

実践編

事業者・団体

食品ロスを減らしてみよう

フード サプライチェーン 各段階でできること

生産から消費までの各段階で、様々な要因で食品ロスが発生しています。まずは食品ロスの発生要因を知って、各事業者でできることから削減していきましょう。

ここを
Check!

P120
「食品ロスの要因
と対策」

様々な 企業等による取組

食品事業者だけでなく、各分野の強みをいかした食品ロス削減に取り組む企業もあります。新たな食品ロス削減につながるサービスを開発したり、社員や近隣住民へ食品ロス削減の周知をすることも食品ロス削減に向けた取組です。各企業でできることを考えてみましょう。

ここを
Check!

P154
「様々な企業等による
食品ロス削減」

自治体や地域 連携等による取組

1企業だけでは取組が難しくても、自治体や地域と連携することで、大きな取組につながります。地域の特性を知り、自治体や地域と協力して取り組むことも考えてみましょう。

ここを
Check!

P176
「自治体や地域の連携等
による食品ロス削減」

様々な企業や 団体で実践できること

日本の食品ロスの半分は、食品事業者から出ています。

食品事業者も様々な取組をしていますが、食品事業者を後押しするさまざまな企業がサービスを展開することで、食品ロスの削減が一層進みます。食品ロスの要因を把握し、各企業でできる対策や行動を進めていきましょう。



01

食品ロスの要因と対策

発生要因を基に、対策(行動)を見てみましょう。

		主な食品ロスの発生要因	削減方法 (Reduce)	活用方法 (Reuse)
フードサプライチェーン	農業/水産業者	○規格外食材、流通できなかった食材	○新たな価値への転換	○フードバンクへの提供
	食品製造業者	○商慣習 ○規格外品による返品や廃棄	○食品ロスにしない製造・工夫	
	食品卸売業者		○商慣習の見直し	
	食品小売業者	○販売機会の損失をおそれた多量の発注	○需要に見合った販売等の推進	○消費者への啓発
		○消費者の過度な鮮度志向や期限表示の理解不足		
	外食産業業者	○消費者の食べ残し	○食べきりの工夫 ○消費者への啓発	
消費者	○食べ残し ・作りすぎ、好みに合わない ・家族の予定や体調の把握不足	○消費者への啓発	○フードドライブ	
	○過剰除去 ・皮のむきすぎ			
	○直接廃棄 ・買いすぎ ・食材の在庫の確認不足などによる賞味期限切れ ・もらい物等により好みに合わない ・使いかけの野菜など			
その他	国民全体	○期限が迫った災害時用備蓄食品の廃棄	○フードバンク、フードドライブ ○寄附やイベントの情報の共有化	○フードバンクへの寄附 ○フードドライブ
	その他		○自治体、企業、又はそれらの連携等による食品ロス削減	

規格外食材や流通 できなかった食材の活用

農林水産物のうち、台風など自然災害の影響で傷ついたものや、収穫の時に傷ついたもの、豊作・豊漁で獲れすぎたものは、市場に出回ることなく、廃棄されてしまうことがあります。せっかくの産品を捨ててしまうのは、そのものだけでなく、生産に要した時間や労働力を含む多くの資源を無駄にしていることとなります。持続可能な社会形成の観点から、規格外の農林水産物を使って新たな価値を生み出すビジネスも展開されています。

具体的な活用例

1 生産地の直売所などで販売

2 インターネットでの販売

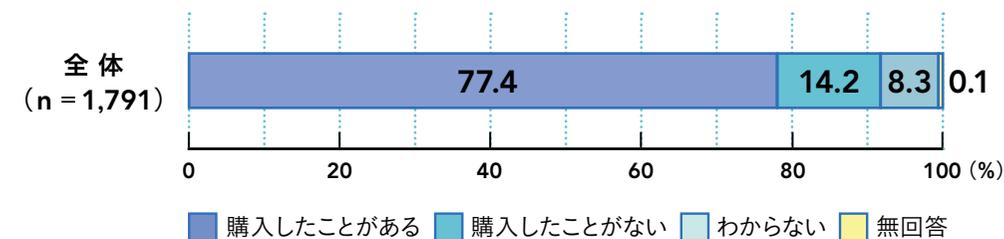
3 加工食品の原材料として活用

Check! 調査結果

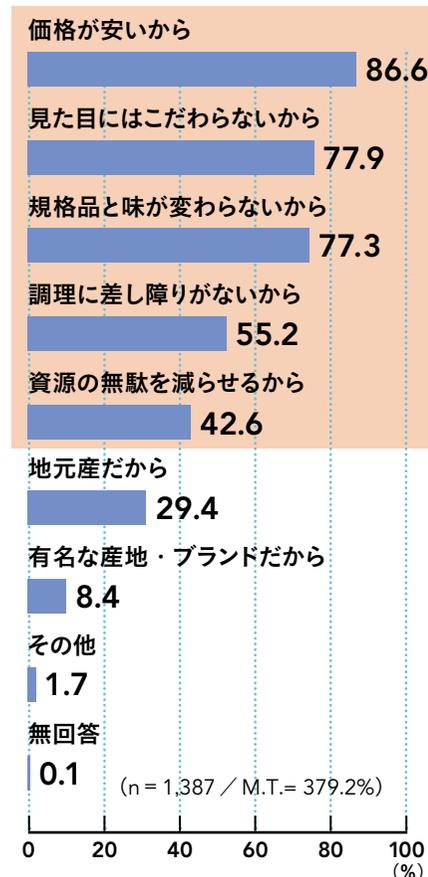
Check! Survey Results

約8割の消費者が、「規格外等の農水産物を購入したことがある。身近に販売されていれば、購入する人が増える可能性がある。」と回答しています。

▶規格外等の農水産物の購入経験



▶規格外等の農水産物を購入した理由(左)と購入しなかった理由



出典：「令和2年版消費者白書」(消費者庁)(88ページ)



Q CASE STUDY 事例を見てみよう

食べられるにも関わらず、規格外のため廃棄されてしまう食材を消費者にインターネット等を通じて届けるサービスを行っている企業があります。サイズが規格に合わないなどの理由で、十分食べられるのに捨てられてしまっていた野菜や果物を加工、販売する企業もあります。規格外食品を使って商品を作り、販売することで、新たな価値に転換できます。

規格外でもおいしい野菜を救済

農林水産業で発生する産地ロスや事業で発生する食品ロス削減のためのプラットフォームの展開

流通規格外の野菜、自然災害等で傷ついた果物、獲れすぎた魚等を始めとした産地ロスや商慣習で発生する事業系食品ロスを削減するためのプラットフォームを展開しています。生産者は生産への意欲を維持できるとともに、消費者はこれらの品物をお得に購入できるなど、双方にメリットがあります。

【バリュードライバーズ株式会社】



詳細はこちら 消費者庁ホームページ



規格外のバナナを独自の冷凍技術で救う！

表面にできた傷などが原因で出荷できないバナナを、通常のバナナよりも2日以上じっくりと時間をかけて追熟し、一番おいしいタイミングで瞬間冷凍。スムージーなどに使えるフローズンバナナを作りました。規格外のバナナも、このような方法で有効活用できます。

【オイシックス・ラ・大地株式会社】

【株式会社ヒロインターナショナル】



実践編 03 ▶ 規格外食材や流通できなかった食材の活用

規格外食材の活用方法を考えてみましょう。

生産者の状況を把握し、各企業の得意なところなどをいかして、規格外や流通できない食材など有効活用できる方法を考えてみましょう。

私の食品ロス削減スローガン&フォトコンテストより

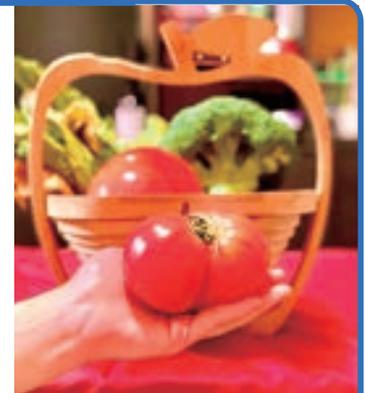


スローガン

でこぼこやさいに魔法をかけて

私達は見た目が悪いといった理由で捨てられてしまう規格外野菜のことを知ってもらうために活動しています。野菜に魔法をかけるように料理してその魅力を伝えるのが私達の目標です。

でこべじカフェ【代表】三宅 浩士朗



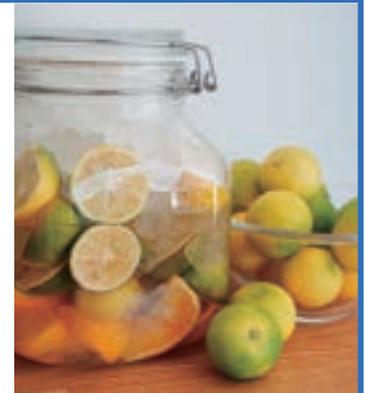
スローガン

食材を隅々まで美味しくいただきます

皮の色のグラデーションも一つの味わい コロナによる飲食店営業自粛の影響を受けたスタヂ。色が変わってしまっても美味しくいただきます。



佐々木 彩織



スローガン

未利用魚 俺にとっては魅了魚

サイズが不揃い、マイナーな魚などの理由で市場に出ず捨てられてしまう「未利用魚」。おそらく未利用魚となる魚がスーパーに！食べてみるといつもの魚に劣らない味で2食分のごちそうに！



安田 篤史



製造時に 食品ロスにしない工夫

食品廃棄物の排出抑制対策においても、新たに生まれ変わらせるリサイクルよりも、食品ロスを出さない工夫を含めた発生の抑制(リデュース)が優先されます。持続可能な社会の観点からも、製造時に食品ロスを生まない工夫がなされています。

具体的な活用例

1 AI(人工知能)の活用や、加工の工夫

2 容器包装の工夫等による賞味期限の延長

3 賞味期限の年月表示化(大括り化)

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 1

[AIの活用や加工の工夫]

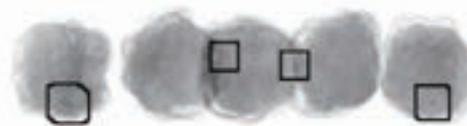
本来食品として食べられる部分を有効活用することで、廃棄コストの削減にもつながります。

AIの活用や、加工の工夫による食品ロスの削減

株式会社ニチレイフーズ

AIを活用したX線検査。鶏唐揚げへの軟骨の混入を検知し、廃棄量を半減。

【通常のX線検査機で判定した写真】



○通常のソフトウェアにより、硬骨の検知は出来ているが、重なった部分で誤検知も発生している。

【AI選別技術で判定した写真】



○AI選別技術を付加したソフトウェアで判定すると、硬骨の検知のみが可能となる。

写真提供：アンリツインフィビス株式会社

パルシステム生活協同組合連合会

従来捨てていたブロッコリーの茎[※]を長めに残すことで、廃棄率を25%まで抑制。

※ブロッコリーの茎は食べられます。



組合員のアイデア

出典：「令和2年版消費者白書」(消費者庁)(89、91ページ)



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 2

【 容器包装の工夫等による賞味期限の延長等 】

フードサプライチェーンにおいて、食材を無駄なく活用する取組が進んでいます。鮮度保持や賞味期限の延長を工夫して食品を長持ちさせたり、消費者が無駄なく使えるよう個包装にするなど、様々な工夫が行われています。

容器包装の工夫

容器の構造を工夫することで、鮮度を保持



【 容器包装の工夫 】

- ◆ボトルを2重構造にすることにより、開栓後も酸素に触れず、高い保存性を実現。
- ◆押し加減により、少量から多量まで注ぎ出量を調整することが可能。

【 食品ロス削減効果 】

- ◆開封後の酸化による劣化を抑制し、鮮度を90日間保持。
- ◆ボトルを絞ることにより、しょうゆを最後まで注ぎ出せるようになり、ボトル内に残る量を削減。

包装袋を工夫することで、賞味期限を延長



【 容器包装の工夫 】

- ◆個別包装の包装材に、酸素を吸収し、水分蒸散を抑えるハイバリアフィルムを採用。個包装内の酸素をフィルムが吸収しつつ、外部からの酸素の進入を防止するとともに、餅の水分を保持。

【 賞味期限の延長 】

- ◆酸化を防ぎ、水分を保持することで、つきたての食感を長く保ち、賞味期限を15か月から24か月に延長。

1人前の個包装にすることで、食べ残しを防止



個包装

【 容器包装の工夫 】

- ◆鍋つゆの素を1人前ずつのキューブ状にし、個包装化。

【 食品ロス削減効果 】

- ◆キューブ1個で1人分という分量がはっきりするため、必要な分だけ使うことができ、作りすぎも防止。

詳細はこちら 消費者庁ホームページ(食品ロス削減関係参考資料)



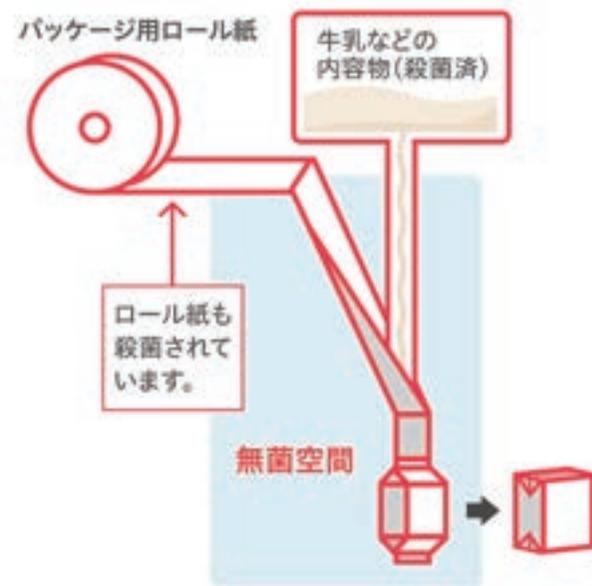
Q CASE STUDY 事例を見てみよう 3

無菌環境下で充填・包装するロングライフ(LL) 製法を導入することにより、保存料や防腐剤を使用することなく、常温^{*}で長期保存可能になり、おいしさと長持ちを両立。保存期間が長くなることで廃棄される商品の削減も実現。

※要冷蔵のものもあるので、表示を確認しましょう。

ロングライフ製法でおいしさを長持ち

【ロングライフ製法のメカニズム】



食品が腐る原因は、主に細菌やカビ、酵母など目に見えない小さな生き物(微生物)による。食品を常温で長期保存すると、普通なら微生物が繁殖し、腐ってしまう。腐るのを防ぐためには殺菌の上、無菌の状態を維持する必要がある。そこで、「どうすれば菌が増えない期間を長くする事ができるだろう?」と考え、「無菌の空間を作り出し、その中で殺菌した容器に殺菌した内容物を充填して密封する」という方法を生み出した。

◆ ロングライフ製法の牛乳には、常温で60日間保存が可能なものも。

*一般的な牛乳は、要冷蔵(10℃以下)で、開封前の賞味期限は15日間程度。

*一般的な豆腐は、要冷蔵(10℃以下)で、賞味期限は数日~10日間程度。

◆ なぜ長期常温保存が可能なの?

- 理由①：紙とポリエチレンの間にアルミ箔を入れ、光と空気を遮断。
- 理由②：超高温で瞬間殺菌。
- 理由③：清潔な工場で清潔な空気を送り込みながら、無菌状態でパックに充填。

【紙パックの材質と構造】



◆ 長期常温保存のメリット

- 未開封であれば、期限切れによる商品の廃棄を減らすことができる。
- 常温^{*}で保存してもおいしく飲むことができるので、キャンプやレジャーなど、屋外へ持って行くときにも便利。
- 災害時には、避難された方の食料として活用できる。

※常温とは、夏期において外気温を超えない温度です。

(厚生労働省「常温保存可能品に関する運用上の注意」)

ロングライフ商品を使用する際の注意点

- ✓ 直射日光が当たって高温になる場所(例えば車の中)では保存しない。
- ✓ 開封したら、10℃以下で冷蔵保存し、賞味期限に関係なく、できるだけ早く飲みきる。

資料提供：森永乳業株式会社

[詳細はこちら](#) 消費者庁ホームページ

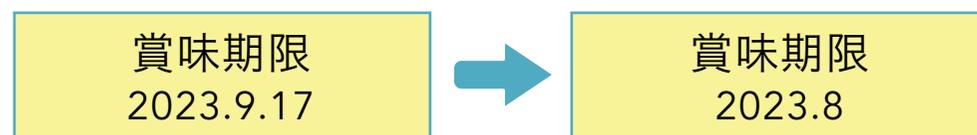


【賞味期限の年月表示化(大括り化)】

賞味期限を「年月日表示」から「年月表示」に変更することで、フードサプライチェーンでの取扱いを簡素化することにつながります。

賞味期限の年月表示化(大括り化)の例

日付逆転の防止や省力化の観点から、年月日ではなく、年月で賞味期限を表示。



効果

賞味期限の日付の逆転による食品ロスの抑制

サプライチェーンの中で、納品済みの商品の賞味期限より前の日付の商品を納品すること(日付逆転)ができないことにより、食品ロスが発生してきました。賞味期限を年月表示にすることで、在庫を効率よくさばくことができます。

物流の効率化

年月表示により、ロットを大括りでき、物流の業務効率向上に効果的。卸売業界においても、同じ賞味期限の商品をまとめて保管できることから、保管スペース、荷役業務、品出し業務等が効率化できます。

詳細はこちら [消費者庁ホームページ\(令和2年度消費者白書 概要から\)](#)



様々な技術などを組み合わせることで賞味期間を延長

◆ 賞味期限の「年月表示」

市販用介護食品は品目数が多く賞味期間が比較的長い(12か月又は18か月)ことから、「年月表示」により、流通から店頭までの取扱いを簡素化しています。あわせて賞味期限を延長することにより、返品や廃棄の削減にも寄与しています。

■ 賞味期限 年月表示例

賞味期限を年月で表し、年月の後ろに製造日ロット記号を記載します。

【変更前】年月日表示 一例

【変更後】年月表示 一例



◆ 容器包装や製造方法の改良で賞味期間を延長

酸素を通しにくい多層容器や、植物油中に溶け込んでいる酸素を限りなく取り除いた「おいしさロングラン製法」など、様々な工夫をしています。製造工程中の酸素を減らす新製法を開発し、いくつもの技術を組み合わせることで、賞味期間を更に延長させることが可能になりました。

資料提供：キューピー株式会社



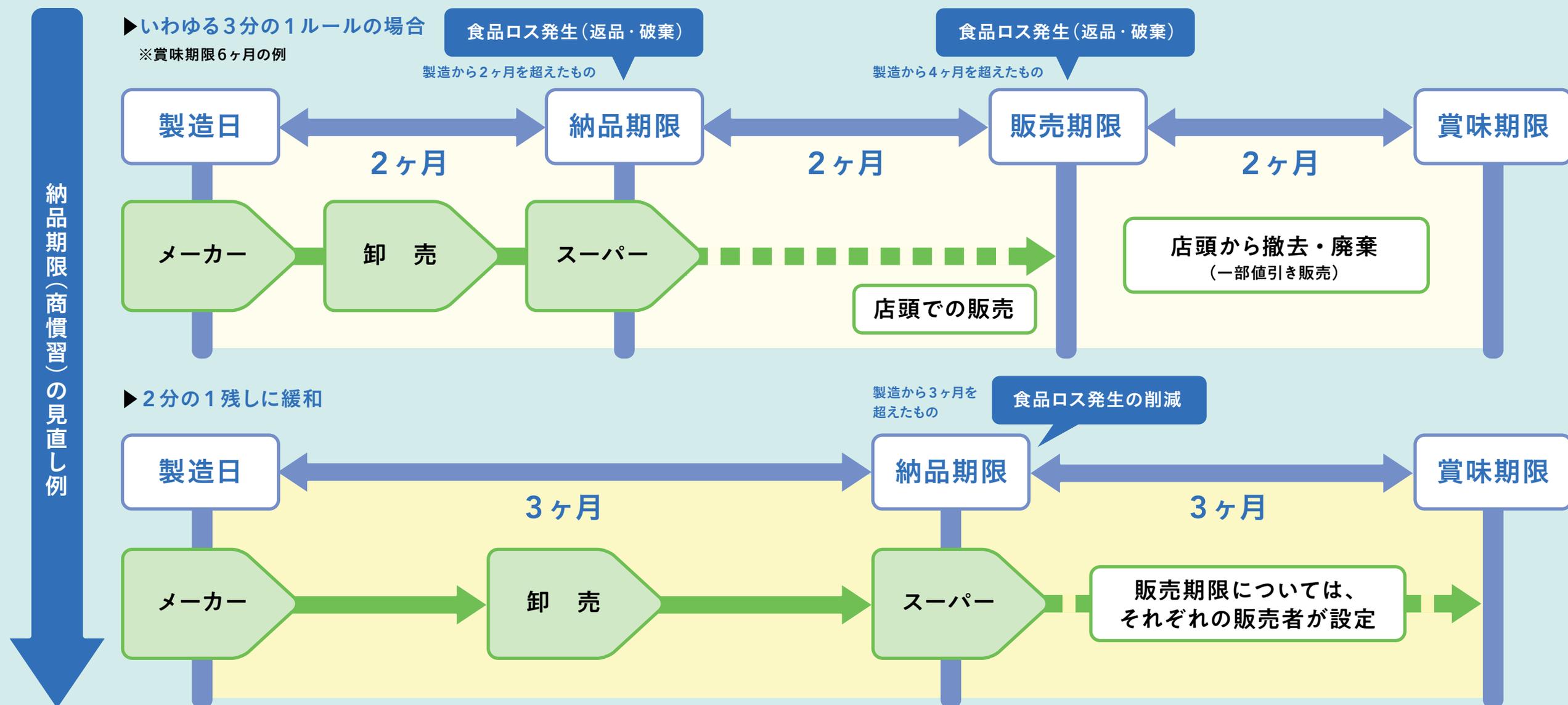
詳細はこちら [キューピー株式会社ホームページ](#)



商慣習の見直し

消費者が購入した後食べるまでの期間などを考慮し、卸売や小売店とメーカーとの間で、店頭でいつまで販売するか(販売期限)や、そのためにいつまでに納品できるか(納品期限)などの期限が習慣的に決められてきました。

このような商慣習については、食品ロス削減の観点から、フードサプライチェーンで見直しが進められています。また、スーパーなどの小売店では、販売期限をなくし、返品や廃棄をすることなく、売りきる工夫をすることもあります。



POINT 商慣習は、消費者の鮮度志向に応えるなどの理由で、賞味期限までの期間がより長い商品を販売するために食品事業者間で設定された自主的なルールで、法律で定められたものではありません。食品ロスの削減のためには、消費者も何をどのように買うか、考えてみる必要があります。

需要に見合った販売等の推進

季節や天候、イベントの時期、家族構成などのライフスタイルによって、消費者の消費行動は変わっていきます。需要に見合った製造や受注販売を行ったり、消費者に予約購入を促し、欠品に対する理解を求める啓発を行う事業者もあります。

活用例

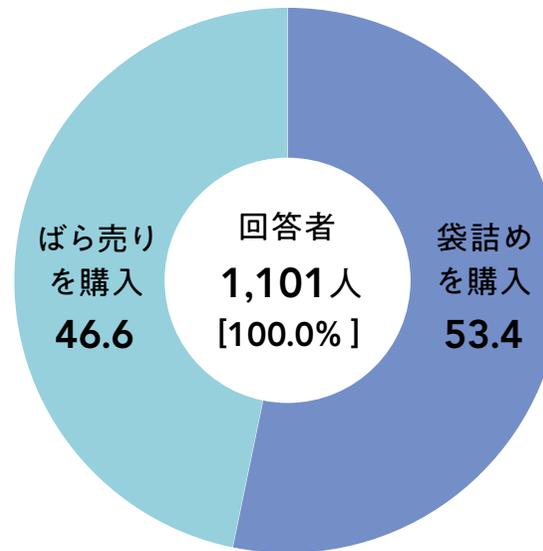
- 1 小容量(小分け)販売やばら売り
- 2 AIを活用した需要予測に基づいた販売
- 3 季節商品の予約販売
- 4 売りきりの工夫

Check! 調査結果

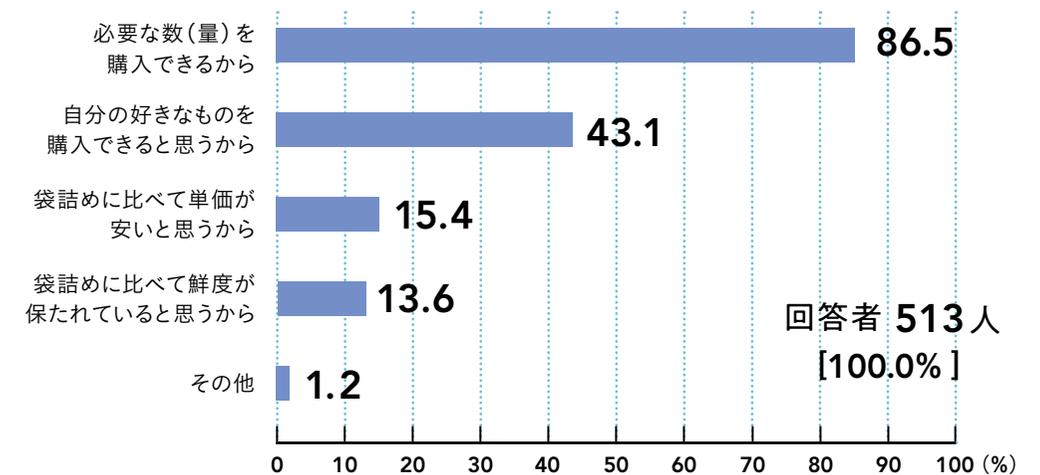
Check! Survey Results

「ばら売り(小分け売り)野菜を購入」する割合は約半数。
最も多い理由は、「必要な数(量)を購入できるから」(86.5%)です。

▶野菜を購入する際にどのような売り方のものを買っているか



▶ばら売り(小分け売り)の野菜を購入する理由(複数回答)



出典：農林水産省調査「野菜やくだものの外観や販売方法に関する意向調査」

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 1

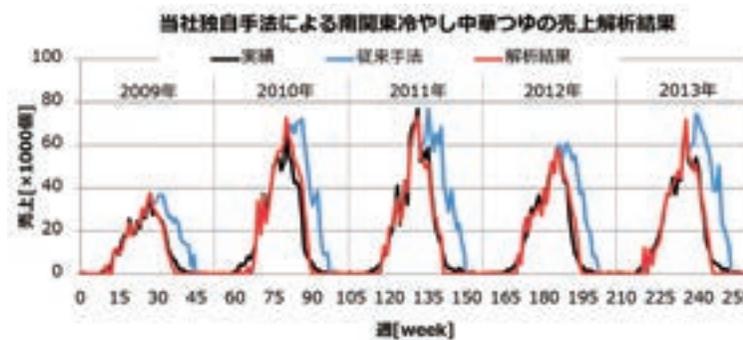
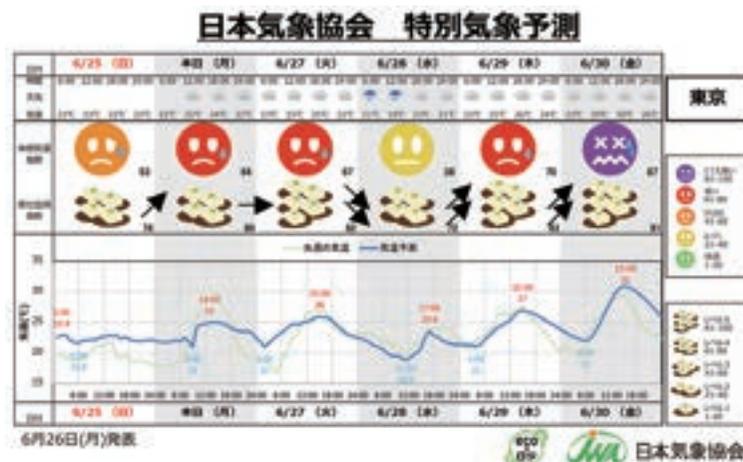
ITを活用したり、これまで蓄積してきたデータを基にするなど、商品の需要を予測することで、生産性や生産効率を上げている企業もあります。

気象データを活用した商品需要予測

気温の変動や季節により、人間の暑さの感じ方が異なることを表した「体感気温」と、気温に関するSNSでの「つぶやき」データを基に数式化して、精度の高い需要予測を実施。その結果、寄せ豆腐で約30%、冷やし中華のつゆで約20%の食品ロスを削減できました。

【一般財団法人日本気象協会】

【日本気象協会から契約会社への提供データ例】



詳細はこちら [消費者庁ホームページ](#)



【メモ】季節商品の予約販売

節分に食べる習慣のある「恵方巻き」。その年の恵方を向いて、無言で1本丸ごと食べ、その年の幸運や無病息災を願う風習です。比較的新しい風習ですが、毎年節分には多くの方が恵方巻きを食べる習慣ができました。そのことによって問題になったのが、恵方巻きの食品ロス問題です。販売店は、消費者から恵方巻きを買いたいと言われたときに、お店に商品がないと、販売の機会を失うことから、余ることを承知の上で、たくさん作って販売してきました。ですが、恵方巻きは節分の日を超えると食品ロスになってしまいます。恵方巻きに罪はないのに、多くの恵方巻きが捨てられる光景が報道されます。このため、消費者庁でも、恵方巻きは予約することなどを呼びかけています。店舗でも、夜遅く行くと、「恵方巻きは売り切れました」と棚に表示しているのを見かけるようになりました。消費者は食べたければ予約する、予約なしで買えなかったときには諦める、お店は作らなければ、と思わなくてよいようになる。このような好循環が生まれます。

- 食べられる分だけ予約
- おいしく食べきる
- 自宅で作る場合も、おいしく食べきる

フードロスの削減にご協力ください

- ① 恵方巻きは食べられる分だけ予約購入して食べきろう!
- ② 自宅で作った料理も残さずおいしく食べきろう!

詳細はこちら [消費者庁ホームページ](#)



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 2

【売りきりの工夫】

需要に見合った仕入れをするとともに、商品を売りきる工夫をすることで食品の無駄を減らしましょう。値引きシール、ポイント付与などの商品を売りきる工夫は、消費者に気づきを生むとともに、価格やポイントといったお得感などにより、消費行動を変えるのに有効です。

期限の迫った商品にシールを貼付して検証

消費者が小売店で期限の迫った食品を手に取りやすいよう高校生のチームがシールを開発、貼付することによって売上げや食品廃棄量がどう変化するか検証を行いました。【長崎県立壱岐高等学校生徒・大学生チーム】

約2週間の検証期間中に2,000枚のシールを消費しました。シールを貼った食品は、1日当たり約150～200点売れ、貼る前には捨てられていた食品を販売することができ、食品ロス削減の効果を実感することができました。今後は、地域の商工会議所で、シールを実用化する予定です。



シールを目安に
手に取りやすく



店舗側へは、売り切る
取組への後押し

ポイント付与を明示し、消費者には
お得感を、店舗は食品ロス削減に



検証を終えての感想

- (消費者) 高校生が取り組んでいるなら、とシールを貼った食品の購入に協力した。
- (チームの一員) 賞味期限が迫った食品を買うだけでも食品ロス対策になるなら、今後も積極的に続けたい。
- (店舗側) シールのおかげで、ポイント還元のタイミングを早くできた事で売りきることができ、結果的に食品ロス削減につながった。今後も改良を重ねてシールの使用を続ける予定。

詳細はこちら 消費者庁ホームページ



「選んで買うといいことがある」を呼び掛け

販売期限の迫った弁当、サンドイッチ等を購入したお客様に、自社の電子マネーのボーナスポイントを付与しています。

【セブン-イレブン・ジャパン】



このシールが目印。すぐ食べるなら手前から商品を取ることで、いつもの商品が「環境に配慮した選択ができる」商品に。

06 食品事業者から消費者への情報提供・啓発

実践編
▶さまざまな企業でできること

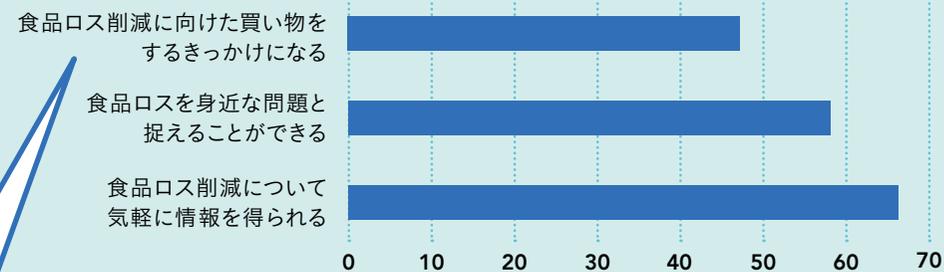
食品ロス削減の観点で消費者へ啓発

食品ロス削減月間に、店舗内で、「食品ロス削減に取り組んでいます」と宣言するとともに、消費者に食品ロス削減についての協力を呼び掛けました。
【農林水産省】



▶平成29年度 消費者の購買行動に対する意識調査

店頭でポスター等を掲示することは消費者の購買行動に影響があると思うか。



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回答

出典：小売店頭用の広報資材の制作・店頭掲示実験報告書



詳細はこちら 農林水産省ホームページ

スーパーなどの小売店で買物をする消費者に向けて、食品ロス削減の観点からの買い方の啓発も行われています。また、購入後も、おいしく食べきってもらうための情報を発信している企業もあります。

食材の使いきり・食べきを消費者に啓発

家庭で捨ててしまいがちな食材を調査し、その食材を活用したカレーレシピを考案し、消費者へ提案。テレビコマーシャルやホームページ上で情報を発信し、消費者が購入した食材の使いきを啓発しています。

【ハウス食品グループ】

捨ててしまいがちな食品・材料TOP3			最近捨ててしまった食品・食材TOP5		
2019年	→	2020年	2019年	→	2020年
1位:野菜類 68.1%		1位:野菜類 57.3%	1位:きゅうり		1位:きゅうり
2位:果物 17.4%		2位:調味料・油 14.5%	2位:豆腐		2位:レタス
3位:日配品 (豆腐・納豆等) 16.4%		3位:日配品 11.1%	3位:キャベツ		3位:キャベツ
			4位:レタス		4位:パン
			5位:納豆		5位:もやし

最も捨てられがちなのは「野菜類」で変化なし。
最も捨てられてしまったのは2020年も変わらず「きゅうり」

(インターネット調査結果 2019年7月 n=6,357、2020年7月 n=6,990)

[レシピの例]



「きゅうり」を使って
「きゅうりのキーマカレー」

「玉ねぎ」と「ヨーグルト」と
「にんじん」を使って
「やわらかチキンカレー」

「豆腐」「キャベツ」を使って
「豆腐とキャベツのカレー」

詳細はこちら ハウス食品グループ本社「もっとカレーだからできること」ページ



飲食店での 食べきり等の工夫

店舗で、仕入れや調理で作りすぎたりすることがあるかもしれません。また、消費者が、外食で提供される料理の量が分からず、注文しすぎて、食べ残してしまうことがあるかもしれません。食べ残しや作りすぎなどは、料理や食材が無駄になるばかりでなく、廃棄する際の処分費用もかかってしまいます。

消費者が適量を注文できるよう、料理を提供する量を希望に合わせてたり、足りなければお代わりができます、と消費者が店舗とコミュニケーションを取りやすい雰囲気を作る飲食店等もあります。また、自治体等では、協力飲食店の登録制度を設けるなど、消費者が取組を行いやすいような普及啓発を行っています。

具体的な事例

1 仕入れや調理の工夫

2 消費者への食べきりの促進

3 飲食店と自治体の連携

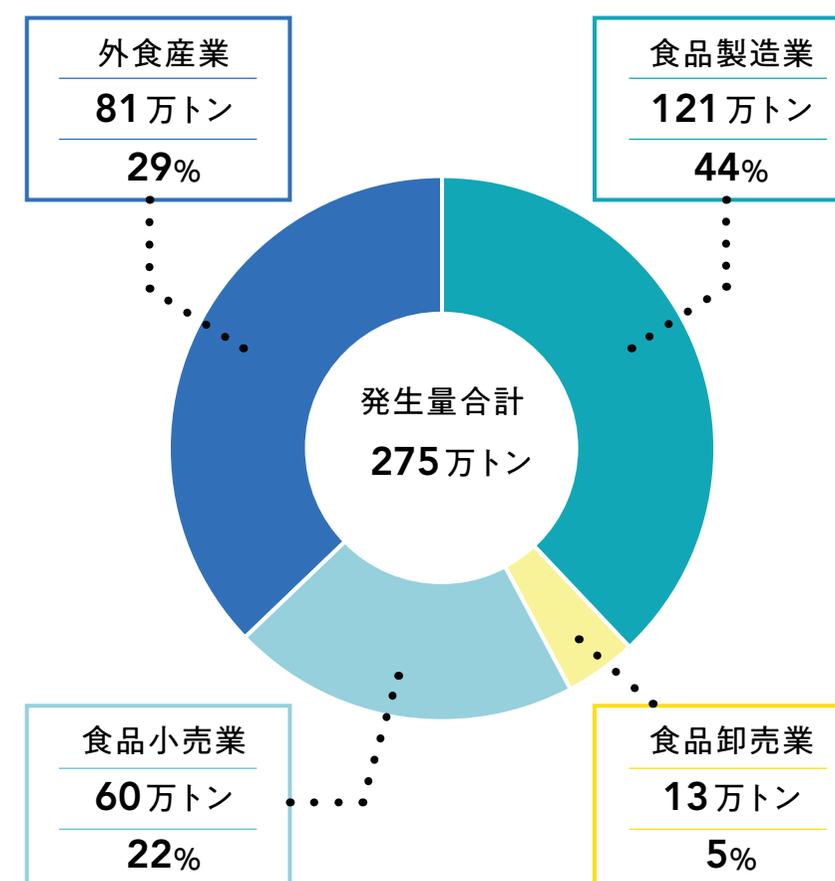


Check! 調査結果

Check! Survey Results

事業系食品ロスの約3割は、外食産業から発生しています。主な要因として、「作りすぎ」や「食べ残し」です。事業者は、仕入れや調理で工夫すると、食べ残しが発生しないようなメニューを設定すること、消費者とコミュニケーションをとり、適量を提供することが重要です。

▶事業系食品ロス(可食部)の業種別内訳 (令和2年度)



出典：農林水産省資料

製造・卸・小売事業者

○ 製造・流通・調理の過程で発生する
規格外品、返品、売れ残りなどが食品ロスになる

外食事業者

○ 作りすぎ、食べ残しなどが
食品ロスになる

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 1

【調理場や店員の工夫】 調理場でも食べられる食材をできるだけ有効活用したり、従業員とのルール作りなどが行われています。

【消費者への食べきりの促進】 消費者に楽しみながら食べきってもらえるようなイベントを行うお店があります。

店舗での工夫

注文ルールや仕入の工夫を導入したり、通常は廃棄される野菜の端材などを利用することにより食品の廃棄が格段に減少しました。また、過剰在庫の削減にもなりました。

【焼肉なべしま 与次郎本店(鹿児島県鹿児島市)】

- 食べ放題等の場合に、客の数や時間帯を考慮し、料理の補充を行わないなど、廃棄が出ないように徹底している。
- 宴会の予約受付時などに参加者の構成等を聞き取り、各種料理の量を調整して提供している。
- 野菜の端材などを、従業員のまかない料理の材料などとしてできるだけ利用する。
- スタッフへの「食品ロス削減」の啓発。
- 食べきりを推進するポスターの掲示。



詳細はこちら [全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会・農林水産省作成資料「飲食店等の食品ロス削減のための好事例集」](#)

小盛ご飯の提供や参加型イベントの実施

店舗での食品ロスの現状を調べたところ、ご飯の食べ残しが約8割を占めていたことから、小盛を選べるようにしました。また、食べ残さない楽しさを体感できる子ども向け参加型イベントを開催し、完食できた子どもには表彰状やデザートをプレゼントするなど、消費者に向けた普及啓発を実施しています。 【株式会社アレフ】



小盛りも選べる炊き立てご飯



全部たべて、表彰状ゲット!

炊飯器のサイズを小さいものに変更し、店舗全体の食品ロスがどのように削減できるか効果の検証も行っています。



食べ残しが出ると、飲食店では廃棄量が増えます。消費者にとっても、注文したのに食べ残してしまった分はお金を捨てているのと同じです。食べ残しを減らすため、飲食店等では啓発イベントを行っています。

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 2

料理の手間を惜しまないことで、食品ロスを削減

2007年の開店当初から食品ロス削減を実践しています。料理の手間を惜しまなければ、食品ロスはほとんど発生しなくなります。

[VIGNETTE (岡山県)]



詳細はこちら [全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会・農林水産省作成資料「飲食店等の食品ロス削減のための好事例集」](#)



[消費者への食べきりの促進等]

消費者向けにメニューを分かりやすく表示し、食べきれる量を調整してもらう工夫をしたり、どうしても余った料理は持ち帰りができる容器を用意するなど、お客様とのコミュニケーションを取って、食品ロス削減に取り組む店舗もあります。

- 料理に関して幅広く学ぶことで、食材を使いきる様々なアイデアが生まれ、食材の捨てる部分がなく、使いきる工夫につながっている。
- 予約時や注文時にアレルギーや食べられない食材について、お客様に確認している。
- 店舗内にコース料理の内容を減らすことができる旨を掲示している。
- お客様が食べきれる量を注文しやすいように、コースメニューの料理を減らした場合の金額を記載している。
- 食材のロスが出ないよう、凝りすぎた盛り付けはしないように心がけ、少量を希望するお客様への対応を行っている。



- お客様が余った料理を持ち帰りできるように、店舗で容器を用意している。



飲食店等での食べきりの促進や持ち帰りについては、92ページ「外食のときは」も確認してみましょう。

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 3

飲食店と自治体の連携による普及啓発



外食時の食品ロス削減に向けて、食べ残し等の削減に取り組んでいただける飲食店を「食べきり協力店」として登録しています。市のウェブサイトから、協力店舗を検索することができます。 **[横浜市]**

【「食べきり協力店」の登録要件】 以下に示す取組項目を、1つ以上実践する店舗を登録しています。

- 
小盛りメニュー等の導入
 例：「ごはんの量の調節」「小盛りメニューの設定」「ハーフサイズメニューの設定」
- 
食べ残しを減らすための呼びかけ実践
 例：「注文受付時に適量注文を呼びかける」「食べきり協力店である旨の呼びかけ」
- 
持ち帰り希望者への対応
 例：「賞味期限等を説明した上での持ち帰り提供」「持ち帰り容器の設置」
- 
ポスター等の掲示による、食べ残し削減に向けた啓発活動の実施
- 
上記以外の食べ残しを減らすための工夫

【飲食店と自治体の連携】

自治体等では、消費者が食べ残しを減らせるよう、飲食店等での取組を支援しています。自治体が食べ残しを減らす取組に協力する店舗を募集し、連携して食品ロス削減に取り組んでいます。

【「食べきり協力店」の登録ステッカー】



店頭に登録ステッカーを貼ることにより、食品ロス削減に取り組んでいることを宣言できる。

【食べきり協力店の検索画面(一部)】

- | | | |
|-------|-------|-----|
| 横浜市全域 | 保土ヶ谷区 | 青葉区 |
| 鶴見区 | 旭区 | 都筑区 |
| 神奈川区 | 磯子区 | 戸塚区 |
| 西区 | 金沢区 | 栄区 |
| 中区 | 港北区 | 泉区 |
| 南区 | 緑区 | 瀬谷区 |
| 港南区 | | |

地図またはリストの区名をクリックすると、指定の地域の地図上に店舗が表示されます。



POINT 自治体等の中には、消費者が食べることができるよう工夫している飲食店を、推進店や協力店として登録していることがあります。店舗の食品ロスを減らしたい、店舗で行っている独自の対策をほかの店舗にも共有したいといった方は、最寄りの自治体の制度を使って、情報発信などを行うのもよいでしょう。

みんなで減らそう食品ロス

「もったいない」の気持ちでつなぐ未来へのパス

長野県松本市

本市では、「もったいない」をキーワードとした食品ロスを減らす取組みを、「ごみ減量」と「食育」の観点から推進しています。

1 残さず食べよう！ 30・10 (さんまる・いちまる) 運動

本市が最初に注目したのは、宴会での食べ残しでした。宴会では、席を離れて酒をついだりつがれたりということがよくあります。その結果、手をつけられないまま大量の食べ残しが発生しがちです。そこで、乾杯後の30分間とお開き前の10分間は自席で料理を楽しむ時間とすることで宴会の食べ残しを減らす取組みを「残さず食べよう！ 30・10 運動」と名付け、平成23年度から推進しています。啓発品を飲食店や事業所に設置していただくなど、積極的なPRを行うことで市民に浸透してきました(図1)。平成26年度からは、家庭での食品ロスを減らすための取組みを開始しました。これは、前年度に実施した一般家庭の生ごみ組成調査及び市民アンケート調査の結果、手つかずの未利用食品や野菜の可食部等が多く廃棄されていたほか、家庭での取組みについて情報を望む声が多く寄せられたことがきっかけとなりました。家庭でも食品ロス削減に取り組んでいただく方法として、「毎月30日は冷蔵庫クリーンアップデー」、「毎月10日はもったいないクッキングデー」と設定し、それぞれの日付をとって「(おうちで) 残さず食べよう！ 30・10 運動」と名づけました。「冷蔵庫クリーンアップデー」には、冷蔵庫内の期限の近いものや傷みやすいものを積極的に使用すること、「もったいないクッキングデー」には、食べられるのに捨てていた野菜の茎や皮等まで活用して食材を無駄なく料理することを促しています。外出時と家庭での取組みを表す「30・10 運動」を食品ロス削減のキーワードとし、広く市内外に発信しています。



図1 啓発品の例。市内で人気の高い松本山雅FC(Jリーグ)のキャラクターを30・10運動応援大使に任命

2 園児環境教育事業、小学校環境教育事業、食品ロス削減啓発用教材の作成

市民の環境に対する意識を高め、環境に優しい行動を促すためには、子どもたちへの環境教育が重要であると考え、園児への環境教育を平成24年度から実施しています(図2)。クイズやダンスを取り入れたプログラムを作成し、毎年市内約50園で実施しています。また、平成28年度からは小学3年生を対象とした環境教育も開始しました。実施後のアンケート調査では、5割から6割の子どもたちに、意識や行動の変化がみられたという回答が得られています。また、子どもたちとの会話から、約半数の保護者にも変化があるというのが大きな特徴です。子どもを通して家庭への高い波及効果が確認されています。さらに、環境教育の高い効果を持続させるため、食品ロスをテーマとした教材の作成にも力を入れてきました。紙芝居と絵本は本市ホームページで公開していますので、自由に活用いただければ幸いです。



図2 保育園での環境教育の様子。キーワードは「参加型・とにかく楽しく」

3 フレッシュフードシェア

令和元年度から、子ども食堂のニーズと余剰生鮮食品をマッチングする取組み「フレッシュフードシェア」を開始しました(図3)。これは、市内の食品ロスに関わる団体・業者等との意見交換会にて、子ども食堂に携わる団体から「子ども食堂ではフードバンクで扱うことができない生鮮食品の需要が高い。生産から流通段階で廃棄される生鮮食品を活用できないか。」との意見がきっかけとなりました。道の駅を運営する(株)今井恵みの里のご協力により、農家から規格外の野菜等を提供いただいています。運搬は認定NPO法人フードバンク信州、子ども食堂運営団体への連絡は長野県が行っています。令和2年度は、生産者の方のご厚意により提供いただいた野菜等は1,583kgにも上り、子ども食堂等の活動に活用しました。廃棄される生鮮食品を活用して、食品ロス削減、子どもの居場所づくり(子ども食堂)の両方の支援となり、多様化した課題の同時解決となる一歩を踏み出せたと感じています。



図3 フレッシュフードシェアの様子

4 結びに

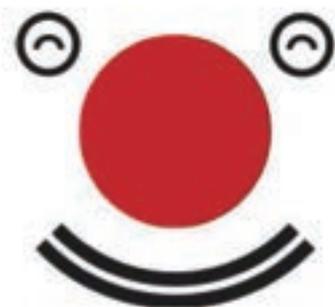
食品ロスは、全ての人に関わる課題です。食品ロスを削減するには、一人ひとりができることを、実践することが重要です。本市では、食品ロス削減のさらなる推進のため、令和2年度に「松本市食品ロス削減推進計画」を策定しました。これに基づき、一人でも多くの方に行動に移していただけるような取組みを引き続き実施してまいります。今後、食品に関わるあらゆる主体において、食品ロス削減の取組みが一層進むことを期待します。

様々な企業等による 食品ロス削減

食品に関係のない企業などの皆さんも、自分には関係ないと思うのではなく、それぞれの分野の強みを生かして、何かできることはないかと考えてみたり、社員やその家族、地域住民に食品ロスを減らす行動を促したりしてみましょう。

具体的な事例

- 1 地域住民や社員等への周知
- 2 食品ロス削減を推進するサービスの開発や利用
- 3 期限の近づいた備蓄食品の有効活用
- 4 食品の提供による社会貢献



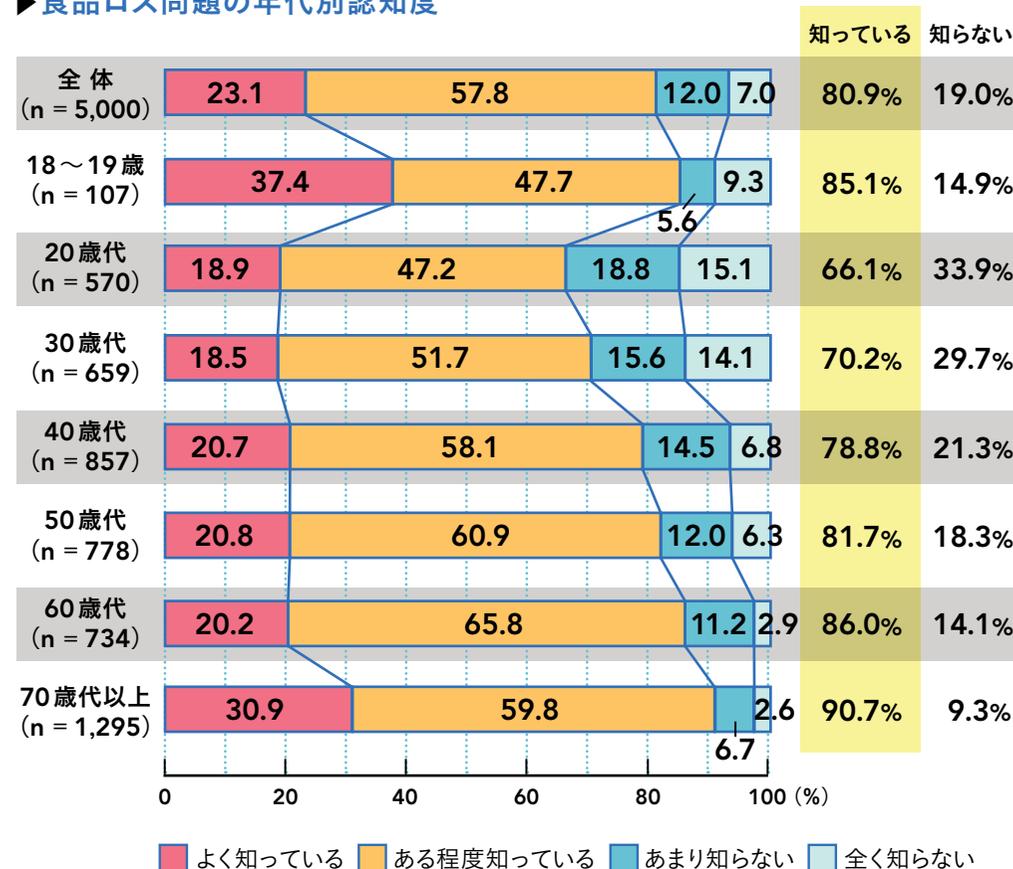
食べものに、
もったいないを、
もういちど。
NO-FOODLOSS PROJECT

Check! 調査結果

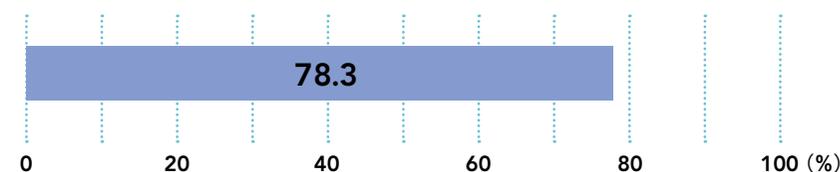
Check! Survey Results

食品ロス問題については、全体で約20%の人が「知らない」と回答しています。特に20～30歳代の認知度が特に低く、若い人への周知が必要です。また、食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む人は78.3%です。更に取り組む人を増やすことが重要です。

▶食品ロス問題の年代別認知度



▶食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む人の割合 (n=5,000)



出典：消費者庁調査「令和3年度消費者の意識に関する調査結果報告書—食品ロスの認知度と取組状況等に関する調査—」

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 1

食品ロスについて知らない人や、知っていても自分には関係ないと思っている地元住民や自社の社員などにも様々な形で情報提供することで、意識や行動の変革につながり、企業としては社会貢献につながります。

チラシやポスター活用で意識改革

消費者庁で作成した資材は、たくさんの自治体や団体で、イベントの配布、学校の授業での参考資料などとして広く活用されています。

【消費者庁】



写真はイメージです。

消費者庁ホームページ
食品ロス削減パンフレット等のページ



【地域住民や社員等への周知】

多くの人が集まるイベント会場や宴会場などに、ポスターや啓発ポップを掲示することで、食品ロスについて知ってもらうきっかけや行動につなげることができます。人の目に留まる場所に、率先して掲示してみましょう。

大規模イベント会場での啓発

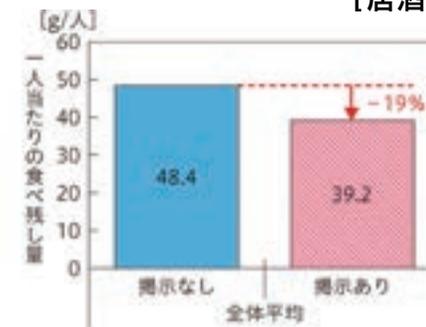
ラグビーワールドカップ2019の期間中に、選手の宿泊するホテルや競技会場周辺の飲食店において、食べ残しを発生させないことを呼び掛ける多言語のポスターや卓上ポップを掲示しました。その効果、掲示した飲食店では、利用客一人当たりの食べ残し量が約2割減少するなど、食品ロスの削減効果が示されました。

【農林水産省】

【検証に使用した啓発資材】



【居酒屋での検証の効果】



啓発資材を掲示していない期間と掲示した期間
それぞれの平均一人当たり食べ残し量

出典：「令和2年版消費者白書」（消費者庁）（133ページ）



地域の自治体などで様々な啓発資材が用意されています。自治体のホームページを見たり、問合せをしてみましょう。初めから目標を高く設定すると、継続が難しくなることがあります。最初から難しいことに取り組むのではなく、少しずつ行動してみましょう。

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 2

[地域住民や社員等への周知]

事業者の社会的責任(CSR)や持続可能な開発目標(SDGs)に向けた取組として、一人一人できることを考えてもらうための勉強会やイベントを開いてみるのもよいでしょう。

勉強会をすることで、新たな発見の促進

社員勉強会を開催しました。持続可能な社会や食品ロスの問題、消費行動について、社員の意識の変化が感じられました。 【ニチバン株式会社】



「スーパーで、賞味・消費期限のより長いものを選びますか」という講師からの質問。

受講者の感想

- スーパーでは陳列棚の前から取り、計画的に消費するよう心掛けます。
- 講演を直接拝聴することで、資料だけを見るより意識を高めることができました。食品ロス＝食べ残しや捨てることの削減ではなく、作った方々への感謝の念が根本的にあることを忘れておりました。
- 今まで食品ロスの知識がほとんどなかったが、世界規模で食品ロス削減の取組が実施されているということを認識できました。

次世代を担う子どもたちを育てる場でも

スタートアップJr.アワードは、小学生、中学生の2部門で、アイデアの独創性や着想力はもちろんのこと、プレゼンテーションの構成や表現力、訴求力も含めて総合的に評価するプレゼンテーション大会です。児童・生徒からは、食品ロスを始めとして、様々な社会問題・課題をテーマとしたプレゼンテーションが披露されます。

[スタートアップJr.アワード]



食糧問題を調べていたら、飢餓の問題を知りました。同じ子どもなのに、5秒に1人が亡くなっています。



「スタートアップJr.アワード2019」動画から

フードロスとは？

- 日本では、年間**2,800万トン**の食品廃棄物等が出ている。
- うち、まだ食べられるのに廃棄される食品は**632万トン**が1年間に捨てられています。

日本国民1.2億人が
“毎日おにぎりを1個捨てていること”

僕のアイデアがSDGsへ貢献できること



飢餓の人々を減らします。 飢餓の人を健康にします。 フードロス問題の解決。

「スタートアップJr.アワード2020」でも、児童が自ら考えた課題の中に、食品ロスをテーマにしたものもあります。

畑ミュージアムで食品ロスをゼロに！

自宅から変える！食品ロスを肥料へ

詳細はこちら [スタートアップJr.アワードホームページ](#)



POINT

知ることで、意識づけができます。継続して行うことで効果が高まります。

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 3

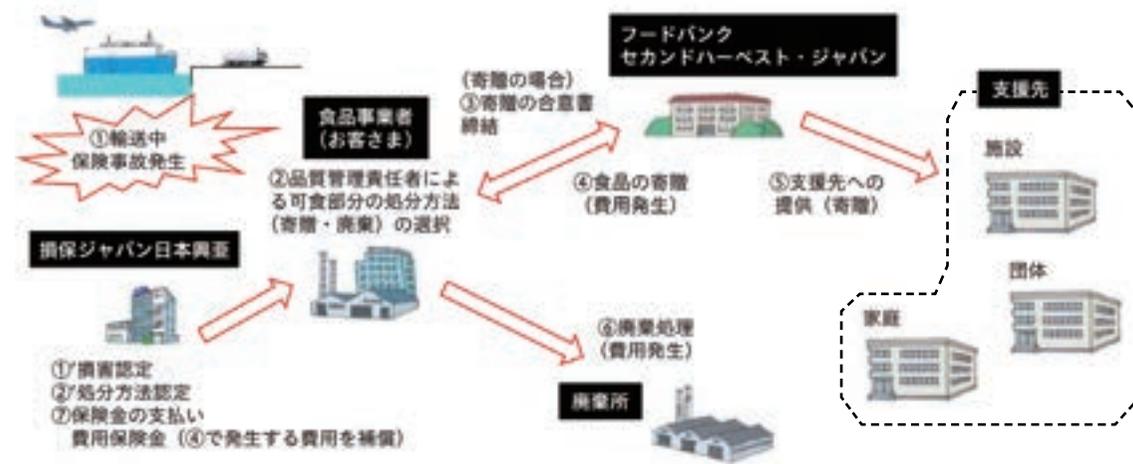
食品業界での食品ロスの現状を知り、事業者が自身の得意とする分野や特性をいかして、新たなサービスが展開されています。
このようなサービスを開発したり、利用してみるのもよいでしょう。

食品ロス削減に寄与する費用保険

「品質に問題のない食品を廃棄せざるを得ない」ことを「もったいない」という食品事業者の声をきっかけに、SDGsへの強い思いのある社員が、フードバンクとパートナーシップを結ぶ保険の仕組みを開発しました。

【損害保険ジャパン株式会社】

食品ロス削減に寄与する費用保険の仕組み



※開発当時の社名は損害保険ジャパン日本興亜株式会社



出典：「令和2年版消費者白書」(消費者庁) (95ページ)

【様々なサービス】

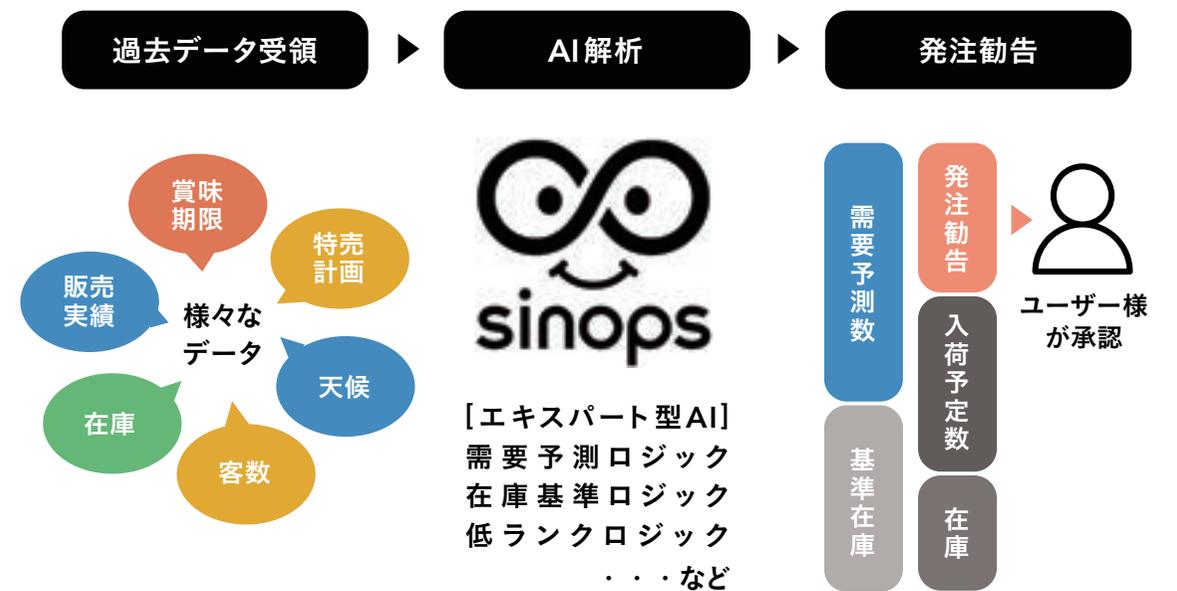
食品の無駄を削減するため、POSや気象データなど様々な情報を活用した需要予測のシステムを開発する企業もあります。

小売事業者向け需要予測型自動発注システムの提供

消費者の需要に最も近い小売業の在庫の最適化を起点に、卸売業の在庫、さらに製造業や原材料業への在庫の最適化へと、需要側(消費者)の情報から流通全体を最適にするデマンドチェーン・マネジメントの考えを活用したシステムを提供しています。同システムの導入により、発注時間は88%、欠品率は34.7%削減できるとともに、値引・廃棄ロスは19.1%削減できました。

【株式会社シノプス】

店別・単品別に毎日計算



sinopsの仕組み



出典：「令和2年版消費者白書」(消費者庁) (99ページ)

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 4

備蓄食品が学食メニューに。 防災訓練と食品ロス削減の一石二鳥

ふだん食べることがない備蓄食品にひと手間かけて、学食メニューとして登場。防災意識の向上とともに、食品ロス削減にもつながりました。ふだんのメニューより安価で提供され、お財布にやさしいだけでなく、味も見た目も好評でした。「備蓄食品はおいしい」と学生に知ってもらうきっかけになっています。【[獨協大学 学生食堂](#)】



〈メニューの例〉鶏の三色丼



使用した備蓄食品

〈食堂のメニュー〉

詳細はこちら [消費者庁ホームページ](#)



【期限の近づいた備蓄食品の有効活用】

備蓄食品を入れ替える際には、廃棄するのではなく、防災訓練を想定して実際に食べてもらったり、食堂でアレンジメニューとして提供すると、防災訓練と食品ロス削減の両面から効果的です。

災害時用レトルトカレーを給食で食べて 防災意識を高める

給食の際、校長先生から児童・生徒へ、「もしもの時は、思いもよらないことがたくさん起こります。非常食も実際に食べる体験をしておくことで、災害時でも安心して食べることができると言われています。今日は、災害について話し合ったり、非常食を実際に食べてみる体験をしましょう。」と、防災意識を高めました。定期的な実施することで、備蓄食品の廃棄を防いでいます。【[岐阜県土岐市・土岐市教育委員会](#)】



〈提供された給食の例〉

〔小・中学校の給食メニュー〕

小型パン・救給カレー・ウインナー・
海藻サラダ・ヨーグルト・牛乳



写真はイメージです。

詳細はこちら [消費者庁ホームページ](#)



災害に備えて、普段から備蓄食品を蓄えておくことが重要です。また、いざ備蓄食品を食べようとしたとき、戸惑うこともあると思いますので、普段から定期的に食べ慣れておくことも重要です。

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 5

食品ロスになりそうな食品を譲り受け、学校の生徒たちに、食品ロスの問題を伝えつつ譲り受けた食品を配布する活動が行われています。

〔食品の提供による社会貢献〕

取り扱う食品が、様々な理由で食品ロスになりそうな場合、フードバンクに提供することもできます。

食品ロス削減を学校へ啓発

教育機関と飲料・食品・製菓メーカーの間に立ち、食品ロスの現状や食品ロス削減に向けた取組を教員や児童・生徒等に広く知っていただく仕組みを作り、特に若年層への食品ロス削減を目的とした啓発活動を実施しています。このような取組は社会貢献の一環と考えています。 [【株式会社トゥーエイト】](#)

備蓄食品の廃棄削減と有効活用

所有している災害備蓄品のうち、賞味期限が切れる食料・飲料水を廃棄せず有効活用するため、フードバンク埼玉に寄贈しました。所有している災害備蓄品の賞味期限は5年で、定期的に更新する必要があるため、その更新にあわせ、危機管理防災センターで保管している備蓄品を寄贈しました。 [【埼玉県】](#)

〔教育機関等への飲料等の提供の仕組み〕

＜教員向け通信誌：ミュージアムトリクミ通信＞
発行元：株式会社トゥーエイト

【飲料等の配布実績】※延べ数
2016年度・約13万6千人／2017年度・約2万2千人／
2018年度（2019年2月時点）・約5万9千人

教育機関登録数
合計 5,762拠点
※2019年2月5日時点の登録数

種別	登録数
保育園	1,681園
幼稚園	2,179園
小学校	578校
中学校	239校
高等学校	811校
専門学校	274校

＜教育機関登録数 内訳＞

受入校を事前に登録しているため、展開規模が大規模であっても、迅速に短時間で受入れ先を固め、届けることが可能。

メーカーと教育機関の連携し役を担っています！

教員向け通信誌等の中で、食品ロス削減活動に賛同し、無料の飲料・食品・製菓等の受入れを希望する園・学校を募り、事前に登録している。受入れについては、案件ごとに都度、担当教員宛てに電話で確認。

詳細はこちら [消費者庁ホームページ](#)



〔寄贈した災害備蓄品〕

品目	数量
乾パン	30食
アルファ米(五目ごはん)	2753食
アルファ米(チキンライス)	2750食
パンの缶詰(キャラメルチョコ)	488食
パンの缶詰(オレンジ)	824食
飲料水(2リットル)	4725本

フードバンクについては、168ページ「フードバンク活動」、166ページ「事例を見てみよう(フードライブ活動)」も確認してみましょう。

詳細はこちら [消費者庁ホームページ\(平成30年1月30日都道府県宛て通知\)](#)



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 6

[フードドライブ活動]

企業の備蓄食品を入れ替える際に、備蓄されていた食品をフードバンクに提供したり、社員の仲間やグループで自宅に余った食料を集めて、フードバンクや福祉施設に提供する「フードドライブ」活動があります。

1月15日(いいごはん)「フードドライブの日」として活動

2007年から、参加メンバーから自宅に余っている食料品を提供してもらい、店舗近隣の福祉施設等への提供を継続的に実施しています。1月15日を「フードドライブの日」として日本記念日協会に登録し、フードドライブの活動を進めています。食料品を提供した施設からは、多くの喜びの声が届いています。

[株式会社カーブスジャパン]

カーブスでご自宅にある食料品を集め、食料を必要とする施設に届けます。



缶詰ひとつでも大歓迎です!
お近くのカーブスにお持ちいただき、
スタッフに声をかけてください!

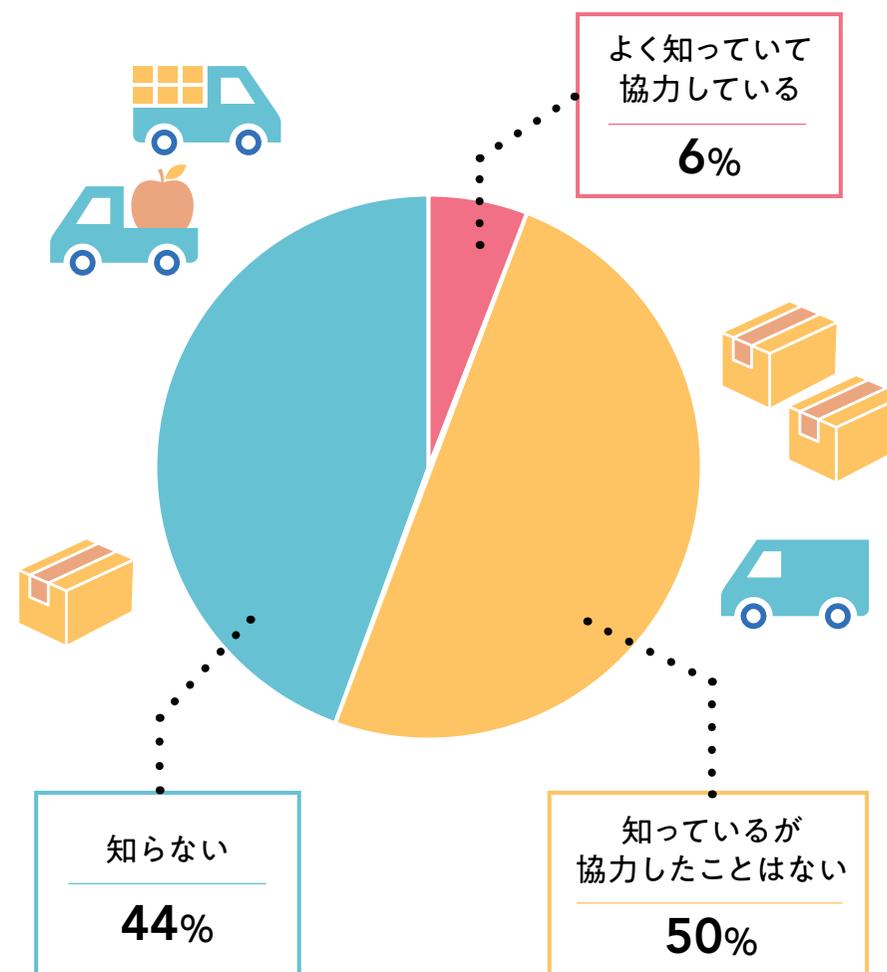
フードバンクについては、168ページ「フードバンク活動」、164ページ「事例を見てみよう(食品の提供による社会貢献)」も確認してみましょう。

Check! 調査結果

Check! Survey Results

フードドライブについて、「知っているが協力したことがない」、「知らない」と答えた人は94%でした。フードドライブの活動の場を広げるとともに、多くの人に知ってもらう機会を増やすことが重要であることが分かります。

▶ フードドライブについて(n=1,199)

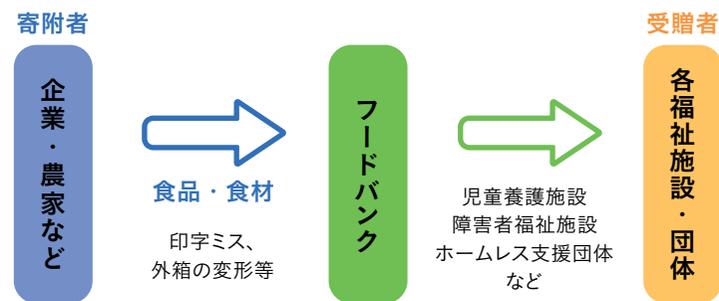


出典：公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
「食品ロス削減に関する意識調査報告(調査時期：2019年6月～8月)」



フードバンク活動

フードバンクとは、食品企業や農家などから、規格外、返品、箱の損傷など、生産・流通・消費などの過程で生じた、様々な理由で販売できなくなった食品の提供を受けて、必要としている人や施設等に無償で提供する取組です。



まだ食べられる食品を必要な方へ

「誰もが食を分かち合う社会づくり」のために、これまでの12年間で約5万件の食料支援を実施しています。特に乳幼児や子どものいる世帯を重点的に支援し、2020年からはコロナ禍で生活に困窮する方々への支援を強化しています。

[認定NPO法人フードバンク山梨]



①食品ロス削減



②食のセーフティネット



③フードバンク子ども支援プロジェクト



④学習支援・相談支援



⑤福祉施設・団体との連携



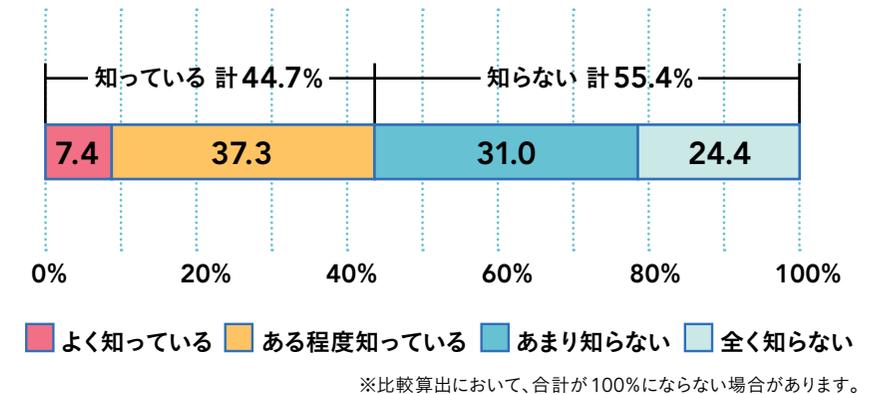
⑥市民のフードバンク活動への参加促進

Check! 調査結果

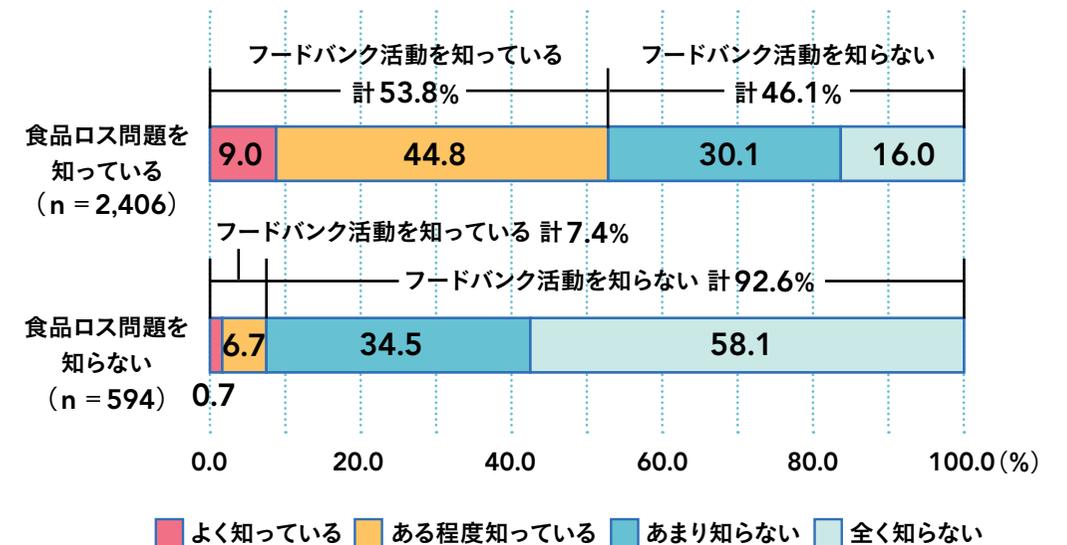
Check! Survey Results

フードバンク活動の認知度は、半数以下にとどまっています。食品ロスの問題を知っている人でも、約半数が「フードバンク活動を知らない。」と回答しています。

▶フードバンク活動の認知度 (n=3,000)



▶食品ロス問題の認知と、フードバンク活動の認知



出典：消費者庁調査「令和元年度消費者の意識に関する調査結果報告書—食品ロスの認知度と取組状況等に関する調査—」

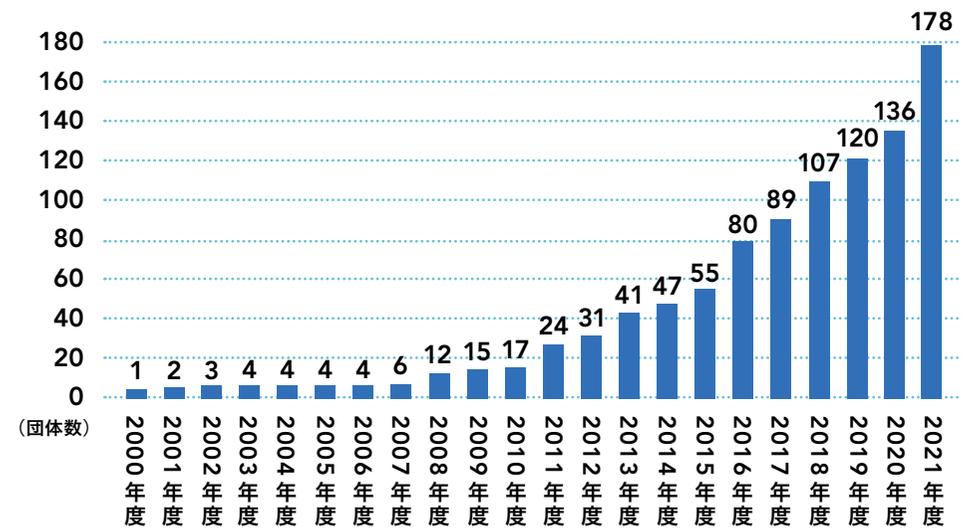
フードバンクの関連ページとして、164ページ「事例を見てみよう(食品の提供による社会貢献)」、166ページ「事例を見てみよう(フードライブ活動)」も確認してみましょう。

Check! 調査結果

Check! Survey Results

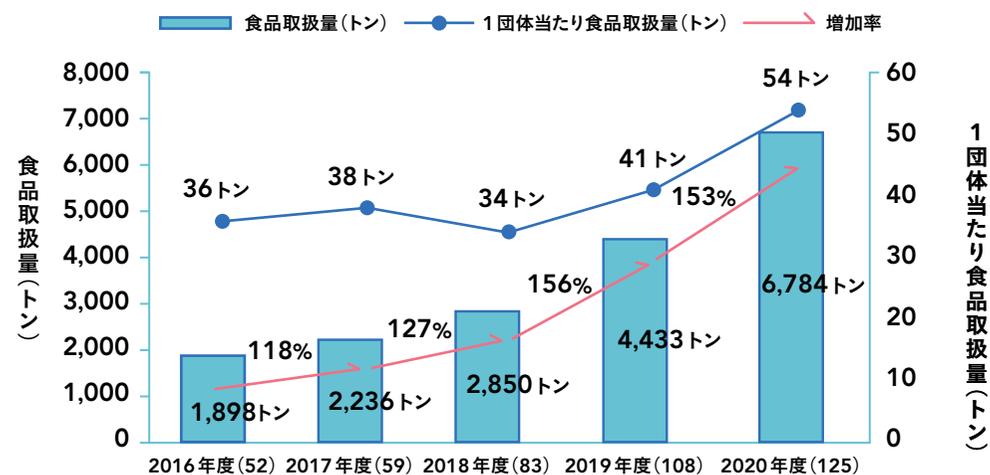
日本国内では、2000年度に初めてフードバンクが設立され、2022年3月現在178団体まで増加しています。

国内のフードバンク団体数



フードバンク団体の食品取扱量(他のフードバンクからの提供分は含まず)

フードバンクの2020年の食品取扱量は6,784トンで、食品取扱量は、2019年に比べて153%増加しています。



()内は、取扱量の回答のあったフードバンクの数。
各年とも無回答及び取扱量を「0」と回答したフードバンクは集計の対象外。

詳細はこちら 農林水産省ホームページ



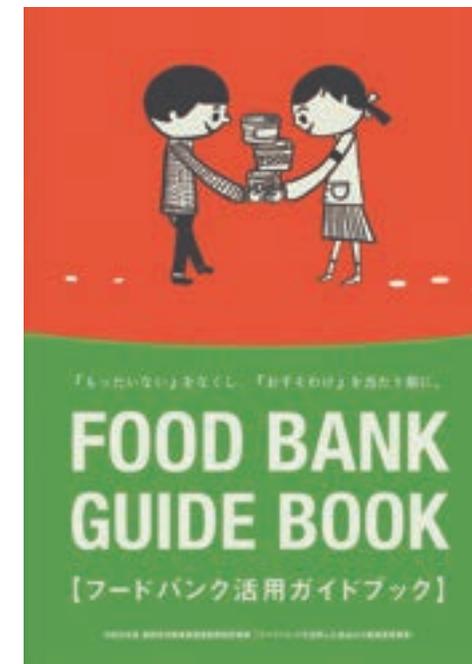
Q CASE STUDY 事例を見てみよう 1

自治体と連携し、フードバンク活動への理解を深めるためのガイドブックが作られています。

フードバンク活用ガイドブック

フードバンクへの理解の促進と企業内において発生する食品ロスの有効活用を図るため、市内フードバンク団体と共働し、食品関連企業へのアンケート調査を実施しました。その結果を基に、「フードバンク活用ガイドブック」を作成し、ガイドブックを活用して企業向け説明会を実施しました。 [福岡市]

令和元年度 福岡市共働事業提案制度採択事業 「フードバンクを活用した食品ロス削減啓発事業」フードバンク活用ガイドブック



食品ロスの現状やフードバンクを活用する上での留意点等、分かりやすく紹介



詳細はこちら 福岡市ホームページ



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 2

企業が独自に食品の寄附方法を開発し、食品ロス削減と福祉団体等への支援を両立しているケースもあります。

支援団体への独自の受け渡し方法を開発し、速やかな提供が可能に

ハローズモデルとは？



比較的早く傷んでしまう商品の提供が可能に!



パート社員の一言



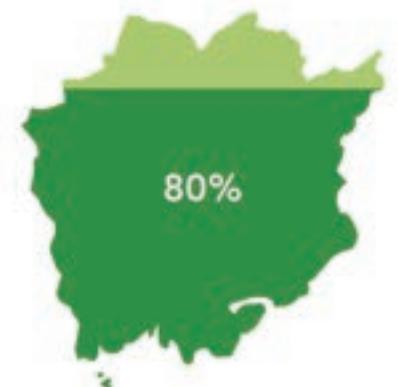
食べられる商品を廃棄するのはもったいない!

→ この一言をきっかけにフードバンクへの提供を開始(2015年)翌年、「ハローズモデル」を開発



「食べられる商品を廃棄するのは、もったいない!」とのパート社員の一言がきっかけで、「ハローズモデル」による食品の提供を開始しました。従来はフードバンクを介して必要な支援団体へ食品が提供していましたが、「ハローズモデル」は支援団体が直接近隣の店舗に引取りに来るので、比較的早く傷んでしまうためこれまで提供が難しいとされていた野菜や豆腐、乳製品なども提供できるようになり、廃棄率が減少し、食品ロスも大幅に減りました。

【株式会社ハローズ】



岡山県内の80%近くのスーパーマーケットがハローズモデルを活用しています。また、一部のドラッグストア・食品問屋等でも、提供が開始されています。

▲岡山県内のスーパーマーケットでのハローズモデル活用率



令和2年度食品ロス削減推進大賞
内閣府特命担当大臣(消費者及び食品安全)賞に選ばれました。

一人ひとりの力を、大きな力に

NACS (公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会) 藤原以久子

NACS (公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会) は、「消費者利益と企業活動の調和を図り社会に貢献する」ことを目的とした、消費生活の専門家集団です。食生活委員会では、持続可能な社会を構築するための取り組みの一環として、食品ロス削減推進に特化した活動を行っています。

2019年、食生活委員会は、消費者としてできることを探り、啓発活動や提言につなげるため「食品ロス削減に関する消費者意識調査」※1を行いました。調査では、約9割の人が食品ロスを意識しながらも、約7割の人が食品ロスを出していることがわかりました。廃棄理由は、「消費期限切れ」「食べ残し」「賞味期限切れ」の順に多く、「期限切れ」の多さが目立ちます。コメントには「腐った」「カビが生えた」というものもありました。食品の期限表示を正しく理解し、家の在庫を確認してから購入するといった行動が、食品ロスを減らします。こうした食品ロスに関する知識や情報は、テレビから得ている人が多く、インターネットや新聞を情報源としている人も一定数いますが、若い世代を中心に関心の低い人が2～3割と目立ちます。多様な手段で知識や情報を伝えていくことが課題です。

2020年7月には「新型コロナウイルス感染症の食生活への影響」※2についてのWEB調査を行い、コロナ禍での家庭の食品購入から廃棄時までの影響を調べました。緊急事態宣言発出により、半数以上の方が家庭で食事する回数や、一回あたりの食品購入量が増えていました。食品ロスの量が以前より増えた人はわずかでしたが、前回の調査と同様、7割近くの方が食品ロスを出しています。廃棄理由で最も多かったのは「腐ったりカビが生えた」でした。自分や家族のために食料を確保する必要があることは確かですが、購入した食品や作った料理を捨てないためには、知識を身につけ工夫することが大切です。

「新しい生活様式の下、食品ロス削減のためにでき

ると思うこと」という質問では、「在庫を確認した計画的な購入」「食べきれぬ量を作る」など、少し意識すればできる行動が上位にあがりました。「フードバンクへの支援」と答えた人は少数で、コロナ禍で生活困窮者がクローズアップされても、フードバンクやフードドライブは身近な存在とは言えないようです。調査に答えることは、回答者が自分の食生活を振り返るきっかけとなります。コメントからは、後ろめたさを感じつつ、どのようにしたら捨てずにすむかと模索する消費者像が窺えました。また「自分で調理する回数が増えた」だけでなく「自分以外の家族も調理するようになった」というコメントもあり、コロナ禍は、食品ロス削減を自分事として考え、実践していける人と機会を増やしたとも考えられます。

昨今のライフスタイルの多様化に伴い、時間の有無、料理の得意・不得意、家族構成などにより、食生活において一人一人が実践できることは違ってきます。そこで、委員会では「食品ロス削減をあなたの手で 家庭の食品ロスを削減するためのヒント集」を作成しました。誰もが自分にできることを見つけ実践するための啓発資料です。食品の期限や保存の知識、忙しい人や調理が面倒と思う人も試したくなる「ロスないレシピ」等を紹介しています。ヒント集を基にした動画「食品ロス削減をあなたの手で コロナ禍を超えて」も配信しています。

(https://www.youtube.com/c/nacs_channel)
多くの方にご覧いただき、毎日の暮らしに活用されることを願っています。

NACSの各支部でも、地域での食品ロス削減啓発講座を行っています。小学校のワークショップで、児童から「食べ物を簡単に捨てない」という意見が出たり、講座の参加者に野菜使い切りの工夫を教えていただいたりと、いつも新たな気づきを得ています。こうしたコミュニケーションが一人ひとりの力を大きな力に変えていく源であると考え、これからもNACSは、「食品ロス削減」のため、様々な取り組みに尽力してまいります。

※1、※2 : <https://nacs.or.jp/renkei/lifeproblem/>



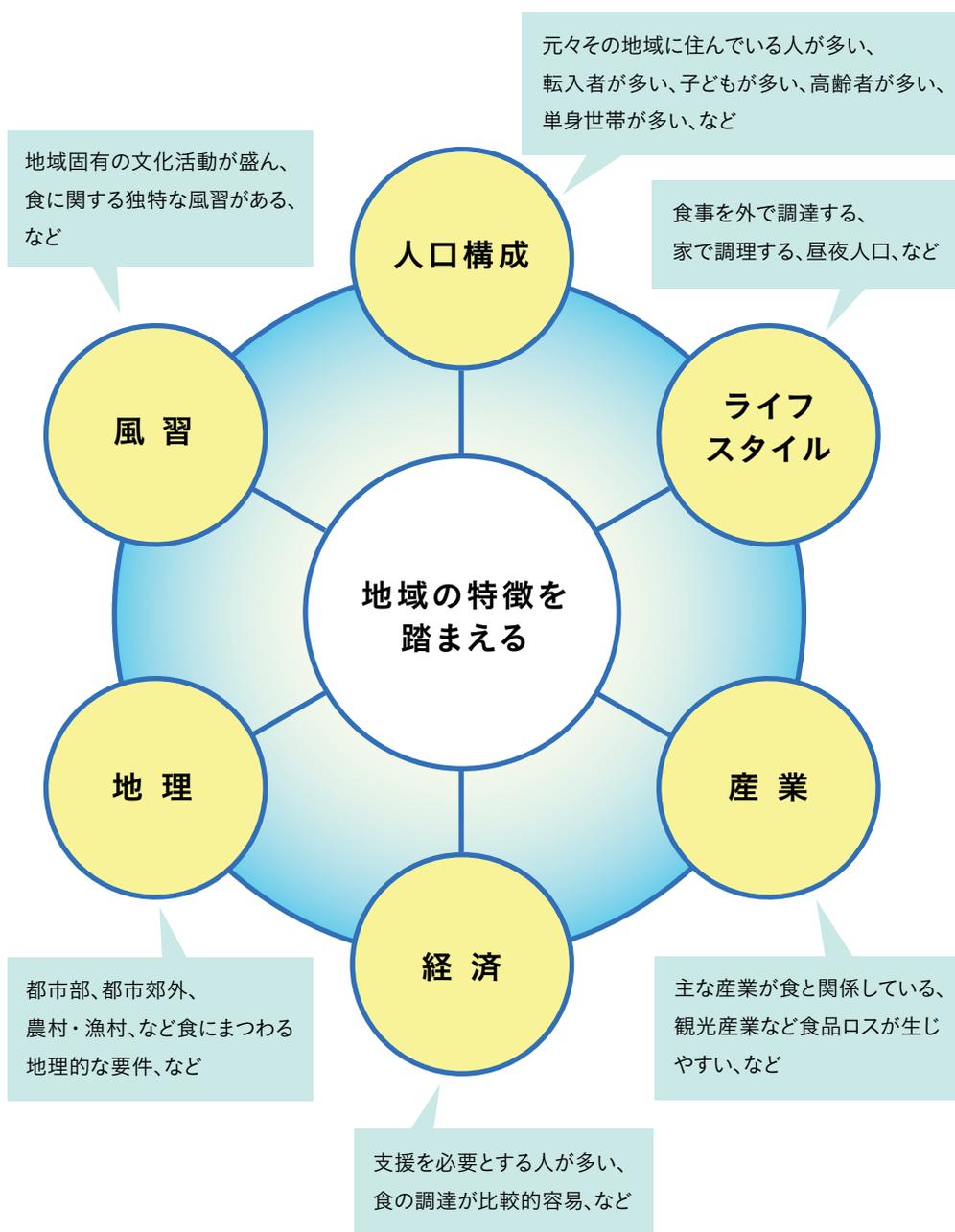
COLUMN

WEBサイト「ロスないレシピ」紹介

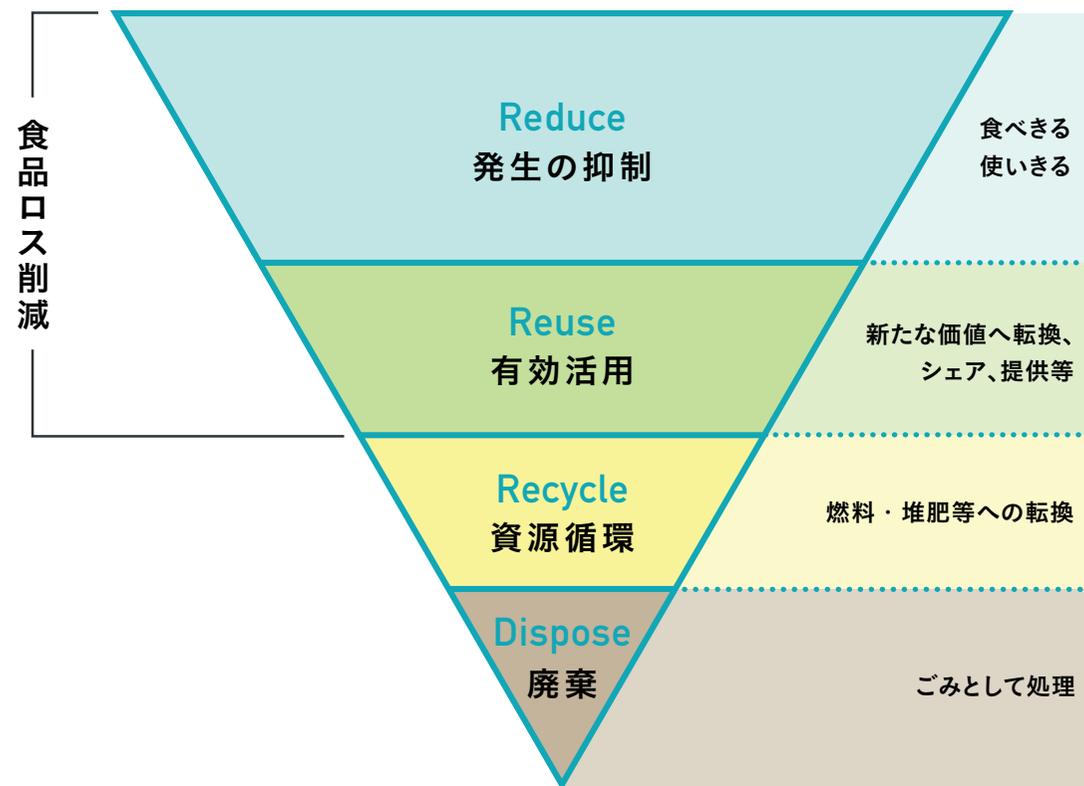


自治体や地域の連携等による食品ロス削減

自治体や地域の企業が食品ロスの削減を行うときには、地域の特性や地域で発生する食品ロスの実態を踏まえ、関係者が連携して課題を明確にした上、対策を検討しましょう。
また、課題の明確化や対策の検討では、3R (Reduce、Reuse、Recycle) の中でも、まず食品ロスの発生抑制、次に有効活用を検討しましょう。



食品ロス削減にあたっての課題・対策の考え方



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 1

県内の実態把握

地理的なバランスを考慮した県内の6市において、家庭系食品ロス量の調査を実施し、県内の家庭系食品ロス量を推計しました。家庭系の食品ロス量は、県民一人一日当たりに換算すると約78g（食パン約1枚）であることが分かりました。 [\[愛知県\]](#)

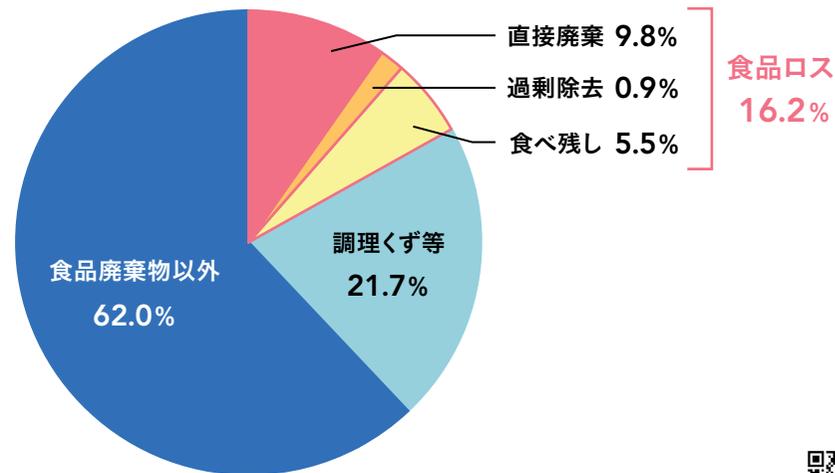
【調査の概要】

調査対象：豊橋市、岡崎市、一宮市、半田市、春日井市、豊田市

調査方法：環境省「家庭系食品ロスの発生状況の把握のためのごみ袋開袋調査手順書」による

- 手順**
- 調査は、夏季(8、9月)及び冬季(11、12月)の2回実施
 - 各市において、4つの代表的な地域(新興住宅地、既存市街地、集合住宅地及び農家地区)の家庭から排出される可燃ごみ(生活系可燃ごみ)を採取
 - 各地域約100kgのごみ袋を開袋し、食品ロス等を計量

【結果のまとめ】



※四捨五入のため割合の合計は100%にならない。

[詳細はこちら](#) 愛知県ホームページ



【食品ロスの実態調査】

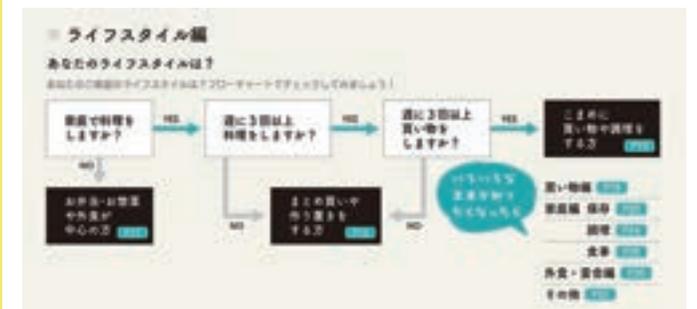
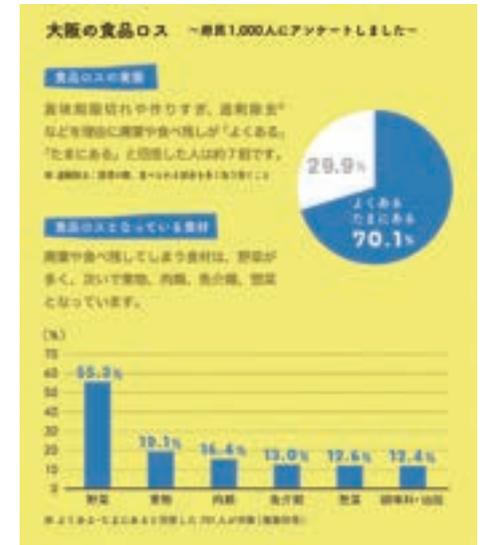
まず、食品ロスの実態調査をして、地域の食品ロス発生状況を確認しましょう。地域の実情に合った対策を考えるためには、発生状況を踏まえた課題や、必要な対策などをみんなで考えることが重要です。

大阪から食品ロスをなくしたい

府民へのアンケートにより、家庭における食品ロスの状況や食料の消費行動を調査しました。これらの結果を含めて、ライフスタイルに応じた食品ロスの削減方法を提案する事例集を作成しました。 [\[大阪府\]](#)



[啓発資材の表紙]



[詳細はこちら](#) 大阪府ホームページ



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 2

【学校給食における食品ロス削減】

学校給食においては、調理方法を工夫したり、児童・生徒への指導などを行うことで、食品ロスを削減できます。

調理方法の工夫や児童・生徒への指導による削減の効果を検証

過剰除去の少ない野菜の切り方の実施



高崎市給食センターにおいては、廃棄予定であった食品・野菜の皮等を活用するなど、調理方法を工夫しました。また、モデル校(小学校3校)において、過剰除去の少ない野菜の切り方を実践する調理実習や、啓発教材の配布等を実施しました。 **【群馬県高崎市】**

箕郷給食センターから発生する食品ロス・食品廃棄物(調理段階で発生する調理残さ(野菜くず)及び児童による食べ残しの合計)は、前年の同時期(11～12月)と比べて367.2kg(前年比13.2%)減少しました。

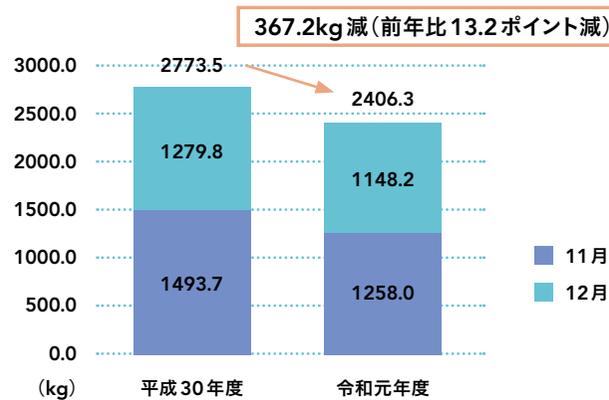
給食作りに携わる人々等に関する座学の実施



市川市では、モデル校(小学校2校)において、事業で作成した動画及び冊子教材を用いた指導(15分間)、「食べきりの歌」の校内放送等を実施しました。また、指導の際に児童自身が取組目標を考案し、後日振り返りを行いました。 **【千葉県市川市】**

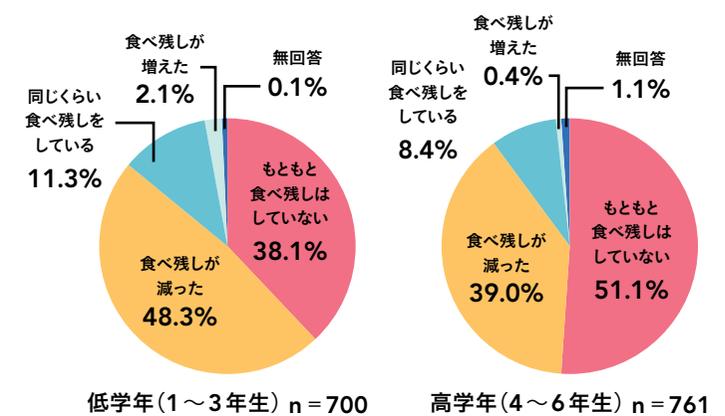
事業実施後、以前に比べて食べ残しが減ったかを児童に聞いたところ、「食べ残しが減った」と回答したのは、低学年(1～3年生)では48.3%、高学年(4～6年生)では39.0%でした。

取組前後の調理残さ・食べ残し量の合計の変化



食べ残し等の削減効果

取組前と比べて食べ残し量が減ったか(児童アンケート結果)

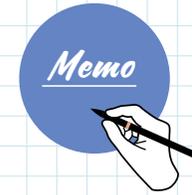


食べ残し等の削減効果

資料提供：環境省

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 3

[学校における食品ロス削減]



農業体験を通して、食品ロス削減を目指す

規格外農作物を活用した加工品の製造や、児童・生徒と生産者をつなぐ体験活動等(食に関する指導)を通じて、食べものを大事にし、食への感謝の気持ちを学ぶことで、地産地消の推進と共に食品ロスの削減を目指しています。 [静岡県袋井市]

[収穫体験]

規格外農産物を、炒めたまねぎやトマトピューレなど給食用の加工品に活用しました。



トマトピューレ



炒めたまねぎ

資料提供：文部科学省

Q CASE STUDY 事例を見てみよう 4

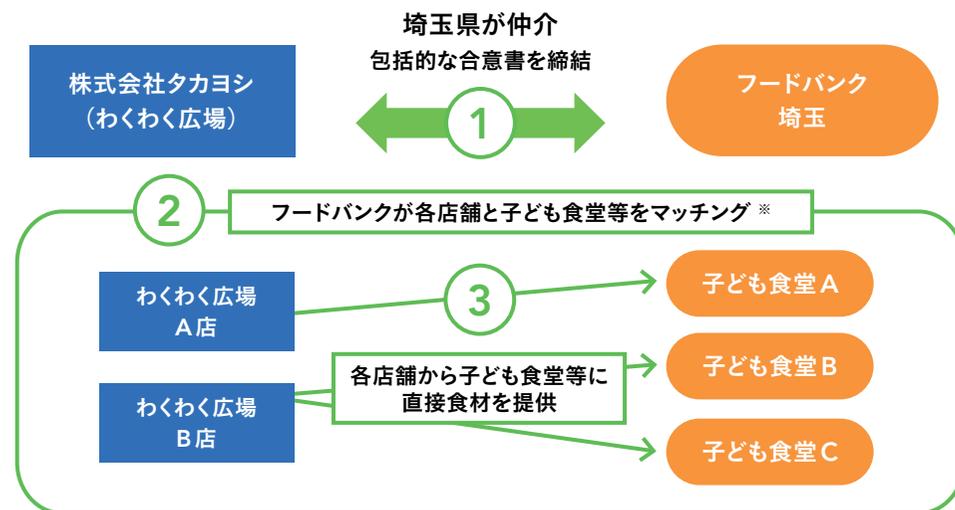
[地域の連携]

地域の特性を踏まえて、自治体と地域の事業者が連携して食事を必要とする施設へ提供するケースがあります。また地域の団体による食品ロス削減の活動が行われています。

地域連携で食のマッチング

食品ロスとなりそうな食品を地域内で活用する「地産地消型食品ロス削減モデル」を構築しました。このモデルは、各地域に店舗を展開する事業者と、各地域で活動する子ども食堂などを直接マッチングすることで実現しています。また、フードバンクや子ども食堂などが抱える運搬・保管場所といった課題を解決するとともに、生鮮食品の活用を可能にする初めての取組です。 [埼玉県]

[地産地消型食品ロス削減モデルの概要]



※ルールを決めてルーティン化

だれが・どこで：A店 だれに：子ども食堂A いつ：金曜日 どうやって：A店に取りに行く

- ・提供する責任、提供を受ける責任の明確化
- ・持続可能なルーティン化
- ・情報共有によるパートナーシップの構築
- ・モデル構築での3課題の解決

詳細はこちら [埼玉県ホームページ](#)



おいしいふくい食べきり運動

福井県連合婦人会では、福井県と協働して、「おいしいものを適量で食べきる運動」として、「おいしいふくい食べきり運動」を推進しています。運動では、家庭での食材の使いきりの行動等を広く啓発すると共に、「食べきり運動親子学習会」として、毎年約60の幼稚園・保育園・こども園等を訪問し、寸劇、紙芝居、食べきり運動の歌やダンスを通して、園児と触れ合い食べきることの大切さを伝えています。この活動を全国に発信することで、行政と婦人会が協働で活動できることを周知し、食品ロスに関する活動を福井県だけではなく、全国に展開しています。 [福井県連合婦人会]

[寸劇の様子]



[紙芝居の様子]



[啓発チラシ]



Q CASE STUDY 事例を見てみよう 5

[地域の連携]

一つの自治体や団体だけで進めることが難しい取組でも、共同で実施すれば、進められることもあります。それぞれの強みをいかして、連携することを考えてみましょう。

全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会の活動

「おいしい食べ物を適量で残さず食べきる運動」の趣旨に賛同する地方公共団体により、広く全国で食べきり運動等を推進し、もって3Rを推進するとともに、食品ロスを削減することを目的として、平成28年10月10日に設立。令和3年9月14日現在、434の自治体が参加(事務局：福井県安全環境部循環社会推進課)。

全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会と、その活動に賛同する民間企業が共同宣言を実施しました。令和2年10月30日現在、共同宣言を行う企業は、5社となり、各社の店舗で食べきりの推進を行っています。

活動内容

- 1 「食べきり運動」の普及・啓発
- 2 「食べきり運動」に関する取組や成果の情報共有及び情報発信
- 3 食品ロス削減に関する取組や成果の情報共有及び情報発信
- 4 国、民間団体、事業者等との連携及び協働
- 5 その他、目的を達成するために必要な事業



〈令和元年10月23日共同宣言式の様子〉

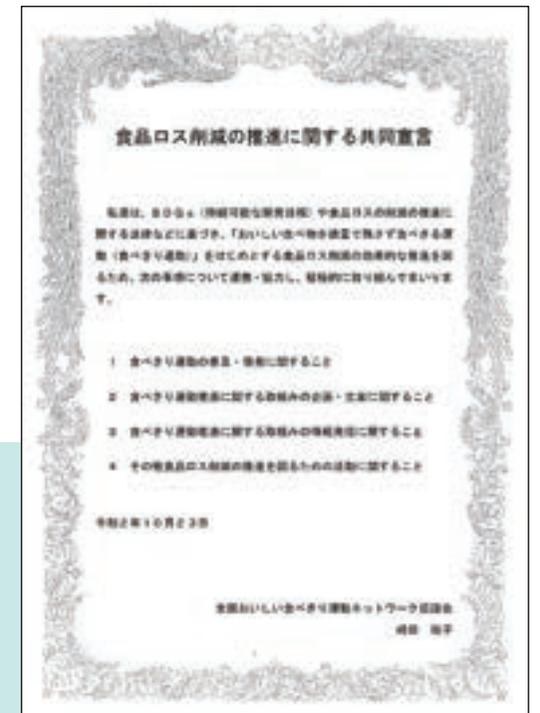
共同宣言(令和2年10月30日時点)

令和元年度

- イオン株式会社
- 株式会社セブン&アイ・フードシステムズ
- ワタミ株式会社
- 株式会社イトーヨーカ堂

令和2年度

- ロイヤルホールディングス株式会社



自分でできることを 書き出してみよう！

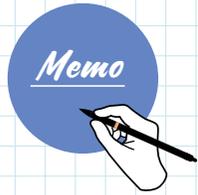
自分ひとりで、知人や地域でできそうなことを書き出し、
みんなで話し合って、行動してみましょう。

職場や



家庭でも







消費者庁 食品ロス削減ガイドブック検討委員会 名簿

伊佐治修 : 長野県松本市環境部環境政策課 課長

堀井南風 : 長野県松本市環境部環境政策課 主任

上村協子 : 東京家政学院大学現代生活学部現代家政学科 教授

藤原以久子 : 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・
相談員協会 食生活委員会委員長