

# 食品ロス～残しちゃダメ！ゼツタイ！

小西麻美  
須田雄朔  
寺内嵩造



# 発表の流れ

- ◆ 記事の紹介
- ◆ 記事の要約
- ◆ 食料ロスに関して
- ◆ 政策提言(①、②)
- ◆ 最後に
- ◆ 参考文献



(<http://www.nakajima-kome.com/tokusaimai.html>)

# 記事の紹介

食品ロス:削減、消費者意識の変革も不可欠 「鮮度が第一」売れ残る商品 「返品できず損失」小売り側に警戒感

「食品ロス」の削減に向け、食品メーカーや小売業界が商慣習の見直しに乗り出す。実験は、納品期限を見直してメーカーの在庫廃棄を減らすことに主眼が置かれている。ただ、「棚の奥から新しい商品を取ろうとするのが消費者」(大手小売り)とも評されるだけに、食品ロス解消には消費者意識の変革もカギを握る。【西浦久雄】

加工食品には、製造から賞味期限までの3分の1の期間内でないと小売店に納品できない商慣習「3分の1ルール」がある。「小売りの立場は強く、欠品を恐れるメーカーは在庫を多く抱えている」(菓子メーカー)ため、納品されずに廃棄される食品も少なくない。実験では菓子と飲料を対象に、期限を2分の1に延長。納品できる期間を長くして、在庫のまま廃棄されるリスクを減らす。

菓子業界では「賞味期限が6カ月だと2カ月経過すれば大半が廃棄されている。3カ月になれば返品も減少する」(全日本菓子協会の奥野和夫・専務理事)と実験に期待する。納品期限は海外にもあり、米国では2分の1、英国では4分の3が一般的。国際的に見れば日本の3分の1は短く、「メーカー側がリスクを取っている」(飲料メーカー)とも言える。

また、現行ルールでは賞味期限までの3分の2の期間が過ぎると小売り側は店頭から商品を撤去し、返品・廃棄することが多い。実験では小売りの販売期間は規定しておらず、商品が従来より長期間、売り場に並べば廃棄を減らすことができるかもしれない。実験をまとめる流通経済研究所は「生産量が消費量を上回るミスマッチの解消も期待でき、食品ロスの解消に向けて前進する」と期待する。

しかし、小売り側からは「実験は食品ロスの押し付け合いになりかねない」と警戒する声も上がる。消費者が賞味期限が長い商品を選べば、期限の短い商品が売れ残り、返品できなければ損失は小売り側が負うためだ。実験を主導する農水省は「過度の鮮度を求める消費者がまず、意識を変える必要がある」と訴える。

(2013.06.13 毎日新聞 東京朝刊 8頁 経済面)

# 記事の要約

- ◆ 「食品ロス」の削減に向け、食品メーカーや小売業界が商慣習の見直しに乗り出す。
  - 納品期限を見直してメーカーの在庫廃棄を減らすことに主眼が置かれている。
- ◆ 過度の鮮度を求める消費者の意識改革も必要
  - 「食品ロス」に関して政策を立てよう！

# 3分の1ルール

3分の1ルール  
(賞味期限3カ月の場合)

製造日

納品  
期限

販売期  
限

賞味  
期限

1カ月

1カ月

1カ月

メーカー  
→小売店

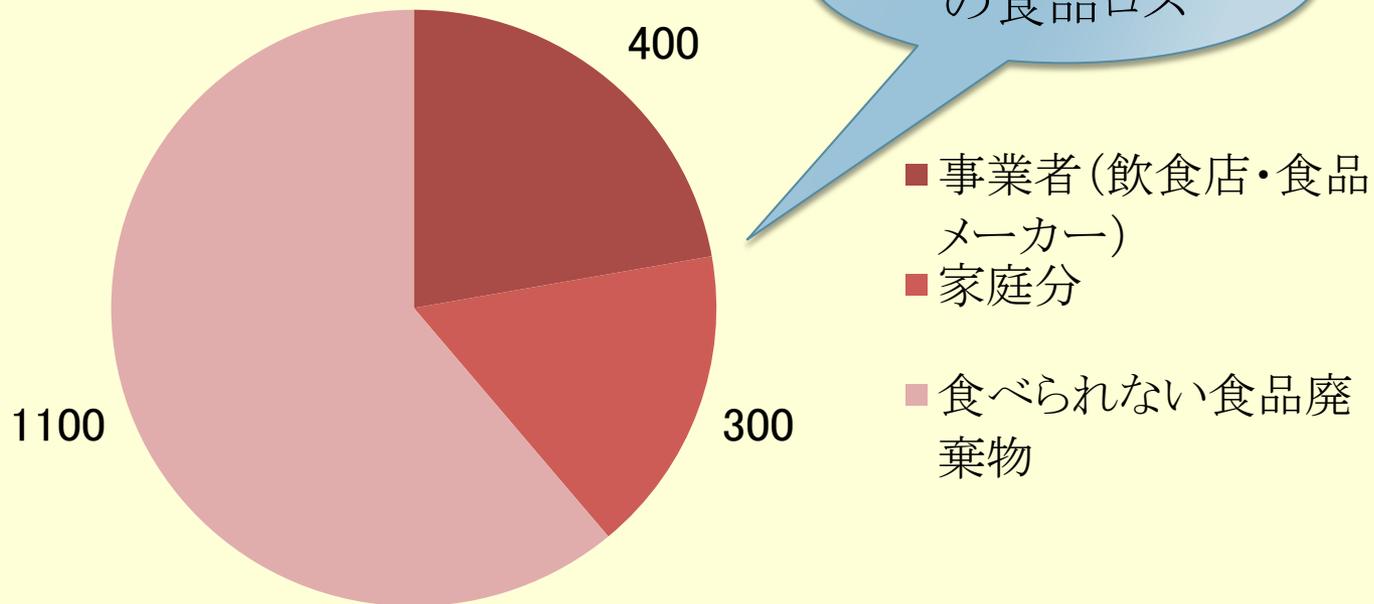
店頭での販売

店頭から撤去・  
値引きして販売

# 食品ロス①～食品ロスとは？

『事業者や家庭から出る食品廃棄物のうち、食べられるのに捨てられている食品』のこと。

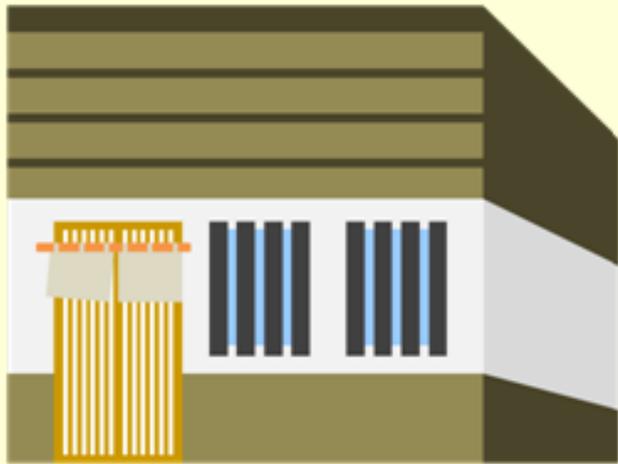
食品廃棄物の量(万トン)



(農林水産省HPより作成)

# 食品ロス②～どのような食品が食品ロスに？

食品メーカー



小売店



多めの在庫

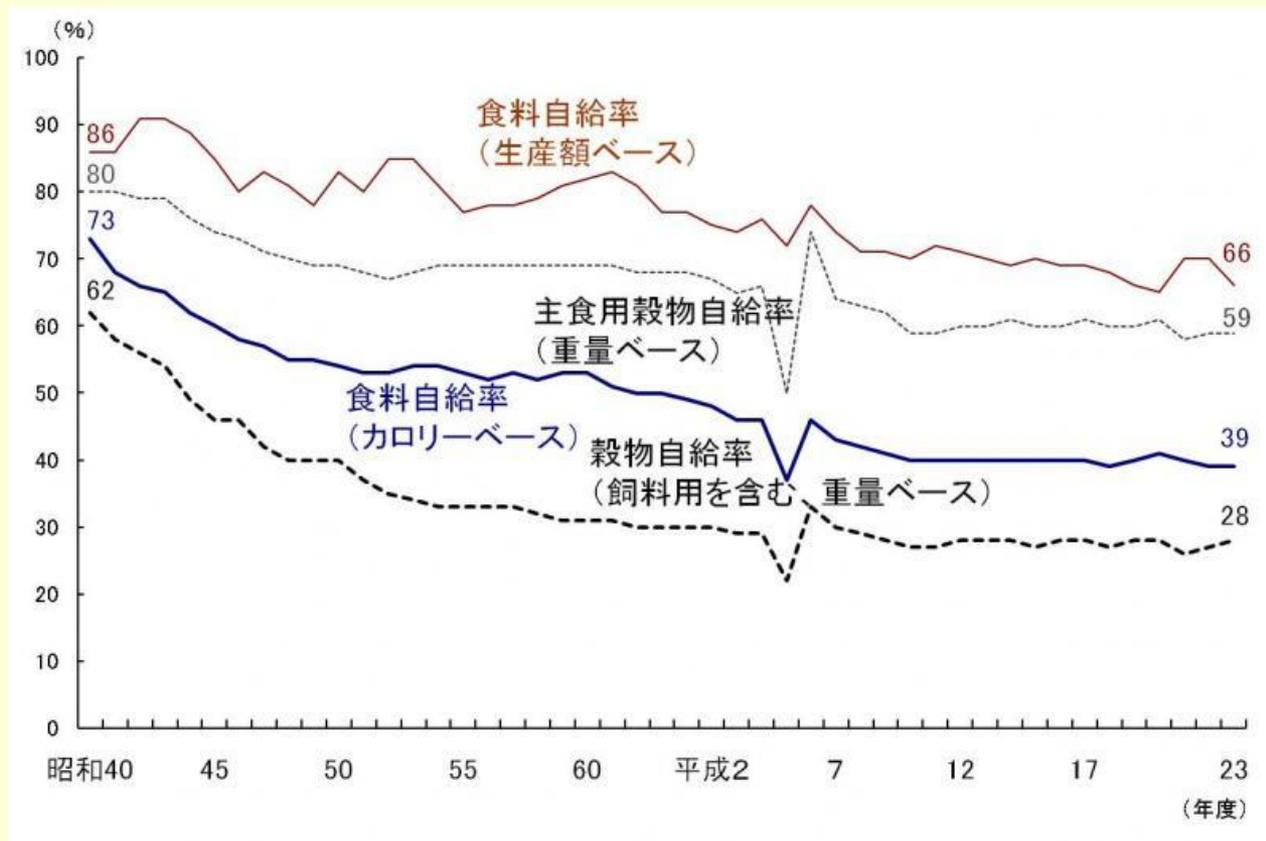
販売期限切れ

食品ロスの発生

企画外品の発生

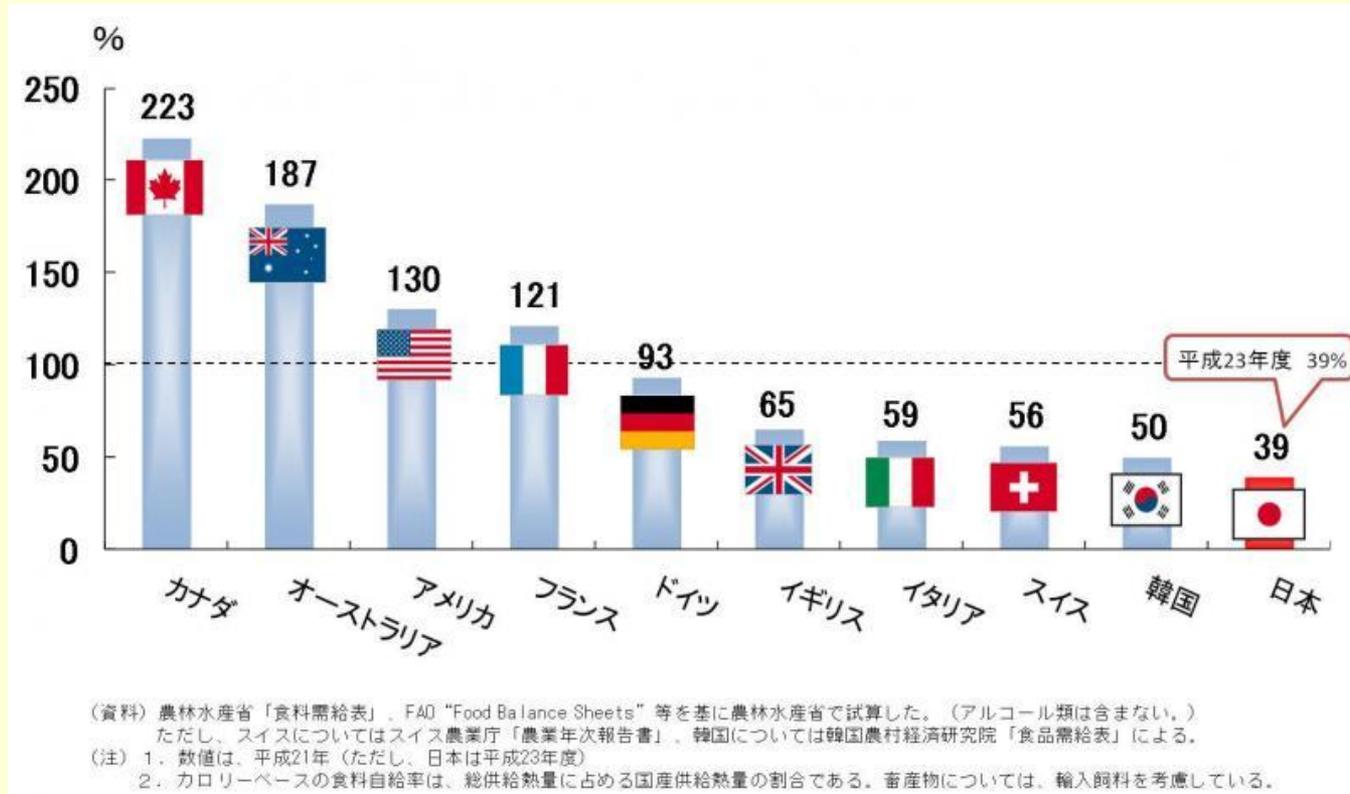
商品の定番カット

# 食品ロス③～食品ロスを減らすことの 必要性



→日本の自給率は年々低下している

# 食品ロス④～食品ロスを減らすことの 必要性



先進国の中でも食料自給率は圧倒的に低い  
→食品・食材を無駄なく使って行くことが必要！

# 食品ロス⑤～現在の取り組み

○農林水産省が、食品ロスの実態や削減目標を明確にし、それに向けて社内意識を向上させる。またそれを出来る限り公表するよう企業に勧告。

○見切り、値引き販売で売る努力をより一層進めて、値引きの理由や品質に問題がないことなど情報提供をする。

○フードバンクシステム・フードバンク運動  
(政策提言②)

# 政策提言

## ◆政策提言①

小売店における対策

## ◆政策提言②

食品メーカーにおける対策

→フードバンクの活用

# 政策提言①

## ◆小売店における対策

1. 消費者の意識改革

2. 小売店での販売期限の見直し

# 政策提言①

## 1. 消費者の意識改革

- 「なるべく賞味期限の長いものを手にする」という消費者の行動を変える

⇒ 店内にPOPを置き消費者に訴える

→ 具体的な数値を示すなどの工夫が必要

# 政策提言①

## 2. 小売店における販売期限の見直し

→ 3分の1ルールによって小売店における販売期限が設定されている

3分の1ルール  
(賞味期限3カ月の場合)

製造日

1カ月

納品  
期限

1カ月

販売  
期限

1カ月

賞味  
期限

メーカー  
⇒ 小売店

店頭での販売

店頭から撤去・  
値引きして販売

# 政策提言①

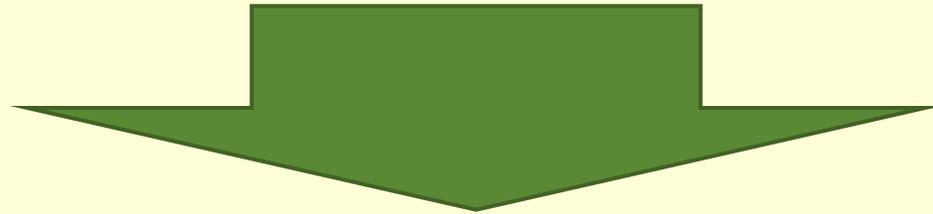
・すべての商品に3分の1ルールを適用することをやめる

⇒販売期限を商品の特性に合わせて柔軟に変更する

→賞味期限の長さを考慮したり, 売れ行きがよいものの販売期限を長めに設定するなど

## 政策提言②

食品メーカーで出てしまった食品ロスの活用を考える。



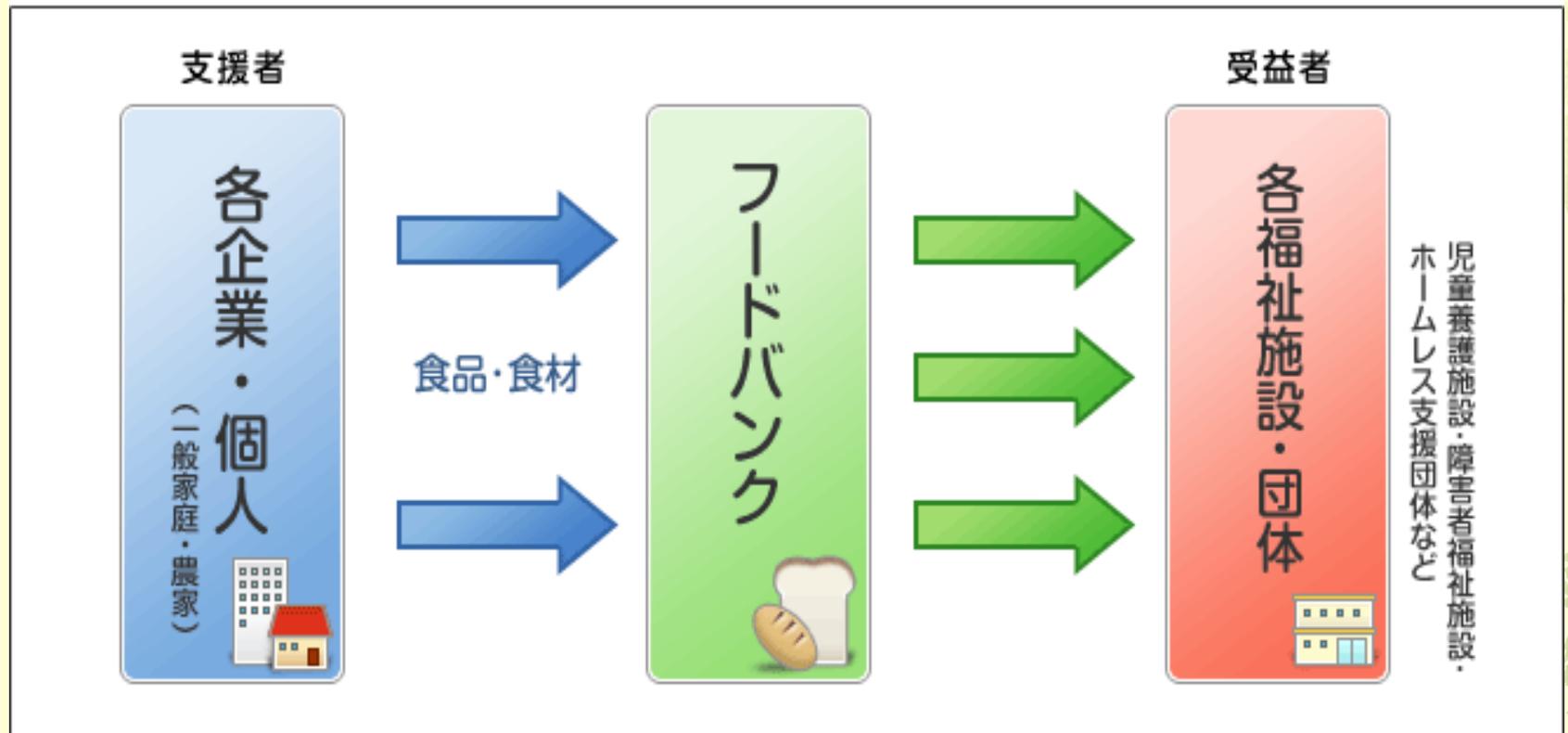
**フードバンクシステムの活用！！**

# フードバンクシステムとは・・・

- ◆ フードバンクとは、品質上は問題なく安心して食べられるにもかかわらず、規格外、包装ミスなどの理由で廃棄されてしまう食品(食品ロス)を、企業や農業関係者から提供を受け、福祉施設など食品を必要としているところにプレゼントする活動を行う団体です。賞味期限切れなど品質に問題のある食品は提供の対象としません。
- ◆ ＊アメリカでは約**200**ものフードバンクが存在し、年間**90**万トン近くの食品が提供されています。

# フードバンク関係図

フードバンク関係図



# 日本でのフードバンクシステム

- ◆ 日本国内でも2000年からスタートし、既に約15のフードバンクが存在すると言われている。食の安全保障確保、食品ロス軽減、企業の社会貢献を推進するコミュニティ・ビジネスとして、ここ数年大きな注目を集め、各マス・メディアで取り上げられている。また、フードバンクを普及させようと、農林水産省も補助金を始めた。

例) セカンドハーベストジャパン、フードバンク関西

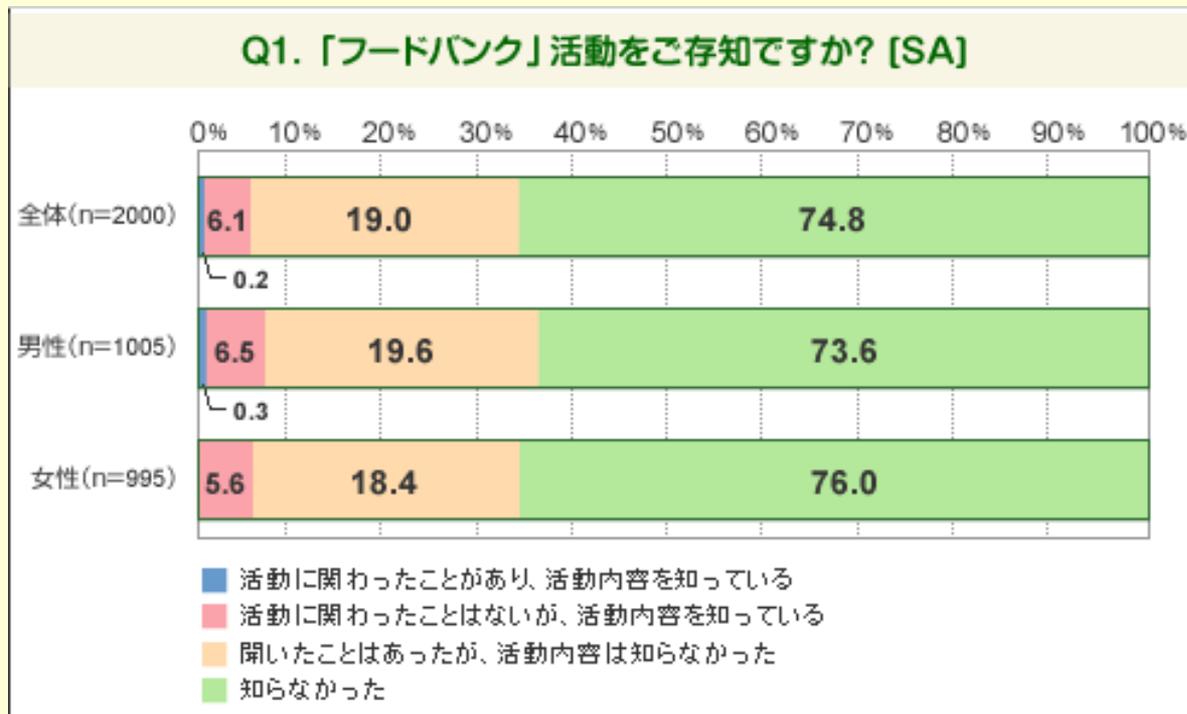
**しかし…まだまだ課題もたくさん。**



SECOND  
HARVEST  
セカンドハーベストジャパン

# フードバンクの課題①

- ◆ 企業、一般市民双方に認知度が低い



## 「フードバンク」活動の認知度

※インターネット調査 20～69歳 n=2000 (2009年11月実施)

# フードバンクの課題②

- ◆ 活動資金の確保

(フードバンク茨城では年間約300万もの費用)

<https://sites.google.com/site/fbibaraki/about-us/plan-budget>

- ◆ 企業、消費者の知名度が低い。

# そこで政策として。。。

- ◆ 知名度、資金の2つを一気に解決できるかもしれない方法

企業→フードバンクに食品ロスと共にお金を寄与(資金)

フードバンク→企業の宣伝

このサイクルを作る！！

# 企業側のメリット

- ◆ 生産した商品がただ廃棄にされることが避けられ、生産者側の士気が保たれる
- ◆ 廃棄にかかるコストが削減できる。
- ◆ 寄与した代わりに企業の宣伝がなされるため企業自体の知名度、高感度の上昇につながる

# フードバンク側のメリット

- ◆ フードバンク自体の知名度が上昇
- ◆ 安定した資金の確保
- ◆ 有名メーカーと提携することで信頼度も確立される

# 最後に...

- ◆ この政策は食品ロスの存在自体が経済的損失であるということを前提にしているため、それをなくすことが経済的にインセンティブがあると考える。
- ◆ 食品ロスの原因は多々あるが、今回は一番その解決が現実的であると思われる事業者からの廃棄を集中して考えた。

# 参考文献

- ◆ YOMIURIONLINE (<http://www.yomiuri.co.jp/job/biz/qanational/20121122-OYT8T00863.htm>)
- ◆ 農林水産省HP ([http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/foodbank/fukusi/index.html](http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank/fukusi/index.html))
- ◆ NPO法人フードバンク茨城 (<https://sites.google.com/site/fbibaraki/issues>)
- ◆ Wikipedia フードバンク (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%95%E3%83%BC%E3%83%89%E3%83%90%E3%83%B3%E3%82%AF>)
- ◆ Wikipedia セカンドハーベストジャパン (<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%BB%E3%82%AB%E3%83%B3%E3%83%89%E3%83%8F%E3%83%BC%E3%83%99%E3%82%B9%E3%83%88%E3%82%B8%E3%83%A3%E3%83%91%E3%83%B3>)
- ◆ セカンドハーベストジャパン (<http://2hj.org/>)

ご清聴ありがとうございました。

