

(1) 国民運動シンボルマーク「ろすのん」の普及

食品ロス削減国民運動シンボルマーク「ろすのん」

利用件数
373件
(H30.8時点)



食品ロス削減に取り組む団体・企業の皆様は、簡単な申請だけでご利用いただけます。
(無料です)

今年6月から笑うバージョンも使用できるようになりました。



社内啓発資料で



「ろすのん」の説明や様式はこちら：
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227.html



車で



食堂で



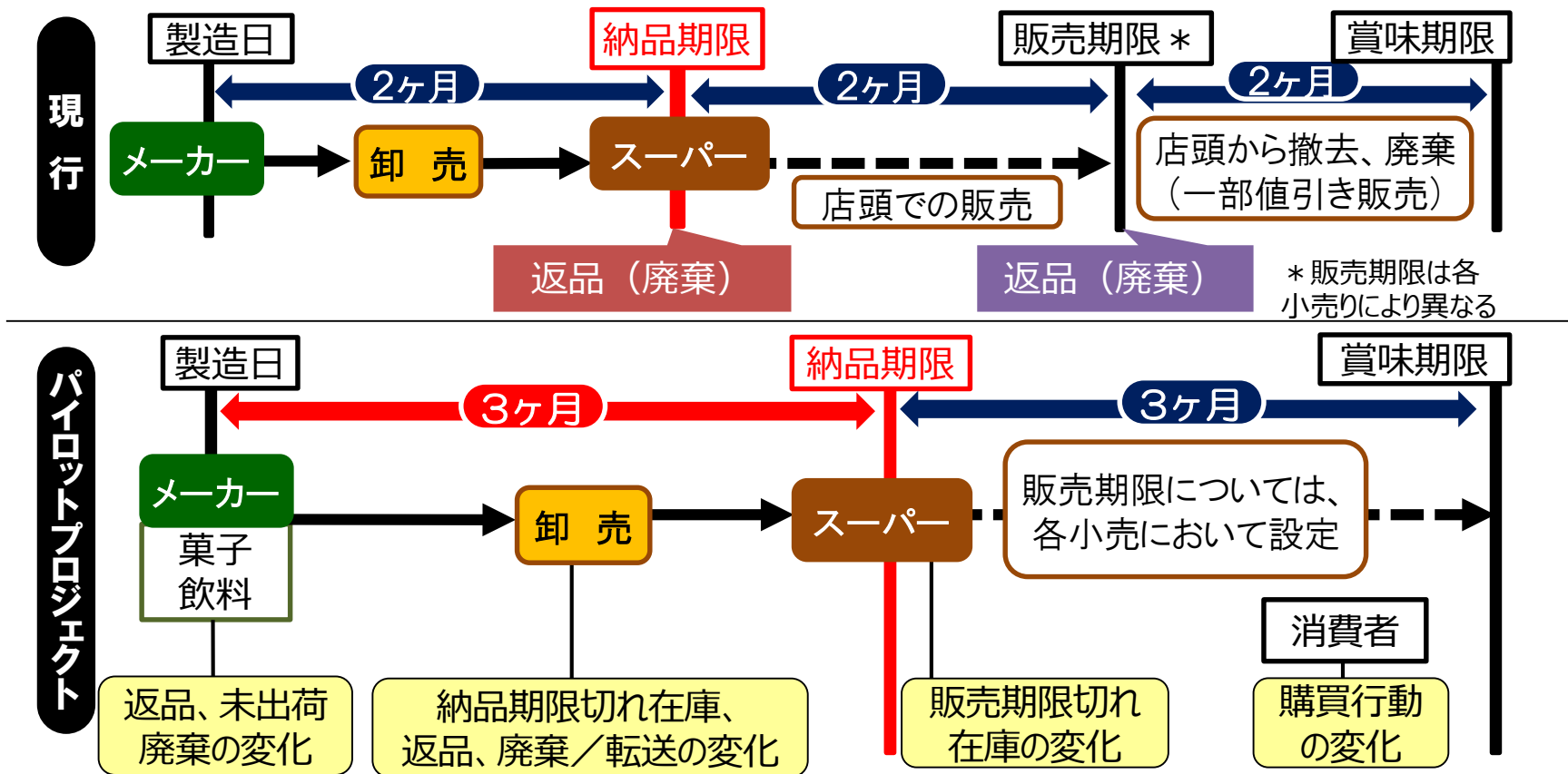
お店で



(2) 加工食品の納品期限と食品ロス

- ✓ 小売店などが設定する加工食品の納品期限は、賞味期間を概ね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）、食品ロス発生のひとつの要因とされている。
- ✓ 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）するパイロットプロジェクトを実施。
- ✓ 平成29年度から品目（即席麺等）、取組店舗（食品スーパー等）を拡大した実証中。

（賞味期間6ヶ月の場合）

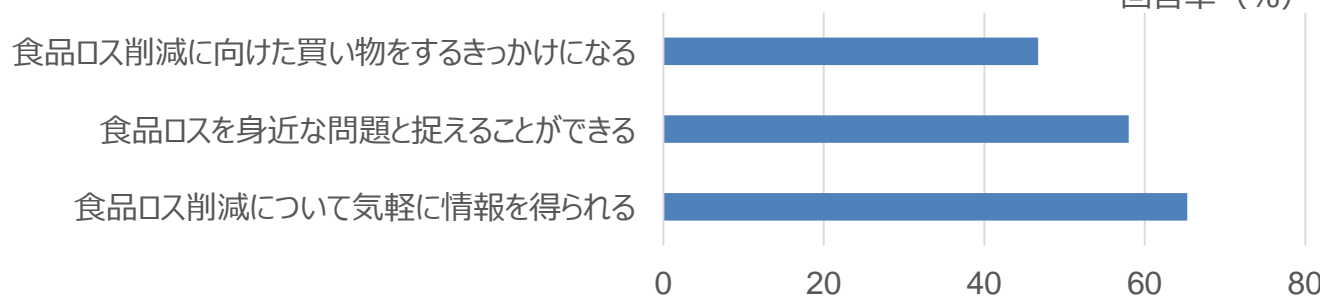


(3) 小売店舗における消費者への啓発

- ✓ 消費者の過度な鮮度志向や購買行動が食品ロスにつながることもあるため、お客様がすぐに行動にうつせる小売店頭で、呼びかけを行うことが重要。
- ✓ 大手流通業者と連携して、店頭における消費者への啓発資材による食品ロス削減効果を平成29年度に実証。アンケート調査では、半数近くの消費者が食品ロス削減に向けた買い物をするという反応。
- ✓ 平成30年度は、10月を啓発月間として、全国的な取組として、小売店舗等において食品ロス削減に向けた啓発活動を実施予定。



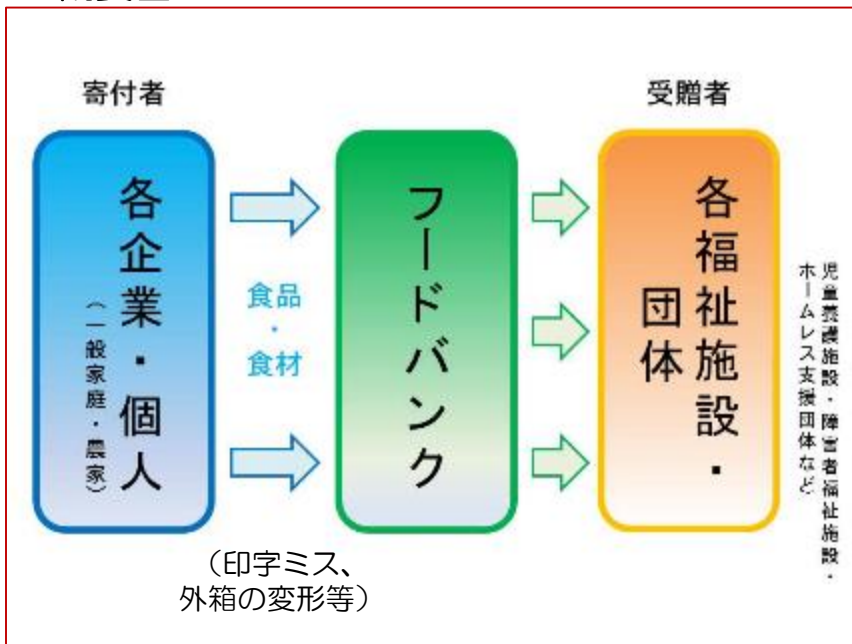
消費者の購買行動に対する意識調査



(4) 未利用食品の有効活用に向けた取組（フードバンク活動）

- ✓ 製造や流通などの過程で発生する未利用食品を食品企業からの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。
- ✓ もともと米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。（日本では北海道から沖縄まで約80団体が活動）
- ✓ 平成29年度は、人材に係る資質向上のため、衛生管理講習会と利用促進セミナーを11月から1月にかけて、全国6カ所で開催。平成30年度は、9月から全国8カ所で利用推進に向けた意見交換会を実施中。

概要図



フードバンク活動団体数及び所在地

