



(ろすのん)

食品ロスの削減に向けて

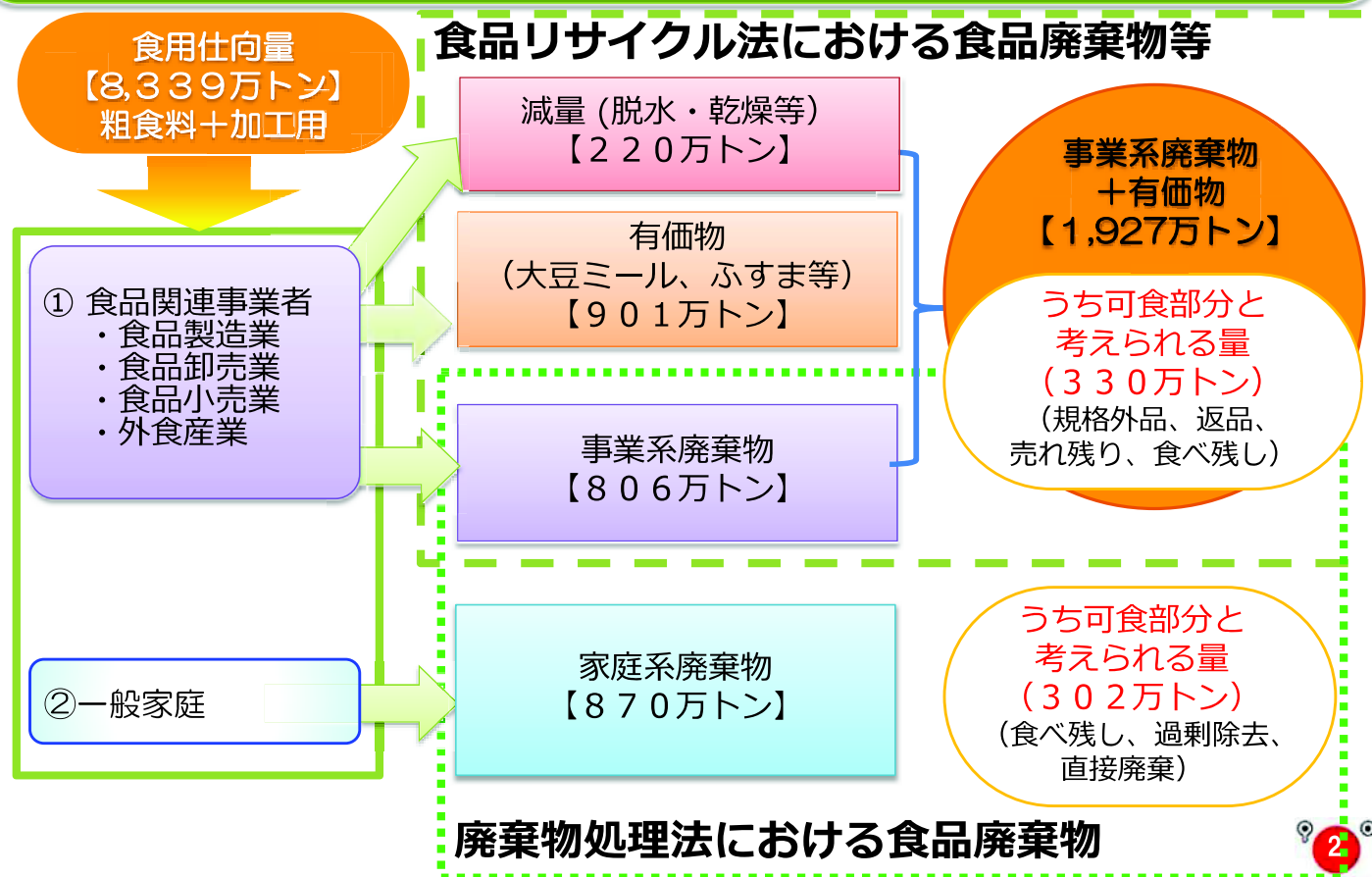
～食べものに、もったいないを、もういちど。～

平成28年6月

農林水産省

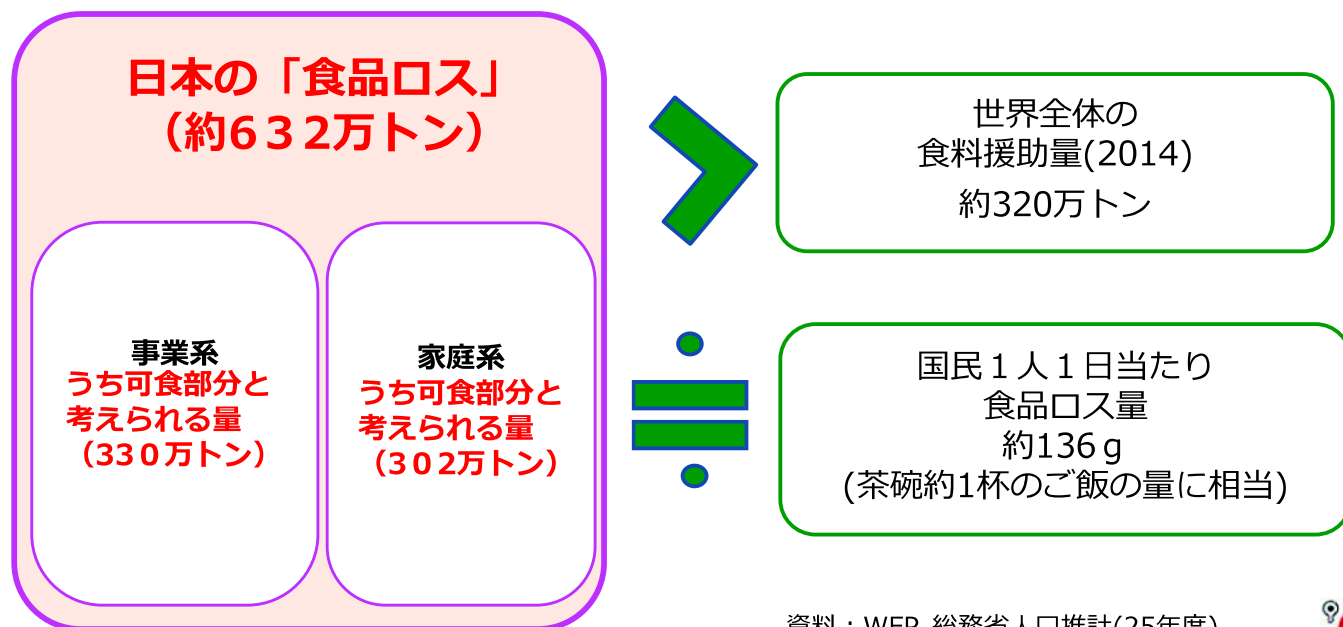
食料産業局
バイオマス循環資源課
食品産業環境対策室

●食品廃棄物等の発生量（平成25年度推計）



●日本の食品ロスの大きさ

- 日本の食品ロス（年間約632万トン）は、世界全体の食料援助量の約2倍。
- 国民1人1日当たり食品ロス量は、およそ茶碗1杯分のご飯の量に相当。

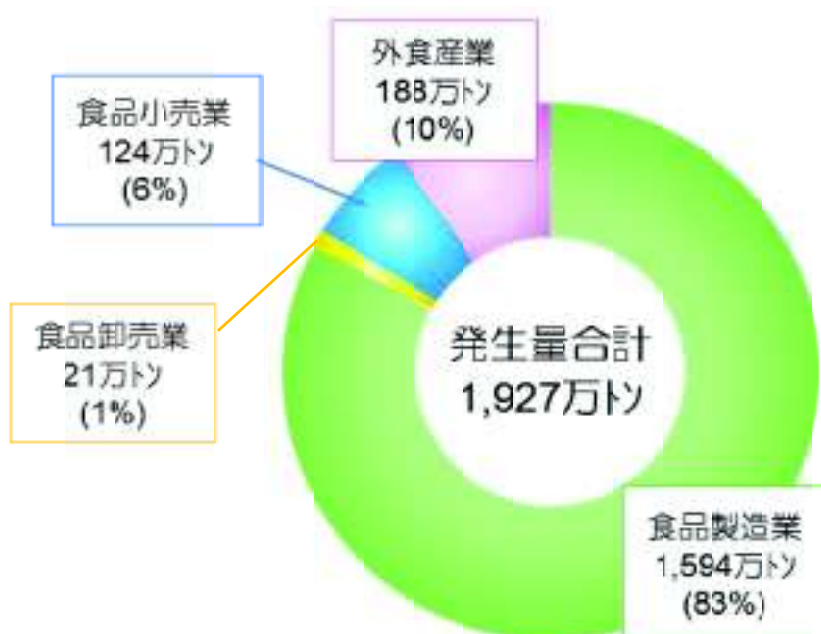


資料：WFP, 総務省人口推計(25年度)



●事業系食品廃棄物等の発生量（平成25年度）

- 食品廃棄物等の発生量は、平成25年度で1,927万トンとなっており、このうち食品製造業が約8割を占めている。



●食品廃棄物等の発生抑制と再生利用（リサイクル）の推進

循環型社会形成の推進

循環型社会形成推進基本法
（基本的枠組み法）

容器包装リサイクル法

家電リサイクル法

食品リサイクル法

建設リサイクル法

自動車リサイクル法

小型家電リサイクル法

（取組の優先順位）

①発生抑制（Reduce）

②再使用（Reuse）

③再生利用（Recycle）

④熱回収

⑤適正処分

食品リサイクル法

食品の売れ残りや食べ残し、製造・加工・調理の過程に応じて生じた「くず」等の食品廃棄物等について、

- ①発生抑制と減量化による最終処分量の減少
 - ②飼料や肥料等への利用、熱回収等の再生利用
- についての基本方針を定め、食品関連事業者による取組を促進。

5

●食品リサイクル法の概要①（平成12年法律第116号〔平成19年12月改正〕）

○主務大臣による基本方針の策定

- 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向
- 食品循環資源の再生利用等を実施すべき量に関する目標 等

○再生利用等の促進

- 主務大臣による判断基準の提示（省令）
 - ・ 再生利用等を行うに当たっての基準
 - ・ 個々の事業者毎の取組目標の設定
 - ・ 発生抑制の目標設定 等
- 主務大臣あてに食品廃棄物等発生量等の定期報告義務（発生量が年間100トン以上の者）
- 事業者の再生利用等の円滑化
 - ・ 「登録再生利用事業者制度」によるリサイクル業者の育成・確保
 - ・ 「再生利用事業計画認定制度」による優良事例（食品リサイクル・ループ）の形成

6

●食品リサイクル法の概要②（平成12年法律第116号〔平成19年12月改正〕）

○指導、勧告等の措置

●全ての食品関連事業者に対する指導、助言

- ・ 前年度の食品廃棄物等の発生量が100トン以上の者に対する勧告・公表・命令・罰金（取組が著しく不十分な場合）

環境負荷の低減及び資源の有効利用の促進

○関係者の役割（責務）

努めなければならない

国

- ・ 再生利用等の促進に必要な資金の確保
- ・ 情報の収集・整理・活用
- ・ 研究開発の推進と成果の普及

地方公共団体

- ・ 区域の条件に応じて再生利用等を促進

消費者・事業者

- ・ 食品の購入・調理の方法を改善して食品廃棄物等の発生を抑制
- ・ 再生利用で作られた製品を利用

7

●食品リサイクル法に基づく新たな基本方針の策定

平成27年7月に食品リサイクル法に基づく新たな基本方針を策定。

1. 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向
2. 食品循環資源の再生利用等を実施すべき量に関する目標
3. 食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項 等

8

● 新たな基本方針のポイント①

1. 食品循環資源の再生利用等の促進の基本的方向

- ・ 食品廃棄物等の発生抑制を優先的に取り組んだ上で、再生利用等を実施。
- ・ 食品循環資源の再生利用手法の優先順位は、飼料化、肥料化、その他の順。

2. 食品循環資源の再生利用等を実施すべき量に関する目標

【再生利用等実施率目標】

	(旧目標：24年度まで)		(新目標：31年度まで)
食品製造業	85 %	➡	95 %
食品卸売業	70 %	➡	70 %
食品小売業	45 %	➡	55 %
外食産業	40 %	➡	50 %

● 再生利用等実施率（業種別目標）

- 基本方針で定めた再生利用等実施率の業種別目標は、平成31年度までに、食品製造業95%、食品卸売業70%、食品小売業55%、外食産業50%。
- 業種別目標は、個々の事業者ごとに算出される再生利用等の実施率目標（基準実施率）が達成された場合に見込まれる水準に設定。

再生利用等実施率の算出式

再生利用等実施率＝

$$\frac{\text{発生抑制量} + \text{再生利用量} + \text{熱回収量} \times 0.95(\%) + \text{減量量}}{\text{発生抑制量} + \text{発生量}}$$

(※) 食品廃棄物残さ（灰分）を除いたものに相当する率

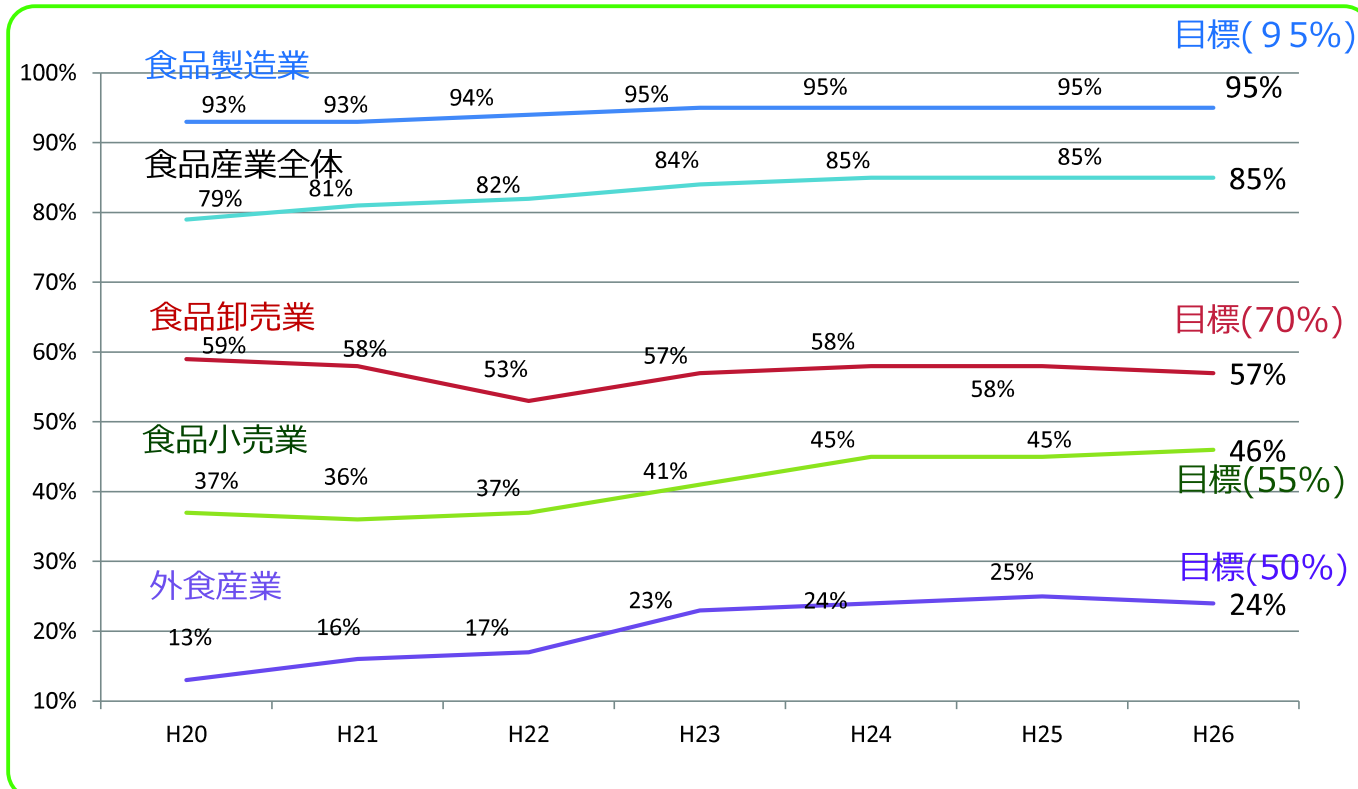
基準実施率（個別企業の目標値）の算出式

基準実施率＝前年度の基準実施率＋前年度基準実施率に応じた増加ポイント

(注1)20%未満は20%として基準実施率を計算
(注2)平成19年度の基準実施率は平成19年度の実績

前年度の基準実施率区分	増加ポイント
20%以上50%未満	2 %
50%以上80%未満	1 %
80%以上	維持向上

● 食品産業における再生利用等実施率の推移



● 食品産業における食品リサイクルの現状

- 食品廃棄物等の再生利用等実施率は、食品流通の川下に至るほど分別が難しくなることから、食品製造業の再生利用等実施率は高いものの、食品卸売業、食品小売業、外食産業の順に低下している。

■ 食品廃棄物等の再生利用等実施率（平成25年度）

業 種	年 間 発生量 (万t)	業種別 実施率 目 標 (%)	再生利用等実施率(%)							
			発生 抑制	再生 利用	(用途別仕向先)			熱回収	減量	
					飼料	肥料	その他			
食品製造業	1,594	95	95	12	69	75	17	7	2.2	12
食品卸売業	21	70	58	14	39	26	48	25	0.4	4
食品小売業	124	55	45	13	32	43	34	23	0.1	0
外食産業	188	50	25	6	15	35	37	29	0.0	3
食品産業計	1,927	-	85	11	61	73	19	8	1.8	10

● 新たな基本方針のポイント②

3. 食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項 その1

【再生利用等】

- ・ 食品廃棄物等を年間100トン以上排出する事業者からの定期報告について、再生利用等の実施状況を都道府県別にも報告（平成27年度実績（平成28年度報告）から実施）。
- ・ 地域の再生利用事業者の把握と育成。地方公共団体を含めた関係主体の連携を促進。
- ・ 食品廃棄物等の再生処理を行う登録再生利用事業者について、これまでの再生利用製品の製造・販売の実績を考慮するよう、登録の基準を追加。
- ・ 食品リサイクルループの形成を促進。
- ・ 先進的に食品循環資源の再生利用等に取り組む優良な食品関連事業者を表彰。

食品産業もったいない大賞

13

● 登録再生利用事業者制度の概要

- 食品廃棄物等の再生利用を行うリサイクル業者の育成を図るため、申請に基づき主務大臣がリサイクル業者を登録。

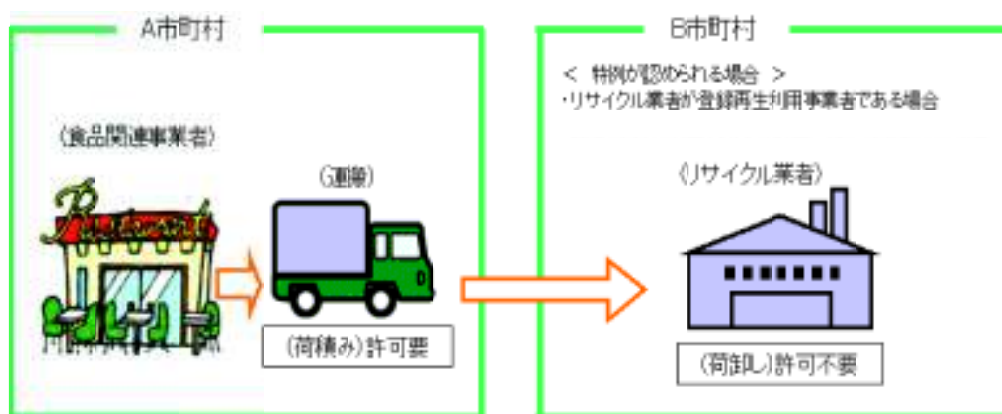
1 制度の特例

● 廃棄物処理法の特例

- ① 荷卸しに係る一般廃棄物の運搬業の許可不要
- ② 一般廃棄物処分手数料の上限規制の撤廃

● 肥料取締法・飼料安全法の特例

- ・ 農林水産大臣への届出不要



2 登録事業所数：178社（平成28年3月末現在）

14

●登録再生利用事業者による再生利用事業種別内訳

- 登録再生利用事業者(178社)の内訳を見ると、肥飼料化で88%。
(平成28年3月末現在)

再生利用事業	件数
肥料化事業	114
飼料化事業	56
油脂・油脂製品化事業	24
メタン化事業	9

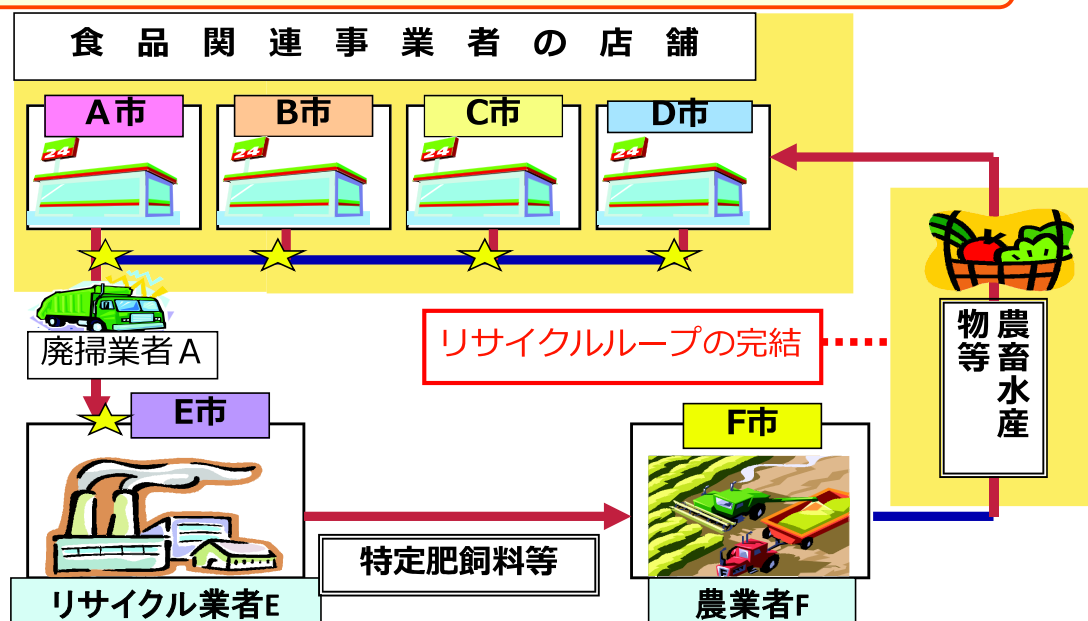
(注)一事業者が複数の再生利用事業を実施しているケースがあるため、種別の件数の計と事業者数とは合致しない。

15

●食品リサイクルループの推進（再生利用事業計画認定制度）

- 食品事業者とリサイクル業者、農業者等の3者が連携。食品関連事業者の廃棄物から肥料・飼料を生産し、それを用いて生産した農産物等を、食品関連事業者が取扱うというリサイクルループの形成を推進（主務大臣が計画を認定）。

認定件数:52件(平成28年3月末現在)



[★ 廃棄物処理法の収集運搬業（一般廃棄物）の許可が不要となる特例]

16

●リサイクル製品を利用して生産された農畜産物など



食品リサイクル肥料と、それを利用した農産物・加工品に関するマーク

(一財)日本土壌協会



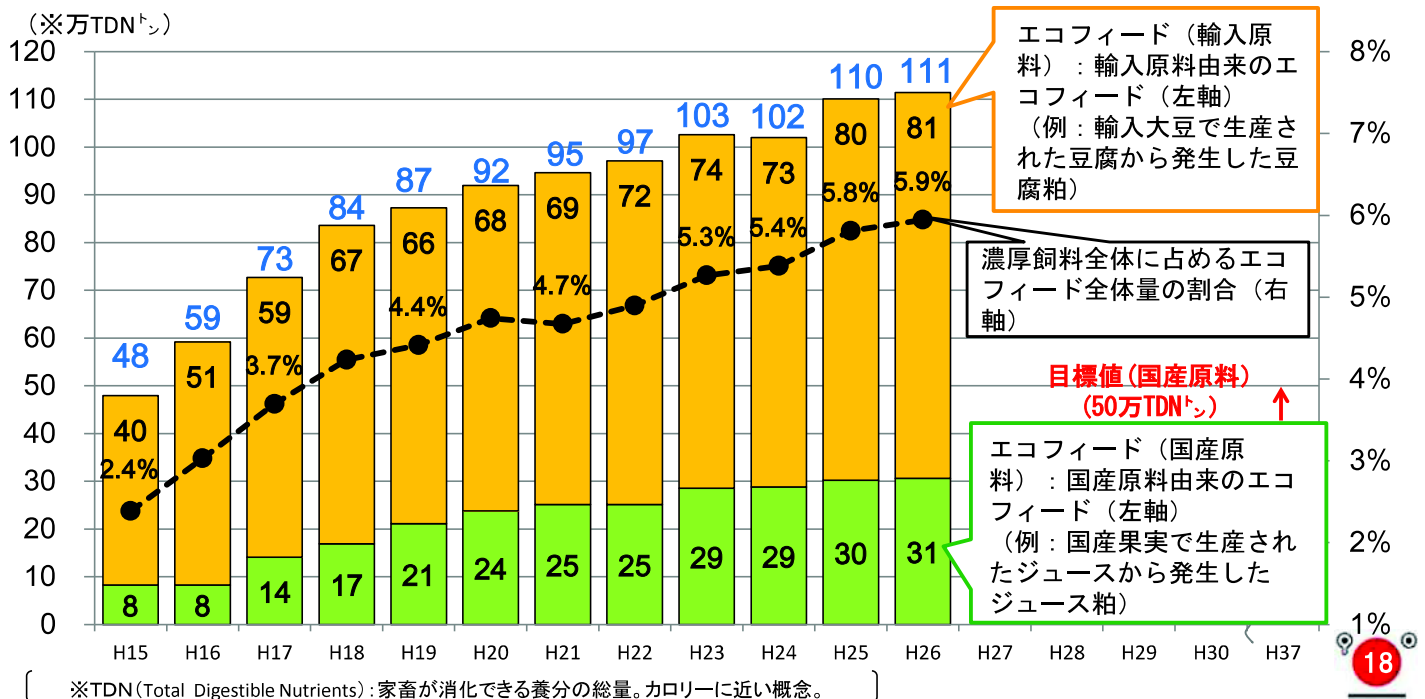
エコフィードと、それを利用した農産物・加工品に関するマーク

(公社)中央畜産会

17

●エコフィードの製造数量

- エコフィードの製造数量は右肩上がり。平成26年度(概算)のエコフィード製造数量は約111万TDNトンであり、とうもろこし約139万トンに相当。
- 国産原料由来のエコフィードの製造数量は31万TDNトンであり、濃厚飼料自給率目標20%の達成のためには、平成37年度までに50万TDNトンまで拡大する必要。

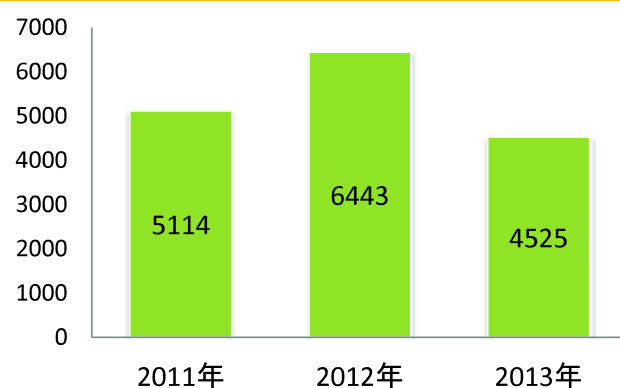


18

● 食品としての有効活用～フードバンク活動

- 食品企業や農家などから、包装の印字ミス等により販売が困難になった加工食品や規格外の農産物などの寄付を受けて、福祉施設等は無償で提供する取組。
- もともと米国で始まり、既に四十年の歴史があるが、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40団体が活動
- 東京のNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模
- フードバンクによる食品ロス削減量は2013年で約4,500トンであり事業系食品ロスの0.1%程度。

フードバンクによる食品ロス削減量（単位：トン）



資料：2013年度農林水産省調査

● 新たな基本方針のポイント③

3. 食品循環資源の再生利用等の促進のための措置に関する事項 その2

【発生抑制】

- ・ 食品関連事業者は、食品廃棄物等の発生原単位が基準発生原単位以下になるよう努力。
- ・ 国は、食品ロスの発生状況をより実態に即して把握し、取組の効果を数値化。
- ・ 様々な関係者が連携して、フードチェーン全体で食品ロス削減国民運動を展開。

● 食品廃棄物等の発生抑制目標値一覧

■ 発生抑制の目標値【目標値の期間 5年（平成26年4月1日～平成31年3月31日）】

業 種	基準発生原単位	業 種	基準発生原単位	業 種	基準発生原単位
肉加工品製造業	113kg／百万円	そう菜製造業	403kg／百万円	その他の飲食店	108kg／百万円
牛乳・乳製品製造業	108kg／百万円	すし・弁当・調理パン製造業	224kg／百万円	持ち帰り・配達飲食サービス業（給食事業を除く。）	184kg／百万円
水産缶詰・瓶詰製造業	480kg／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	結婚式場業	0.826kg／人
野菜漬物製造業	668kg／百万円	各種食料品小売業	65.6kg／百万円	旅館業	0.777kg／人
味噌製造業	191kg／百万円	菓子・パン小売業	106kg／百万円	■新たに設定された発生抑制の目標値（平成27年8月）	
しょうゆ製造業	895kg／百万円	コンビニエンスストア	44.1kg／百万円		
ソース製造業	59.8kg／ t	食堂・レストラン(麺類を中心とするものに限る。)	175kg／百万円	業 種	基準発生原単位
パン製造業	194kg／百万円	食堂・レストラン(麺類を中心とするものを除く。)	152kg／百万円	その他の畜産食料品製造業	501kg/t
麺類製造業	270kg／百万円	居酒屋等	152kg／百万円	食酢製造業	252kg/百万円
豆腐・油揚げ製造業	2,560kg／百万円	喫茶店	108kg／百万円	菓子製造業	249kg/百万円
冷凍調理食品製造業	363kg／百万円	ファーストフード店	108kg／百万円	清涼飲料製造業(コーヒー、果汁など残さが出るものに限る。)	429kg/t
				給食事業	332kg/百万円

21

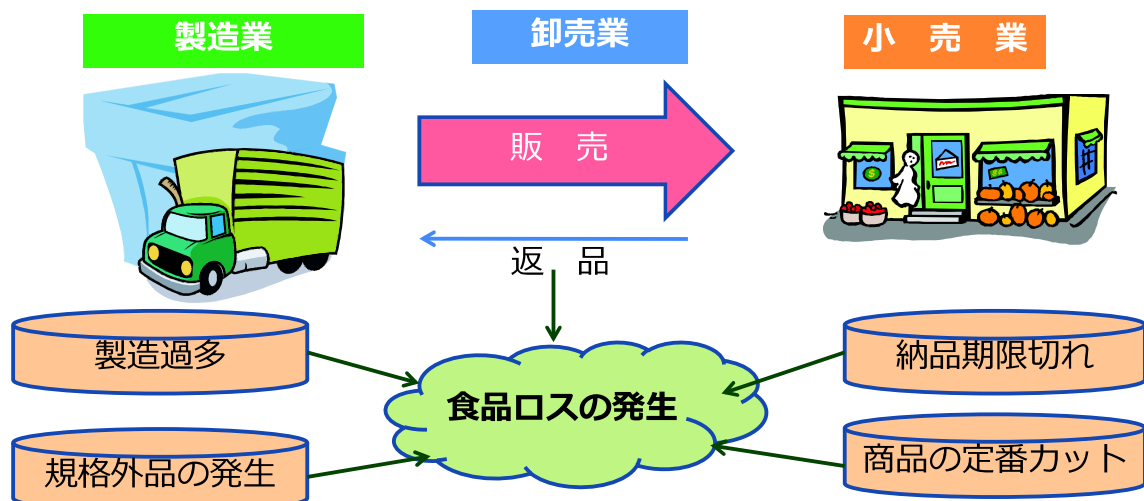
● 食品製造業、卸売業・小売業での食品ロス

○製造業：製造段階での印字ミス、規格外品の発生、製造過多

○卸売業：流通過程での商品の汚損・破損

○小売業：需要予測のズレによる売れ残り

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）
納品期限切れによる受取拒否



22

● 食品ロス削減に向けてできること

- 食品ロスの発生には、直接的・間接的に様々な要因が複雑に関わっており、ある特定の立場の者に削減の責任があるわけではない。
- それぞれの立場で取り組むこと、協力しながら取り組むことを、できることから着実に進めていくことが大切。

製造	卸売	小売	外食	家庭
・需要予測精度向上 ・製造ミス削減 ・賞味期限延長・年月表示化 ・期限設定情報開示	・需要予測精度向上 ・売り切り ・配送時の汚・破損削減	・需要予測精度向上 ・売り切り ・小容量販売 ・バラ売り	・需要予測精度向上 ・調理ロス削減 ・食べ切り運動 ・小盛サービス ・持ち帰り(自己責任)	・冷蔵庫・家庭内の在庫管理 ・計画的な買い物 ・食べ切り ・使い切り ・期限表示の理解
・フードチェーン全体での返品・過剰在庫削減 ・余剰食品のフードバンク寄付				
食品ロスの実態把握・削減意識共有、もったいない精神				

23

● 食品業界の取組① 商慣習検討WT

- 過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、フードチェーン全体で解決する必要。
- このため、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」を設置し、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

食品製造業
(12社・団体)

食品卸売業
(3社)

食品小売業
(5社)

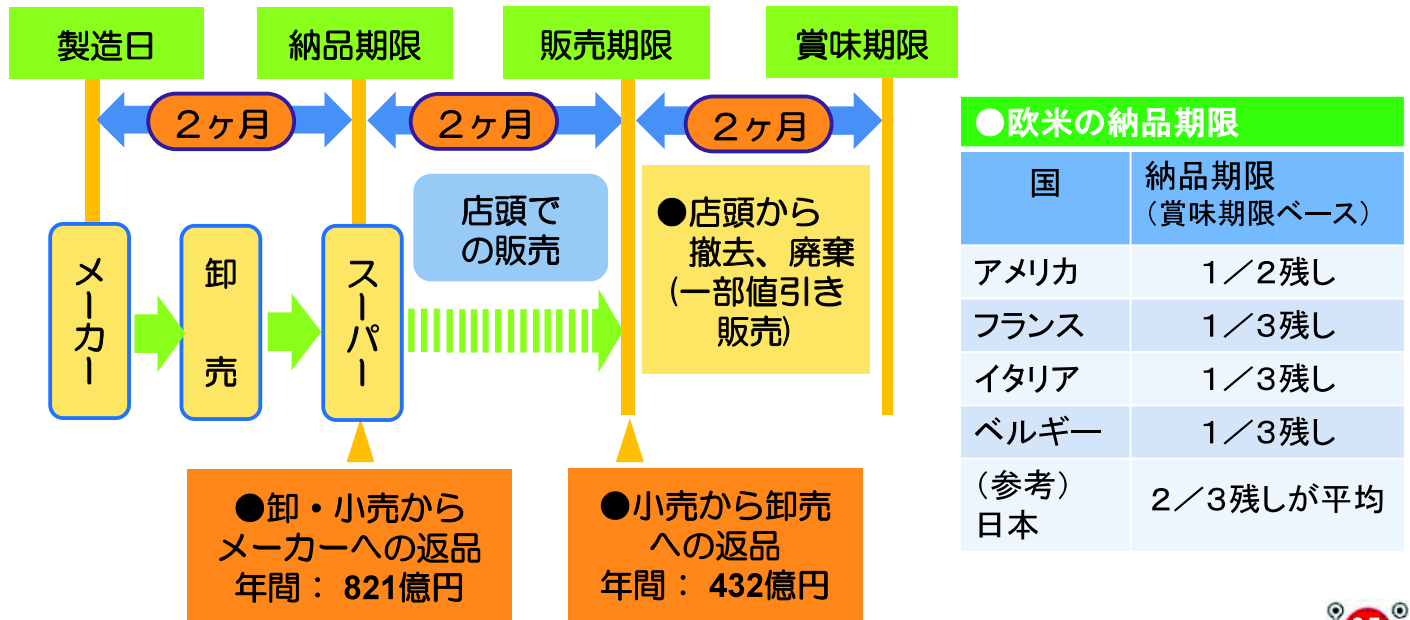
H24 年度	・加工食品の返品・廃棄に関する調査 ・食品ロス削減シンポジウム
H25 年度	・納品期限見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクト（飲料・賞味期間180以上の菓子） ・賞味期限延長・年月表示化の実態調査 ・食品ロス削減シンポジウム
H26 年度	・納品期限緩和の実施（5社） ・味期限延長・年月表示化の実態調査 ・日配品の廃棄・余剰生産に関する調査 ・「もったいないキャンペーン」の実施 ・食品ロス削減シンポジウム
H27 年度	・納品期限緩和の拡大（新たに5社実施、計10社） ・納品期限緩和リスク分析を実施 ・日配品における食品ロス削減の取組事例の共有 ・賞味期限延長・年月表示化の実態調査の実施 ・「活動総括」のとりまとめ

24

● 食品業界の取組② 納品期限見直し（その1）

- 小売店などが設定するメーカー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）、食品ロス発生の一つの要因とされている。

いわゆる3分の1ルールによる期限設定の概念図（賞味期限6ヶ月の場合）



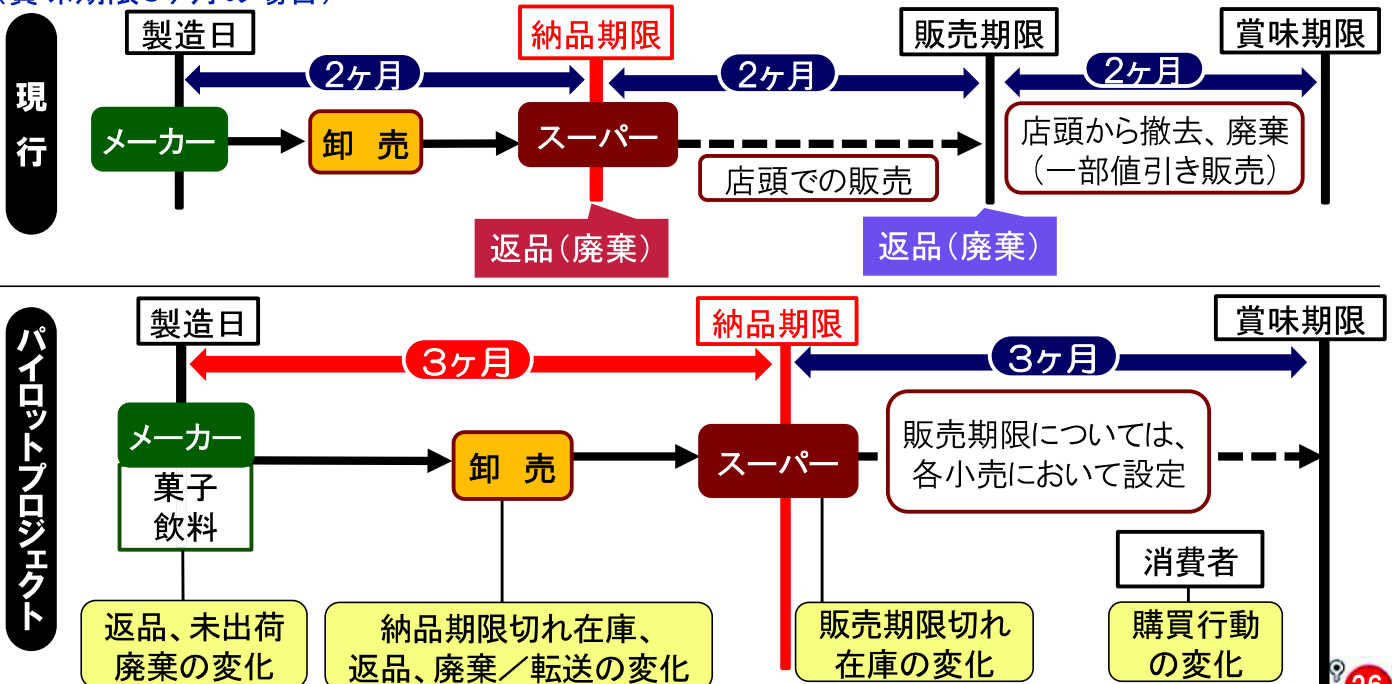
資料：製・配・販連携協議会による平成26年度の推計結果

25

● 食品業界の取組② 納品期限の見直し（その2）

- 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）
- 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）



26

●食品業界の取組② 納品期限の見直し（その3）

納品期限見直しパイロットプロジェクト（35社）の結果

【食品製造業】
鮮度対応生産の削減
など未出荷廃棄削減

【物流センター】
納品期限切れ発生数
量の減少、返品削減

【小売店頭】
飲料と賞味期間180日以上菓子
は店頭廃棄増等の問題はほぼなし

【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） ※賞味期間180日以上菓子で実施
合計：約4万トン（約87億円） ※事業系食品口スの1.0%～1.4%

飲料・菓子の納品期限緩和を推奨

実運用問題なし

納品期限を見直した企業

【26年度】イトーヨーカ堂、東急ストア、ユニー、セブン-イレブン・ジャパン、サークルKサンクス

【27年度】イオンリテール、ファミリーマート、ローソン、デイリーヤマザキ、スリーエフ

【28年度】ポプラ

27

●食品業界の取組② 納品期限見直し（その4）

- 飲料と菓子（賞味期間180日以上）以外の加工食品について、納品期限緩和の可能性を検討するため、納品期限緩和による小売店舗での廃棄増等のリスク分析を実施。（平成27年度）
- 飲料と菓子以外の加工食品（醤油、風味調味料、料理品、缶詰等）についても、一部の品目を除きリスクは少ないことを確認。

納品期限緩和によるリスク調査・分析結果

納品期限緩和（賞味期間の2/3残し→1/2残し）による廃棄増等のリスクを分析するため、店別・アイテム別販売実績データを用いて、納品期限を緩和した場合の小売店舗におけるアイテム発注単位（6・12・24個と仮定）ごとの消化率等を算出。

使用データ：市場POSデータ「NPILレポート」

【業態】SM・GMS・ミニスーパー

【商品】加工食品、菓子、飲料・酒類、その他食品のうち常温保存食品

調査・分析結果（例）：

JICFS分類			店別アイテム別 販売データ数	賞味期間日数 (中央値)	消化率					
中	小	細			店頭販売期間(1/6)			店頭販売期間(1/3)		
					6個	12個	24個	6個	12個	24個
加工食品	調味料	醤油	9,821	540.00	99.99%	99.79%	97.32%	100.00%	100.00%	99.81%
加工食品	調理品	インスタントカレー	13,337	540.00	100.00%	99.88%	98.21%	100.00%	100.00%	99.89%
加工食品	缶詰	水産缶詰（マグロ・カツオ以外）	9,475	1,080.00	100.00%	100.00%	99.95%	100.00%	100.00%	100.00%

※ 公益財団法人流通経済研究所調べ（2016年）

- ・納品期限緩和によるリスク調査・分析を踏まえ、飲料及び菓子以外の加工食品についても、「賞味期間の1/2残し」以下に緩和することを推奨。
- ・調査分析・結果を業界団体の協力を得て幅広い関係者に情報を共有し、各事業者の取組を促進。

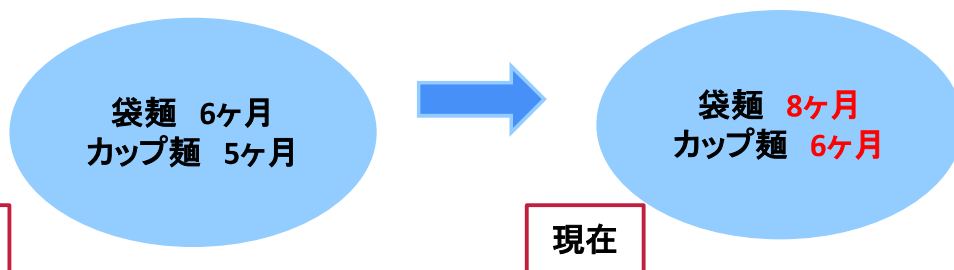
食品業界の取組③ 賞味期限の延長

- 製造過程における食品の品質保持技術の発展によって、賞味期限の見直しが可能。
- 科学的な知見で再検証を進め、消費者理解を得つつ賞味期限延長に取り組むことを商慣習検討ワーキングチームで推奨（平成24年度～）。

- 平成21年1月～25年10月
958品目延長
- 平成25年11月～26年10月
199品目延長
- 平成26年11月～27年10月
163品目延長
- 今後587品目予定

【事例：日本即席食品工業会】

- ・これまでの製造技術や包装技術の進歩から、賞味期限の延長が可能と結論を得、平成25年6月に「即席めんの期限表示設定のためのガイドライン」を改訂。
- ・平成26年春より、賞味期限を1～2ヶ月延長したカップめんや袋めんが登場。



●食品業界の取組④ 賞味期限の年月表示化

- 賞味期限が3ヶ月を超える食品については年月表示も可能。
- 消費者に分かりやすい期限表示となるよう各社で工夫し、日付順に納入される流通段階での食ロス発生を防ぐよう商慣習検討ワーキングチームで推奨（平成24年度～）

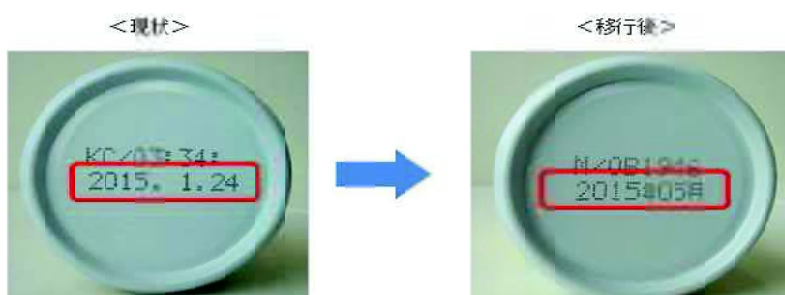
- 2009年1月～2013年10月
50品目切り替え
- 2013年11月～2014年10月
159品目切り替え
- 2014年11月～2015年10月
115品目切り替え
- 今後107品目予定

【事例1：日本醤油協会】

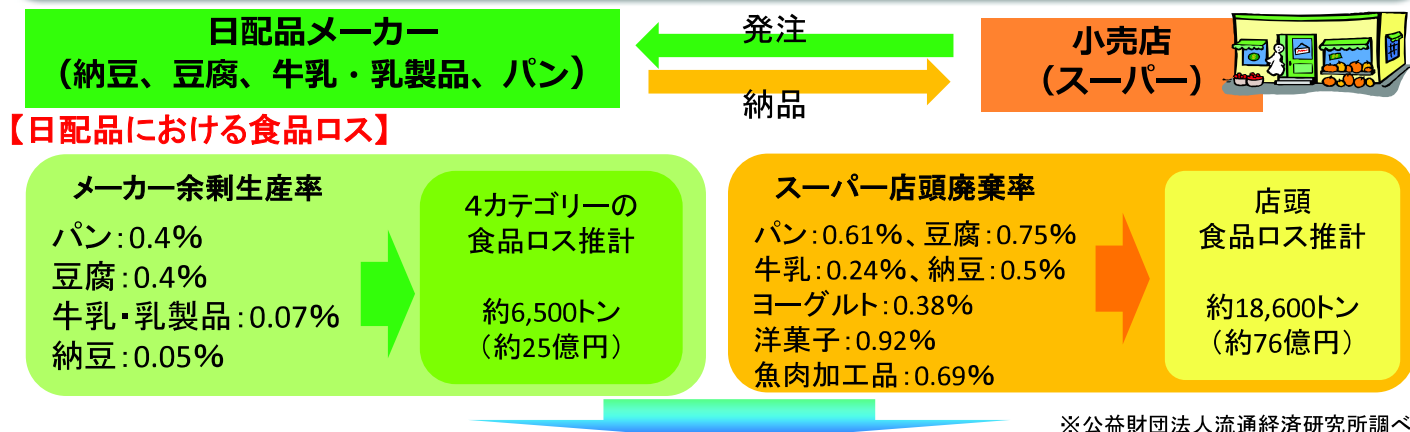
過度に厳しい日付管理が深夜・早朝操業や返品等の原因となっていたことから、「醤油の日付表示に関するガイドライン」を作成する際、賞味期限が3か月超のものは、原則として年月表示。

【事例2：飲料大手5社】

平成25年5月製造分より、国産水2Lペットボトルで年月表示に切り替え。平成26年6月製造分より、麒麟、サントリーの缶コーヒー、茶などで順次切り替え。



● 食品業界の取組⑤ 日配品ロス削減



食品ロス削減に効果を上げている事例の把握・共有

【日配品の定番・特売の週間発注】

翌日販売する商品を、毎日ゼロから考えて発注するのではなく、1週間分の計画を立て、その計画をメーカーと共有した上で、日々その数量を調整していく「週間発注」を導入。

【新商品の発注数量の共有早期化】

新商品の注文数量の情報共有を早めることで、メーカーでの食品ロス発生の抑制、コンビニ側にとっての新商品の安定的仕入れを確保。

【納品期限緩和・賞味期限延長】

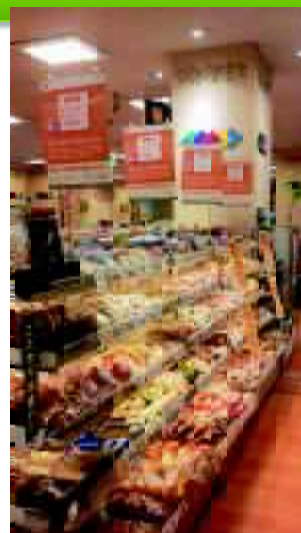
豆腐メーカーによる木綿豆腐等の賞味期限延長(7日→10日)を踏まえ、取引先のスーパー等が納品期限を延長(製造当日(D+0)→製造翌日(D+1))。メーカーで出荷金額2%の廃棄削減を実現。

● 食品業界の取組⑥ もったいないキャンペーン

賞味・消費期限の近づいた商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求め頂きやすい価格で消費者へ提供し、食品ロス削減に貢献する取組。

【東急ストア】

実施店舗: 中央林間、宮前平
実施期間: 平成27年1月21日～2月10日
対象商品: 菓子パン、総菜パン



(東急ストア宮前平店の様子)

【イオンリテール】

実施店舗: モリシア津田沼、幕張、幕張新都心
実施期間: 平成27年2月1日～2月10日
対象商品: 菓子パン、食事パン



(イオンリテール 葛西店の様子)



(イオン幕張新都心店の様子)

【イトーヨーカ堂】

実施店舗: 葛西
実施期間: 平成27年2月16日～2月28日
対象商品: 菓子パン、食事パン

●食品産業の取組⑦ 容器包装の高機能化（その1）

○食品容器包装の高機能化による内容物の賞味期限の延長や流通途上での廃棄抑制等により、食品ロス削減に貢献。

容器包装の
高機能化

- ・ 賞味期限の延長
- ・ 流通途上での廃棄抑制
- ・ 製造工程の改善 等

食品ロス
削減

33

●食品産業の取組⑥ 容器包装の高機能化（その2）

（事例1）

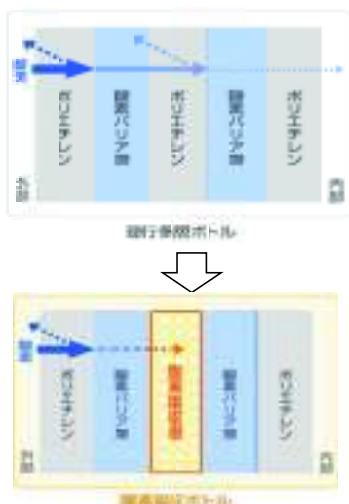
酸素バリア層を含む多層構造に酸素吸収層を挟み込むことによって、外部から透過してきたわずかな酸素も吸収する高い酸素バリア性を実現。

賞味期限を今までの7ヵ月から12ヵ月に延長。

（事例2）

特殊な逆支弁を採用し、少ない樹脂使用量で開封後の鮮度保持・酸化防止を可能。

従来のびんやPETボトルの醤油は、開封後1ヶ月程度での消費を推奨していたが、鮮度の一滴シリーズの醤油は開封後120日鮮度保持・酸化防止を実現。



開封後の1ヶ月
程度



開封後の120日
程度

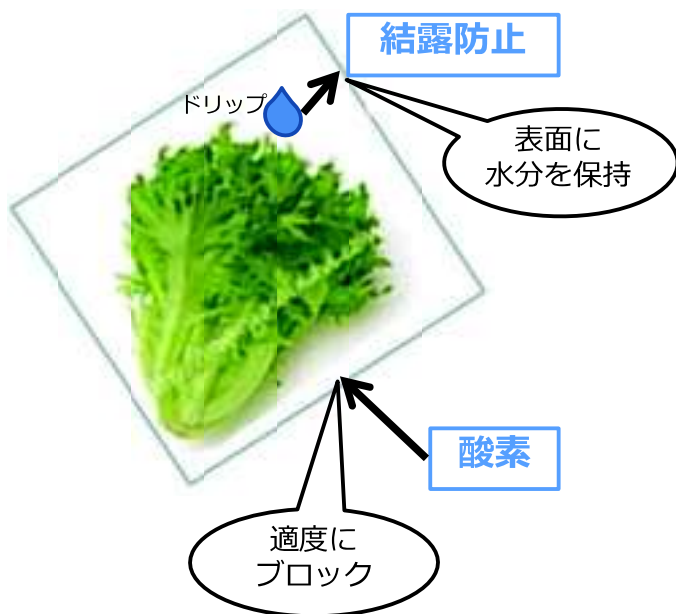
出典：環境に配慮した食品容器包装の設計に係る実態把握・課題分析等調査
(H26農林水産省委託事業)

34

●食品産業の取組⑥ 容器包装の高機能化（その3）

（事例3）

スパッシュ（鮮度保持袋：三井化学東セロ）は、酸素バリア効果で青果物にとって最適な酸素状態を保ち変色を防止。また、結露発生を防止し、**包装袋内の清浄化と鮮度を保持**。



**第3回食品産業もったいない大賞
農林水産大臣賞受賞事例**

35

●食品産業の取組⑥ 容器包装の高機能化（その4）

（事例4）

Pープラス（鮮度保持袋）は、フィルムにミクロ穴加工を施す等の方法により、酸素透過量を調整。

青果物を最適な酸素状態にコントロールし、**冬眠状態を作り出すことで中身商品の品質保持を向上**。

【改善前】



【改善後】



（事例5）

ちょいかけTMボトルシリーズに、ボトルを押すことで好きな分だけかけられる、量の調整がしやすい細口ノズルの容器を採用。**量の調整がしやすいことから、かけ過ぎずにすみ無駄なく使用**。



出典：環境に配慮した食品容器包装の設計に係る実態把握・課題分析等調査
(H26農林水産省委託事業)

36

● 食品ロス削減国民運動の推進

～NO-FOODLOSS プロジェクト～



- 食品ロス発生 の段階別にモデル的な削減の取組を支援し、生活者一人ひとりの意識・行動改革に向けて、官民をあげて食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS プロジェクト）を推進。
- 「もったいない」発祥国として、世界に日本の取組を発信。

【製造・流通】

- ・製・配・販によるパイロットプロジェクト
- ・フードバンク活動支援
- ・もったいないキャンペーン

【外食】

- ・食べきり運動
- ・ドギーバック普及支援 等



一人ひとりの
意識・行動改革

【家庭・消費者】

- 小売店舗、マスメディア、SNS等を活用した戦略的コミュニケーション
- （意識啓発、期限表示理解促進、エコクッキング等）

資源を無駄なく効率的に活用するフードチェーン作りを推進

37

● 食品ロス削減を宣言！

「ろすのん」だのん！
みんなで取り組む食品ロス削減
運動のシンボルマークだのん！



- 名前：ろすのん（性別 め）
 - ・食品ロスをなくす(non)という意味から命名
 - ・280件の応募の中から決定（平成25年12月）
- ろすのんのロゴセ：
 - 語尾に「のん」がつく
- 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

38

●「ろすのん」の使い方！



とっても簡単♪
お手紙を一通送ってくれたら使えるのん♪

食べ物の「もったいない」をもう一度考えてみるのん！

事業者の皆さんは様式1、自治体の皆さんは様式3を以下担当までご郵送下さい。

食品ロス削減に取り組む
団体・企業の皆さん、是非
ご利用いただき、一緒に国
民運動を盛り上げていきま
しょう。(無料です！)

〒100-8950 東京都千代田区霞ヶ関一丁目2番1号
農林水産省 食料産業局 バイオマス循環資源課
食品産業環境対策室 食品リサイクル班
TEL 03(3502)8111 直通 03(6744)2066 FAX 03(6738)6552



●お手紙に書いてほしいことだのん

様式はコチラ

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/other/shinseisyo_to_yoshiki.doc

様式に記入する内容

- ・ 何に使用するの？
- ・ どれくらい印刷する？
- ・ どこで使われるの？ など



※様式はこちらからもダウンロードできるのん

記入内容はとっても簡単♪

「ろすのん」を使って食品ロス削減に取り組んでほしいのん♪



● ろすのんとのコラボレーション



ぼくの利用者は154件※にまで
増えたのん。
これからもよろしくのん。

食品メーカー（製造方法・包装改良で賞味
期限延長、未利用部分の商品開発）

スーパー、コンビニ（値引きで売り切り、納
品期限緩和、啓発活動）

レストラン、社員食堂（食べ切り運動、小
盛りサービス、ドギーバッグ提供）

消費者団体・事業者団体（啓発活動）

包材メーカー（鮮度保持包材、高機能包
材で賞味期限延長）

家電メーカー（ロス削減・鮮度保持家電）

※平成28年4月21日末現在の承認・届出件数。地方公共団体、NPO法人、食品製造・卸、小売、外食産業など様々な団体・事業において利用。

41

● ろすのんとのコラボレーション① 企業編

納品期限を緩和している飲料の
売場に掲示



食品ロス削減に貢献する家電の売場店頭
や販売カタログに使用



42

● ろすのんとのコラボレーション② 企業編

社員食堂にテーブルトップを設置し、社員に食べきり運動の呼びかけや食品ロス削減に向けた啓発を実施

kikkoman



meiji



NIPPON



AJINOMOTO



43

● ろすのんとのコラボレーション③ 業界団体編

お菓子クイズキャンペーン(全日本菓子協会)



お菓子の賞味期限は「美味しく食べられる目安を示すものであり、これを過ぎても食べられなくなるわけではありません」と呼びかけています。



44

●ろすのんとのコラボレーション④ 自治体編

おそとで残さず食べよう！30・10運動



おうちで残さず食べよう！30・10運動



45

●ろすのんとのコラボレーション⑤ 自治体編

(埼玉県HPより)

食べきりSaiTaMa大作戦

- ①食品ロスをできるだけ出さないライフスタイルを実践する 食べきりスタイル(**S**tile)
- ②食べ残しの多い宴会で締めの前15分間で残った食事を食べきる 食べきりタイム(**T**ime)
- ③外食店舗で小盛りの設定や食材使い切りレシピなどで食品ロスを減らす 食べきりメニュー(**M**enu)



46



**みんなで、できることから、
食品ロス削減に
取り組んでほしいのん!!**



ご清聴ありがとうございました。