

食品ロス削減のための取組マニュアル

第4次循環型社会形成推進基本計画において、2030年度までに家庭からの食品ロスを半減するとの目標が掲げられる等、食品ロスの削減は喫緊の課題です。

全国の自治体で食品ロスの削減に向けた取組が進められていますが、更なる取組の推進の際に参考になるよう、先進的な取組事例の実施の流れ・ポイントを取りまとめました。

主な発生場所

取組の内容

家庭
で主に発生
(取組 No.1~3)



No.1 「エコ・クッキング教室の実施」(埼玉県越谷市)

民間の料理教室の協力のもと、家庭での調理時の食品ロスを削減するための啓発を実施 P.1~2

No.2 小学生向けエコなお買い物体験授業の実施(東京都世田谷区)

環境にやさしい商品を購入する体験授業を小売店で実施 P.3~4

No.3 「冷蔵庫10・30運動」の実施(神奈川県横浜市)

家庭での保管時の食品ロスを削減するための啓発を実施 P.5~6

飲食店で主に発生
(取組No.4~9)



No.4 飲食店における「食べきり割」の実施(静岡県)

飲食店と連携し、食事を完食した来店客に割引を実施 P.7~8

No.5 飲食店向け「ドギーバッグ使用ガイド」の作成(滋賀県大津市)

適切な食べ残しの持ち帰り方法の周知 P.9~10

No.6 協力店における「お持ち帰り用パック」の配布(富山県富山市)

「おいしいとやま食べきり運動」協力店を通じ、市オリジナルの持ち帰り用パックを配布 P.11~12

No.7 「残さず食べよう！」推進事業所認定制度(長野県松本市)

自社の宴会などで食品ロス削減の取組を行う事業者を認定 P.13~14

No.8 「おいしいふくい食べきり実践企業」登録制度(福井県)

食べ残しを防ぐ注文シートを用いた適量注文企業の登録 P.15~16

No.9 ホテルにおける食品ロス削減メニュー開発(福井県)

ホテル事業者と共に食べ残しの少ないメニューを開発 P.17~18

事業者全般で発生
(取組No.10)

No.10 事業者向け講習会を活用した周知・啓発(神奈川県相模原市)

食品関連事業者に対する確実な情報発信 P.19~20

メーカー・小売店
で主に発生
(取組No.11~13)



No.11 環境フェアにおける「もったいない市」の開催(三重県)

県内の食品メーカー等が規格外品を低価格で販売 P.21~22

No.12 「食品ロス"バイバイ"キャンペーン」の実施(兵庫県神戸市)

小売店と連携し、販売期限切れによる食品ロスを削減するための啓発を実施 P.23~24

No.13 フードバンク活動の普及・促進のための支援事業の実施(福岡県)

実態把握調査・モデル事業の結果を踏まえ、継続的なフードバンク活動の環境を整備 P.25~26

1 取組の概要

料理教室にゲーム（食品ごみの量を減らす競争）の要素を取り入れることで、食材の使いきり、残りもののアレンジについて楽しく学ぶ機会を提供する取組

■ 実施内容

市内にある料理教室の協力を仰ぎ、食材を残さず使いきる、残りものをアレンジした料理を作ることを念頭にした料理教室を開催した。各班に分かれ、ごみ（調理くず）など排出量を記録して競い合い、食材の使いきりを意識してもらった。

平成30年度は、計2回開催しており、第1回は18歳以上の方を対象に、第2回は親子（子供は小学生）を対象とした。

第1回（参加者23人、6班 1班4人）

献立：イタリアンミートボール、グリル野菜のマリネ、ベジブロスを使ったイタリアンスープ、コーヒー風味のパンナコッタ

第2回（参加者24人（12組：親子2人で1組）、1班 親子2組4人）

献立：エコ・お好み焼き、キャベツとりのりのサラダ、フルーツ白玉



第1回エコ・クッキング教室の献立

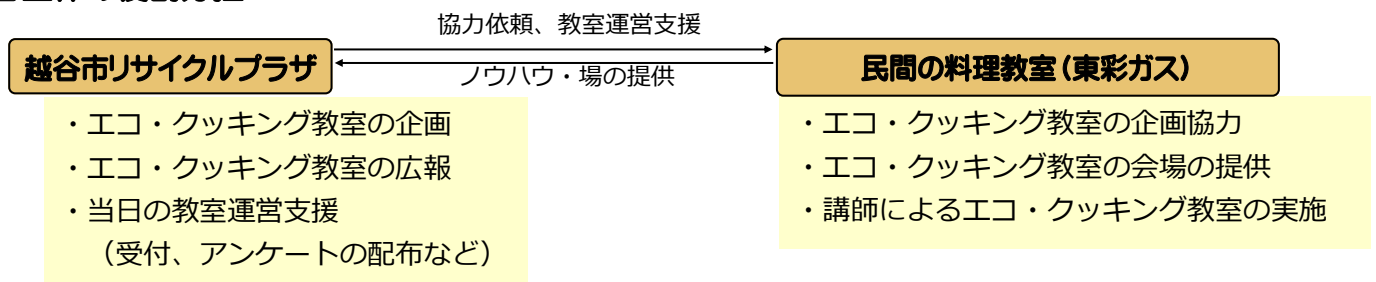


エコ・クッキング教室 開催の様子

■ 取組のきっかけ

近年注目されている食品ロス削減の啓発の一環として、家庭での食品ロス削減を目的に、平成29年度から「食材を使いきり」「残りものをアレンジ」した料理教室を体験してもらおう「エコ・クッキング教室」を開催している。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果

エコ・クッキング教室で、ごみの排出量（調理くず）を記録していくと、ごみ排出量が一番少ない班と多い班では約3倍近くの差が確認され、食材の使いきりの意識づけにつながった。

また、エコ・クッキング教室の参加者に対し、開催後にアンケート調査を行ったところ、「子供がエコ・クッキング教室を体験したことで食品ロスが減るかもしれない」との意見が出されるなど、子供に関心を持ってもらうことができたと感じている。

■ 今後の展開（令和元年度時点の想定）

エコ・クッキング教室の参加者へのアンケート調査項目『よく出してしまう「手つかず食品」は』の問いに対し、「野菜、果物」という結果が多く出ている。そのため、手つかず食品の「野菜・果物」に対する食品ロス削減の啓発をどのように行っていくかが今後の課題である。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 今年度のエコ・クッキング教室実施案の検討 (平成30年4月)

- 平成29年度は年配の方の参加が多かったため、平成30年度は子育て世代等比較的若い世代に関心を持ってもらうことを念頭に、エコ・クッキング教室の対象を設定した。
- 平成30年度のエコ・クッキング教室の開催回数、開催時期、献立を検討した。

ステップ 2 関係者との各種調整 (平成30年5月～6月)

POINT

- エコ・クッキング教室の実施に向けて、民間の料理教室の意向や都合を踏まえながら、開催回数、開催時期、開催場所、講師を調整した。
- 食品ロス問題への理解を深められるよう、料理教室にゲーム（食品ごみの量を減らす競争）の要素を取り入れた。
- 親子対象の場合は、子どもでも料理できるメニューとした。
- 季節に合わせたメニューや旬の材料などを検討した。

ステップ 3 広報、開催準備など (第1回：平成30年9月～10月、第2回：平成31年2月～3月)

- 広報こしがやお知らせ版等を通じ、エコ・クッキング教室の広報を実施した。

ステップ 4 エコ・クッキング教室の実施、参加者アンケートの実施 (第1回：平成30年10月19日、第2回：平成31年3月16日)

- 民間の料理教室を会場として提供してもらい、民間の料理教室の講師によるエコ・クッキング教室を実施した。越谷市リサイクルプラザ職員は、当日の受付や参加者へのアンケート調査票の配布等の運営支援を行うことで、民間の料理教室の講師がエコ・クッキング教室の実施に集中できるように努めた。
- 今後のエコ・クッキング教室の運営に反映すべく、当日のエコ・クッキング教室開催後に参加者アンケートを実施した。

3 実施に要したコスト

○費用 : 講師謝礼 2回分 4万円
※参加者の参加費は1人600円(材料費として)

○担当者数 : 企画や協力企業との調整など 1名
当日の支援(主に受付やアンケート配布など) 2名

1 取組の概要

小学生が近隣の食品小売店舗で環境にやさしい商品を選んで購入する体験授業を、小学校・大学の研究室・消費者団体等と連携して実施



■ 授業のプログラム

区立小学校2校（平成29年度）の4年生を対象に、以下の授業を実施した。

【授業実施例】（2クラス、約80名の場合）

	実施内容	詳細	実施場所
①	講義 (35分間)	<ul style="list-style-type: none"> グリーン購入について（講師：消費者団体） ウォーターフットプリントと食品ロスについて（講師：大学生） 世田谷区の食品ロスの現状について（講師：世田谷区） 	体育館
②	お買い物体験 (30分間)	各班が指定された品目について、「エコ」だと思える商品を1つ選び、購入（大学生が引率） (指定品目の例：野菜・果物、惣菜、鶏肉等)	食品小売店舗
③	ワークショップ (30分間)	購入した商品が「エコ」だと考えた理由を各班から発表（大学生がファシリテーションを実施）	各教室

※各実施内容の合間に、移動時間を各20～30分間程度確保したため、合計の実施時間は3時間弱となった。

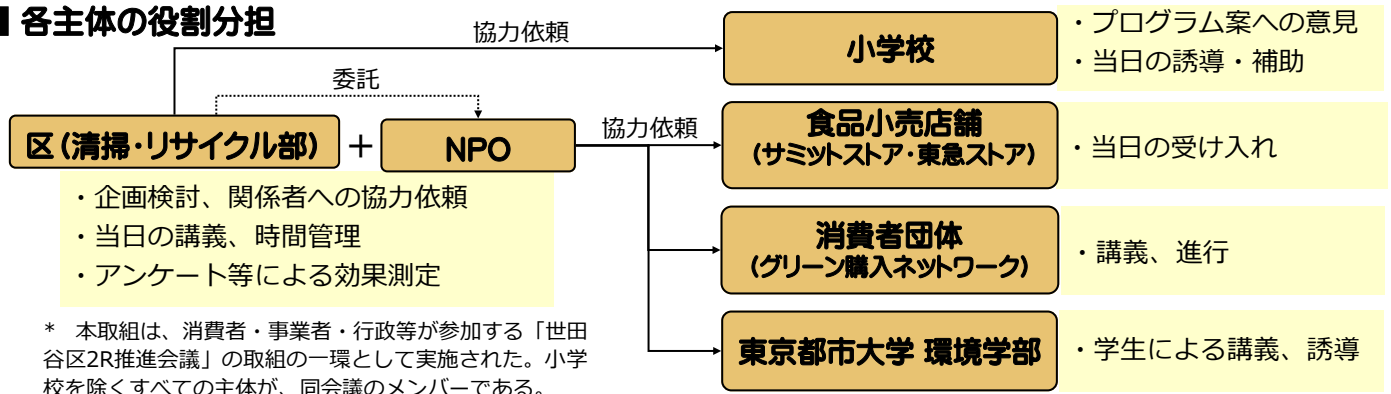
※本取組は、社会科または総合的な学習の時間の授業の一環として実施した。

POINT

■ 取組の背景

世田谷区一般廃棄物処理基本計画において、「事業者・区民との連携」を方針として掲げたことを踏まえ、平成23年度から「世田谷区2R推進会議」を設置し、事業者・消費者・行政等が連携して様々な取組を実施してきた。本取組も、会議メンバーからの提案を発端にして実施されたものである。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果等

授業に参加した小学生に感想を尋ねると、多くがごみ問題への理解が深まったと回答した。また、家族に学んだ内容を話したいという意見も見られた。

■ 今後の展開(平成30年度時点の想定)

授業プログラムをさらに充実させることを重視し、今後も関係者との連携を深める予定。

【参加した小学生（4年生）の感想】

- 「まえにごみのことを学びましたが、今思うと、お買い物体験がなければ頭でわかっているけど体がわかっていなかったと思います。」
- （これから取り組みたいこと）「買い物をするとき、マイバッグを持参したり、母にマイバッグをもっていこうとよびかけをすること。」
(出典) 小学生向けアンケート結果（平成29年度）

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討・小売事業者等への協力依頼 (6月~)

- 行政・消費者団体・事業者・大学等からなる「世田谷区2R推進会議」のメンバーから、本取組の実施の提案があったことを受け、区が年度初めに各メンバーを個別訪問して協力を依頼した。
- 食品小売店舗に協力を依頼するにあたり、まず本社の総務・広報部門等に連絡を取ったところ、CSRの観点から関心を持っていただけた。

ステップ 2 小学校への協力依頼・プログラムの調整 (7月~9月)

- 教育委員会から環境教育に熱心な小学校の紹介を受け、そのうち、協力を依頼した食品小売店舗が近隣に存在する小学校を選定して取組の実施を打診した。
- 小学校側の準備や費用負担の必要がない提案を行うことで、小学校との連携がスムーズだった。
- 無理のないスケジュール設定のため、学校の先生の意見をよく確認した。

POINT

ステップ 3 体験授業の実施 (10月)

- 当日はしっかりと時間管理を行い、給食時間前に終了するよう心掛けた。
- お買い物体験やワークショップでは、1班に1名の大学生ボランティアが小学生のサポートを行った。
- 小学生全員が発言しやすいよう、1班あたりの人数は4~5名とした。
- 移動中は事故防止のため、学校主事(学校用務員)に誘導を依頼した。

ステップ 4 振り返り・次年度に向けた働きかけ (11月~)

- 児童に対するアンケートを実施して、児童の啓発効果を確認した。また、協力事業者に対しても取組への意見等を聴取したところ、特に懸念は寄せられなかった。
- 小学校の担当者が転勤になり、引継ぎが困難になった。年度末までに次年度の依頼を実施すべきであった。(平成29年度末)

3 実施に要したコスト

○費用(年度別)

【平成28~29年度(1・2年目)】関係者への協力依頼、体験授業の実施

1校につき 約0.4~0.5万円

* 内訳：小学生による買い物費用(1校当たり)：約0.4~0.5万円

* 本取組はNPO法人まちこらぼに委託実施した事業の一部であり、別途人件費が発生している。

○担当者数：2名

* 当日対応は4名。加えて大学生ボランティア約10名、委託先NPO法人から3名が参加。

* 当日対応の担当者数は、小学校側の人数、大学生ボランティアの人数等によって変動する。

1 取組の概要

段階的な事業の広がりを念頭に、平成27年度から継続的に実施されている事業であり、大規模なモニタリング調査により効果検証を行い、冷蔵庫貼付用マグネットシートの改善を図る等の対応を行いながら、家庭での保管時の食品ロス削減を推進する取組

■ 実施内容

横浜市の家庭から出される食品ロスの現状を伝えるとともに、食品ロスを減らすための取組を呼びかけている。

- 1 広報用のチラシやマグネットの作成・配布
- 2 冷蔵庫貼付用マグネットシートの作成・配布及びモニタリング調査
- 3 Twitter で毎月10日・30日に冷蔵庫のチェックを呼びかけ



マグネット

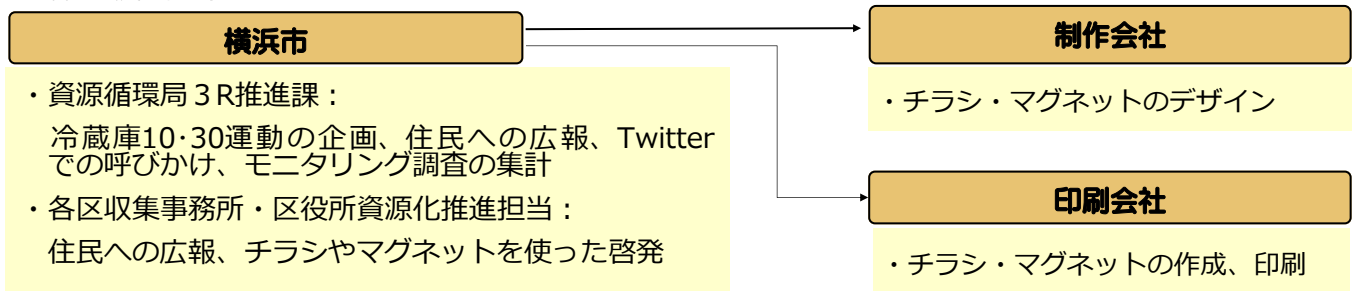


チラシ

■ 取組の背景

平成26年に実施した市民アンケートにおいて、「どうして手つかず食品が出てしまうのか」を尋ねたところ「食材を買いすぎてしまい使いきれなかった」「冷蔵庫に保管しているのを忘れてしまった」などの回答が見られた。食品ロスの中でも特に「手つかず食品」を減らすため、賞味期限・消費期限の近いものや、肉・野菜等の傷みやすいものの使い忘れを防ぎ、毎月10日と30日に冷蔵庫の中身を確認する習慣を付けてもらうために、取組を実施した。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果

平成28年度に行ったモニタリング調査から、以下の結果を確認した。

- ・マグネットシート貼付け後、10日もしくは30日に冷蔵庫の中をチェックした人の割合：
約74% (= 157人/213人)
- ・賞味期限間近や傷んだ食材があった人の割合：約77% (= 121人/157人)
- ・賞味期限間近や傷んだ食材があった人の中で、見つけた食材を使用した割合：約68% (= 81人/121人)

これより、冷蔵庫へのマグネット貼付により約4分の3が10日もしくは30日に冷蔵庫の中をチェックすること、また、賞味期限間近や傷んだ食材があった場合、見つけた食材を使用する割合が約68%であることを把握でき、冷蔵庫10・30運動が家庭での食品ロス削減に一定の効果をもたらすことを確認した。

■ 今後の展開 (令和元年度時点の想定)

冷蔵庫のチェックについては、10日・30日にこだわらず一人ひとりのライフスタイルに合わせた定期的なチェックが必要と考え、こまめなチェックを呼びかけていく。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 様々な機会を捉えた啓発・環境事業推進員等への啓発 (平成27年度～)

POINT

- 平成27年度に、事業の周知を目的に、広報用チラシを当初30,000枚、増刷32,000枚、マグネット（ピンク）を10,000枚作成。また、食品保存パックにチラシを封入したものを10,000個作成。各区の区民まつりや店頭キャンペーン等イベントにて、収集事務所による啓発時に広報用チラシ、マグネット（ピンク）を配布。
- 区民まつり等のイベント・出前教室等、様々な機会を捉えて啓発活動を実施。
- 環境事業推進員等、地域のごみ削減のリーダー的存在への啓発を実施。

ステップ 2 モニタリング調査の実施・分析（平成28年度）

- 平成28年度は具体的な行動に結びつけるため、書きこみ式の冷蔵庫貼付け用マグネットシート（ブルー）を作成し、各区収集事務所の啓発機会において、「子育て世代」を念頭に趣旨を説明とともに配布。同封のはがきによるモニタリング調査で取組の効果を分析。

ステップ 3 広報・啓発用チラシ、物品（マグネットシート）の作成・配布 (平成29年度)

- モニタリング結果を受けて、マグネットシートを自分で書きこみしやすいように日付等の欄を削除したものを作成、配布。

ステップ 4 Twitter等での冷蔵庫のチェックの呼びかけ（平成29年度～）

- 横浜環境Twitterにてフォロワー約4,000人に対し、冷蔵庫のチェックのお知らせと共に横浜市で作成した「使いきりレシピ」の料理の紹介などを10日・30日にツイート。
- 区民まつり等のイベントにて、参加者にチラシ・「使いきりレシピ」を使った啓発を実施。

3 実施に要したコスト

○費用

平成27年度	印刷等	約65万円	その他（デザイン委託等）	約20万円
平成28年度	印刷等	約80万円	その他	約40万円
平成29年度				0円
平成30年度				0円

○担当者数

3R推進課・各区収集事務所・区役所資源化推進担当等 多数

1 取組の概要

飲食店と連携し、協力店舗で食事を食べきった来店客に割引サービスを実施する取組

(注)「食べきり割」は県内の食品ロスの削減を目指す「ふじのくに食べきりやったね！キャンペーン」の一環として、飲食店で食事を完食した写真を募集する「ごちそうさま！フォトコンテスト」と合わせて実施された。

■ 実施内容

居酒屋を中心に、チェーン店・個人店を問わず協力依頼を依頼し、平成28年度末には53店舗、平成29年度末には87店舗が「食べきり割」を実施した。

本取組は暑気払い・忘年会の時期に実施した。平成28年度は期間を夏季(7/17～8/31)・冬季(11/10～12/10)に分けたが、平成29年度には期間を統合しわかりやすくした(7/17～1/31)。

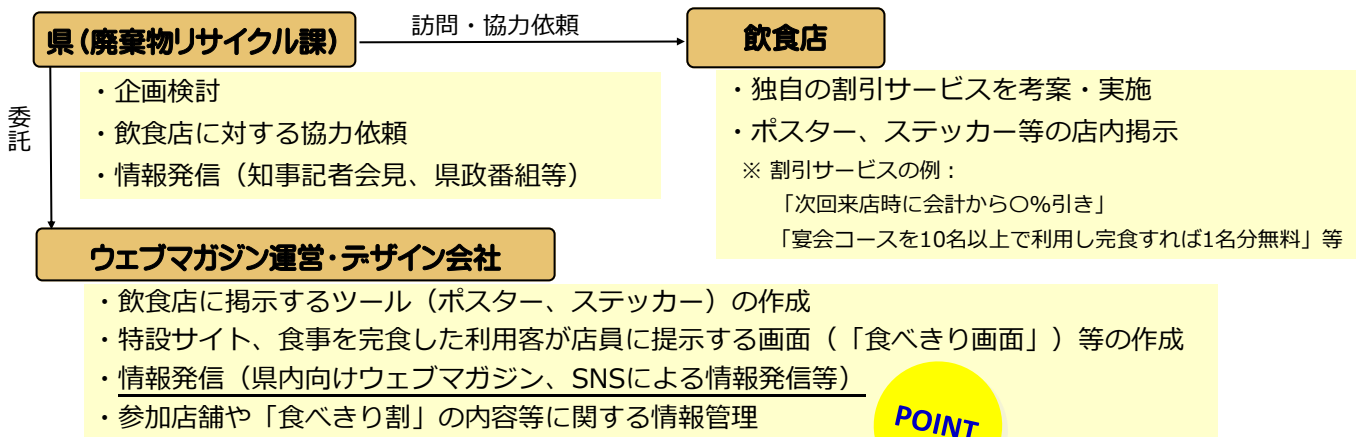


食事を完食した利用客が
店員に提示する「食べきり画面」

■ 取組のきっかけ

「第3次静岡県循環型社会形成基本計画」(平成28年3月)では、一般廃棄物量の1人1日当たり排出量が平成25年度には917gであるところ、2020年までに815g以下に削減することを目標とし、県民総参加による「衣・食・住」に関連する2R(食品ロス削減を含む)を促進することを定めた。

■ 各主体の役割分担

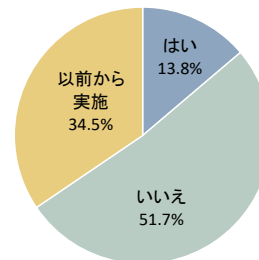
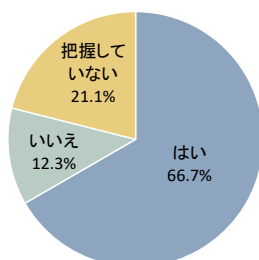


■ 取組の効果

事業実施後にアンケートを実施し、協力店舗において、従業員の食品ロスに対する理解が深まり、食品ロス削減の取組が活発化したことを確認した。

○従業員の食品ロス削減への理解は深まったか (N=57)

○店舗内で独自の食品ロス削減の取組を始めたか (N=58)



【実施中の取組(例)】

- 仕入れ・仕込みの見直し
- サイズ別の商品提供
- 食材の扱い方の再教育 等

■ 今後の展開(平成30年度時点の想定)

温暖化対策の一環として、協力飲食店で食事を完食する等の温暖化防止行動を取ると、温暖化対策アプリ「クルポ」のポイントが貯まり、食事券・商品券等の景品の抽選へ参加できる取組へ移行した。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討・内部調整 (10月~翌1月)

- 国の調査で宴会の食べ残しが主な事業系食品ロスの1つとされたため、居酒屋を中心とした飲食店における取組について、担当者以外の職員も含めて課全体で意見交換し、「食べきり割」のアイデアを得た。
- 一部の飲食事業者に「食べきり割」のアイデアを事前に説明し、実現可能性や参加意向を確認した。

ステップ 2 飲食店への協力依頼 (翌2月~翌6月)

- 県内市町村と連携して飲食店を訪問し、取組概要を説明して協力店への参加を呼びかけた。
 - * 個人経営店：職員のネットワークや、他店からの紹介を通じて協力を依頼
 - * チェーン店：本社を訪問して協力を依頼（東京など県外への訪問を含む）
- 飲食店の訪問時には、取組の概要をまとめた資料を持参して協力依頼を行った。また、説明の際には、想定できる参加メリット、飲食店側の負担について明確にすることを心掛けた。環境貢献の観点から基本的に前向きな返答が聞かれた一方、従業員への教育などオペレーション上の手間に対する懸念が聞かれた。
 - * 想定できる参加メリット：ごみ処理料金の削減、客数の増加 等
 - * 飲食店側の負担：割引実施に係る金銭的成本、オペレーション上の手間（完食の確認等）、協力店舗であることを示すツール（県が用意するポスター、ステッカー等）の掲示 等
- 協力いただくことが決定した店舗には、ポスター、ステッカー等を配布し、店舗内での掲示を依頼した。

POINT

ステップ 3 「食べきり割」の実施・情報発信 (翌7月~翌翌1月)

- 「食べきり割」の実施期間の前に、協力店に対してメール・電話によりリマインドを実施した。
- 知事記者会見や県政の広報番組（5分間程度）等を用いて、取組に関する情報発信を行った。

ステップ 4 効果評価・次年度以降に向けた取組の見直し (翌翌2月~)

- 協力店に対するアンケートを実施し、取組効果（従業員の食品ロスへの理解の深化、食品ロス削減の取組の開始の有無等）や、取組内容への意見（実施期間の長さ等）等を集約し、課内で取組の見直しを行った。
- （「クルポ」の取組への移行時）一部の協力店に対し新たな取組の告知と協力依頼を実施した。

3 実施に要したコスト

○費用（年度別）

【平成28年度（1年目）】キャンペーン立ち上げ、協力体制構築

約290万円（内訳：特設サイト作成委託費：約200万円、広告等作成費：約52万円 等）

【平成29年度（2年目）】未参加店に対する協力依頼

約70万円（内訳：ちらし・ステッカー等作成費：約30万円、SNSによる広告運用費：約20万円）

○担当者数：【平成28年度（1年目）】2名 ⇒ 【平成29年度（2年目）】0.5名

(注) *上記の費用は「ふじのくに食べきりやっだね！キャンペーン」全体に要したコストであり、「食べきり割」と「ごちそうさま！フォトコンテスト」の両方に関するコストが含まれている。また、費用については消費者庁 地方消費者行政推進交付金を活用した。

1 取組の概要

飲食店が食品衛生上適切な形で食べ残しの持ち帰りに取り組むための方法をガイドブックにまとめ、市内の食品営業許可施設の認定を受けた全ての飲食店に配布

■ ガイドブックの記載内容

環境省、消費者庁、農林水産省、厚生労働省が公表した「飲食店等における食べ残し対策に取り組むにあたっての留意事項」（平成29年5月）に基づき、飲食店が食べ残し対策に取り組む際に注意すべき点を整理した。

加えて、大津市独自の工夫として、以下の要素を加えた。

追加した要素	内容
取組ルールの追加	ドギーバッグは飲食店が用意し、来店客が持参したものは使わない
具体的な工夫の例示	持ち帰り可能なメニューに「持ち帰りOK」等と記載する 等
関連情報の紹介	SDGs（持続可能な開発目標）や3010運動の紹介 等



■ ガイドブックの活用方法

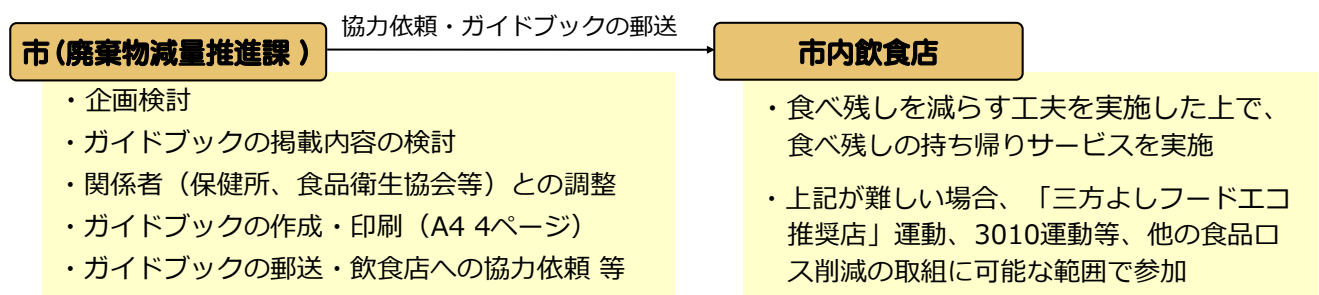
ガイドブックを印刷し、食品営業許可施設の認定を受けた全ての飲食店（1,274店）に郵送した。また、ガイドブックの内容を抜粋してちらしを作成し、市ウェブサイトで発信した。

■ 取組の背景

大津市は「大津市一般廃棄物(ごみ)処理基本計画後期計画」（平成28年3月）において、厨芥類が事業系一般廃棄物の約4割を占めることを踏まえ、飲食店における食べ残しを含む厨芥類の削減に発生抑制の段階から取り組むことを定めている。また、市長のイニシアティブの下、SDGs（国連持続可能な開発目標）の定める17のグローバル目標に紐づいた事業を実施している。

これらの背景から、事業者と連携して厨芥類の排出抑制の取組として、また、SDGsにおける目標12「持続可能な生産消費形態の確保」に紐づいた取組として、「ドギーバッグ使用ガイド」を作成した。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果・今後の展開(平成30年度時点の想定)

市内の飲食店1店舗から、取組への賛同を得られた。持ち帰りサービスの実施店舗が増加するよう、市内飲食店への働きかけの方法を引き続き検討する。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討 (6月～)

- SDGsの目標12「持続可能な生産消費形態の確保」に関連する取組として、ドギーバッグの使用を支援する施策を担当課内で検討した。

ステップ 2 関係者との協議 (7月～)

- 保健所および食品衛生協会の担当者と協議を重ね、ガイドブックの掲載内容を検討した。協議の結果、衛生上のリスクへの懸念から、料理の持ち帰りそのものを推奨することはせず、適切な持ち帰り方法の周知を行う内容とした。
- 来店客が持ち込む容器は衛生状態の確認ができないことから、飲食店が容器を用意することとした。
- 飲食店の担当者にとってわかりやすいよう、具体的な工夫の例を記載し、国が公表した留意事項上の表現を飲食店側の目線に立って修正する等の工夫を行った。
(例：「客」⇒「お客様」に修正)

POINT

2 食べ残し料理の「持ち帰り」は店側の可能な範囲内で。

飲食店等で提供され、数時間、常温に置かれた料理は、提供後すぐの状態の料理と比較し、食中毒リスクが高まります。食べ残し料理の持ち帰りを認める・認めないは、店側の可能な範囲で行いましょう。

※大津市は、料理の持ち帰りそのものを推奨していません。

- 持ち帰りを認めることができるお店は、「ドギーバッグあります」「持ち帰りをご希望の方は店員にお声かけください」とお客様が分かるよう掲示しましょう。
- 持ち帰りには十分加熱された食品を提供し、刺身などの生ものや半生など加熱が不十分な料理は、希望者からの要望があっても応じないようにしましょう。
※持ち帰り可能なメニューに「持ち帰りできます」と書くのも工夫です。
- お客様が用意されたドギーバッグは衛生面の確認ができないため、ドギーバッグは店側で用意し、衛生的に保管しておきましょう。
※ドギーバッグの提供は無料・有料どちらでも結構です。オリジナルデザインの容器や環境にやさしい有機材質の容器を使うなど、店のPRに役立っている例もあります。
- 外気温が高い時は持ち帰りを休止するか、保冷剤を提供しましょう。

(出典) 大津市「ドギーバッグ使用ガイドブック」3ページ

ステップ 3 市内飲食店への発信 (翌2月～)

- 市の食品営業許可施設一覧に掲載されている全ての飲食店(1,274店)にガイドブックを郵送した。
- 「三方よしフードエコ推奨店」登録制度のちらしを同封し、持ち帰りの実施が難しい場合にも食品ロスの削減に参画できる旨をご案内した。

ステップ 4 今後に向けた企画 (翌3月～)

- 滋賀県買い物ごみ・食品ロス削減推進協議会が実施する、食べ残しの持ち帰りに関する飲食店の意識調査の結果を踏まえ、持ち帰り容器を準備する事業者を増やすための仕掛けを検討する予定。

3 実施に要したコスト

○費用 約18万円

* 内訳：パンフレット郵送費(約1,274件)：約18万円

* ガイドブックは庁内で印刷したため、印刷費は発生していない。

○担当者数：1名

1 取組の概要

外食店舗における食べ残しを削減するため、食事を持ち帰るための市オリジナルのパックを作成。「おいしいとやま食べきり運動」の協力店を通じ、来店客に対して配布する取組

■ 実施内容

平成30年6月以降、「おいしいとやま食べきり運動」の協力店のうち希望のあった店舗に対し、来店客が食事を持ち帰ることができる「お持ち帰り用パック」を配布した（平成31年3月時点で87店に対し2,750枚のパックを配布）。

本取組は、料理の持ち帰り自体を推進するものではなく、来店客が料理を完食するための選択肢として実施した。

食品衛生上適正に取組を実施するための工夫として、『飲食店等における「食べ残し」対策に取り組むに当たっての留意事項』（平成29年5月、消費者庁・農林水産省・環境省・厚生労働省）をパック利用者向けのチラシや協力店向けの依頼文に記載した。

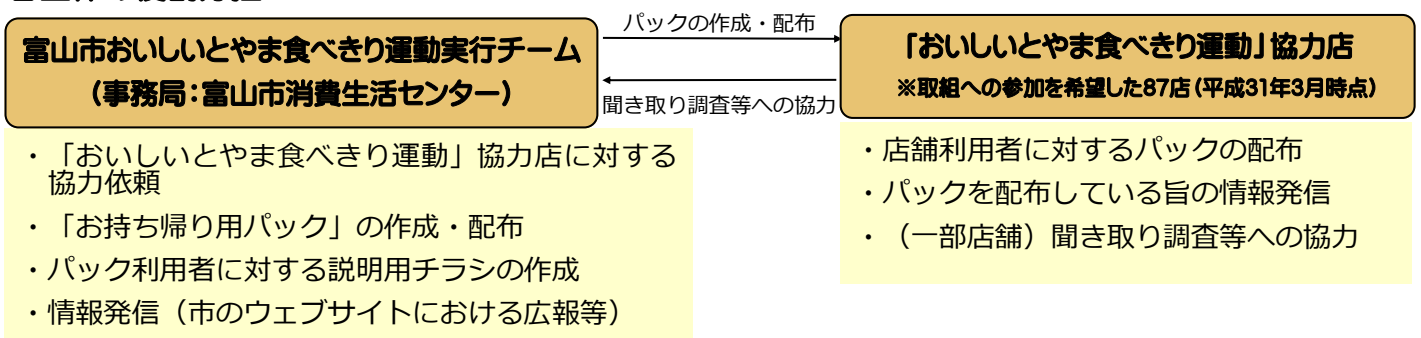


お持ち帰り用パック

■ 取組のきっかけ

富山市では家庭や外食時での食べ残しを減らすこと等を目的として、「おいしいとやま食べきり運動」を展開している。料理を食べきる意識付けの一環として、外食時に市民及び協力店に対し、食べ残した料理を「持ち帰りしやすくする雰囲気づくり」や「ドギーバッグの普及推進」に対する意識の向上を図るため、本取組を開始した。

■ 各主体の役割分担



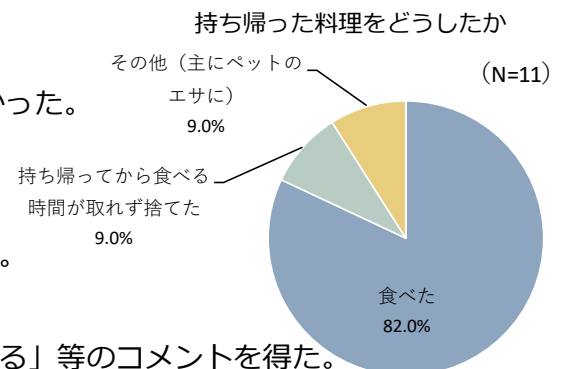
■ 取組の効果

「お持ち帰り用パック」を利用した来店客にアンケートを実施したところ、82%が持ち帰った料理を自宅で食べたことがわかった。

「お持ち帰り用パック」を配布した87店舗のうち、17店舗で全てのパックを配布した。パックの利用者からは、「無駄をなくすよい取組である」等の好意的な声が寄せられた。

協力店に聞き取りを行ったところ、「利用客から喜ばれる」

「食べきれないかもという心配がなくなり、安心して食べられる」等のコメントを得た。



■ 今後の展開（令和元年度時点の想定）

令和元年現在も「お持ち帰り用パック」配布事業を実施している。今後はパックの配布に協力いただける店舗を拡大できるよう、「おいしいとやま食べきり運動」の協力店に積極的に働きかける。

2 取組の実施の流れとポイント

POINT

ステップ 1 企画検討・内部調整（5月～翌年3月）

- 「おいしいとやま食べきり運動実行チーム」（事務局：富山市消費生活センター）を中心に、専門的知見や実務的な意見を踏まえて企画検討を行った。
- 取組内容や持ち帰る際の留意点を来客者が理解しやすいようにするため、パックデザイン案を内部検討した。
- 配布事業を実施するに当たっての注意点について、庁内の法務専門監に相談した。

ステップ 2 協力店への依頼（翌年4月）

- 協力店向けの依頼文書に『飲食店等における「食べ残し」対策に取り組むに当たっての留意事項』（平成29年5月、消費者庁・農林水産省・環境省・厚生労働省）を引用し、「持ち帰り」が来店客の自己責任の範囲内であることを明示。

ステップ 3 協力店における「お持ち帰り用パック」の配布・情報発信（翌年6月～翌年7月）

- 『飲食店等における「食べ残し」対策に取り組むに当たっての留意事項』（平成29年5月、消費者庁・農林水産省・環境省・厚生労働省）をパック利用者向けのチラシに記載することで、食品衛生上のリスクを軽減。
- 協力店にはポスターを送付し、店舗内での設置を依頼。

ステップ 4 効果検証（翌年8月～翌々年3月）

- パックを配布した協力店に対してヒアリング調査を実施し、パックの配布状況を確認すると共に、来店客からの反応を把握。
- パックを利用した来店客にアンケートを実施し、外食の持ち帰りに対する意見や、持ち帰った食品を食べきったかどうか等について確認。

3 実施に要したコスト

○費用

- ・ 消耗品費（約21.6万円）：お持ち帰り用パック代、郵送用箱代
- ・ 郵送料（約10.7万円）：返信用アンケートハガキ代、パック郵送代
- ・ 委託料（約28.5万円）：パック貼付用シール作成代

○担当者数：1名

1 取組の概要

「料理をいただく側」として食品ロス削減に取り組む事業所を、市が認定する取組

(注) 松本市では、「『残さず食べよう！』推進店・事業所認定制度実施要綱」に基づき、食品ロス削減に「料理・食材を提供する側」として取り組む飲食店、小売店等と、「料理をいただく側」として取り組む事業所を、それぞれ推進店、推進事業所として市が認定している。ここでは、「料理をいただく側」である「推進事業所」について主に紹介する。

■ 実施内容と実績

平成28年7月以降、業種を問わず幅広く本制度に関する周知を行い、平成30年9月末時点で推進事業所の認定数は85件に上った。

【推進事業所の取組項目】

- ①残さず食べよう！30・10運動の実践
- ②食品ロスに関することについての事業所内における周知、啓発
- ③食品ロスに関することについての事業所外における周知、啓発
- ④その他食品ロス削減に資する取組

(注) 推進店・事業所認定数 200件 (推進店115件、推進事業所85件)



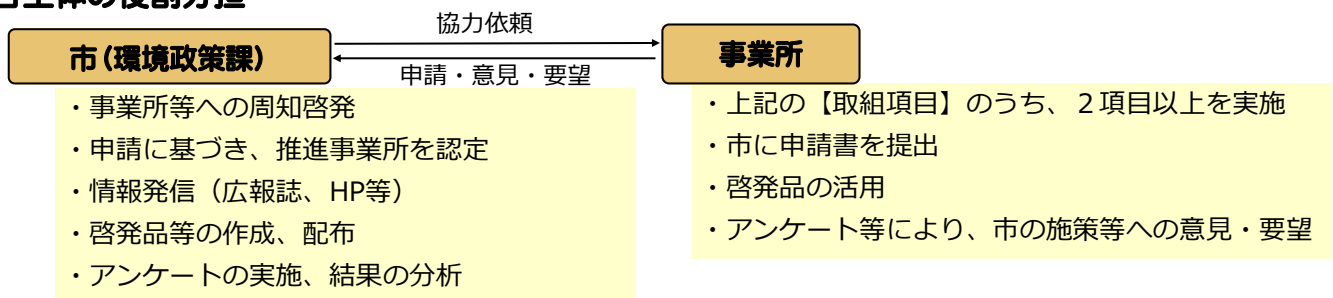
(画像) 推進店・推進事業所に提供する看板とミニのぼり旗

■ 取組のきっかけ

松本市が実施する「残さず食べよう！30・10運動」を拡大するためには、飲食店だけでなく、「料理をいただく側」の取組が不可欠であるため、食品ロス削減に取り組む事業者の認定制度を開始した。

第3次松本市環境基本計画（平成28年度改訂版）では、さらなるごみの減量と3Rの取組の推進のため、「30・10運動等協力店数」を平成32年度までに、累計225店とする目標値を設定した。

■ 各主体の役割分担



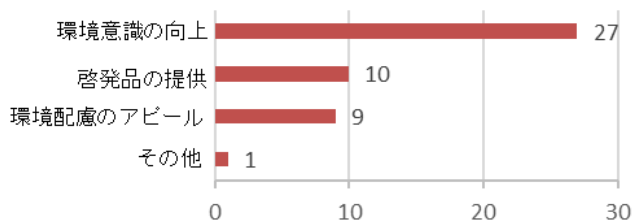
■ 取組の効果

事業実施後にアンケートを実施し、推進事業所における従業員の環境意識が高まり、食品ロス削減の取組が活発化したことを確認した。

POINT

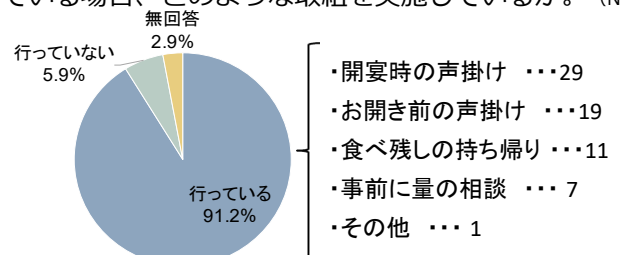
○事業に参加してメリットと感じることは？

(N=34,複数回答可)



○宴会時、30・10運動の声掛け等の取組を行っているか。

行っている場合、どのような取組を実施しているか。(N=34)



(出典) 「残さず食べよう！」推進事業所に対するアンケート結果

■ 今後の展開 (平成30年度時点の想定)

「料理・食材を提供する側」である推進店の取組項目に、小売店向けの取組項目を追加（平成30年8月～）し、家庭での取組強化も含めて周知啓発を進めることにより、認定事業所数のさらなる増加をねらう。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 既存の取組の調査・認定制度の検討（5月～翌3月）

- 以前から複数の飲食店に、市が提供する「残さず食べよう！30・10運動」の啓発品（ポケットティッシュ、コースター等）を活用していただくなど、食品ロス削減の取組に協力いただいていた。
- 事業者の認定制度を先行して実施していた自治体等へ聞き取りを実施し、制度内容について検討した。

ステップ 2 実施要綱の制定、啓発品の作成等（翌4月～翌7月）

- 「残さず食べよう！」推進事業所認定制度の実施要綱に、料理をいただく側である事業所を認定対象として追加した。
- 事業開始にあたって、以下の啓発品等を作成した。
 - ① 認定証（300枚作成）※台紙のデザイン・印刷を業者委託し、店名等は差し込み印刷で対応
 - ② 看板（直径150mm円形×厚さ20mm、カラー300個作成、市内産の間伐材を使用、推進店のみに配布）
 - ③ ミニのぼり旗（70×210mm、支柱・台座付き、300個作成）
 - ④ チラシ兼申請書（A4カラー両面、4,500部作成）
- 参加のインセンティブとして推進事業所への登録を「ecoオフィスまつもと認定制度」の加点対象とした。
 - * 「ecoオフィスまつもと認定制度」：所定の取組項目の実施数を点数化して「一つ星」から「三つ星」に認定し、ランクに基づいて入札時の総合評価落札方式において加点を受けることなどができる制度。

POINT

ステップ 3 取組の実施（翌7月～翌翌3月）

- 認定制度に関するチラシを商工会議所を通じて配布し、事業者幅広く制度を周知した。
 - * チラシの配布方法：会報への折り込み、飲食店・宿泊施設への発送
- 申請に基づいて事業所を認定し、認定証・ミニのぼり旗を発送するとともに、ホームページで紹介した。
- 年に数回、認定を受けた事業者「30・10通信」として環境情報を発信した。また、必要な啓発物品等を配布した。

ステップ 4 効果評価・次年度以降に向けた取組の見直し（翌翌3月～）

- 年度末のアンケートで事業の効果や市の施策に望むこと等を把握し、次年度以降の施策の見直しを実施した。
- その結果を基に、「料理を提供する側」と「いただく側」のマッチングのため、フリーペーパーへの広告掲載や、推進店マップ（展開A2サイズ、カラー両面、4,000部作成）の作成・配布を行った。

3 実施に要したコスト

○費用（年度別）

【平成28年度（1年目）】制度の立ち上げ、協力体制構築

約59万円（内訳：消耗品：約25万円、印刷製本費：約32万円等）

* ポスター等、推進店・推進事業所等に配布して活用いただく啓発品の作成費用は含まない。

【平成29年度（2年目）】協力店舗に関する情報の発信

約80万円（内訳：印刷製本費：約38万円、広告費：約42万円）

○担当者数：2名

1 取組の概要

宴会等において、協力店と注文者が共通で使用する「おいしい食べきりオーダーシート」を用いて適量注文し、食べ残し削減の取組を実践する企業・団体を登録

■ 実施内容

飲食店等の協力を得ながら食べ残しの削減に取り組んできた「おいしいふくい食べきり運動」の一環として、平成30年7月より、「おいしいふくい食べきり運動」を実践する県内の企業・団体を、「おいしいふくい食べきり実践企業」として登録する制度を開始した。

「おいしいふくい食べきり実践企業」に登録した県内の企業・団体に対しては、登録ナンバー付の登録証を発行し、県内の関連イベントや県ホームページで企業名や活動内容を紹介する。

登録要件は「おいしいふくい食べきり運動」に賛同し、①宴会5箇条（適量注文、食べきりの声かけ等）の実践と、②宴会やパーティ、企業内での親睦会などの予約時に「おいしい食べきりオーダーシート」を用いた適量注文に努めることである。

オーダーシートを使用して注文した企業・団体に対し、ドリンクのサービスや次回割引券の付与等のサービスを実施する「サービス実施店」を県ホームページで募集・紹介する等、飲食店（提供側）と実践企業（注文側）の双方から、食べ残し削減の取組を実践している。（令和元年7月現在）

おいしい食べきりオーダーシートの項目（抜粋）

【宴会等の企画時に記入】

- ・参加人数 ・参加者の主な世代 ・盛りつけ方法の指定（大皿または一人分ずつの提供）

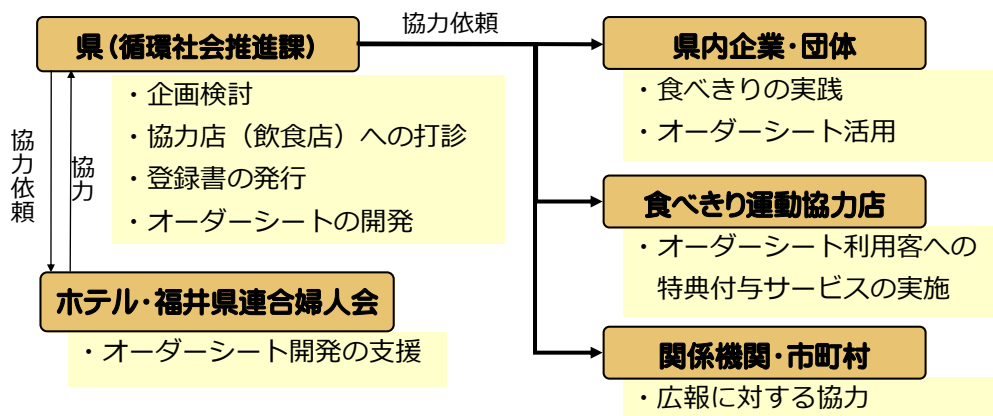
【飲食店等との打ち合わせ後に記入】

- ・料理提供のタイミング ・各料理での要望（例：ごはんものやデザートの有無や量等）

■ 取組の経緯

平成18年度に開始した「おいしいふくい食べきり運動」では、料理を提供する飲食店等と連携した食べきり運動に取り組んできた。さらなる食品ロス削減を目的に、宴会時の食べ残しを減らすため注文側からの運動を展開することとした。飲食店等を利用する消費者が「食べきる」意識をもち、食べきりの実践に協力しやすくなる仕組みとして取組を開始した。

■ 各主体の役割分担



おいしいふくい食べきり実践企業登録証

■ 今後の展開（令和元年度時点の想定）

実践企業を県内で開催される環境フェア等にて紹介し、宴会等における食べきり実践の様子を県ホームページ上でも公開することで、実践企業として登録する企業・団体数の増加をはかるとともに、実践企業のPRの場を設けることで、実践企業の取組の継続や登録によるメリットが感じられる仕組みとしていく。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討 (1月~3月)

- 平成30年1月頃より、県民の食べきり意識と飲食店等の双方の食べ残し削減の取組を推進するため、企業・団体を対象とした運動を開始することを検討していた。
- おいしいふくい食べきり運動開始から10年がたち、注文者側へのアプローチを開始するため「おいしいふくい食べきり実践企業」の取組を行うことを決定。

ステップ 2 おいしい食べきりオーダーシートの開発 (4月~5月)

- 食べきりオーダーシートを使用する飲食店側である県内のホテルから協力を得ながら開発。
※飲食店におけるシートの使い勝手等を確認
- 合わせて、県連合婦人会にもオーダーシートの記入者（注文者）として内容確認を依頼。
※利用者（注文者）における記入のしやすさ等を確認
- さらに、オーダーシートの使用を促進するため、食べきりオーダーシートを活用し、宴会を実施した場合に、注文者に特典を付与する飲食店等を募集した。（平成30年8月現在で9店舗が特典を付与）

POINT

ステップ 3 実践企業の募集 (7月~現在)

- 既に「おいしいふくい食べきり運動」の協力店や応援店として登録している全ての飲食店等や、商工会、商工会議所、環境ふくい推進協議会、市町村を通じて、県内に広く実践企業の募集情報を発信した。

ステップ 4 実践企業拡大および取組の継続に向けた広報を実施 (7月~現在)

- 取組を開始した平成30年11月には、取組を拡大していくため、「おいしい食べきりオーダーシートを活用した宴会の進め方」の動画を公開した。
- 平成31年1月から、実践企業における取組を紹介した実践集を作成し、公開した。

3 実施に要したコスト

○費用

- ・ 製作費（約16万円）：食べきり実践企業募集チラシ・食べきりオーダーシートの作成
- ※食べきりオーダーシートの利用方法の説明動画は県で作成したため、制作費用は発生していない。

○担当者数：2名

1 取組の概要

宴会等における食べ残しの現状を分析し、県内ホテルと共に食べ残しが出にくいメニューを開発

■ 実施内容

福井県の食べきり運動協力店では、小盛メニューの設定などさまざまな工夫により生ごみの減量化に御協力いただいているところだが、大勢の人が集まる宴会やパーティーでは依然として食べ残しが多い。そこで、ホテルでの宴会・パーティーでの食べ残しの現状と課題を検証し、食べ残しを減らす「のっこさんメニュー」の開発を試みた。

メニューの検討にあたっては、県内5つのホテルと連携して、3回のワークショップを実施するほか、食べ残し実態調査を行った。

実態調査結果

1人当たりの平均食べ残し量 113.2g (前期実態調査)

- ・「もてなし」にちょうどいい量 ≠ 食べきれる量 という現状
- ・「足りないかもしれない」という意識があり注文し過ぎてしまう
- ・刺身のツマやあしらいなどの添えてある野菜が残されてしまう
- ・宴会・パーティー料理は、豪華で特別なものだという意識があるため、多めに作ってしまう

6つのポイントに集約した「のっこさんメニュー」を提案

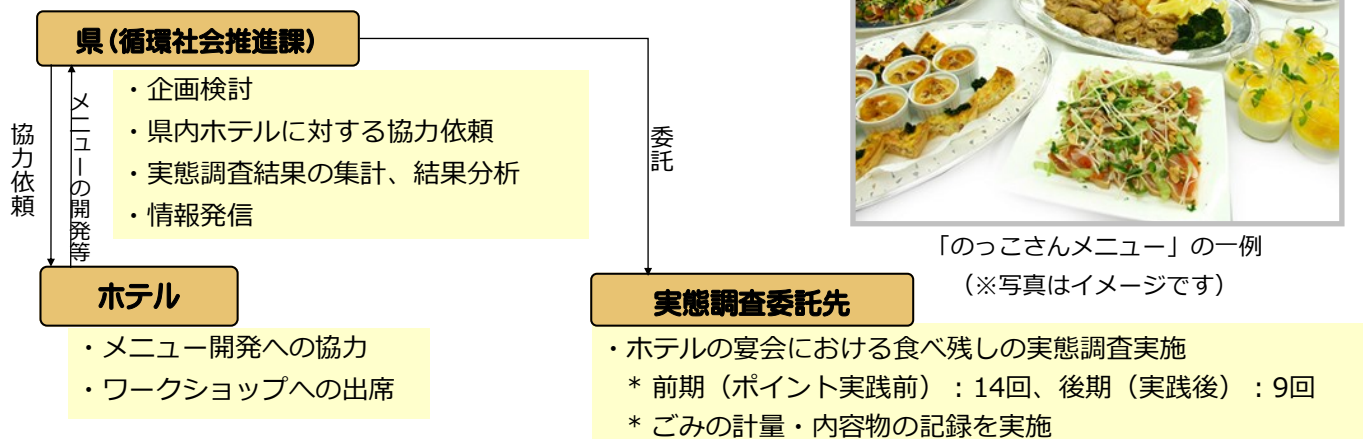
- ①料理の構成
- ②料理の見せ方
- ③料理の出し方
- ④お客様の嗜好
- ⑤食べやすさ
- ⑥注文の取り方、勧め方

※後期（ポイント実践後）の実態調査では、1人あたりの平均食べ残し量が109.0gとなった。

■ 取組の経緯

飲食店等と連携して食べ残しの削減に取り組む「おいしいふくい食べきり運動」を平成18年度に開始し、また「福井県廃棄物処理計画」（平成28年3月）においては「『おいしい食べきり運動』の新展開」を重点施策に定める等、事業者と連携した食品ロス削減の取組に注力している。本取組は、宴会・パーティー料理については、談笑の時間の長さ等の特有の要因により、食べ残しの削減が難しい傾向にあり、既存の工夫（パーティー参加者の年齢層の確認等）のみでの対応が困難であったことから、ホテル事業者と連携して実施したものである。

■ 各主体の役割分担



「のっこさんメニュー」の一例
（※写真はイメージです）

■ 今後の展開（平成30年度時点の想定）

お客様となる消費者の「食べきる」という意識をさらに浸透させるとともに、ホテルが食べきり運動に取り組んでいることを県のホームページで広報し、県民の食べきり意識とホテルの取組が一致し、宴会の予約時には適量を注文し食べきりを実践できるようにするなど、双方に働きかけて食べきり運動を拡大していく。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 食品ロスの発生要因を検討 (7月～10月)

- 宴会やパーティー料理は、個人でなく万人向けの「もてなし」料理であるため、見た目の豪華さや豊かさが求められ、食べ残しが出やすいなどの課題を洗い出した。
- ホテル宴会時の食べ残し実態調査 (8月～10月、前期調査)
 - * 委託内容：宴会後の食べ残しごみ量の計測、写真記録、内容把握 (調査回数：14回)

POINT

ステップ 2 メニュー案の検討・実証 (11月～翌3月)

- 調査結果を基に「のっこさんメニュー」のポイントを検討した。

項目	ポイント
①料理の構成	主食の位置(取り分け型、種類)、メニューのボリュームバランス、提供順
②料理の見せ方	彩り・華やかさ、取り分けやすい盛り付け方
③料理の出し方	食事の提供タイミング、温度管理、ボリューム・バランス
④お客様の嗜好	味の濃淡、好き嫌いの分かれそうなメニュー
⑤食べやすさ	一口大で箸使いが容易なもの、手を汚さずに食べられるもの
⑥注文の取り方、勧め方	幹事へのアドバイス、食事中的呼びかけ

- ホテル宴会時の食べ残し実態調査 (12月～翌3月、後期調査)
 - * 委託内容：宴会後の食べ残しごみ量の計測、写真記録、内容把握 (調査回数：9回)

ステップ 3 実証結果の振り返り (翌3月)

- ポイントの実践後の調査結果では、事前に幹事と打合せをして宴会での声かけをしても、その日の進行や会の設定により、食べ残しが出てしまうということがわかった。
- 料理が足りなくなることを心配するあまりどうしても多めに注文してしまうなど、お客様が宴会に求めるもの(足りないよりは余ってもいいから量を求める、豪華さを重視するなど)とホテルの食べ残しを減らす取組みが必ずしも一致しないこともあり、工夫が生かしくにくいなどの困難な点もみられた。

ステップ 4 「のっこさんメニュー」の公表 (翌3月)

- 県の広報誌等を使って、ワークショップ参加ホテルの活動状況を積極的に紹介した。
- 客層に合わせた量の設定、簡単に一人分を取り分けられるような盛り付けや、野菜と肉と一緒に食べられる工夫などがされた「のっこさんメニュー」をホテルとお客様とで話し合っていくことを提案した。

3 実施に要したコスト

○費用 (年度別)

【平成26年度(1年目)】実態調査・ワークショップの実施

約10万円 (内訳：委託経費：約10万円)

○担当者数：2名

1 取組の概要

食品衛生責任者*養成講習会の初回受講者向け講習において、事業系食品廃棄物の発生抑制・再資源化に関する取組の周知・啓発を実施

*食品衛生責任者とは：食品衛生法施行条例第2条の公衆衛生上講ずべき措置の基準及び食品製造業等取締条例第6条の衛生管理運営基準により、「営業者は、許可施設ごとに自ら食品衛生に関する責任者となるか、当該施設において従事者のうちから食品衛生責任者1名を定めておかなければならない」とされている。

■ 実施内容

食品衛生責任者養成講習会の初回受講者向け講習において、修了書を交付する5～10分の時間を活用し、生ごみの減量・再資源化のための取組等を、廃棄物指導課の職員が説明する。

説明資料としては、廃棄物指導課が作成する「事業系ごみの減量化、資源化及び適正処理ガイドライン」を配布して用いる。

なお、本ガイドラインは、事業系ごみ全般の処理方法、減量・資源化の方法等についてまとめられたものであり、事業者一般に向けた情報提供のために使用しているものを活用している。

○ガイドライン中で紹介する生ごみ削減の取組

- ①仕入れ量の調整
- ②発生の抑制（小盛りメニュー、食べ残しの持ち帰りサービス導入等）
- ③廃棄の削減（値引きの実施など）
- ④水切りの徹底
- ⑤リサイクルの実施（リサイクル業者の利用、生ごみ処理機の利用）

○3010運動（宴会時の食べ残しを削減する取組）の紹介

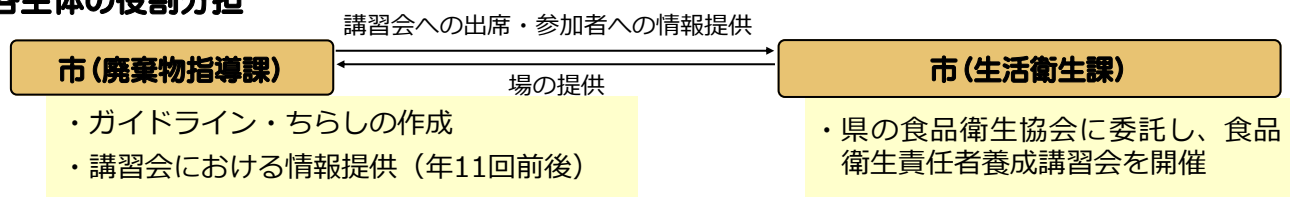


ガイドライン上の該当ページ

■ 取組の背景

相模原市では平成15年度より、廃棄物指導課と生活衛生課が連携し、食品衛生責任者養成講習会における食品廃棄物の適正処理に関する情報提供を行ってきた。平成25年3月には「相模原市一般廃棄物処理基本計画」が改定され、食品廃棄物の減量および資源化に取り組むことが定められた。具体的な取組の1つとしては、事業者には具体的な取組事例や資源化ルート等の情報提供が挙げられている。

■ 各主体の役割分担



■ 実績

年に11回前後の講習会に参加し、合計約150名の出席者に対して情報提供を行っている。

■ 今後の展開(平成30年度時点の想定)

食品関連事業者に直接取組を呼びかけられる点で貴重な取組であり、今後も継続実施予定である。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討 (平成26年度～)

POINT

- 相模原市では平成15年度より、廃棄物指導課と生活衛生課が連携し、食品廃棄物の適正処理に関する情報提供を食品衛生責任者養成講習会で実施してきた。
- 「相模原市一般廃棄物処理基本計画」の改定時（平成25年3月）に、事業系一般廃棄物である食品廃棄物の減量および資源化に取り組む旨が定められたことを受け、講習会で説明する情報として、生ごみの減量・資源化の取組のポイントを加えることとした。



ステップ 2 事業者向けガイドライン等の作成 (1月～3月)

- 相模原市廃棄物処理基本計画（平成25年3月改定）に示された4Rの考え方を説明しながら、事業系一般廃棄物および産業廃棄物の出し方や、減量・再資源化のための取組についてガイドラインにまとめた。
- 生ごみの減量化・資源化の取組を呼び掛けるページでは、食品廃棄の問題をわかりやすく示すために、環境省・農林水産省等の関連省庁が発表するデータを用いた。
- 事業者が一目で見てわかりやすいよう、伝えたい内容はできるだけ図表にまとめた。



ステップ 3 講習会における情報提供 (5月～翌3月)

- ガイドラインを用いて、生ごみの減量・資源化のための取組について説明を行った。
- 説明時間が5～10分間と短いため、説明する内容を事前に整理してから講習会に臨んだ。



ステップ 4 取組の継続に向けて (翌3月～)

- 生ごみの減量・資源化の取組に関する情報を追加しても、廃棄物指導課・生活衛生課の両課に対する負担は変わらなかったため、特別な調整無く取組を継続することができている。

3 実施に要したコスト

○費用：なし

- * 別事業で作成したガイドラインを活用しているため、費用は発生していない。
ガイドライン作成事業におけるガイドラインの印刷費は、約60万円である。

○担当者数：2名

- * 講習会の対応は2～3名で実施している。

1 取組の概要

県内の団体・市が主催する環境フェアで、食品関連事業者が規格外品を低価格で販売するもったいない市を開催し事業系食品ロスを削減



■ 開催・参加企業の実績

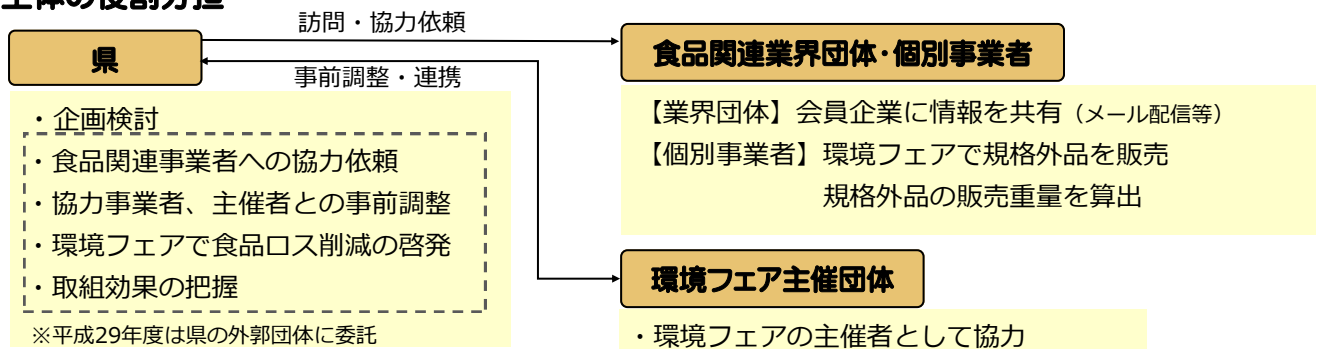
県内で開催された環境フェア4会場と連携して「もったいない市」を開催し、のべ12社（うち11社が食品メーカー、1社が小売事業者）の食品関連事業者が参加した。参加企業の4割が菓子メーカーであったため菓子の販売量が多く、その他としてはこんにゃく、納豆等が販売された。

「もったいない市」を開催した環境フェア（平成29年度）	主催者	来場者数（環境フェア）	「もったいない市」参加企業数	販売量（kg）
みえ環境フェア（津市、1日間）	三重県地球温暖化防止活動推進センター	約5,000人	8社	1,429.0kg
夏のエコフェア（四日市市、2日間）	三重県環境学習情報センター	約4,500人	1社	517.9kg
もったいないフェア（伊勢市、1日間）	伊勢広域環境組合	約2,000人	1社	190.3kg
センターフェスタ（鈴鹿市、1日間）	三重県体育協会	約2,500人	2社	113.8kg

■ 取組の背景

「三重県廃棄物処理計画」（平成28年3月）において、食品ロスを含むごみの発生・排出抑制の取組を促進するため、事業者や市町などの多様な主体と連携することを定めた。また、「富山物質循環フレームワーク」（平成28年5月）で食品ロスへの対策の重要性が強調されたことを受け、事業者と連携した食品ロス削減の取組を検討した。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果と連携先の反応

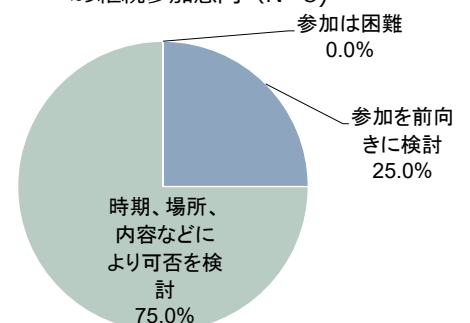
通常の販売が難しいために廃棄されがちな規格外品を、合計5日間の環境フェアで2,251kg販売した。今後の継続については、出展企業の25%が前向きに検討しており、「参加は困難」とした事業者はいない。

■ 今後の展開（平成30年度時点の想定）

「もったいない市」の実施の際に、家庭向けの食品ロスに関する意識啓発を行えるような仕組みを検討・実施予定である。また、平成30年度には「もったいない市」と併せてフードドライブを実施する。

出展企業の「もったいない市」

への継続参加意向（N=8）



(出典) 出展企業アンケート結果（平成29年度）

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討・業界団体への協力依頼 (5月～7月)

- 担当課で食品ロス削減の取組を検討する際、集客力の高い環境フェアで食品関連事業者へ規格外品を販売してもらい、来場者への食品ロスの啓発と事業系食品ロスの削減の相乗効果を出すことを着想した。
- 県内の食品関連事業者の業界団体へ取組について事前に説明し、会員企業への周知を依頼することで事業者との協力関係を構築した。

POINT

ステップ 2 食品関連事業者への協力依頼 (7月～)

- 事業者への協力依頼は、直接訪問または業界団体を通じたメール配信によって実施した。
- 直接訪問する事業者は、規格外品の販売に自主的に取り組んでいる事業者や、業界団体・県内の市町村・関連団体から紹介があった事業者とした。(平成29年度は66社を訪問)
- 取組への協力を依頼する際には、取組の目的、取組の概要、参加のメリットとコスト、当日のオペレーション(ブースの広さ等)を説明した。
- 事業者を直接訪問する場合には、今後の取組の参考にするために、同社における食品ロス削減の取組についてヒアリングを行った。

ステップ 3 環境フェア内での「もったいない市」の実施 (12月)

- 出展企業のブースに統一的なのぼりを設置し、目立つように工夫した。
- 来場者向けアンケートにて食品ロスの認知度や「もったいない市」への今後の参加意向等を把握した。

ステップ 4 振り返り・次年度に向けた企画 (翌1月～)

- 出展企業に対するアンケートを実施し、販売量や今後の参加意向等を把握した。
- 回答者の多くが、今後も継続して参加する意向を示したため、取組地域を拡大し全県的な取組となるよう、「もったいない市」を実施する環境フェアの会場を増やした。

※平成28年度：1会場 ⇒ 平成29年度：4会場

3 実施に要したコスト

○費用(年度別)

【平成28年度(1年目)】事業者への協力依頼、連携体制の構築

約30万円 (内訳：のぼり作成費：約10万円、事業者訪問に要した燃料費：約20万円)

【平成29年度(2年目)】実施会場の追加(1⇒4会場)、県の外郭団体への委託実施

約360万円 (内訳：県の外郭団体に対する実施委託費：約360万円)

○担当者数：2名

作成したのぼり



1 取組の概要

食品小売店舗において、「すぐに食べる場合には商品を手前から取る」ことを呼びかける啓発資材等を設置する取組

■ 実施内容

市内のコープこうべ（食品小売事業者）34店舗において、販売期限切れによる食品ロスの削減のため、「すぐに食べる場合には商品を手前から取ることを」呼び掛ける啓発資材（ポスター・チラシ・POP・紙のぼり）を掲示した。

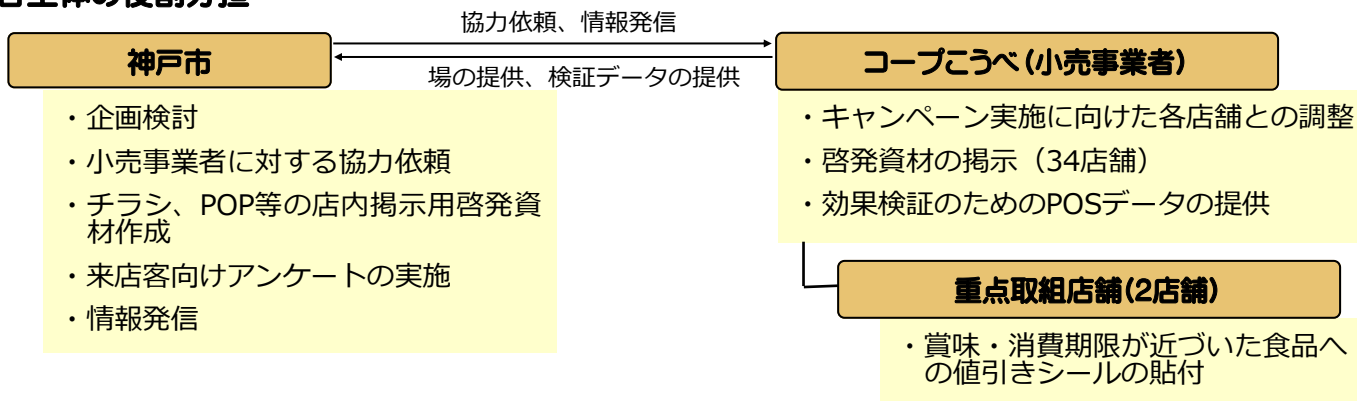
うち重点取組店舗である2店舗においては、上記に加え、買い物かごステッカー・音声POPを活用するほか、値引きシールに食品ロス削減のメッセージを印刷する等して呼びかけを実施した。

本取組の最大実施期間は平成30年10月の1か月間と設定し、啓発資材等の取り外し時期は各店の判断によるものとした。

■ 取組のきっかけ

平成29年度の神戸市調査にて、市民モニターの約7割が「棚の奥の方から商品を取るなどして、賞味、消費期限がより長いものを買う」と回答したことを受け、神戸市は販売期限切れによる食品ロスを削減するため、期限が短い食品の購入を促すための啓発を小売事業者と連携して実施した。

■ 各主体の役割分担

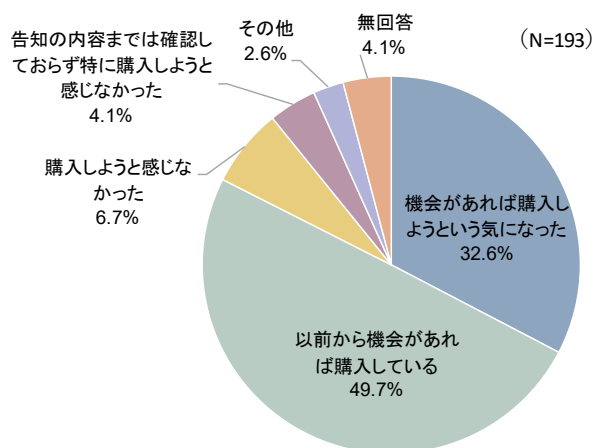


■ 取組の効果

POSデータを用いた販売率・廃棄率の変化の分析や、来店客および店舗運営者を対象としたアンケートを実施した。

来店客向けアンケートでは、啓発資材に気づいた回答者のうち、約3割が期限が近い商品を「機会があれば購入しようという気になった」と回答した。

機会があれば陳列棚の中で期限が近い商品を購入しようと感じたか
(来店客アンケート結果、啓発資材に気づいた来店客のみ回答)



2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討・内部調整 (4月～5月)

POINT

- 有識者や食品ロス削減に取り組む小売事業者から構成される「神戸市食品ロス削減推進会議」において、専門的知見や実務的な意見を踏まえて企画検討を行った。
- 前年度末に実施した予備調査で判明した課題を踏まえ、キャンペーンの認知度向上のため、啓発資材の拡充を行った。

ステップ 2 連携先との調整 (5月～6月)

- 店舗のオペレーションに支障が出ないように、連携先との事前の調整を入念に実施した。

ステップ 3 事前準備 (啓発資材の作成、広報) (6月～9月)

POINT

- 啓発資材の作成にあたっては、連携事業者（コープこうべ）が店内掲示物作成を委託しているデザイン会社を起用し、連携事業者にデザインや表現等を確認いただいた。
- 広報としては、定例会見でプレスリリースを実施するほか、マスコミが来訪しやすいように店舗でのイベントを企画した（例：賞味期限の近い豆腐と新しい豆腐の食べ比べ）。

ステップ 4 キャンペーン実施 (10月)、効果検証 (11月～1月)

- 値引きシールを用いた啓発においては、通常時に使用している値引きシールにメッセージを印刷する形でシールを作成することで、シールの枚数が増えることを防ぐ等、店舗従業員に大きな負担がかからないようにした。
- 効果検証のため、来店客向けアンケートのほか、店舗運営者向けアンケートやPOSデータの分析を実施した。

3 実施に要したコスト

○費用：約430万円（主に物件費）

○担当者数：市職員3名

（注）費用については環境省 平成30年度二酸化炭素排出抑制対策事業等補助金を活用した。

1 取組の概要

フードバンク団体向けガイドラインの作成・公開、食品提供企業の開拓、当事者間協議の支援等の諸事業を通して、より効果的で継続的な食品提供スキームの構築を実施

■ 実施内容

福岡県と（公財）福岡県リサイクル総合研究事業化センターが主体となり、以下の取組を実施。

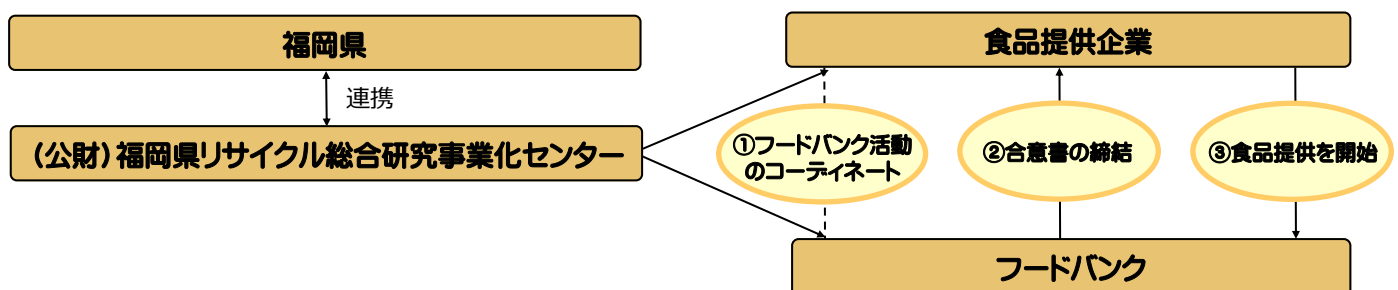
※注 福岡県リサイクル総合研究事業化センター：資源循環型社会の構築を目指して、産・学・官・民の連携による共同研究を支援し、その事業化を推進するために、福岡県の100%出捐により設立された公益財団法人。

取組	内容
① 食品関連事業者・フードバンク団体の実態把握調査（平成28年度）	食品関連事業者（主に食品製造業者・卸売業者）と、フードバンク団体（NPO等）に対して聞き取り・アンケート調査を実施し、取組を推進するうえでのニーズや課題等を整理
② 食品提供企業の開拓および当事者間協議の支援（平成28年度～平成30年度）	食品関連事業者を訪問し、食品の提供を依頼。協力を得られた場合、フードバンク団体との当事者間協議を設定するとともに、他企業へ情報発信
③ 「フードバンク活動モデル事業」の実施（平成28・29年度）※生活協同組合連合会グリーンコープ連合に委託して実施	食品製造企業等から食品の提供を受け、社会福祉施設等に届けるモデル事業を実施し、フードバンク活動の課題を検証 事業の結果を踏まえ、フードバンク団体が備えるべき要件等を「フードバンク活動ガイドライン」に取りまとめ
④ フードバンク団体の活動支援（平成29年度～平成30年度）	新たなフードバンク団体に上記の「フードバンク活動ガイドライン」を活用してもらうことで、安定的・継続的なフードバンク活動の運営基盤の整備を支援
⑤ フードバンク活動支援システムの構築（平成30年度～現在（令和元年））	提供された食品を基幹倉庫に集約し、また、回収～提供の全ての段階で食品をバーコード管理することで、提供された食品のトレーサビリティを確保するシステムを構築
⑥ （一社）福岡県フードバンク協議会への支援（令和元年度～現在）	食品提供企業の開拓やフードバンク団体の活動支援など、これまでの県事業の取組を協議会に継承するために、協議会の運営を支援

■ 取組の背景

「福岡県廃棄物処理計画」（平成28年3月）の主要施策として、製造・流通・小売・消費の各段階で発生する食品ロスを削減するために「食品ロス削減県民運動」を実施することとしており、主に製造・流通の段階に関する取組の1つとして「フードバンク活動の普及・促進」を定めた。

■ 各主体の役割分担



■ 実績

63の事業者がフードバンクに対して食品を提供した（平成31年3月末時点）。

成果指標		平成28年度	平成29年度	平成30年度
食品提供企業の数	目標	20	40	60
	実績	26	51	63

■ 今後の展開（令和元年度時点の想定）

福岡県生協連、フードバンク活動実施団体（NPO等）が加盟する「一般社団法人 福岡県フードバンク協議会」（平成31年4月設立）に取組を継承し、継続予定。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 実態調査による課題の特定（取組①、平成28年度）

POINT

- 効果的なフードバンクの取組を実現すべく、食品関連企業とフードバンク団体（NPO等）の両方からニーズや課題の聞き取り・アンケートを実施した。
- 調査の結果、多くの食品関連企業から「寄付した食品のトレーサビリティが確保できれば寄付が可能である」旨の意見を得た。このことにより、フードバンクの取組を推進する上での課題は「寄付後の食品の流れの透明性の確保」であることを特定した。

ステップ 2 透明性の確保（取組③・⑤、平成28年度～平成30年度）

POINT

- 提供後の食品の管理段階・利用段階に関する課題の検証のため、民間事業者（生活協同組合連合会グリーンコープ連合）に委託して「フードバンク活動モデル事業」を実施した。結果を踏まえ、フードバンク団体が満たすべき要件等を「フードバンク活動ガイドライン」として公表した。（平成28～29年度）
- 提供後の食品に関する透明性をさらに高めるため、提供された食品を基幹倉庫に集約し、電子データで管理するシステムを構築する。（平成30年度～令和元年に完成予定）

ステップ 3 企業-団体間のマッチングの継続、フードバンク団体の基盤強化支援（取組②・④、平成28年度～平成30年度）

- 企業-フードバンク団体間の当事者間協議の支援を継続している。（平成28年度～平成30年度）
- 新設されたフードバンク団体に対して上記「フードバンク活動ガイドライン」を基に情報提供を行う等、フードバンク団体の運営基盤の強化を支援する。

ステップ 4 一般社団法人福岡県フードバンク協議会への支援（取組⑥、令和元年度～現在）

- 食品提供企業の開拓や、食品トレーサビリティシステムの整備と運用などを実施し、フードバンク団体の活動を支援することを目的として、一般社団法人福岡県フードバンク協議会（以下「協議会」）が設立された。
- これまで県事業で行ってきた食品提供企業の開拓やフードバンク活動支援などの取組を協議会に継承するために、協議会の運営を支援する。

3 実施に要したコスト

○費用

福岡県から（公財）福岡県リサイクル総合研究事業化センターを通じて、下記の事業を実施。ただし、「フードバンク活動モデル事業」は同センターからグリーンコープへ委託する形で実施。

- ・ 企業開拓、関係者コーディネート等（取組①・②・④）
：平成28年度 700万円、平成29年度 800万円、平成30年度 1,000万円
- ・ フードバンク活動モデル事業（取組③）：平成28～29年度 各年度 1,000万円
- ・ フードバンク活動支援システムの構築（取組⑤）：平成30～令和元年度 各年度 1,000万円

事例から見る取組のポイント

POINT

1

発生要因を踏まえて対策を考える

「食品ロス」と一口に言っても、その種類や発生要因は多様です。削減の取組を考える上では、食品ロスが発生する要因をしっかりと分析し、狙いを絞ることで、効果的な取組を行うことができます。発生要因の分析においては、消費者、小売事業者や飲食店・ホテル等の食品ロスを発生させる当事者と協働して行うと、より詳細な把握や、具体的な対策の実施につなげていくことができます。

☞【具体例】No. 8 福井県 ステップ1 (P.16)、No.13 福岡県 ステップ1 (P.26) /等

POINT

2

自治体内の関連部局と連携する

食品ロスは、飲食店や小売店による事業活動や、学校における給食等の様々な場面で発生しています。食品ロス削減の取組を進める上で、これらの主体にアプローチするには、対象となる事業者や学校等を所管する部局・担当課と連携し、既存の取組やネットワークを活用することが有効です。

☞【具体例】No.5 滋賀県大津市 ステップ2 (P.10)、No.6 富山県富山市 ステップ1 (P.12)

No.10 神奈川県相模原市 ステップ1 (P.20) /等

POINT

3

関連事業者・団体との関係構築・企画の早い段階での意見交換

事業者や外部の団体と連携して行う取組は、連携相手の視点を取り入れて企画しなければ、「絵に描いた餅」となってしまう恐れがあります。できるだけ企画の早い段階から関係する事業者と意見交換を行い、事業者から見た取組の課題や改善策を踏まえて、取組の内容を作り上げていくことで、実効的な取組にすることができます。また、食品ロスに限らず、ごみの減量をテーマとした関係者の会議の場を設置し、日頃から意見効果ができる関係性を構築しておくことも有効です。

☞【具体例】No.2 東京都世田谷区 取組の背景 (P.3)、No. 9 福井県 ステップ1 (P.18)

No.11 三重県 ステップ1 (P.22)、No.12 兵庫県神戸市 ステップ1 (P.24) /等

POINT

4

事業者が取組に参加するインセンティブを提供する

事業者により積極的な取組への参画を促す上では、事業者にとっての廃棄物処理費用の削減等のメリットを提示することや、インセンティブを設けることが有効です。食べきり協力店の取組の場合は、協力店の情報を自治体ホームページで発信するほか、民間ウェブマガジン等の既存の媒体と連携して発信を行うことも考えられます。また、協力店を飲食店に限らず、幅広い事業者を対象にする場合には、自治体の総合評価落札方式の入札において有利となるポイントを付与する事例もあります。

☞【具体例】No.4 静岡県 各主体の役割分担 (P.7)、No.7 長野県松本市 ステップ2 (P.14) /等

POINT

5

取組の効果・意見を把握し、今後の展開を検討する際のヒントとする

実施した取組の効果を把握しなければ、効果のない取組を継続してしまう恐れがあり、限られた予算を無駄にすることになります。可能な限り、取組による食品ロスの削減効果や関係者の啓発効果、取組に対する関係者の意見等を把握することで、取組の継続の是非や改善点を検討することができます。

☞【具体例】No.1 埼玉県越谷市 取組の効果・今後の展開 (P.1)、No.3 神奈川県横浜市 ステップ2 (P.6) /等