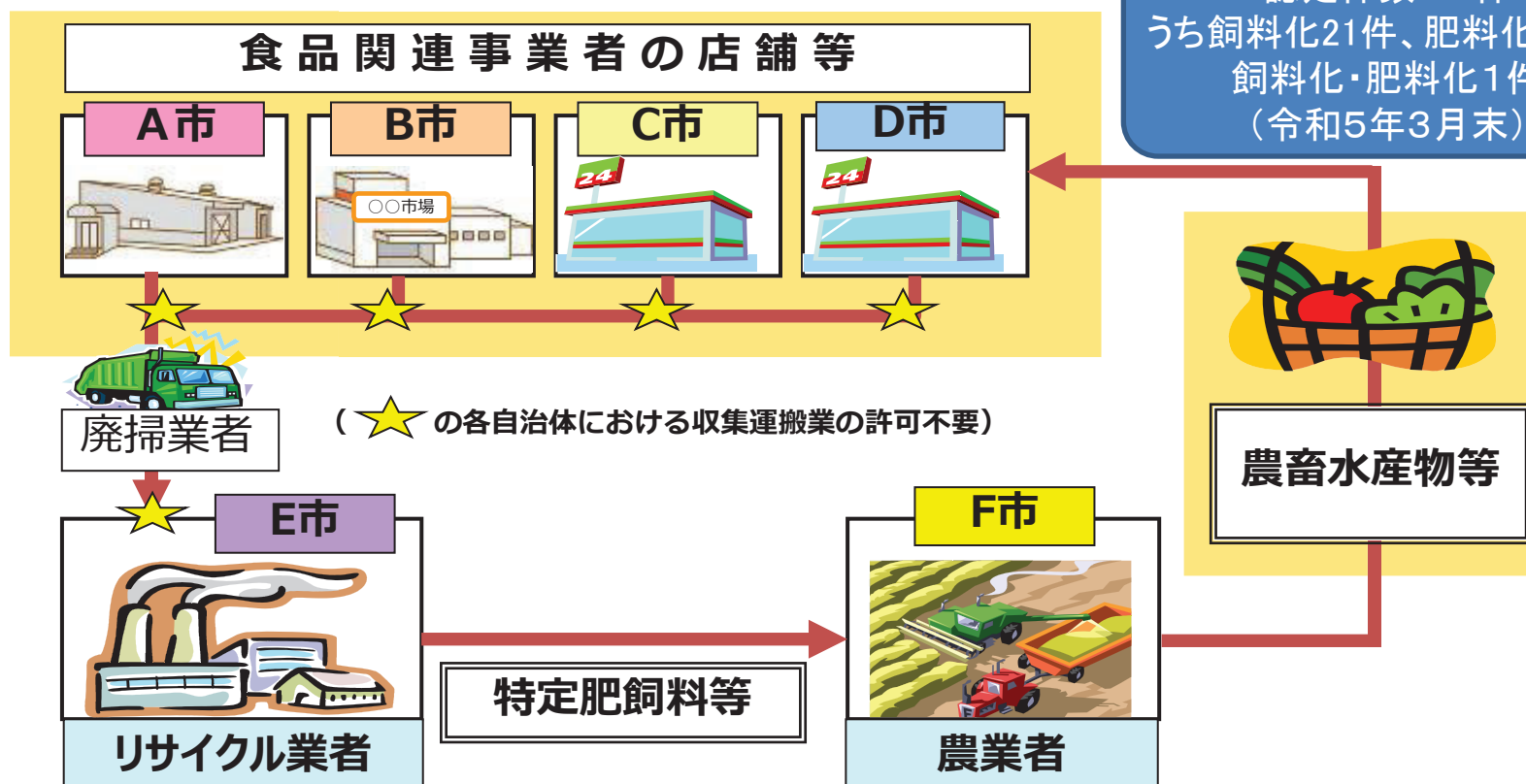
- ✓ 登録再生利用事業者の行う事業の内訳は、肥飼料化で約 8 割を占める。
(令和 5 年 3 月末現在)

再生利用事業の種別	件数
肥料化事業	89
飼料化事業	47
油脂・油脂製品化事業	25
メタン化事業	15
炭化事業	2

注) 一つの事業者が複数の再生利用事業を実施しているケースがあるため、事業別の件数の計 (178) と登録再生利用事業者の総数 (152) とは一致しない。

食品リサイクルループの推進（再生利用事業計画認定制度）

- ✓ 食品関連事業者から発生する廃棄物から肥料・飼料を生産し、それを用いて生産した農産物等を食品関連事業者が取り扱う、食品リサイクルループの形成を推進。
- ✓ 食品関連事業者とリサイクル業者、農業者等の3者が連携して策定した食品リサイクルループの事業計画について、主務大臣の認定を受けることにより、廃掃業者は廃棄物処理法に基づく収集運搬業の許可（一般廃棄物に限る。）が不要となる特例を活用することが可能。



☆リサイクルループの事例～肥料化の取組



本再生利用事業計画では、産業廃棄物収集運搬許可事業者が廃棄物処理法の特例を利用し一般廃棄物の収集運搬を行っています。また、食品循環資源を収集運搬する際には、衛生面に配慮して6層に梱包し運んでいます。これらの食品循環資源によって肥料が製造され、その肥料を利用して生産されたたまねぎを加工し、店舗で使用しています。



☆ リサイクルループの事例～飼料化の取組

本再生利用事業計画では、廃棄物処理法の特例を活用し、**チルド商品の納品の戻り便(一般の配送業者)**を活用して各店舗から排出される**コーヒー豆粕**を収集運搬しています。これらの**コーヒー豆粕**で飼料を製造し、乳牛に給餌することで**生産した牛乳**を飲料商品の原材料として利用しています。



☆ 消化液を利用したリサイクルループの取組（新潟県村上市）



食品関連事業者
（瀬波温泉旅館協同組合等）



農産物を購入し、調理・加工して提供

食品残さ(食べ残しや調理残さ)

(株)開成による収集・運搬



再生利用事業者
(株)開成



メタン発酵による液肥を製造

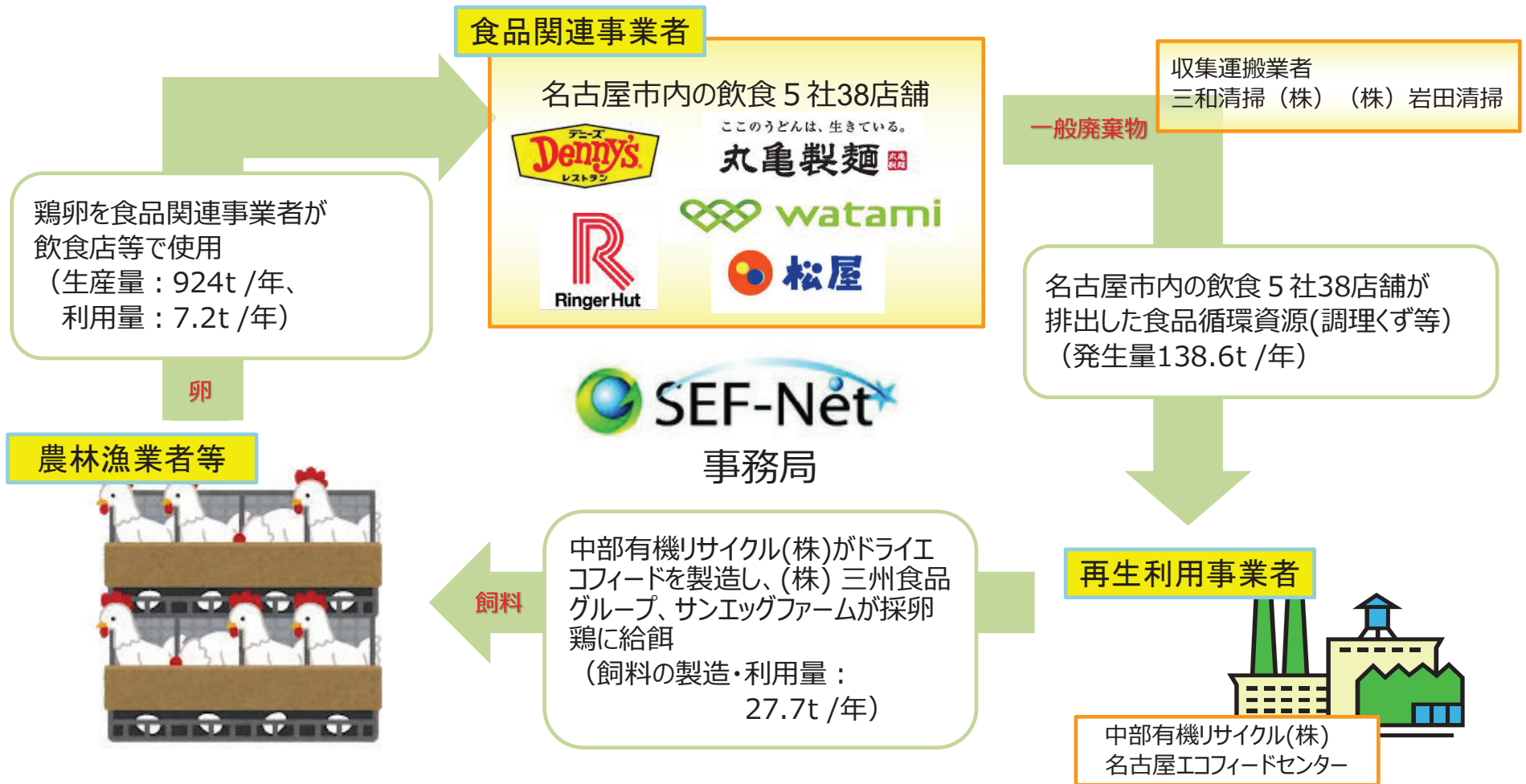
農林漁業者等
カイセイ農研(株)

液肥を使用し、米、パッションフルーツ、野菜を生産



☆リサイクルループの事例～外食事業者の取組～

本再生利用事業計画では、外食事業者における調理くず等をドライエコフィードに加工して、採卵鶏の給餌に活用しています。なお、**点在する店舗からの食品残さの回収にあたっては、公益財団法人Save Earth Foundationが事務局になることで、効率的な回収を実現しました。**



表彰事例：地域とすすめる食品ロス半減の取組（コープこうべ）

- ✓ 食品産業の持続的な発展に向け地球温暖化防止・省エネルギー対策及び食品ロス削減等を推進し、顕著な実績を上げている組織として、第8回「食品産業もったいない大賞」農林水産大臣賞を受賞

①環境共生型エコファーム

専用の回収車で店舗や食品工場から回収した有機資源を土づくりセンターに搬入してたい肥化を行い、そのたい肥を使って野菜を栽培し各店舗で供給する「エコファーム」を1998年に発足。店舗によっては、「エコファーム」コーナーを設置し、循環資源の意義を伝える。

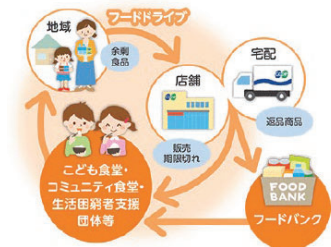


②食品工場でのバイオマス発電

六甲アイランド食品工場では、2003年にバイオマス発電施設を導入し、工場が発生する食物残渣の97%を電力と蒸気に変換して使用している。

③フードドライブ活動

組合員家庭から発生する食品ロスを減らすべく、家庭から食品を持ち寄るフードドライブ運動を開始し、現在では、40店舗で常時食品を受け付けている。店舗が少ない地域では、宅配の配達時にも食品を回収（期間限定）。集まった食品は、直接もしくは社協やフードバンクを通じ、福祉施設や生活困窮者に無償提供している。



④店舗での廃棄ロス削減「もったいないプロジェクト」

自動発注のロジック変更、納品リードタイムの短縮、発注の小ロット化等、商品管理のルールを見直して、過剰在庫を未然に防止などに取り組んでいる。



⑤すぐに食べるなら「てまえどり」運動

組合員とともにすすめる食品ロス削減の取り組みとして、期限の近い食品や値引き品を優先購入する行動を呼びかけ。組合員グループの自主的な取り組みからスタートし、2018年には神戸市と連携。2019年には全店舗で実施。POPの作成や食べ比べ試食を行い、店舗での働きかけに努めている。

リサイクル製品を利用して生産された農畜産物など



食品リサイクル肥料と、それを利用した農産物・加工品に関するマーク

認定機関：（一財）日本土壌協会

平成31年1月現在で20件の認定



エコフィードと、それを利用した農産物・加工品に関するマーク

【認証エコフィード】

認定機関：（一社）日本科学飼料協会
令和元年8月現在で46銘柄の認証

【エコフィード利用畜産物認証】

認定機関：（公社）中央畜産会
平成31年3月末現在で8商品の認証

コスト削減としての活用方法

(有) 中井農産センター
埼玉県吉川市
<http://www.nakai-nousan.com/>

基本情報

- ・ 気候 太平洋側気候
- ・ 土質 泥炭土
- ・ 従事人数 役員3名、社員5名
常時雇用9名
- ・ 飼料用米の作付開始：H23年産

品目	作付面積	平均区画
主食用米（移植）	90ha	10a
飼料用米（移植）	10.4ha	10a



飼料米収穫



堆肥散布



埼玉型ほ場整備（畦畔除去）

経営方針（重視・優先していること、こだわり等）

- ・ 市場性、作業性を重要視、機械化が可能な作目を選定
- ・ 取引先の要望を重要視、契約栽培が中心
- ・ 収量・品質の安定した品種導入と低コスト資材の活用
- ・ 経営面積の拡大に伴い社員を雇用、6次産業化部門を充実させており、加工部門は通年雇用

稲作の施肥・防除におけるコスト低減の取組

- ・ 肥料
 - ① 側条施肥による施用量を削減するとともに、生産者グループが連携した大量購入による肥料費の低減
 - ② 飼料用米や多収米（ハイブリッドライス）等には、**鶏糞やリサイクル肥料（食物残渣＋粃殻）を施用**
- ・ 農薬
 - ① 県基準の半分以下の使用
 - ② 基本は、温湯消毒＋箱施用＋除草剤のみ
- ・ その他
 - ① 大型高性能機械の活用（トラクター、田植機、コンバイン等）による省力化を実現
 - ② 自社ミニライスセンターによる乾燥・調製作業の効率化

導入効果

- ・ 施肥
肥料費▲約3割
労働時間▲約1割
（鶏糞及びリサイクル肥料・側条施肥と全層施肥との比較）
- ・ 防除
農薬費▲約3割
労働時間▲約1割
（県基準の14または12の使用回数と比較して）

支援体制

- ・ 県農林振興センターやJAから情報提供
- ・ 市単独認定農業者補助事業等の活用
- ・ 地域の協力体制
- ・ 他の法人や大規模農家連携による畦畔除去や面的集積の推進

課題・今後の目標

- ・ 高温障害対策（品質の安定化）
- ・ 中間管理機構を活用した面的集積の推進。区画の拡大による作業の効率化
- ・ 生産者グループによる大量共同購入の強化

メタン発酵消化液・食品リサイクルたい肥の肥料利用を検討している皆様へ

メタン発酵消化液・食品リサイクルたい肥を肥料として地域で有効利用するため、関係者で構成される協議会の設立や消化液等の肥料利用に関する農業者への理解醸成の促進にむけた取組等を支援しています。
(補助率 定額、1/2以内)

メタン発酵消化液等の肥料利用の促進事業

食料産業6次産業化交付金 2,534百万円の内数 (令和2年度予算概算決定額)

支援内容

< 事業の内容 >

家畜ふん尿や食品廃棄物等のメタン発酵施設 (計画段階の施設を含む) におけるメタン発酵消化液等、発酵残さを肥料として地域で有効利用するための、以下の取組を支援します。

1. 普及体制の構築支援

- **メタン発酵消化液等の利用に新たに取り組む事業者等**を対象に、消化液等の利用促進活動を継続して支援します。まずは、関係者と**協議会を立ち上げて、先進地視察**を行うことで課題を共有し、普及体制を構築を支援します。

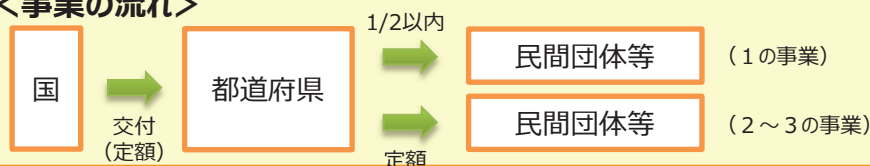
2. 利用方法の確立支援

- 既にメタン発酵消化液等の利用促進に取り組んでいる事業者等については、実際の利用につながるよう、**農業者への理解醸成の促進にむけた取組を重点的に支援**します。

3. 地域理解の醸成活動支援

- **地域において継続的に消化液等を利用できる体制を構築**するためのより発展的な取組を支援します。

< 事業の流れ >



< 事業イメージ >

体制の構築

- ①地域において普及・推進体制を構築する
→協議会の設立・運営 (協議会開催、資料作成)
- ②関係者間で課題を共有する
→先進地視察



利用方法の確立

- ③地域の農業に適した栽培暦を作成する
→肥効分析 (肥料登録に必要なデータ収集)
→研修会開催 (農業者への普及、地域に適した栽培暦の作成)
→普及啓発資料作成・サンプル提供
- ④散布体制や利用料金等の施用方法を検討する
→現地調査・実証 (散布方法の理解促進や散布時の課題の把握)
→農作物の生育状況の観察



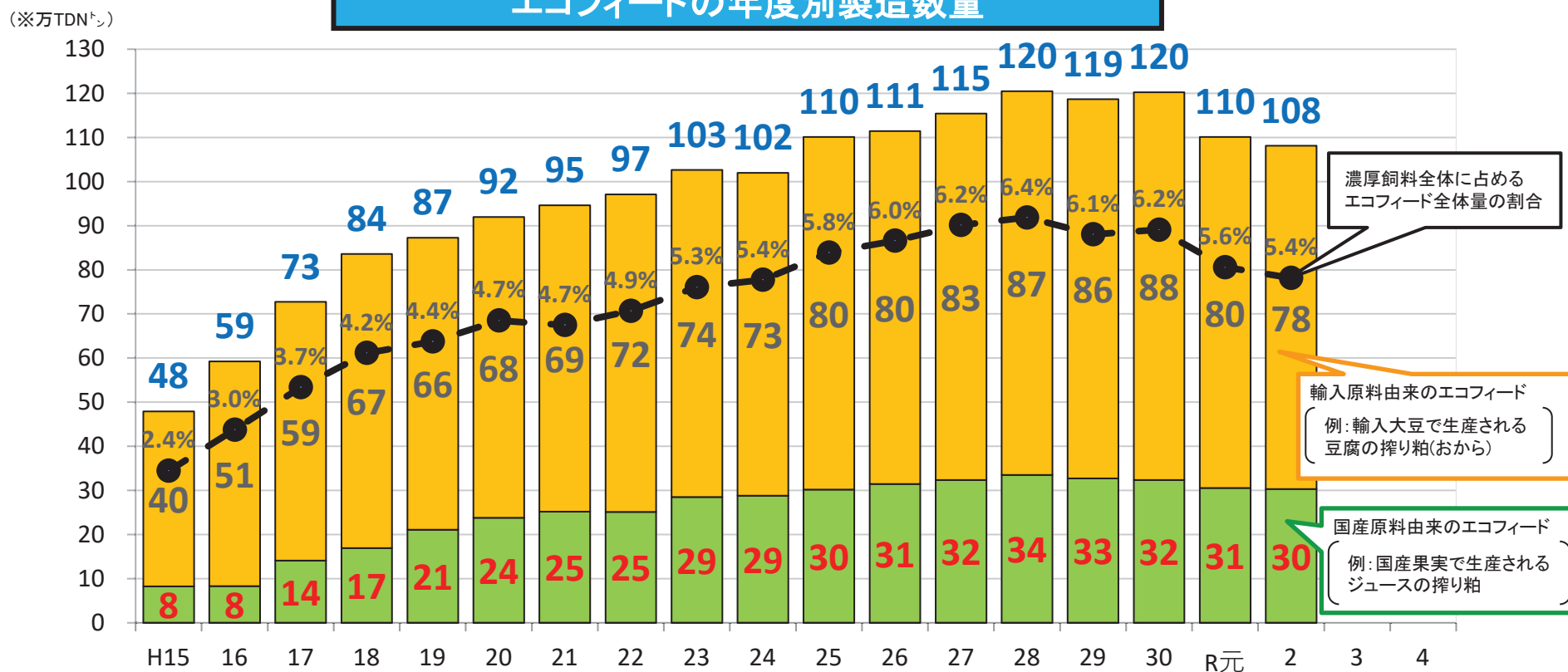
地域理解の醸成

- ⑤農業者以外も含めた地域住民の理解を醸成する
→展示ほ場の設置 (農業者以外も含めた地域住民へのPR活動)
- ⑥消化液等の販売方法を検討する
→普及啓発資料作成
→消化液の成分調整や濃縮の検討 (利用の高度化を検討)
- ⑦消化液を利用して生産した農作物のブランド化を検討する
→食味試験 (地域住民への普及に活用)
→普及啓発資料作成

エコフィードの製造数量

- ✓ エコフィードの製造数量は一部の原材料の使用の減少により、やや減少で推移。令和2年度のエコフィード製造数量は約108万TDN^ト(概算)であり、濃厚飼料全体の約5%に当たる。
- ✓ 国産原料由来のエコフィードの製造数量は約30万TDN^ト(概算)であり、新たな「食料・農業・農村基本計画」における令和12年度の濃厚飼料自給率目標15%の達成のために国産原料由来エコフィードを中心に生産・利用を拡大する必要。

エコフィードの年度別製造数量



資料：農林水産省畜産局飼料課調べ

※ TDN (Total Digestible Nutrients)：家畜が消化できる養分の総量。カロリーに近い概念。

※ 平成29年度の集計から調査対象品目が減少したため28年度以前と連続しない。