



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

食品ロスの削減に向けて

~ NO-FOODLOSS PROJECT ~

平成28年1月

農林水産省

食料産業局
バイオマス循環資源課
食品産業環境対策室

1. 世界の食品廃棄事情

2. 日本の食品廃棄事情

3. 食品ロス削減国民運動

(1) 国の取組

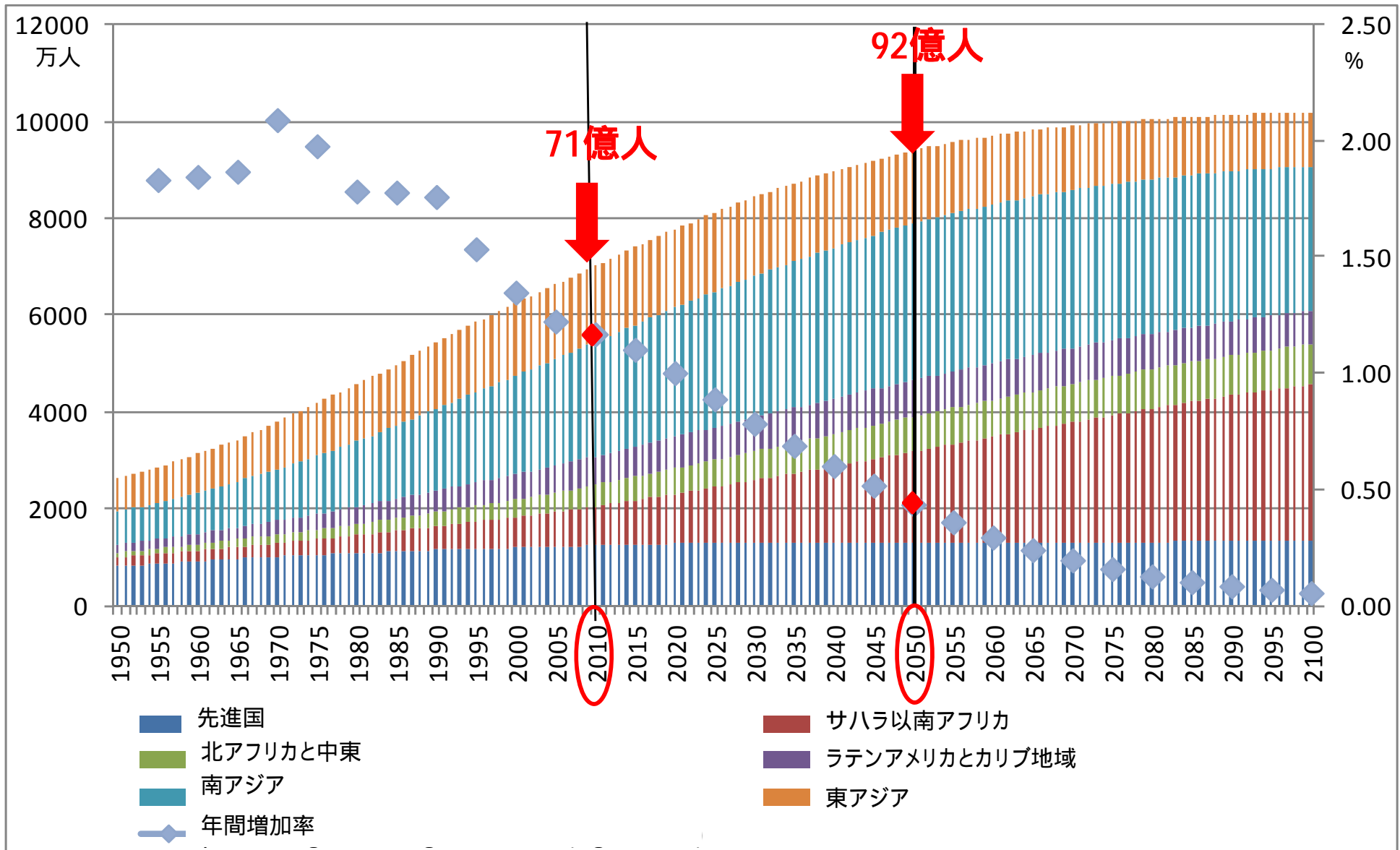
(2) 食品関連事業者の取組

(3) 家庭での取組

(4) 主体間の連携

世界の人口

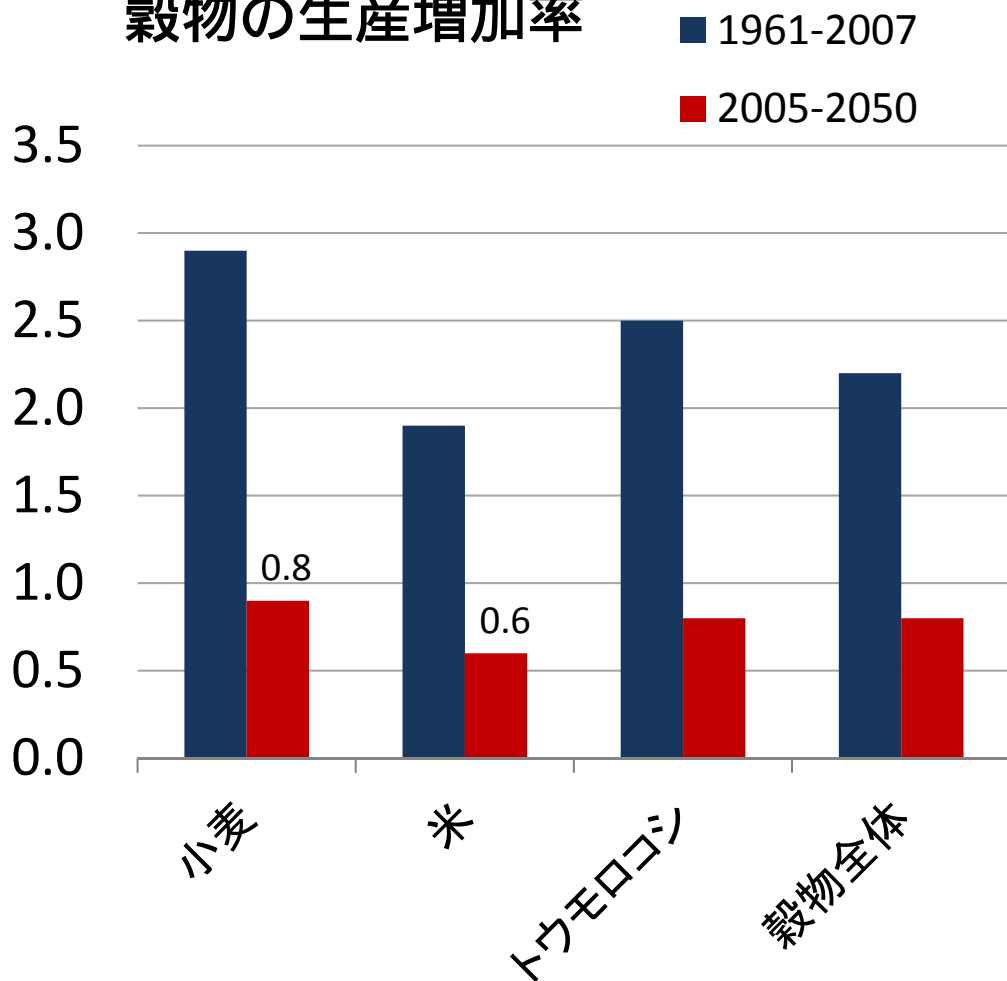
世界の人口は現在の71億人から、2050年には92億人に増加する見込み。現在は、食料供給と備蓄は適正だが、今後の人口増加に備えて、食料生産を増加させる必要がある。



世界の食料生産と消費

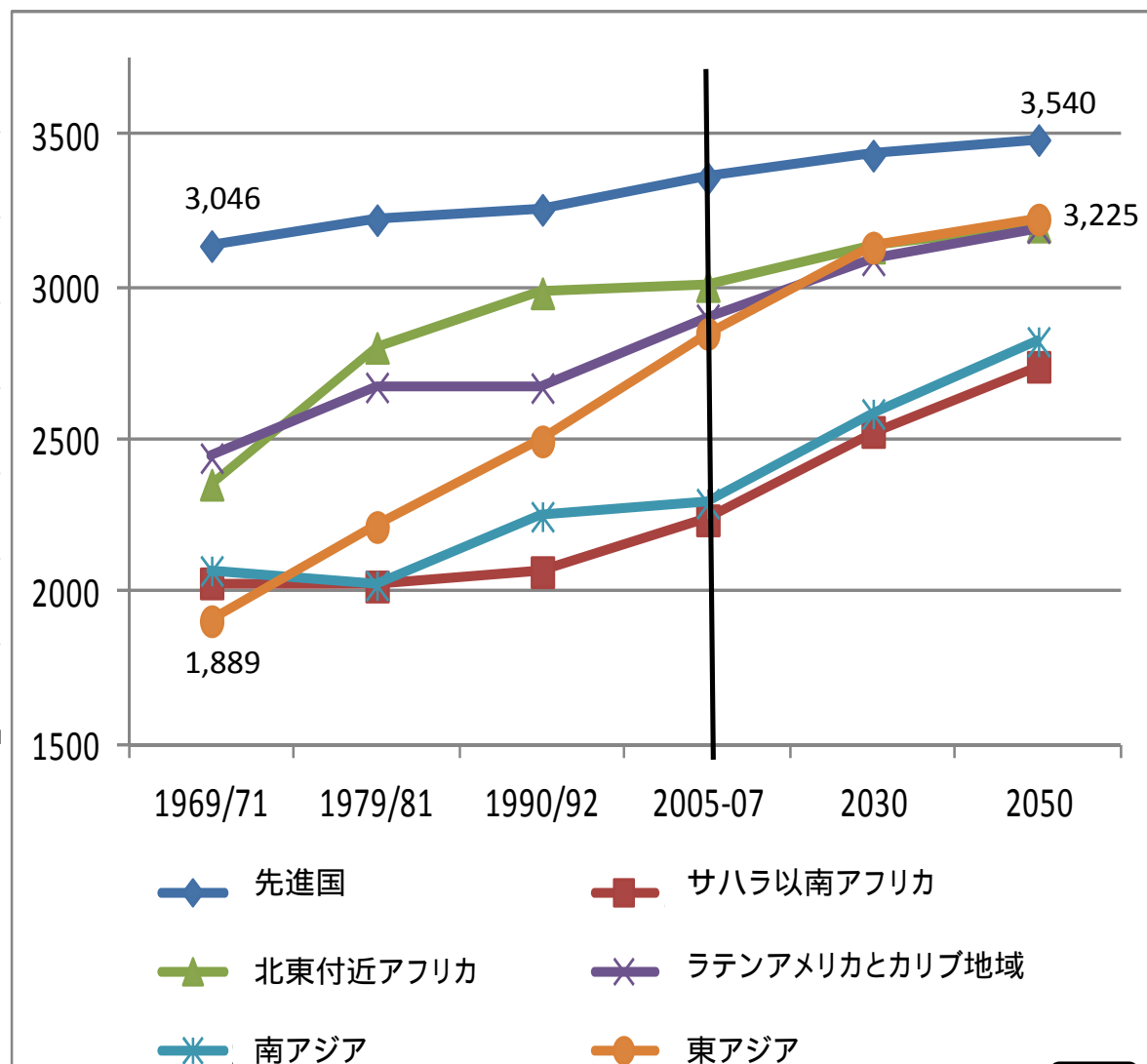
穀物生産増加率は減少傾向にある一方で、経済発展とともに、国民1人当たりの食料消費量は増加している。

穀物の生産増加率



出典: FAO - AP

国民1人当たりの食料消費量 (kcal/人/日)



● 畜産物 1 k g の生産に要する穀物量

牛肉



【11kg】

豚肉



【7kg】

鶏肉



【4kg】

鶏卵

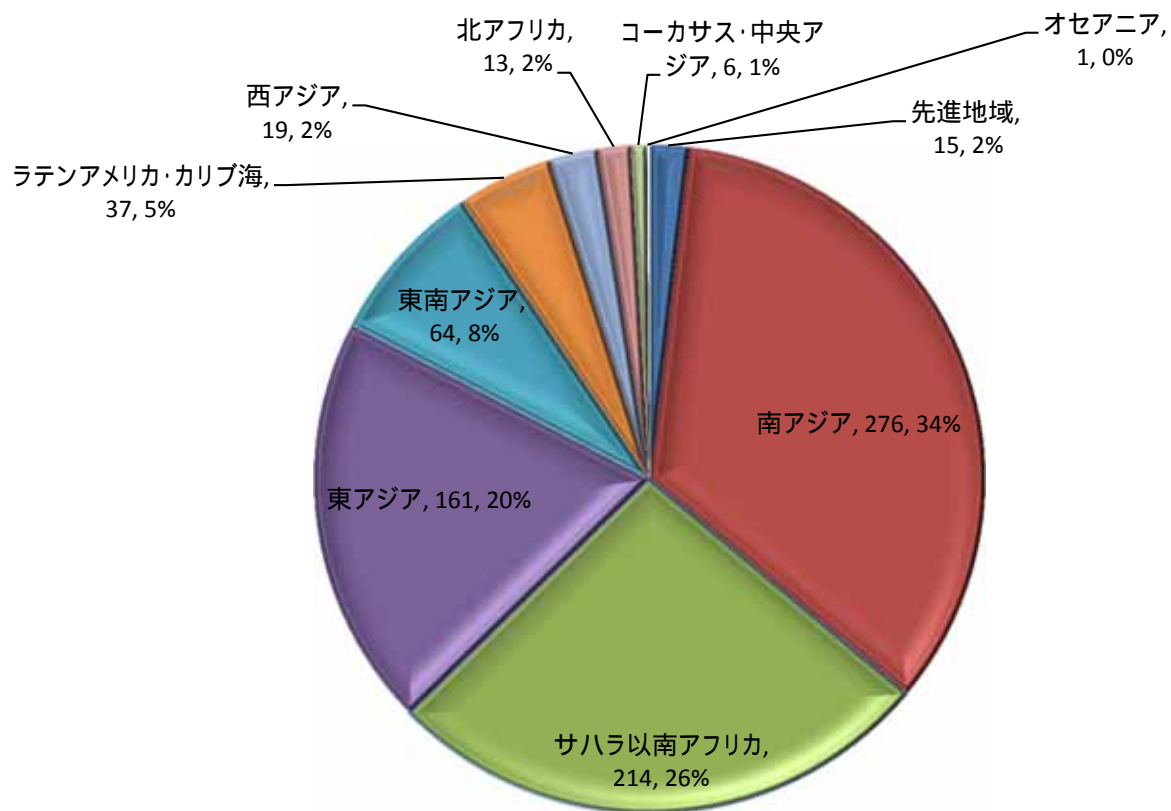


【3kg】

注：日本における飼養方法を基にしたとうもろこし換算による試算。

世界の栄養不足人口の現状

FAOによると、世界の栄養不足人口は、減少傾向ではあるが依然として8億5百万人と高水準であり、アジアが6割。これは世界人口の9人に1人の割合。栄養不良により、発展途上国で5歳になる前に命を落とす子どもの数は年間500万人。



単位: 百万人

資料: FAO 「The State of Food Insecurity in the World 2014」

世界の栄養不足人口 (2012-2014)

8億5百万人

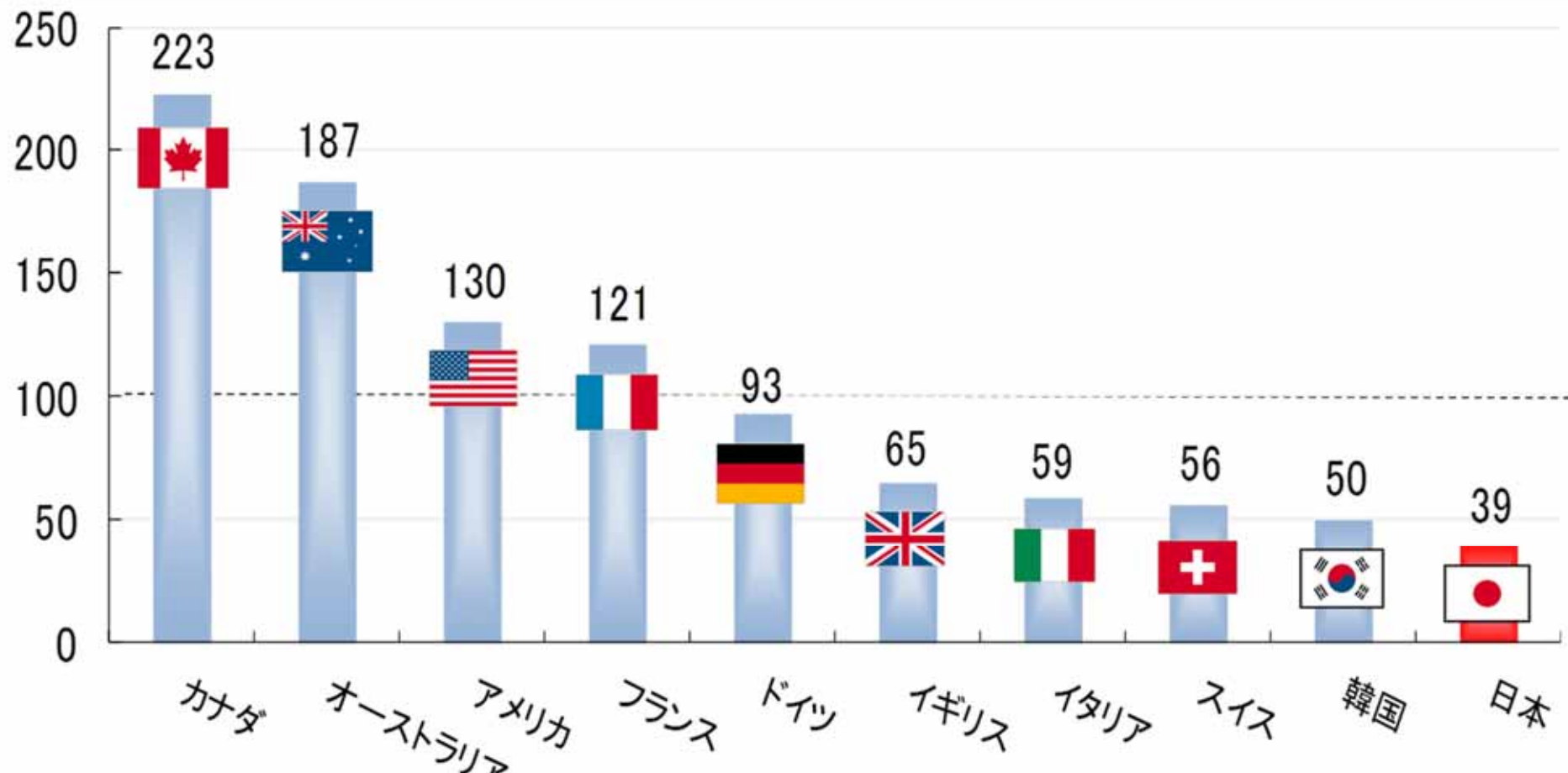


9人に1人が栄養不足

栄養不足とは...健康と体重を維持し、軽度の活動を行うために必要な栄養を十分に摂取できない状態。

● 食べ物は食べるためにある

日本の食料自給率（カロリーベース）は先進国の中で最低水準。その食料の約6割を海外に依存。世界の食料市場で他国の食料アクセスに影響を与える立場。食料生産には、土地、水、エネルギー、肥料・飼料、労働力など多くの限りある資源を投入。



（資料）農林水産省「食料需給表」、FAO“Food Balance Sheets”等を基に農林水産省で試算した。（アルコール類は含まない。）

ただし、スイスについてはスイス農業庁「農業年次報告書」、韓国については韓国農村経済研究院「食品需給表」による。

（注）1．数値は、平成19年（ただし、スイスは平成20年、韓国は平成21年、日本は平成22年度）

2．カロリーベースの食料自給率は、総供給熱量に占める国産供給熱量の割合である。畜産物については、輸入飼料を考慮している。

● 国連・G20における食品廃棄削減の動き

国連「持続可能な開発のための2030アジェンダ」において、食品廃棄削減の目標を設定。

G20においても、アンタルヤ・サミットにおいて、食料の損失・廃棄の削減の内容を含む行動計画を発表。

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)

(1) 概要

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。本年9月に国連で開催された首脳会議にて採択。

(2) 構成

序文、政治宣言、持続可能な開発目標(SDGs:17のゴールと169のターゲット)、実施手段(MOI)、フォローアップ・レビュー

(3) ターゲット12.3(食品廃棄削減)

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。

食料安全保障と持続可能なフードシステムに関するG20行動計画(平成27年11月)における食料の損失・廃棄の削減部分のポイント

- ・我々は、世界的に食料の損失・廃棄を削減することにコミットする。
- ・我々は、食料の損失・廃棄の測定及び削減における情報と経験を共有するため、既存のプラットフォームを基礎にし、G20のメンバー国と低所得開発途上国(LIDCs)の双方に関係する、技術的プラットフォーム創設の決定を歓迎するとともに、可及的速やかな関連国際機関による効果的運用を要求する。

1. 世界の食品廃棄事情

2. 日本の食品廃棄事情

3. 食品ロス削減国民運動

(1) 国の取組

(2) 食品関連事業者の取組

(3) 家庭での取組

(4) 主体間の連携

食品廃棄物等の利用状況等（平成26年度推計）〈概念図〉

食用仕向量 (8,464万トン)
粗食料+加工用

食品資源の利用主体

食品関連事業者
・食品製造業
・食品卸売業
・食品小売業
・外食産業

一般家庭

事業系廃棄物 + 有価物 (1,916万トン)

うち可食部分と考えられる量
〔規格外品、返品、
売れ残り、食べ残り〕
(331万トン)

有価物
大豆ミール、ふすま等
(876万トン)

事業系廃棄物
(819万トン)

家庭系廃棄物
(885万トン)

うち可食部分と考えられる量
〔食べ残り、過剰除去、
直接廃棄〕
(312万トン)

食品リサイクル法における食品廃棄物等

廃棄物処理法における食品廃棄物

食品リサイクル法における
減量：222万トン

食品リサイクル法における
再生利用：1,323万トン
うち飼料化向け：958万トン
うち肥料化向け：254万トン
うちエネルギー化等向け：111万トン

食品リサイクル法における
熱回収：46万トン

焼却・埋立等：326万トン

食品由来の廃棄物等
(2,801万トン)

うち可食部分と考えられる量
(642万トン)
いわゆる「食品ロス」

再生利用：55万トン
(肥料化・メタン化等向け)

焼却・埋立：829万トン

資料：・「平成24年度食料需給表」（農林水産省大臣官房）
・「食品廃棄物等の発生量及び再生利用等の内訳（平成24年度実績）」（農林水産省統計部）
・「平成26年度食品産業リサイクル状況等調査委託事業報告書」（農林水産省委託事業）
・事業系廃棄物及び家庭系廃棄物の量は、「一般廃棄物の排出及び処理状況、産業廃棄物の排出及び処理状況」（環境省）等を基に環境省廃棄物・リサイクル対策部において推計
・「平成26年度食品循環資源に関する実施状況調査等業務報告書」（環境省請負調査）

注：・事業系廃棄物の「食品リサイクル法における再生利用」のうち「エネルギー化等」とは、食品リサイクル法で定めるメタン、エタノール、炭化の過程を経て製造される燃料及び還元剤、油脂及び油脂製品の製造である。
・ラウンドの関係により合計と内訳の計が一致しないことがある。

(参考) 日本の食品ロスの大きさ

日本の食品ロス（年間約642万トン）は、世界全体の食料援助量の約2倍。
日本の魚介類の食用消費仕向量に匹敵。
国民1人1日当たり食品ロス量は、おおよそ茶碗1杯分のご飯の量に相当。

規格外品、期限切れ等により
手つかずのまま廃棄される食品



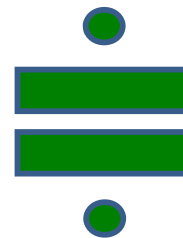
日本の
「食品ロス」
(約642万トン)

事業系
うち可食部分と考えら
れる量
(約331万トン)

規格外品、返品、
売れ残り、食べ残し

家庭系
うち可食部分と考えら
れる量
(約312万トン)

食べ残し、過剰除去、
直接廃棄



世界全体の
食料援助量(2014)
約320万トン

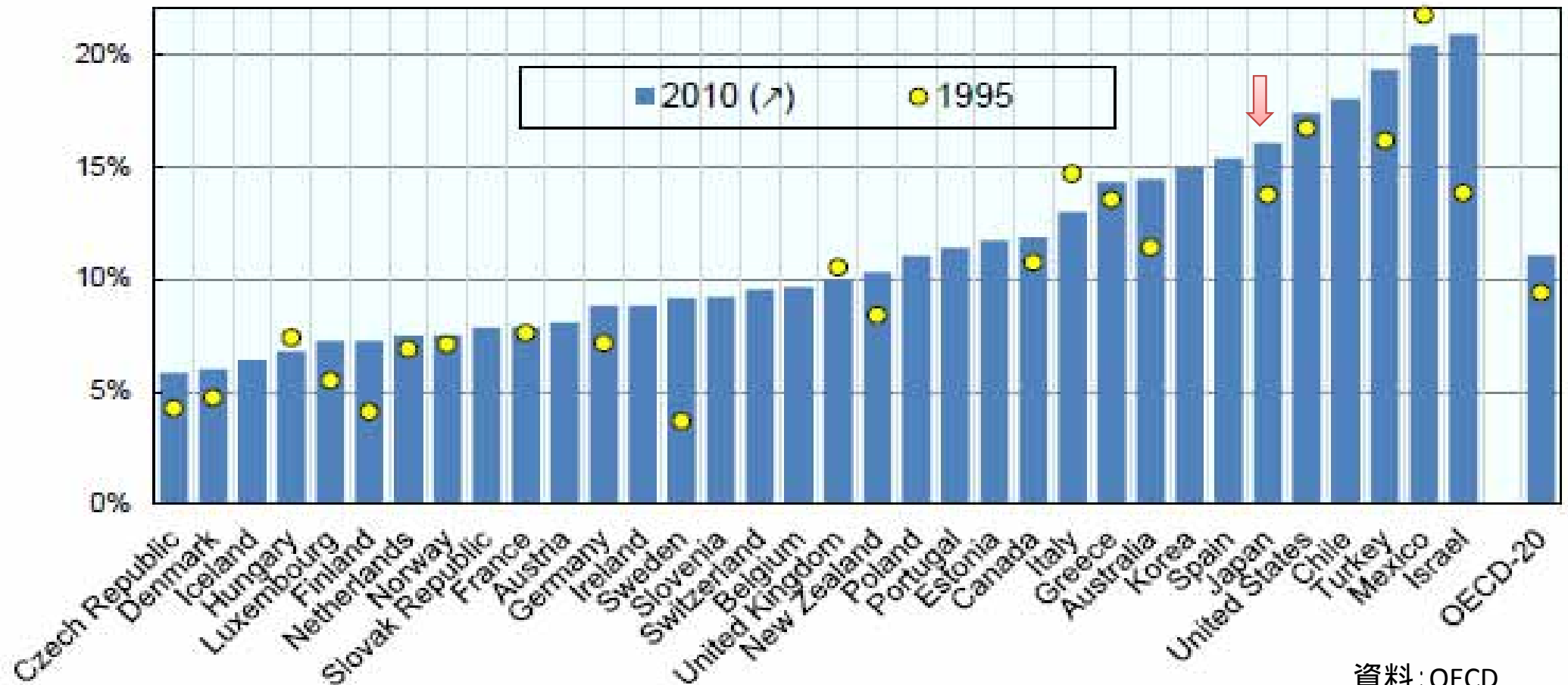
日本の魚介類
食用消費仕向量(2013)
約622万トン

国民1人1日当たり
食品ロス量
約138g
(おおよそ茶碗1杯のご飯
の量に相当)

○ 拡大する日本の格差

日本の相対的貧困率（可処分所得が全国民の中央値の半分に満たない国民の割合）は年々上昇。平成21年の相対的貧困率は16%。子ども（17歳以下）の貧困率は15.7%（約300万人）。

OECD 34カ国中、日本の相対的貧困率は6番目に高い（2010年）。



資料: OECD

1. 世界の食品廃棄事情
2. 日本の食品廃棄事情
3. 食品ロス削減国民運動
 - (1) 国の取組
 - (2) 食品関連事業者の取組
 - (3) 家庭での取組
 - (4) 主体間の連携

● 食品ロス削減国民運動の推進 ～NO-FOODLOSS プロジェクト～

食品ロス発生の段階別にモデル的な削減の取組を支援し、生活者一人ひとりの意識・行動改革に向けて、官民をあげて食品ロス削減国民運動を推進。
「もったいない」発祥国として、世界に日本の取組を発信。

事業者からの食品ロス
331万トン/年

- ・過剰在庫・返品(製・配・販)
- ・調理くず・食べ残し(外食)

家庭からの食品ロス
312万トン/年

- ・調理くず
- ・食べ残し、手つかずの食品の廃棄

【製造・流通】

- ・製・配・販によるパイロットプロジェクト
- ・フードバンク活動支援
- ・もったいないキャンペーン

【外食】

- ・食べきり運動、ドギーバック普及支援 等



一人ひとりの
意識・行動改革

【家庭・消費者】

- 小売店舗、マスメディア、SNS等を活用した戦略的コミュニケーション
(意識啓発、期限表示理解促進、エコクッキング等)

NO - FOODLOSSプロジェクト

資源を無駄なく効率的に活用するフードチェーン作りを推進

【6府省の連携】

「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」を構成する6府省(内閣府、消費者庁、文部科学省、農林水産省、経済産業省、環境省)が連携し、官民をあげて食品ロス削減国民運動を展開。



食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

●食品リサイクル法に基づく新たな基本方針の策定等

平成27年7月に食品リサイクル法に基づく新たな基本方針を策定するとともに、発生抑制目標値を追加設定（5業種）。

基本方針 策定

- 食品廃棄物等の発生抑制を最優先
- 国は食品ロスの発生状況をより実態に即して把握
- フードチェーン全体で食品ロス削減国民運動を展開
- 関係者それぞれの具体的取組実施（賞味期限の延長及び年月表示化、食品廃棄物等の継続的な計量の実施、商慣習の見直し、フードバンク活動の活用、消費者における理解促進等）

発生抑制 目標値

- 菓子製造業、清涼飲料製造業、食酢製造業、その他の畜産食料品製造業、給食事業に追加設定
→これまでの目標値と併せて31業種に設定

食品廃棄物等の発生抑制目標値

食品関連事業者にとって、食品廃棄物等の発生抑制は、取り組むべき最優先事項であることから食品リサイクル法に基づく努力目標として「発生抑制の目標値」を設定。

平成26年4月から26業種を対象に本格展開。

平成27年8月以降に5業種を追加して設定。

発生抑制の目標値【目標値の期間 5年(平成26年4月1日～平成31年3月31日)】

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	そう菜製造業	403kg / 百万円	その他の飲食店	108kg / 百万円
牛乳・乳製品製造業	108kg / 百万円	すし・弁当・調理パン製造業	224kg / 百万円	持ち帰り・配達飲食サービス業 (給食事業を除く。)	184kg / 百万円
水産缶詰・瓶詰製造業	480kg / 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	結婚式場業	0.826kg / 人
野菜漬物製造業	668kg / 百万円	各種食料品小売業	65.6kg / 百万円	旅館業	0.777kg / 人
味そ製造業	191kg / 百万円	菓子・パン小売業	106kg / 百万円		
しょうゆ製造業	895kg / 百万円	コンビニエンスストア	44.1kg / 百万円		
ソース製造業	59.8kg / 百万円	食堂・レストラン(麺類を中心とするものに限る。)	175kg / 百万円		
パン製造業	194kg / 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		
麺類製造業	270kg / 百万円	居酒屋等	152kg / 百万円		
豆腐・油揚げ製造業	2,560kg / 百万円	喫茶店	108kg / 百万円		
冷凍調理食品製造業	363kg / 百万円	ファーストフード店	108kg / 百万円		

新たに追加された発生抑制の目標値(平成27年8月1日～平成32年3月31日)

業種	基準発生原単位
その他の畜産食料品製造業	501kg/t
食酢製造業	252kg / 百万円
菓子製造業	249kg / 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
給食事業	332kg / 百万円

1. 世界の食品廃棄事情
2. 日本の食品廃棄事情
3. 食品ロス削減国民運動
 - (1) 国の取組
 - (2) 食品関連事業者の取組
 - (3) 家庭での取組
 - (4) 主体間の連携

● 食品製造業、卸売業・小売業での食品ロス

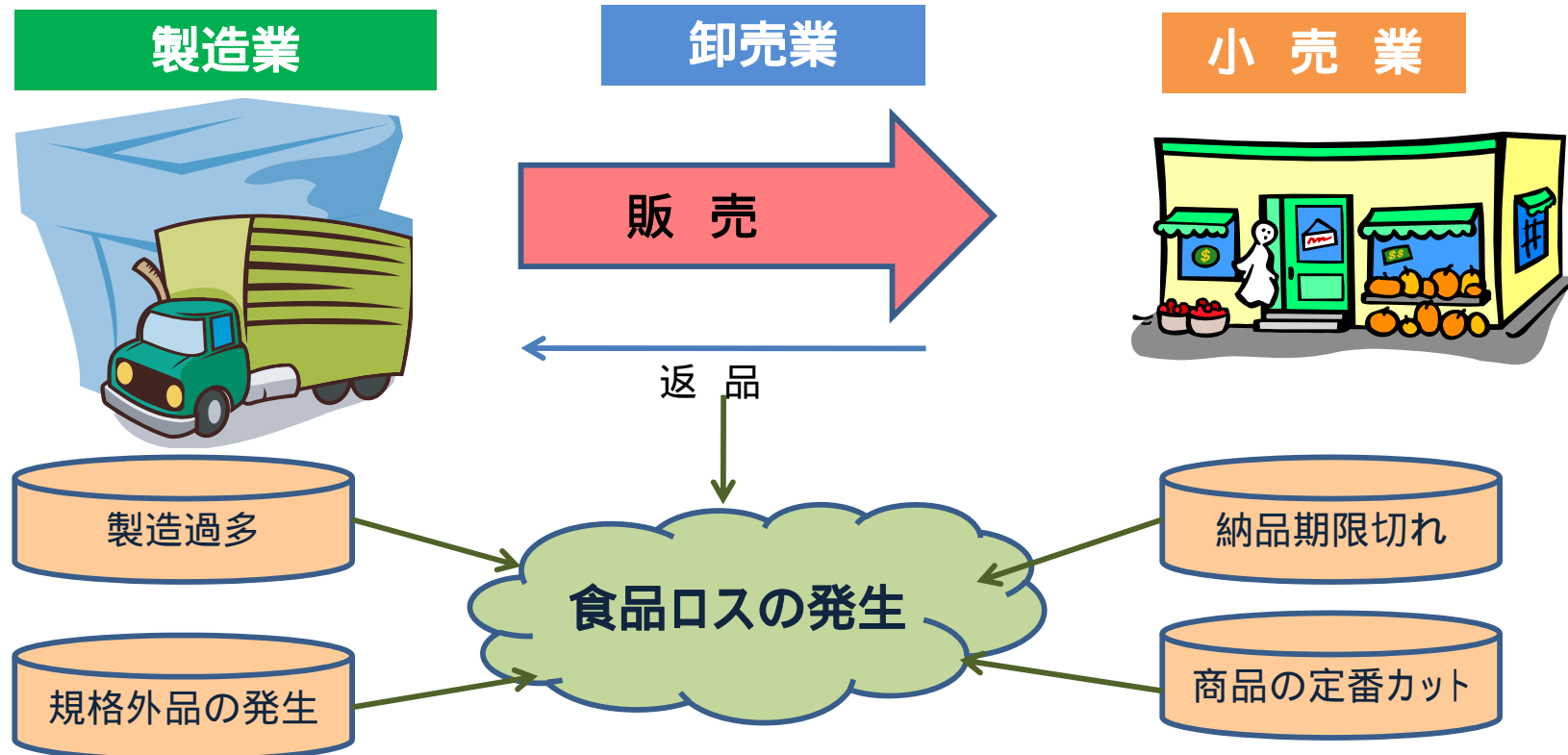
製造業：製造段階での印字ミス、規格外品の発生、製造過多

卸売業：流通過程での商品の汚損・破損

小売業：需要予測のズレによる売れ残り

新商品販売や規格変更に合わせて店頭から撤去された食品（定番カット食品）

納品期限切れによる受取拒否



● 食品業界の食品ロス削減に向けた主な取組① 商慣習検討WT

過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、個別企業等の取組では解決が難しくフードチェーン全体で解決していくことが必要。このため食品業界において、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」を設置するとともに、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

【目的】食品ロス削減のための商慣習について検討

【構成】食品製造業、食品卸売業及び食品小売業の企業・団体、学識経験者

【事務局】流通経済研究所（農林水産省補助事業）

【参加企業】

食品製造業（12社・団体）		食品卸売業（3社）	
・味の素(株) (風味調味料協議会)		・国分(株) (日本加工食品卸協会)	
・江崎グリコ(株) (全日本菓子協会)		・三菱食品(株) (日本加工食品卸協会)	
・キッコーマン食品(株) (日本醤油協会)		・(株)山星屋 (全国菓子卸商業組合連合会)	
・コカ・コーラカスタマーマーケティング(株) (全国清涼飲料工業会)		食品小売業（5社）	
・サントリー食品インターナショナル(株) (全国清涼飲料工業会)		・イオンリテール(株) (日本チェーンストア協会)	
・日清食品(株) (日本即席食品工業協会)		・(株)イトーヨーカ堂 (日本チェーンストア協会)	
・ハウス食品(株) (全日本カレー工業協同組合)		・(株)東急ストア (日本スーパーマーケット協会)	
・(株)マルハニチロ食品 (日本缶詰協会)		・(株)ファミリーマート (日本フランチャイズチェーン協会)	
・山崎製パン(株) (日本パン工業会)		・日本生活協同組合連合会	
・タカノフーズ(株) (全国納豆協同組合連合会)			
・日本豆腐協会			
・日本乳業協会			

検討経緯

【平成24年度】

10月3日 第1回WT開催
 11月2日 第2回WT開催
 1月18日 第3回WT開催
 2月22日 第4回WT開催
 3月5日 中間とりまとめ公表

【平成25年度】

11月15日 第1回WT開催
 12月11日 第2回WT開催
 3月13日 第3回WT開催
 3月26日 とりまとめ公表(食品ロス削減シンポジウム)

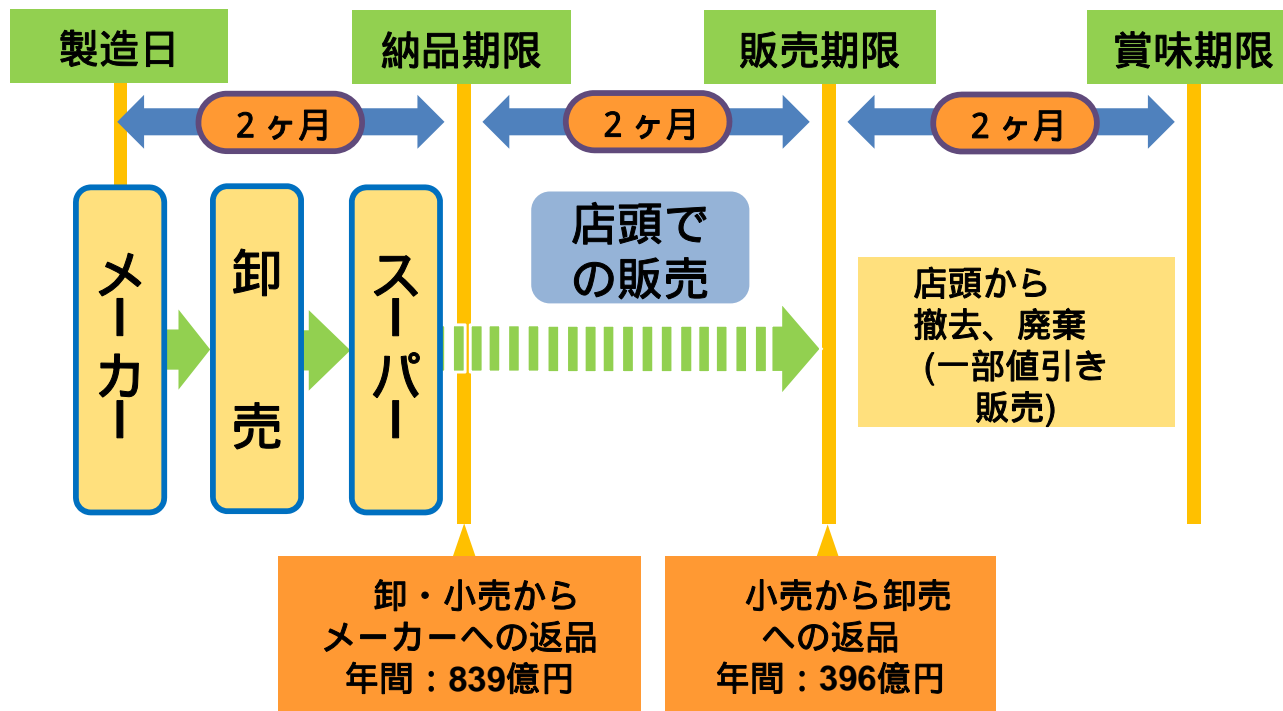
【平成26年度】

7月24日 第1回WT(加工食品)開催
 10月3日 第2回WT(日配品)開催
 10月16日 第3回WT(加工食品)開催
 2月5日 第4回WT(日配品)開催
 3月6日 第5回WT(全体)開催
 3月17日 とりまとめ公表(食品ロス削減シンポジウム)

食品メーカー、卸・小売店における商慣習

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概ね3等分して商慣習として設定される場合が多く（いわゆる3分の1ルール）、食品ロス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。

いわゆる3分の1ルールによる期限設定の概念図
(賞味期限6ヶ月の場合)



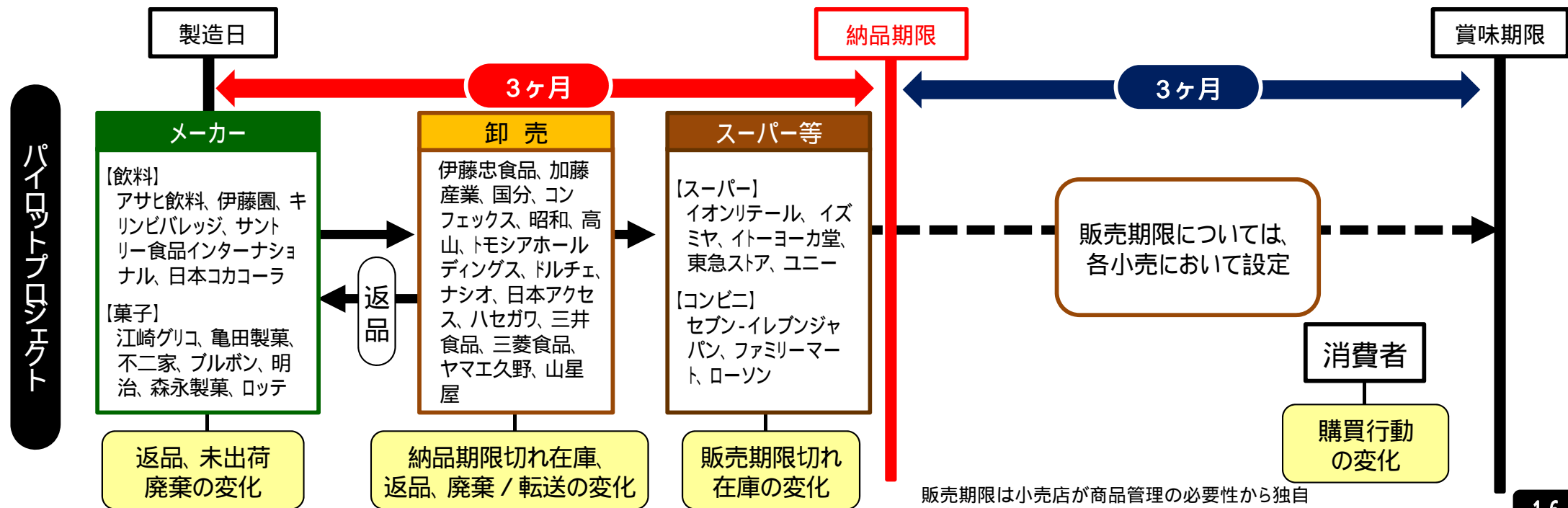
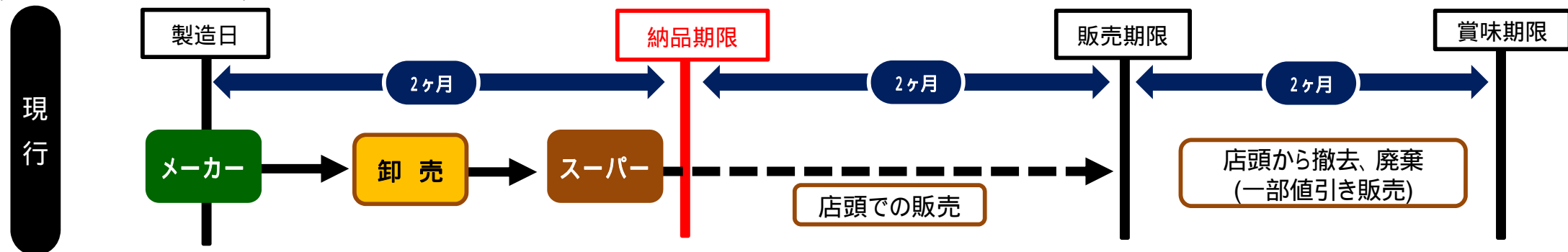
欧米の納品期限

国	納品期限 (賞味期限ベース)
アメリカ	1 / 2 残し
フランス	1 / 3 残し
イタリア	1 / 3 残し
ベルギー	1 / 3 残し
(参考) 日本	2 / 3 残しが平均

●納品期限見直しパイロットプロジェクトの実施について

「食品ロス削減のための商慣習検討WT」の中間とりまとめに基づき、平成25年8月から半年程度、特定の地域で飲料・菓子の一部品目の店舗への納品期限を現行より緩和（賞味期限の1/3 1/2以上）し、それに伴う返品や食品ロス削減量を効果測定。

(賞味期限6ヶ月の場合)



販売期限は小売店が商品管理の必要性から独自に設定する店頭で商品を販売する期限のこと。

● 食品業界の食品ロス削減に向けた主な取組② 納品期限緩和

小売への納品期限を賞味期間の1/3以内とするいわゆる1/3ルールが食品ロスのひとつの要因。パイロットプロジェクトの結果、納品期限緩和は食品ロス削減に相当の効果（飲料と賞味期間180日以上菓子で約4万トン）。飲料・賞味期間180日以上の菓子は、納品期限緩和を推奨。意識の高いスーパー、コンビニから納品期限緩和を順次実施。

納品期限見直しパイロットプロジェクト（35社）の結果

【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】 飲料及び賞味期間180日以上の菓子は店頭廃棄増等の問題なし	【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) (180日以上) 合計:約4万トン(約87億円)	事業系食品ロスの1.0% ~ 1.4%
--------------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------

飲料・菓子の納品期限緩和を推奨

実運用問題なし

納品期限を見直した企業

イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー、セブン-イレブン・ジャパン、サークルKサンクス、ファミリーマート、ローソン、デイリーヤマザキ

納品期限見直しを予定している企業

イオンリテール、ミニストップ

日本フランチャイズチェーン協会がリーダーシップを発揮して、加盟コンビニチェーンの取組推奨

賞味期限延長

2009年1月～2013年11月
958品目延長

2013年12月～2014年10月
199品目延長

今後227品目予定
(菓子・飲料等)

- ・日本即席食品工業会では、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の結論を得たため、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。

賞味期限の年月表示化

2009年1月～2013年11月
50品目切り替え

2013年12月～2014年10月
159品目切り替え

今後81品目予定(飲料・菓子等)

- ・日本醤油協会では、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際、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に鑑み、賞味期限が3か月超のものは、原則として年月表示。
- ・平成25年5月製造分より、飲料大手5社の国産水2Lペットボトルで年月表示に切り替え。平成26年6月製造分より、キリン、サントリーの缶コーヒー、茶などで順次切り替え。

●食品業界の食品ロス削減に向けた主な取組④ 日配品ロス削減

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)



発注



納品



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)



優良事例を共有しながら、販売実績・特売計画情報共有の効果的な進め方の検討
小売業における需要予測精度の向上、売価のきめ細かい調整の強化を進めつつ、極端に短い発注リードタイムの改善の検討
より多くの小売業での売切促進キャンペーン展開、消費者への情報提供強化

●食品業界の食品ロス削減に向けた主な取組⑤ もったいないキャンペーン

賞味・消費期限の近づいた商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求め頂きやすい価格で消費者へ提供し、食品ロス削減に貢献する取組です。

【東急ストア】

実施店舗： 中央林間、宮前平
実施期間： 平成27年1月21日～2月10日
対象商品： 菓子パン、総菜パン

【イオンリテール】

実施店舗： モリシア津田沼、幕張、幕張新都心
実施期間： 平成27年2月1日～2月10日
対象商品： 菓子パン、食事パン

【イトーヨーカ堂】

実施店舗： 葛西
実施機関： 平成27年2月16日～2月28日
対象商品： 菓子パン、食事パン



(東急ストア宮前平店の様子)



(イトーヨーカ堂 葛西店の様子)

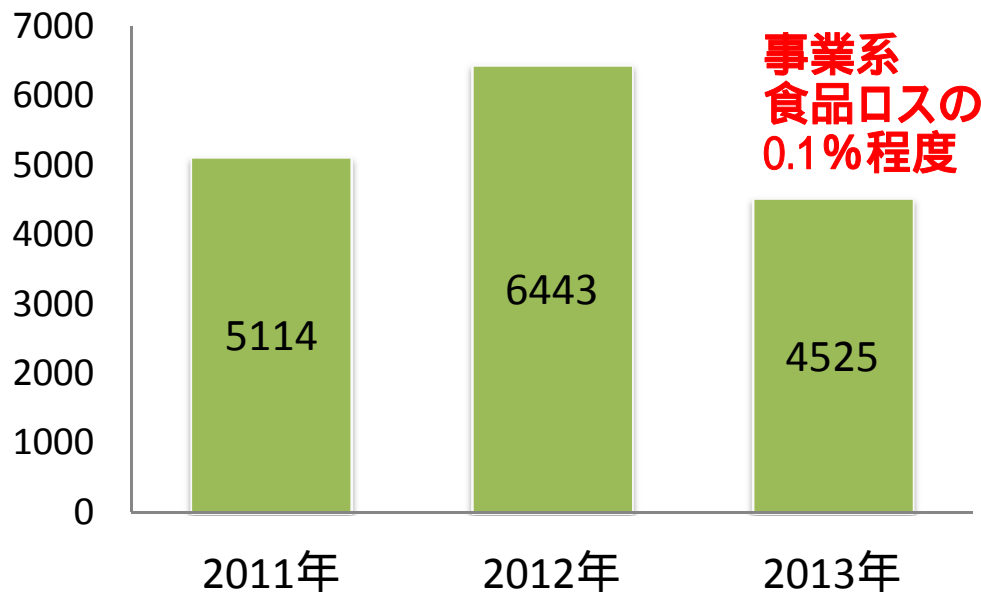


(イオン幕張新都心店の様子)

● フードバンク活動

フードバンクによる食品ロス削減量は2013年で約4500トン。農林水産省は、食品ロス削減の観点から、フードバンク活動の認知度向上等について支援。
フードバンクへの寄附には、税制上の優遇措置あり。

フードバンクによる食品ロス削減量（単位：トン）



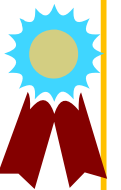
資料：2013年度農林水産省調査

広がる日本のフードバンク活動

- ・日本では北海道から沖縄まで約40団体が活動
- ・東京のNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模

第1回「食品産業もったいない大賞」（2013年度）

食料産業局長賞
セカンドハーベスト・ジャパン
審査委員会委員長賞
フードバンク山梨



フードバンクへの寄附に係る税制上の取扱い

- ・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損金算入。
- ・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。
- ・金銭以外の資産（食品等）を寄附した場合には、その寄附金の額は、その寄附をした時の価額（時価）。（詳細は→http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank/pdf/foodbankzeisei.pdf）

(参考) 食品ロス削減への容器包装の貢献

食品容器包装の高機能化による内容物の賞味期限の延長や流通途上での廃棄抑制等により、食品ロス削減に貢献。

容器包装の
高機能化

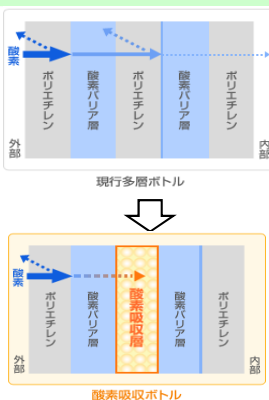
- ・賞味期限の延長
- ・流通途上での廃棄抑制
- ・製造工程の改善 等

食品ロス
削減

容器包装の高機能化による食品ロス削減の事例

酸素バリア層を含む多層構造に酸素吸収層を挟み込むことによって、外部から透過してきたわずかな酸素も吸収する高い酸素バリア性を追加。

これにより作りたてのおいしさが長く持続するとともに、**賞味期限を今までの7ヵ月から10ヵ月に延長。**



特殊な無機物の複合効果により、青果物の蒸散と褐変を抑制。

輸送方法・地域条件により異なるが、**防曇OPP (延伸ポリプロピレン) と比べ、+2~3日の鮮度保持能力。**

ほうれん草 鮮度保持試験

【保存日数：5日間 保管温度：18~20℃】



防曇OPP包装



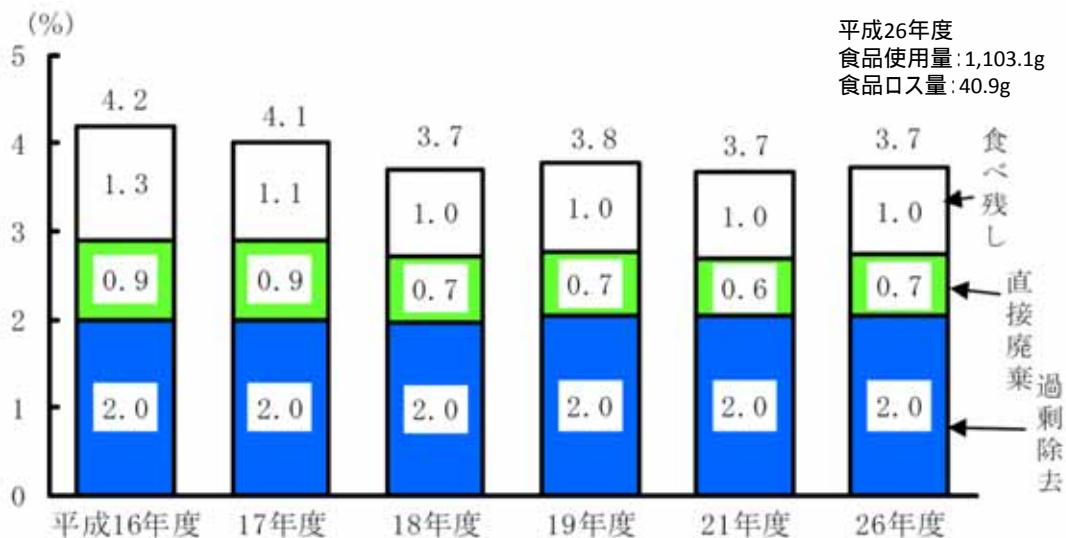
スパッシュ包装

1. 世界の食品廃棄事情
2. 日本の食品廃棄事情
3. 食品ロス削減国民運動
 - (1) 国の取組
 - (2) 食品関連事業者の取組
 - (3) 家庭での取組
 - (4) 主体間の連携

家庭での食品ロス

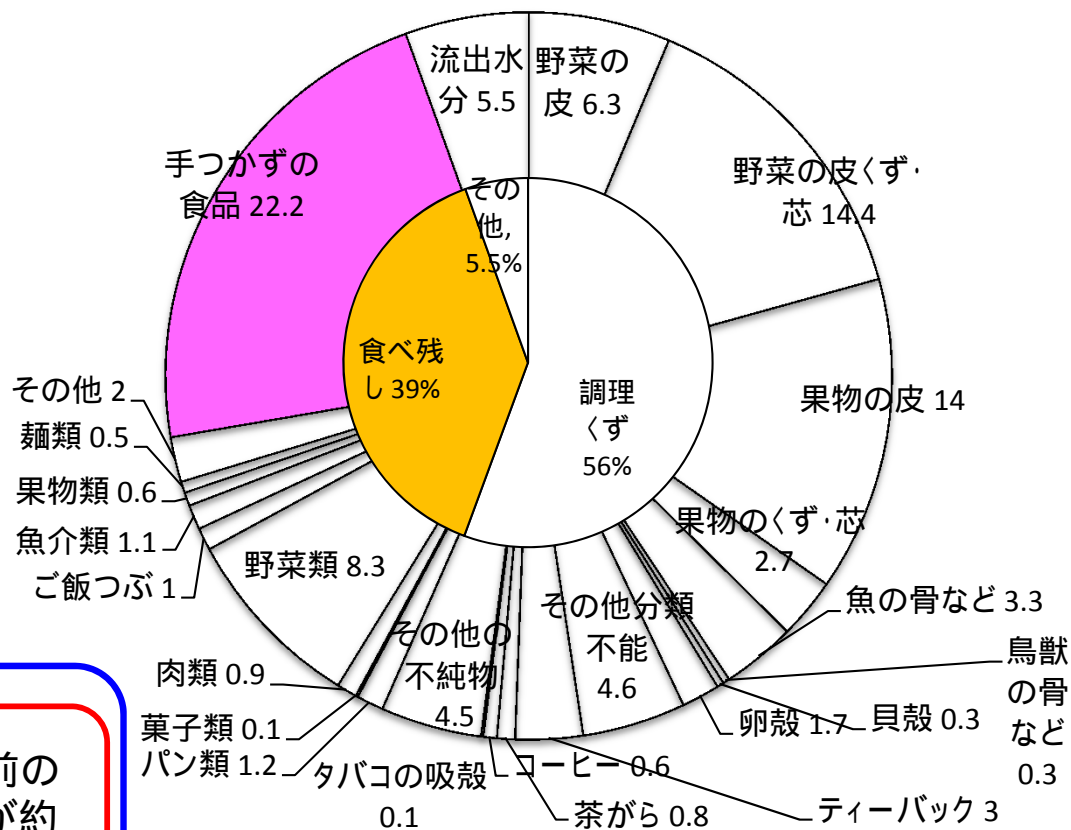
皮を厚くむきすぎたり、脂っこい部分など調理せずに取り除いた部分（過剰除去）
 作りすぎて食べ残された料理（食べ残し）
 冷蔵庫等に入れたまま期限切れとなった食品（直接廃棄）

世帯計における食品ロス率の年次別推移



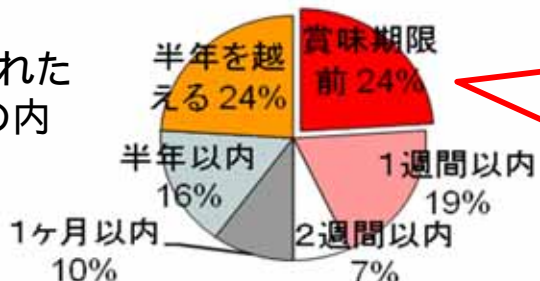
資料：農林水産省「平成26年度食品ロス統計調査（世帯調査）」

家庭から出される生ごみの内訳



資料：平成19年度京都市家庭ごみ組成調査（生ごみ）

手つかずで廃棄された食品の賞味期限の内訳を見ると...



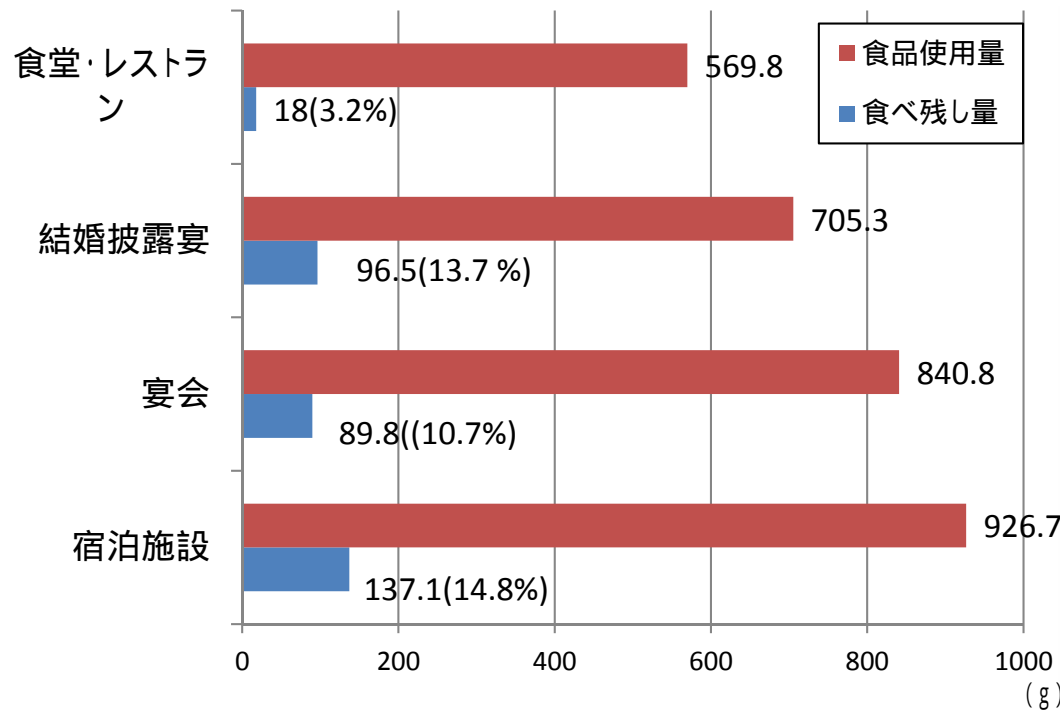
賞味期限前の食品ごみが約1/4も！

● レストラン等飲食店での食品ロス

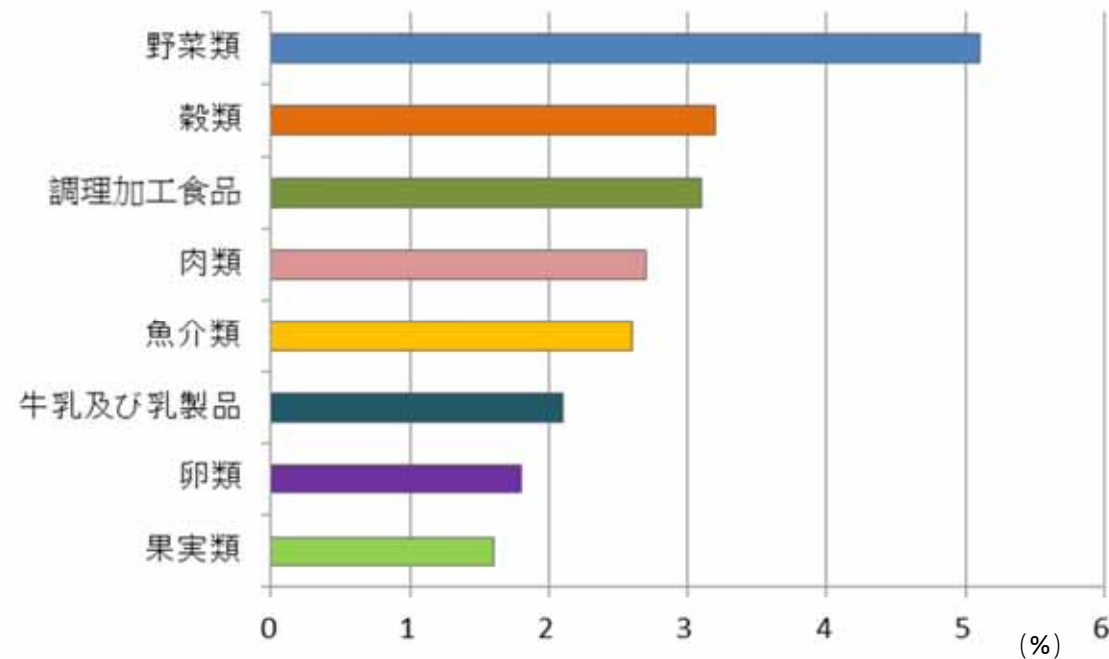
宿泊施設や結婚披露宴の食べ残しが多い。
レストラン等の飲食店からの食品ロスは、お客様が食べ残した料理や製造・調理段階での仕込みすぎなど。
食べ残しの多い食品は野菜や穀類。



1食当たりの食品使用量と食べ残し量の割合



食品別食べ残し量の割合



資料：農林水産省「平成21年 食品ロス統計調査（外食産業調査）」
外食・レストランは昼食、宿泊施設は宿泊客に提供された夕食を調査対象とした

資料：農林水産省「平成21年 食品ロス統計調査（外食産業調査）」

(参考) 賞味期限と消費期限

全ての加工食品には、賞味期限又は消費期限のどちらかの期限表示が表示されている。(一部の食品を除く)

賞味期限が過ぎてもすぐに食べられなくなるわけではないことを理解して、見た目やにおいなどの五感で個別に食べられるかどうか判断することが重要。

賞味期限 Best-before

おいしく食べることができる期限です。
この期限を過ぎても、すぐ食べられないということではありません。

【定義】

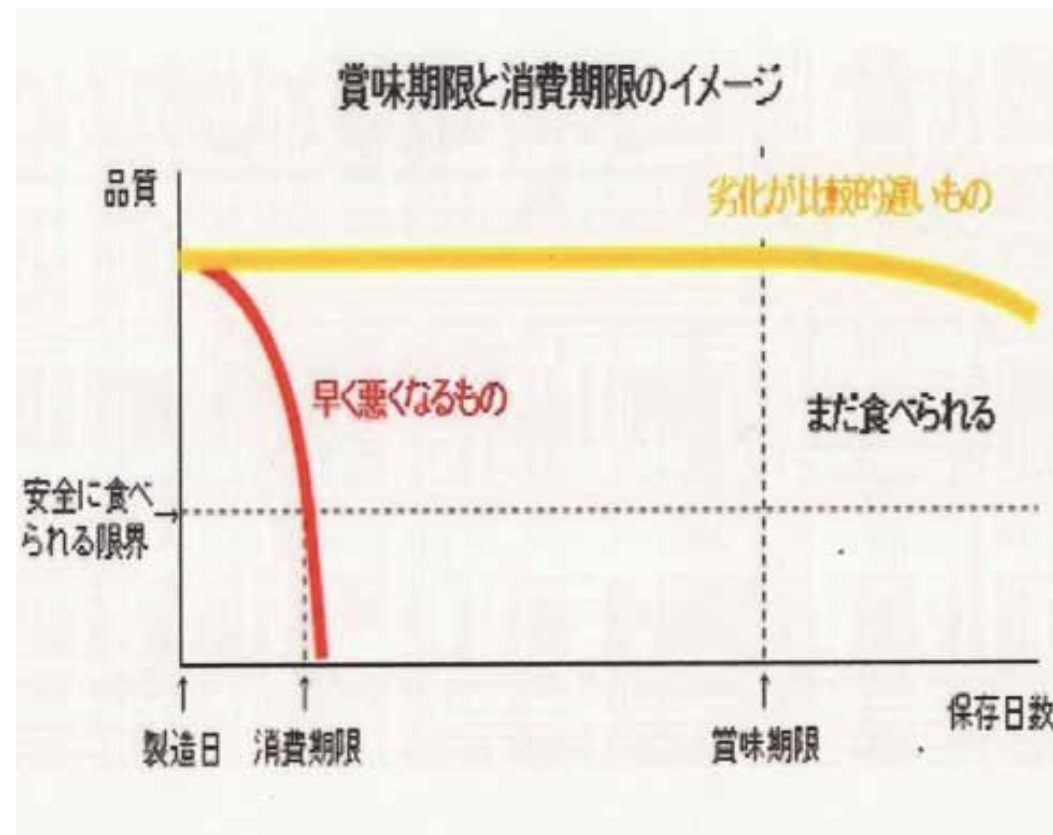
定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるものとする。

消費期限 Use-by date

期限を過ぎたら食べない方が良いでしょう。

【定義】

定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗その他の品質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を示す年月日をいう。



買い物

事前に冷蔵庫内などをチェック

- ▶ メモ書きや携帯・スマホで撮影した画像が有効

必要な食材をこまめにゲット

- ▶ 食品ロスが多いのは野菜などの生鮮食品
- ▶ 必要以上に買った場合は、冷凍保存も活用する

手前に陳列されている食品をチョイス

- ▶ 正しく保存して消費期限内に食べ切るなら品質はほとんど変わりません



調理

残っている食材から使う

- ▶ 「いつか食べる」食品は食品ロス予備軍

野菜や果物の皮は厚むきしない

- ▶ 生ゴミは減って、栄養は増える

食材を上手に食べ切る

- ▶ 定期的に冷蔵庫や収納庫を整理する日を決める
(例:毎月●日はあるものでお好み焼きデー)



● 今日から実践！食品ロス削減 宴会編

ミッション① 宴会前

参加者の好みや食べ切れる量をチェック

- ▶ 店やメニュー選びに活用する

食べ切れる量のメニューをチョイス

- ▶ ハーフサイズ、少量コースなど、料理の量を選ぶ



ミッション② 宴会中

コース料理提供時の例：キーワードは **30・10**



味わいタイム

- ▶ 乾杯後 **30** 分間は料理を楽しむ
- ▶ 料理はできたてを味わう



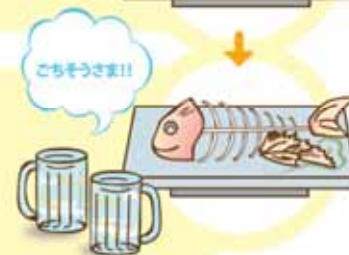
楽しみタイム

- ▶ 全員で親睦を深める
- ▶ 料理のことも忘れない



食べ切りタイム

- ▶ お開き前の **10** 分間はもう一度料理を楽しむ
- ▶ 幹事は「食べ切り」を呼びかける
- ▶ 大皿料理の残りは小分けにして食べやすくする



ミッション③ お開き時

おいしい料理とお店に感謝した後、
食べ切った仲間とハイタッチ

ミッション
完了!



1. 世界の食品廃棄事情
2. 日本の食品廃棄事情
3. 食品ロス削減国民運動
 - (1) 国の取組
 - (2) 食品関連事業者の取組
 - (3) 家庭での取組
 - (4) 主体間の連携

● 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

ろすのんとのコラボレーション

ぼくの利用者は128件 にまで
増えたのん。
これからもよろしくのん。



名前：ろすのん（性別 ）
・食品ロスをなくす(non)という意味から命名
・280件の応募の中から決定（平成25年12月）
ろすのんのロゴ：語尾に「のん」がつく
好きな食べ物：刺身のつま、パセリ
夢：食品ロスがなくなること
好きな言葉：残り物には福がある

食品メーカー（製造方法・包装改良で賞味
期限延長、未利用部分の商品開発）

スーパー、コンビニ（値引きで売り切り、納
品期限緩和、啓発活動）

レストラン、社員食堂（食べ切り運動、小
盛りサービス、ドギーバッグ提供）

消費者団体・事業者団体（啓発活動）

包材メーカー（鮮度保持包材、高機能包
材で賞味期限延長）

家電メーカー（ロス削減・鮮度保持家電）

平成27年10月末現在の承認・届出件数。地方公共団体、NPO法人、食品製造・卸、小売、外食産業など様々な団体・事業者において利用。

食品ロス削減に取り組む団体・企業の皆さん、是非ご利用いただき、一緒に国民運動を盛り上げていきましょう。（無料です！）

ロゴマーク利用許諾要領、利用許諾申請書等は、下記の農林水産省URLを御確認ください。

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

納品期限を緩和している飲料の
売場に掲示



食品ロス削減に貢献する家電の売場店頭
や販売カタログに使用



● ろすのんとのコラボレーション② 企業編

社員食堂にテーブルトップを設置し、社員に食べきり運動の呼びかけや食品ロス削減に向けた啓発を実施

kikkoman



meiji



NIPPON



AJINOMOTO



お菓子クイズキャンペーン(全日本菓子協会)

お菓子は、いっぱい元気をくれる。

Q1 お菓子は食べる人においしさとひびを与えます。この〇〇に入る言葉はどちらでしょう?

※正解は「目」です。お菓子は「目」を元気にしてくれます。お菓子は「目」を元気にしてくれます。お菓子は「目」を元気にしてくれます。

Q2 家族とのゆらりや友だちが集まる場などにはお菓子が欠かせません。それはどうしてでしょう?

※正解は「お菓子は家族や友達と集まる時、自然と会話が増えます。お菓子には心を繋いでくれるので、みんなを笑顔にしてくれる。お菓子には心を繋いでくれるので、みんなを笑顔にしてくれる。お菓子には心を繋いでくれるので、みんなを笑顔にしてくれる。」

Q3 砂糖は甘味の大敵「砂糖(食塩)」がいくつかあります。次のうちどれでしょう?

※正解は「白砂糖」です。砂糖は甘味の大敵「砂糖(食塩)」がいくつかあります。砂糖は甘味の大敵「砂糖(食塩)」がいくつかあります。



お菓子は
元気を
育てます。

お菓子の賞味期限は「美味しく食べられる目安を示すものであり、これを過ぎても食べられなくなるわけではありません」と呼びかけています。

答えるだけで、プレゼントが当たるチャンス!

お菓子クイズキャンペーン

抽選で3,100名様に、総額1,000万円の賞品が当たる!

お菓子を買いま賞 **現金1万円** ...100名様

お菓子をもらいま賞 **「お菓子詰め合わせセット」3,000円分** ...3,000名様

お菓子は元気を育てます。

小・中学生対象 作文コンテスト

お菓子クイズキャンペーン

抽選で3,100名様に総額1,000万円の賞品が当たる!

お菓子を買いま賞 **現金1万円** ...100名様

お菓子をもらいま賞 **「お菓子詰め合わせセット」3,000円分** ...3,000名様

お菓子キャンペーン事務局 TEL:03-6703-0528 受付時間:10:00~17:00(土・日・祝日・年末年始12月29日~1月5日除く)

お菓子の賞味期限は、美味しく食べられる目安を示すものであり、これを過ぎても食べられなくなるわけではありません。現在、日本では「もったいない」を合言葉に、食品ロス削減活動が展開されています。菓子業界は、この活動の一環として、賞品ロス減らす取り組みを行っています。

全日本菓子協会(全国菓子工業組合連合会、全国和菓子協会、日本洋菓子協会連合会、全日本洋菓子工業会、全国製菓工業組合連合会)
お砂糖「真」時代協議会/全国菓子卸商業組合連合会
農林水産省 消費

長野県松本市 (松本市HPより)

おそとで残さず食べよう！30・10運動

おうちで残さず食べよう！30・10運動



食べ物を捨ててしまわずなんてもったいない!

30日は… 冷蔵庫クリーンアップデー 冷蔵庫を整理整頓! 期限の近い食材や残り物を使いさろう。

10日は… エコ・クッキングデー 今まで捨てていた野菜の茎や皮などを使って、調理してみよう。

おうちで 30 10

健康考慮近郊都市・松本

全国で活用できる子ども向け紙芝居作成



埼玉県 (埼玉県HPより)

食べきりSaiTaMa大作戦

食品ロスをできるだけ出さないライフスタイルを実践する 食べきりスタイル(S style)

食べ残しの多い宴会で締めの前15分間で残った食事を食べきる 食べきりタイム(Time)

外食店舗で小盛りの設定や食材使い切りレシピなどで食品ロスを減らす 食べきりメニュー(Menu)





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！！



ご清聴ありがとうございました。