

食品ロス削減に向けた農林水産省の取組

平成 25 年 8 月 2 日
農林水産省食品産業環境対策室

1. 24 年度における主な取組

(1) 発生抑制の目標値の施行

食品リサイクル法に基づき、発生抑制を推進するため、「発生抑制の目標値」を努力目標として 16 業種に先行して設定。

(2) 食品ロス削減のための商慣習見直し WT

24 年度中に 4 回の WT 会合を開催し、3 月 5 日に中間とりまとめ。中間とりまとめの内容の具体化に向け調整。

(3) 情報提供、広報等

- ① 当省ホームページに食品ロス削減・食品廃棄物発生抑制のページを設け、食品ロスの推計値、普及啓発資料、商慣習見直し WT の活動、フードバンク活動、自治体等の取組紹介等、各種情報の提供を図った。
- ② 3 月に「食品ロス削減シンポジウム」を東京（約 500 名）と大阪（約 200 名）で開催。
- ③ 消費者庁と連携し、政府広報を作成（テキスト、動画、ラジオ等）。
- ④ 各種媒体での積極的な情報発信。

2. 25 年度における主な取組（予定含む）

(1) 商慣習見直し WT の継続

経済産業省がサポートする製・配・販連携協議会と共同で、趣旨に賛同する 35 社の参加を得て、納品期限の見直しに関する実証事業を 8 月から順次実施。11 月に中間報告、年度内に最終報告予定。

また、24 年度に引き続き、製・配・販の企業の参加を得て、商慣習見直し WT での検討を継続し、24 年度の中間とりまとめに記載された事項のフォローアップ、日配品の食品ロス削減方策等について検討予定。

（予算額：19 百万円の一部）

(2) 食品ロス削減の優良事例の評価

食品ロス削減に顕著な貢献のあった優良な取組、企業を表彰する。

(予算額：20 百万円の一部)

(3) 食品ロス削減に向けた国民運動の展開

～「もったいない」を取り戻そう！～

食品ロス削減に向け、食品関連事業者、行政、消費者が積極的
に取り組んでいけるよう、国民運動を展開。具体的には政府広報、
各種媒体での情報発信、民間企業との連携等、戦略的なコミュニ
ケーションを関係省庁と連携して実施。

(4) フードバンクの活動の支援

関係者の責任を明確にしたルールに則ったフードバンク活動に
必要な具体的検討等を支援。

(予算額：27 百万円の一部)

以 上

食品ロス削減のためのフードチェーン全体の取組

○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（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・コーラカスターマー 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）

検討経緯
（平成24年）
10月3日 第1回WT開催
11月2日 第2回WT開催
（平成25年）
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

<H24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、アンケート調査やヒアリング調査を実施して業界の実態把握を行い、認識の共有を図り、商慣習見直しに向けて中間とりまとめ。

食品ロス削減のための商慣習検討WTの中間とりまとめ【H25.3.5公表概要】

1. 基本的考え方

現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる返品等の商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を進めていくことが必要である。平成24年度のワーキングチームの活動として次の事項を決定し、平成25年度以降も順次取組を進めるとともに、業界団体の協力を得て、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していく。

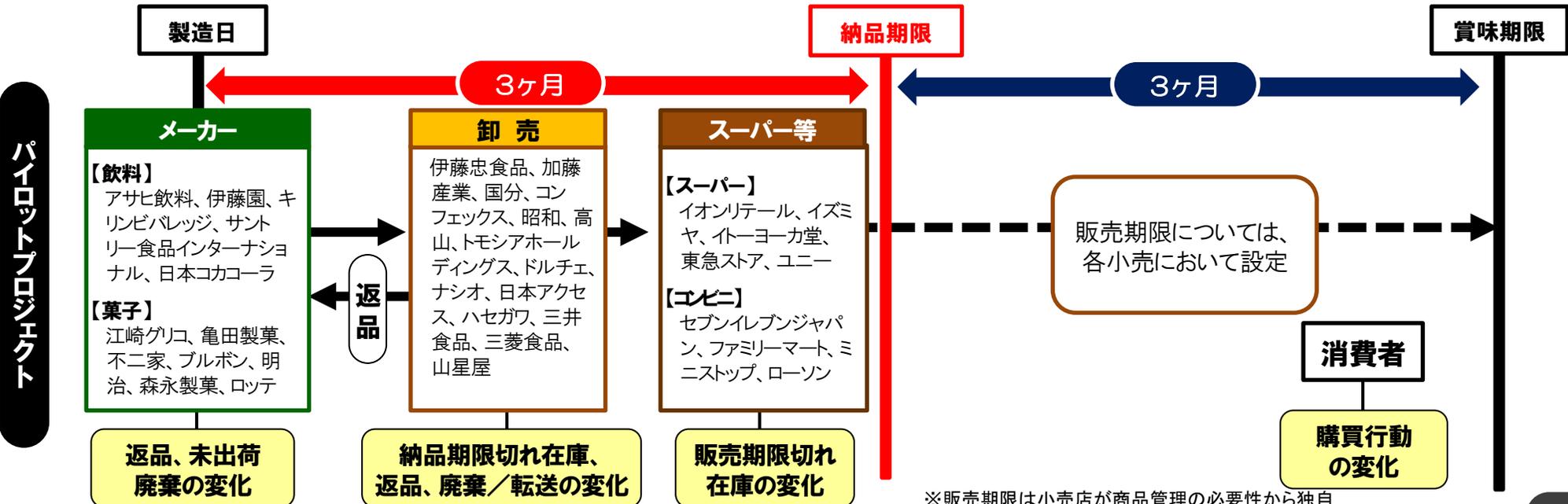
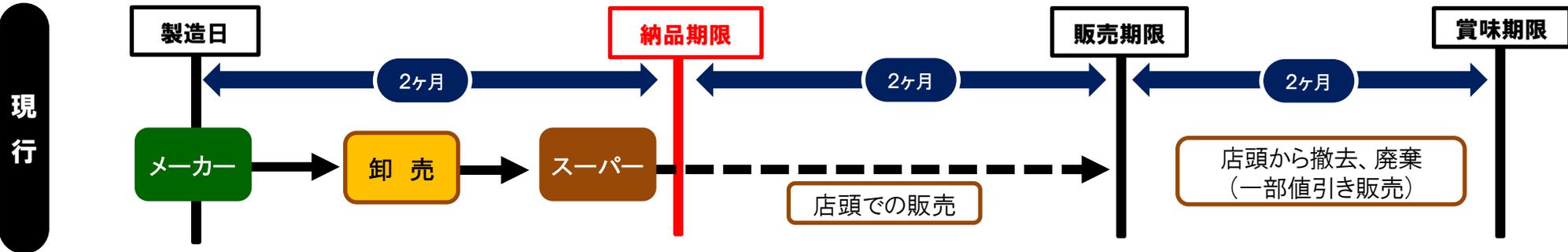
2. 取組の内容

- (1) 卸売業・小売業の多くで取引条件として設定されている納品期限の見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクトの実施
- (2) 賞味期限の見直し、(3)表示方法の見直し、(4)食品ロス削減に関する消費者理解の促進、(5)その他の食品ロス削減に向けた取組

納品期限見直しパイロットプロジェクトの実施について

○ 「食品ロス削減のための商慣習検討WT」の中間とりまとめに基づき、本年8月(予定)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)**し、それに伴う返品や食品ロス削減量を効果測定。

(賞味期限6ヶ月の場合)



※販売期限は小売店が商品管理の必要性から独自に設定する店頭で商品販売する期限のこと。