

- ✓ 令和4年10月30日までに全国一斉で商慣習を見直すことを呼びかける運動を実施。
- ✓ 8月10日より募集開始。11月2日（水）に結果を公表。

[https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/221102\\_17.html](https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/221102_17.html)

## 取組内容

- (1) **令和4年10月30日を「全国一斉商慣習見直しの日」とし**、この日までに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**
    - ・加工食品の納品期限の緩和（特に、賞味期間180日以上を推奨）
    - ・フードバンク・子ども食堂等への食品の提供
  - (イ) **食品製造業者**
    - ・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）（特に、賞味期間180日以上を推奨）
    - ・加工食品及び日配品の賞味期限の延長（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企業）
    - ・フードバンク・子ども食堂等への食品の提供
- (2) 納品期限の緩和、賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長、フードバンク・子ども食堂等への食品寄附に取り組む企業を募集し、**事業者名を公表**（10/31を予定）（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

(参考) 昨年度の本取組の公表結果（令和3年10月30日時点の取組事業者数（予定含む））

- ・納品期限の緩和：**186事業者**（令和2年10月時点：142）
- ・賞味期限表示の大括り化：**223事業者**（令和2年10月時点：156）

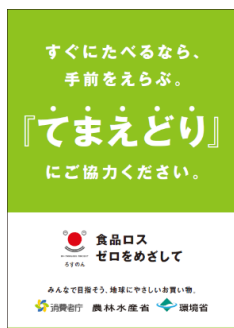
# 消費者への啓発（食品ロス削減月間）

- ✓ 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7月29日より、10月の食品ロス削減月間に向け、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10月28日まで募集。
- ✓ 10月13日時点の応募者、73事業者、60自治体を中間公表。  
([https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/cyuukankeihatsu.html](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/cyuukankeihatsu.html))

【啓発資材の例】



【活用の例】



(どなたでもダウンロード可能です)

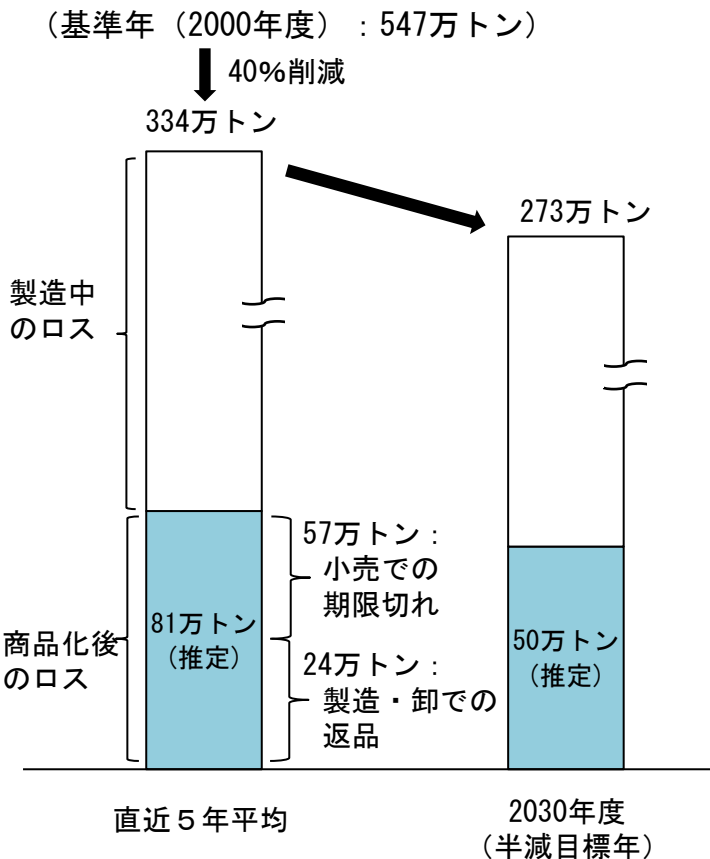


「てまえどり」の取組が食品スーパー・生協にも拡大！

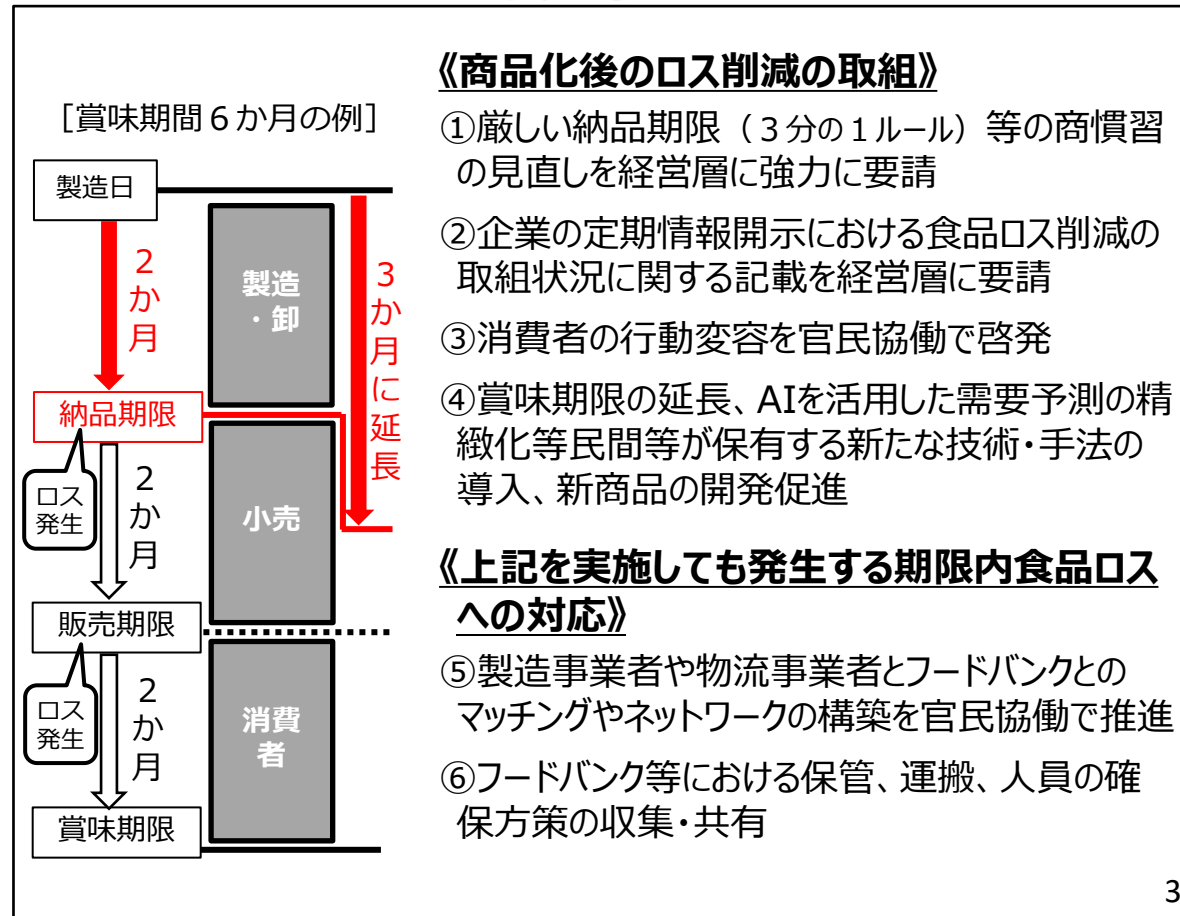
# 期限内食品ロス最小化対策の強化について

- 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



### 《商品化後のロス削減の取組》

- ① 厳しい納品期限（3分の1ルール）等の商慣習の見直しを経営層に強力に要請
- 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を経営層に要請
- ③ 消費者の行動変容を官民協働で啓発
- ④ 賞味期限の延長、AIを活用した需要予測の精緻化等民間等が保有する新たな技術・手法の導入、新商品の開発促進

### 《上記を実施しても発生する期限内食品ロスへの対応》

- ⑤ 製造事業者や物流事業者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
- ⑥ フードバンク等における保管、運搬、人員の確保方策の収集・共有

# 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

## <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>

## <事業イメージ>

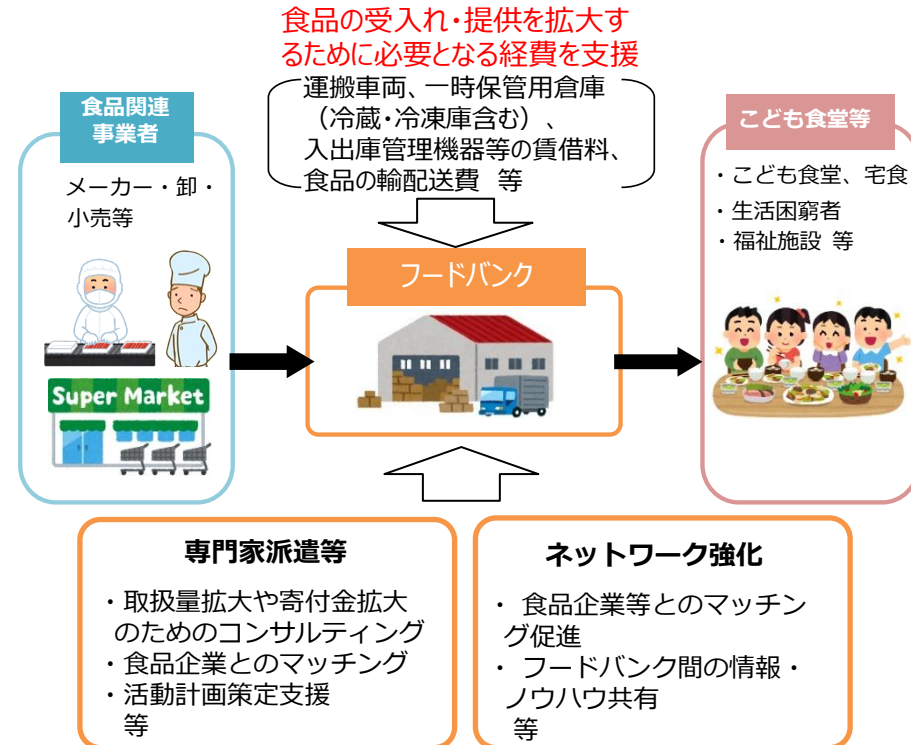
### 1. フードバンク活動団体の食品受入能力向上支援

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。

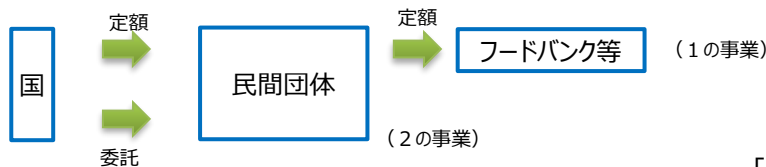
### 2. 専門家派遣等及びネットワーク強化

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となる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>

食料や生産資材等の価格が高騰する中、**適正な価格形成に向けた国民理解の醸成**を図るとともに、**社会的弱者の食品アクセスの確保**に向け、サプライチェーンの改善・強化、こども食堂等へ食品の提供を行う**フードバンクに対する支援**や**こども食堂・こども宅食による食育の取組の支援**を行います。

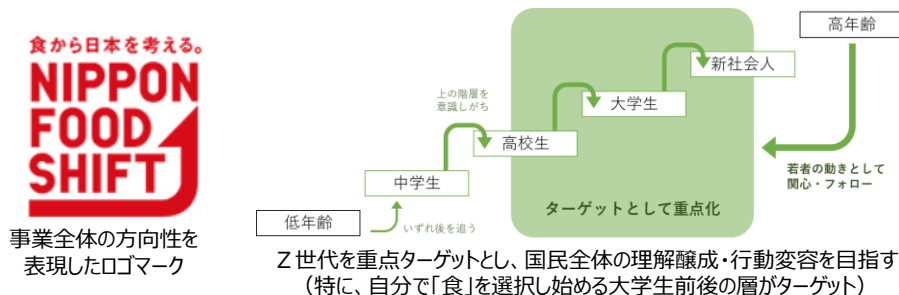
## <事業目標>

- 食料自給率の向上（供給熱量ベース45%、生産額ベース75%〔令和12年度まで〕）
- 事業系食品ロス量を半減（273万t〔令和12年度まで〕）

## <事業の内容>

## <事業イメージ>

### 適正な価格形成への理解醸成



### 食品アクセスの確保

#### 【物理的な食品アクセスの改善】



- ・ラストワンマイル配送実証等
- ・移動販売車、無人店舗システムの導入等

#### 【経済的な食品アクセスの改善】



- <こども食堂>
- <こども宅食>
- <福祉施設> 等

- ・こども食堂等に食品を提供するフードバンクへの活動支援
- ・地域における共食の場の提供支援 等

### 1. ニッポンフードシフト総合推進事業

800百万円

Z世代を重点ターゲットとして、食と環境を支える農林水産業・農山漁村の魅力等について、国民理解の醸成を図るため、官民協働により、**メディア・SNS等で情報発信**するとともに**シンポジウム・フェアを開催**します。

### 2. 生鮮食料品等サプライチェーン緊急強化対策

876百万円

生鮮食料品等の安定供給を継続的に行うための**先進的な取組（共同配送、モーターシフト、ラストワンマイル配送等）の実証**や**設備・機器等導入**を支援します。

### 3. 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

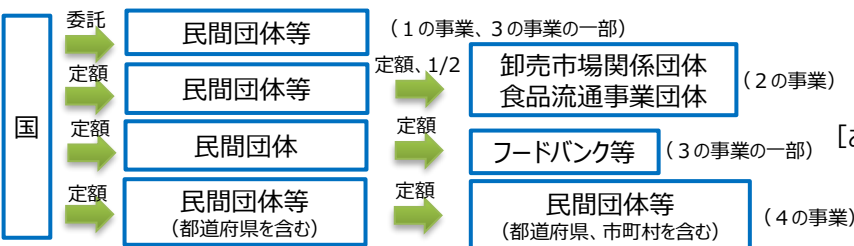
フードバンク等に対して、**食品の受入れ・提供を拡大するために必要となる経費**を支援するとともに、フードバンクの活動強化に向け、食品供給元の確保等の課題解決に資するよう、**専門家派遣、マッチング・ネットワーク強化**を支援します。

### 4. 地域での食育の推進

500百万円

地域の関係者等が取り組む、こども食堂等の**共食の場の提供**やこども宅食における**日本型食生活の普及・啓発**などの**食育の取組**を支援します。

## <事業の流れ>



- 【お問い合わせ先】
- (1の事業) 大臣官房政策課食料安全保障室 (03-6744-2395)
  - (2の事業) 大臣官房新事業・食品産業部食品流通課 (03-3502-8237)
  - (3の事業) 大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課 (03-6744-2066)
  - (4の事業) 消費・安全局消費者行政・食育課 (03-3502-5723)



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

# 令和4年度 消費者啓発に取り組む 小売・外食事業者の取組事例集

農林水産省

外食・食文化課

食品ロス・リサイクル対策室



【てまえどり】: [https://www.sej.co.jp/library/contents/csr/news/pdf/20210609\\_foodloss.pdf](https://www.sej.co.jp/library/contents/csr/news/pdf/20210609_foodloss.pdf)

【特設サイト】[https://www.7andi.com/sustainability/g\\_challenge/project/mottainai2022/index.html?intpr=Sustainability\\_TOP\\_mottainai2022](https://www.7andi.com/sustainability/g_challenge/project/mottainai2022/index.html?intpr=Sustainability_TOP_mottainai2022)

【mottECO (モtteコ)】: <https://www.dennys.jp/service/motteco/>

## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- 【てまえどり】省庁と連携し、「すぐ食べるなら、手前をえらぶ」をメッセージに、お客様とともに食品ロス削減を目指す
- 【特設サイト】食品ロス削減月間、3R推進月間に合わせて「もったいないをなくそうチャレンジ！」特設サイトを開設
- 【mottECO (モtteコ)】お客様の食べ残し起因による食品ロス削減を目指し、専用容器によるお持ち帰りを推進
- 【賢者のレシピ】食材の使い切りなど食品ロス削減の推進を目的としたレシピを毎月発信

## ＜お客様/従業員の反応＞

- 【お客様】てまえから取るという普段の小さな選択と行動が、食品ロス削減に繋がることを実感した
- 【お客様】食べ残しを持ち帰ることに少し恥ずかしい気持ちがあったが、環境に良いことをしていると自信を持てるようになった
- 【従業員】食品ロス削減の行動が身近にあることを再認識した。お客様とともに課題解決に取り組んでいきたい



[お問い合わせ先]

サステナビリティ推進部(03-6238-2448)





## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組み＞

### 食品廃棄物を2025年度までに2015年度比で32%削減する目標

#### ○店舗での食品ロス削減の啓発

10月1日～31日まで、北海道内のGMS、SM・DS122店舗で「てまえどり」のPOPやポスターを売り場の各所に掲示し、来店されるお客さまへ食品ロス削減の呼びかけを実施。

※GMS:総合スーパー SM:食品スーパー DS:ディスカウントストア  
(2022年9月末日現在)

#### ○その他の食品ロス削減の取組

- 発注精度・製造計画精度の向上
- 適正な在庫管理の実施
- 店内加工技術や商品化技術の向上
- 真空パック包装機の導入推進
- MAP包装(ガス置換包装)した商品の導入
- 賞味期限を年月日から年月へ変更 等

## ＜お客様/従業員の反応＞

- 「てまえどり」や「食品ロス削減」を呼びかけて持続可能な社会を目指します。(従業員)

[お問い合わせ先]

経営管理統括部 環境・社会貢献・広報・IR部(011-865-9111)

# 株式会社ベルジョイス（東北エリア）



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



## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- 10月の『食品ロス削減月間』に合わせ、「てまえどり」の取組を開始しました。
- 牛乳・ヨーグルト・豆腐・納豆・チルド麺などデイリー商品の陳列棚にA4ポスターやアテンションPOPを設置し、お客様へ協力を呼び掛けています。
- 天候・気温、曜日などの与件を考慮しながら発注精度の向上に努め、食品ロス削減に取り組めます。

## ＜従業員の反応＞

- 食品ロス削減に取り組むために、まずは自分たちが食品ロスについて理解をすることから始めています。

## ＜その他の取組＞

- フードバンクへ提供するための食品回収ポストの設置店舗をさらに拡げていきます。



【お問い合わせ先】

株式会社ベルジョイス 経営計画室（019-623-6245）



## <店舗で行っている食品ロス削減の取組>

- 農林水産省、環境省、消費者庁による啓発ポスター「てまえどり」を全31店舗に掲示し、お客様に「てまえどり」を呼びかけご理解をいただけるよう努めています。10月の食品ロス削減月間においては、同省庁の食品ロス削減アンバサダー啓発ポスターを掲示しています。
- 生鮮食品、デリカ食品においては、「食べきりサイズ」の小分け商品の充実により、食品ロス削減を目指しています。
- 「ちょうどいいがいちばんおいしい」「楽しくエコクッキング」と、使いっきり野菜コーナーで食品ロス削減を推進しています。

## <お客様/従業員の反応>

- 従業員の食品ロスに対する意識付けが醸成された。
- 食品ロスを減らす工夫を考えるように従業員の意識の変化につながっている。
- 「食べきりサイズ」により食品ロスに対する意識付けをしており、特に単身者、少人数家族からは好評をいただいております。

[お問い合わせ先]

株式会社オータニ 管理部(028-661-4011)



## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- ① 「てまえどり」「小分け食品の活用」を啓発するPOPを店舗に掲示
- ② 金沢市と連携した取り組み（2022.10 コープたまぼこ実施）  
買い物客を対象とした店頭イベントを市民・事業者・行政が連携して実施し、環境にやさしい買い物の普及啓発を図る。
- ③ アウトレットコーナーの設置
- ④ フードドライブの実施

## ＜お客様/従業員の反応＞

- 食品ロスを無くす為の取り組みでは、アウトレットコーナーなど一か所に集めてあるので分かりやすいです。
- フードドライブは今後も継続して取り組んでいきたいです。

【お問い合わせ先】

総合企画部(076-275-9854)



## <店舗で行っている食品ロス削減の取組>

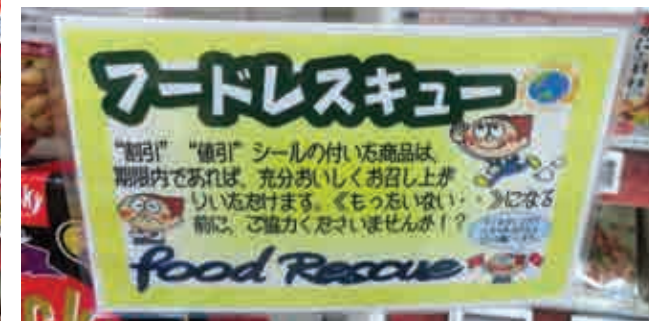
- 各店店舗掲示板にて、「てまえどり」の啓発ポスターを掲示し、お客様に呼びかけています。
- 果物売り場にて、食べ頃の果物をカットしてお値頃価格で販売しています。

## <お客様/従業員の反応>

- 「てまえどり」のポスターを掲示することで、棚の奥から商品を取って行かれるお客様への「前から取っていこう！」との啓発に繋がっている。
- 食べ頃の果物をカットしてお値頃価格で販売することで、商品を廃棄すること無く、売り切りに繋がっている。また、「食べ頃」の果物ということで、お客様も家庭で即食べられることができ、家庭でのロス削減にも繋がっている。

[お問い合わせ先]

株式会社サンヨネ 本部(0532-66-1734)



## <店舗で行っている食品ロス削減の取組>

- 農林水産省、環境省、消費者庁による「てまえどり」運動に関連して、麺類などのチルド日配品、デザート商品、ハム・ソーセージ加工品売場にてPOPを掲示し、お客様へのご協力を呼びかけております。
- 売場に賞味期限間近の商品を集めた「フードレスキュー」コーナーを設置し、食品ロスに対する啓発と、商品購入への促しを実施しております。
- 消費期限間近の商品について、早めの少額値引きを行い、商品販売の促進に努めております。
- 近隣エリアに多店舗展開している「ドミナント戦略」を生かして、適切な温度帯での店舗間の商品移動を行う事で、会社全体での食品ロス低減に取り組んでおります。

## <お客様/従業員の反応>

- 食品ロスに対する従業員の意識の向上、特に商品廃棄に対する意識向上につながっています。
- 京都市内の小売業者の連携による「てまえどり」運動の促進により、お客様の食品ロスに対する意識の変化につながっています。

[お問い合わせ先]

販売企画部(075-468-9171)



## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- 店舗でお買い物する組合員へ、商品を手前から消費する「てまえどり」を推奨しています。
- 賞味・消費期限当日まで商品を陳列・販売するコーナーを設けて、食品ロス削減への協力を呼びかけています。
- 自動発注システムを活用した、適正な商品発注を行っています。
- 京都市からの食品ロス削減月間の協力依頼を受けて、2021年度に食品廃棄モニターの登録宣伝に協力し全店で取り組みを行いました。
- 家庭で使いきれない未使用食品を持ち寄り、フードバンクを通じて食品を必要とする方々へ提供するフードドライブを実施しています。

## ＜お客様/従業員の反応＞

- 「てまえどり」POPを見て商品を選ばれるなど、食品ロス削減の取り組みに対する組合員からの共感の声をいただいています。
- 10月の食品ロス削減月間に加えて年間を通じた「てまえどり」を実施し、職員の食品ロス削減への意識が高まりました。
- フードドライブ実施店舗（13店舗）の広がりへの期待の声をいただき、2022年度は新たに2店舗でフードドライブを開始し、全18店舗のうち15店舗で実施しています。

【お問い合わせ先】

京都生協 組織運営部(075-672-6304)



## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- 「てまえどり」ポスター・POPの掲示
- 消費・賞味期限の近い商品の売り場に「お買い物上手コーナー」POPを掲示
- 消費者庁からの販促物の掲示や県からのポスターの掲示
- フードドライブの実施
- 食品の鮮度を保つフレッシュパックの導入
- 店舗から発生した生ゴミからたい肥を作り、提携農家に渡し、できた野菜を販売する食品リサイクルループの実践

## ＜お客様/従業員の反応＞

- てまえどりは取り組みを知ってもらっている段階であり、少しずつ認知度が上がっている状況。
- 企業として食品ロスを削減する取り組みに力を入れているので廃棄を減らす意識は増えている。



【お問い合わせ先】

お客様サービス・品質管理推進室(089-926-2970)





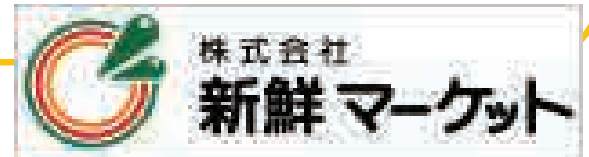
## ＜店舗で行っている食品ロス削減の取組＞

- 特に賞味期限が短い日配商品の陳列棚に「てまえどり」POPを掲示し、お客様にご協力いただいております。
- 「ペットボトル回収」「ローリングストック」及び地元自治体の「3きり運動」と一緒に「てまえどり」ポスターを掲示し、食品ロス削減・リサイクルの呼びかけを行っております。
- 賞味期限が近い商品を販売を行う際は、割引シールを貼り、販売促進し廃棄が出ないように取り組んでおります。
- 定期的に店内マイク放送により、食品ロス削減・リサイクルへの取組をお客様へお知らせしております。

## ＜お客様/従業員の反応＞

- お客様より「ポスター等を見て、すぐ消費する食品は“てまえどり”を行っている」との声をいただいております。
- 従業員の食品ロスに関する関心の向上（商品陳列等の工夫）

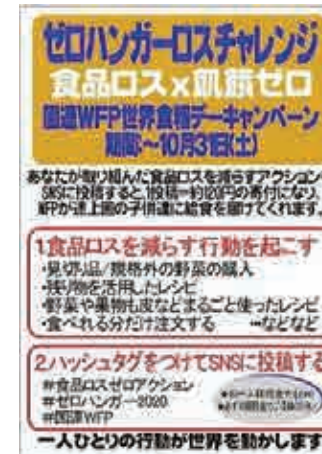
地域のお客様の豊かな食生活と健やかな暮らしに奉仕する



[お問い合わせ先]

管理本部人事総務課(097-578-7891)

# 株式会社丸大(沖縄エリア)



## <店舗で行っている食品ロス削減の取組>

- 食品ロス削減月間のポスター（農林水産省、消費者庁）を掲示。
- 見切り品の売り場にて「あっ~、MOTTAINAI（もったいない）」POPを掲示。
- 従業員や会員、来店者へフードドライブを呼び掛け、提供された食品は地元社会福祉協議会へ寄附。
- 地元小学校へ食品ロス削減の取り組みに関する出前講座を実施。
- WFPのゼロハンガーチャレンジをSNS等で呼びかけ。

## <お客様/従業員の反応>

- 食品ロス削減の取り組みに関するポスターやPOPを掲示することで、賞味期限の近い商品を選ばれるお客様も増え、また、個人でも行える食品ロス削減の取り組みに関する問い合わせが増えた。
- 地元小学生が買い物する際、「てまえどり」を意識して商品を購入する機会が多くなっている。
- 従業員の食品ロス削減に対する意識が高まり、家庭での食品残さを減らすなど、できることから取り組んでいる。
- お客様が賞味期限が近い商品を使った夕食を楽しんで作っていらっしゃる。

【お問い合わせ先】

株式会社丸大 管理部販売促進担当(098-889-3465)