事　務　連　絡
令和４年 11 月１日

出店企業の皆様へ

（公財）日本食肉流通センター

物価高騰の中での期限内食品の有効活用について【協力依頼】

日頃から当センターの業務運営につきまして、格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

農林水産省から、物価高騰の中での期限内食品の有効活用について協力依頼がありましたので、お知らせします。

関係団体各位

農林水産省　畜産局　食肉鶏卵課

お世話になっております。農林水産省外食・食文化課食品ロス削減・リサイクル班より、「物価高騰の中での期限内食品の有効活用について」お知らせです。
物価高騰の中での期限内食品の有効活用について、周知の御願いがございます。

本年９月９日の総理出席の物価・賃金・生活総合対策本部において、農林水産大臣から、賞味期限・消費期限内の内食品ロスの最小化対策の強化について方針を示し、９月 29 日には、農林水産大臣の出席によりフードバンク全国団体等及び食品関連事業者との意見交換会を行い、食品関連事業者宛てに大臣名メッセージを出したところです。

つきましては、この内容を、各食品関連の団体様を通じて、各食品関連事業者への周知をさせていただきたく、添付の文書を、団体会員各位へご周知頂ければと思います。お忙しいところ大変恐縮ですが、どうぞよろしくお願いいたします。

御不明な点等ございましたら、
農林水産省外食・食文化課食品ロス削減・リサイクル班（担当：岸田、浅田、髙橋、電話番号：03-6744-2066）にお問合せください。

どうぞよろしくお願いいたします。

４新食第 1636 号
令和４年 10 月 27 日

食品製造・卸・小売・外食等関係団体の長　殿

農林水産省大臣官房総括審議官（新事業・食品産業）

物価高騰の中での期限内食品の有効活用について

我が国においては、年間 522 万トンの食品ロスが発生していると推計されており、これを削減することが重要な社会的課題となっています。

あわせて、食品原材料価格が高騰する中、コストの削減と値上げ幅の緩和を図っていくためには、期限内食品を消費者に売り切り、それでも発生する期限内食品を生活困窮者に寄附していくことが社会全体で強く求められています。

このような問題意識の下、本年９月９日の物価・賃金・生活総合対策本部において、農林水産大臣から、期限内食品ロスの最小化対策の強化について方針を示したところです。

また、９月 29 日には、フードバンク全国団体等及び食品企業の関係者間での意識と課題の共有をするための意見交換会を開催しました。

意見交換会では、農林水産大臣から、以下を内容として、食品製造流通事業者の皆様へのメッセージを発出しました（詳細は別添のとおり）。

①　厳しい納品期限を見直すこと
②　賞味期限の安全係数は 0.8 以上を目安とすること
③　賞味期限が３ヵ月を超える食品の賞味期限表示の「年月」の大括り表示を行うこと
④　期限内にもかかわらず消費者への販売に至らない食品をフードバンクやこども食堂に寄附すること
⑤　企業の定期情報開示において、食品ロス削減の取組を情報発信すること

つきましては、貴団体におかれては、この内容についてご了知いただきますとともに、こうした取組の実施について、既に取り組まれている事業者はその一層の推進を、まだ取り組まれていない事業者は、改めてその実施をお願いするよう、会員各位にご周知いただきますようお願いいたします。

（添付資料）

別添　　食品製造流通事業者への大臣名メッセージ

参考１　９月９日物価・賃金・生活総合対策本部農林水産省提出資料

参考２　大臣名メッセージに関する参考資料

参考３　９月 29 日意見交換会におけるフードバンク団体からの配布資料

農林水産省ウェブページ「物価高騰の中での期限内食品の有効活用に関する意見交換会」の開催について
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/kigyo_fb_ikenkoukan.html

［大臣名メッセージ］

食品製造流通事業者の皆様へ

別添

期限内食品はすべて消費者へ

食品原材料価格が高騰する中、**コストの削減と値上げ幅の緩和**を図っていくためには、期限内食品を消費者に売り切っていくこと、またあわせて、それでも発生する期限内食品を**生活困窮者に寄附**していくことが社会全体で強く求められています。これらはいずれも食品ロスの削減にも貢献するものであります。

これを進めるためには、**「期限内食品はすべて消費者に届ける」との思いの下、川上から川下までの関係者が、共に取り組んでいく**ことが不可欠です。社会経済環境が厳しい中、食品の安定供給を担う農林水産大臣として、改めて、納品期限の緩和をはじめとする以下の取組を徹底し、また、拡大していただくようお願い申し上げます。

（食品小売・卸売事業者の皆様へ）

① 納品業者に対して**厳しい納品期限**を求めていませんか。未だに３分の１ルールをとっている場合は直ぐに緩和してください。

（食品製造事業者の皆様へ）

② 賞味期限の**安全係数**を過度に低く設定していませんか。安全係数は 0.8 以上を目安としてください。

③ 賞味期限が３カ月を超えるものを「年月日」の表示にしていませんか。**「年月」の大括り表示**にしてください。

（全ての食品製造流通事業者の皆様へ）

④ 期限内であるにもかかわらず消費者への販売に至らない食品は、**フードバンクや子ども食堂に寄附**してください。提供に要する費用は損金算入もできます。

⑤ 有価証券報告書・統合報告書において、フードバンクへの寄附等食品ロス削減に関する**それぞれの取組を世の中に向けて発信**してください。

令和４年９月 29 日

農林水産大臣　野村哲郎

参考資料１

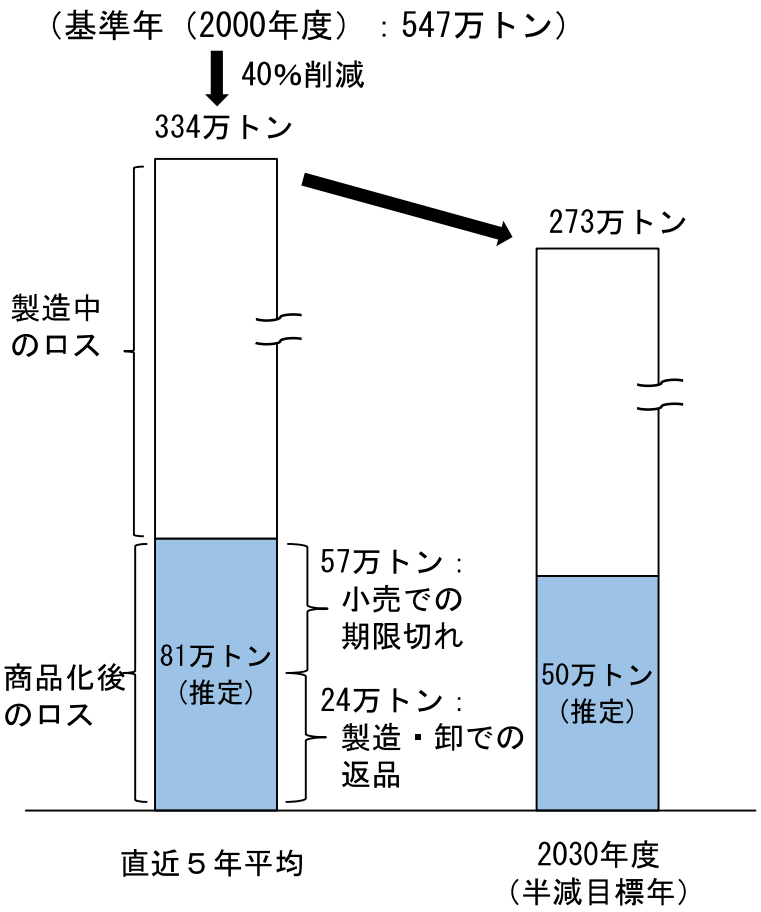
（令和４年９月９日物価・賃金・生活総合対策本部　農林水産省提出資料）

期限内食品ロス最小化対策の強化について

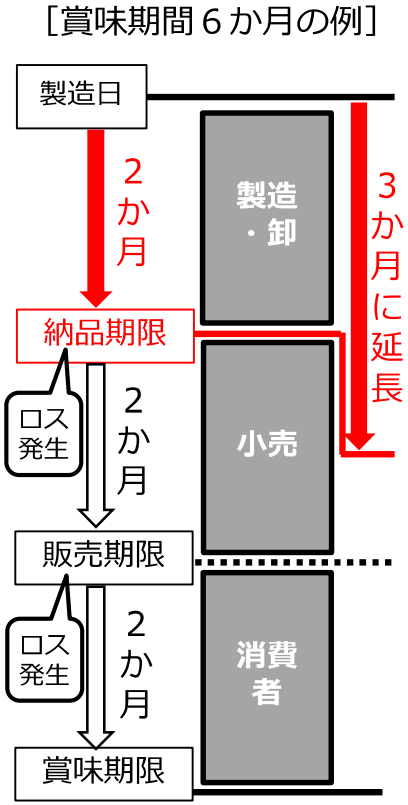
○　10月の食品ロス削減月間を中心に、特に期限内食品のロスに関して、以下の取組を経営層に強力に要請し、食品の製造、流通、販売コストを抑制する。
①　厳しい納品期限（３分の１ルール）等の商慣習の見直し
②　企業の定期情報開示における食品ロス削減の取組状況に関する記載

○　それでも発生する賞味期限内食品については、フードバンクや子ども食堂への寄附が進むよう企業とフードバンクとのマッチングやネットワークの構築を官民協働で推進し、生活困窮者支援にも貢献。

〔事業系の食品ロス〕



対策の強化



《商品化後のロス削減の取組》

①厳しい納品期限（３分の１ルール）等の商慣習の見直しを経営層に強力に要請

②企業の定期情報開示における食品ロス削減の取組状況に関する記載を経営層に要請

③消費者の行動変容を官民協働で啓発

④賞味期限の延長、AIを活用した需要予測の精緻化等民間等が保有する新たな技術・手法の導入、新商品の開発促進

《上記を実施しても発生する期限内食品ロスへの対応》

⑤製造事業者や物流事業者とフードバンクとのマッチングやネットワークの構築を官民協働で推進

⑥フードバンク等における保管、運搬、人員の確保方策の収集・共有

（ろすのん）

参考資料２

（大臣名メッセージに関する参考資料）

物価高騰の中での期限内食品の有効活用に関する意見交換会 参考資料

令和４年９月

農　林　水　産　省

新事業・食品産業部

①納品期限の緩和
（３分の１ルールの見直し）

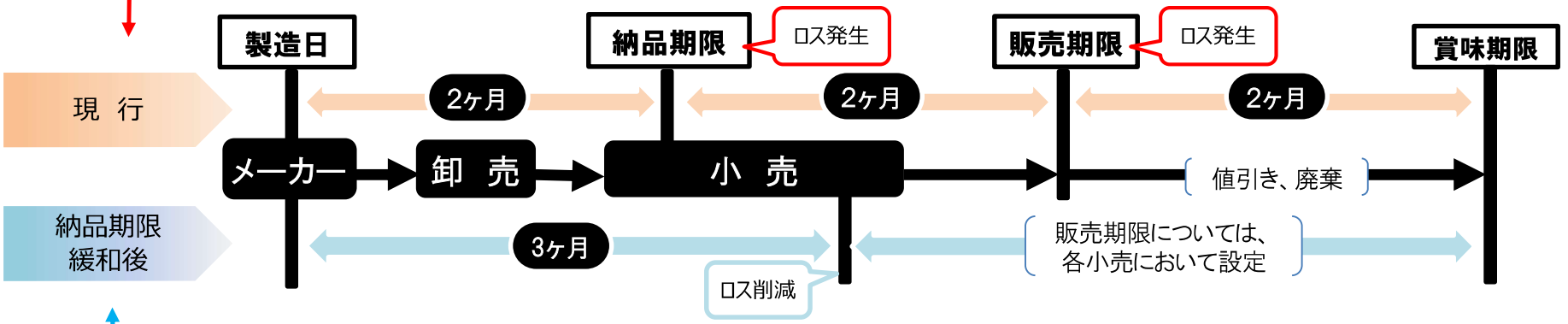
納品期限の緩和（３分の１ルールの見直し）

✓ 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３等分して商慣習として設定される場合（いわゆる３分の１ルール）が多く、食品廃棄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。

※　賞味期間６ヶ月の例

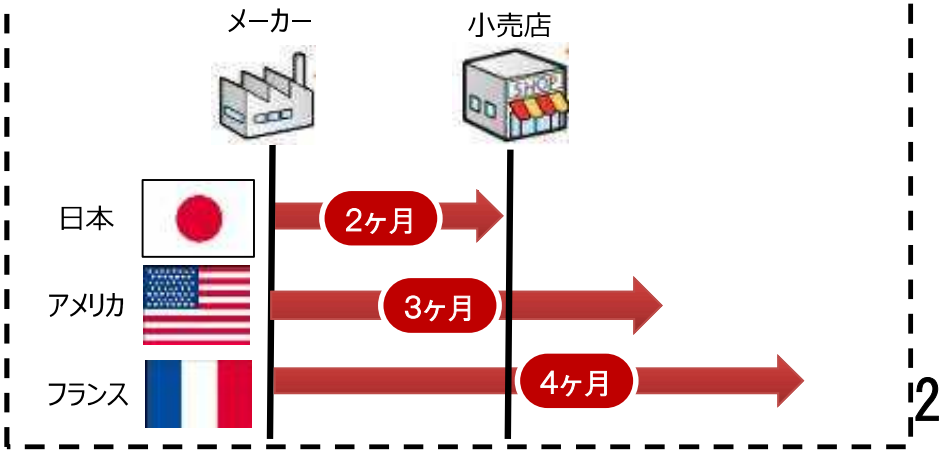
卸･小売からメーカーへの返品　年間562億円
小売から卸への返品年間247億円*

※製･配･販連携協議会資料（H29年度推計）を基に作成



メーカー　:返品、未出荷廃棄の変化
卸　　売:納品期限切れ在庫、返品、
　　廃棄/転送の変化
小　　売:販売期限切れ在庫の変化

※　諸外国との納品期限に関する比較（賞味期間6か月の場合）



納品期限緩和に取組む事業者（令和３年10月時点）

納品期限を緩和（または予定）している小売事業者（186事業者）

※うち、公表可能154事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【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13社

【コンビニエンスストア（CVS）】
国分グロサーズチェーン、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】
あいコープみやぎ、一宮協、いばらきコープ生協、大阪いずみ市民生協、おおさかパルコープ、京都生協、コープえひめ、コープあいち、コープぎふ、コープぐんま、コープこうべ、コープさっぽろ、CO･OPとやま、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、ならコープ、全日本海員生協、竹原生協、東都生協、とちぎコープ生活、トヨタ生協、なのはな生協、パルシステム福島、福井県民生協、福祉クラブ生協、生協ぷちとまと、三井造船生協、生協ユーコープ、コープ九州事業連合、東海コープ事業連合　　計33社

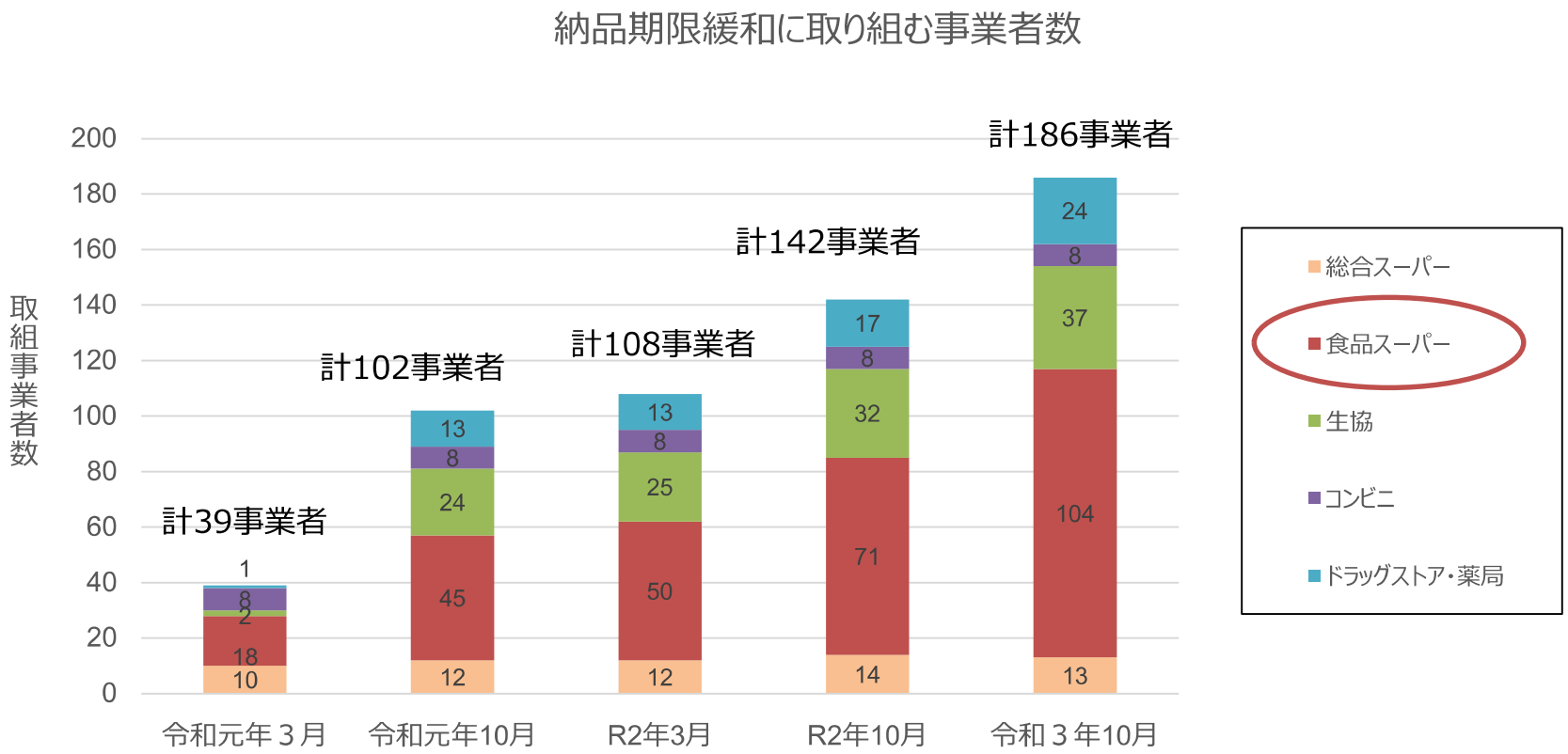
【ドラッグストア・薬局】
イチワタ、イヌイ、ウエルシア薬局、内山薬品佐々木薬局、
クスリのサンロード、クスリのマルエ、ココカラファインヘルスケア、コメヤ薬局、
サッポロドラッグストアー、下川薬局、太陽堂、ツルハ、奈良ドラッグ
計13社

【食品スーパー（SM）】
アオキスーパー、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、イズミヤ、一小イチコ、ウオロク、遠鉄ストア、オークワ、
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、紀ノ國屋、ぎゅーとら、キューピット、サニーマート、
サミット、サンショウ、サンプラザ、サンマート、シェルガーデン、
城山ストアー、新鮮マーケット、スーパーナショナル、スーパー細川、
スズキヤ、セブンスター、第一スーパー古間店、タカヤナギ、
中央スーパー、天満屋ストア、東急ストア、東光ストア、道東アークス、
東武ストア、道北アークス、とりせん、西鉄ストア、西山寛商事、
ハピー、原信ナルスオペレーションサービス、ハルタ、バロー、
ＰＯＷＥＲＳシバタ、ファミリーマートさとう、福原、フジマート四国、
フレスタ、ベルジョイス、豊月、マイヤ、マエダ、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、マルイ、丸市岡田商店、マルエー、丸久、マルト商事、
マルミヤストア、マルヤ、万惣、光洋、明治屋食品、ヤオコー、ヤオハン、
ヤマナカ、ユニバース、ゆめマート北九州、ゆめマート熊本、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、ワイストア
　計87社

【参考】取組事業者数の推移
令和2年 10月時点　　：142事業者（うち公表企業108社）
令和２年 ３月時点　　：108事業者（うち公表企業100社）
令和元年10月時点　　：102事業者（うち公表企業 94社）
平成31年３月時点　　：　39事業者（うち公表企業 39社）

納品期限緩和に取組む事業者の推移

- ✓ 当初は大手の総合スーパー・コンビニエンスストア中心に取組が進捗。
- ✓ 直近では食品スーパーを中心に取組が拡大し、全体の取組事業者数が増加。



※ 令和３年10月の186事業者のうち、６事業者は、賞味期限が一定日数以上のすべての加工食品で緩和。

②賞味期限表示における
安全係数について

賞味期限表示における安全係数について

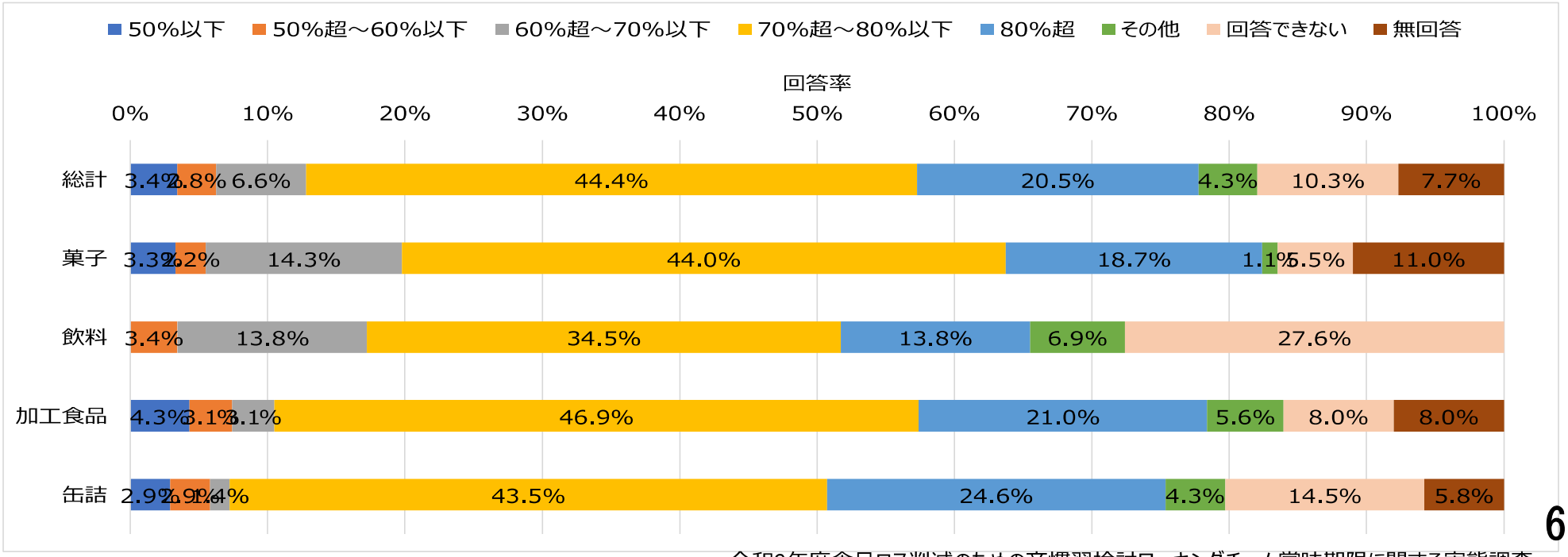
- ✓ 賞味期限表示における安全係数は、0.8以上を目安に設定することが規定されている。
- ✓ 事業者アンケートでは、６割以上が0.7超で設定。

食品表示基準Ｑ＆Ａ（食品表示法）平成27年３月（最終改正 令和２年７月16日消食表第273号）

（消費期限又は賞味期限関係）
（加工ー22）加工食品に賞味期限を設定する場合、安全係数についてはどう設定すればいいのでしょうか。

（答）
客観的な項目（指標）に基づいて得られた期限に対して、一定の安全をみて、食品の特性に応じ、１未満の係数（安全係数）を掛けて期間を設定することが基本です。なお、安全係数は、個々の商品の品質のばらつきや商品の付帯環境などを勘案して設定されますが、これらの変動が少ないと考えられるものについては、0.8以上を目安に設定することが望ましいと考えます。また、食品ロスを削減する観点からも、過度に低い安全係数を設定することは望ましくないものと考えます。
過度に低い安全係数で期限を設定した後、在庫を解消するために、期限の貼替えを行い、消費者に誤解を与えた事例もあることから、適切な安全係数を設定することが重要です。

貴社の賞味期限設定に用いられている安全係数として、もっとも代表的な値に近いものをお教えください〔１つだけ○〕



令和3年度食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム賞味期限に関する実態調査

③賞味期限表示の大括り化
（年月表示化）

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～)
- ✓ 年月表示にしたとき、「日」が「切り捨て」となることから、納品期限が厳しいままでは取組困難。

【賞味期限表示の年月表示化の実施状況】

カテゴリー	商品数	大括り化済	今後の予定
清涼飲料	2,009	824	94
菓子	9,546	2,607	113
レトルト食品	2,025	350	423
調味料	6,907	371	1
合計	20,487	4,152	631

Ｒ３年度流通経済研究所調べ(Ｒ３年６月末時点)

【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：全国清涼飲料連合会】
平成30年9月に「食品ロス発生抑止・削減に向けた賞味期限の年月表示に関する清涼飲料水自主ガイドライン」を公表し、業界全体としての年月等表示化を推進

【事例３：全日本菓子協会】
賞味期限の延長と年月表示化について、毎年各社の進捗状況を調査しつつ実施を呼びかけ。

【事例４：味の素株式会社】
賞味期間1年以上の家庭用製品のうち、賞味期限の表示を「年月日」から「年月」へ変更する対象品目を平成29年8月より拡大し、併せて賞味期限を延長。

2020.09.14

2020.08

（参考）事例：賞味期限表示の年月表示化

✓ 食品ロス削減に向けた賞味期限表示の年月表示化等の事例について、具体的取組や効果、留意点、実行スケジュール等をとりまとめ、公表（令和２年10月）

【掲載HP】https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/shoumizirei.html

＜掲載事例（抜粋）＞

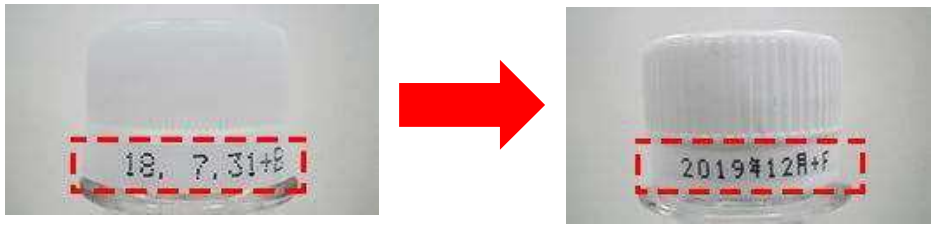
アサヒ飲料株式会社（飲料）

年月表示化による効果

・商品管理区分が月単位にまとまることで、**保管スペース・保管作業が効率化**。
・在庫移動が柔軟になり、食品ロス発生リスクが低減

実施方法・実施にあたって留意した点

・賞味期限を8ヶ月まで延長できるものは、十分な検証をした上で**賞味期限を延長**
・印字ミス防止：対象品目を徐々に切り替えることで、設備変更に起因する印字ミスの発生を防止



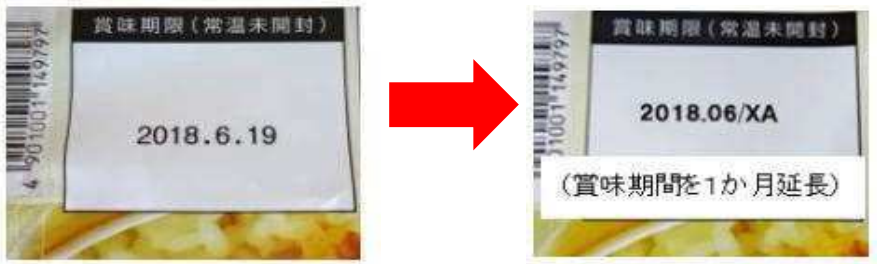
味の素株式会社（加工食品）

年月表示化による効果

・商品管理区分が月単位にまとまることで、
①検品時間が効率化し納品時間が減少
②在庫調整がしやすくなり、災害への対応力が向上
・在庫を月単位で管理できるようになり、**在庫の偏在を防ぐための拠点間配送が減少**

実施方法・実施にあたって留意した点

・賞味期限が１年以上の家庭用製品を対象に、**現行期間を原則１カ月以上延長できることを確認**し、年月表示化を実施
・消費者からの問合わせには、「フードロス削減の取組である」ことを説明し、納得いただいた



賞味期限表示の大括り化に取り組む事業者（令和３年10月時点）

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）製造事業者（223事業者）

※うち、公表可能127事業者（赤字：今回新たに掲載する事業者）

【清涼飲料】
アサヒ飲料、味の素AGF、伊藤園、大塚製薬、花王、カゴメ、キーコーヒー、キリンビバレッジ、サントリー食品インターナショナル、ジャスティス、ダイドードリンコ、富永貿易、日本コカ・コーラ、ハウスウェルネスフーズ、富士ミネラルウォーター、ブルボン、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、明治
計18社

【レトルト食品】
アサヒグループ食品、味の素、江崎グリコ、サンハウス食品、清水食品、宝食品、津田商店、天狗缶詰、にしき食品、日本水産、万直商店、三菱食品、ミヤカン、明治、山形ライスファーム２１（工房とかちや）、ヤマキ、ヤマモリ、米屋
計18社

【菓子】
芥川製菓、アサヒグループ食品、岩塚製菓、江崎グリコ、オークラ製菓、大塚製薬、おやつカンパニー、カルビー、カンロ、クラシエフーズ、湖池屋、ジャパンフリトレー、新野屋、扇雀飴本舗、丹波農産、日清シスコ、ネスレ日本、ノーベル製菓、ハース、パイン、平松商店、不二家、ブルボン、北陸製菓、松永製菓、明治、森永製菓、モロゾフ、ヤマザキビスケット、有楽製菓、リキ・コーポレーション、龍角散、ロッテ、お菓子の日進堂
計34社

【調味料】
味の素、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、正田醤油、真誠、ときわや醤油、直源醤油、ハウス食品、富士ミネラルウォーター、フンドーキン醤油、ヘテパシフィック、ヤマキ、ヤマモリ、吉村醸造
計18社

【風味調味料】
味の素、ヤマキ、ヤマモリ　計３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、朝日、アサヒグループ食品、旭松食品、味の素、味の素AGF、アヲハタ、五十川、伊藤園、伊之助製麺、今津、ウーケ、江崎グリコ、エスビー食品、大塚製薬、オタフクソース、尾張製粉、カドヤ、キユーピー、キリンホールディングス、くみあい食品工業、国分グループ本社、小嶋屋総本店、サッポロビール、サラダクラブ、サン海苔、三洋通商、三和缶詰、椎茸井出商店、静岡ジェイエイフーズ、清水食品、白石興産、真誠、髙木商店、宝食品、竹本油脂、（有）玉木製麺、丹波農産、銚子東洋、通宝、津田商店、天狗缶詰、東洋ライス、永井海苔、永谷園、なとり、ニコニコのり、ニチレイウエルダイニング、日清フーズ、日本コカ・コーラ、日本水産、ハウス食品、はごろもフーズ、日高食品工業、朋昆、ポッカサッポロフード&ビバレッジ、ホテイフーズコーポレーション、前原製粉、桝田屋食品、マルシン食品、マルハニチロ、マルハニチロ北日本、マルユウ、万直商店、三菱食品、ミヤカン、森永製菓、森永乳業、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72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127に一致しない。

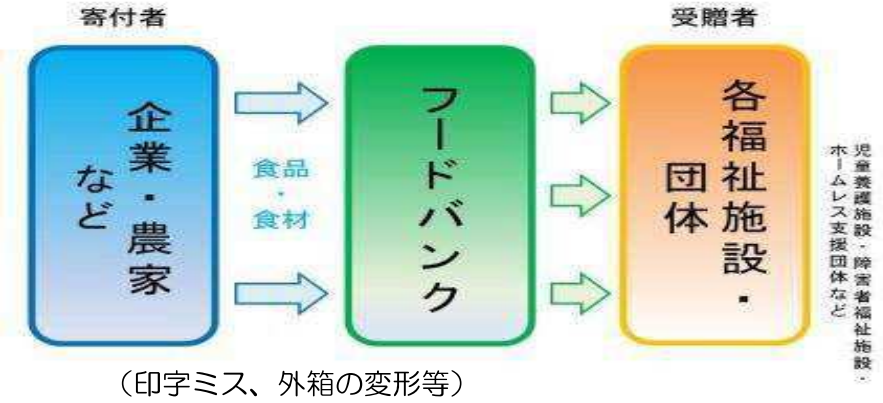
【参考】令和２年10月時点：156事業者（うち公表企業：107社）、令和２年３月時点：120事業者（うち公表企業：69社）

④フードバンクへの寄附

フードバンク活動の推進

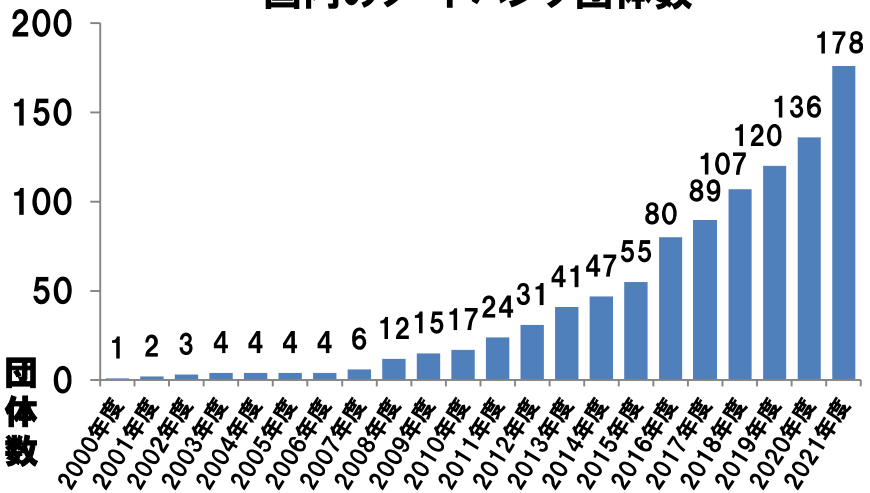
- ✓ 生産、流通、消費などの過程で発生する未利用食品を食品企業や農家などからの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。
- ✓ もともと米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。
  （日本では北海道から沖縄まで178団体が活動）
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響が長期化する中、生活困窮者へ食品を届きやすくすることが課題となっており、子ども食堂等へ食品の提供を行っているフードバンクの役割の重要性が高まっている。

概要図



（印字ミス、外箱の変形等）

国内のフードバンク団体数



資料：公益財団法人流通経済研究所「国内フードバンクの活動実態把握調査」（平成31年度調査）等

フードバンク活動に対する課題

供給側（食品関連事業者）の意見

- ・食品廃棄物の不正転売を受け、フードバンクから横流や不適切な廃棄をされないか不安。（物品管理をしっかりやってもらわないと供給できない。）
- ・衛生管理の規定を設けていないフードバンクへの提供には不安を感じる。

フードバンク側の意見

- ・組織の運営基盤が弱く、マンパワーが不足。
- ・認知度が低く、利用者・寄付者のマッチングが効率的に行われていない。
- ・生鮮食料品は品質劣化が早く、寄贈が不定期、かつ品目・量にも偏りがあり、寄附先のニーズとのマッチングが難しく、取り扱いにくい。
- ・肉・魚については、保冷車や冷蔵冷凍設備が必要で新たな投資が必要で、寄附先における保存状態の把握も必要でリスクが高い。

フードバンク活動の手引き

✓ 食品の品質管理やトレーサビリティに関するフードバンクの適切な運営をすすめ、信頼性向上と取扱数量の増加につなげるため、フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引きを作成。　（2016年11月公表、2018年9月改正）

手引きの対象範囲	国内のフードバンク活動のうち、食品関連事業者等から提供された食品の譲渡に係る活動

手引きの主な内容

◆食品の提供又は譲渡における原則

食品提供事業者及びフードバンク活動団体は、受取先の要望を踏まえ、食品衛生上問題のない食品を提供又は譲渡

◆関係者におけるルールづくり

食品提供事業者 、フードバンク活動団体、福祉関係団体は、食品の受け渡しに係る合意書を双方で保有（合意書の例を手引きに添付）

◆提供にあたって行うべき食品の品質・衛生管理

食品提供事業者 － 食品の安全性に係る確認

フードバンク活動団体 － 食品の保管・荷捌き場所の確保と衛生管理、記録表の記載

◆情報の記録及び伝達

衛生管理や食品提供履歴に関する記録表を作成し、食品の情報を保管し、安全性に疑義が生じた際に速やかに情報を伝達

手引きの概要・全文はこちら
（下記サイトの「５.フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き」）
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html

フードバンクへの食品提供・寄附にかかる税制上の取扱いについて

食品提供にかかる税制上の取扱い

- ✓ フードバンクへの食品の提供が、企業等の商品廃棄として行われるものであれば、その提供に要する費用を、提供時の損金の額に算入可能。
- ✓ 広告宣伝のために食品を提供する場合には、その提供に要する費用は広告宣伝費として損金の額に算入可能。
- ✓ 提供に要する費用とは「提供した食品の帳簿額」を指し、食品の引取費用（配送費等）を企業が負担している場合は、これらの費用も含む。

※企業の社内ルール等に基づいた商品廃棄処理の一環で行われる取引であること。
※企業とフードバンクとの合意書に、提供した食品の転売等の禁止や、その食品の取扱いに関する情報の記録及び保存、結果報告のルールを定めており、提供した食品が目的外に使用されないことが担保されていること。
※企業が提供した食品の内容や提供量が分かる受取書等をフードバンクから受領する必要がある。

寄附にかかる税制上の取扱い

- ✓ 法人がフードバンクに支出した寄附金については、一般の寄附金として一定の限度額までが損金に算入可能。
- ✓ 認定NPO法人等などの特定のフードバンクに対する寄附金については、一般の寄附金とは別枠で損金算入限度額が設定される税制上の優遇措置あり。

フードバンクへの食品提供・寄附に係る税制上の取扱いについて（農林水産省ホームページ）
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html

フードバンク支援の概要

農林水産省
新事業・食品産業部

新型コロナウイルス感染症に物価高騰の影響も加わり、生活困窮者等への食の支援の重要性が高まる中、フードバンクの抱える課題を踏まえ、スタートアップのための倉庫賃借料(R3当初)のほか、**輸配送のための活動費**(人件費)(R3補正)や**専門家派遣**(全国団体の人件費)(R4予備費)等、**段階的に支援を充実。**

	（Ｒ３当初） **食品ロス削減総合対策事業のうちフードバンク活動の推進**	（R2予備費） **食品受入能力向上緊急支援事業** ※R3.3.23閣議決定	（Ｒ３補正） **フードバンク支援緊急対策事業** ※R3.11.19閣議決定	（Ｒ４当初） **食品ロス削減総合対策事業のうちフードバンク活動支援**	（Ｒ４予備費） **フードバンク活動強化緊急対策事業（民間団体への委託）** ※R4.4.28閣議決定
予算額	1,894百万円の内数 （19百万円分）	**395百万円**	194百万円	90百万円	123百万円
補助要件	設立して３年未満又は生鮮食品の取扱量を拡大すること	食品の受入・提供を拡大するための追加的整備計画を有すること	食品の受入・提供を拡大するための追加的整備計画を有すること	① 設立して３年未満又は生鮮食品の取扱量を拡大すること ② **先進的な取組※の実施** ※ 広域的な連携、プラットフォーム構築、マッチング特化等	なし ※フードバンク活動団体であれば支援対象
補助対象経費	・研修会等開催費 ・運搬用車両、倉庫等の賃借料	食品の受入・提供を拡大する際に必要な下記の経費 ・運搬用車両、倉庫等の賃借料	食品の受入・提供を拡大する際に必要な下記の経費 ・運搬用車両、倉庫等の賃借料 ・**輸配送費**（運送、倉庫の入出庫等輸送に係る**活動費**又は**委託費、燃料代、消耗品費**）	①・研修会等開催費 ・運搬用車両、倉庫等の賃借料 ②・運搬用車両、倉庫等の賃借料 ・**輸配送費**（運送、倉庫の入出庫等輸送に係る**活動費**又は**委託費、燃料代**） ・**その他取組に必要な会議開催費、活動費**	委託先の民間事業者がフードバンクに対して以下を実施 ・食品取扱量拡大等に必要なノウハウ獲得のための**専門家派遣** ・食品提供元の企業とのマッチング促進のための**ネットワーク強化**（情報交換会等）
補助率	１／２補助 （研修会等開催費は定額）	定額 ※補助上限500万円	定額 ※補助上限5百万円 （複数県で活動 又は他組織と連携の場合：**上限10百万円**）	１／２補助 （研修会等開催費は定額）	― （委託により実施。フードバンクは負担なし。）

⑤有価証券報告書等の記載事例

有価証券報告書等の記載事例

味の素株式会社　有価証券報告書（2021年3月期）ｐ19

環境負荷50%削減への行程表とイノベーション

(1)気候変動：Scope1＝自社事業活動からの直接排出
Scope2＝エネルギー利用に伴う間接排出
Scope3＝バリューチェーンにおけるScope1,2以外の間接排出
(2)プラスチック廃棄量、フードロス：Scope1＝自社事業活動範囲
Scope3＝バリューチェーンにおけるScope1以外の範囲
（Scope2は気候変動のみ）

環境負荷50%削減については、味の素グループの事業活動からの直接排出だけでなく、サプライチェーン全体での負荷低減が重要な課題です。特に、原料については、味の素グループの直接および間接に排出される温室効果ガス総量の半分を占めることからも、持続的な食料生産の観点から再生可能エネルギーの活用等による温室効果ガスの削減、フードロス削減等による食資源の保全、人権、自然環境保護に対する取組みを進めます。

プラスチック廃棄物については、味の素グループ全体で年間約7万トンのプラスチックを使用しています。このうち約3万トンは、既に再生利用可能な素材へ転換してきました。今後、すべて再生利用可能な素材に転換するとともに、回収・分別・再生のリサイクルシステムの社会実装に向け貢献していきます。いずれの課題についても味の素グループだけで達成することは困難であり、国、地域、社会、アカデミア、産業界との連携、協働とイノベーションが重要なポイントです。

イノベーションの一つとして、味の素グループと東京工業大学等との協業によるスタートアップであるつばめBHB社が、画期的な新触媒による世界初のオンサイト型アンモニア合成システムを手掛けています。アミノ酸の発酵生産には大量のアンモニアが副原料として必要ですが、従来の製法では大規模プラントでエネルギーを多量に使用するうえ、輸送・貯蔵にもエネルギーが必要です。この新技術により、工場内で小規模プラントによるアンモニアの内製が可能となり、コストとCO2を削減することができます。さらにアンモニアの原料を化石燃料から再生可能資源へ転換することにより、さらに環境負荷を低減した“グリーンアンモニア”の実現を目指しています。

・フードロスを含む、環境負荷50%削減に向けた各種の取組みについて、目標時期を行程表で図示するとともに課題や内容を具体的に記載

セブン＆アイ経営レポート（2022年1月12日版一部補訂版）p15, p67

2050年の目指す姿：　脱炭素・循環経済・自然共生社会

食品廃棄物リサイクル率
100%
【実績】2021年2月期
食品リサイクル率52.8%※10

食品廃棄物
75%削減※11
(2013年度比)
【実績】2021年2月期
14.7%削減※10

※10 集計期間は4月～3月
※11 発生原単位（売上百万円当たりの発生量）

食品ロス・食品リサイクル対策

売上の約6割を食品が占めている当社グループでは、店舗で発生する食品廃棄物を削減するために、店舗や売場での食品ロス対策にお客様にもご参加いただくことで発生抑制につながる仕組みづくりに取り組んでいます。

食品廃棄物の削減率※（2013年度比）

※ 集計期間は4月～3月。前年4月から当年3月までの集計期間について当年2月期と表

エシカルプロジェクト

セブン-イレブン・ジャパンでは、販売期限が近づいたおにぎりやパンなどの対象商品を、電子マネーnanacoで購入したお客様に5%分のボーナスポイントを付与する「エシカルプロジェクト」を全国の店舗で実施しており、お客様と一緒に食品ロスの課題解決に取り組んでいます。

『てまえどり』の活動

セブン-イレブン・ジャパンは2021年6月より順次、消費者庁、農林水産省、環境省の3省庁と一緒に、他コンビニエンスストア各社とともに、『てまえどり』の活動を実施しています。

『てまえどり』とは、すぐに召し上がる予定で食品を購入されるお客様に対し、手前に置いてある商品から選んでご購入いただくことを促すことによって、食品ロスの削減を目指す活動です。

『mottECO（モッテコ）』導入

セブン&アイ・フードシステムズは、環境省「令和3年度 地方公共団体及び事業者等による食品ロス削減・リサイクル推進モデル事業」である食品ロス削減活動「mottECO（モッテコ）」の導入モデル事業として採択されました。

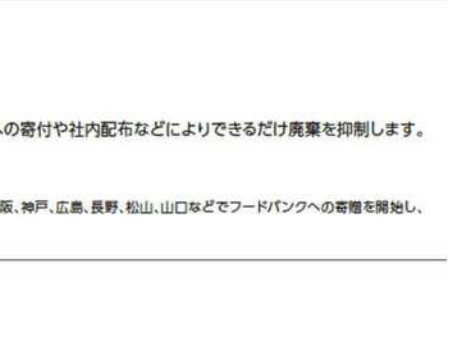
お客様が料理を食べきれない場合、ご希望があれば100%植物由来の食べ残しお持ち帰り専用容器をお渡しし、ご自身の責任のもと、お持ち帰りいただくことで、「食べ残したものは自分の責任で持って帰る文化」の普及と食品ロス削減の啓発に取り組んでいます。

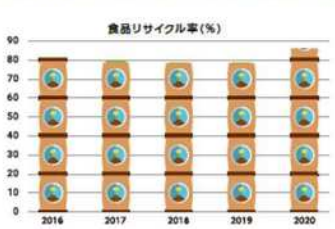
有価証券報告書等の記載事例

日本アクセス　サステナビリティレポート　2021 p 11

○トップメッセージ　株式会社日本アクセス　代表取締役社長　佐々木淳一

また、食品ロス削減は、食品を主に扱う会社の社会的責任として、最重要課題に位置付けて取り組んでいます。2030年度までに食品廃棄物2016年度比50%削減を目標とし、今年度からは新たにＡＩを活用した需要予測の導入に挑戦しています。その他にもインターネット販売との連携やフードバンク・子ども食堂への寄贈など多様な取組が進んでおり、この度、全社を挙げた活動が評価され、消費者庁主催の「令和３年度食品ロス削減推進大賞」において、大臣賞を受賞させていただきました。





（参考）
全国一斉商慣習見直し運動

令和４年度の「全国一斉」商慣習見直し運動について

✓ 令和４年10月30日までに全国一斉で商慣習を見直すことを呼びかける運動を実施。

取組内容

（1）**令和４年10月30日を「全国一斉商慣習見直しの日」**とし、この日までに以下の取組を実施することを、業界団体等を通じて食品関連事業者に呼びかけ。

※ この呼びかけは任意のものであり、サプライチェーンにおける食品ロスの削減という本運動の趣旨に賛同する事業者の方に、自発的に取り組んでいただくものです。

(ア)食品小売業者

- **加工食品の納品期限の緩和（特に、賞味期間180日以上の食品を推奨）**
- **フードバンク・子ども食堂等への食品の提供**

(イ)食品製造業者

- **加工食品の賞味期限表示の大括り化**（年月表示、日まとめ表示）**（特に、賞味期間180日以上の食品を推奨）**
- **加工食品及び日配品の賞味期限の延長（ 商慣習検討 ワーキングチーム を設置した平成 24 年度以降に 実施した商品がある企業）**
- **フードバンク・子ども食堂等への食品の提供**

（2） 納品期限の緩和、賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長、フードバンク・子ども食堂等への食品寄附に取り組む企業を募集し、**事業者名を公表**（10/31を予定）（今後取り組む予定の企業も公表対象）

（3）**自社の食品ロス削減やリサイクルの取組をPR**
取組内容の分かる**自社ウェブページのアドレス**又は**事例紹介フォーマット**を、**農林水産省のウェブページで掲載**

（参考）昨年度の本取組の公表結果（令和３年10月30日時点の取組事業者数（予定含む））

- **納品期限の緩和：186事業者**（令和２年10月時点：142）
- **賞味期限表示の大括り化：223事業者**（令和２年10月時点：156）

参考資料３

公益財団法人日本フードバンク連盟　一般社団法人全国フードバンク推進協議会

共同声明

【物価高騰の中での期限内食品の在庫に関する意見交換会】にて

2022年9月29日（木）

1. 現状

- この5年間でフードバンクの数が倍増（2017年：89団体　→　2022年：178団体）
- SDGsの認知度向上とコロナ禍の影響により、フードバンクの新規設立が急増
- フードバンクは、私たちの地域社会で余っている食品と、同じ地域社会で食の支援を必要としている人々をつなぐ重要な役割を担っています。
- 一方で、全国のフードバンク団体の運営体制は脆弱であるため、農林水産省によるフードバンクへの支援が私たちの活動の発展には必要不可欠です。
- 今年度、農林水産省の補助事業として実施している「フードバンク活動強化緊急対策事業」の長期的な実施に期待しています。

２．私たちが食品を安全に提供するために大切にしていること

- 日本フードバンク連盟と全国フードバンク推進協議会に所属するフードバンク団体のネットワークを通じて、私たちはこれまでに3000以上の企業からの食品寄贈を受けています。

- 私たちは、支援を必要としている人々に食品を届けるためには、食品寄贈者の皆様との信頼と協力関係の構築が何よりも重要であると考えています。

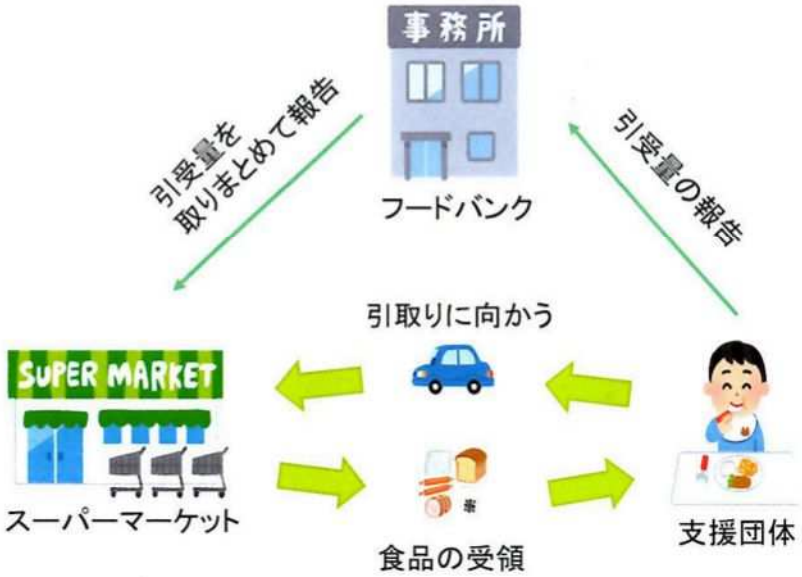
- 私たちは、食品寄贈者との信頼と協力関係の構築のために、寄贈品の適切な管理、輸送、トレーサビリティの確保に取り組んでいます。

- 加えて、私たちは国内のフードバンク団体に対して、設立時のサポートや衛生管理監査、食品の保管に関する指導・助言等により、信頼されるフードバンク団体の育成にも取り組んでいます。

３．展望と要望

- 膨大な食品ロスが発生している一方で、食の支援を必要とする困窮世帯がコロナ禍において増加し続けています。
- アメリカやヨーロッパ各国の政府では、フードバンクを通じて、食の支援を必要とする人々に余剰食品・農産物を届けるための効果的な施策が実施されています。
- 農林水産省は、フードバンクを通じて食品ロスを削減するだけでなく、困窮世帯に食品を届けるという重要な役割を果たすことができます。
- 食べることに事欠く人々が200万人近く存在する我が国の状況を鑑み、農林水産省として政府備蓄米のさらなる提供や余剰農産物の活用など、コロナ禍・物価高騰の中において、フードバンクを通じた国民への積極的な支援をお願いいたします。
- 私たちは、農林水産省および食品企業、全国のフードバンク団体と一体となって取組み、全ての国民が栄養のある食品にアクセスできる真の食料安全保障を実現していくことを望んでいます。

3.2ハローズモデル誕生



- 2016年11月
- FB福山から各店舗の近隣の施設が直接店舗に行き引取る事が出来ないかと相談があり切替承諾
- 各FBにハローズモデルへの切替要請し順次切替

3.3 ハローズモデルのメリット

- 店舗へ近隣の施設が直接引取に行くので、当日消費期限の商品の提供が可能
- 青果・ハム・ソーセージ・デイリー・加工食品の消費期限・賞味期限ギリギリ商品
- これにより提供商品が飛躍的に拡大

FBのメリット

- 商品を引取に行き仕分けして各施設に配達していたので時間・労力・ガソリン代が節約　経費が大幅削減

ハローズモデルの欠点

- 引取店舗が1社1店舗だと引取商品に偏りが生じる
- 出来るだけ同業他社からの引取を増やすと偏りが減る

5.1コミュニティパントリーの仕組み

1. ボランティア団体が特定の場所に　冷凍庫・冷蔵庫・商品棚を設置
2. 出入口に鍵を設置　（有人の場合はなし）
3. 困窮した個人をボランティア団体が一定の基準で審査して決定
4. 困窮した個人のみに鍵の番号を通知
5. 商品は　基本スーパーマーケットが提供　問屋・メーカーもあり
6. ボランティア団体がスーパーマーケットから特定の場所に運搬
7. 個人が鍵をあけて商品取得（有人の場合は手渡し）

ミールズ・オン・ホイールズ　ロジシステム　のご案内

一般社団法人全国食支援活動協力会　専務理事　平野　覚治

MOWLS（ミールズ・オン・ホイールズ・ロジシステム）とは

2020年3月より始動。全国のこども食堂等の「居場所」に集う子どもから高齢者等すべての人が食事を得られる環境をサポートするシステムです。食支援を行う団体や自治体が食品寄贈が受けやすいよう、冷凍・冷蔵設備を含む保管スペースをもつ拠点を全国に整備し、運営をサポートするWEBシステムの開発、企業・行政への学習会を開催しています。

▶当会について：http://www.mow.jp　　▶MOWLSについて：https://mow.jp/mow-ls/index.html

MOWLS　の仕組み

中核ロジ拠点　県域もしくは複数県域分の寄贈食品の保管機能をもった倉庫
大型トラック・パレット納品に対応が可能

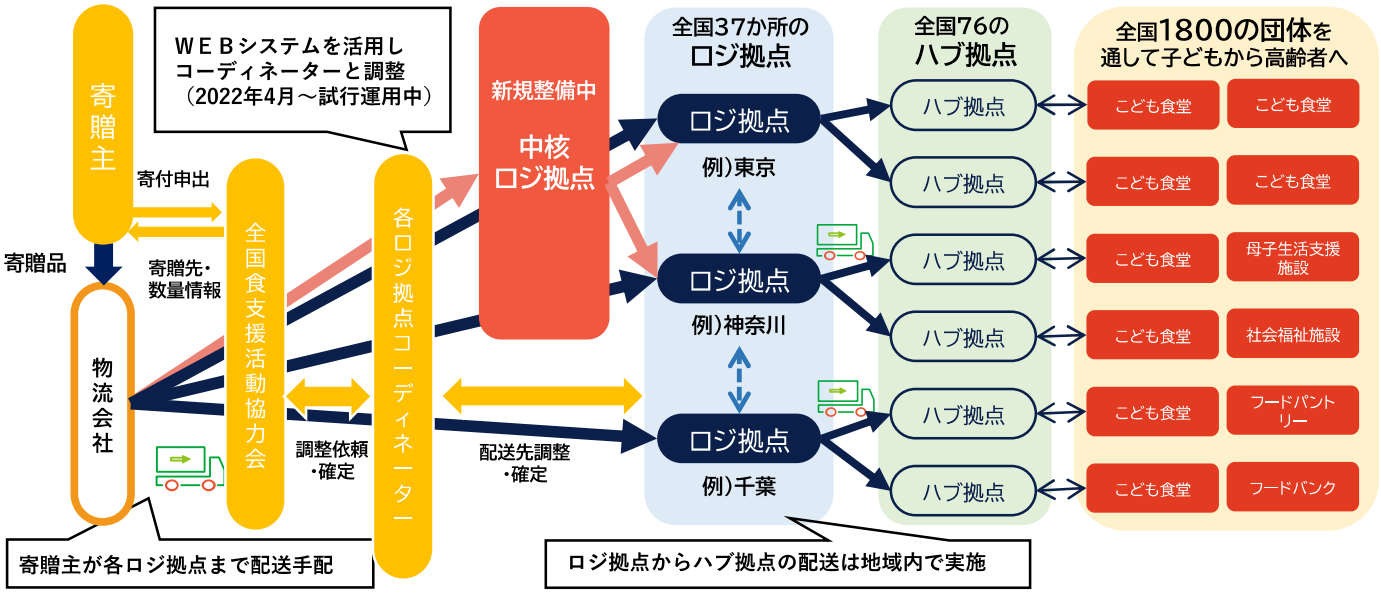
ロジ拠点　大量の寄贈食品の保管機能をもった拠点
常温・冷蔵・冷凍の3温度帯に対応が可能

ハブ拠点　ロジ拠点の支店　全国1800の活動団体が取りに行ける距離に設置され
冷凍・冷蔵設備を有する

コーディネーター　寄贈品受取希望有無の回答、送付先の調整、決定を行う

●中核ロジ拠点設置イメージ

MOWLS　の寄贈品の流れ



ミールズ・オン・ホイールズ ロジシステムをご活用ください！

MOWLS　のつよみ

企業と全国の食を通じた居場所をつなぐ分配機能

1．全国の居場所に届けることができます。
　　寄贈の申し出をいただければ、配送希望エリアに応じて、当会が分配を引き受けます

三温度帯対応の全国ネットワークはＭＯＷＬＳだけです

2．　常温品に限らず冷凍・冷蔵品の寄贈も対応できます

【安心・安全】食品取扱の注意喚起・合意を都度チェックします

3．　不適切な食品の取扱いを防ぎ、寄贈者・受取団体ともに事故から身を守る
　　ことができます。トレーサビリティの確保と商品の滞留防止を図ります

ポイント配送による輸送費負担を軽減

4．　全国のロジハブ拠点までの配送費で全国の子どもの居場所へ支援ができます

MOWLS　の寄贈の手順

やっていただく作業は
３つのみ！

ステップ１　寄贈商品の　①数量、②賞味期限、③ケースサイズ、④希望配送エリア（数）　などを当会へご連絡いただく

ステップ２　当会が希望に応じた「ロジハブ拠点別商品受入れ数（一覧）」を作成・提出

当会より、各圏域のコーディネーター及び拠点へ納品日を通知

ステップ３　拠点先までの配送手配、納品日を当会へご連絡いただく

ステップ４　各ロジ拠点・ハブ拠点がこども食堂団体へ寄贈商品をお渡し

ステップ５　当会経由で、商品を受け取ったこども食堂の声や画像を提供
社内外への情報発信にご活用ください

プロジェクトをともに進める物流・食品企業様を募集

【プロジェクト開始】2022.7.21～　　【募集期間】2022.10.1～2023.10.1

MOWLSを推進するうえで課題になっている物流・保管の問題を解決すべく、有志メンバーとプロジェクトを立ち上げ、具体的な取り組みが始まりました。ともにプロジェクしてくださる物流事業者様・食品メーカー様を募集します。そのほか、各地でMOWLS推進に向けた説明貴・学習会を開催しています。最新の情報・詳細は当会HP・Facebookをご参照ください。

お問合わせ先

一般社団法人 全国食支援活動協力会　専務理事　平野　覚治

〒158-0098　東京都世田谷区上用賀6－19－21
TEL：03-5426-2547　　FAX：03-5426-2548
E-mail：saposen@mow.jp
HP：http://www.mow.jp　Facebook：https://www.facebook.com/mowjapan

当会HP
はこちら

当会Facebook
はこちら