

近年の食品ロス対策の動向、取組事例等について

令和3年10月26日（火）
公益財団法人 流通経済研究所
上席研究員 石川 友博

流通経済研究所はどのような食品ロス削減活動を行っているか？

(例) 食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム

個別企業では解決が難しい過剰在庫や返品等の商慣習に起因する食品ロスをフードチェーン全体で解決するため、製造業・卸売業・小売業が一同に会し、平成24年度から検討をおこなっている。

加工食品の商慣習に関する検討会

座長：専修大学 商学部長 教授 渡辺達朗先生
有識者委員：東京農業大学 名誉教授 牛久保明邦先生

参加企業	
味の素(株)	風味調味料協議会
江崎グリコ(株)	全日本菓子協会
コカ・コーラボトラーズジャパン(株)	(一社)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)	
日清食品(株)	(一社)日本即席食品工業協会
(株)マルハニチロ	(公財)日本缶詰びん詰レトルト食品協会
国分グループ本社(株)	(一社)日本加工食品卸協会
三菱食品(株)	
(株)山星屋	全国菓子卸商業組合連合会
イオンリテール(株)	日本チェーンストア協会
(株)イトーヨーカ堂	
サミット(株)	日本スーパーマーケット協会
(株)東急ストア	
(株)ファミリーマート	(一社)日本フランチャイズチェーン協会
日本生活協同組合連合会	生活協同組合
生活協同組合コープみらい	

日配品の商慣習に関する検討会

座長：専修大学 商学部長 教授 渡辺達朗先生

参加企業	
山崎製パン(株)	(一社)日本パン工業会
敷島製パン(株)	
フジパン(株)	
(株)イトーヨーカ堂	日本チェーンストア協会
サミット(株)	日本スーパーマーケット協会
生活協同組合コープみらい	生活協同組合
(株)ファミリーマート	(一社)日本フランチャイズチェーン協会

【主な取り組み方向】
・ 納品期限緩和
・ 賞味期限の延長
・ 賞味期限表示の大括り化
(年月表示、日まとめ)
の一体的推進による
フードチェーン全体の
食品ロス削減



構成・要約

■ 議論の前提：いま食品ロス削減はどのように重要か？

- 世界・社会の脱炭素化に向けた動きが加速しており、食品ロス削減への期待も高まっている。
- 環境意識の高いこれからの消費者に選ばれるためにも、食品企業の食品ロス削減に関するさらなる取り組みが期待される。
- 消費者理解の拡大により食品ロス削減に取り組むことも重要。

■ 政府の取り組み：どのような政策を展開しているのか？

- 政府は、食品ロス排出半減目標を定め、商慣習見直し、予約販売、持ち帰り、食べきり、フードバンク対策、企業と連携した消費者啓発、新技術普及、重点地域設定などにより目標達成を目指している。
- 海外では3つの促進策（税制優遇、免責制度、廃棄規制）が展開。

■ 企業の取り組み：どのような取り組みを行っているのか？

- SDGsは大企業中心に実行段階へ。持続可能性と事業・商品の結びつきを明確にして、自社の成長と社会課題解決をめざす動きが進む。
- 食品ロス削減の視点から、リードタイム、多頻度配送、納品期限、賞味期限表示など難しいテーマへの取り組みが見られる。
- フードバンクを通じた余剰食品寄贈を持続可能な形で構築する動きも。

構成・要約

- 議論の前提：いま食品ロス削減はどのように重要か？
 - 世界・社会の脱炭素化に向けた動きが加速しており、食品ロス削減への期待も高まっている。
 - 環境意識の高いこれからの消費者に選ばれるためにも、食品企業の食品ロス削減に関するさらなる取り組みが期待される。
 - 消費者理解の拡大により食品ロス削減に取り組むことも重要。
- 政府の取り組み：どのような政策を展開しているのか？
 - 政府は、食品ロス排出半減目標を定め、商慣習見直し、予約販売、持ち帰り、食べきり、フードバンク対策、企業と連携した消費者啓発、新技術普及、重点地域設定などにより目標達成を目指している。
 - 海外では3つの促進策（税制優遇、免責制度、廃棄規制）が展開。
- 企業の取り組み：どのような取り組みを行っているのか？
 - SDGsは大企業中心に実行段階へ。持続可能性と事業・商品の結びつきを明確にして、自社の成長と社会課題解決をめざす動きが進む。
 - 食品ロス削減の視点から、リードタイム、多頻度配送、納品期限、賞味期限表示など難しいテーマへの取り組みが見られる。
 - フードバンクを通じた余剰食品寄贈を持続可能な形で構築する動きも。

2030年に世界はどうか？（農林水産省食料産業局による整理）

- 地球環境問題の深刻化:

2030～52年の間に、平均気温が1.5度上昇（1960年比）

–農産物の減収・品質低下

–大規模災害の発生

–生活・作業環境の悪化

- 世界人口の増加:2015年74億人 30年82～89億人

–資源の争奪戦

- 日本人口の減少:2015年1.27億人 30年1.17～1.22億人

–労働力不足

–国内需要の減退

} 事業環境の悪化

引用：農林水産省食料産業局(2020)「食品産業とSDGsのつながり」<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sdgs/seminar/attach/pdf/index-5.pdf>、筆者加筆修正。

世界で脱炭素化がどう進んでいるか？

■ 政府レベル

- 2021年4月時点で米国・中国・EU・英国などの主要国・地域をはじめ**123カ国・1地域が2050年までのCN実現**を表明済
- フランスでは、政府が2016年2月「食品浪費対策法」により、売場面積400㎡超の**小売店に余剰食品の寄付を義務付けた**が、2020年2月には衣料品廃棄を禁止する世界初の法律「無駄との闘いおよび循環経済に関する法」を施行し、**廃棄禁止を衣料、家電、衛生製品、化粧品に拡大**
- 世界最大のCo2排出国である中国では、政府が2021年1月に、**飲食店での使い捨てプラスチックストローの使用を全国で禁止する**制度を開始

■ 流通業界

- アメリカのESG投資推進NGOのAsYouSowが「**プラスチック汚染スコアカード**」により製造業や流通業を評価する取り組みを2021年に開始
- アメリカチョコレート大手のマーズが、供給網だけでなく、**出荷後の商品の排出分も含めたCN宣言**を行うとともに、**幹部賞与を環境配慮目標達成度と連動**
- 独ディスカウントスーパー・リドルは2021年10月からスコットランド105店舗で「**Eco-Score**」という環境配慮ラベルの運用実験を開始、商品の環境への影響度を視認性の高い5色ラベルで表示し、**環境配慮型の購買行動を支援**

出所：環境省HP、日本貿易振興機構HP、日本経済新聞2020/1/21「プラ製品利用、中国が規制強化 店のストロー禁止/出前容器3割減へ」、AS YOU KNOW HP、マーズニュースリリース「Mars Pledges Fresh Climate Action to Achieve Net Zero Emissions Across Full Value Chain」2021年10月5日、

(c) 公益財団法人流通経済研究所

日本で脱炭素化はどう進んでいるか？

■ 政府

- 政府は2020年10月に2050年までのCN達成を宣言、2021年9月30日時点で**464自治体でCN宣言**が行われており、人口カバー率は1億1100万人に
- 金融庁が上場企業を中心に温室効果ガス排出量や気温変動による損失資産等の**情報開示の義務化**を検討
- 経済産業省では企業が**気候変動などの社会課題をふまえて戦略を策定**することを指針に定めることを検討

■ 流通

- セブン&アイ・ホールディングスはグループ会社の取締役以上の**役員報酬をCo2排出量で変動させる**方式を採用
- 経済産業省によると、CN宣言を実施した日本企業は2021年7月末時点で**124社**であり、うち流通業は**アサヒ、イオン、江崎グリコ、キリン、サッポロ、サントリー、セブン&アイ・ホールディングス、ファミリーマート、ローソンの9社**

脱炭素化において食品ロス削減はどう重要か？

■ 世界の排出量の約10%

- 食品ロスはCO₂排出において大きな位置づけを占めている。食品ロスが排出する温室効果ガスは33億トン（CO₂換算）と推定され、世界全体の排出量の約10%にあたる。各国と比べても、中国、アメリカに次ぐ大きさ

■ CO₂が二重で発生

- 食品ロスはCO₂を二重で発生させる。食品はまず商品化過程でCO₂を排出する。商品が食品ロスになればさらに廃棄処分においてCO₂が排出

■ 食品ロスは廃棄処理時に多くのCO₂を発生

- 食品は商品特性上、廃棄処分において多くのCO₂を発生させる。食品は水分を多く含み重量がかさむため、他の廃棄物よりも運搬や焼却などの廃棄プロセスにおいてCO₂が発生

■ 返品に伴う食品ロスはさらに追加的なCO₂を発生

- 食品ロスが返品に起因するものなら、廃棄処分の前に、流通過程をさかのぼって対象商品を運ぶ。そこでもCO₂が排出

出所：食品ロスが排出する温室効果ガス量は国連食糧農業機関(FAO)『世界の農林水産』2014年夏号(No.835)より。世界全体のCO₂排出量は、IEA(2020)「CO₂Emissions.from.Fuel.Combustion.7」。世界全体に占める比率はFAO、IEAの推計値をもとに筆者算出。各国比較は、環境省「世界のエネルギー起源CO₂排出量(2014年)」に基づく

「年間600万トンの食品ロス」はどう認識すればよいのか？

- 国連世界食糧計画（WFP）による食料援助量（約420万トン）の1.4倍に相当
- 毎日大型（10トン）トラック約**1,640台分**を廃棄
- 年間1人当たりの食品ロス量は**47 kg**
→ 年間1人当たりの米の消費量（約54kg）に近い値

1人1日約130 g
=おにぎり約1個

<日本>

食料を海外からの輸入に依存

- ・食料自給率（カロリーベース）は**37%**
（農林水産省「食料需給表（令和2年度）」）

廃棄物の処理に多額の費用を投入

- ・市町村及び特別地方公共団体が一般廃棄物の処理に要する経費は年間約**2.1兆円**（国民1人あたり約17,000円）
（環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等について（平成30年度）」）

食料の家計負担は大きい

- ・消費支出の**1/4以上**が食料消費
（総務省「家計調査（2020年）」）

深刻な子どもの貧困

- ・子どもの貧困は、**7人に1人**
（厚生労働省「2019年国民生活基礎調査」）



<世界>

世界の食料廃棄の状況

- ・食料廃棄量は年間約**13億トン**
- ・人の消費のために生産された食料のおよそ1/3を廃棄
（国連食糧農業機関（FAO）「世界の食料ロスと食料廃棄（2011年）」）

人口の急増

- ・2019年は約77億人、2050年には約**97億人**と予測
（国連「World Population Prospects The 2019」）

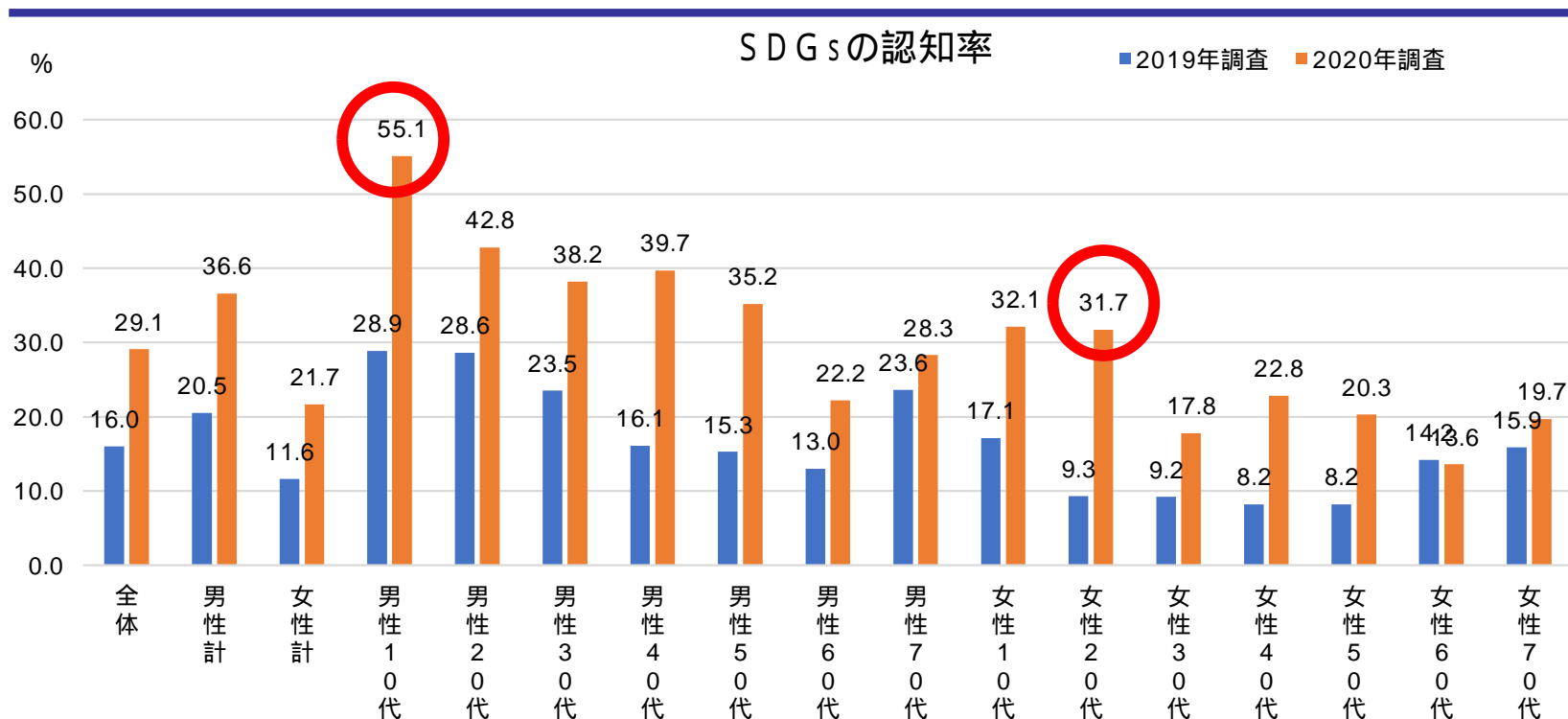
深刻な飢えや栄養不良

- ・飢えや栄養で苦しんでいる人々は約**7.7億人**
- ・5歳未満の発育障害は約**1.5億人**
（国連食糧農業機関（FAO）
The STATE OF FOOD SECURITY AND NUTRITION IN THE WORLD（2021））



出所：消費者庁（2021）「食品ロス削減を巡る最近の動向と課題」

消費者意識はどれくらい変わったか？（電通 第3回「SDGsに関する生活者調査」）



SDGsは全世代での認知率が30%、10・20代といった学校での学習機会が豊富な世代では40%に達するなど、社会の共通言語として定着しつつある



企業のサステナビリティへの貢献姿勢に関心が高いミレニアル世代が消費や働き手の中心となる。

注:スコアは「内容まで含めて知っている」+「内容はわからないが名前は聞いたことがある」の合計値。調査年により対象者が異なるため、単純時系列比較はできない点に留意されたい。

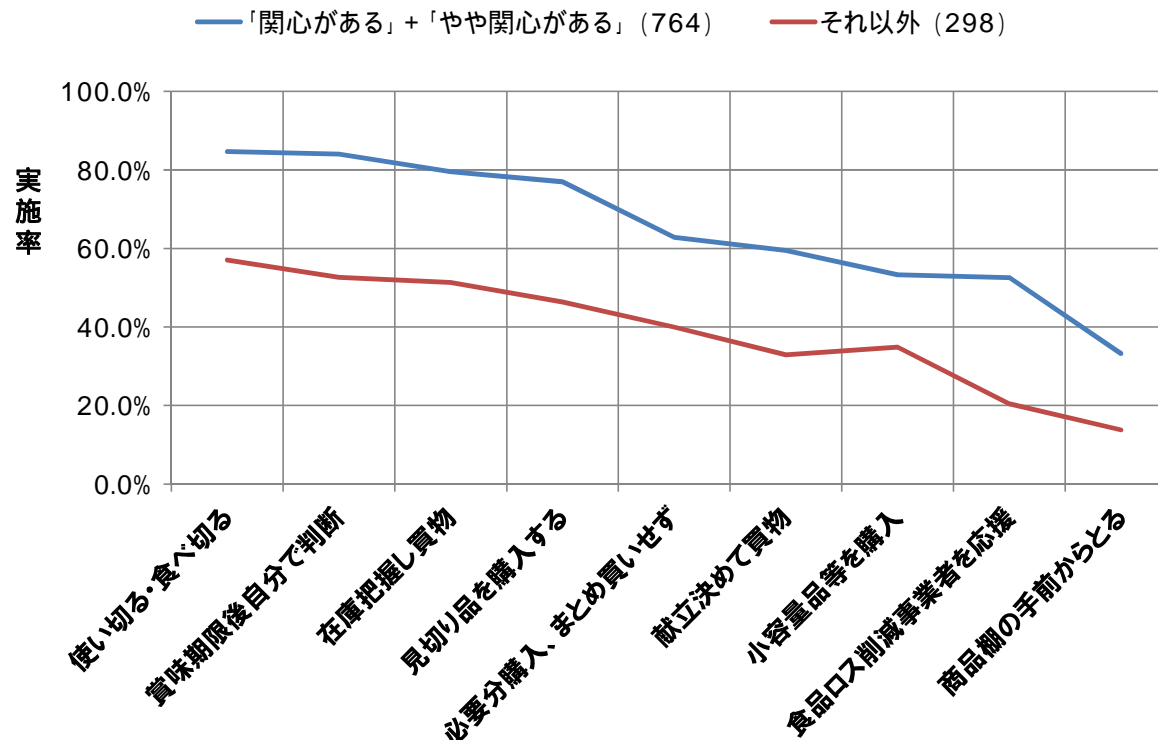
注:サンプル数:性年代各100名ずつ、計1,400名を人口構成比に応じてウェイトバック集計

出所:株式会社電通 第3回「SDGsに関する生活者調査」2020年4月公表。https://www.dentsu.co.jp/news/release/pdf-cms/2020029-0427%2B%2B.pdf。最終閲覧2021年3月20日。(c)公益財団法人流通経済研究所

消費者はどのくらい食品ロス削減を意識した購買・消費行動を行うのか？

- 「使い切る・食べきる」、「賞味期限後自分で判断」、「在庫把握し買物」などが高い実施率であるのに対し、「商品棚の手前からとる」、「食品ロス削減事業者を応援」などの実施率が低い。
- 消費者の食品ロス・ゴミ減量への関心度が高いほど、食品ロス削減を意識したスーパー等での購買行動・家庭での消費行動が行われる傾向が強まる。

食品を購入、調理、保存、廃棄する際に気をつけていること -
食品ロス・ゴミ減量への関心度別 N=1,062



「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計回答率の高い順に左から並べている。
出所：京都市「第62回京都市廃棄物減量等推進審議会 平成30年3月26日」資料6-2：販売期限の延長による食品ロス削減効果に関する調査・社会実験の結果について
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/cmsfiles/contents/0000234/234608/62-07-2.pdf> 最終閲覧日：2020年2月3日

構成・要約

- 議論の前提：いま食品ロス削減はどのように重要か？
 - 世界・社会の脱炭素化に向けた動きが加速しており、食品ロス削減への期待も高まっている。
 - 環境意識の高いこれからの消費者に選ばれるためにも、食品企業の食品ロス削減に関するさらなる取り組みが期待される。
 - 消費者理解の拡大により食品ロス削減に取り組むことも重要。
- 政府の取り組み：どのような政策を展開しているのか？
 - 政府は、食品ロス排出半減目標を定め、商慣習見直し、予約販売、持ち帰り、食べきり、フードバンク対策、企業と連携した消費者啓発、新技術普及、重点地域設定などにより目標達成を目指している。
 - 海外では3つの促進策（税制優遇、免責制度、廃棄規制）が展開。
- 企業の取り組み：どのような取り組みを行っているのか？
 - SDGsは大企業中心に実行段階へ。持続可能性と事業・商品の結びつきを明確にして、自社の成長と社会課題解決をめざす動きが進む。
 - 食品ロス削減の視点から、リードタイム、多頻度配送、納品期限、賞味期限表示など難しいテーマへの取り組みが見られる。
 - フードバンクを通じた余剰食品寄贈を持続可能な形で構築する動きも。

政府が進める食品ロス削減の取組

項目	内容
食り法・食品ロス削減推進法に係る取組	<ul style="list-style-type: none"> 食品ロス削減目標の設定（2030年半減） 自治体の食品ロス削減計画策定の努力義務化 食品ロス削減推進会議の実施 地域性を活かした食品ロス削減モデル事業の支援
商慣習の見直し支援	<ul style="list-style-type: none"> 納品期限緩和 賞味期限延長と賞味期限表示の大括り化 日配品のロス削減
優良者の表彰	<ul style="list-style-type: none"> 食品ロス削減など持続可能な食品産業に資する取り組み
小売店対策	<ul style="list-style-type: none"> 需要に見合った販売の推進 小売店頭でのお客様への呼びかけ
飲食店対策	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店等における「食べきり」の促進 持ち帰りの促進 飲食店等の食品ロス削減のための好事例集の作成
フードバンク活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> 設立初期のフードバンク団体の人材育成等の支援 マッチングシステムの実証・構築の支援 海外の法制度、食品寄附の実態調査
新技術の活用の推進	<ul style="list-style-type: none"> ICT・AI等を活用した食品ロス削減ビジネスの募集・紹介

てまえどり

- 買ってすぐ食べるものであれば、商品棚の手前にある商品など、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶことを推奨



出所：農林水産省HP

すぐに食べるなら、
手前をえらぶ。

『てまえどり』
にご協力ください。

 食品ロス
ゼロをめざして
るすのん

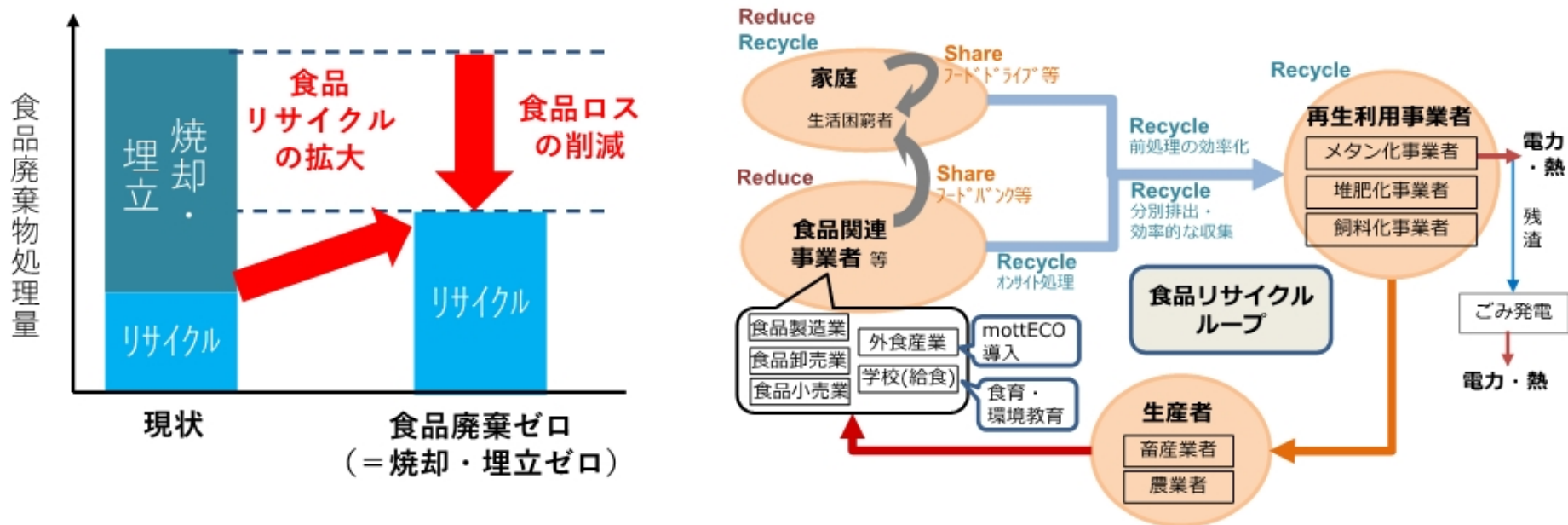
みんなで目指そう、地球にやさしいお買い物。

 消費者庁 農林水産省 環境省

食品廃棄ゼロエリア構想

- 飲食店における食べ残しの持ち帰り (mottECO) やフードドライブ、災害用備蓄食品の寄附、事業者による商慣習の見直しなどの食品ロス削減対策及び食品循環資源のリサイクルにより食品廃棄ゼロを目指す先行エリアを創出する。

食品廃棄ゼロの達成イメージ



出所：環境省(2021)「食品ロス削減に向けた取組」

ICTやAI等の新技術を活用した食品ロス削減



フードロスについて
本来食べられるはずの食料が廃棄されることを「フードロス」といい、世界中で大きな社会問題となっています。日本は、年間約**646万トン**のフードロスが発生する**世界有数のフードロス大国**だといわれています。人口増加にともなう、食料不足を防ぐため、フードロスは世界的な課題となっています。

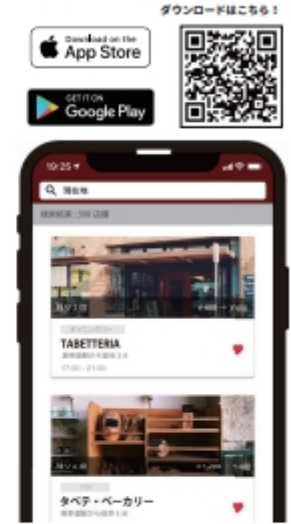
KURADASHI.jp
KURADASHI.jpとは「**2030年までにフードロスを半減させる**」という明確なミッションを掲げ、2015年にサービスを開始したショッピングサイトです。食品ロス削減に賛同いただいた食品メーカーの協賛価格で商品の提供を受け、**最大97%OFF**の商品をクラdash会員に提供します。購入代金の一部はNPO等へ寄付がされるという、三方良しのエシカル消費です。

- 1 お得に商品を購入** フードロス削減の機会に賛同、大切な企業様からの商品を協賛価格でお買い上げ！
- 2 寄付で社会貢献** 購入代金20%を公益財団法人やNPO等へ寄付し、社会貢献活動に寄付！
- 3 キズナポイントが貯まる** 社会貢献活動に賛同した「キズナポイント」が貯まります。



！ 飲食店での食品ロス削減アプリ！

TABETE（タベテ）とは、飲食店等で**食品ロス**の危機にある食事を、ユーザーが「お得に」**レスキュー**（テイクアウト）できるスマホアプリです。店頭で売り切れないパンやお弁当、予約のキャンセルが出たしまった食事、端材でつくったオリジナル商品など、様々な食事が出品されています。



！ ユーザーがお店に「レスキュー」しに行く仕組み



出所：農林水産省HP「『ICTやAI等の新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネスの募集』の応募者一覧」

各国の食品寄附に関する法制度と食品寄附の規模

- 大きく3つの促進策（税制優遇、免責制度、廃棄規制）が展開されている。

項目	アメリカ	イギリス	フランス	オーストラリア	日本
食品寄附に係る 税制優遇	あり：一般控除に追加して、食品寄附に特化した拡大控除あり（食品の価値の2倍が上限）	なし：食品寄附に特化した優遇措置はなし	あり：食品寄附の60%相当額の税控除と廃棄税の回避によるメリット	なし：食品寄附に特化した優遇措置はなし。一般的な寄附控除のみ	なし：食品寄附に特化した優遇措置なし。ただし、一般の寄附とは別に食品寄附にかかる費用を損金算入可
寄附した食品に起因する意図しない事故の 免責制度	あり：善きサマリア人の法で一定の要件のもと、寄附者とNPOの民事・刑事責任を免責	あり：善意の行動が好ましくない結果を引き起こした場合の免責法はあるが、食品寄附の促進策ではない	なし：政府はフードバンク団体に対して民間の保険の活用を推奨	あり：各州がそれぞれ一定の要件のもとで寄附者の民事責任の免責を規定	なし
食品の 廃棄規制	なし	なし	あり：売れ残り食品の廃棄禁止（対象事業者から食料援助団体への食品寄附のための協定の提案を義務化）	なし	なし
その他	余剰農産物などを政府が買い上げ、各州を通じてフードバンクに提供。また、連邦機関からの食品寄附奨励	コートールド公約による民間企業・業界団体の自主的な取り組みの推進	—	—	—
食品寄附の規模	寄附量は739万トン（2018年）	寄附量は3.3万トン（2018年）	寄附量は11.5万トン（2019年）	寄附量は4.8万トン（2016/2017年度）	寄附量は2,850トン（2018年）

出所：みずほ情報総研(2021)「令和2年度消費者庁請負調査 諸外国における食品の寄附の実態等に関する調査業務報告書(概要版)」

構成・要約

- 議論の前提：いま食品ロス削減はどのように重要か？
 - 世界・社会の脱炭素化に向けた動きが加速しており、食品ロス削減への期待も高まっている。
 - 環境意識の高いこれからの消費者に選ばれるためにも、食品企業の食品ロス削減に関するさらなる取り組みが期待される。
 - 消費者理解の拡大により食品ロス削減に取り組むことも重要。
- 政府の取り組み：どのような政策を展開しているのか？
 - 政府は、食品ロス排出半減目標を定め、商慣習見直し、予約販売、持ち帰り、食べきり、フードバンク対策、企業と連携した消費者啓発、新技術普及、重点地域設定などにより目標達成を目指している。
 - 海外では3つの促進策（税制優遇、免責制度、廃棄規制）が展開。
- 企業の取り組み：どのような取り組みを行っているのか？
 - SDGsは大企業中心に実行段階へ。持続可能性と事業・商品の結びつきを明確にして、自社の成長と社会課題解決をめざす動きが進む。
 - 食品ロス削減の視点から、リードタイム、多頻度配送、納品期限、賞味期限表示など難しいテーマへの取り組みが見られる。
 - フードバンクを通じた余剰食品寄贈を持続可能な形で構築する動きも。

SDG Compassで定義されているステップでみたSDGsの取り組み状況

- 産業界では大企業の約半数がSDGsを経営に導入する段階から、実行段階へと進んできており、持続可能性を事業や戦略の中心に位置づけることが一般的となっている。

ステップ	具体的内容（例）	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
1 SDGsを理解する	SDGsが掲げる理念や目標・ターゲットを理解する	53.5%	42.9%	30.6%	18.8%	12.0%
2 優先課題を決定する	SDGsのなかで自社が優先的に取り組むべき優先課題を決定する	22.2%	27.6%	28.3%	25.8%	19.7%
3 目標を設定する	優先課題について具体的かつ計測可能で期限付きの目標を設定する	11.0%	13.5%	16.7%	26.3%	20.7%
4 経営へ統合する	目標・ターゲットを組織・個人に落とし込む 目標・ターゲットを人事評価・給与制度に組み込む	9.1%	8.0%	12.2%	15.1%	27.4%
5 報告とコミュニケーションを行う	課題、目標及び達成度について報告・情報開示を行う ステークホルダーとのコミュニケーションを行う	4.0%	8.0%	12.2%	14.0%	20.2%
総計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

ステップ4 + 5	13.1%	16.0%	24.4%	29.1%	47.6%
-----------	-------	-------	-------	-------	-------

注：SDG Compassとは、国連グローバル・コンパクトなどによって策定された、企業がSDGsに取り組む指針になる5つのステップを解説したもの。

備考：本調査の対象者はグローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン(GCNJ)会員の376企業・団体(2021年3月時点)であり、2020年調査の回答社数は208社・団体である。

回答企業・団体の売上高構成は、25億円未満8.2%、25億円以上～250億円未満9.6%、250億円以上～1000億円未満12.0%、1000億円以上65.9%、該当なし4.3%である。

出所：(公財)地球環境戦略研究機関(2021)「SDGs調査レポートVol.5 コロナ禍を克服するSDGsとビジネス～日本における企業・団体の取組み現場から～」2021年3月、
https://www.iges.or.jp/jp/publication_documents/pub/policyreport/jp/11244/SDGs5_H.pdf

商品の価値と持続可能性との関連の明確化



セブンプレミアムをSDGs・エシカルを代表するグローバルブランドに育成

新商品開発においては
必ずSDGsのゴールとの関連を意識



商品の価値がSDGsのどの
テーマに関わるかが明確になる
ほど、その商品を販売・消費す
ることがどのような/どれだけ
の社会貢献につながるかが明
確になる

- 関係者全員が自信をもってその商品をお勧めすることができるようになる
- 購入・消費いただくことで社会貢献をしているとの実感をより高く感じていただける

ブランドコンセプトの
さらなる明確化



2020年5月21日
社会環境変化に対応していくためのメッセージとして
「セブンプレミアムコネクト宣言」を発表



100年先にも支持されるブランドとなるための
4つの方向性を明確にした

もっと環境に
配慮した未来を

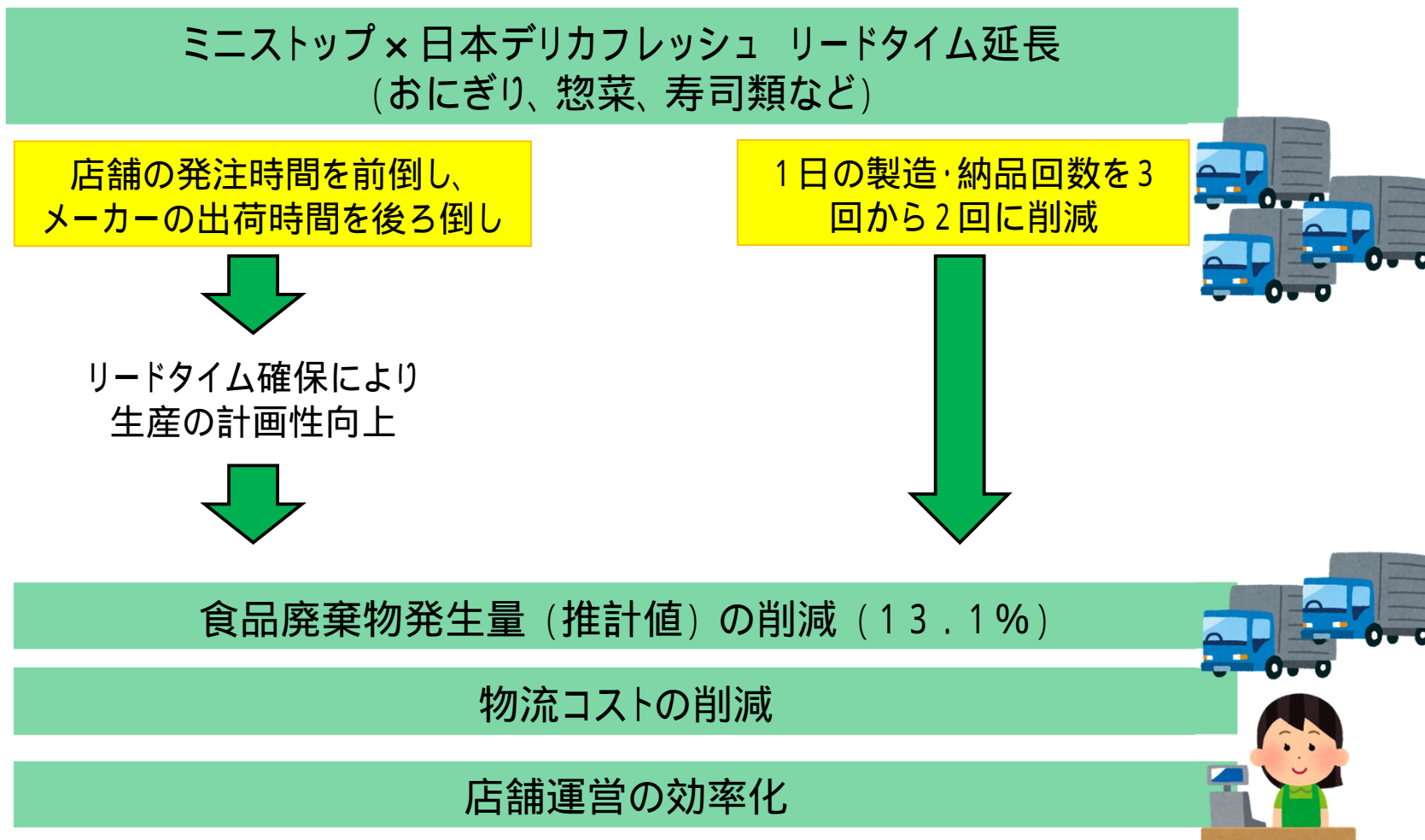
もっと健康的な
未来へ

もっとグローバルな
未来へ

もっと
未来品質へ

出所: 荻原素宏, 神原稔, and 石井利率. "7&i グループの持続可能性への挑戦と将来展望: おもに食品ロス削減の観点から (特集 食品ロス削減)." 流通情報 52.3 (2020): 15-24.

リードタイムの確保と納品回数の削減



納品期限の緩和、賞味期限の延長、賞味期限表示の大括り化の推進

取組	従来	現在
加工食品の納品期限	「3分の1ルール」が一般的。商品の賞味期限が十分に残っていても納入できないケースがあり、食品ロス発生の一因と指摘されていた	大手小売業を中心に、加工食品の納品期限緩和が進む
加工食品の賞味期限	生産・衛生技術の向上や包装資材の開発など、品質保持の技術開発が行われてきたが、賞味期限の見直しが行われず、技術進化が反映されていない場合があった	調味料、麺類、菓子、レトルトなどを中心に、賞味期限の延長が進む
加工食品の賞味期限表示	賞味期限の長い品目は、品質劣化のスピードが遅く、日付管理する意味が乏しい反面、日付順に納入される流通段階で食品ロスの発生につながる場合がある。賞味期限が3ヶ月以上の品目は、「年月」表示も認められているところである	清涼飲料、調味料、菓子、レトルトなどを中心に、賞味期限表示の大括り化が進む



納品期限の緩和、賞味期限の延長、賞味期限表示の大括り化の推進による
サプライチェーンのロス・ムダ（食品廃棄、物流コスト、店舗オペレーションコスト）の削減

賞味期限表示の大括り化に取り組んでいる(または予定している)メーカー(156社、2020年10月時点)

うち、公表可能107社(赤字:2020年10月30日新規公表)

【清涼飲料】

アサヒ飲料、味の素AGF、伊藤園、大塚食品、大塚製薬、カゴメ、キリンビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、三和缶詰、ジャスティス、ダイドードリンク、日本コカ・コーラ、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、明治 計14社

【菓子】

芥川製菓、アサヒグループ食品、新野屋、岩塚製菓、江崎グリコ、越後製菓、オークラ製菓、大阪屋製菓、お菓子の日進堂、カバヤ食品、亀屋製菓、カルビー、クラシエフーズ、栗山米菓、サクマ製菓、さくら製菓、扇雀飴本舗、チロルチョコ・松尾製菓、でん六、ネスレ日本、ノーベル製菓、パイン、平松商店、不二家、フルタ製菓、ブルボン、北陸製菓、明治、名糖産業、森永製菓、ヤマザキビスケット、山芳製菓、有楽製菓、米屋、リキ・コーポレーション、龍角散、ロッテ 計37社

【風味調味料】

味の素、シマヤ、マルトモ、ヤマキ 計4社

【レトルト食品】

アサヒグループ食品、味の素、アーデン、江崎グリコ、エスピー食品、キューピー、サラダクラブ、サンハウス食品、清水食品、宝食品、津田商店、にしき食品、ハウス食品、はごろもフーズ、万直商店、明治、三菱食品、山形ライスファーム21(工房とかちや)、ヤマキ、米屋 計20社

【調味料】

味の素、江崎グリコ、オタフクソース、神田味噌醤油醸造場、キッコーマン食品、サラダクラブ、七福醸造、渋谷商店、ときわや醤油、直源醤油、ハウス食品、ヘテパシフィック、ヤマキ、吉村醸造 計14社

【冷凍食品】

かねます食品、釧路東水冷凍、三洋通商 計3社

【その他】

アイリスフーズ、アサヒグループ食品、旭松食品、味の素、味の素AGF、五十川、伊之助製麺、今津、ウーケ、尾張製粉、キューピー、極洋、くみあい食品工業、国分グループ本社、ゴールドパック、サッポロビール、サン海苔、三洋通商、椎茸井出商店、清水食品、白石興産、高木商店、竹本油脂、玉木製麺、通宝、津田商店、東洋ライス、永井海苔、ニコニコのり、日本コカ・コーラ、ハウス食品、はごろもフーズ、朋昆、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、榎田屋食品、マルハニチロ北日本、万直商店、マルユウ、三菱食品、森永製菓、山形ライスファーム21(工房とかちや)、ヤマキ、山田養蜂場本社、米屋 計44社

(注)複数品目で取り組んでいる事業者があるため、合計は107に一致しない。

大括り化に取り組む事業者数:
2020年3月120 2020年10月156

納品期限を緩和(または予定)している小売業(142社、2020年10月時点)

うち、公表可能121社(赤字:2020年10月30日新規公表)

【総合スーパー(GMS)】

イオン九州、イオンスーパーセンター、イオンストア九州、イオン東北、イオン北海道、イオンリテール、イオンリテールストア、イオン琉球、イズミ、イトーヨーカ堂、ダイエー、**フジ**、平和堂、ユニー 計14社

【コンビニエンスストア(CVS)】

国分グロサースチェーン、セイコーマート、セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ポプラ、ミニストップ、デイリーヤマザキ、ローソン 計8社

【生協】

CO-OPとやま、あいコープみやぎ、一宮生協、いばらきコープ、**大阪いずみ市民生協**、おおさかパルコープ、京都生協、コープぎふ、コープぐんま、コープこうべ、コープさっぽろ、コープながの、コープにいがた、コープみやざき、コープみらい、自然派くらぶ生協、全日本海員生協、**東海コープ事業連合**、東都生協、**とちぎコープ生協**、なのはな生協、ならコープ、パルシステム福島、福祉クラブ生協、生協ぷちとまと、三井造船生協、生協ユークー、コープ九州事業連合 計28社

【食品スーパー(SM)】

アコレ、**アブアブ赤札堂**、アルビス、イオンビッグ、イオンマーケット、**ウオロク**、遠鉄ストア、大阪屋ショップ、**オーシャンシステム**、オータニ、小田急商事、カスミ、カノー、**かましん**、ぎゅーとら、光洋、**サニーマート**、サミット、**サンショウ**、**サンブラザ**、サンマート、山陽マルナカ、**新鮮マーケット**、スーパーナショナル、スズキヤ、セブンスター、タカヤナギ、**中央スーパー**、**天満屋ストア**、東急ストア、東武ストア、とりせん、**西鉄ストア**、西山寛商事、**原信ナルスオペレーションサービス**、**ハルタ**、バロー、福原、**フジマート四国**、フレスタ、豊月、マイヤ、マックスバリュ長野、マックスバリュ西日本、マックスバリュ北陸、マックスバリュ南東北、**マツモト**、マツヤスーパー、ママのセンター、**マルイ**、丸久、マルミヤストア、マルヤ、万惣、ヤオコー、**ヤマナカ**、ヨーク、ヨークベニマル、**横濱屋**、**与野フードセンター**、ライフコーポレーション、ラルズ 計62社

【ドラッグストア・薬局】

イチワタ、ウエルシア薬局、クスリのマルエ、ココカラファインヘルスケア、コメヤ薬局、サッポロドラッグストアー、下川薬局、太陽堂、ツルハ 計9社

納品期限緩和に取り組む事業者数の推移

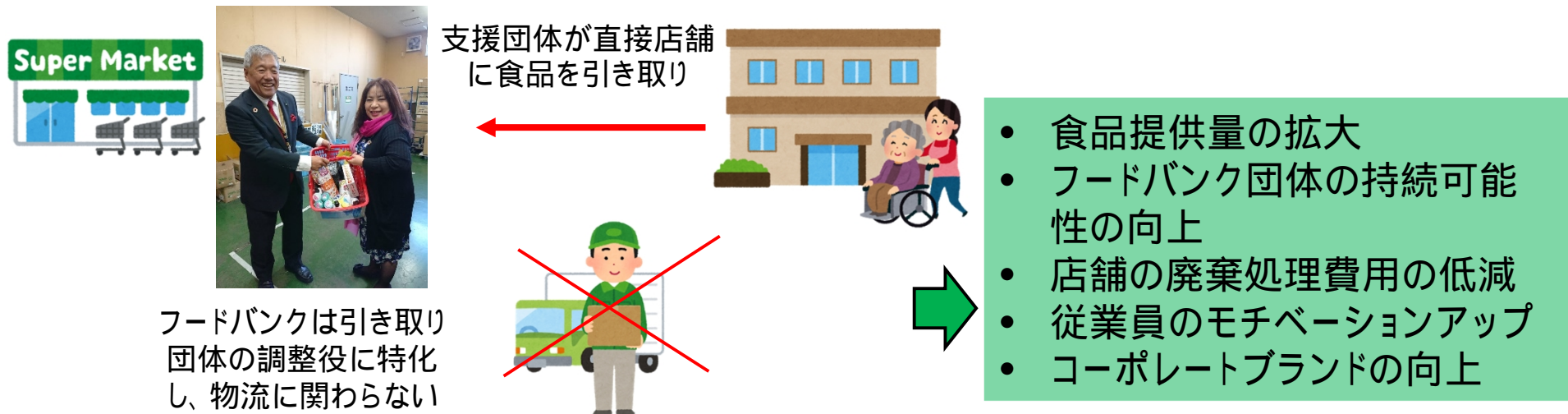
2019年3月 39

2020年3月 108

2020年10月 142

店舗引取型食品寄贈モデルの展開

- 従来はフードバンクが小売業の物流センターに集約された食品の引き取りに出向き支援団体に配達していたが、物流センターへの商品集約をとりやめ、近隣の店舗に支援団体が直接引き取りに出向くように運用を変更
- これにより提供できる商品の種類が拡大し、各現場の作業負担も軽減
- 提供食品の拡大により、スーパーで廃棄処理費用が大幅に削減するとともに、余剰食品廃棄に罪悪感を持っていた従業員のマインドが改善し、生産性が向上
- 自治体や消費者団体、学校関係者等と連携して、取組に注力しているエリアでは既存店売上高が他のエリアより好調に推移



店舗運営で恒常的に発生する余剰食品を、廃棄せずに必要とする人に届ける
エコシステムを持続可能な形で構築

食品ロス削減取組事例

- 食品製造業A社・・・賞味期限の延長と売れ残りを出さない情報共有の強化
 - － 賞味期限延長による食品ロス削減
 - － 工場や流通過程で売れ残りを出さない情報共有の強化や売場メンテナンス活動の展開
- 食品製造業B社・・・賞味期限の延長と、それを活かした受注先・販路の多様化
 - － 主力商品の賞味期限延長による廃棄削減（浅漬、8日→14日）
 - － さらなる食品廃棄の発生抑制に向けた活動
- 食品製造業C社・・・年月表示化による在庫管理の効率化と売場でのスムーズな移行
 - － 年月表示化による在庫管理の効率化
- 食品卸売業A社・・・在庫・終売品管理強化と取引先との情報共有、納品期限の緩和
 - － 独自開発した社内システムと、取引先との週次情報共有による食品ロス削減
 - － 常温加工食品の納品期限緩和を推進、同社の在庫を減らし、食品ロス削減
- 食品小売業A社・・・「お客様本位の経営」の考え方で目指す事業と食品ロス削減の両立
 - － 販売、値引き、廃棄情報の活用やE O B（電子発注端末）活用強化による食品ロス削減
 - － 小容量パックの品揃えを強化
- 食品小売業B社・・・期限間近商品の売りきりとマネジメントによる食品廃棄撲滅
 - － 食品廃棄撲滅キャンペーンによる売りきりの実施
 - － 食品廃棄撲滅に向けた日々のマネジメントの実践

食品ロス削減取組事例

- 食品小売業C社・・・食品ロスや環境問題に関する情報提供
 - － 「地球と家計への思いやり」 - POPで消費者の認識を変える
 - － 社員の仕事への認識を変える継続的な情報発信
- ドラッグストアA社・・・納品期限の緩和と販売期限の延長
 - － 飲料及び賞味期間180日以上の子の納品期限緩和
 - － 店舗での販売期限の延長

