

食品ロス削減に向けた取組

大島 次郎

はじめに

本稿では、食品事業者、家庭から排出される食品ロスの現状と食品ロス削減に向けた取組について紹介することとする。

食品ロスの現状

(1) 概要

平成13年の食品リサイクル法の施行後、食品関連事業者の努力により、食品廃棄物等の発生量は年々減少しているが、図1に示すとおり、日本では国内の食用仕向量の約2割にあたる1,713万トンの食品廃棄物が年間排出されている。このうち、本来食べられるのに捨てられている「食品ロス」は、年間約500万～800万トン含まれると推計されており、食品事業者（300万～400万トン）と家庭（200万～400万トン）からそれぞれ同量程度排出されている。

この日本全体の食品ロス量は、世界全体の食料援助量（約400万トン）の約2倍相当、また、日本の米生産量（約850万トン）に匹敵する量である。

日本の食料自給率（カロリーベース）は先進国の中で最低水準の39%（2012（平成24）年度）で、その食料の約6割を海外に依存している。また、その食料は、土地、水、エネルギー、肥料・飼料、労働力など多くの資源を投入して生産されている。日本が世界市場から食料を大量に調達している中で、まだ食べられるのに捨てていることは、世界で栄養不足にある人々の食料へのアクセスに影響を与えているだけでなく、食料生産に投入された貴重な資源も無駄にしていることとなる。「もったいない」の発祥の国として、食品製造業、卸売業、小売業、外食産業、家庭それぞれにおいて食品ロス削減に向けて取り組んでいくことが求められている。

(2) 食品製造業者・卸売業者・小売業者の食品ロス

食品事業者における食品ロスのうち、食品製造業者・卸売業者・小売業者からの食品ロスは次のとおり多様である。

- ・新商品販売や規格変更に合わせて店頭から撤去された食品（定番カット食品）
- ・欠品を防止するために保有するうち、期限切れなどで販売できなくなった在庫

- ・定番カット食品等の卸売業者や製造業者への慣行的な返品
- ・製造過程での印刷ミス、流通過程での汚損・破損などの規格外品

このうち、小売店などが設定する製造業からの納品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（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考えられている。日本の場合、賞味期限の3分の2が残っていないと小売店に納品できないが、米国では2分の1、フランス・イタリア・ベルギーでは3分の1、英国では4分の1が残っていれば納品でき、日本が一番厳しい納品期限となっている（図2）。

（3）外食事業者の食品ロス

食品事業者からの食品ロスのうち、食堂やレストラン等外食事業者からの食品ロスは、お客様が食べ残した料理や製造・調理段階での仕込みすぎなどがある。平成21年の食品の食べ残し量の割合は、宿泊施設（14.8%）、結婚披露宴（13.7%）、宴会（10.7%）、食堂・レストラン（3.2%）の順であった。

（4）家庭における食品ロス

食品ロスの半分を占める家庭からの食品ロスは次のとおりである。

- ・皮を厚くむきすぎたり、脂っこい部分など調理せずに取り除いた部分（過剰除去）
- ・作りすぎて食べ残された料理（食べ残し）
- ・冷蔵庫等に入れたまま期限切れとなった食品（直接廃棄）

京都市の調査によれば家庭から排出され

る生ごみのうち、約4割は食べ残しとして食品ロスに相当し、その半分が手つかずで捨てられた食品である。手つかずで捨てられた食品の4分の1は賞味期限前のものが含まれており、消費者に「賞味期限」が「おいしく食べられる期限」であり、すぐに食べられなくなるの意味の正確な理解が不足している現状がうかがえる。

食品ロス削減に向けた取組

（1）発生抑制の目標値の本格展開

食品リサイクル法に基づき、食品廃棄物の発生抑制を推進するため、努力目標として「発生抑制の目標値」が16業種から先行して平成24年4月から2年間、暫定的に設定された。平成26年4月の本格展開に向けて、平成26年2月に食料・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及び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の合同会合が開催され、本格展開に向けた目標値について検討がなされ、パブリックコメントの手続きを経て、平成26年4月から平成31年3月までの5年間を期間とする発生抑制の目標値が設定された（図3）。目標値が設定された業種の食品関連事業者はこの目標値を目安として発生抑制に取り組んでいくことが求められ、農林水産省としても、発生抑制の取組を支援していくこととしている。

なお、今回データ不足で目標値が設定できなかった業種については、事業者は自主的な努力により発生抑制に努めることとし、引き続きデータを収集後、可能な業種

から目標値設定が検討される予定である。

(2) 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチームの取組

食品製造業者・卸売業者・小売業者における商慣習は、個別企業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である。このため、農林水産省のサポートの下、平成24年10月に、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」が設置され、4回の会合での議論を経て、平成25年3月5日に中間とりまとめが公表された。

この中間とりまとめに基づき、経済産業省のサポートする製・配・販連携協議会と共同で、平成25年8月から特定の地域で飲料・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）し、それに伴う食品ロスの削減量を効果測定するパイロットプロジェクトが実施された（図4）。

この結果、

- ①小売業の物流センター段階では、納品期限切れ発生数量の減少等により、食品ロス削減につながる効果が示された。
- ②食品製造業段階では、未出荷廃棄の削減により、食品ロス削減につながる効果があるものと考えられた。
- ③小売業の店舗では、飲料及び賞味期間180日以上の菓子について、販売期限切れによる廃棄増や値引ロス等の問題は発生しなかった。

この検証結果を用いて、飲料・賞味期間180日以上の菓子について全ての小売業が

納品期限を「賞味期間の1/2 残し」に緩和した場合の推計を行ったところ、フードチェーン全体で飲料については39,384トン（7,081百万円相当）、賞味期間180日以上の子について1,235トン（1,579百万円相当）の鮮度対応生産及び納品期限切れ商品の削減効果が見込まれることが明らかになった。これらを単純合算すると約4万トン（メーカー出荷価格ベースで約87億円相当）となり、これは事業系食品ロスの1.0～1.4%にあたり、食品ロス削減に相当の効果があるものと考えられる。

このパイロットプロジェクトの結果を踏まえ、

- 飲料及び賞味期間180日以上の子については、フードチェーン全体での食品ロス削減に向けて、「賞味期間の2/3残し」をはじめ「賞味期間の1/2残し」を超えて納品期限を設定している場合には、「賞味期間の1/2残し」以下に緩和することを推奨し、各業界団体の協力を得て幅広い関係者に情報を共有し、各自の取組を促す
- 賞味期間が180日未満の子については、納品期限の緩和により小売店舗での廃棄増等が出る場合も見られたが、フードチェーン全体では食品ロス削減効果があるため、納品期限の緩和を検討していく。その際、消費者の8割が菓子を購入後1週間以内に食べるとの調査結果も踏まえ、現在多くの小売業で設定されている販売期限の延長についても消費者の理解を得ながら検討を進めることとするこ

となどが平成25年度のワーキングチームのとりまとめとして示されている。この納品期限の見直しに加え、賞味期限延長、日配品の食品ロス削減等、引き続き、食品ロス削減に向けた活動を推進することとされている。平成26年3月26日に公表された平成25年度ワーキングチームのとりまとめの概要は図5のとおりである。

(3) 食品ロス削減国民運動の展開

消費者を含めたフードチェーン全体で食品ロス削減に向けた取組を進めていくため、平成25年10月にロゴマーク（図6）を定め、消費者庁、環境省など関係府省と連携して、食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）を展開している。このロゴマークは食品ロス削減に取り組む企業、自治体、団体、個人などが無料で使用でき、今後、ロゴマークを付した取り組みや商品が広がり、多くの賛同者を得て食品ロス削減に向けた取組が進展していくことを期待している。

この国民運動を展開していくため、農林

水産省として、省内食堂での食べきり運動を進めるほか、食品流通における商慣習見直しを更に検討していくとともに、フードバンク活動の強化、外食におけるドギーバッグ普及等を総合的に支援することとしている。

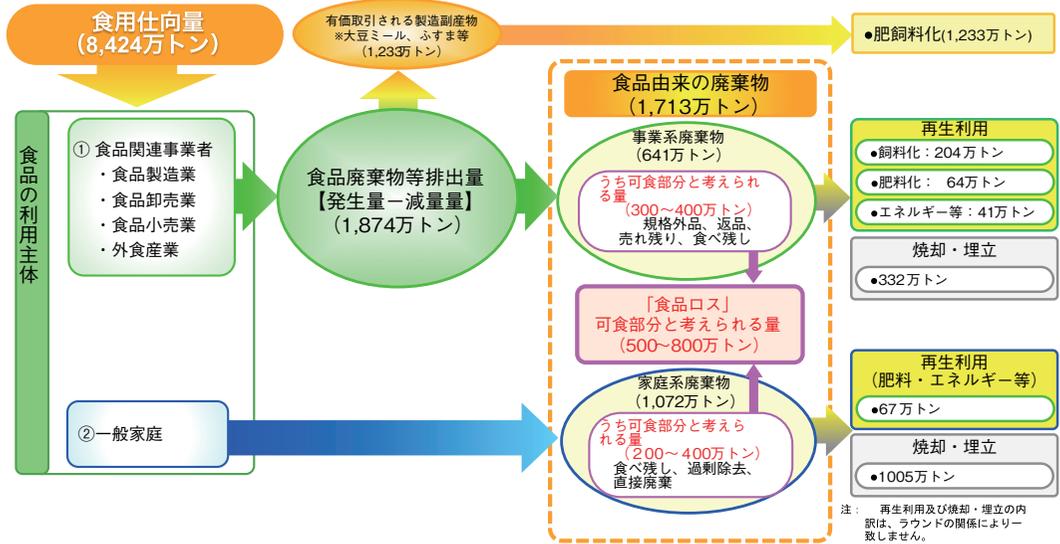
まとめ

日本は食料の約6割を海外から依存している中、年間約500万～800万トンもの食品ロスを発生しつづけることは、食料安全保障の観点からも問題であり、また、世界で栄養不足にある人々の食料へのアクセスに影響を与えることにつながることから、人道的な観点からも問題である。

「もったいない」発祥国として、世界的にも優先課題とされている食品ロスの削減に向けて、食品関連事業者、関係府省庁、地方自治体、関係団体、そして消費者一人ひとりが協力して食品ロス削減に向けた取組を行う必要がある。

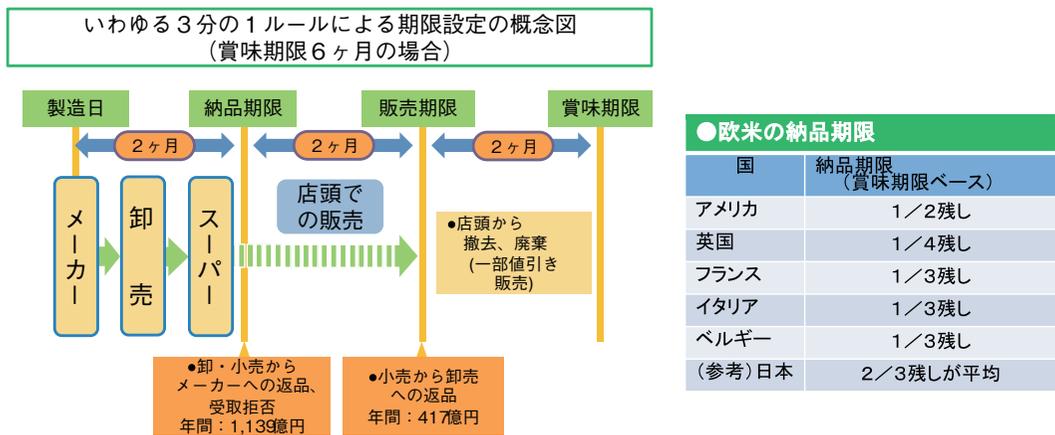
食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）にぜひ御協力いただきたい。

図1 日本の食品廃棄物等の現状



資料：「平成22年度食料需給表」（農林水産省大臣官房）
 「平成23年食品循環資源の再生利用等実態調査報告（平成22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22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

図2 納品期限について



資料：「加工食品・日用雑貨業界全体の返品額推計（2010年度）」（財）流通経済研究所

図3 食品廃棄物等の発生抑制の目標値（平成26年4月～平成31年3月）

業 種	発生抑制の目標値	備 考
肉加工品製造業	113kg／百万円	
牛乳・乳製品製造業	108kg／百万円	
水産缶詰・瓶詰製造業	480kg／百万円	新規
野菜漬物製造業	668kg／百万円	新規
味噌製造業	191kg／百万円	
しょうゆ製造業	895kg／百万円	
ソース製造業	59.8kg／t	
パン製造業	194kg／百万円	
麺類製造業	270kg／百万円	
豆腐・油揚製造業	2,560kg／百万円	
冷凍調理食品製造業	363kg／百万円	
そう菜製造業	403kg／百万円	
すし・弁当・調理パン製造業	224kg／百万円	
食料・飲料卸売業（飲料を中心とするものに限る。）	14.8kg／百万円	
各種食料品小売業	65.6kg／百万円	
菓子・パン小売業	106kg／百万円	
コンビニエンスストア	44.1kg／百万円	
食堂・レストラン（麺類を中心とするものに限る。）	175kg／百万円	新規
食堂・レストラン（麺類を中心とするものを除く。）・居酒屋等	152kg／百万円	新規
喫茶店・ファーストフード店・その他の飲食店	108kg／百万円	新規
持ち帰り・配達飲食サービス業（給食事業を除く。）	184kg／百万円	新規
結婚式場業	0.826kg／人	新規
旅館業	0.777kg／人	新規

図4 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、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）し、それに伴う返品や食品ロス削減量を効果測定。相当の食品ロス削減効果があること等につき、本年3月26日に最終報告公表。

（賞味期限6ヶ月の場合）

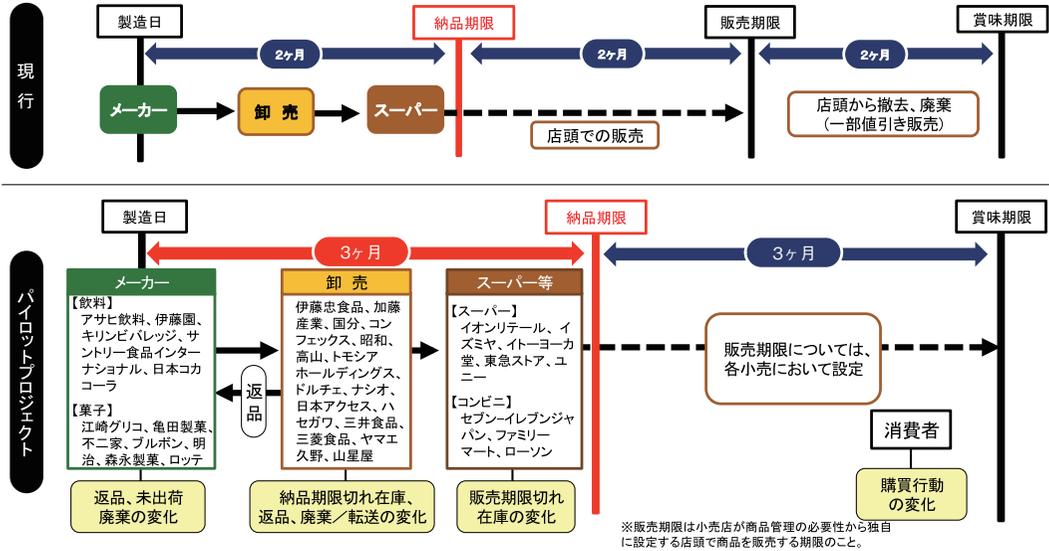


図5 平成25年度商慣習検討ワーキングチームとりまとめ概要

- 納品期限見直しパイロットプロジェクトの結果、食品ロス削減に相当の効果（飲料と賞味期間180日以上の菓子で約4万トン）。飲料・賞味期間180日以上は、「賞味期間の1/2残し」以下の納品期限を推奨。
- 納品期限緩和、賞味期限延長、日配品ロス削減等、引き続き、食品ロス削減に向けた活動を推進。

納品期限見直しパイロットプロジェクト（35社）の結果

<p>【食品製造業】 鮮度対応生産の削減など未出荷廃棄削減</p>	<p>【物流センター】 納品期限切れ発生数量の減少、返品削減</p>	<p>【小売店頭】 飲料及び賞味期間180日以上は菓子は店頭廃棄増等の問題なし</p>	<p>【該当食品全体への推計結果】 飲料：約 4万トン（約71億円） 菓子：約 0.1万トン（約16億円） （180日以上） ⇒合計：約4万トン（約87億円）</p>	<p>事業系！ 食品ロスの1.0%～1.4%</p>
--	---	--	--	---------------------------------------

平成26年度の取組予定	<p>納品期限緩和</p> <ul style="list-style-type: none"> ●飲料・賞味期間180日以上は「賞味期間の1/2残し」以下の納品期限を推奨 ●180日未満の菓子は販売期限延長も含めて納品期限緩和の方法を検討
	<p>賞味期限</p> <ul style="list-style-type: none"> ●生産・衛生技術、包装技術の進展を踏まえ、賞味期限を延長 ●賞味期限設定の考え方を消費者に情報提供 ●消費者の理解を得ながら、賞味期限の年日表示化
	<p>日配品</p> <ul style="list-style-type: none"> ●フードチェーン全体での具体的なロス削減方策を検討 ●消費・賞味期限が間近なものの売切りを促進する「もったいないポイント」の付与実験
	<p>消費者理解</p> <ul style="list-style-type: none"> ●食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）を推進 ●「ろすのん」を活用した取組、期限表示のわかりやすい説明等を推進

図6 食品ロス削減国民運動ロゴマーク



◆食品ロス削減国民運動キャラクター◆

名前:ろすのん(性別 男)
口ぐせ:語尾が「のん。」
好きな食べ物:刺身のつま、パセリ
夢:食品ロスがなくなること
好きな言葉:残り物には福がある

食品ロス削減に取り組む団体・企業の皆さん、是非ご利用ください。(無料です!)

ロゴマーク利用許諾要領、利用許諾申請書等は、下記の農林水産省URLを御確認ください。http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/index.html