



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

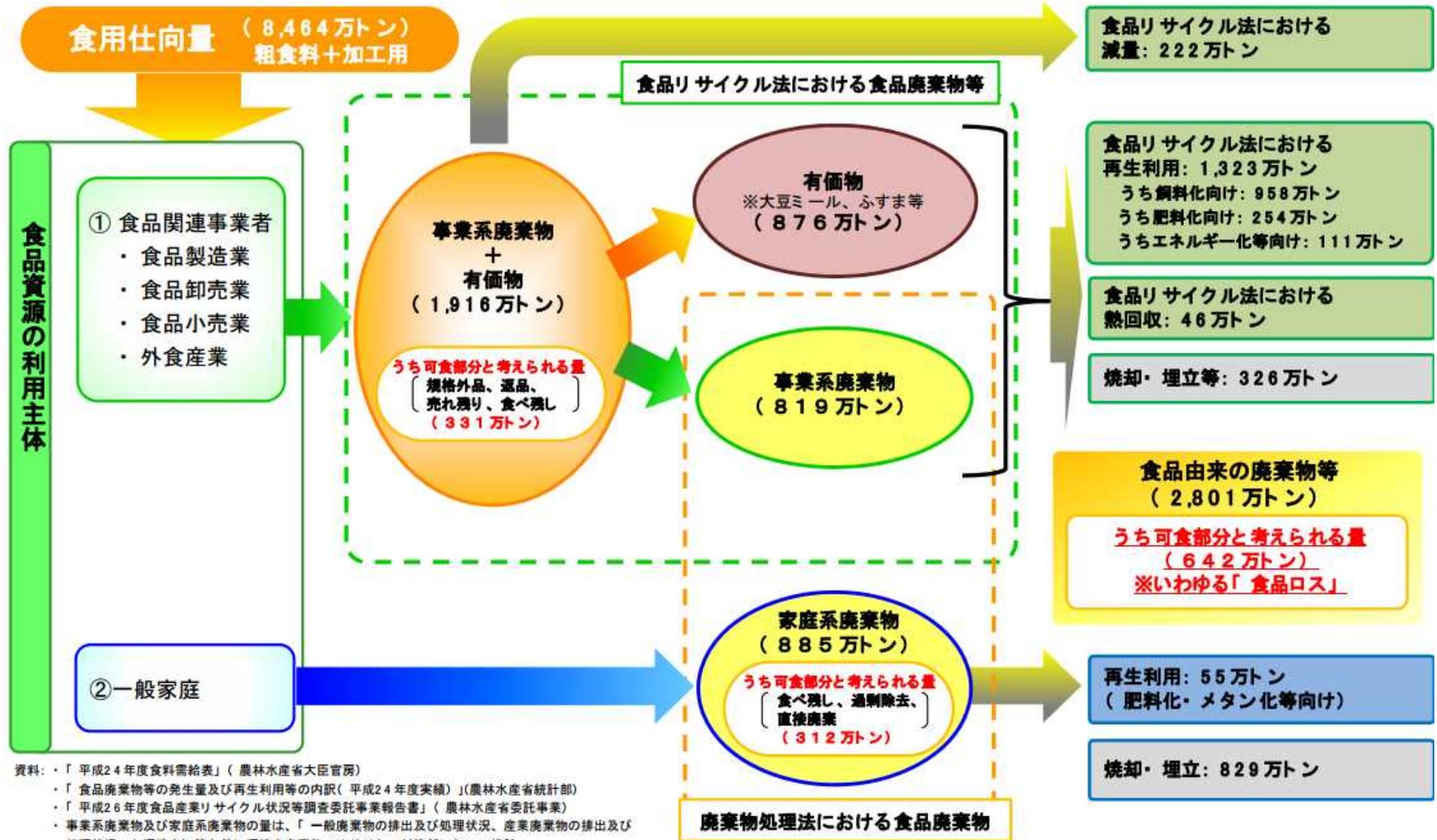
商慣習検討ワーキングチームの概要

2015年11月

公益財団法人流通経済研究所

● 日本のもったいない事情（平成24年度推計）

○ 日本では、年間約1,900万トンの食品廃棄物が排出。このうち、本来食べられるのに廃棄されているもの、いわゆる「食品ロス」は、年間約642万トン含まれると推計。（



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。

●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)

●加工食品－納品期限緩和の取組

- 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日以上の菓子で約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

納品期限を見直した企業

実運用問題なし

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

納品期限見直しを予定している企業

ファミリーマート、ミニストップ、ローソン

※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

●加工食品－賞味期限延長等

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、麒麟、サントリーの缶コーヒー、茶などで順次切り替え。

● 日配品ロス削減－実態把握

日配品メーカー
(納豆、豆腐、
牛乳・乳製品、パン)



発注

納品

小売店
(スーパー)



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)

- ①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
- ②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
- ③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

● 日配品ロス削減ー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】

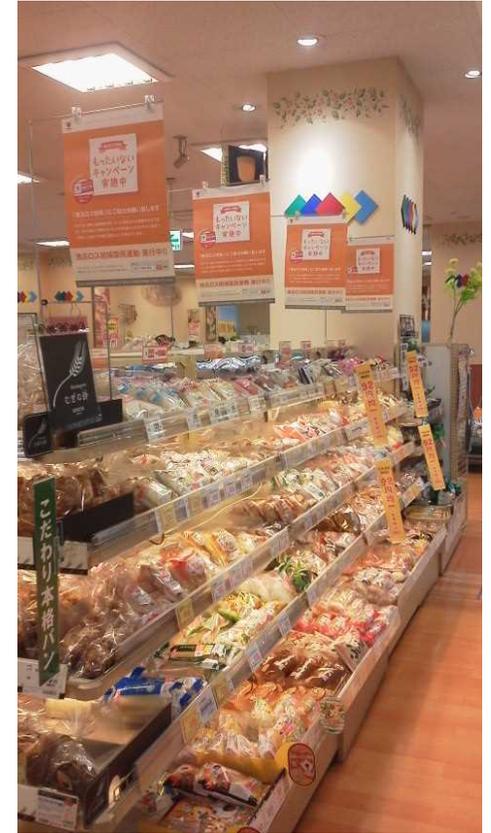
実施店舗： 中央林間、宮前平
実施期間： 平成27年1月21日～2月10日
対象商品： 菓子パン、総菜パン

【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)

● 消費者への情報発信－国民運動推進 ～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
300～400万トン/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
200～400万トン/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(消費者庁、内閣府、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。



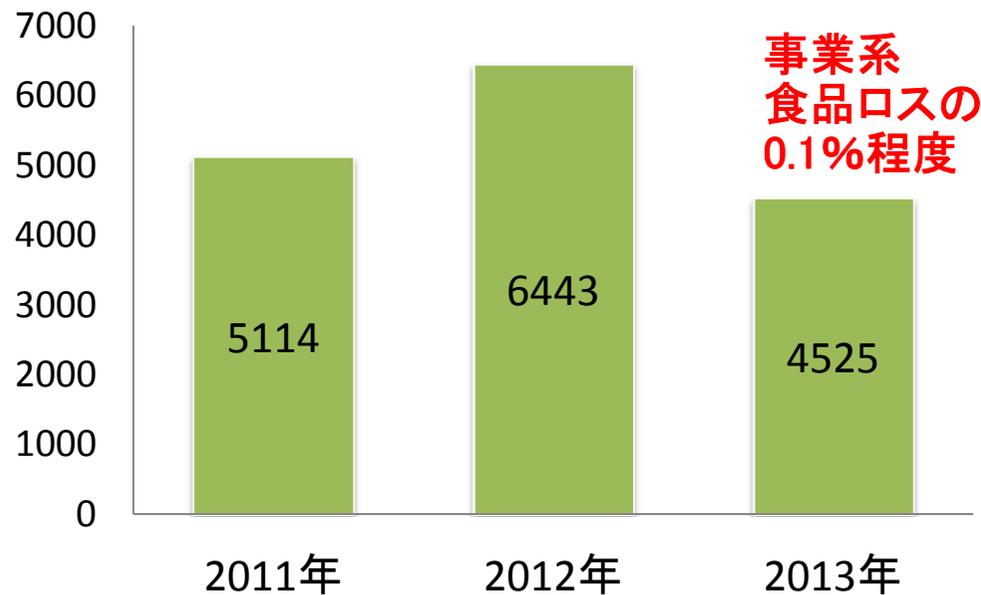
食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

● フードバンク活動の普及に向けた情報発信等

- 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

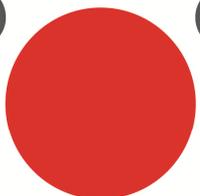


フードバンクへの寄附に係る税制上の取扱い

- ・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）

● ろすのんとのコラボレーション

ぼくの利用者は85件※にまで
増えたのん。
これからもよろしくのん。



食べものに、
もったいないを、
もういちど。



NO-FOODLOSS PROJECT

- 名前：ろすのん（性別 め）
 - ・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）
- ろすのんのロゴセ：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3月9日現在の承認・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