

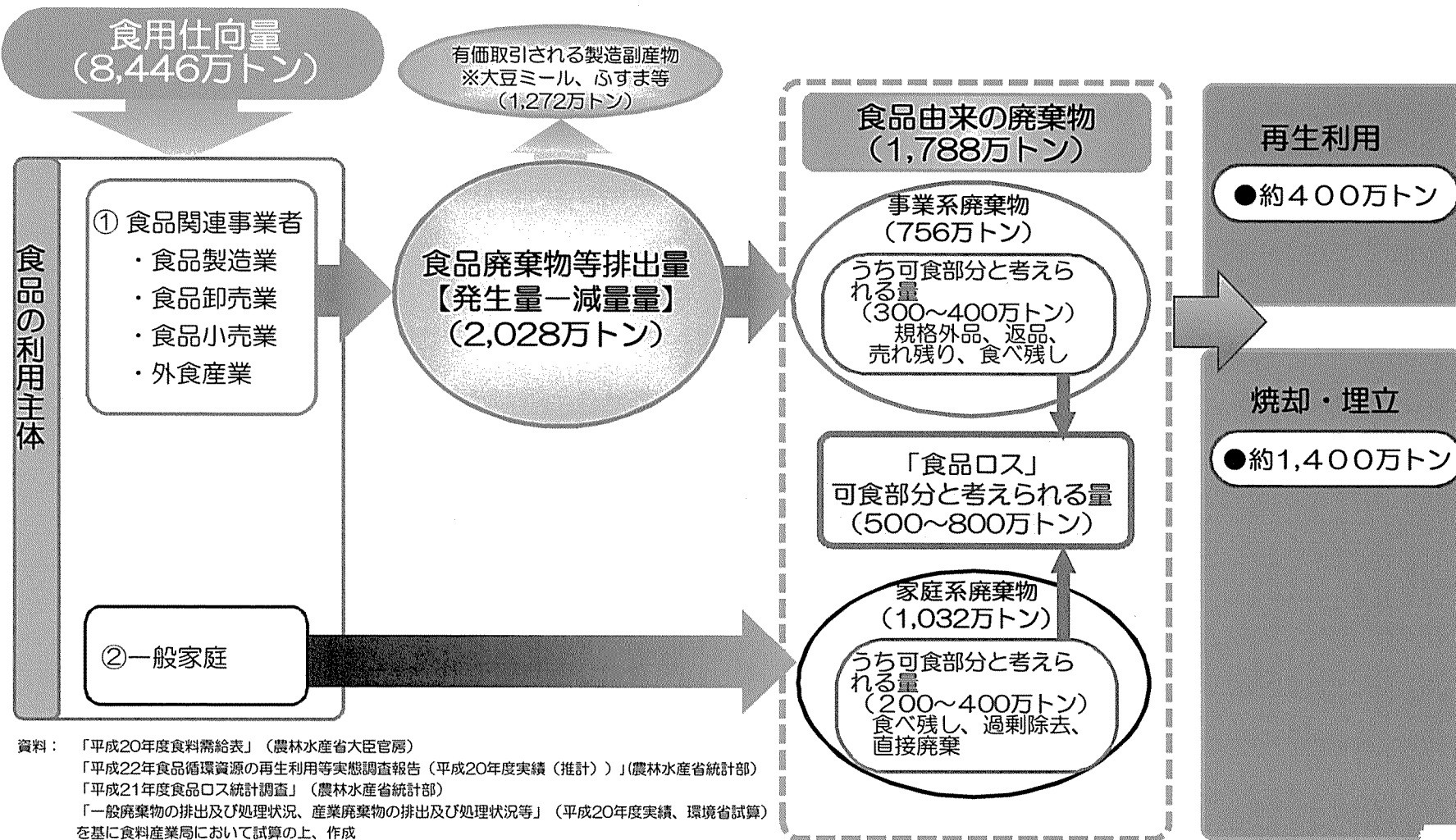
食品ロスの削減に向けて

平成24年10月

農林水産省

I 私たちが廃棄している食品

日本では、年間約1,800万トンの食品廃棄物が排出されています。この中には、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500~800万トン含まれると推計されます。(平成21年度)

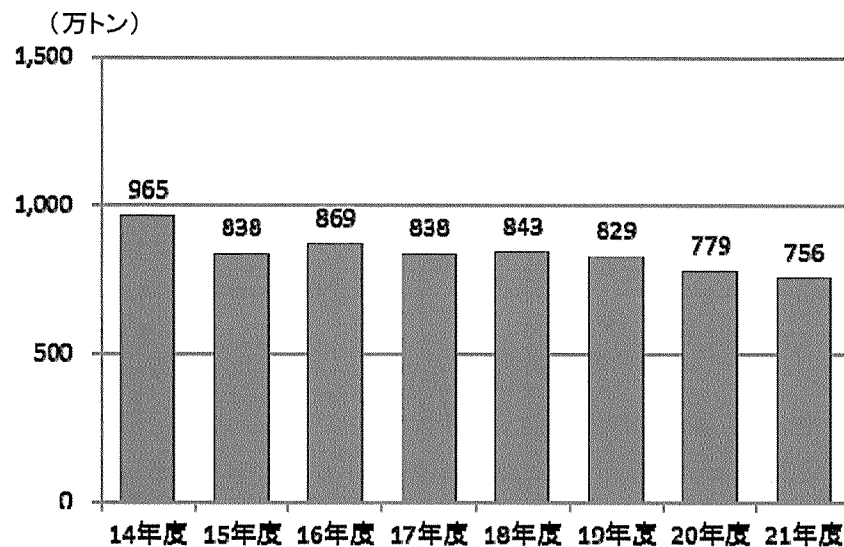


資料：「平成20年度食料需給表」(農林水産省大臣官庁)
 「平成22年食品循環資源の再生利用等実態調査報告(平成20年度実績(推計))」(農林水産省統計部)
 「平成21年度食品ロス統計調査」(農林水産省統計部)
 「一般廃棄物の排出及び処理状況、産業廃棄物の排出及び処理状況等」(平成20年度実績、環境省試算)
 を基に食料産業局において試算の上、作成

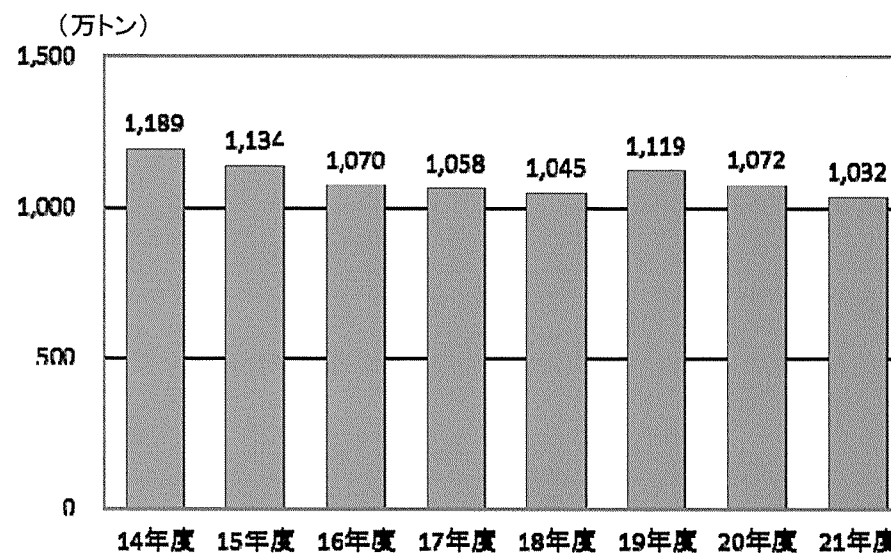
(参考)食品廃棄物の発生量の推移

平成14年度から21年度までの食品廃棄物の発生量の推移をみると、事業系食品廃棄物も家庭系食品廃棄物の発生量は、減少傾向にあるという状況です。

<事業系食品廃棄物>



<家庭系食品廃棄物>



資料:「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」環境省試算

(参考) 食品の期限表示や納入期限・販売期限の設定について

消費期限・賞味期限は、客観的な指標に基づき設定された期限に1未満の係数(安全係数)をかけて設定することが基本ですが、メーカーの商品展開戦略などから必要以上に短く設定されることがあります。

また、小売店などが設定するメーカーからの納入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等分して設定される場合が多くなっています。(いわゆる3分の1ルールと呼ばれるものです。)

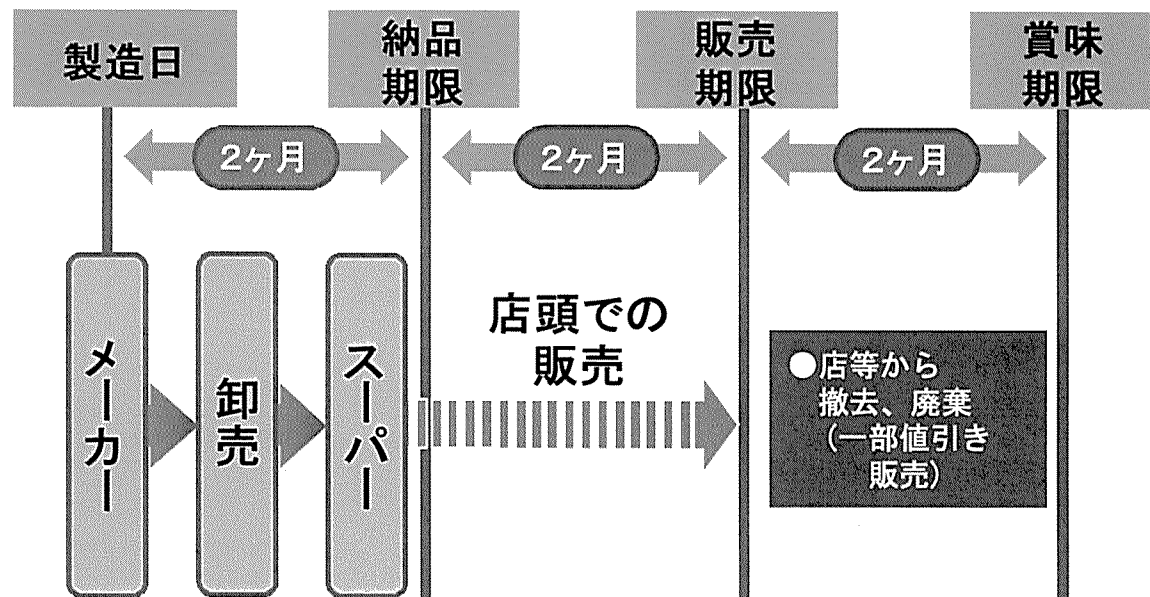
「食品期限表示の設定のためのガイドライン」(平成17年2月厚生労働省・農林水産省)【抜粋】

2 期限表示設定の基本的な考え方
(2) 食品の特性に応じた「安全係数」の設定

ア 食品の特性に応じ、設定された期限に対して1未満の係数(安全係数)をかけて、客観的な項目(指標)において得られた期限よりも短い期間を設定することが基本である。

* 客観的な項目(指標):
理化学試験、微生物試験等において数値化することが可能な項目(指標)。

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)



IV 食品ロスを減らすためには

すべての人に取り組んでいただきたいこと

・食べものへの感謝の心を大切にして、「残さず食べる」「感謝の心をもつ」など、**食についての習慣を身につける。**



すべての食品事業者に取り組んでいただきたいこと

・**食品ロスの実態や削減目標を明確**にして、食品ロスの削減に向けて社内意識を向上させる。
・食品ロスの削減に向けた**行動計画を策定**して、**可能な限り公表**する。



食品メーカー、小売店に取り組んでいただきたいこと

- ・消費期限、賞味期限は、**科学的根拠に基づいて設定**することを徹底する。
- ・納入期限や販売期限は、**商品ごとの特性を踏まえて設定**する。

(参考1)「加工食品に関する共通Q&A(第2集:消費期限又は賞味期限について)」(抜粋)

Q12:加工食品に賞味期限を設定する場合、安全係数についてはどう設定すればいいのでしょうか。

客観的な項目(指標)に基づいて得られた期限に対して、一定の安全を見て、食品の特性に応じ、1未満の係数(安全係数)をかけて期間を設定することが基本です。なお、安全係数は、個々の商品の品質のばらつきや商品の付帯環境などを勘案して設定されますが、これらの変動が少ないと考えられるものについては、0.8以上を目安に設定することが望ましいと考えます。

(参考2)食品ロスの削減に向けた検討会で紹介された弾力的な販売期限設定の事例

- ① 賞味期限までの期間の80%を販売期限に設定
- ② 賞味期限の長短により販売期限を調整し、賞味期限が長い商品については販売期限を長くなるように設定
- ③ 季節商品など回転率が高く、比較的短期間に消費される商品については、販売期限を後ろ倒しに設定

- ・食品メーカーと小売店の取引は**買取契約を原則**として、返品がやむを得ない場合は**あらかじめ条件を明確**にする。
- ・見切り・値引き販売で**売り切る努力**をより一層進めて、**値引きの理由や品質には問題がないことを積極的に情報提供**を行う。

<返品の実態>

○加工食品の返品率

		卸売業調査	小売業調査
返品率	小売業→卸売業	0.37%	0.11%
	卸売業→メーカー	1.12%	—

資料：流通経済研究所(2012)『製・配・販連携協議会レポート』

○加工食品の取引規模と返品額の推計

取引規模推計	小売業→卸売業	11兆3,498億円
	卸売業→メーカー	10兆1,482億円

返品額推計	小売業→卸売業	417億円
	卸売業→メーカー	1,139億円

資料：流通経済研究所(2012)『製・配・販連携協議会レポート』

<主な返品商品>

返品された商品
定番カットされた商品の売れ残り品
特売や催事終了に伴う売れ残り品
販売期限を超過した小売業者の店頭商品、在庫品、又は小売業者への納入期限を超過した卸売業の在庫品

※全日本菓子協会による会員企業等へのアンケート調査結果

<値引販売における情報提供例>

10%引き
 品質には問題ありませんが、
 賞味期限に近付いているため、
 割引きして販売しております。

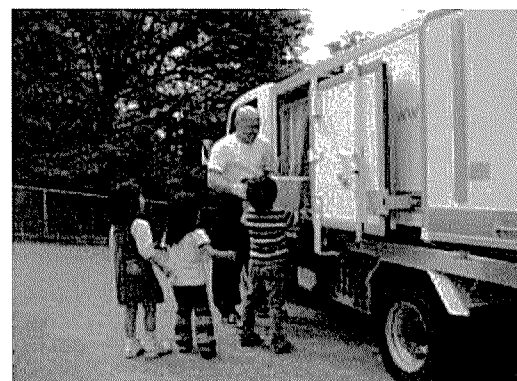
・賞味期限が間近となった食品や、食品衛生上問題がない規格外品は、規格外品の性質を理解してもらえ小売店での販売やフードバンク活動への寄贈など、できるかぎり食品として有効に活用する。

フードバンク活動とは

- ・包装における破損や印字ミスなど、食品としての品質には問題がないが、通常の販売形態では支障がある食品・食材を、食品メーカーや小売店等などから引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動。
- ・米国では年間200万トンの食品が有効活用。

米、パン、めん類、生鮮食品、菓子、飲料、調味料、インスタント食品等
様々な食品が取り扱われています。

(参考)NPO法人セカンドハーベストジャパンが
フードバンク活動を行っているところ



出典：NPO法人セカンドハーベストジャパン

食品ロス削減の取組

平成24年度

農林水産省

消費者を巻き込んだ食品ロス削減の取組

「食」に関する将来ビジョン
～生涯食育社会の加速化に向け、「食品ロス削減の取組」を食ビジョンに追加～

(各府省政務官を構成員とする検討本部で確認)

消費者政策担当課長会議

消費者施策の推進等について密接な連絡、情報交換、協議等を行うため、消費庁、内閣府、農林水産省、環境省、厚生労働省、食品安全委員会、警察庁等で構成。

食品ロス削減関係省庁等連絡会議

消費者問題への迅速かつ的確な対応を図る観点から消費者政策担当課長会議の下に設置(平成24年7月)。
関係省庁の連携によって、食品ロス削減のための消費者の意識改革に向けた取組を推進していく。

内閣府

消費者庁

農林水産省

環境省

消費者への
普及啓発

食育との連携

地方自治体等への
周知

国民運動への 展開

パンフレット配布や
シンポジウム開催等
による広報

イベントへの参加

マスコミへの情報発信

食品ロス削減のためのフードチェーン全体の取組について

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必要がある。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、その取組を支援する。

食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム（18名）

- 【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、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（9社）		■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）		
・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）	■食品小売業（4社）	
・日清食品(株)	（日本即席食品工業協会）	・イオンリテール(株)	（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)イトーヨーカ堂	（日本チェーンストア協会）
・(株)マルハニチロ食品	（日本缶詰協会）	・(株)東急ストア	（日本スーパーマーケット協会）
・雪印メグミルク(株)	（日本乳業協会）	・(株)ファミリーマート	（日本フランチャイズチェーン協会）

当面の検討スケジュール

- （平成24年）
10月～ワーキングチーム
の検討開始
業界ヒアリング
アンケート調査
- （平成25年）
3月末 業界団体環境委員
会等への報告

<今年度の取組内容>

食品ロス削減のための商慣習を検討するため、アンケート調査を実施して業界の実態把握を行い、認識の共有を図る。

フードバンク活動の取組

- 賞味期限が間近となった食品や、食品衛生上問題がない規格外品をフードバンク活動へ寄贈するなど、できるかぎり食品として有効に活用。
- 3月の東日本大震災では、フードバンクのネットワークを活用し、3月中にトラック25台分の支援物資を被災地へ届ける等の活動を実施。

～ フードバンク活動とは ～

- ・包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品の品質には問題がないが、通常の販売が困難な食品・食材を、NPO等が食品メーカー等から引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動。
- ・米国では年間200万トンの食品が有効活用。
- ・日本ではNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模（2010年の食品取扱量は813トン）
- ・同法人を含む全国の11団体がネットワークを構築し、活動を推進。

○ 米、パン、めん類、生鮮食品、菓子、飲料、調味料、インスタント食品等様々な食品が取り扱われています。

