

● **循環型社会形成推進基本計画（平成25年5月31日閣議決定）【抜粋】**

第1章 現状と課題

第2節 取り組むべき課題

(1) 2Rの取組がより進む社会経済システムの構築

食品関連事業者や消費者が一体となって取り組むべき課題として食品ロスへの対応が挙げられ、本来食べられるにもかかわらず、年間約500～800万トンが捨てられていると推計されている。食品ロスの削減に向けては、食品リサイクル法に基づく「食品廃棄物等の発生抑制の目標値」の設定を契機に、過剰生産、返品等の原因となる商習慣について関係事業者間で話し合いを行うとともに、食育等の活用や賞味期限等に対する正しい理解など消費者教育等を通じて消費者の発生抑制に向けた意識改革を促していくことで、家庭での取組も含めフードチェーン全体で食品廃棄物等の発生抑制を進めていく必要がある。

● **消費者基本計画（平成25年6月28日一部改訂（閣議決定））【抜粋】**

重点施策9. 食品ロス削減その他の消費者自身の意識改革による社会問題への対応

消費者自身が社会の一構成員としての自覚を持ち、主体的に行動することが重要であるような課題について、消費者教育・啓発への取組を有効に活用しつつ、積極的な取組を支援する具体的施策を推進する。

● **消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定）**

**【抜粋】**

II 消費者教育の推進の基本的な方向

3 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進

(食育)

食育は、食育基本法（平成17年法律第63号）に基づいて、推進されている。食育を、生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置付けるとともに、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められている。食育の取組の中で、マナーの習得、「もったいない」という意識のかん養、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもある。また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養表示を含めた食品表示の適切な理解を始め、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係がある。このよ

うに食育の内容は、消費者教育の重要な要素であり、積極的な推進に努める。

● **今後の食品リサイクル制度のあり方に関する論点整理（平成25年7月31日  
食料・農業・農村政策審議会食料産業部会食品リサイクル小委員会（農林水産省）  
中央環境審議会循環型社会部会食品リサイクル専門委員会（環境省））【抜粋】**

**2 食品リサイクル制度の目指すべき姿**

(1) チャレンジ1：食品ロス削減を通じた経済成長への貢献（リデュース）

世界有数の食料を輸入している先進国及び「もったいない」の発祥国として、食品廃棄物の削減に積極的に取り組むこととし、関係府省の連携の下、官民共同で食品の製造から流通、消費までのフードチェーン全体で課題抽出、目標設定、情報共有及び具体策実行までの総合的な対策を推進し、食品ロス削減によるコスト削減を通じて、食品産業の体質強化を図り、ひいては経済成長に貢献していくことが必要ではないか。

このため、

- ① **フードチェーン全体での食品ロス削減国民運動の展開**
- ② フードバンク活動の強化
- ③ 発生抑制の目標設定の本格展開

などを図ってはどうか。

**3 個別の論点**

**【2. 食品廃棄物等の発生抑制】**

(1) 発生抑制の取組の一層の強化

「第三次循環型社会形成推進基本計画」にも示された2R（リデュース、リユース）や地域循環圏構築の推進の観点から、まずは**食品ロス削減を含めた発生抑制の取組のより一層の強化が必要ではないか。**

(2) 発生抑制の目標値

平成24年4月に制定された発生抑制の目標値の運用や平成26年度の本格展開に向けて対象業種を拡大して設定される外食産業等の目標値の検討に当たっては、現場の実態や多様性を勘案し、効果的かつ円滑に食品廃棄物等の発生抑制を進めることを目指すことが必要ではないか。また、国全体の目標値も必要ではないか。

(3) 食品関連事業者における取組

食品関連事業者においては、業種ごとの食品廃棄物等の発生の実態や特性を考

慮しつつ、以下のような取組を行うことが必要ではないか。

- ① 食品製造業における、製造工程・輸送工程でのロス削減、賞味期限の延長、食品原料の無駄のない利用、消費実態に合わせた容量の適正化等
- ② 食品小売業における、食品ロス削減に向けた消費者とのコミュニケーション、食品廃棄物等の継続的な計量の実施等
- ③ 外食産業における、ドギーバッグの導入、高齢者や女性など消費実態に合わせたメニュー開発や提供量調整、食べ切り運動の推進等
- ④ フードバンクへの積極的な寄付

#### (4) フードチェーン全体における取組

「食品ロス削減のための商慣習見直しワーキングチーム」の活動、いわゆる3分の1ルールと呼ばれる商慣習の見直しに向けたパイロットプロジェクトその他の食品ロス削減に関するフードチェーン全体での取組を通じて、食品廃棄物等の発生抑制の観点からの商慣習の見直しを更に進めることが重要である。

#### (5) 消費者等による取組

消費者一人ひとりが、賞味期限等の正しい理解に努め、食品廃棄・食品ロスの実態を認識し、過度な鮮度意識を改め、購買行動を通じてフードチェーン全体の発生抑制に積極的に貢献する。また、消費者による3切り運動（水切り、食べ切り、使い切り）、買い物・調理の工夫等の取組の推進が必要ではないか。

#### (6) 行政による取組

行政においては、食品廃棄物等の発生抑制に関わる様々な主体の役割を認識しつつ、各主体における取組や主体間の連携を強化する観点から、以下のような取組の推進が必要ではないか。

- ① 食品ロス削減関係省庁等連絡会議の場などを積極的に活用しながら、関係府省が密接に連携し、消費者一人ひとりの意識・行動変革が進むよう、食品ロス削減に向けた国民運動の展開を推進する。
- ② 地方自治体の優良な取組事例（生ごみ3切り、エコショップ等認定制度、食べ切り運動など）の普及啓発を図り、地域単位での発生抑制の取組を推進する。
- ③ 諸外国の事例も参考にしながら、食品関連事業者が安心してフードバンクに寄付できる税制や食品の安全面等を含む環境整備、各地でのフードバンク設立の支援・ネットワーク化など、フードバンクによる「もったいない」食品の有効活用や福祉との連携が進む方策を推進する。

- ④ 世界的にも食品廃棄物の発生抑制や食品ロス削減が優先課題とされる中、我が国としても「もったいない」発祥の地として、世界に発信できる取組や削減効果を示し、貢献していく。

● **食品ロスの現状とその削減に向けた対応方向について（平成20年12月 食品ロスの削減に向けた検討会報告（農林水産省））【抜粋】**

第二 食品ロスの発生要因と食品ロス削減のための取組の現状

**Ⅲ 消費者による食品ロスの発生要因と削減のための取組の現状**

**【食の大切さに対する意識の薄れ】**

1. 現在の日本では、日常生活においては食料が豊富に存在することが当たり前のように国民に受け止められており、日本人がもともと有していた「もったいない」というものを大切にする精神が薄れがちな傾向がある。
2. また、都市部への人口集中や食の外部化が進む等の状況の中で、食料を生み出す生産者と消費者との間の物理的、精神的な距離が拡大したことにより、毎日の食生活が多くの人々の苦労や努力に支えられていることを消費者が実感することが困難になってきている。このことも、食の大切さに対する意識が薄れがちとなる要因となっている。

**【食品の適切な在庫管理や調理方法の工夫が不十分】**

1. 農林水産省が実施している食品ロス統計調査によれば、家庭からの食品ロスの要因は「過剰除去」、「食べ残し」、「直接廃棄（食卓に出さずにそのまま捨てる）」の順となっている。
2. まず、過剰除去については、固い部分や脂っこい部分を調理せずに除去したり、皮を必要以上に厚くむくことにより、食べられる部分が廃棄される場合がある。
3. また、食べ残しについては、作りすぎたという理由により、食卓に出された料理が食べ残されている。
4. さらに、直接廃棄については、買い物に行く前に在庫を確認しないことにより必要のない余分なものを購入したり、食品を冷蔵庫等の奥に仕舞い込んだままにしているうちに期限切れになり廃棄される場合があると考えられる。
5. なお、直接廃棄に関して、平成19年度食品ロス統計調査で「食品を使用せずに廃棄した理由（複数回答）」を聞いたところ、「食品の鮮度が落ちた」との回答が55.4%と最も多く、次いで「消費期限・賞味期限が過ぎた」が41.0%となっている。

これに関しては、次のような点が影響していると考えられる

(1) 期限表示についての理解が不十分

- ① 消費期限が表示されている食品は期限を過ぎると品質の劣化により安全性を欠く可能性が高いため、食べないようにすべきであるが、賞味期限はおいし

く食べることができる期限であり、この期限を過ぎても、直ちに食べられないということではない。

② しかしながら、消費期限が過ぎたことと賞味期限が過ぎたことを同じように捉えて食品を廃棄するとの回答が多いということは、上記①の期限表示の意味が消費者には必ずしも十分に理解されていないと考えられる。

## (2) 食品一般に対する鮮度志向

① 平成18年度食品ロス統計調査で、消費者が「食品の無駄を少なくするために購入の際に気をつけること（複数回答）」を聞いたところ、「製造年月日が新しいものや賞味期限・消費期限が長いものを選ぶ」が72.5%と最も高くなっている。

② これは、消費者が家庭での使用期間をできるだけ長く確保するための合理的な行動と言えるが、他方、直接廃棄の理由として「食品の鮮度が落ちたから」という回答が最も多いことと併せて考えると、消費者が加工食品も含め食品一般に鮮度を求めているとも考えられる。

③ 消費者が食品に鮮度を求めるのは当然のことではあるが、過度な鮮度志向は食品ロスの要因となる。

## 第三 食品関連事業者及び消費者が取り組むべき課題と対応方向

### V 消費者が取り組むべき課題と対応方向

#### 【賞味期限の意味を正しく理解して消費する】

1. 食品の特性に即して美味しく無駄なく消費するために、期限表示の意味を正しく理解することが重要である。
2. 賞味期限は「おいしく食べることのできる期限」であり、賞味期限を過ぎてもすぐに食べられなくなるわけではないことを正しく理解し、すぐに廃棄するのではなく、見た目やにおい等の五感で個別に食べられるかどうかを判断することが必要である。

#### 【食品を無駄にしない在庫管理を心がける】

1. 必要な食品を、必要な時に、必要な量だけ購入し、消費することが家庭における食品ロスを削減するために重要である。
2. したがって、買いすぎや保管しているうちに使いきれずに廃棄といった無駄を出さないために、
  - ① 賞味期限は開封前の状態で定められた方法で保存することが前提であることを理解し、適切な方法による保存に努め、計画的に消費すること
  - ② 冷蔵庫の中など家庭内にある食材の種類や量、賞味期限を日頃から点検・把握し、期限内の調理及び消費を心がける。

#### 【食材を無駄にしない調理方法・献立を工夫する】

食べられる部分を必要以上に除去せずに利用する、食べきれなかったものを

他の料理に作りかえておいしく食べるなど、食材を無駄なく食べきるための調理方法や献立の工夫に取り組む。