

第2回食品ロス削減関係省庁等連絡会議 議事次第

日時：平成25年8月2日
10:00～12:00
場所：消費者庁第62会議室

議題

1. 文部科学省及び経済産業省の参画について
2. 食品ロスの現状等
3. 平成25年度における各府省庁の取組
4. 平成26年度予算要求に向けた検討状況
5. その他

配布資料

- 資料1 「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」の設置について
- 資料2 食品ロスの現状等（農林水産省）
- 資料3-1 食品ロス削減に向けた消費者庁の取組
- 資料3-2 食品ロス削減に向けた内閣府の取組
- 資料3-3 食品ロス削減に向けた文部科学省の取組
- 資料3-4 食品ロス削減に向けた農林水産省の取組
- 資料3-5 食品ロス削減に向けた経済産業省の取組
- 資料3-6 第3次循環型社会形成推進基本計画（平成25年5月閣議決定）における食品ロス削減に向けた取組の位置付け（環境省）

「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」の設置について

平成 24 年 7 月 25 日
関係省庁等申合せ
平成 25 年 2 月 20 日
一部改訂

1. 趣旨

我が国では、年間約 1,800 万トンの食品廃棄物が排出され、このうち食べられるのに廃棄される食品、いわゆる「食品ロス」は年間約 500~800 万トンと試算されている。

このことについて、食品産業では、平成 24 年 4 月から食品廃棄物の発生抑制の重要性が高い業種について「発生抑制の目標値」を設定し、事業者による食品ロスの削減を図っているところであるが、そもそも食品産業において食品ロスの要因の一つである過剰在庫や返品等の商取引慣行が形成された背景には、消費者の過度な鮮度志向があるといわれている。

このため、消費者が無駄を意識し、食品ロスの削減を行う事業者を応援するといった環境コミュニケーションが形成されれば、フードチェーン全体での効果が期待できると考えられることから、消費者の食品ロスに対する意識改革を図るための場として、消費者政策担当課長会議の下に、食品ロス削減関係省庁等の室長以上クラスによる「食品ロス削減関係省庁等連絡会議」（以下「連絡会議」という）を設置する。

2. 役割

食品ロスの削減に関する関係省庁等の連携を図り、食品ロスの実態及び関係省庁等における取組み等を情報交換するとともに、消費者自らが食品ロスの削減を意識した消費行動等を実践する自覚（例：賞味期限等の食品表示の正しい理解、冷蔵庫の在庫管理、食品ロスに対する意識改革）を形成するため普及啓発方策について、検討・協議する。

3. 構成

- 内閣府 政策統括官（共生社会政策担当）付参事官（食育推進担当）
- 文部科学省 スポーツ・青少年局 学校健康教育課 健康教育企画室長
- 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長
- 環境省 廃棄物・リサイクル対策部 企画課 リサイクル推進室長
- 消費者庁 消費者政策課長
- 消費者庁 消費生活情報課長
- 消費者庁 食品表示課長

4. 庶務

消費者政策担当課長会議における特定分野に関する「関係省庁等担当課長会議」の枠組みを活用することから、消費者庁消費者政策課において処理。

食品ロスの現状等

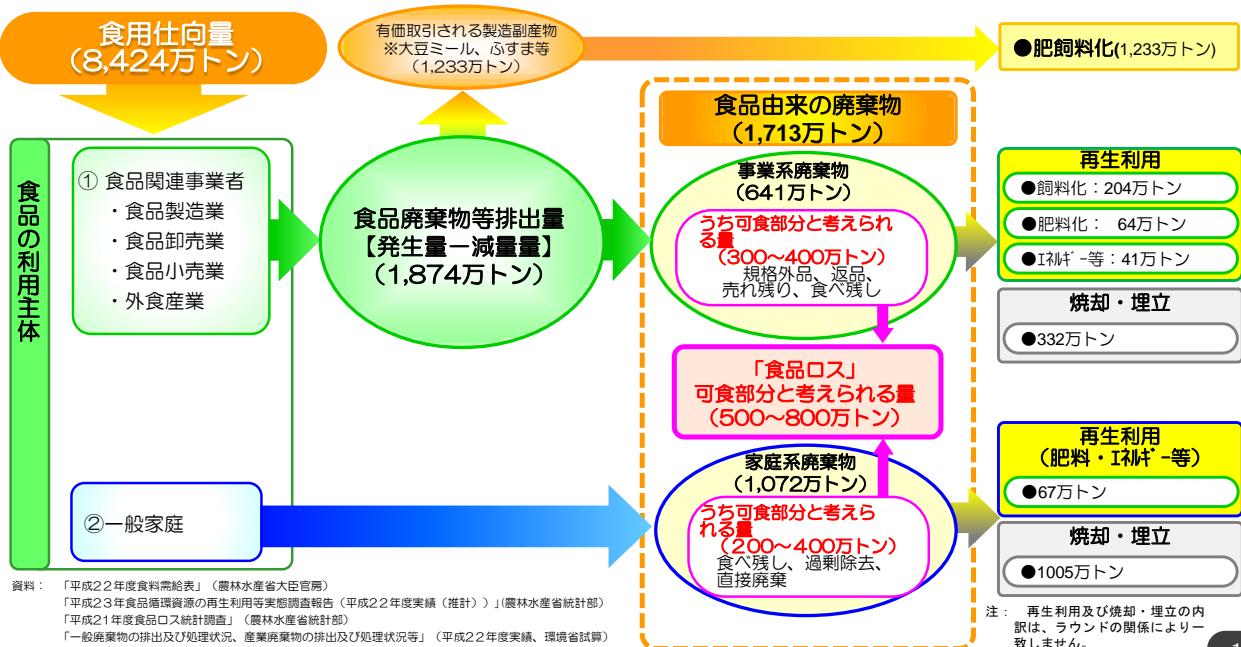
平成25年8月

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

● 日本のもったいない事情

- 日本では、年間約1,700万トンの食品廃棄物が排出。このうち、本来食べられるのに廃棄されているもの、いわゆる「食品ロス」は、年間約500～800万トン含まれると推計。（平成22年度推計）



資料：「平成22年度食料需給表」（農林水産省大臣官房）

「平成23年度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）を基に農林水産省において試算の上、作成

注：再生利用及び焼却・埋立の内訳は、ラウンドの関係により一致しません。

(参考) 日本の食品ロスの大きさ

- 日本の食品ロス（年間約500～800万トン）は、世界全体の食料援助量の約2倍。
- 日本のコメ生産量に匹敵し、日本がODA援助しているナミビア、リベリア、コンゴ民主共和国3カ国分の食料の国内仕向量に相当。

規格外品、期限切れ等により手つかずのまま廃棄される食品



世界全体の
食料援助量(2011)
約400万トン



日本のコメ収穫量
(2012)
約850万トン

ナミビア、リベリア、コンゴ
民主共和国3か国分の国
内仕向量(2009)
約600万トン

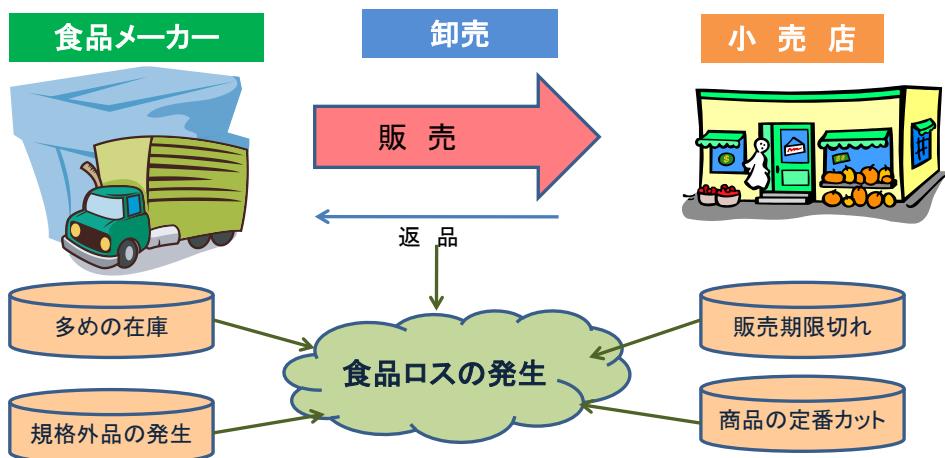
資料:WFP, FAOSTAT "Food balance sheets"(2009)
平成24年産作物統計(普通作物・飼料作物・工芸農作物)

2

●食品メーカー、卸・小売店での食品ロス

- 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
- 定番カット食品や販売期限切れ食品等の慣行的な返品
- 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

(注) 販売期限: 小売店が商品管理の必要性から独自に設定する、店頭で商品を販売する期限のこと

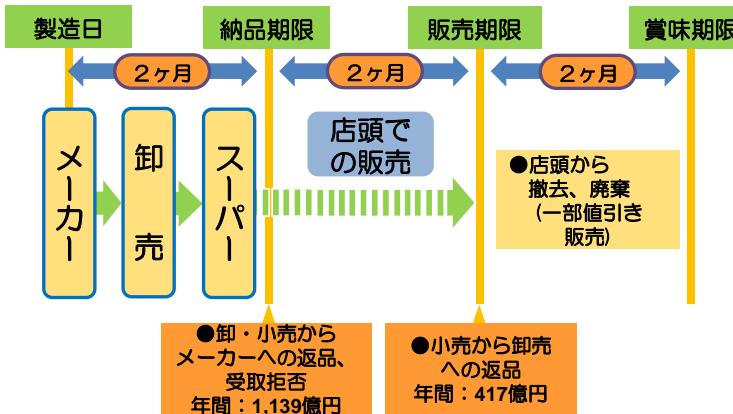


3

● 食品メーカー、卸・小売店における商慣習

- 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）、食品ロス発生のひとつの要因とされ、フードチェーン全体での取組が必要。

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)



● 欧米の納品期限

国	納品期限 (賞味期限ベース)
アメリカ	1/2残し
英国	1/4残し
フランス	1/3残し
イタリア	1/3残し
ベルギー	1/3残し
(参考)日本	2/3残しが平均

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

4

● 食品ロス削減のためのフードチェーン全体の取組

- 過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、個別企業等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。このため食品業界において、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」を設置するとともに、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（18名）

- 【目的】食品ロス削減のための商慣習について検討
【構成】食品製造業、食品卸売業及び食品小売業の企業、学識経験者
【事務局】流通経済研究所（農林水産省補助事業）

【参加企業】

■食品製造業（9社）	■食品卸売業（3社）
・味の素㈱ (風味調味料協議会)	・国分㈱ (日本加工食品卸協会)
・江崎グリコ㈱ (全日本菓子協会)	・三菱食品㈱ (日本加工食品卸協会)
・キッコーマン食品㈱ (日本醤油協会)	・株山星屋 (全国菓子卸商業組合連合会)
・コカ・コーラカスタマー マーケティング㈱ (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㈱ (全国清涼飲料工業会)	
・日清食品㈱ (日本即席食品工業協会)	
・ハウス食品㈱ (全日本カレー工業協同組合)	
・株マルハニチロ食品 (日本缶詰協会)	
・雪印メグミルク㈱ (日本乳業協会)	

■食品小売業（4社）
・イオンリテール㈱ (日本チェーンストア協会)
・株イトーヨーカ堂 (日本チェーンストア協会)
・株東急ストア (日本スーパー・マーケット協会)
・株ファミリーマート (日本フランチャイズ・チェーン協会)

検討経緯

（平成24年）

- 10月3日
第1回WT開催
11月2日
第2回WT開催

（平成25年）

- 1月18日
第3回WT開催
2月22日
第4回WT開催
3月5日
中間とりまとめ公表

＜今年度の取組内容＞

食品ロス削減のための商慣習を検討するため、アンケート調査やヒアリング調査を実施して業界の実態把握を行い、認識の共有を図り、商慣習見直しに向けて中間とりまとめ。

5

●食品ロス削減のための商慣習検討WTの中間とりまとめ【H25.3.5公表概要】

1. 基本的考え方

現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる返品等の商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を進めていくことが必要である。

平成24年度のワーキングチームの活動として次の事項を決定し、平成25年度以降も順次取組を進めるとともに、業界団体の協力を得て、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していく。

2. 取組の内容

- (1) 卸売業・小売業の多くで取引条件として設定されている納品期限の見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクトの実施（納品期限を1／3から1／2にして効果実証）
- (2) 賞味期限の見直し
- (3) 表示方法の見直し
- (4) 食品ロス削減に関する消費者理解の促進
- (5) その他の食品ロス削減に向けた取組

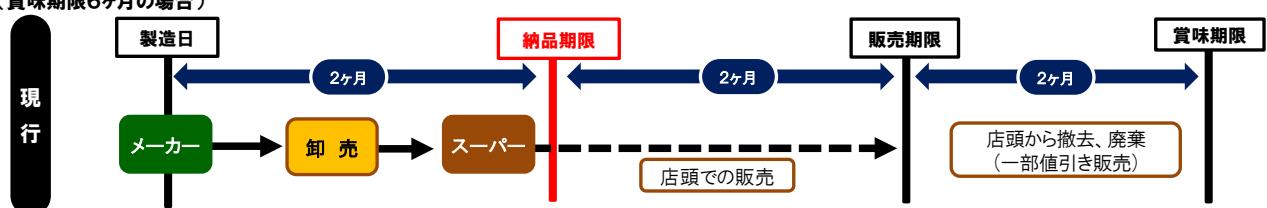
3. 推進体制

関係省庁（内閣府、消費者庁、農林水産省、経済産業省、環境省）と連携を図るとともに、共通課題の解決のため組織された民間企業の取組（製・配・販連携協議会、国民生活産業・消費者団体連合会、日本TCGF）とも連携して、ワーキングチームの取組との相乗効果を目指す。

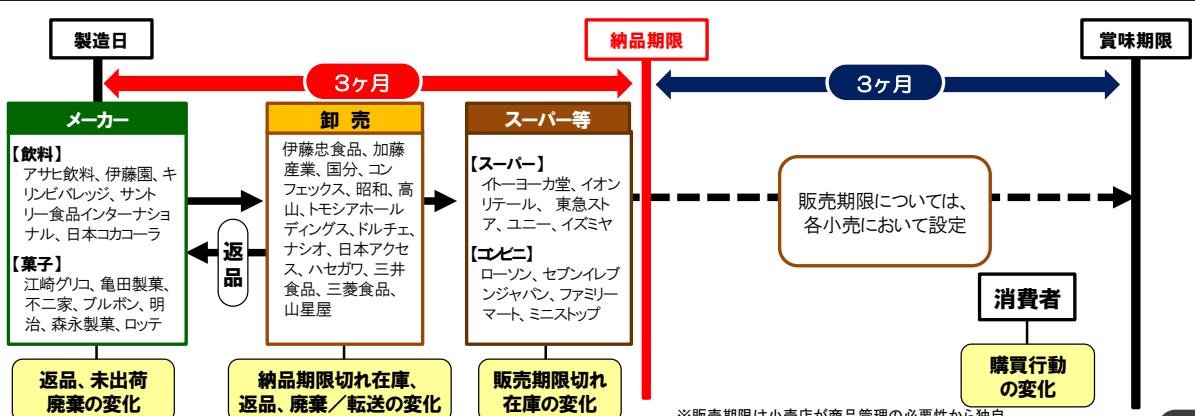
●納品期限見直しパイロットプロジェクトの実施について【H25.7.12公表概要】

- 「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、本年8月中旬（予定）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。

（賞味期限6ヶ月の場合）



パイロットプロジェクト



※販売期限は小売店が商品管理の必要性から独自に設定する店頭で商品を販売する期限のこと。

● 食品リサイクル法の概要

(平成12年法律第116号〔平成19年12月改正法施行後の内容〕)

○趣 旨

食品の売れ残りや食べ残しにより、又は食品の製造過程において発生している食品廃棄物について、①発生抑制と減量化により最終処分量の減少を図るとともに、②資源として飼料や肥料等に再生利用又は熱回収するため、食品関連事業者による再生利用等の取組を促進する。

○主務大臣による基本方針の策定

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

【我が国全体での業種別の再生利用等実施率目標】

食品製造業 (85%) 食品卸売業 (70%) 食品小売業 (45%) 外食産業 (40%)

○関係者の責務

食品関連事業者（製造、流通、外食等）

消費者等

国・地方公共団体

発生抑制、減量、再生利用等

発生抑制、再生利用製品の使用

再生利用の促進、施策実施

○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

○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

8

● 食品リサイクル法見直しの今後の予定

3月28日 第1回合同会合（施行状況について）

4月26日 第2回合同会合（関係者からのヒアリング①）

5月10日 第3回合同会合（関係者からのヒアリング②）

5月17日 第4回合同会合（関係者からのヒアリング③）

5月27日 第5回合同会合（関係者からのヒアリング④）

6月14日 第6回合同会合（論点整理（フリートーキング））

7月31日 第7回合同会合（論点整理）

9

食品ロス削減に向けた消費者庁の取組

平成25年8月2日
消費者庁

1. 24年度における主な取組

(1) ホームページ「食べもののムダをなくそうプロジェクト」開設

当庁ホームページに専用ページを設け、消費者への周知を図った。

※主な掲載内容

- ①食品ロス削減関係省庁等連絡会議の資料等
- ②関係省庁や企業、団体等の取組みに係るページへのリンク

(2) 消費者を対象としたパンフレットの作成

自治体等のイベント等での活用を通じて消費者に食品ロスの削減に取り組んでいただくよう広く呼びかけた。

※主な掲載内容

- ①食品ロスの現状
- ②食品ロス削減のために取り組んでいただきたい例
(賞味期限の正しい理解、必要に応じた買い物、食べ残しを出さないような献立や調理の工夫)

(3) シンポジウムへの後援等

- ① 農林水産省補助事業による「食品ロス削減シンポジウム」に対する協力（後援、パネリスト紹介、開催周知等）。
- ② フードロス・チャレンジ・プロジェクト「キックオフシンポジウム＆ワークショップ」への後援。

(4) 政府広報への協力

農林水産省と連携し、政府広報を作成（テキスト、動画、ラジオ等）。

(5) 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会での検討

「消費者教育の体系イメージマップ」を活用し食品ロスの位置づけを整理し、消費者教育の展開例を示した。【参考①】

※消費者教育の体系イメージマップの概要

消費者教育の重点領域をタテ軸に、幼児期から高齢期までの

ライフステージ各時期をヨコ軸に配置し、その交わったボックスに教育内容(学習目標)を記したマトリックス状の一覧表。

2. 25年度における主な取組（予定含む）

（1）「消費者基本計画」への記載

重点施策のひとつとして、「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」を盛り込んだ。

（2）「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」の策定

文部科学省とともに、今後の消費者教育の推進の指針となる「基本方針」を作成。【参考②】

※基本方針の概要

「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供する」ために、国や地方公共団体の消費者教育の施策の指針となるだけでなく、様々な消費者教育の担い手の指針ともなるもの。

消費者市民社会の概念を明示し、環境教育や食育等の関連する教育との連携を示すなどにより、食品ロスを消費者教育のテーマとして位置づけ。

（3）地方自治体の協力を得た啓発事業や調査

地方自治体において「先駆的プログラム」として実施した内容や結果を消費者庁にて取りまとめて全国にフィードバック。

（予算額：500,000千円の一部）

（4）学識経験者及び消費者団体等の有識者による検討会（3回程度）

消費者が食品ロスを削減するために必要な知識、消費者に対する効果的な普及啓発の内容及び手法を検討（例：シンポジウムの開催、リーフレットの作成・配布）。【参考③】

（予算額：4,433千円）

（5）アンケート調査

内閣府における青少年意見募集事業を活用し、食品ロスに係る意識を調査。

以 上

展開モデル3 親子で取組む「食品ロス」の削減活動

【幼児期】【成人期】X【持続可能な消費の実践】

各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成入期	Ver.1.0
	重点領域	特に若者	特に高齢者			
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に興味を持とう	消費をくる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考えよう
商品等の安全	持続可能な消費の実践	身の回りのもの大切にしよう	自分の生活と身近な環境の使い方などを工夫しよう	持続可能な社会を目指してマイスタイルをめざそう	持続可能な社会を目指してマイスタイルをめざしよう	持続可能な社会を目指してマイスタイルについて伝え合おう
生活の管理と契約	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向ひよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	消費者問題の他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向け行動の場を広げよう	えらいながら奮闘して消費者問題の他の社会課題を解決し、公正な社会をつこう
情報とメディア	商品安全の理解と危険を回避する能力	らしの中の危険や、もの的安全な使い方にあつこう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使うよう	安全で危険の少ない暮らし方をする習慣をつけよう	安全で危険の少ない暮らし方をする習慣をつけよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあから身近な人に伝えよう	困ったことがあから身近な人に伝えよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知ろう	えらいながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やつまりを守ろう	物の選び方、買いかたを考え直し、よりよい契約の大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するときに、開いたりそなうルールを知り、よりよい契約の大切さを理解しよう	契約の内容、ルールを理解し、よく確認して契約する習慣をつけよう	契約トラブルに遭遇しない、暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときはよく考え、時にはお持するこをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	主体的に生活設計を立てて、生活を計画的に行なう	生活を見直し、より実践的な生活をめざして、生活設計を実施しよう	生活環境の変化に応じ、生活を見直し、より実践的な暮らしをしよう
	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報をまとめてみよう	情報に関する情報の使い方や活用の仕方を知ろう	消費者に関する情報の収集や発信の慣能を身につけよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身につけよう	えらいながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう	えらいながらトラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつこう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法についてどうか、差思決定の大切さを知りよう	消費者情報を主観的に評価する習慣をつけよう	えらいながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいうように整理したるものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

1. 目標の説明

「身のまわりのものを大切にしよう」

「持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう」

消費者が、単なる商品やサービスの受け手としてではなく、消費を個人の欲求を満たすものとのみ捉えず、社会、経済、環境等に消費が与える影響を考慮した選択や行動によって公正で持続可能な発展に貢献することが強く求められている。それは、大量生産・大量消費・大量廃棄の波に流されて漂流する存在から、持続可能な社会・経済に向けた舵取り役となることである。

以上のような考え方から、環境負荷の少ない商品の選択や、環境保全の活動の重要性が言われてきている。積極的な活動だけでなく、普段の生活の中で少しづつ配慮することにより、持続可能な社会を目指すのがこの目標である。

2. 他の対象領域、ライフステージとの関係

自己の判断により行動を決定するという点では、生活の管理と契約の領域にも深く関わる。また、ここでは特に成人期と幼児期との取組としてとりあげているように、全てのライフステージに関わるといえる。

3. この目標に関連して起こりうる問題等

食品廃棄物のうち、食べられるのに廃棄される食品、いわゆる「食品ロス」は年間約 500～800 万トン※と試算されている。（※平成 21 年度推計）

この数量は、我が国の米の年間収穫量約 813 万トンに匹敵するといえる。

また、食品ロスの約半分は、一般家庭からのものであり、家庭における一人当たりの食品ロス量は、年間約 15 キログラムと試算されている。これは、一度の食事で食べる御飯の量を 250 グラムと仮定した場合、その 60 食分に相当する。

他方で発展途上国では食糧不足が深刻で、世界規模の食糧危機が懸念される。

4. この目標を身に付けるための情報

食べ物のムダをなくそうプロジェクト（消費者庁）

http://www.caa.go.jp/adjustments/index_9.html

フードアクションニッポンホームページ

<http://www.syokuryo.jp/action/disposal.html>

食べ残しを減らそう県民運動（長野県）

<http://www.pref.nagano.lg.jp/kankyo/haiki/tabekiri/index.htm>

もぐもぐマンとザンパン星人（川崎青年会議所）

<http://www.kawasaki-jc.or.jp/mz.pdf>

・・・

5. 展開例

【講座案】

消費者庁ホームページに掲載の資料を題材として、大人たちが話し合い、そこから日々の生活の中でできる活動を考える。身近な活動が世界規模の問題に結びついていることを理解する。

◎40～50 分

◎講師は教える役割ではなく、検討を促す進行役を務める。

◎子ども（幼児を含む。）とその親、10 名程度の小グループで実施

導入 5分

- あいさつ
- 食べ物の好き嫌いを尋ねる
 - ・食べ残しはどんなときにするか?
 - ・まだ食べられるのに捨ててしまったことはあるか?

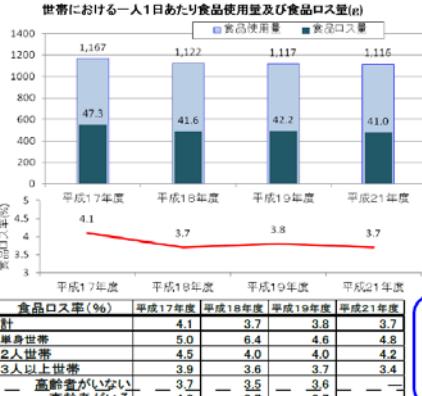
展開 30分

☆食品ロス問題について知る

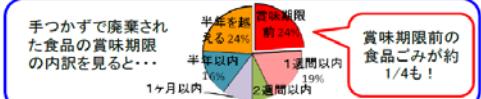
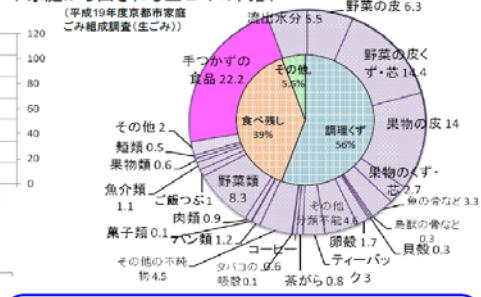
家庭における食品ロス削減の状況

- 人口減少や高齢者増加により世帯における一人あたり食品の使用量の減少とともに、食品ロス率は消費者意識の高まりもあって減少傾向にある。
- 家庭から出された生ごみのうち、食べ残しが38%を占めており、その半分以上が手つかずの食品である。また、手つかずのまま廃棄された食品のうち、賞味期限前のものが約4分の1を占めている。
- 食品ロス率の高い単身世帯に対する取組や賞味期限に対する正しい理解など食品ロス削減に向けた取組が引き続き重要である。

◆世帯における食品ロス(農林水産省「食品ロス統計調査」)



◆家庭から出される生ごみの内訳



- 資料を見ながら(食品ロスの現状についてグループごとに)意見を出し合う

→「もったいない」という感覚を子ども世代に伝える。

☆食品ロス問題に対してできることを親子で考える

出来ることから始めてみませんか

食品関連事業者も、過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス削減に向けて動き出しています。
消費者の皆様も、食品ロスの削減に向けてご協力をお願いします。

「ムダ」を意識しましょう！

○消費期限・賞味期限を正しく理解

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ありません。

すぐに廃棄するのではなく、見た目やにおい等の五感を使って食べられるかどうかを判断することも必要です。



○買い物で買いつぎない

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は重要です。



○調理で作りすぎない

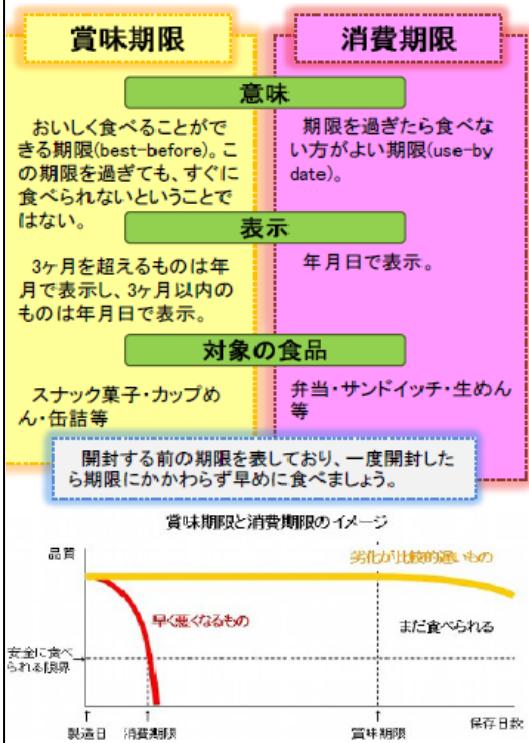
食べきれなかったものは他の料理に作りかえておいしく食べるなど、食材を無駄なく食べるために調理方法や献立の工夫に取り組みましょう。



- 消費者庁啓発チラシを参考に各家庭でできることを話し合う→発表

☆問題をより理解するためのキーワードを学ぶ(関連資料を準備)

- 「賞味期限」「消費期限」の違いを知る。
- 「フードバンク」活動を知る。



まとめ 5分

- もったいないという気持ちを行動に結びつける工夫を考える
- 自分でできること、製造者・販売者がしなければいけないことがあることを意識する。

発展課題

☆フィールドワーク

- 社会のために、自分でできることを考えて、地域の活動をさがして、出かけてみよう。

～フードバンク活動とは～

- ・ 包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品の品質には問題がないが、通常の販売が困難な食品・食材を、NPO等が食品メーカー等から引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動。
- ・ 米国では年間200万トンの食品が有効活用。
- ・ 日本ではNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模（2010年の食品取扱量は813トン）
- ・ 同法人を含む全国の11団体がネットワークを構築し、活動を推進。

○米、パン、めん類、生鮮食品、菓子、飲料、調味料、インスタント食品等様々な食品が取り扱われています。

など

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」抜粋

3 他の消費生活に関する教育と消費者教育との連携推進

推進法第3条第7項では、「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関する教育に関する施策との有機的な連携を図」ることを求めており、これらの消費生活に関する教育の目的、内容や対象範囲は、それぞれ異なるものであるが、消費者の自立を支援し、また、消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深める消費者教育と重なる部分も少なくない。これらの教育と消費者教育の関係を明確化して、推進することにより相乗効果をもたらす。内容の関わりに留意の上、特に地域や家庭、職域においては、両者において使用される教材等のコンテンツの共通化等を通じて、互いの教育の内容を織り込んだり、連携して実施、展開等することにより、効果的・効率的に教育を推進することができる。

そのため、次のように連携する教育と消費者教育の連携の方向性について共通の認識に立って、関係府省庁はもとより、地方公共団体を始めとした地域等で活動する多様な主体が、限られた人材や資源を活用し、密接に連携・協働することが必要である。国は、消費者教育推進会議を活用し、効果的・効率的に推進できるよう、継続的に各教育の実施状況を把握するとともに、連携の事例等を収集、提供する。

(環境教育)

環境教育は、環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律（平成15年法律第130号）に基づいて推進されている。持続可能な開発のための教育（Education for Sustainable Development: ESD）の視点を取り入れた環境教育の実践が特に重要である。

このため、環境教育の現場においては、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進している。

こうした施策は、生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解や環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動等へ結び付くものであり、消費者教育の側面からも効果的である。

消費生活の足場ともいえる環境保全や、そのために行われる環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深いので、その点を意識して連携を図ることで消費者教育の効果も高まる。

(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、德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。

全国において食育推進運動が、国民、民間団体等の自発的意思を尊重し、地域の特性に配慮し、地域住民や多様な主体の参加と協力を得て、連携を図りつつ展開されているが、その担い手と消費者教育の国民運動の担い手が、両者の一体的な関係を認識して、連携・協働して推進することにより消費者教育の実践の場を広げることが期待される。

(国際理解教育)

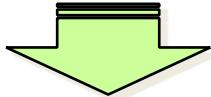
国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国人の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題（環境や資源など）を考えさせることなどをねらいとしている。これは内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するという点で消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係しており、消費者教育の重要な要素と位置付けられる。

食品ロス削減に向けた内閣府の取組

第2次食育推進基本計画(抄)

食に関する感謝の念と理解

世界の食料事情は、現在、9億人を超える人々が飢餓や栄養不足で苦しんでいることを始めとして、楽観視できない状況にある。このような厳しい状況を理解して、「もったいない」という精神で、食事ができることに感謝の念を持つことは、食育の極めて大切な要素である。(以下略)



食育白書において、各省庁における食品リサイクルと食品ロスの削減に関する取組を記載

○コラム

あなたも一年で60食分のたべものを無駄にしているかも?!

～食品ロス削減のために、できることから始めよう～

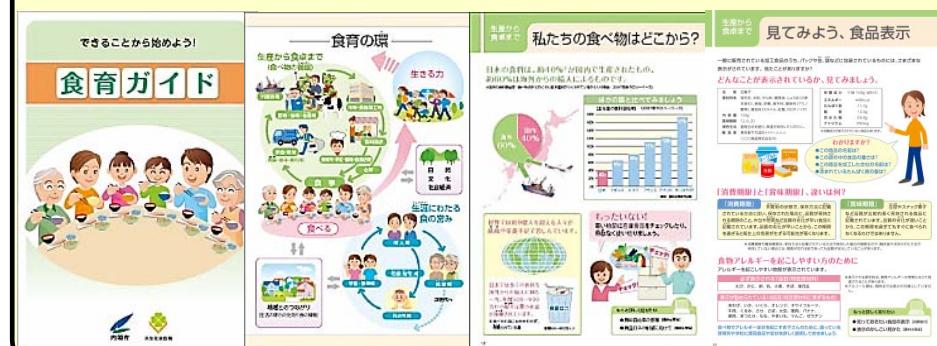
○事例

フードチェーンにおける

食品ロス削減のための商慣習検討の取組
食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム



食品ロスや食品表示についても記載した「食育ガイド」を都道府県、関係団体等へ配布するとともに内閣府HPに掲載



- ・6月の食育月間において、食を大切にする気持ちを重点事項として位置付け、食育推進全国大会(平成25年度:広島県で開催、平成26年度:長野県で開催予定)において消費者へ普及啓発
- ・都道府県食育担当課を通じた普及啓発



食品ロス削減に向けた文部科学省の取組

平成 25 年 8 月 2 日
文部科学省スポーツ・青少年局学校健康教育課

1. 24 年度における主な取組

- (1) 学校における食育の取組の中で給食の時間等に「食物を大事にし、食物の生産等にかかる人々への感謝する心をもつ」ことを指導
【指導内容の例】

○感謝の気持ちの表れとして、残さず食べたり無駄なく調理したりすること。（「食に関する指導の手引 第一次改訂版」平成 22 年 3 月、文部科学省）

【スポーツ・青少年局学校健康教育課】

2. 25 年度における主な取組（予定含む）

- (1) 学校における食育の取組の中で給食の時間等に「食物を大事にし、食物の生産等にかかる人々への感謝する心をもつ」ことを指導
【指導内容の例】

○感謝の気持ちの表れとして、残さず食べたり無駄なく調理したりすること。（「食に関する指導の手引 第一次改訂版」平成 22 年 3 月、文部科学省）

【スポーツ・青少年局学校健康教育課】

食品ロス削減に向けた農林水産省の取組

平成 25 年 8 月 2 日
農林水産省食品産業環境対策室

1. 24 年度における主な取組

(1) 発生抑制の目標値の施行

食品リサイクル法に基づき、発生抑制を推進するため、「発生抑制の目標値」を努力目標として 16 業種に先行して設定。

(2) 食品ロス削減のための商慣習見直し WT

24 年度中に 4 回の WT 会合を開催し、3 月 5 日に中間とりまとめ。中間とりまとめの内容の具体化に向け調整。

(3) 情報提供、広報等

- ① 当省ホームページに食品ロス削減・食品廃棄物発生抑制のページを設け、食品ロスの推計値、普及啓発資料、商慣習見直し WT の活動、フードバンク活動、自治体等の取組紹介等、各種情報の提供を図った。
- ② 3 月に「食品ロス削減シンポジウム」を東京（約 500 名）と大阪（約 200 名）で開催。
- ③ 消費者庁と連携し、政府広報を作成（テキスト、動画、ラジオ等）。
- ④ 各種媒体での積極的な情報発信。

2. 25 年度における主な取組（予定含む）

(1) 商慣習見直し WT の継続

経済産業省がサポートする製・配・販連携協議会と共同で、趣旨に賛同する 35 社の参加を得て、納品期限の見直しに関する実証事業を 8 月から順次実施。11 月に中間報告、年度内に最終報告予定。

また、24 年度に引き続き、製・配・販の企業の参加を得て、商慣習見直し WT での検討を継続し、24 年度の中間とりまとめに記載された事項のフォローアップ、日配品の食品ロス削減方策等について検討予定。

（予算額：19 百万円の一部）

(2) 食品ロス削減の優良事例の評価

食品ロス削減に顕著な貢献のあった優良な取組、企業を表彰する。

(予算額：20 百万円の一部)

(3) 食品ロス削減に向けた国民運動の展開

～「もったいない」を取り戻そう！～

食品ロス削減に向け、食品関連事業者、行政、消費者が積極的に取り組んでいけるよう、国民運動を展開。具体的には政府広報、各種媒体での情報発信、民間企業との連携等、戦略的なコミュニケーションを関係省庁と連携して実施。

(4) フードバンクの活動の支援

関係者の責任を明確にしたルールに則ったフードバンク活動に必要な具体的検討等を支援。

(予算額：27 百万円の一部)

以 上

食品ロス削減のためのフードチェーン全体の取組

○過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス等は、個別企業等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。このため食品業界において、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」を設置するとともに、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（18名）

【目的】食品ロス削減のための商慣習について検討、【構成】食品製造業、食品卸売業及び食品小売業の企業、学識経験者
【事務局】流通経済研究所（農林水産省補助事業）

【参加企業】		検討経緯	
■食品製造業（9社）		(平成24年)	
・味の素(株)	（風味調味料協議会）	10月3日	第1回WT開催
・江崎グリコ(株)	（全日本菓子協会）	11月2日	第2回WT開催
・キッコーマン食品(株)	（日本醤油協会）	(平成25年)	
・コカ・コーラカスタマーマーケティング(株)	（全国清涼飲料工業会）	1月18日	第3回WT開催
・サントリー食品インターナショナル(株)	（全国清涼飲料工業会）	2月22日	第4回WT開催
・日清食品(株)	（日本即席食品工業協会）	3月5日	中間とりまとめ公表
・ハウス食品(株)	（全日本カレー工業協同組合）		
・(株)マルハニチロ食品	（日本缶詰協会）		
・雪印メグミルク(株)	（日本乳業協会）		
■食品卸売業（3社）		<H24年度の取組内容>	
・国分(株)	（日本加工食品卸協会）	食品ロス削減のための商慣習を検討するため、アンケート調査やヒアリング調査を実施して業界の実態把握を行い、認識の共有を図り、商慣習見直しに向けた中間とりまとめ。	
・三菱食品(株)	（日本加工食品卸協会）		
・(株)山星屋	（全国菓子卸商業組合 連合会）		
■食品小売業（4社）			
・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	（日本チェーンストア協会）		
・(株)東急ストア	（日本ス-パ-マーケット協会）		
・(株)ファミリーマート	（日本フランチャイズチェーン協会）		

1. 基本的考え方

現在、食品の流通現場で食品ロス発生の原因となりうる返品等の商慣習が存在するが、食品ロス削減という観点からは可能な限りこれを見直し、経済的ロスを経済成長につなげていく必要があり、製・配・販各社の壁を越えつつ、消費者の理解を得ながら、優先順位をつけた取組を進めていくことが必要である。

平成24年度のワーキングチームの活動として次の事項を決定し、平成25年度以降も順次取組を進めるとともに、業界団体の協力を得て、業界団体の会員企業に取組の輪を広げ、食品業界全体に普及推進していく。

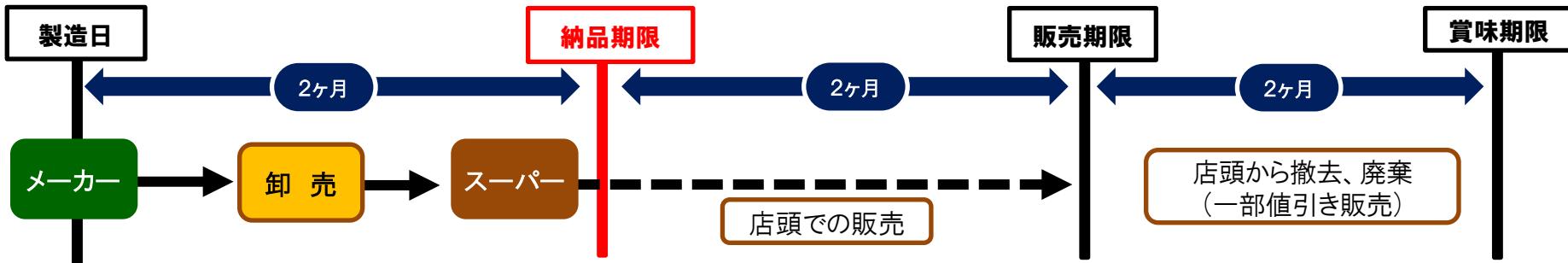
2. 取組の内容

- (1) 卸売業・小売業の多くで取引条件として設定されている納品期限の見直し・再検討に向けたパイロットプロジェクトの実施
- (2)賞味期限の見直し、(3)表示方法の見直し、(4)食品ロス削減に関する消費者理解の促進、(5)その他の食品ロス削減に向けた取組

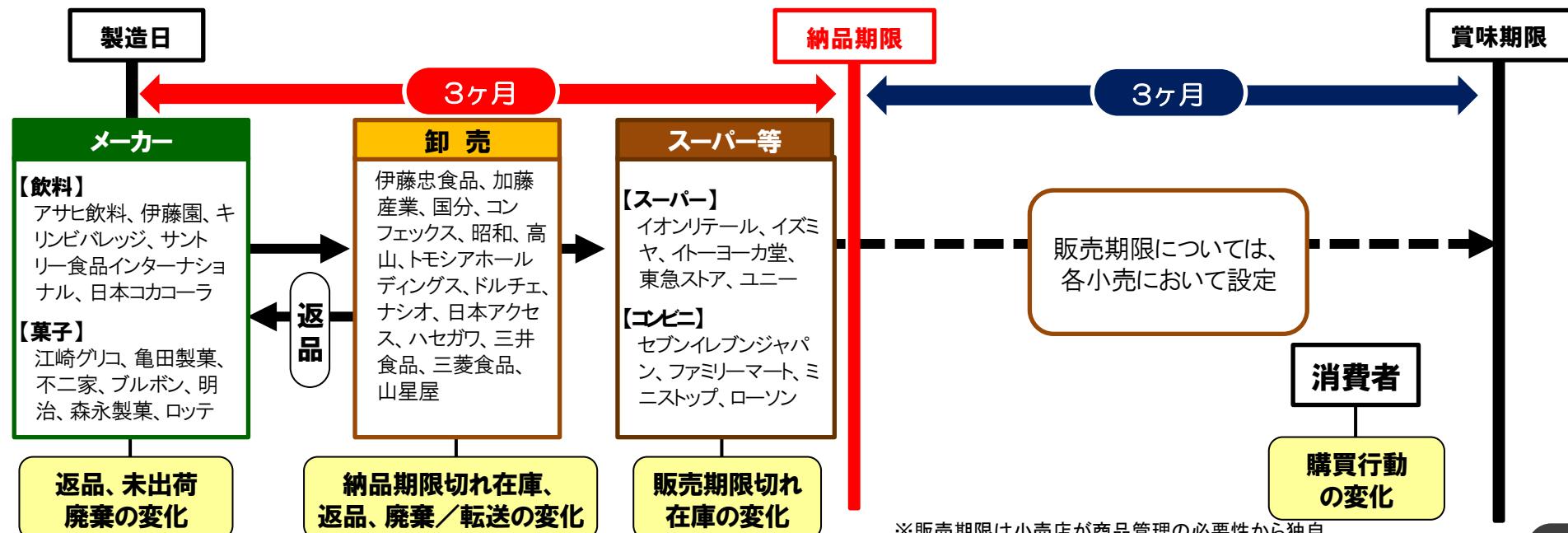
納品期限見直しパイロットプロジェクトの実施について

- 「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、本年8月(予定)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。

(賞味期限6ヶ月の場合)



パイロットプロジェクト



*販売期限は小売店が商品管理の必要性から独自に設定する店頭で商品を販売する期限のこと。

食品ロス削減に向けた経済産業省の取組

平成 25 年 8 月 2 日
経済産業省流通政策課

1. 製・配・販連携協議会について

製・配・販連携協議会とは、サプライチェーン上の様々な課題を解決するために、メーカー(製)、中間流通・卸(配)、小売(販)の各企業(43 社)が協力して取り組む事を目的として、平成 23 年 5 月に設立された協議会である。

我が国流通業サプライチェーンの効率化や、新たな市場・付加価値の創造等につながるため、経済産業省としても、積極的に支援している。

平成 25 年度のワーキンググループ(以下「WG」という。)は、「返品削減 WG」、「日付情報等バーコード化 WG(配送最適)」、「サプライチェーン効率化のための情報連携 WG」の 3 つを設立し、「返品削減 WG」において、食品ロスの原因の一つとして挙げられる小売・卸からメーカーへの返品を削減するための取組を実施している。

2.これまでの取組状況

(1) 返品理由の調査

返品の発生理由(金額構成比)

		加工食品				日用雑貨				
		卸売業調査		小売業調査		卸売業調査		小売業調査		
		2011年度	2010年度	2009年度	2011年度	2010年度	2011年度	2010年度	2009年度	
小売業からの返品理由	①閉店・改装	5.1%	6.2%	4.5%	0.0%	5.2%	1.9%	2.7%	2.7%	0.6% 4.2%
	②年2回の棚替え・季節品	8.5%	9.4%	6.9%	15.0%	3.1%	70.6%	70.6%	70.0%	44.7% 67.4%
	③特売残	16.5%	14.7%	16.6%	0.0%	0.0%	2.3%	2.3%	1.7%	0.0% 0.6%
	④定番カット(随時の商品改廃)	16.1%	15.1%	13.8%	19.7%	2.6%	12.7%	13.7%	12.5%	27.2% 2.2%
	⑤販売期限切れ	23.0%	17.2%	13.5%	2.0%	4.5%	0.4%	0.4%	0.8%	5.0% 2.2%
	⑥汚損	20.9%	28.9%	41.5%	25.1%	54.1%	1.2%	1.3%	1.2%	1.4% 1.3%
	⑦その他(メーカー一起因等)	9.9%	8.6%	3.2%	38.3%	30.6%	10.8%	9.0%	10.9%	21.1% 22.2%
メーカーへの返品理由	①納品期限切れ	32.0%	33.7%	39.0%	—	—	0.3%	0.0%	10.0%	— —
	②庫内破損	3.5%	2.2%	2.7%	—	—	1.3%	1.3%	3.0%	— —
	③特売残	7.4%	6.4%	7.9%	—	—	2.6%	0.7%	10.0%	— —
	④年2回の棚替え・季節品	10.8%	7.9%	7.8%	—	—	81.8%	80.2%	63.8%	— —
	⑤定番カット(随時の商品改廃)	32.8%	33.8%	28.7%	—	—	11.4%	14.8%	8.0%	— —
	⑥その他(メーカー一起因等)	13.6%	16.0%	13.8%	—	—	2.6%	3.1%	5.1%	— —

(注) 年度によって集計対象企業が一部異なるため、年度間の比較には注意を要する。

出典: 2013 年 7 月 12 日 製・配・販連携協議会総会資料より抜粋

(2) 納品期限見直しパイロットプロジェクト

ビール・チューハイにおける小売店舗への納品期限を賞味期限の 4/9(5/9 を残して納品)に試験的に緩和し、納品期限切れによる返品数量と、店頭に並ぶ商品の鮮度の変化を検証した。その結果、納品期限切れによる返品はなくなり、商品鮮度にも大きな問題は発生しなかった。

3. 平成 25 年度の取組: 加工食品の納品期限見直しに向けたパイロットプロジェクト

複数の小売業者にて 8 月頃から約半年の期間、飲料・菓子の一部品目の店舗への納品期限を現行の「賞味期限 2/3 残し」より「賞味期限 1/2 残し」へと緩和し、それに伴う返品や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を実施する。また、本パイロットプロジェクトは、農水省が支援する「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」と連携。

①効果検証等の項目

- ・小売店舗での販売期限切れ商品等の発生状況
- ・物流センターでの納品期限切れの商品在庫、返品、廃棄等の発生状況
- ・メーカーでの未出荷廃棄量のシミュレーション
- ・消費者の購買意識調査 等

②パイロットプロジェクト参加企業

- ・小売業者 : イオンリテール(株)、イズミヤ(株)、(株)イトーヨーカ堂、
(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)東急ストア、
(株)ファミリーマート、ミニストップ(株)、ユニー(株)、(株)ローソン
- ・卸売業者 : 伊藤忠食品(株)、加藤産業(株)、国分(株)、コンフェックス(株)、
(株)昭和、(株)高山、トモシアホールディングス(株)、(株)ドルチェ、
(株)ナシオ、(株)日本アクセス、(株)ハセガワ、三井食品(株)、
三菱食品(株)、(株)山星屋
- ・飲料メーカー : アサヒ飲料(株)、(株)伊藤園、キリンビバレッジ(株)、
サントリー食品インターナショナル(株)、日本コカ・コーラ(株)
- ・菓子メーカー : 江崎グリコ(株)、亀田製菓(株)、(株)不二家、(株)ブルボン、(株)明治、
森永製菓(株)、(株)ロッテ

4. 平成 26 年度予算の検討状況

特になし。

第3次循環型社会形成推進基本計画（平成25年5月閣議決定） における食品ロス削減に向けた取組の位置付け

平成25年8月2日
環境省リサイクル推進室

○「第3次循環型社会形成推進基本計画」（平成25年5月閣議決定）（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。

第2章 循環型社会形成に向けた取組の中長期的な方向性

第2節 3R型ライフスタイルと地域循環圏の構築

（1）2Rの取組がより進む社会経済システムの構築

20世紀後半に形成された大量生産・大量消費型かつワンウェイ型のライフスタイルから、循環を基調とした生活の豊かさと環境の保全を両立させたライフスタイルに転換し、低炭素社会や自然共生社会とも統合された持続可能な社会の形成を目指す。

この社会では、「足るを知る」意識が浸透し、リデュースが進み、リユース製品が定着するようになる。例えば、不必要的容器包装はなくなり、詰替用製品や再生品、食品ロス削減のために量を調節できるメニューやフードバンク活動が普及し、家庭においても食べ残しの減少、エコ・クッキングなどの調理の工夫、生ごみの肥料化や分別などの取組が進む。（脚注 略）

第4章 各主体の連携とそれに期待される役割

第2節 各主体の役割

（3）国民

国民は、自らも廃棄物等の排出者であり、環境負荷を与えその責任を有している一方で、循環型社会づくりの担い手でもあることを自覚して行動するとともに、より環境負荷の少ないライフスタイルへの変革を進めていくことが求められる。

また、国民の消費者としての側面からは、平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）においても、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会（消費者市民社会）の形成を目指すこととされている。

これらのこと踏まえ、例えば、①ごみの減量化や分別排出の実施、②廃棄物、廃家電等の適正なルートでの排出、③マイバッグ・マイボトルの利用、詰替製品・簡易包装・リユースびんの選択等による容器包装の削減、④食材の使い切りや、過度な鮮度志向の抑制等による食品ロスの削減、⑤レンタル・リース・中古品の積極的活用、⑥木材等の再生可能な資源を利用した製品や再生品の優先的な購入などの取組を積み重ねていくことで、環境負荷が低減されることになる。

第5章 国の取組

第2節 国内における取組

1 「質」にも着目した循環型社会の形成

（1）2Rの取組がより進む社会経済システムの構築

リサイクルより優先順位の高い2R（リデュース・リユース）の取組がより進む社会経済システムの構築を目指して、以下の取組を進める。

（中略）

⑤ 国民の「もったいない」という文化、意識を活かし、消費者、各事業者が連携して、食品廃棄物、容器包装の削減などフードチェーン全体の改善に取り組む。