

2019年9月17日 全6頁

「食品ロス削減」で知っておくべきこと（前編）

～食品ロス削減推進法と食品ロス削減に向けた取り組み～

経済調査部
主任研究員 市川拓也

[要約]

- 5月31日の公布日から半年以内とした食品ロスの削減の推進に関する法律（食品ロス削減推進法）の施行期限が近付いている。同法は、国、自治体、事業者の責務や消費者の役割、関係者相互の連携等を定め、国民運動として食品ロス削減を推進するものである。
- 基本方針が策定されていない現段階では、同法による国民生活への影響度合いや食品ロス削減の実現可能性については推測しようがないが、同法前文にSDGsへの言及があり、SDGsのターゲットとしては食料廃棄の半減が謳われていることから、方向性としてはこれに沿う形になろう。
- 食品ロス削減に向けた取り組みとしては、すでに企業による「1/3ルール」の変更等の商習慣の変更や、自治体が推進する「食べきり運動」等があり、すでに広がりつつある。
- しかし、今のところ食品ロス削減の明確な成果は確認されていない。食品関係事業者の対応にも限度があり、消費者が食品ロスに対して問題意識を持った上で実際に行動に移す必要がある。

はじめに

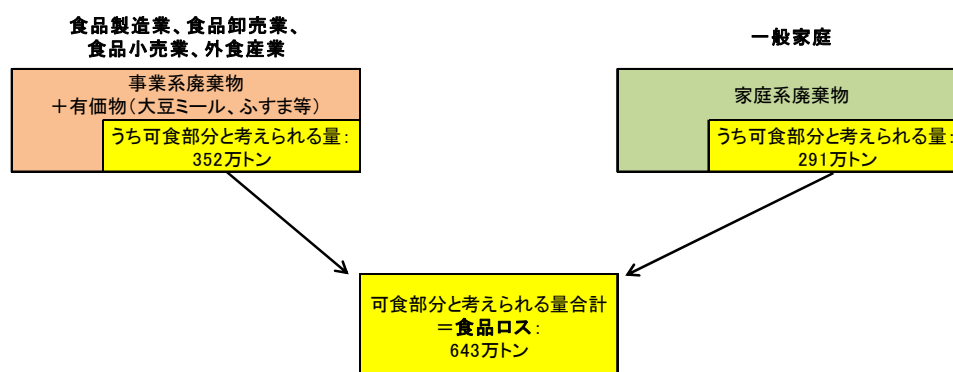
5月31日の公布日から半年以内とした食品ロスの削減の推進に関する法律（食品ロス削減推進法）の施行期限が近付いている。同法では10月を「食品ロス削減月間」とすることが定められ、特に10月30日を「食品ロス削減の日」とすることになっている。前編・後編からなる本稿では、食品のシェア（フードシェア）の視点も交えつつ、食品ロス削減をテーマとして取り上げることにする。

1. 食品ロス削減推進法と食品ロスの現状

(1) 食品ロス削減推進法

食品ロスとは、「本来食べられるのにも関わらず廃棄されている食品」¹を指す。食品ロスは食品製造業や食品流通業、外食産業で出されるほか、家庭でも生じる。こうした食べられるにもかかわらず廃棄される食品は、日本では事業系廃棄物及び有価物（大豆ミール、ふすま等）から 352 万トン、家庭系廃棄物から 291 万トン、合計で年間 643 万トン（2016 年度推計）に及ぶ（図表 1）。積載量 10 トンのトラックで考えれば、年間で 64.3 万台分となり、月間では 5.4 万台分に相当する。

図表 1 食品ロスの概念図



（出所）農林水産省「食品廃棄物等の利用状況等（平成 28 年度推計）＜概念図＞」を参照し大和総研作成

食品ロス削減推進法は 2019 年 5 月 24 日に可決・成立、同月 31 日に公布された。5 月 31 日の公布日から半年以内とした施行期限が近付いている。

同法は、図表 2 にある通り、国、自治体、事業者それぞれの責務を明確化させるとともに、消費者の役割、関係者相互の連携及び協力を定め、国民運動として食品ロス削減を推進するものである。冒頭で述べたように、10 月を「食品ロス削減月間」とし、10 月 30 日を「食品ロス削減の日」とする他、内閣府に食品ロス削減推進会議を設置することが定められている。

また、基本的施策として、消費者、事業者等が食品ロス削減に理解と関心を深め、取り組みを促進するよう国・自治体が教育・学習の振興、普及・啓発等の必要な施策を講ずること等が盛り込まれている。

しかし、同法では食品ロス削減推進会議が基本方針の案を作成し、都道府県・市町村は基本方針を踏まえた食品ロス削減推進計画を定めるよう努めることになっているため、現段階ではその先につながる国民生活への影響度合いや食品ロス削減の実現可能性については推測しづらい。

¹ 閣議決定「第四次循環型社会形成推進基本計画」（平成 30 年 6 月）（別紙 3 注釈 9）

図表2 食品ロス削減推進法における責務等

国の責務	国は、食品ロスの削減に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。
地方公共団体の責務	地方公共団体は、食品ロスの削減に関し、国及び他の地方公共団体との連携を図りつつ、その地域の特性に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。
事業者の責務	事業者は、その事業活動に関し、国又は地方公共団体が実施する食品ロスの削減に関する施策に協力するよう努めるとともに、食品ロスの削減について積極的に取り組むよう努めるものとする。
消費者の役割	消費者は、食品ロスの削減の重要性についての理解と関心を深めるとともに、食品の購入又は調理の方法を改善すること等により食品ロスの削減について自主的に取り組むよう努めるものとする。
関係者相互の連携及び協力	国、地方公共団体、事業者、消費者、食品ロスの削減に関する活動を行う団体その他の関係者は、食品ロスの削減の総合的かつ効果的な推進を図るため、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。

(出所) 食品ロスの削減の推進に関する法律

ただし、方向性は定まっていると言える。同法の前文には「食品ロスの問題については、二千十五年九月二十五日の国際連合総会において採択された持続可能な開発のための二千三十アジェンダにおいて言及されるなど、その削減が国際的にも重要な課題」との文言が盛り込まれている。2015年9月の国連総会で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にはSDGs（持続可能な開発目標）として「目標12. 持続可能な生産消費形態を確保する」が盛り込まれ、その下のターゲットには「12.3 2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。」がある²。このことから、これに沿って食品ロス削減を推進することになる。

すでに第四次循環型社会形成推進基本計画（閣議決定、2018年6月）では家庭系の食品ロス量について、2030年を目標年次として数値目標を2000年度の半減とすることが掲げられている。また、事業系の食品ロス量に関しては食品リサイクル法（食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律）の基本方針（2019年7月12日告示）に2030年度までに2000年度比で半減させる目標が定められている。食品ロス削減法を通じ、食品ロス削減がこれらの実現に向けて強力に推進されることになる。

2. 削減への取り組み

(1) 食品サプライチェーンの商慣行と改善への取り組み

食品ロス削減の一層の推進には、サプライチェーン全体を通じた取り組みが欠かせない。食品ロスを発生させる原因が、食品製造業者や卸売業者、小売業者といった食品関係事業者の個々の努力で解決できない商習慣によるものもあるためである。

食品関係事業者における商習慣の代表的なものとして「1/3ルール」が挙げられる。「1/3ルール」とは、例えば6か月の賞味期限がある商品であれば小売業者に受け入れられるためには4

² 外務省「2015年9月25日第70回国連総会で採択 我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」（仮訳）（公益財団法人 地球環境戦略研究機関(IGES)作成による仮訳をベースに編集）

か月以上の賞味期限が必要となるというものである。期限を満たさない分は市場に出回らない可能性が高く、その分、廃棄量の増大を促すことにつながる。

もう一点の食品ロスを生む商慣行として挙げられるのが、賞味期限の日付逆転商品の受け入れ拒否である。同一商品でも賞味期限が前の商品を小売業者が納入業者から受け付けないというものである。消費者が賞味期限が遅い商品を選択して購入する傾向にあるとすれば、小売業者の対応としてはやむを得ない面もあるが、賞味期限内であっても相対的に古い商品が市場に出回らないまま廃棄される可能性がそれだけ高くなる。

これらの商慣行の改善に向けては、「食品ロス削減のための商慣行検討ワーキングチーム」³で2012年10月から検討が行われてきた。2013年3月には中間とりまとめが公表され、この中ですでに「賞味期限の1/2残し」への変更や、賞味期限が長い品目の「年月」表示への変更等が言及されている。「1/3ルール」に関しては、最近では農林水産省のプレスリリース（平成31年4月12日）⁴にて、納期期限緩和に取り組む企業として、総合スーパー主要16社のうち10社、食品スーパー971社のうち19社、コンビニエンスストア全体のうち8社を公表したように、業態によっては緩和が進んでいる状況にある。報道等によると、年月表示についても広がりつつあるようである。

（2）自治体の取り組み

食品ロス削減の動きは自治体の間でも広がりを見せている。中でも福井県から始まった「食べきり運動」は全国的に広まり、各自治体は飲食店等と独自の展開を行っている。各種の「食べきり運動」は、その名の通り、残さずに食べきろうというもので、小盛りメニューの導入等の登録要件を満たす店舗が、協力店としてステッカー等を貼るといったものが一般的である。全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会への参加自治体数は、2019年9月12日時点で401にも及んでいる⁵。

また、食べきり運動の一種ではあるが、長野県松本市発祥の「30・10（さんまるいちまる）運動」も複数の自治体で行われている。宴会時に最初の30分間と終わりの10分間にしっかり食べることで食品ロスの削減を図るものである。また、農林水産省、消費者庁、環境省、全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会が、こうした自治体の運動を推進すべく、忘年会・新年会のシーズンである12月から翌年1月にかけて、外出時の「おいしい食べきり」全国共同キャンペーンを実施している。

自治体にとって食品ロス削減は、処理すべきごみの量を減らすことに直結する。このことが

³ 食品製造業・食品卸売業・食品小売業の各業界団体から推薦された企業が参加し、財団法人流通経済研究所（当時）が事務局を務めることで発足。

⁴ 農林水産省ウェブサイト「食品ロス削減に向けた納品期限緩和の取組の進捗と今後の展開について」（ワーキングチーム事務局（公益財団法人流通経済研究所）（平成31年3月末時点）調べ）
<http://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/kankyoi/190412.html>

⁵ 全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会ウェブサイト
<https://info.pref.fukui.lg.jp/junkan/tabekiri/network/>

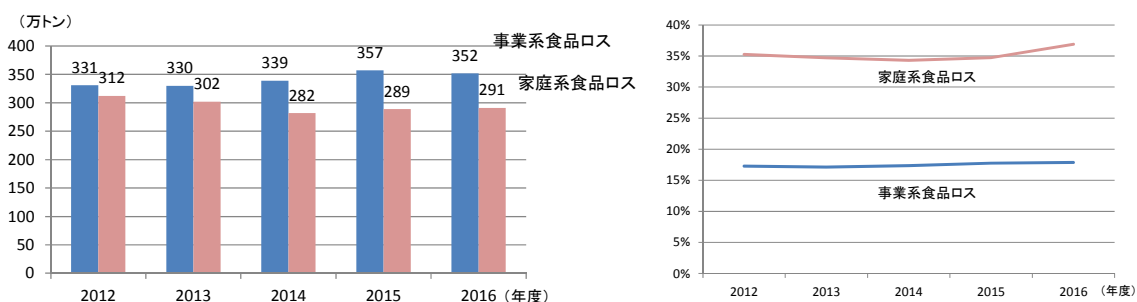
自治体の積極的な取り組みを促していると考えられる。

3. 食品ロスの現状と消費者

(1) 食品ロスの現状

図表3（左）は食品ロスの近年の量を見たものである。家庭系食品ロスが2012年度から2014年度にかけて減少しているが、その後は微増しており、事業系・家庭系ともに減少傾向にあるとは言えない。図表3（右）の廃棄物等における食品ロスの割合を見ると、事業系食品ロスが17%台で推移しているのに対し、家庭系は2015年度まで35%程度で推移し、2016年度には37%近くに上昇している。直近の値が2016年度であり、上記の取り組みの成果が足下でどの程度反映されるかはわからないが、図表3からは少なくとも明確な成果は確認されない。

図表3 食品ロスの推移（左）、食品廃棄物等に占める食品ロスの割合の推移（右）



（筆者注）事業系食品ロスは事業系廃棄物及び有価物における食品ロス、家庭系食品ロスは家庭系廃棄物における食品ロスを指す。

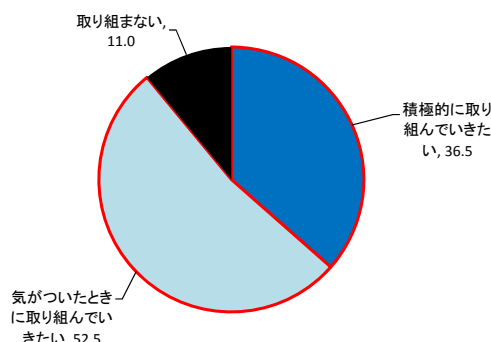
（出所）農林水産省「食品廃棄物等の利用状況等＜概念図＞」（各年度推計）より大和総研作成

食品関係事業者の自助努力で食品ロス削減を図るには限度がある。例えば飲食店であれば、顧客の食べ残しは廃棄せざるを得ず、昨今問題となっているノーショウ（予約後、キャンセルせずに現れない）も食材を無駄に廃棄する要因となる。家庭で生じる食品ロスに対して、食品関係事業者が削減を働きかけるのは難しい。やはり、食品ロス削減推進法の消費者の役割にあるように、消費者が食品ロス削減の重要性への理解と関心を深め、食品ロス削減について自主的に取り組む必要がある。

(2) 消費者の心理と行動

図表4は食品ロスに関する消費者庁の調査結果である。食品ロスを減らすために今後どのように取り組もうと思うかについて尋ねたところ、「積極的に取り組んでいきたい」が36.5%、「気がついたときに取り組んでいきたい」が52.5%と合計89.0%にも上っている。消費者の多くが食品ロス削減の取り組みを行う意思を有していることがわかる。

図表4 食品ロスを減らすための今後の取り組み (%)

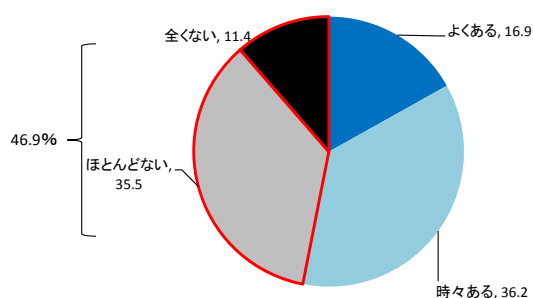


(注) n=3,000

(出所) 消費者庁消費者政策課「平成 30 年度 消費者の意識に関する調査 結果報告書 —食品ロスの認知度と取組状況等に関する調査—」(平成 31 年 4 月) より大和総研作成

しかし、消費者が実際の行動に移すのは容易ではない。図表5は上記調査において、スーパーやコンビニでの「食品ロス」発生を減らすために、商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品を購入することがあるか尋ね、食品ロス問題を知っている人について集計したものである。「全くない」が11.4%と「ほとんどない」が35.5%であり、否定的な回答が合わせて46.9%に及んでいる。食品ロス問題を知っている人のすべてが食品ロス削減に取り組もうとしているとは限らないものの、問題を認識しつつも多くが実際には行動に移せていない様子が見えてくる。

図表5 食品ロスを知っている人の商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品の購入 (%)



(注) n=2,236

(出所) 消費者庁消費者政策課「平成 30 年度 消費者の意識に関する調査 結果報告書 —食品ロスの認知度と取組状況等に関する調査—」(平成 31 年 4 月) より大和総研作成

商品棚の例は一例であるが、SDGs 達成に向け食品ロス削減を着実に進めるには、食品関係事業者に加えて、消費者自身が行動に移すことが重要である。その意味でも国民運動として食品ロス削減を推進する食品ロス削減推進法の施行が待たれるところである。

後編では、消費者が食品ロス削減を実行できる「フードシェア」等について触れることとする。