



平成28年度 食品関連事業者による食品ロス削減研修会

食品ロス削減に向けた取組

イオンリテール株式会社
食品商品企画本部

石川元明

本日の内容

- 1 グループにおける環境政策について
- 2 食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト
- 3 事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について
- 4 事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について
- 5 事例紹介 3 関西地区における取組について
- 6 まとめ



1

グループにおける環境政策について

2

食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト

3

事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について

4

事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について

5

事例紹介 3 関西地区における取組について

6

まとめ

もっと、ずっと、くらしのそばに。 イオングループ

AEON

イオンは小売を中心に、金融、デベロッパー、サービスなど、300を超える企業で構成されています。

52万人
グループ
従業員数

3722万人
カード会員数

13か国
で事業展開

8.2兆円
連結営業収益

多様な事業が有機的に結びつき、高い相乗効果を創出することで、さらなる成長を目指し、革新への挑戦を続けています。

数値は2015年度

Copyright (C) 2016 AEON RETAIL Co., Ltd. All Rights Reserved.

イオンサステナビリティ基本方針


基本方針


私たちイオンは、「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」という基本理念のもと、多くのステークホルダーの皆さまとともに、持続可能な社会の実現を目指します。


取組みにあたっては、「低炭素社会の実現」、「生物多様性の保全」、「資源の有効利用」、「社会的課題への対応」を柱とし、グローバルに考え、それぞれの地域に根ざした活動を積極的に推進してまいります。

2011年 3月1日制定

重点課題

重点課題①
低炭素社会の
実現 

重点課題②
生物多様性の
保全 

重点課題③
資源の
有効利用 

重点課題④
社会的課題
への対応 

取組視点

店舗で



商品で



お客さま
とともに



店舗でのチャレンジ

- 1 エコプロジェクトの推進
- 2 自然冷媒の冷蔵・冷凍設備を導入
- 3 廃棄物ゼロへの挑戦

雇用でのチャレンジ

- 7 外国人従業員雇用拡大
- 8 女性管理職比率の拡大50%

商品でのチャレンジ

- 4 サプライチェーンにおける持続可能な調達ガイドライン制定
- 5 お客様のヘルシーライフを応援する商品の提供
- 6 ソーシャルブランドの強化

お客さまとともにチャレンジ

- 9 ネクスト1000万本～植樹から
- 10 商品・サービスを通じたお客さまのCO2削減の推進

環境社会課題取組

雇用でのチャレンジ

- 低炭素社会の実現
- 生物多様性の保全
- 資源の持続可能な利用

社会的課題

- 地域社会への還元
- 公正な事業慣行
- 人権・労働慣行

2

- 1 グループにおける環境政策について
- 2 食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト**
- 3 事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について
- 4 事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について
- 5 事例紹介 3 関西地区における取組について
- 6 まとめ

事業規模に関わらず逃げることのできない課題

「企業経営」の視点

- 店舗における廃棄は利益圧迫要因。
- 食品廃棄物の横流し事件等、処理方法等の企業の姿勢について課題視。
- TCGF理事会においてもトップマネジメント課題として議論。

「社会的責任」の視点

- 2015年9月国連がSDGsにて、小売・消費段階での食品廃棄物半減目標を明示。
- 食品廃棄が世界のCO2排出量の約10%。
- G7 富山環境大臣会合において食品ロス・食品廃棄物の削減について言及。

- ☑ 食品廃棄の対応は、経営課題であると同時に、社会的責任の観点からも重点化すべき課題
- ☑ 小売りに対して食品廃棄物への本格的な対応が問われている。(適正処理に注目)
- ☑ 欧米では、FAOや国連などの国際機関による数値目標設定、ルール形成が進行
- ☑ 2016年フランス「食品廃棄禁止法」食品廃棄を法的に禁止する動き

食品廃棄の世界的潮流を危機でなく、チャンスに変える取組が求められている

「廃棄物ゼロ」 コンセプト

フードチェーン全体を通じて、「Reduce」「Reuse」「Recycle」の3Rの手法を活用して、廃棄・燃焼され、埋め立てに回るゴミをゼロにしていくため、地域のステイクホルダーと連携し、ソーシャル・インフラの構築に寄与する。

食品の 「廃棄物ゼロ」の 取組



店舗・商品を通じて

販売容量の見直し、発注精度向上、分別・リサイクル促進等店舗と商品のサプライチェーンにおける食品廃棄物を削減



お客さまとのコミュニケーションを通じて

食育の推進や店頭キャンペーンなどを通じて、お客さまと協働で食品廃棄物を削減



地域とともに

行政、NPO等、地域のステイクホルダーと協働で、リサイクルループの構築やフードバンク等の活用を通じて削減

「取組方法」 (考え方)

仕組の構築を推進し、環境整備の整った地域から取組を検討

安全性

安全に利用されていることを確認

トレサビリティ

どこで、何に活用されているか確認

法令順守

資源の取り扱いにあたり法令順守することの確認

環境負担

リサイクルプロセス全体での環境負担に配慮

memo

B

- 1 グループにおける環境政策について
- 2 食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト
- 3 事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について**
- 4 事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について
- 5 事例紹介 3 関西地区における取組について
- 6 まとめ

背景

- 平成24年4月、食品リサイクル法において「発生抑制の目標値」が設定。
- これを機に、食品事業者の食品ロス削減推進のため、個別企業で解決が難しいフードチェーンの商慣習見直しについて議論がスタート。
- 「**食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム**」が発足し、イオンリテールも参画。

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

「商慣習」の見直しを検討

個別企業等の取組だけでは解決が難しく、フードチェーン全体で解決していく必要のある課題として、製造業・卸売業・小売業による商慣習を中心に検討→「**納品期限和緩和**」

パイロットプロジェクトによる検証

期間	2013年8月～2014年1月(半年間)
店舗	52店舗(グループ企業合わせて130店舗)
商品	菓子13メーカー 26商品
内容	専用センターを通過する商品の納品期限を緩和して影響を検証、(賞味期間30日から360日の商品で実施)

取組の検証と社内体制の整備の実施

様々な視点から活動を検証

- パイロットプロジェクトでは賞味期間150日以上の商品では、影響は確認できなかった。
- 一方、賞味期間120日以下の菓子において、多くの店舗で、売価変更・廃棄が悪化し、店舗コストの増加を招いた。そのため慎重な姿勢をとることになる。
(実証前比較：値下げ対応185%・廃棄440%増)

イオンでは、食品を扱う業態が多く、事業モデルや、販売戦略が異なるため、お客さまにご迷惑をおかけしないよう社内体制の整備を実施。

「納品期限緩和」の実施(2016年3月～)

1 店舗における「納品期限」を従来の基準から1/2残しに変更

実施内容1

飲料全品

(加工食品部門における飲料)

実施内容2

菓子

(賞味期間**180日以上**の全品)

同時期より、グループでの対応を検討

2 食品を取り扱うグループ企業において取組拡大

上記の取組



内容1

店舗における
「販売期限」の見直し

内容2

RDC商品の店舗
及び各社センターへの
納品期限の見直し

2017年の実施に向けて社内システムの再設計・マニュアル改訂等に着手

全日本菓子協会様より情報提供をいただき、社内検討資料に活用

菓子業界の実態（生活者の菓子購入実態）

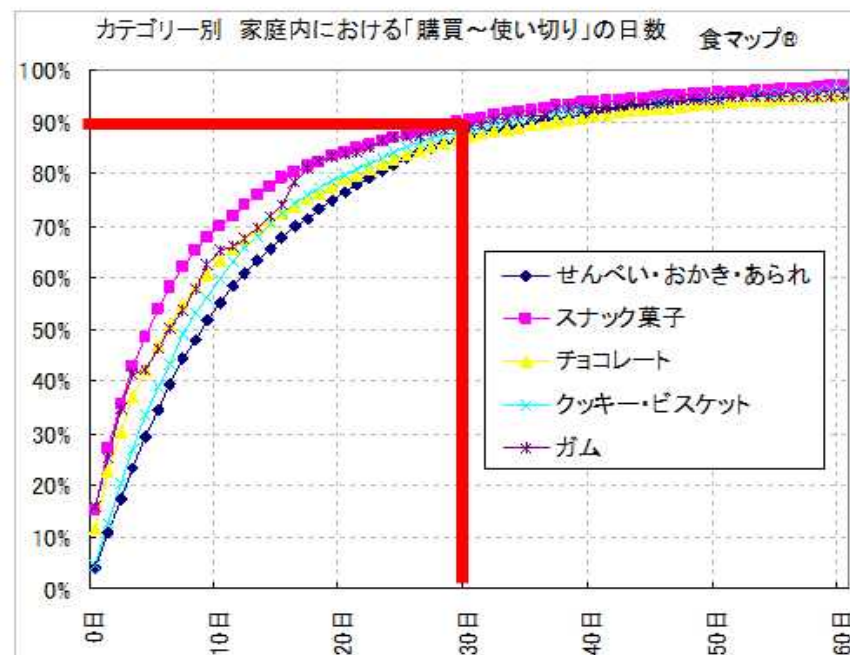
各品種 購買と在庫に関する分析

分析期間：2010/1/1-2010/12/31


- ・在庫データは分析期間内に使い切ったものだけを分析対象としています。
- ・分析の数値は、購買のJAN入力があった商品に限ります。
- ・購買情報の各値は、上記分析機会内の全期間在籍したモニタだけを対象としています。

使用サイクル＝該当カテゴリについて、購入してから使い切るまでの平均日数を食マップデータから算出

	使用サイクル (購入～使い切り)	
	2010年	2011年
13.菓子類	10.70	10.96
1301.菓子類	9.47	9.84
42015.せんべい・あられ	14.60	15.54
42023.スナック菓子	10.29	10.05
42025.チョコレート	12.37	12.02
42029.クッキー・ビスケット・クラッカー	12.23	12.43
42033.あめ・キャラメル・キャンデー・グミ	13.48	14.18
42037.ガム	13.42	12.35
42041.その他菓子	6.33	11.03



**菓子類は、購入後 平均2週間・およそ30日間で9割
ご家庭内で消費（使い切り）されている**

- 
- 1 グループにおける環境政策について
 - 2 食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト
 - 3 事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について
 - 4 事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について**
 - 5 事例紹介 3 関西地区における取組について
 - 6 まとめ



「フードロス問題」に、
みんなで挑む。

「食べる」を「捨てる」を「考える」

まだ食べられるものを捨ててしまうということ。それは本来、気持ちのいいことではないはずです。けれども、それを許してしまう社会の仕組みが存在します。そして、ほかならぬ私たちひとりひとりが、その仕組みができてあがることに、多かれ少なかれ何らかのかたちで関わっている……。このプロジェクトは、そうした問題意識からはじまりました。

このプロジェクトでは、だれかを悪者にしたり、自分の気持ちにフタをしたりするのではなく、「食べること」や「食べ物を大切にしたいという人間本来の気持ち」に立ち返りたい。生活者、企業、行政、生産者、NPO、学識者が一緒になって、このテーマに取り組むことで、よりよいアクションを創りだしていきたい、と考えています。

「食べる」ことへの感謝がきちんとある社会は、生きる土台がしっかりしている社会だと思う。そのように社会の仕組みを組み替えることを目指して。フードロス・チャレンジ・プロジェクト、はじめます。

フードロス・チャレンジ・プロジェクト
2012年12月

出典：フードロス・チャレンジ・プロジェクトのホームページより

フードロス・チャレンジ・プロジェクトとは

- フードロス（食料のロス・廃棄）について、生活者、行政、生産者、NPO、学識者、等々多様な主体（マルチステークホルダー）の乗り合い型で考え、解決を目指すプロジェクト。
- 食品ロスが発生する、「生産」「加工」「流通」「消費」それぞれのステークホルダで実施できる以下4つのコンテンツを展開中。



「フードロス問題」に、
みんなで挑む。



冷蔵庫に余った食材、おいしく変身。



～食べものになって、旅をして、フードロスを学ぼう～



©foodrescue

①サルベージパーティ

家に余った食材を持ち寄りみんなでおいしく変身させるシェアパーティー。子どもも、大人、企業・団体も気軽に参加できるソーシャルアクション。

②もったいない鬼ごっこ

フードロスがどのように発生しているのか、わかりやすく伝えるとともに、日常生活における「食べる」ことへの感謝の気持ちを啓発する食育プログラム。

③ごちそうとぼうさい

当たり前の無事・安全に感謝して、非常食をみんなで、ごちそうにして食べる。「非常食がシェフの手で、ごちそうに変身」する体験を入口に、防災意識を高め、共通体験を通じて地域の関係性を高めるイベント

④フードレスキュー

賞味期限が迫った値引きシールにメッセージ（またはメッセージシール）を加えただけで、値引き商品を買う意味を変えるアイデア。

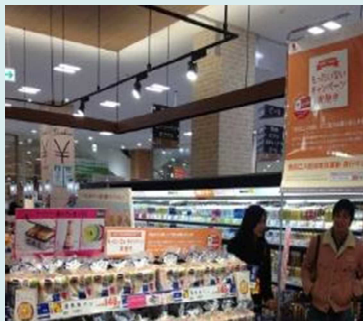
事務局は、博報堂bemo!チームが担当

目的

フードロスという「自分事化」が難しいテーマについて、買い物中のお客さまが楽しく気軽に情報を得て、考え（店から家庭までそれぞれの現場にて）そして行動するきっかけをつくること。

これまでの取組

- 店頭を活用した、お客さまとのコミュニケーションによる食品廃棄削減の手法を検討。
- 従来から実施されていた、値引きシールによる売り切りが、「食品ロス削減」に貢献する取組として「視点」を変えて「もったいないキャンペーン」として実施（2015年2月：千葉県3店舗）



フードロス・チャレンジ・プロジェクト

2015年東京都と連携し、「持続可能な資源利用」に向けたモデル事業に協力参画
イオン葛西店で「つれてって！それ、フードレスキュー。」「フードロス・チャレンジ・フェス！」を実施



©2016 FOODLOSS CHALLENGE PROJECT

お客さまから「環境にいいことをしていると感じた」「実施店舗を増やして取り組んでほしい」とのお声をいただきました。

安く買えるだけでなく、環境によいことに貢献できるのは嬉しい！

これからは無駄なく食材を買おうと思いました。

値引きシールを貼っているだけより目につきやすくてよい！

90%以上のお客様から評価をいただく！

他の企業や店舗でも取り組むべき！

家族や友人にもおしえてあげたい！



廃棄が減るのはよいことだと思う。

ニュースなどでもっと取り上げるべき課題！

お客さまのご支持の声を受け、全店に取り組みを拡大

開始日	2016年6月1日～ (環境月間に合わせてスタート)	対象商品	刺身、総菜、弁当、寿司、パン等の最終値引き商品	
実施店舗	イオンリテールGMS店舗380店	実施方法	値引きシールの隣に“フードレスキュー”シールを貼付	

店舗向け手順書・マニュアル

【手順書】フードロスチャレンジ・プロジェクト手順書

「それ、フード・レスキュー」運用ルール

運用範囲：ホット、寿司、弁当、刺身、パン
貼付基準：段階見切りした上で、最終見切りシールを貼付した場合に貼付

運用手順

ステップ1

段階見切りした後、最終見切りシールを貼付

ステップ2

連れてってシールを貼付
「商品の原材料表示やバーコードが隠れないよう順番を参考に貼付」

CONFIDENTIAL

Copyright 2016 © AEON RETAIL Co., Ltd. STORE OPERATING div.



店頭ツール

世界の食べ物の1/3が廃棄されています。

つれてって! ぶつにつに商品をかうことで!

それ、フードレスキュー 買い方でも、食料廃棄は減らせます。

詳しくは「フードレスキュー」

シール部分

●シール 35mm × 40mm

世界の食べ物の1/3が廃棄されています。

つれてって! ぶつにつに商品をかうことで!

それ、フードレスキュー 買い方でも、食料廃棄は減らせます。

詳しくは「フードレスキュー」

イオンはフードロスチャレンジプロジェクトの活動を展開し、フードロスの削減に共に取り組んでいます。

店頭における「フードロスゼロ」の取組



フードロスチャレンジ
プロジェクト

協働

行政・地域

©2016 FOODLOSS CHALLENGE PROJECT

売場での取組

食品ロスについての啓蒙・イベント

お客さまに
支持される
売場構築

発注精度の向上

発注単位の見直し

納品期限の見直し

販売方法の見直し

- 販売限度日の見直し
- 生鮮品の店内加工
- 時間帯別の製造

冷凍品の未解凍販売



つれてって！それ、フードレスキュー。



夕刻の見切りは、フードロスゼロの意図をお客さまに告知。完売強化につなげる。値引きシールに+啓蒙シール・告知ボード

情報提供
告知

取組の進捗・
や賢い買い物
情報などを通
じた提供



イベント
の実施

グループ企業・
行政・地域と
連携して店内
イベント
等を実施



memo



- 1 グループにおける環境政策について
- 2 食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト
- 3 事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について
- 4 事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について
- 5 事例紹介 3 関西地区における取組について**
- 6 まとめ

memo

6

- 1 グループにおける環境政策について
- 2 食品の「廃棄物ゼロ」取組コンセプト
- 3 事例紹介 1 「納品期限緩和」の取組について
- 4 事例紹介 2 フードロス・チャレンジ・プロジェクトの取組について
- 5 事例紹介 3 関西地区における取組について
- 6** まとめ

まとめ

経営上の重点課題

店舗・商品を通じて実践

お客様のために

- トップマネジメントが食品ロス削減を自社の重要課題として認識。
- 経営方針・計画の中に食品ロス削減について明記している。
- お客さまに対しては、日常の買い物を通じて取組を促進することが大切。
- 店舗を起点に「楽しく」取り組むことで継続的な取り組みを実践
- 常に、お客さまとともに取組を推進。
- お客さまの日々の暮らしに密着した方法で取り組みを立案し、「すべてはお客さまのために」の視点で実践

課題

取組の効果測定

更なる取組の深化

- 成果の見える化と成果の共有
- フードチェーン全体での取り組みの効果測定の把握と、お客さまへの還元の見点も重要。
- 購買行動分析による取組の深化。
- 子供の貧困問題等、社会構造の変化に応じた新たな社会課題に対応。
- 東京オリンピック・パラリンピックに向けた持続可能な社会に貢献。
- ミセ・モノ・ヒトのスマート化を通じた解決方法を検討。
- より「地域」(地方)との取組を推進

●地域社会とイオン

イオンは、
企業市民として、
地域の人々とともに、
地域社会の発展と生活文化の向上に貢献する
代表的な企業を目指します。

イオンリテールはこれからも、**食品ロス削減**について
お客さま、お取引先さまはもちろんのこと、
行政やNPO等の皆さま、更にはお店のある**地域**の
皆さまと「**協働**」で取り組んでいきたいと考えています。

AEON