自治体職員向け

食品ロス削減のための取組事例集

（令和8年度更新版）

第５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29事例の実施の流れ・ポイントを取りまとめました。



<目次>

・本事例集の掲載事例一覧　・・・　P. 1

・貴自治体に合った事例の探し方　・・・　P. 2 - 7

・自治体における取組事例（全29事例の紹介ページ）　・・・　P. 8 - 65

・事例から見る取組のポイント ・・・P. 66

環境省　平成30年10月作成（令和８年10月更新）

本事例集の掲載事例一覧

No.	事例タイトル	取組のターゲット						掲載ページ
		家庭	食品関連事業者				その他	
			①外食	②小売業	③卸売	④全般		
1	冷蔵庫内の定期的な確認の呼びかけ （神奈川県横浜市）	○	-	-	-	-	-	P.8-9
2	食品ロス削減を意識した買い物の体験授業 （東京都世田谷区）	○	-	-	-	-	-	P.10-11
3	食品ロスダイアリー調査による啓発／実態把握 （兵庫県神戸市）	○	-	-	-	-	-	P.12-13
4	余った食材をスープにして食べきる習慣の提案（埼玉県さいたま市）	○	-	-	-	-	-	P.14-15
5	食品寄附に対する地域ポイントの付与 （埼玉県さいたま市）	○	-	-	-	-	-	P.16-17
6	スクールフードドライブの支援（北海道札幌市）	○	-	-	-	-	-	P.18-19
7	フードドライブ連携事業者・回収事業者との協定締結（大阪府大阪市）	○	-	-	-	-	-	P.20-21
8	民間の料理教室と連携し料理教室を実施 （埼玉県越谷市）	○	-	-	-	-	-	P.22-23
9	食品ロス削減レシピ集／動画の開発・発信 （秋田県秋田市）	○	-	-	-	-	-	P.24-25
10	ドギーバッグ使用ガイドの作成 （滋賀県大津市）	-	○	-	-	-	-	P.26-27
11	持ち帰り容器の配布 （富山県富山市）	-	○	-	-	-	-	P.28-29
12	外食店で持ち帰り容器を配布する実証実験の実施 （大阪府）	-	○	-	-	-	-	P.30-31
13	外食店における持ち帰り容器の配布および効果検証の実施（群馬県）	-	○	-	-	-	-	P.32-33
14	「食べきり割」の実施 （静岡県）	-	○	-	-	-	-	P.34-35
15	ホテルと連携した食品ロス削減メニューの開発 （福井県）	-	○	-	-	-	-	P.36-37
16	適量注文・持ち帰りがしやすくなる注文シートの作成・配布 （福井県）	-	○	-	-	-	-	P.38-39
17	適量注文・持ち帰りの取組を実施する協力店の募集における工夫（東京都八王子市）	-	○	-	-	-	-	P.40-41
18	食べきり等に取り組む事業者を市の入札時に優遇する制度の実施（長野県松本市）	-	○	-	-	-	-	P.42-43
19	食品ロス"バイバイ"キャンペーンの実施 （兵庫県神戸市）	-	-	○	-	-	-	P.44-45
20	「てまえどり」を通じた食品廃棄ゼロエリアの形成（京都府京都市）	-	-	○	-	-	-	P.46-47
21	県の環境フェアにおける廉価販売 （三重県）	-	-	○	○	-	-	P.48-49
22	フードバンク団体とのマッチング （福岡県）	-	-	○	○	-	-	P.50-51
23	食品提供者とフードバンク活動団体等のマッチング用のシステムの構築（三重県）	-	-	○	○	-	-	P.52-53
24	食品衛生に関する事業者向け講習会を活用した情報発信・啓発 （神奈川県相模原市）	-	-	-	-	○	-	P.54-55
25	商慣習の見直しに関する情報発信等（富山県）	-	-	-	-	○	-	P.56-57
26	道の駅を通じた生鮮野菜等の子ども食堂等への寄附 （長野県松本市）	-	-	-	-	-	○	P.58-59
27	直売所で売れ残った農産物を都市部で再販売（埼玉県東松山市）	-	-	-	-	-	○	P.60-61
28	「災害時用備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領」の制定（長崎県）	-	-	-	-	-	○	P.62-63
29	ユース世代と食品ロス削減活動実施団体等の交流機会の提供 （徳島県）	-	-	-	-	-	○	P.64-65

貴自治体に合った事例の探し方

貴自治体において、食品ロス削減の取組を進めたいターゲット（排出者の業種等）が …

- ▶ **まだ決まっていない場合／これから決める場合 ⇒ まず、P.2（本頁）をご覧ください**
- ▶ **すでに決まっており、具体的な取組を検討したい場合 ⇒ P.3～7をご覧ください**

▶ これから取組のターゲットを決める場合

食品ロス削減の取組を進めるにあたっては、地域における食品ロスの発生状況・発生要因等を踏まえて取組のターゲットを定めることが重要です。食品ロス削減推進法において、各地方公共団体による策定が努力義務とされている「食品ロス削減推進計画」においても、「地域の特性に応じた取組を盛り込む」こととされています。（「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」2020年3月31日閣議決定）

以下、地域の食品ロスの発生状況等を把握するための方法をご紹介します。

地域の食品ロスの発生状況等を把握する方法（例）

家庭系食品ロス

家庭系食品ロス組成調査の実施

自治体で収集したごみ袋の中に含まれる食品ロスの量・種類を記録し、食品ロス量の推計を実施

環境省では**組成調査の手順書**を公開中！
⇒ 家庭系食品ロスの発生状況の把握のためのごみ袋開袋調査手順書（令和6年度10月版）

※食品ロス量の推計にあたっては、組成調査を実施することが望ましいが、予算等の制限によりやむを得ない場合に限り、他の自治体における食品ロス組成調査結果（家庭系可燃ごみ量に占める食品ロスの割合等）を参考に、食品ロス量を参考値として推計することも考えられる

食品ロスダイアリー調査の実施

食品ロスの品目・重量・発生理由等を、モニター家庭で毎日記録。世帯構成等による傾向の違いを分析することも可能

実施方法①：紙の調査票を使用

（例）神戸市における実施事例：P. 12 - 13

実施方法②：専用のアプリを使用

PC・スマートフォンなどから食品ロスの発生状況を記入できるアプリを活用

（例）「食品ロスダイアリーアプリ」
（NPO法人ごみじゃぱん食品ロス削減チーム等が作成）

家庭向けアンケートの実施

下記のような設問への回答から、食品ロスの発生状況・発生要因・削減行動の実施状況等を推測可能
・食品ロスの発生頻度、発生する理由
・食品ロスとして廃棄してしまう食品の種類
・食品ロスの増加／削減に繋がる行動の実施状況
（フードドライブ等への協力の有無等） 等

事業系食品ロス

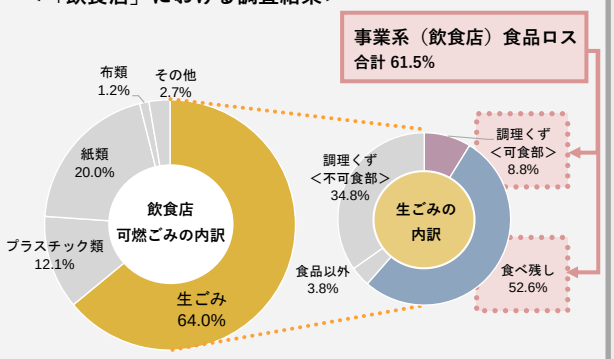
事業系食品ロス組成調査の実施

食品ロスの割合・種類（食べ残し／直接廃棄等）を業種別に把握し、業種別に食品ロス量の推計を実施

調査の実施例

長野県松本市においては、「飲食店」「宿泊施設」「食品小売店」を対象に食品ロス組成調査を実施

＜「飲食店」における調査結果＞



（出典）松本市食品ロス削減推進計画

政府統計（経済センサス、家計調査等）の活用

地域の食品関連産業の状況や、食品の購買状況・外食産業の利用状況等を把握。他の自治体と比較することで、地域の特性を把握

事業者向けアンケートの実施

下記のような設問への回答から、食品ロスの発生状況・発生要因・削減行動の実施状況等を推測可能
・食品ロスの発生頻度、発生量、発生理由
・食品ロスとして廃棄してしまう食品の種類
・食品ロスの増加／削減に繋がる行動の実施状況
（フードバンク団体等への協力の有無等） 等

取組のターゲットは決まっているので、具体的な取組内容を検討したい場合

食品ロスの発生理由は、食品ロスの排出者によって異なります。
以下、排出者別に発生理由および対応する施策の例・本事例集での掲載ページをまとめています。

1. 家庭で発生する食品ロス

家庭系食品ロスには、以下の3種類があります。

①直接廃棄：手つかずのまま廃棄されたもの
（発生理由の例：買いすぎた、在庫管理が不十分で気付かない間に期限が切れた 等）
②食べ残し：一度食卓に上がったが、食べ切れずに廃棄されたもの
（発生理由の例：作りすぎてしまった、嫌いな食品が入っていた 等）
③過剰除去：食べられない箇所を取り除く際に、過剰に取り除かれて廃棄されたもの
（発生理由の例：調理の省力化等のために、野菜の皮を厚く剥いた 等）

以下の表では、上記の食品ロスの種類別に、食品ロス削減の取組事例を紹介します。

取組の種類

①直接廃棄・②食べ残し削減の取組	③過剰除去への取組
計画的な買い物・管理・使い切り等の呼びかけ	**エコ料理教室の実施**
冷蔵庫内の定期的な確認の呼びかけ 神奈川県横浜市の事例 ⇒ P. 8 - 9 市区町村 / 低コスト / 効果データ有	**民間の料理教室と連携し料理教室を実施** 埼玉県越谷市の事例 ⇒ P. 22 - 23 市区町村 / 低コスト
食品ロス削減を意識した買い物の体験授業 東京都世田谷区の事例 ⇒ P. 10 - 11 市区町村 / 低コスト / 効果データ有	
食品ロス量の見える化による啓発	**エコレシピの開発・発信**
食品ロスダイアリー調査による啓発／実態把握 兵庫県神戸市の事例 ⇒ P. 12 - 13 市区町村 / 低コスト / 効果データ有	**食品ロス削減レシピ集／動画の開発・発信** 秋田県秋田市の事例 ⇒ P. 24 - 25 市区町村 / 効果データ有
余った食材の活用の提案	
余った食材をスープにする食習慣の提案 埼玉県さいたま市の事例 ⇒ P. 14 - 15 市区町村	
食品を必要とする人への寄附の促進	
食品寄附に対する地域ポイントの付与 埼玉県さいたま市の事例 ⇒ P. 16 - 17 市区町村 / 低コスト / 効果データ有	
学校でのフードドライブ実施の支援 北海道札幌市の事例 ⇒ P. 18 - 19 市区町村 / 効果データ有	
フードドライブ連携事業者・回収事業者との協定締結 大阪府大阪市の事例 ⇒ P. 20 - 21 市区町村 / 低コスト / 効果データ有	

（凡例）

市区町村 / 都道府県
実施主体（市区町村／都道府県別）

低コスト
実施費用が比較的少ない事例

効果データ有
本事例集上に施策実施による食品ロス削減量の記載あり

2. 食品関連事業者で発生する食品ロス

食品関連事業者には、外食産業・食品小売業・食品製造業 ・食品卸売業等の業種が存在します。
業種によって発生する食品ロスの種類や発生事由は異なるため、業種別に取組事例を整理します。

① 外食産業

外食産業で発生する食品ロスの発生要因は、**「お客様の食べ残し」が8割**を占めています*。
一部の自治体では、食べ残しの対策として【①mottECO**（食べ残しの持ち帰り行動）の推進】や【②料理の食べきり・適量注文の呼びかけ】等の施策を実施しています。

* 農林水産省「令和２年度 食品産業リサイクル状況等調査委託事業 （食品関連事業者における食品廃棄物等の可食部・不可食部の量の把握等調査）」報告書 P.15
** 環境省では、飲食店での食べ残しの持ち帰り行為の新たな名称を「mottECO（もってこ）」と定め、普及に取り組んでいます。

取組の種類

①mottECO（持ち帰り行動）の推進

食べ残しの持ち帰り容器の使用の推進

ドギーバッグ使用ガイドの作成
滋賀県大津市の事例 ⇒ P. 26 - 27
市区町村

持ち帰り容器の配布・店舗での啓発
富山県富山市の事例 ⇒ P.28 - 29
市区町村

大阪府の事例 ⇒ P.30 - 31
都道府県

群馬県の事例 ⇒ P. 32 - 33
都道府県 効果データ有

②料理の食べきり・適量注文の働きかけ

食べ切りのインセンティブを付与

「食べきり割」の実施
静岡県の事例 ⇒ P. 34 - 35
都道府県

食べ切りメニューの考案

ホテルと連携した食品ロス削減メニューの開発
福井県の事例 ⇒ P. 36 - 37
市区町村 低コスト ¥
効果データ有

他に、公的施設の食堂等でごはんの盛り付けサイズの見本を複数種類展示して、適量注文を促す取組等があります（埼玉県川越市等）

適量注文・持ち帰りの呼びかけ

適量注文・持ち帰りがしやすくなる注文シートの作成・配布
福井県の事例 ⇒ P. 38 - 39
都道府県 低コスト ¥

適量注文・持ち帰りを呼びかける協力店の募集における保健所・環境部局の連携
東京都八王子市の事例 ⇒ P. 40 - 41
市区町村 低コスト ¥

持ち帰り・食べきり・適量注文のインセンティブを付与

食べきり等に取り組む事業者を入札時に優遇（「残さず食べよう！」推進事業所認定制度）
長野県松本市の事例 ⇒ P. 42 - 43
市区町村

＜その他の考えられる取組＞

上記はいずれも主に食事の調理～提供段階における食品ロス量を削減するための取組ですが、調理前の段階（食材の仕入れ・保管段階等）としては、例えば、**店舗で発生する食品廃棄物量の計測**の呼びかけ・支援を行うことが、店舗スタッフの食品ロスに対する意識醸成に繋がることが考えられます。

② 食品小売業

食品小売業で発生する食品ロスの発生要因は、**「販売期限切れ」が8割、「売れ残り商品」が1割**を占めています*。一部の自治体では、【①食品の売り切りの支援】、【②再流通／食料の寄附の支援】等の施策を実施しています。

* 農林水産省「令和２年度 食品産業リサイクル状況等調査委託事業 （食品関連事業者における食品廃棄物等の可食部・不可食部の量の把握等調査）」報告書 P.15

取組の種類

①食品の売り切りの支援

販売期限が近い食品の購入の呼びかけ

食品ロス"バイバイ"キャンペーンの実施
兵庫県神戸市の事例 ⇒ P. 44 - 45
市区町村　低コスト

「てまえどり」の呼びかけの実施
（＋食品ロスダイアリー調査等による効果検証）
京都府京都市の事例 ⇒ P. 46 - 47
市区町村　効果データ有

環境省では**「てまえどり」の啓発資材**を公開中！
「てまえどり」ポスター・POPはこちら
PRキャラクター「すぐたべくん」ポスター・POPはこちら
※「てまえどり」とは、購入してすぐに食べる場合に、商品棚の手前にある商品等、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶ購買行動です。

②再流通／食料の寄附の支援

余剰在庫の販売支援

県の環境フェアにおける廉価販売
三重県の事例 ⇒ P. 48 - 49
都道府県　効果データ有

フードバンク団体との連携

フードバンク団体とのマッチング
福岡県の事例 ⇒ P. 50 - 51
都道府県

寄附者とフードバンク団体のマッチングのためのオンラインシステムの構築
三重県の事例 ⇒ P. 52 - 53
都道府県

＜その他の考えられる取組＞
小売事業者も外食産業と同様、**店舗で発生する食品廃棄物量の計測**の呼びかけ・支援を行うことが、店舗スタッフの食品ロスに対する意識醸成を促し、食品ロス削減の工夫に繋がることが考えられます。

③ 食品製造業・食品卸売業

食品製造業・食品卸売業では、「製造工程」（賞味期限切れロス、規格外品を含む）、「輸配送・卸売工程」（納品期限切れ、返品・不良品を含む）、「原材料」の段階等で食品ロスが発生しています。一部の自治体では、【再流通／食料を必要とする人への寄附等を支援】しています。

* 農林水産省「令和２年度 食品産業リサイクル状況等調査委託事業 （食品関連事業者における食品廃棄物等の可食部・不可食部の量の把握等調査）」報告書 P.15

取組の種類

再流通／食料の寄附の支援

余剰在庫の販売支援

県の環境フェアにおける廉価販売（再掲）
三重県の事例 ⇒ P. 48 - 49
都道府県　効果データ有

＜その他の考えられる取組＞
食品の鮮度や安全性を保持し、食品を長持ちさせるための容器包装の開発が進んでいます。
（参考）農林水産省「食品ロスの削減に資する容器包装の高機能化事例集」 等

フードバンク団体との連携

フードバンク団体とのマッチング（再掲）
福岡県の事例 ⇒ P. 50 - 51
都道府県

寄附者とフードバンク団体のマッチングのためのオンラインシステム構築（再掲）
三重県の事例 ⇒ P. 52 - 53
都道府県

④食品関連事業者全般を対象とした取組

一部の自治体では、食品関連事業者全般に対し、食品衛生に関する講習会等の機会を活用したり、事例集を公開する等して、食品ロス削減の啓発・情報発信を実施しています。

取組の種類

食品ロス削減に資する情報の発信・呼びかけ

食品衛生に関する事業者向け講習会を活用した情報発信・啓発

神奈川県相模原市の事例 ⇒ P. 54 - 55

市区町村　低コスト

商慣習の見直しに関する情報発信（事例集の作成等）

富山県の事例 ⇒ P. 56 - 57

都道府県

3. その他の主体で発生する食品ロス

食料の生産者（農家等）、地方公共団体（防災備蓄品、学校・学校給食センター等）、その他の主体において発生する食品ロスの削減のための取組事例をご紹介します。

① 生産者（農家等）

生産者においては、食用に適した品質を有しているものの、**余剰生産・規格外等の理由**で食材（野菜等）が廃棄されることがあります。一部の自治体では、こうした【①食料の売り切りの支援】、【②再流通の支援】等の施策を実施しています。

取組の種類

①食料の寄附の支援	②再流通の支援
フードバンク団体との連携 **道の駅を通じた子ども食堂等への寄附** 長野県松本市の事例 ⇒ P. 58 - 59 市区町村　低コスト 効果データ有	**余剰品の再販売支援** **売れ残った野菜等を都市部で販売** 埼玉県東松山市の事例 ⇒ P. 60 - 61 市区町村　低コスト 効果データ有 ※再販売できなかった野菜等については子ども食堂への寄附を実施

② 地方公共団体

＜防災備蓄食料等＞

地方公共団体が防災備蓄品として保管している食料等のうち、使用期限が短くなったものの食用に適したものを有効活用するため、一部の地方公共団体では【防災備蓄食料等の寄附】を促進しています。

取組の種類

防災備蓄品等の寄附

防災備蓄品等の寄附のための手続きを明確化

「災害時用備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領」の制定

長崎県の事例 ⇒ P. 62 - 63

都道府県　低コスト　効果データ有

＜学校・学校給食センター＞

学校給食由来の食品廃棄物のうち、**約4割が「食べ残し」**とされており*、一部の自治体では小中学生等を対象とした環境教育・啓発を通して、食べ残しの削減に取り組んでいます。

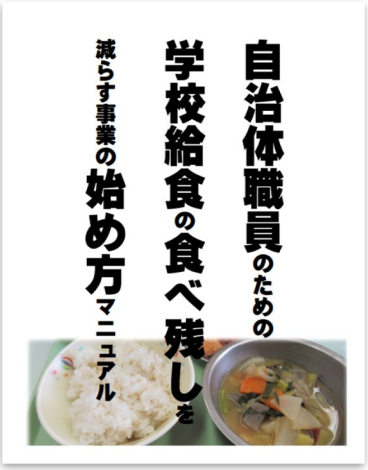
また、啓発を実施するだけではなく、喫食時間の十分な確保、調理段階の工夫（皮をむきすぎない）等、給食を提供する側の仕組みの改善も重要とされています。

* 環境省「平成26年度 学校給食センターからの食品廃棄物の発生量・処理状況調査結果」

環境省では各種モデル事業を通じ、学校給食由来の食品廃棄物の削減や再資源化等の取組を支援してきました。

「自治体職員のための学校給食の食べ残しを減らす事業の始め方マニュアル」では、平成29年～令和元年度におけるモデル事業（6件）について、同様の取組を実施し たい地方公共団体の皆様の参考とすべく、取組の概要や効果、実施の流れ等を取りまとめています。

各モデル事業の報告書は、下記ウェブサイトをご参照ください。
・平成27年～令和元年度の事業報告書：環境省ウェブサイト
・令和3年度以降の事業報告書：環境省食品ロスポータルサイト
※令和2年度は事業を実施していません。



市区町村　都道府県　効果データ有

【参考】その他の取組

その他、食品ロスの排出主体を特段特定せずに、地域内における食品ロス削減の取組の機運を高めるための取組が実施されている例もあります。

取組の例

地域内の学校・活動団体（NPO等）との連携

ユース世代と食品ロス削減活動実施団体等の交流機会の提供

徳島県の事例 ⇒ P. 64 - 65

都道府県　低コスト

No.1

神奈川県横浜市　「冷蔵庫10･30運動」の実施 -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-

1 取組の概要

段階的な事業の広がりを念頭に、2015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（現X）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

2014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

横浜市

・資源循環局3R推進課：
冷蔵庫10･30運動の企画、住民への広報、Twitterでの呼びかけ、モニタリング調査の集計

・各区収集事務所・区役所資源化推進担当：
住民への広報、チラシやマグネットを使った啓発

制作会社

・チラシ・マグネットのデザイン

印刷会社

・チラシ・マグネットの作成、印刷

■ 取組の効果

2016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（2019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（2015年度～）

POINT

- 2015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（2016年度）

- 2016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（2017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（2017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 事業費･担当者数等

○費用

2015年度	印刷等	約65万円	その他（デザイン委託等）	約20万円
2016年度	印刷等	約80万円	その他	約40万円
2017年度				0円
2018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

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-

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（2017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）	▪ 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」だと思う商品を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

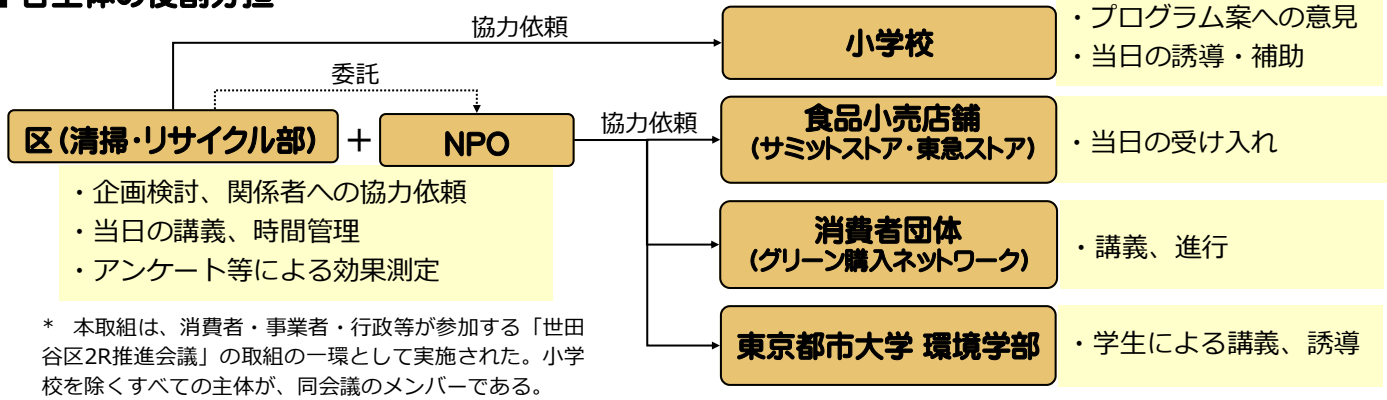
※各実施内容の合間に、移動時間を各20～30分間程度確保したため、合計の実施時間は3時間弱となった。
※本取組は、社会科または総合的な学習の時間の授業の一環として実施した。

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、2011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



＊　本取組は、消費者・事業者・行政等が参加する「世田谷区2R推進会議」の取組の一環として実施された。小学校を除くすべての主体が、同会議のメンバーである。

■ 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。

【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ても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（2017年度）

■ 今後の展開（2018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。

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）

POINT

- 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。

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。（2017年度末）

3 事業費・担当者数等

〇費用（年度別）

【2016～2017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。

〇担当者数：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。

No.3

神戸市

食品ロスダイアリーの実施

-家庭系食品ロスの実態把握・削減ツールとして-

1 取組の概要

家庭系食品ロスの発生実態の把握を目的として、市民モニターを募集して「食品ロスダイアリー」調査を実施し、「神戸市食品ロス削減アクションメニュー」を策定。さらに、食品ロスダイアリーに記録することで、これまでに自覚していなかった食品ロスの発生を意識することができるようになったこと等が食品ロスの削減につながったことから、啓発手法としても活用している。

■ 実施内容

実施時期	モニター数	実施目的	主な調査内容
2016年 11月～12月 （4週間）	配布数：399世帯 回収数：302世帯 （回収率 75.7%）	食品ロス発生実態の調査	食品ロスの件数、重量、食品の種類、入手方法、発生理由、実施していれば食品ロスを発生させずに済んだと思われる方法等

※上記の他、2017年、2018年には、野菜の保存方法等を記載した啓発ちらしを配布するモニターとしないモニターに分けて、ダイアリーの記録を依頼し、食品ロス発生量を比較する効果検証を実施。

②調査結果

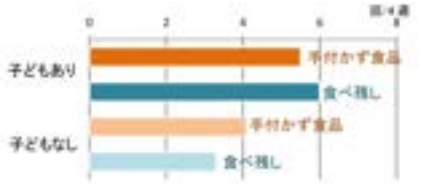
・子育て世帯はロスが多い

・単身高齢者世帯は食べ残しが多い

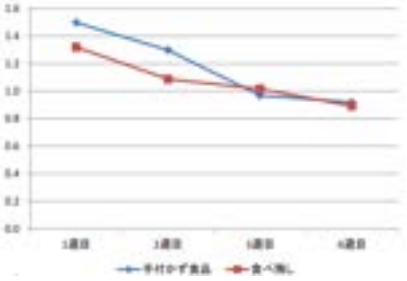
・食品ロスダイアリーに記録することで、削減意識が高まり、発生量が減少する

・手つかず食品の入手方法は「もらった」が2割 等

子どもの有無別の食品ロス発生件数



手付かず食品・食べ残しの発生回数



1人1日あたりの食べ残し重量（g）



（出典）「1人1日あたりの食べ残し」重量については「食品ロスダイアリー冬季調査（2016）」、その他2つのグラフについては「食品ロスダイアリー夏季調査（2017）」

■ 調査結果を踏まえた取組

①「神戸市食品ロス削減アクションメニュー」の策定

学識者や食品小売事業者等からなるステークホルダー会議、市民とのワークショップにおいて、調査結果に基づく議論を通じて、「もらった」食品を寄付できるフードドライブ、子育て世帯や単身高齢者にターゲットを定めた取組等のアクションメニューを策定した。

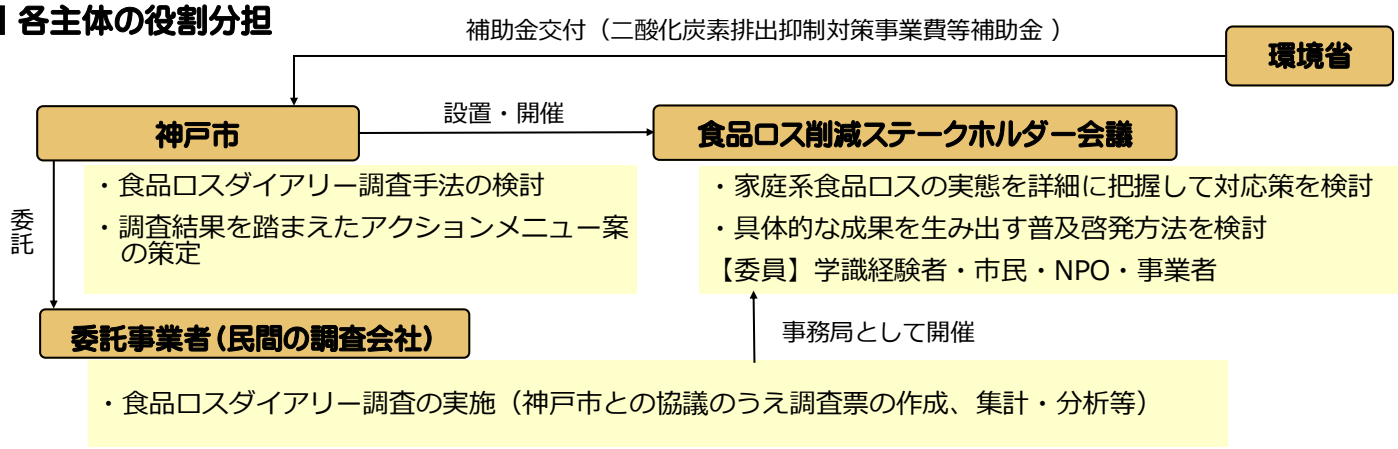
②「食品ロスダイアリー」の啓発ツールとしての活用

食品ロス量を見える化・自覚化するためのツールとして、市民の利用を促進。神戸市が環境政策分野で長年連携してきたNPO法人ごみじゃぱんを中心とした研究チーム（NPO法人ごみじゃぱん食品ロス削減チーム）と連携し、「食品ロスダイアリー」のアプリ版の普及に協力。

■ 今後の展開（2020年度時点の想定）

削減手法として、より多くの市民にダイアリーに取り組んでもらうために、食品関連事業者等と連携しながら普及拡大を図る。

■ 各主体の役割分担



2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 食品ロスダイアリー調査の設計

- 把握したい内容を検討し、調査項目を作成した。
  （調査項目の例：廃棄した量、廃棄理由、入手方法、実施していれば捨てずに済んだ方法等）

ステップ 2 市民モニターの募集

POINT

- 「神戸市市政モニター」を通じて募集を行い、1人2千円の謝礼（商品券）を用意した。
- 食品ロスの発生実態の把握のため、事前調査で食品ロスを出していると回答した人を優先的に採用した。

ステップ 3 調査票の発送・回収

- 選定したモニターに調査票を発送し、調査期間（4週間程度）取り組んでもらい、回収した。
- （参考）啓発資材の効果検証を目的とする場合には、 「1．取組の概要」に記載の通り、啓発資材を配布する群・配布しない群を設けて食品ロスの発生量等を比較することで、啓発効果を検証できる。

ステップ 4 調査結果の分析

- 調査票のデータをエクセルに入力し、廃棄された食品の種類や廃棄理由等を分析した。
- 回答者の属性（年齢や子どもの有無）と食品ロスの量をクロス集計し、世帯ごとの傾向を分析した。

3 事業費・担当者数等

〇費用（2016年度事業、税込）
調査票印刷・発送費：約60万円
モニター謝礼：約60万円　※モニター1名あたり2,000円のクオカードを送付
※その他 人件費等が発生しており、環境省補助金 約700万円を充当
〇担当者数：2名（市担当者）、外部委託事業者（民間の調査会社）

食品ロスダイアリー調査の実施支援ツールのご紹介
①「食品ロスダイアリー」調査票（簡易版、神戸市作成）https://www.city.kobe.lg.jp/documents/25090/foodlossdiary.pdf
②「食品ロスダイアリー」webアプリ版（NPO法人ごみじゃぱん食品ロスチーム作成）https://gomi-jp-foodloss.com/

No.4
埼玉県さいたま市

余った食材をスープにして食べきる習慣を提案
-「Saitama Sunday Soup（日曜日は食べつくスープ！）」事業-

1 取組の概要

家庭で余った食材を、毎週日曜日にスープにして食べきるライフスタイルを提案。
「市民の目を引くこと」「繰り返し手に取ってもらうこと」等を意識して啓発資材を作成・展開。

■ 実施内容

【作成した啓発資材・発信方法】

・パンフレット：市の施設（図書館含む）等10か所以上で配布
・PR動画：YouTube、市ウェブサイト等で公開
　　映画館、市内スポーツ会場のサイネージ等で表示
※その他、Instagram（SNS）にて、
　スープレシピの紹介やプレゼントキャンペーンを実施。

【パンフレットへの掲載内容】

①「買い方＆冷蔵庫整理のコツ」
②「食べつくスープ レシピ集」（翌日以降のアレンジレシピを含む）
③「フードドライブに参加しよう！」
※①、②、③の順に取り組むことをパンフレット内で推奨。

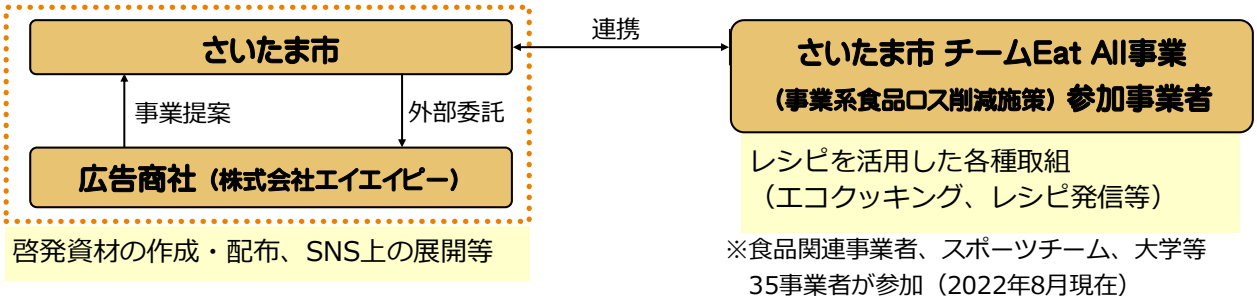


パンフレットの表紙

■ 取組のきっかけ

2017年に実施した食品ロス実態調査において、さいたま市の家庭系ごみのうち食品ロスが重量比で6.3%（うち手つかず食品が3.7%）あり、「食べ残しの発生抑制や手つかず食品等の有効活用の取組を進める」旨が定められた。
そこで、家庭系食品ロスの削減のためのアイデアを募るために事業コンペを行ったところ、本取組の提案があり、採択した。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果

市民を対象にアンケートを実施し、本取組の認知度を調査したところ、認知度は4%程度であった。
（配布数：5,000件、回答数：約3,000件）
市内で発生する家庭系ごみのうち、手つかず食品が占める割合は、本事業の実施前後で減少している。
（2017年度 3.71% から 2021年度 2.96%に減少）
※ただし食品ロスは全国的に減少傾向にあり、本取組単独の効果とは考えにくい。

■ 今後の展開（2022年度時点の想定）

本取組は次年度以降も継続する。本取組への市民認知度を高めるため、2022年10月に同市で開催される「食品ロス削減全国大会」では、食に関する著名人を起用したイベントを実施する等して、市民に対するアプローチを進める。
また、さいたま市チームEat All事業（事業系食品ロス削減施策）への参加事業者と連携した取組を今後も実施する。（事業者との連携事例は、「2. 取組の実施の流れとポイント」＞「ステップ3」に記載の通り）

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 事業内容の検討（2018年4月～2019年3月）

- 家庭で発生する食品ロスの削減のための事業アイデアを公募し、本事業の実施を決定した。

> **<さいたま市担当者コメント>**
> 地域の課題を説明したうえで、色々な方から様々なアイデアを募ることが効果的と考えている。
> 民間事業者の事業スキームに合わせることで、事業者と自治体がWin-Winとなる取組を実施できる場合もある。（例：スーパーで配布する食材使い切りレシピ開発等）

- 本事業の提案者（㈱エイエイピー）とさいたま市で事業内容を検討。食事の準備やごみ出しに携わっている職員・社員が中心となって、市民が取り組みやすい事業内容を検討した。
- 検討の結果、**「調理時間が短い」「作り方が簡単」「栄養豊富な料理を作りやすい」**等の観点から、「余った食材をスープにして食べきる」ことを呼びかけることを決定した。

ステップ2 啓発資材の作成（2018年9月～2019年3月）

- 市民の目を引くこと、繰り返し手に取ってもらうことを意識し、㈱エイエイピーと共に啓発資材のデザイン・内容を検討した。
  - ・簡単に取り組める取組であることをアピール。
    （例）「冷蔵庫の余った食材は、みんなお鍋に投入！」等
  - ・メッセージを明確に、文字を少なくすることを意識。
  - ・繰り返し見て有用な情報として、
    「買い方・冷蔵庫整理のコツ」、
    「レシピ集＋翌日以降のアレンジレシピ」等を掲載。



ステップ3 啓発資材等の展開、関連する取組の実施（2019年3月～現在）

- 食品ロス削減の取組である「食品ロス削減対策ミッション」を4つ選定し、取組方法のPR動画を公開。
  個人のライフスタイルに合わせ、気軽に日常生活に取り入れられる取組を取り上げた。
- Instagramの運用は、普段から食事の準備・ごみ出しに携わる職員が担当している。
  余った食材でスープづくりを促しやすくするため、食欲をそそるような画像を作成し掲載している。
  また、レシピコンテスト実施の際に、ナノインフルエンサー（フォロワー数1千～1万人程度のユーザー）50名による広告を実施した。
- 同市のチームEat All事業（事業系食品ロス削減施策）の参加事業者と連携した取組を実施している。
  （例）エコクッキングの実施　※連携先：東京ガス㈱、大学コンソーシアムさいたま
  （例）スープレシピの作成・小売店での発信　※連携先：味の素㈱、㈱スーパーバリュー

ステップ4 取組効果の把握（2021年3月～現在）

- 市民アンケートにより本取組の認知度を調査した。

3 事業費・担当者数等

〇費用　委託費・印刷費：約1,100万円（2018年～2021年度の4年間）
〇担当者数　4名（うち主担当者は3名）

No.5
埼玉県さいたま市

食品寄附量に応じた買い物ポイントの付与
-「フードシェア・マイレージ事業」の実施-

1 取組の概要

常設の食品寄附の回収拠点を設置し、地域の買い物で使用できるポイントを寄附量に応じて付与。

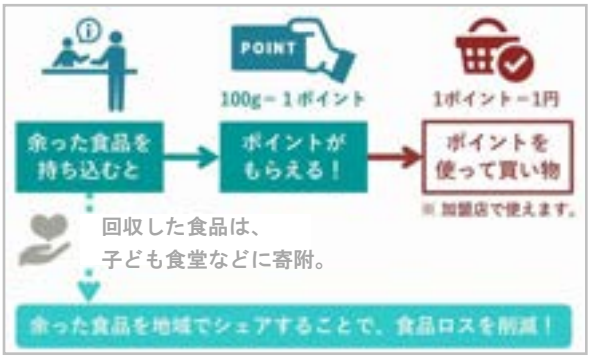
■ 実施内容

【ポイント付与の概要・仕組み】

回収拠点（市内2か所）への食品の持ち込み量に応じ、
地域の加盟店で使用できる地域ポイント（たまぽん）を付与。
※100g=1ポイント
※加盟店舗数は68店舗（2021年12月現在）

ポイントは回収拠点で地域ポイント（たまぽん）に付与。
※地域ポイント（たまぽん）は美園タウンマネジメント協会
会員企業（フェリカポケットマーケティング株式会社）
が事務局を運営

ポイントの原資は協賛企業からの協賛金等により確保。



食品の回収～ポイント付与の仕組み

【回収拠点】

下記2拠点を常設し、食品の回収・ポイントの付与を実施。
・アーバンデザインセンターみその（略称UDCMi・まちづくり拠点施設）
・岩槻菓紗里 藤宮 本町店 （菓子店、地元商店による団体の代表）

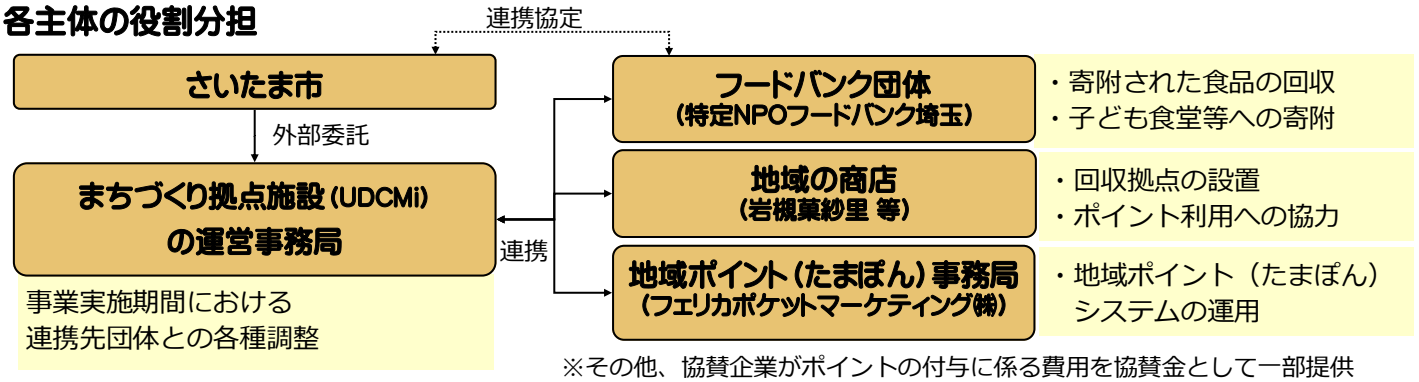
【食品の提供先／食品の受け渡し～活用の流れ】

提供先団体：特定非営利活動法人フードバンク埼玉
1か月に1回程度、同団体が回収場所を訪問して食品を受け取り、子ども食堂等の運営団体に寄附。

■ 取組のきっかけ

食品ロス量の削減を目的として、フードバンク団体（特定NPOフードバンク埼玉）と連携協定を締結し、余剰食品の寄附を推進することとした。従前から公民＋学の連携による美園タウンマネジメント協会の事業として、岩槻・美園地区で実施している地域ポイント「たまぽん」を、フェリカポケットマーケティング株式会社が事務局を担う形で実施しており、同事業のシステムを活用する形で「フードシェア・マイレージ事業」を開始した。

■ 各主体の役割分担



※その他、協賛企業がポイントの付与に係る費用を協賛金として一部提供

■ 取組の効果

2020年度には**517.3kg**の食品の寄附を受け、子ども食堂等に提供した。
同市では別途フードドライブ事業を実施し、公共施設や小売店等において食品の寄附を受け付けている。
両事業の食品回収量を合算すると、**約1トン／年**にのぼる（2020年度）。
※【補足】過去の回収量：
2018年度には234.6kg（8月～3月、1拠点回収）、2019年度には233.2kg（4月～3月、8月より2拠点回収）

■ **今後の展開（2021年度時点の想定）**

本事業の枠組みを通じて食品寄附を行いながらも、ポイントの付与を辞退する市民が一定数存在することを踏まえ、本事業の継続の必要性や他の有効な施策についても検討する。
また、本事業がカバーする分野・ステークホルダーが他の政策分野（福祉等）に拡大しつつあることから、本事業の実施を継続する場合、しかるべき担当部局との連携を進めたい。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 連携先との調整・実証事業の実施（2018年～2019年度）

POINT

- 地域ポイント事業（たまぽん）を実施していたまちづくり団体及び フードバンク団体と連携し、事業内容の策定・連携先団体との事業実施に向けた各種調整を実施。
- 事業の立ち上げに当たり、市の担当者が繰り返し取組地域を訪問し、食品の回収方法やポイントの付与について調整を実施。地域ポイントの費用負担に関する合意形成について課題となった。
- 2018年度には、まちづくり拠点施設UDCMiにおいて、食品の回収・ポイントの付与の取組を試行する実証事業を実施。2019年度以降は、UDCMi・岩槻菓紗里 藤宮 本町店の2拠点で取組を本格実施。

ステップ2 協賛企業等の募集（2018年～2019年度）

- 市が食品ロス削減の取組において従前から連携していた企業に協賛金の拠出を依頼。

ステップ3 食品回収・ポイント付与事業の本格実施（2019年度以降、通年）

- 2つの回収拠点における食品の回収・ポイント付与の取組を実施。
- 外部委託先のまちづくり拠点施設（UDCMi）の運営事務局が適宜連携先の団体と連絡を取り、取組を実施。

ステップ4 取組効果の把握（2020年度以降、通年）

- 食品の回収量をフードバンク団体が計量・記録し、市が取組効果として把握。
- 付与したポイント数についても把握し、ポイントを付与することによるインセンティブの大きさを確認
  （補足）一部の市民はポイントの付与を辞退しており、必ずしもポイントの付与が食品寄附のインセンティブとして作用するわけではないと認識。

3 事業費・担当者数等

〇費用

・外部委託費：約60万円
　フードシェア・マイレージ事業実施に係る各種調整等を委託（委託先：UDCMiの運営事務局）

・リース代：機器1台につき約0.3万円／月　※ポイント付与に使用する機器、回収拠点1か所につき1台

・備品購入費：数万円

〇担当者数　3名（環境政策担当者2名、まちづくり政策担当者1名）

No.6

北海道札幌市　スクールフードドライブの支援

1 取組の概要

市内学校でのフードドライブ活動を市が情報発信等で支援する取組。

■実施内容

札幌市が、市内の高校に事業を周知し、参加校を募集。参加を希望した学校でのフードドライブ実施にあたって、フードドライブ実施時期や食品の引き取り時期、実施内容の調整等を支援。フードドライブは参加校生徒が中心となって実施し、市は取組の成果を市HPやプロモーションサイトで発信した。
実施期間：2023年11月１日～11月17日

■取組のきっかけ

市内家庭から発生する燃やせるごみの約４割が生ごみであり、生ごみのうち約20%が食品ロスを占めていたため、食品ロス削減に着目した。

若年層のごみ減量意識が低いことが市民アンケートから分かっていたことから、若年層をターゲットにした。若者向けの発信にとどまるのではなく、若者が企画運営に携わることでより大きな広がりが期待できると考え、若者が企画運営に携わる事業を公募したところ、委託事業者から「スクールフードドライブ」の取組の提案を受け、採択した。

■各主体の役割分担



寄附された食品や日用品

札幌市
・全体統括
・参加校の募集

公募型プロポーザルによって選定
事業の企画運営、プロモーションを委託

株式会社北海道博報堂（委託事業者）
・企画・運営
・参加校、フードバンク団体との調整
（フードドライブ実施時期、食品の引き取り時期、実施内容等の調整）
・プロモーションサイトの作成

事業の進捗管理 →
← 実績の報告

北星学園女子中学高等学校
・フードドライブの実施
・実績の報告

食品の回収 ↑ ↓ 食品の寄附

事業の進捗管理 →
← 企画立案の協力

NPO法人フードバンクイコロさっぽろ
・企画会議への参加
・学校からの食品回収・必要とする個人・団体への提供

■取組の効果

- 寄附量：102kg（日用品も含む）
- 寄附品の内容：お米やお菓子、レトルト食品が多数を占めた。マスクなどの日用品も多く寄附された。
- 本取組を通して、「家庭で食品を寄附できるか家族と相談するようになった」等、生徒の意識の変化があった。

■今後の展開（2025年度時点の想定）

- 令和６年度では、多様な主体によるフードドライブの促進を目的に、企業でのフードドライブ支援事業を実施。令和７年度以降は、取組を実施したい団体の実施支援と情報発信が重要だと考え、物品の貸し出しや情報発信に力を入れている。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 委託事業者の公募（2023年5月～7月）

- 事業者・若者と行政が一体となってごみ減量に取り組むことができる実践的な事業として「令和５年度ごみ減量実践事業」を実施。本業務の受託者を公募型プロポーザルによって選定した。
- 市が実施した市民アンケートの結果から、食品ロス削減、若者の参加の重要性が分かっていたことから、仕様書には、若年層が企画運営に関わる企画、食品ロス削減が見込める企画の提案を条件とした。

ステップ2 参加校の募集（2023年9月）

POINT

- 札幌市が北海道立、札幌市立の高校を対象に参加希望校を募集。結果として、道立、市立高校からの参加希望はなかったが、連携するフードバンク団体と以前から関わりのあった私立高校に直接声をかけたところ、実施が決定した。

＜札幌市担当者コメント：参加校募集における課題＞

道立、市立高校から参加希望がなかった要因として、高校では授業カリキュラムが決まっていること、部活動や受験勉強のために自主的な活動に時間を取ることが難しいことが考えられる。
→改善案として大学や小学校等、別カテゴリーの教育機関を対象として募集することは一案である。
大学：サークル活動や環境活動に取り組む時間が十分に確保できると考えられるため。
小学校：社会科の授業でごみや環境問題について学ぶ機会があり、授業の一環としてフードドライブを実施できる可能性があるため。

ステップ3 スクールフードドライブの実施（2023年11月）

- フードドライブは、学校が主体となり実施。実施後、学校にて回収した食品の重量を計測し、市に報告。食品はフードバンク団体が学校に訪問し、回収。
- 過去にフードドライブの経験のない学校が参加する場合には、ノウハウの伝達や運営支援をする予定であった。本事業においては、参加校がすでにフードドライブの実施経験があったことから、フードドライブの実施に当たってはほとんど支援の必要はなかった。

ステップ4 スクールフードドライブ実施後の広報（～現在）

POINT

- 参加校へのインタビュー記事を委託事業者が作成し、市のごみ減量ポータルサイトに掲載。
- 記事を見た大学や小学校からスクールフードドライブに関する問い合わせがあり、市内の学校・フードバンク関係者のさらなる連携強化に繋がった。

札幌市プロモーションサイトのご紹介

札幌市 ごみ減量ポータルサイト：https://www.sapporo-gomigenryo-portal.jp/3r-icorsapporo/

3 事業費・担当者数等

〇費用：約40万円（管理運営費や情報発信にかかる費用）

※フードドライブに必要な物品は学校が用意しており、フードドライブ実施に係る市からの支出はなし。

〇市担当者：1名（他の事業との兼務）　委託事業者担当者：１名

No.7

大阪府大阪市　フードドライブ連携事業者・回収事業者との協定締結

1 取組の概要

事業者と協定を締結して、官民協働でフードドライブを実施する取組。

■実施内容

店舗等において、フードドライブを実施し、食品を回収する「回収事業者」と、フードドライブで回収した食品を保管・管理し、福祉団体等へ無償で譲渡する「連携事業者」と協定を締結する取組。

協定締結を希望する事業者は応募申込書を提出。応募用件を満たした応募者ごとに市と協定を締結。

■取組のきっかけ

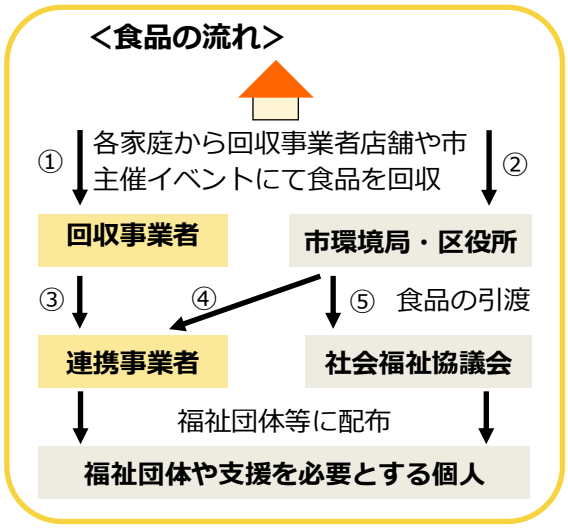
平成30年度に実施した家庭ごみ組成調査では普通ごみの1/3を生ごみ、１割強を食品ロスが占めており、ごみ減量と食品の有効活用に向け、食品ロス削減に着目し、フードドライブを開始した。

連携事業者の募集は平成31年から開始。福祉団体等に無償で譲渡するノウハウ等を有する事業者と家庭ごみ減量課が協定を締結し、協力いただくことが必要だと考えたことがきっかけ。

回収事業者の募集は、令和３年から開始。それまでは、区役所や市のイベントでフードドライブを実施していたが、新型コロナウイルスの感染拡大によってイベントの実施が難しくなったこと、イベントだけでなく定期的な回収場所がある方が定着するのではないかという考えから、店舗等で定期的に食品を回収する事業者の募集を開始したことがきっかけ。

■各主体の役割分担

- 回収事業者の役割（例：小売業者）
  - ・市内店舗等において定期的に食品を回収。連携事業者に無償で引き渡す。
- 連携事業者の役割（例：フードバンク団体）
  - ・市環境局や回収事業者が回収する食品を引き取る。
  - ・賞味期限等を考慮して、適切な期間内に、主に大阪市内にある福祉団体等に無償で譲渡する。
- 市の役割
  - ・区役所やイベントでフードドライブを実施し、食品を回収。連携事業者もしくは社会福祉協議会に食品を引き渡す。
  - ・市民に対する広報。



■取組の効果（2023年度実績）

食品の回収量

①回収事業者が回収		7,323kg
②市が回収		2,693kg
内訳	区役所	2,244kg
	市主催イベント	449kg

食品の引渡量

連携事業者への引渡		8,679kg
内訳	③回収事業者からの引渡	7,323kg
	④市からの引渡	1,356kg
⑤社会福祉協議会への引渡（市からの引渡）		1,337kg

協定締結した事業者数

回収事業者		4団体
内訳	スーパー	3団体
	ホテル	1団体
連携事業者		2団体
内訳	フードバンク	2団体

■今後の展開（2025年度時点の想定）

- 回収拠点を増やしたいと考える一方、食品の計量の手間や回収ボックスの管理等に課題もあるため、回収事業者や連携事業者が無理のない形で継続できるよう引き続き連携する。
- 市民から、フードドライブに持参した食品の活用方法について質問があり、回収・譲渡実績を区役所でのフードドライブ受付場所に掲示しており、市HPでの公表も検討中。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 制度の設計 （フードドライブ連携実施に係る協定：2018年10月～2019年3月）（フードドライブ回収事業にかかる協定：2021年4月～2021年6月）

POINT

- 協定文は他自治体等の事例を参照して作成した。
- 回収事業者の応募要件は以下であり、定期的な回収、実績の報告を要件とした。

（１）大阪市内の店舗等において、定期的（回収する日数は問わないが毎月実施することを基本とする。ただし、これによりがたい場合は、本市と調整のうえ実施日を決定すること。）に食品を回収すること。

（２）回収した食品は、連携事業者等に無償で引き渡すこと。

（３）実施予定日の前月 15 日までに、実施予定内容を大阪市に報告すること。

（４）年度毎に、その年度の月別の回収量、引渡し先等の実績を、当該年度が終了した日から２か月以内に大阪市に報告すること。

（５）その他本事業の実施に必要な事項

- 連携事業者の応募要件は以下であり、フードバンク活動の実績があることを要件とした。
- 連携事業者との協定を策定するにあたっては、フードバンク団体の実態を踏まえつつ設計。下記のように、食品の引渡方法は回収拠点への引き取りだけでなく、環境局職員による団体への持ち込みも選択でき、連携事業者は実際の活動内容にあわせて、本取組でも食品の回収ができるようにした。

（１）環境局から引き取った食品を、福祉団体等へ無償で譲渡するまでの間、適正に保管・管理できる施設を有すること。

（２）環境局が回収した食品を、環境局が指定する場所まで引き取りに来ることが可能であること。ただし、（１）の施設又は回収拠点等が大阪市内に有り、環境局の職員による持ち込みが可能な場合は、この限りではない。

（３）団体や家庭などから引き取った食品を福祉団体等に無償で譲渡するフードバンク活動を、大阪市内の福祉団体等を対象に実施した実績を有すること。

- 連携事業者、回収事業者の協定ともに、食品の転売や金銭その他の有価物、役務と交換すること、営利目的事業に使用することは禁止である旨を明記した。

ステップ2 事業者との協定締結 （フードドライブ連携実施に係る協定：2019年3月～）（フードドライブ回収事業にかかる協定：2021年6月～）

- 協定締結を希望する事業者は応募申込書を提出。回収事業者の場合、フードドライブを実施する予定の店舗一覧もあわせて提出する。
- 事業者は市ホームページがきっかけで本協定を知り、社会的信用性が高まること、自治体がPRすることにより認知度が高まること等のメリットがあり、協定を締結したとのことである。

ステップ3 フードドライブの実施・効果検証（～現在）

- 食品の引渡は回収事業者と連携事業者の間で実施。
- 市は市民のフードドライブへの認知度を高めるために、広報紙やSNSによる情報発信を実施。
- 回収事業者は年度が終了した日から２カ月以内に回収・引渡実績を市に報告。連携事業者は年度中に食品の譲渡先の名称、月別の食品の受入重量及び譲渡重量を報告。

3 事業費・担当者数等

〇費用：フードドライブ回収に関する消耗品等の事務費。

〇担当者：家庭ごみ減量課が担当。

No.8

埼玉県越谷市　「エコ・クッキング教室」の実施

-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-

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。

2018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、2017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

協力依頼、教室運営支援 →
← ノウハウ・場の提供

越谷市リサイクルプラザ	民間の料理教室（東彩ガス）
・エコ・クッキング教室の企画 ・エコ・クッキング教室の広報 ・当日の教室運営支援 （受付、アンケートの配布など）	・エコ・クッキング教室の企画協力 ・エコ・クッキング教室の会場の提供 ・講師によるエコ・クッキング教室の実施

■ 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（2019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（2018年4月）

- 2017年度は年配の方の参加が多かったため、2018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。
- 2018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（2018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：2018年9月～10月、第2回：2019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：2018年10月19日、第2回：2019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 事業費・担当者数等

〇費用　：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）

〇担当者数：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

No.9
秋田県秋田市

食品ロス削減ハンドブック等の作成・効果検証

－ごみ袋開封組成調査の結果を踏まえてレシピ集等を作成、効果検証を実施－

1 取組の概要

秋田市の家庭で多く発生している野菜の食品ロスを削減するため、
野菜を活用するためのハンドブック・レシピ動画を作成・発信。
＋
ハンドブック等の啓発効果の検証 及び 食品ロス削減の意識醸成のため
食品ロスダイアリー調査を実施。

※本取組は、環境省「2020年度地方公共団体による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業」の採択事業として実施された。



ハンドブックの表紙

■ 実施内容

【ハンドブック・レシピ動画の作成・発信】

<ハンドブックの内容・発信方法>

- **秋田市における食品ロスの発生実態**
  食品ロス実態調査の結果を踏まえて、
  市における食品ロスの発生量や、特に廃棄が多い品目である野菜を
  捨てられがちな野菜ランキングとして紹介。
- **野菜の使い切りレシピ、保存のコツ**
  捨てられがちな野菜を中心に、使い切りレシピ 及び
  保存のコツを紹介（カット保存の方法、冷凍保存の方法等）。
- **その他食品ロス削減の取組方法の紹介**
  冷蔵庫の収納術、市の施策、フードドライブ等を紹介。

発信方法：市Webサイトで公開するほか、イベント等でパネル展示



特に廃棄件数が多い野菜の種類を紹介

<レシピ動画の内容・発信方法>

ハンドブック中の野菜の使い切りレシピ（7件）の調理動画を、1本50秒程度の早送り形式で作成。
発信方法：市Webサイト／YouTubeチャンネルで公開するほか、動画の2次元コードをハンドブックに掲載。

【食品ロスダイアリー調査の実施】

家庭で発生する食品ロスの内容、量、発生理由等を毎日記録する「食品ロスダイアリー調査」を3週間実施。
※ モニター世帯数：141世帯　※うち、回答があった世帯は124世帯（87.9%）。
※ ハンドブックを配布するグループ、配布しないグループを分け、食品ロス件数・重量の増減率を比較。

■ 取組のきっかけ

秋田市では2019年度より年4回の組成調査に合わせ食品ロス実態調査を行っている。家庭から排出される食品廃棄物のうち約35%は食品ロスであり、品目としては野菜等が多いことが判明している。調査結果を踏まえ、市民に対する食品ロスの発生抑制に向けた効果的な情報発信・啓発の取組を検討・実施し、かつ、情報発信・啓発の効果を検証するため、本取組を実施した。

■ 各主体の役割分担

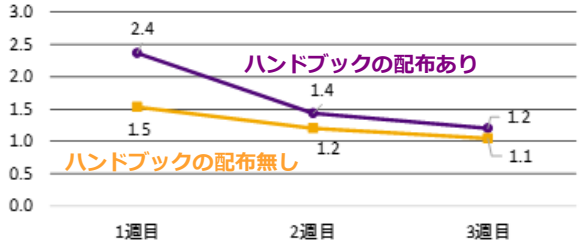
本事業においては、秋田市が主体となって事業内容の検討・各種調整を実施した。
また、秋田市の依頼に基づき、環境省および環境省の委託事業者（民間調査会社）が技術的支援（調査票の設計支援、調査結果の集計・分析等）を実施した。

■ 取組の効果

＜食品ロスの発生件数の減少＞
全体的に手付かず食品の発生件数は減少しており、
ハンドブックを配布した群で減少率は比較的高い（右図）。

＜ハンドブック等で紹介した取組の継続意向＞
野菜の保存・整理方法については44.3%、
野菜の使い切りレシピは17.1%が「今後も続けたい」と回答。

手付かず食品の発生件数の推移（1世帯当たり、件）



（出典）食品ロスダイアリー調査結果より作成
ハンドブックの配布は調査2週目を目途に実施

■ 今後の展開（2021年度時点の想定）

ハンドブック・レシピ動画については、啓発対象者のライフスタイル等を踏まえ、それぞれの効果を最大限に生かす発信方法を検討しながら展開する。
食品ロスダイアリー調査については、調査への参加自体が市民の行動変容に結びつきやすいものであることから、定期的な実施を検討すると共に、行動変容が一過性のものとならないための工夫等を検討する。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 組成調査による食品ロス発生状況の把握（2019年度～）

- 年4回の組成調査に合わせ食品ロス実態調査を実施し、食品ロス発生量や廃棄量が多い品目（＝野菜等）、特に廃棄が多い野菜の種類（＝なす、トマト等）を把握。

ステップ 2 啓発・情報発信の内容の検討（2020年9月～12月）

POINT

- 食品ロス実態調査の結果を踏まえ、野菜の使い切りを支援する情報（レシピ・保存方法等）の発信の実施を決定。料理研究家と連携し、見やすさ・取り組みやすさを重視しながらハンドブック・動画を作成。
- 食品ロスについて理解を深めていただくよう、ハンドブックの冒頭では食品ロスの発生実態を紹介。
- 他自治体において、食品ロスダイアリー調査の実施が調査参加者への啓発に繋がる例が確認されていたため、ハンドブック等の効果検証のみならず、啓発も目的としてダイアリー調査を実施することを決定。

ステップ 3 食品ロスダイアリーモニター募集・調査の実施（2020年12月～2021年2月）

- 食品ロスに対する意識の変化を調査するため、モニター期間の前後にアンケートも実施。

ステップ 4 取組効果の検証・分析（2021年2月～3月）

- 食品ロスダイアリー調査およびアンケートによって取組効果の検証を実施した。食品ロスの削減量等を定量的に把握すると共に、自由記述式の設問により調査モニターの意識・行動の変化の内容を把握。

3 事業費・担当者数等

〇費用

・ハンドブック・レシピ動画作成費（デザイン費・印刷費等含む）：約110万円

・食品ロスダイアリー調査実施に係る費用（郵送費、調査協力謝礼等）：約70万円　※広告費28万円を含む

〇担当者数　6名

No.10
滋賀県大津市

飲食店向け「ドギーバッグ使用ガイド」の作成
-適切な食べ残しの持ち帰り方法の周知-

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」（2017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」（2016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

市（廃棄物減量推進課） → 協力依頼・ガイドブックの郵送 → **市内飲食店**

- 企画検討
- ガイドブックの掲載内容の検討
- 関係者（保健所、食品衛生協会等）との調整
- ガイドブックの作成・印刷（A4 4ページ）
- ガイドブックの郵送・飲食店への協力依頼 等

- 食べ残しを減らす工夫を実施した上で、食べ残しの持ち帰りサービスを実施
- 上記が難しい場合、「三方よしフードエコ推奨店」運動、3010運動等、他の食品ロス削減の取組に可能な範囲で参加

■ 取組の効果・今後の展開（2018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

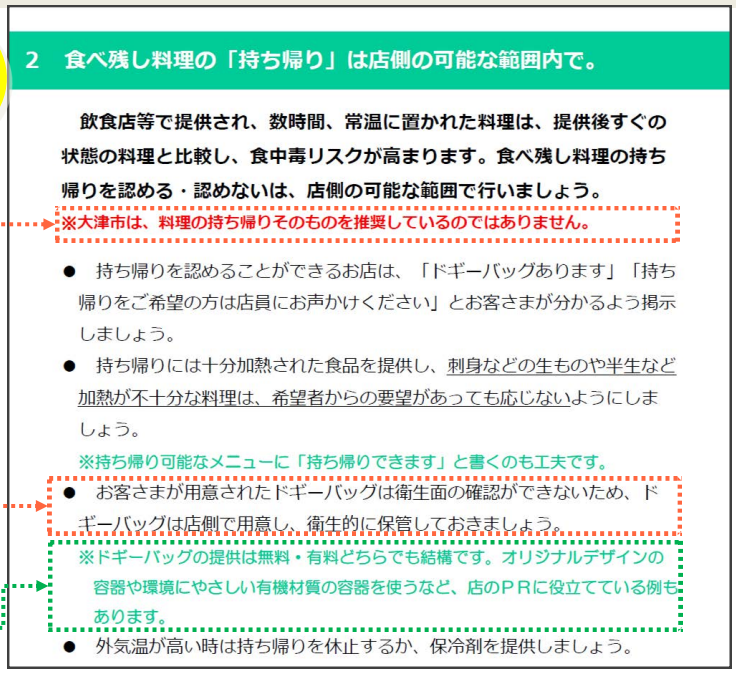
ステップ 1 企画検討（6月～）

- 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るのではありません。

- 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」とお客さま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。

- お客さま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に役立て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 事業費・担当者数等

〇費用　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。

〇担当者数：1名

No.11
富山県富山市

協力店における「お持ち帰り用パック」の配布

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

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

2018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（2019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』（2017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

富山市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）

- 「おいしいとやま食べきり運動」協力店に対する協力依頼
- 「お持ち帰り用パック」の作成・配布
- パック利用者に対する説明用チラシの作成
- 情報発信（市のウェブサイトにおける広報等）

パックの作成・配布 →
← 聞き取り調査等への協力

「おいしいとやま食べきり運動」協力店
※取組への参加を希望した87店（2019年3月時点）

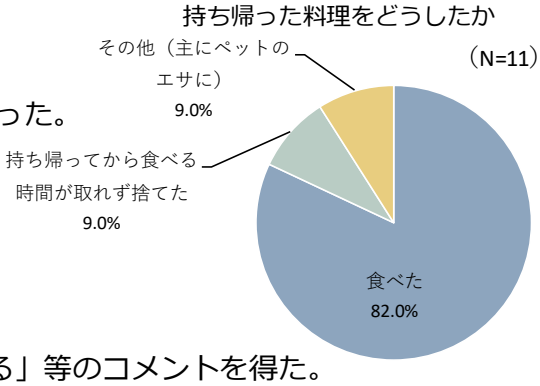
- 店舗利用者に対するパックの配布
- パックを配布している旨の情報発信
- （一部店舗）聞き取り調査等への協力

■ 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（2019年度時点の想定）

2019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

ステップ 1 企画検討・内部調整（5月～翌年3月）

POINT

- 「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』（2017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』（2017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 事業費・担当者数等

〇費用

・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

〇担当者数：1名

No.12

大阪府

飲食店の食品ロス削減に向けた食べきりモデル実証実験

-適正な”持ち帰り”を進めるための課題把握と効果実証を実施-

1 取組の概要

飲食店が適量注文及び食べきりについてPOP/ポスターの掲示などによりPRを行うとともに、食べ残しのある来店客に対し、自己宣言カードや持ち帰り容器の提供を行うことで、来店客が持ち帰る旨を飲食店に伝えにくい状況を払拭し、来店客の食べ残しの持ち帰りを促進する取組。

■ 実施内容

飲食店における「食べきり・持ち帰り」が進んでいない要因として、食品衛生上の懸念に加えて、小盛メニューの周知不足や、お店に持ち帰る旨を伝えにくい事などが考えられる。このため、適量注文などの“食べきり”を促し、残ってしまった場合は“持ち帰り”しやすい状況を設定し、食品ロス削減の効果を検証する「飲食店における食品ロス削減モデルの実証実験」を行った。



持ち帰りを促すテーブルPOP



持ち帰り宣言カード
（裏面に留意事項を記載）

項目	詳細
取組概要	飲食店において適量注文及び食べきりのPRを行い、食べ残し料理の“持ち帰り”環境を整備した際の食品ロス削減の効果を検証するとともに、取組の課題を明らかにした
実施内容	【各主体における実施内容】 ▪ 飲食店：POPやポスターの掲示、店員による呼びかけ 持ち帰り宣言カードの配布、持ち帰り容器等の提供 ▪ 消費者：呼びかけや持ち帰り等に関するアンケート調査への協力 （抽選で特典あり。一部店舗によって内容が異なる。） 【アンケート等による検証項目】 消費者の持ち帰りの行動者数の変化、消費者の持ち帰った食品の管理方法、 消費者の満足度、飲食店の現場での課題・メリット・デメリット
実施期間	2020年2月12日（水）～2020年2月25日（火）
実施店舗	雁飯店（茨木本店）、大阪産（もん）料理「空」(堀江店)、千房(高槻阪急店)､鳥貴族(吹田店、豊中店)､鉄板鍋料理「元（はじめ）」（四條畷店）

■ 取組の背景

国内の外食産業から発生する食品ロスは、年間約127万トン（2017年度推計値）に上る。そのうち飲食店等における食べ残しが相当程度を占めており、飲食店が多い大阪府域においても、食べ残し対策は重要な課題となっている。そこで、適量注文や食べきりを促した上で、最終的に残ってしまう料理の持ち帰りに係る実証実験を実施することとした。

■ 各主体の役割分担

大阪府
- 飲食店の食品ロス削減に向けた食べきりモデル実証実験業務の企画
- 実証実験業務の委託事業者の公募・決定
- 飲食店への協力依頼、協力店舗への事前相談

協力依頼 →

飲食店
- POP/ポスターの掲示
- 店員による呼びかけ
- 持ち帰り宣言カードの配布

来店客・持ち帰り客向けアンケートの実施 ↔

来店客
- アンケートへの協力

委託 ↓

民間の委託事業者（調査会社）
- 飲食店の食品ロス削減に向けた食べきりモデル実証内容に係る府および協力事業者との調整
- 実証実験に必要な備品及び啓発媒体の作成（啓発資材および持ち帰り用容器等のデザイン作成）
- 実証実験実施（食べきりモデルの環境整備及び実証、持ち帰り者数等のモニタリング、持ち帰り者向けアンケート、来店者向けアンケート）
- 実証実験の効果検証　・業務報告書の作成

↕ 実証実験の実施に向けた調整

■ 取組の効果

協力店からの聞き取りの結果、食べ残しの持ち帰りについては、すべての店舗で、導入の手間はないとしており、店舗のオペレーション上は、無理なく導入が可能なことが示唆された。実証店舗からも、食べ残しが減ることで片付けが楽になる、来店者へのサービスメニューが増えたこと自体がよい、といった肯定的な意見も出ている。

消費者側も82%が持ち帰りの意向を示しており、消費者が気軽に持ち帰ることができるよう環境を整えていければ、今後さらに普及していくと考えられる。また、こうした取組では「持ち帰り後に料理が捨てられごみの発生源が移っただけではないか」といった指摘がなされることも多い。今回、持ち帰った方が全て自身や家族が喫食、残りはペット等に提供しており、廃棄されているものはなかった。

■ 今後の展開（2020年度時点の想定）

今回の効果検証の結果を踏まえ、飲食店・消費者双方がスムーズに"食べきり・持ち帰り"を進められる環境づくりに取り組み、大阪府全体で食品ロス削減を進める予定である。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 実証実験の企画の検討・内部調整（2019年5月～10月）

- 府民の食品ロス削減の行動を促すために、どのような取組が有効か小売業者や外食業者と相談を重ねた。大阪府は飲食店が多く、食べ残し対策は重要な課題となっていることから、飲食店における食べ残しに着目した実証事業を実施することとし、学識の助言をいただきながら企画立案を行った。

ステップ 2 参加飲食店の募集、調整（2019年11月～2020年2月）

- 「おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度」におけるパートナーシップ事業者や、業界団体等との調整により協力店舗への依頼を行い、実施店舗との事前調整を行った。
- 受託事業者が、実証備品及び啓発媒体のコンセプト、ラフ案を作成し、参加飲食店との調整を迅速に行った。

POINT

ステップ 3 実証実験の実施（2020年2月）

- 愛知工業大学と事業連携協定を締結することができ、愛知工業大学経営学部の小林教授の知見をいただきながら、協力店舗、委託事業者と府で相談を重ね、実証実験を実施した。
- 知事の定例記者会見における知事からの発信など、広報に努めた。
- 府の食品衛生担当部局に持ち帰りに不向きな食品について助言を得て、協力店舗と情報共有した。

POINT

ステップ 4 効果検証の実施（2020年3月）

- 持ち帰り容器提供数、来店者向けアンケート調査結果、持ち帰り者向けアンケート調査をもとに、消費者の"持ち帰り"行動による食品ロス削減効果の検証ならびに課題を把握した。
- 実施店舗へのヒアリング調査を通じ、飲食店の現場の課題やメリットを把握した。
- 愛知工業大学との共同研究として、府が実施する実証内容に加え、容器の配布方法やチラシ内容の違いによる効果検証を併せて実施した。

3 事業費・担当者数等

〇費用（年度別）　委託費：約190万円

〇担当者数：計2名（企画・協力店舗との調整、実証実験の実施支援）

No.13

群馬県

飲食店における持ち帰り容器の配布

-アンケート・計量により取組効果や利用層等を分析-

1 取組の概要

県内の飲食店において「上毛バッグ」（mottECO容器）を利用客に配布、持ち帰り量等を記録。

（参考）本取組は、環境省「地方公共団体及び事業者等による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業等」の採択事業として実施した。「上毛バッグ」は、群馬県独自のmottECO容器であり、「Newドギーバッグアイデアコンテスト」（主催：環境省、消費者庁、農林水産省及びドギーバッグ普及委員会）において「あっぱれぐんまちゃん賞（クールに持ち帰りま賞）」を受賞した。

■ 実施内容

公募によって選ばれた「上毛バッグ（mottECO）導入モデル店」（飲食店・宿泊施設58店舗）に対し、県が「上毛バッグ」ならびに啓発物（ポスター等）を配布。

モデル店において2カ月間「上毛バッグ」を配布し、食べ残しの持ち帰り件数・持ち帰り量、ならびに持ち帰られた食品を毎日記録。

配布期間の終了後、モデル店を対象にアンケートを実施し、「上毛バッグ」の利用客層、今後の利用に向けた課題等を把握。

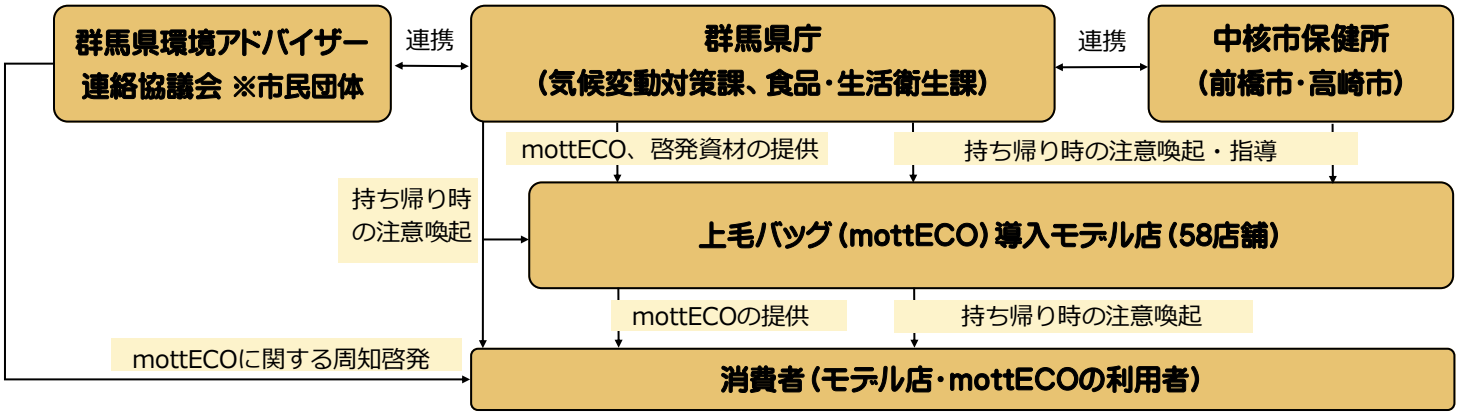


「上毛バッグ」の外観

■ 取組のきっかけ

群馬県では「2050年に向けた『ぐんま5つのゼロ宣言』」のうち、宣言5「食品ロス「ゼロ」の実現」に向けた諸施策を実施している。本取組は、食品ロスの原因の1つである、外食産業から発生する食べ残しの削減を目的に、mottECOの使用と食べ残しの持ち帰りの定着を図るため実施した。

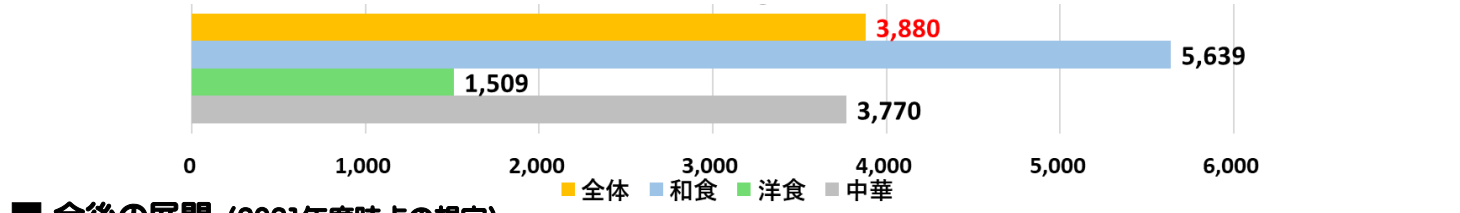
■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果 ※取組実施前（9月）と実施中（10～11月）を比較

食べ残しの持ち帰り件数が約1.9倍に増加 。実施前（9月）7.6件/月・店 → 実施中（10～11月）14.6件/月・店
取組実施中（10～11月）の食品ロスの削減量（持ち帰り量）は合計約136kg（1店舗あたり3,880g）。

〇取組実施による食品ロスの削減量（持ち帰り量）（10～11月の2カ月間、g／店舗、回答店舗数：35）



■ 今後の展開（2021年度時点の想定）

本取組の効果の分析結果やmottECOの導入ノウハウをまとめたWEB事例集、ならびにモデル店に対するインタビュー動画を作成し、県ウェブサイト等で公開して取組の波及を図る。また、同様の取組を、参加店舗数を拡大して2022・2023年度にも実施予定（2022年度：150店舗、2023年度：300店舗）。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 mottECO容器、モデル店用の啓発資材の手配（前年度～6月）

- 前年度に開催された「Newドギーバッグアイデアコンテスト」*において、群馬県賞「あっぱれぐんまちゃん賞（クールに持ち帰りま賞）」を受賞した「上毛バッグ」を、本事業で配布する容器に選定した。
  * 2020年度開催、主催者：環境省、消費者庁、農林水産省、ドギーバッグ普及委員会
- モデル店に配布する啓発資材（ステッカー、ポスター、チラシ）の作成にあたっては、環境省が公開しているデータ（啓発資材用の文言、画像等）を活用した。

環境省ではmottECO普及に向け、自治体や飲食店の皆様にご活用いただける啓発資材用のデータを公開しています
「mottECO」ダウンロードページ：https://www.env.go.jp/recycle/food/motteco.html

ステップ2 モデル店の募集、啓発資材等のモデル店への配布（7月～8月）

- 県の実施する「ぐんまちゃんの食べきり協力店」制度の登録店舗を対象にモデル店を募集した。
  参加申し込みの際の同意事項として、「事業実施後のアンケート提出」（削減量報告）等を設定。
- 参加申し込みがあった58店舗に対し、「上毛バッグ」（各店舗300個）および
  啓発資材（ステッカー、ポスター、チラシ）を配布した。

ステップ3 モデル店でのmottECO用容器配布・効果の記録（10月～11月）

- 10～11月の2カ月間、モデル店にて「上毛バッグ」の配布および啓発資材の掲示を実施した。
- モデル店において、毎日下記の情報の記録を実施。記録表は開発資材等と併せて配布した。
  ①食べ残しの持ち帰り件数、②食べ残しの持ち帰り重量（g）、③持ち帰った主な食品

POINT

ステップ4 取組効果の評価・mottECO利用客層等の分析（12月～翌2月）

- 記録表を回収し、削減量・件数をモデル店が提供する食事の種類（和食、洋食、中華）別に集計した。
- モデル店を対象に事後アンケートを実施し、「上毛バッグ」の利用客層等を分析した。

<設問の例>
・食べ残しを持ち帰った客層で最も多かった客層（年代、構成）
・持ち帰りの推奨、容器のデザインに対する利用客の反応
・取組の継続意向
・食べ残しの持ち帰りを普及するうえで効果的と思われる取組

POINT

⇒ 分析の結果、モデル店の98%が事業終了後も取組を継続意向であること等を確認した。
（アンケート結果は群馬県ウェブサイトにて公開：https://www.pref.gunma.jp/04/cp01_00043.html）

3 事業費・担当者数等

〇費用
・mottECO用容器「上毛バッグ」制作費（合計18,000個）：約215万円
・啓発資材制作費：合計約21万円
（リーフレット45,000枚、モデル店PRステッカー100枚、モデル店PRポスター200枚）
・容器等の運送費：12万円
〇担当者数：2名

No.14

静岡県

飲食店における「食べきり割」の実施

-飲食店と連携し、食事を完食した来店客に割引を実施-

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。



食事を完食した利用客が
店員に提示する「食べきり画面」

■ 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、2016年度末には53店舗、2017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。2016年度は期間を夏季(7/17～8/31）・冬季（11/10～12/10）に分けたが、2017年度には期間を統合しわかりやすくした（7/17～1/31）。

■ 取組のきっかけ

「第3次静岡県循環型社会形成基本計画」（2016年3月）では、一般廃棄物量の1人1日当たり排出量が2013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

県（廃棄物リサイクル課） → 訪問・協力依頼 → **飲食店**

- ・企画検討
- ・飲食店に対する協力依頼
- ・情報発信（知事記者会見、県政番組等）

委託 ↓

ウェブマガジン運営・デザイン会社

- ・飲食店に掲示するツール（ポスター、ステッカー）の作成
- ・特設サイト、食事を完食した利用客が店員に提示する画面（「食べきり画面」）等の作成
- ・情報発信（県内向けウェブマガジン、SNSによる情報発信等）
- ・参加店舗や「食べきり割」の内容等に関する情報管理

飲食店

- ・独自の割引サービスを考案・実施
- ・ポスター、ステッカー等の店内掲示

※ 割引サービスの例：
「次回来店時に会計から○%引き」
「宴会コースを10名以上で利用し完食すれば1名分無料」等

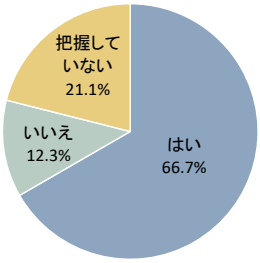
POINT

■ 取組の効果

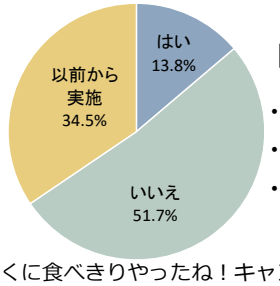
事業実施後にアンケートを実施し、協力店舗において、従業員の食品ロスに対する理解が深まり、食品ロス削減の取組が活発化したことを確認した。

POINT

○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

（出典）2017年度　「ふじのくに食べきりやったね！キャンペーン」協力店向けアンケート結果

■ 今後の展開（2018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」のアイディアを得た。
- 一部の飲食事業者に「食べきり割」のアイディアを事前に説明し、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）。

POINT

- 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コスト、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。

ステップ3 「食べきり割」の実施・情報発信（翌7月～翌々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（翌々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 事業費・担当者数等

○費用（年度別）

【2016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）

【2017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：【2016年度（1年目）】2名 ⇒ 【2017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たね！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。

No.15

福井県　ホテルにおける食品ロス削減メニュー開発

-ホテル事業者と共に食べ残しの少ないメニューを開発-

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2006年度に開始し、また「福井県廃棄物処理計画」（2016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

県（循環社会推進課）
- 企画検討
- 県内ホテルに対する協力依頼
- 実態調査結果の集計、結果分析
- 情報発信

協力依頼／メニューの開発等

委託

ホテル
- メニュー開発への協力
- ワークショップへの出席

実態調査委託先
- ホテルの宴会における食べ残しの実態調査実施
  * 前期（ポイント実践前）：14回、後期（実践後）：9回
  * ごみの計量・内容物の記録を実施



「のっこさんメニュー」の一例
（※写真はイメージ）

■ 今後の展開（2018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。

POINT

- 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）

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、食事中の呼びかけ

- 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が必ずしも一致しないこともあり、工夫が生かし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、野菜と肉を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 事業費・担当者数等

〇費用（年度別）

【2014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）

〇担当者数：2名

No.16

福井県　「おいしいふくい食べきり実践企業」登録制度

-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-

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、2018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。

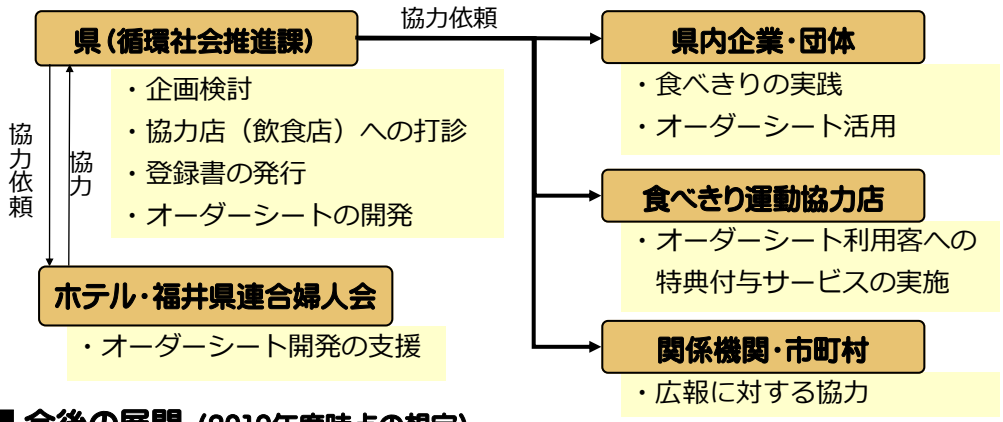
オーダーシートを使用して注文した企業・団体に対し、ドリンクのサービスや次回割引券の付与等のサービスを実施する「サービス実施店」を県ホームページで募集・紹介する等、飲食店（提供側）と実践企業（注文側）の双方から、食べ残し削減の取組を実践している。（2019年7月現在）

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

2006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（2019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）

- 2018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）

POINT

- 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。（2018年8月現在で9店舗が特典を付与）

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2018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。
- 2019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 事業費・担当者数等

〇費用

・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。

〇担当者数：2名

No.17
東京都八王子市

健康応援店・完食応援店制度の連携
-異なる部局が協力して登録店舗の募集を実施-

1 取組の概要

資源循環部と健康部（保健所）が連携し、事業者（店舗）と協働した食品ロス削減の取組を実施。

（注）八王子市（中核市）は保健所設置市である。

■実施内容

八王子市内で食品ロス削減の取組を実施する飲食店や小売店などの店舗の登録制度である「八王子市完食応援店」を募集するにあたり、野菜摂取・減塩・食事量の調整サービス等を行う店舗の登録制度である「はちおうじ健康応援店」制度と連携する。具体的には、以下の連携を実施する。

- 新規登録店舗の募集に向けた周知・事業者への説明を共同実施
- 登録申請書フォーマットの統一
- 店舗に配布する啓発資材（ステッカー等）の共通化
- 各部が実施する事業者向け勉強会・市民向けイベントなど広報機会を利用し両方の制度を紹介
- 登録店舗に対するフォローアップ（ヒアリング等）を共同実施



健康応援店・完食応援店の
共通の登録店舗用ステッカー

■取組のきっかけ

八王子市では、市が抱える諸課題に対し、異なる分野の部局が連携して施策の検討・実施を進めている。本取組については、食品ロスの削減の観点からごみ減量対策課が実施してきた「完食応援店」の登録制度と、健康増進・食育の観点から健康政策課が実施してきた「健康応援店」の登録制度を連携させ、両方の制度に同時に登録できるよう申請方法を変更するほか、市民・事業者向けの情報発信を両課が連携して実施できるようにしたものである。

連携以前より両制度は、「盛り付け量の調整を行うサービスを提供している店舗」を登録の対象としている点で共通しており、「健康応援店」制度の拡充を目指す健康政策課がごみ減量対策課に連携を呼びかけたことが本取組のきっかけとなった。

■各主体の役割分担

八王子市 → 訪問・協力依頼 → **店舗（飲食店・小売店など）**

ごみ減量対策課・健康政策課が連携し下記を実施

・申請に基づく店舗の登録
（登録用紙のフォーマットを、両方の制度に同時に登録できるよう変更）
・両制度に関する情報発信・事業者への説明
（両課が所管する事業者向け説明会・市民向けイベントなど広報機会を活用）
・ステッカー等の資材の作成、配布
（かつて各制度で別に作成されていたステッカーデザインを統合）
・登録店舗を訪問しフォローアップを実施
（担当者が店舗を訪問して実施）

下記の登録要件の取組を実施

（参考）健康政策課が実施する「健康応援店」制度では、以下の8つの取組のうち最低1つを実施することを登録要件としている。

①ベジファーストの推奨、②野菜たっぷりヘルシーメニューの提供、③八王子産野菜の使用、④薄味サービス、⑤減塩に関する備品の設置、⑥主食の少なめサービス、⑦おかずの少なめサービス、⑧健康情報の発信

ごみ減量対策課が実施する「完食応援店」制度では、以下の5つの取組のうち最低1つを実施することを登録要件としている。

①食品ロス削減啓発物（ステッカー等）の店内掲示、②小盛り対応・小盛りメニュー導入など適量の提供、③食料品販売における対応（量り売り・ばら売りの実施、一人前の惣菜の販売、賞味期限間近による値引き販売の実施など）、④啓発効果の測定協力、⑤その他（食材の使い切りの努力、資源化の取組、フードバンクへの食料提供、市の取組への理解など）

■取組のきっかけ

本取組（両課の連携）の開始後、登録店舗数は以前よりも速いペースで増加している。登録店舗数は「完食応援店」では187店舗、「健康応援店」では109店舗（2021年1月1日時点）である。登録数が増えたきっかけとして、環境配慮・健康増進の両方の切り口を知ることで関心を持つ飲食店が増えたことや、以前は片方の制度でのみ登録を受けていた店舗がもう一方の制度の案内を受けたこと等が考えられる。

■今後の展開（2020年度時点の想定）

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、事業者における動向を注視しながら取組を継続予定である。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 企画検討・内部調整

- 「健康応援店」の登録制度を実施する健康政策課から、同じく盛り付け量の調整を行うこと等を登録要件としている「完食応援店」の登録制度を所管するごみ減量対策課に連携を打診した。
- 両課における協議を踏まえ、新たな登録店舗の募集・情報発信等において連携することを決定した。

ステップ2 市内店舗への働きかけにおける両課の連携

- 両制度の登録店舗の名簿を共有し、片方の制度のみに登録している店舗をリストアップして、優先的に制度の案内を直接訪問し実施した。
- ごみ減量対策課・健康政策課がそれぞれ管轄する事業者向け説明会や市民向けイベントなど広報機会を活用し、両方の制度の周知を実施。

  （補足）かつては両課の職員が互いの管轄する説明会等に出席して説明を実施していたが、本取組を通して互いの制度に関する理解が深化したため、現在は一方の課の職員が両方の制度について説明を行うことができている。

- 市内店舗を訪問して制度の概要や参加のメリットを説明し、登録を呼びかける。説明に当たっては、普段実施しているサービス（盛り付け量の調整等）が実は食品ロス削減や健康増進に貢献していることを説明し、オペレーション等における追加的な負担は大きくないことを伝える。

  （補足）「食品ロス削減」「健康増進」等のキーワードは、店舗にとっては取組のハードルが高いと感じてしまう場合が多いため、大掛かりな取組は必要ないことを丁寧に説明することが重要。

POINT

- 同時に両制度に登録ができるよう申請書のフォーマットを修正した。
- 両制度に一体性を持たせるため、また、店舗のスペースをできるだけ利用しないようにするために、登録店舗用の共通ステッカーを作成。

ステップ3 協力店舗の広報・支援

- 市のウェブサイトに協力店のリストを掲載するほか、市民向けイベントや広報誌等でも情報発信を実施している。

ステップ4 フォローアップの実施

- 市の職員が登録店舗を定期的に訪問し、取組状況や課題についてヒアリングを実施している。

3 事業費・担当者数等

〇費用

・ステッカー印刷費用（約5万円）：500部印刷

〇担当者数

・ごみ減量推進課：2名（主査、担当）

・健康政策課：3名（主査、栄養士2名）

No.18

長野県松本市　「残さず食べよう！」推進事業所認定制度 -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-

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

2016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、2018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（2016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2020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

市（環境政策課）
- 事業所等への周知啓発
- 申請に基づき、推進事業所を認定
- 情報発信（広報誌、HP等）
- 啓発品等の作成、配布
- アンケートの実施、結果の分析

協力依頼 →
← 申請・意見・要望

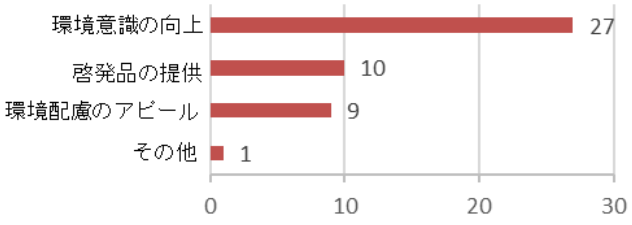
事業所
- 上記の【取組項目】のうち、2項目以上を実施
- 市に申請書を提出
- 啓発品の活用
- アンケート等により、市の施策等への意見・要望

■ 取組の効果

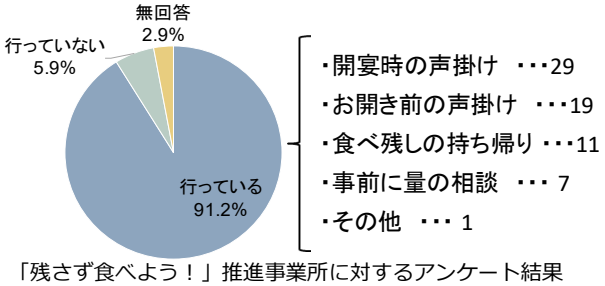
事業実施後にアンケートを実施し、推進事業所における従業員の環境意識が高まり、食品ロス削減の取組が活発化したことを確認した。

POINT

○事業に参加してメリットとして感じることは？
（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（2018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（2018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）

POINT

- 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。

ステップ3 取組の実施（翌7月～翌々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、事業者に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に「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（翌々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。
- 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 事業費・担当者数等

〇費用（年度別）

【2016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。

【2017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）

〇担当者数：2名

No.19

兵庫県神戸市

「食品ロス"バイバイ"キャンペーン」の実施

-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-

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2018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。



キャンペーン専用値引きシール


POPを掲示した売り場の様子

■ 取組のきっかけ

2017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

神戸市

- 企画検討
- 小売事業者に対する協力依頼
- チラシ、POP等の店内掲示用啓発資材作成
- 来店客向けアンケートの実施
- 情報発信

協力依頼、情報発信

場の提供、検証データの提供

コープこうべ（小売事業者）

- キャンペーン実施に向けた各店舗との調整
- 啓発資材の掲示（34店舗）
- 効果検証のためのPOSデータの提供

重点取組店舗（2店舗）

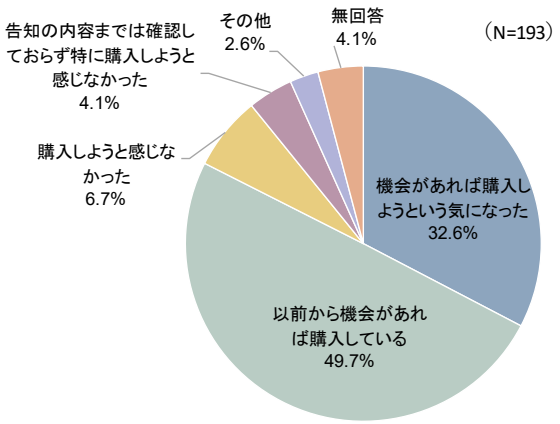
- 賞味・消費期限が近づいた食品への値引きシールの貼付

■ 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、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 事業費・担当者数等

〇費用：約430万円（主に物件費）

〇担当者数：市職員3名

（注）費用については環境省 2018年度二酸化炭素排出抑制対策事業等補助金を活用した。

No.20

京都市

「てまえどり」を通じた食品廃棄ゼロエリアの形成

-事業者・消費者による販売時・購入後の食品ロス削減の取組-

1 取組の概要

小売店では販売期限延長と「てまえどり」の啓発を組み合わせた、食品ロス削減の取組を実施。
家庭にはてまえどりを依頼、食品ロス削減の啓発情報を送付し、食品ロスダイアリーで効果検証。

（参考）本取組は、環境省「地方公共団体及び事業者等による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業等」の採択事業として実施された。

■ 実施内容

京都市内の小売店12店舗において、販売期限延長の取組に加え、ポスターやポップ等の掲示によって「てまえどり」をアピール。

家庭については、食品ロス発生量の記録やアンケート調査に協力していただけるモニターを公募、119名を選定。9月はてまえどりを意識せず買い物していただき、9月下旬にてまえどりの依頼とそれが食品ロスにならないための啓発情報を送付。9月～11月に食品ロス発生量を記録していただいた。



小売店に掲示された
「てまえどり」の啓発ポスター

■ 取組のきっかけ

京都市では、食品を消費期限・賞味期限まで販売する「販売期限延長の取組」を進めており、この販売時の食品ロス削減を一層進めるためにも、消費者の行動変容を促す「てまえどり」に着目。「食品廃棄ゼロ」の実現に向けて 、事業者・消費者双方の取組による食品ロス削減効果を検証した。

■ 各主体の役割分担

市（資源循環推進課） → 協力依頼 → **小売店**

- 市（資源循環推進課）
  - ・企画検討
  - ・啓発情報、資材の提供
- 小売店
  - ・販売期限延長の取組、てまえどりのPRの実施
  - ・食品廃棄量のデータの測定・提供
- 委託・依頼
  - **消費者（モニター119名）**
    - ・てまえどりの実践、9～11月の食品ロス発生量の記録（食品ロスダイアリー）
  - **NPO法人 ごみじゃぱん**
    - ・食品ロスダイアリー、アンケートの集計・分析

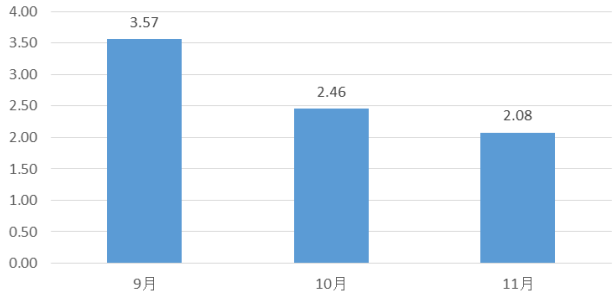
■ 取組の効果

小売店では、主としててまえどりの啓発を行った4品目を中心に、廃棄率が減少した。家庭では、てまえどり実践とともに食品の購入・保存等に関する情報を提供し、食品ロスの減少が確認された。

○小売店の廃棄率の変化（対象4品目：豆腐・うどん・食パン・牛乳）

		2020年 10～11月	2021年 10～11月
廃棄数量ベース	対象4品目	0.18%	0.07%
	日配品全体	0.21%	0.08%
	食料品全体	0.27%	0.23%

○家庭の手つかず食品廃棄件数平均月次変化



（出典）京都市 2021年度環境省食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業 報告書を基に一部改変

■ 今後の展開（2021年度時点の想定）

てまえどりを家庭での食品ロス削減と事業者の食品廃棄削減の接点と捉え、引き続き事業者と連携した食品ロス啓発情報の発信や、てまえどりの普及を図り、市全体での食品ロス削減の実現を目指していく。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 食品スーパーへの協力依頼・実施に向けた調整（5月～9月）

- 協力依頼の趣旨を文書で送付の上、協議を実施。てまえどりのPRと利用客からのモニター募集について、協力いただける旨の返答を得た。
- 10月からてまえどりのPRを開始していただくにあたり、PRツール（吊り下げポスター、ポップ、レールポップ）の内容および必要数量を検討・制作し、各店舗に配備していただいた。

ステップ2 消費者モニターの募集・必要物品の送付（7月～9月）

- 自治体広報紙に募集記事を掲載するとともに、 食品スーパーの協力を得て、店頭における募集ポスターの掲示、チラシの配布、LINEによる案内等により、消費者モニターの募集を実施。年齢、地域等のバランス、普段利用するスーパーを考慮して、合計119名のモニターを選定した。
- 9月から食品ロス発生量を記録してもらうため、食品ロスダイアリーの記録用紙、注意事項を記載した書類、アンケート、返信用封筒、電子はかりを8月末に送付した。
- 10月から「てまえどり」の実践を呼び掛けるとともに、購入した食品が家庭からの食品ロスにならないような啓発情報（例：買い物前に冷蔵庫内を確認する等）を盛り込んだ資料を作成し、啓発グッズ（冷蔵庫用マグネット）と合わせて9月下旬にモニターに送付した。

POINT

- モニターには、記録の終了後に謝礼として1,000円分のQUOカードを送付した。

ステップ3 食品ロスダイアリー、アンケートの集計・分析（10月～翌2月）

- 食品ロスダイアリー アプリの運営者であるNPO法人ごみじゃぱんに集計・分析の委託を行い、食品ロスダイアリーおよびアンケートの集計方法等について協議を行った。
- 集計結果は確認を都度行い、追加でのクロス集計や分析を依頼した。

ステップ4 効果評価・今後の展開の検討（翌1月～）

- 食品スーパーから提供を受けた販売量・廃棄量データを分析し、廃棄率の比較により取組効果を確認。
- 3名の学識者にヒアリングを実施し、てまえどりの効果検証内容に対する意見、今後の普及に向けた提言（例：「てまえどり」が食品ロス削減につながる原因を明確にして啓発する等）をいただいた。

3 事業費・担当者数等

〇費用

・啓発資材制作費：約45万円（吊り下げポスター6,600枚、ポップ2,100枚、レールポップ22,300枚）

・電子はかり購入費：約15万円

・モニター向け郵送費：約15万円

・モニター協力謝礼：約10万円

・食品ロスダイアリー、アンケートの集計・分析委託費：約65万円

〇担当者数：2名

No.21

三重県

環境フェアにおける「もったいない市」の開催

-県内の食品メーカー等が規格外品を低価格で販売-

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（2017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」（2016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」（2016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

県

・企画検討
・食品関連事業者への協力依頼
・協力事業者、主催者との事前調整
・環境フェアで食品ロス削減の啓発
・取組効果の把握

※2017年度は県の外郭団体に委託

訪問・協力依頼 →
← 事前調整・連携

食品関連業界団体・個別事業者

【業界団体】会員企業に情報を共有（メール配信等）
【個別事業者】環境フェアで規格外品を販売
規格外品の販売重量を算出

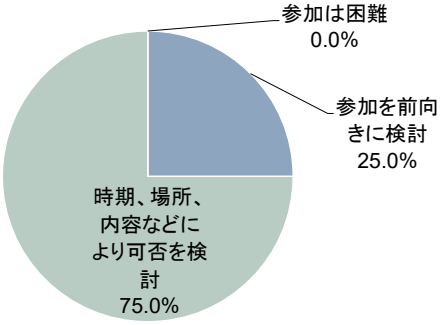
環境フェア主催団体

・環境フェアの主催者として協力

■ 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。

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（2017年度）

■ 今後の展開（2018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、2018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。

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に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に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。（2017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。

※2016年度：1会場 ⇒ 2017年度：4会場

3 事業費・担当者数等

〇費用（年度別）

【2016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）

【2017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）

〇担当者数：2名



作成したのぼり

No.22

福岡県

フードバンク活動の普及・促進のための支援事業の実施

-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-

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。

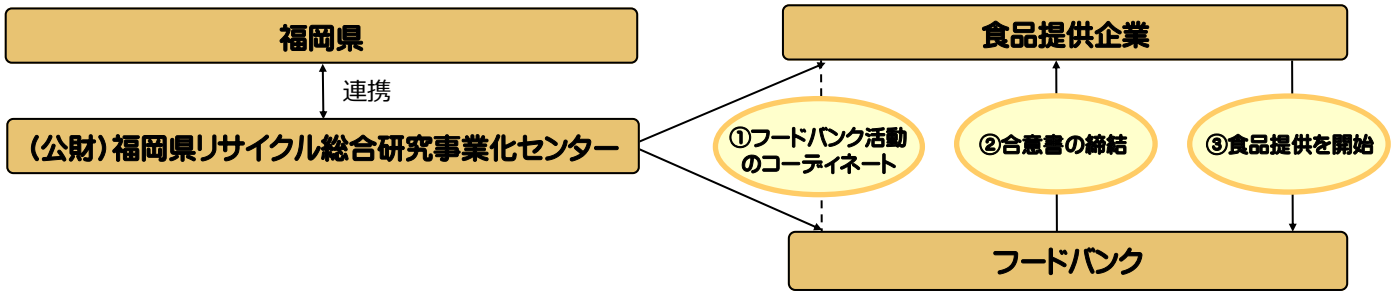
※注　福岡県リサイクル総合研究事業化センター：資源循環型社会の構築を目指して、産・学・官・民の連携による共同研究を支援し、その事業化を推進するために、福岡県の100%出捐により設立された公益財団法人。

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（2016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（2016年度～2018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（2016・2017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（2017年度～2018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（2018年度～現在（2019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 （2019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」（2016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（2019年3月末時点）。

成果指標		2016年度	2017年度	2018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（2019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」（2019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、2016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され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、2016年度～2018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。（2016～2017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。（2018年度～2019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、2016年度～2018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。（2016年度～2018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、2019年度～現在）

- 食品提供企業の開拓や、食品トレーサビリティー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 事業費・担当者数等

〇費用

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）

：2016年度 700万円、2017年度 800万円、2018年度 1,000万円

・フードバンク活動モデル事業（取組③）：2016～2017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）：2018～2019年度　各年度 1,000万円

No.23

三重県　食品提供者とフードバンク活動団体等のマッチング用のシステムの構築

1　取組の概要

企業等の団体から無償で提供される食品について、食品提供者（企業等） と受取者（フードバンク活動団体や子ども食堂団体等）とのマッチングをウェブ上で行うシステム 「みえ～る」を運営。

■ 実施内容

三重県食品提供システム「みえ～る」を構築・運用し、食品提供希望者と受取希望者のマッチングを実施。



＜「みえ～る」利用の流れ＞

・食品の提供・受取を希望する団体は、「みえ～る」の利用登録を実施

POINT　利用規約で食品の安全管理の責任の所在を明文化
提供段階および期限前の食品の品質は提供者が保証。
その後の保存方法や期限の遵守は受取者が管理。

・提供者は、提供可能な食品の種類等を登録
・受取者は、受け取りたい食品について受取希望の旨を通知
・提供者・受取者間で受取方法を協議し、食材を受け渡し

■ 取組の背景

三重県では食品ロスの削減の推進に関する法律（2019年10月施行）を受け、県の循環型社会形成推進計画（2021年3月策定）に、家庭系・事業系食品ロス量を2025年度までにそれぞれ10%削減させる目標を盛り込んだ（2020年度実績比）。計画策定当時、県では食品ロスが年間約8万2千トン発生・廃棄されている一方で、新型コロナウイルス感染症の流行により、生活困窮者支援の要請が高まったこともあり、食品ロスの削減と生活困窮者の支援の同時解決を図る事業を実施することとした。

■ 各主体の役割分担

コンペティションにより選定、システムの構築・保守等を委託

県（資源循環推進課）	外部委託先事業者
・利用規約の策定 ・利用登録者の審査（受取者の活動実績の確認等）	・「みえ～る」システムの開発 ・「みえ～る」システムの補修・保守等

■ 実績

「みえ～る」の活用実績は以下の通り（2023年8月末時点）。

- 合計85事業所（提供者42事業所、受取者43事業所）
- 提供された食品：327件（17,577kg）※マッチング件数469件

利用者からは以下のようなコメントが寄せられている。

- 食品提供者：「支援先を見つけるのに苦労していたところ、スムーズにマッチングができた」
「従業員の食品ロス削減の意識高揚や、非常食の期限管理の徹底に役立った」等
- フードバンク活動団体：「多様な食品を提供いただき、被支援者の方に喜んでいただけた」等

■ 今後の展開（2023年度時点の想定）

県内での横展開を進め、食品提供者の増加を目指す。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画の検討・内部調整（2020年度）

- 食品ロス削減に向けた未利用食品の有効活用が課題となっている中、新型コロナウイルス感染症の影響による生活困窮者等への支援が求められている。企業等と連携し、生活困窮者等へタイムリーに未利用食品を提供するため、ＩＣＴを活用したシステムを構築することを決定。
- 食品提供者とフードバンクのマッチングの取組（本事例集の前頁に記載）を実施する福岡県にヒアリングを実施し、その結果を踏まえて「みえ～る」のシステム構築を実施。

ステップ 2 外部の事業者・協力者等との調整、システム構築（2020年度）

POINT

- 企業やフードバンク団体等からの意見を募るため、意見交換会を2度開催。
- 「みえ～る」の利用規約を策定。提供する食品の品質管理に関する責任の所在（詳細は■実施内容にて前述）、食品の受取者の要件（活動実績が確認できること等）、食品の要件（賞味期限まで1カ月以上残されていること等）を記載。

ステップ 3 「みえ～る」を活用したマッチングの実施（2021年7月以降）

- 利用規約に則り、新規登録団体の審査を実施。
  ※システムの構築をステップ2で完了できていたため、これ以外に対応すべき点は特に無い。

ステップ 4 取組効果の把握・評価（2021年7月以降）

- 利用者が「みえ～る」に入力する取引件数・取引量等を基に、取組効果を把握。
  ※取引量は食品提供者からの聞き取り等で把握した各食品の重量とシステムに入力された商品の個数から算出し、取組効果を把握。他の自治体で同様のシステムを構築する場合、重量ベースで取引量を入力するシステムを採用するとより運用しやすいと思われる。

3 事業費・担当者数等

〇費用

システム開発費（2020年度）：約800万円

※ 新型コロナウイルス感染症対策地方創生臨時交付金を活用

システム補修・再構築費（2021年度）：約300万円

※ 地方消費者行政強化交付金を活用

システム保守管理費（2022年度以降）：約50万円／年

※ 地方消費者行政強化交付金を活用

〇担当者数：2名（主担当1名、補助担当1名）

No.24
神奈川県相模原市

事業者向け講習会を活用した周知・啓発
-食品関連事業者に対する確実な情報発信-

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2003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。2013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

講習会への出席・参加者への情報提供

市（廃棄物指導課） ⇔ **市（生活衛生課）**

場の提供

・ガイドライン・ちらしの作成
・講習会における情報提供（年11回前後）

・県の食品衛生協会に委託し、食品衛生責任者養成講習会を開催

■ 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（2018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（2014年度～）

POINT

- 相模原市では2003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（2013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（2013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 事業費・担当者数等

〇費用：無し

＊ 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。

〇担当者数：2名

＊ 講習会の対応は2～3名で実施している。

No.25

富山県

商慣習の見直しに関する情報発信等
-事例集の作成、商慣習見直し宣言事業者の募集等-

1 取組の概要

納品期限や販売期限に関する「1/3ルール」等の商慣習の見直しに向けた取組（例：事例集の作成、商慣習見直し宣言事業者の募集）と情報発信を実施。

■ 実施内容

以下の①～④の取組を行い、⑤を通して取組の情報発信等を実施。

取組	内容
①商慣習見直し事例集の作成	県内外の事業者の取組事例集を作成 （例：賞味期限の延長・年月表示化、納品期限の緩和、在庫の管理強化等）
②商慣習見直し宣言事業者の募集	商慣習見直し等に関する共同宣言（2019年3月）を行い、事業者の募集を開始
③商慣習見直しに向けた研修会の実施	研修会を開催し、有識者および事業者を招き先進事例等を紹介 商慣習見直しへの理解と取組拡大を促進
④期限間近商品の優先購入促進キャンペーン の実施	例年（2018年以降）10～11月に、県内スーパーマーケット約130店舗において、消費者へ期限間近商品の優先的な購入を呼び掛ける啓発物を掲示
⑤WEBサイトの構築	①～④の取組を発信するための事業者向け・消費者向けWEBサイトを作成



県内外の事業者の取組事例集

■ 取組の背景

富山県はG7富山環境大臣会合（2016年5月）で採択された「富山物質循環フレームワーク」を踏まえ、「富山県食品ロス・食品廃棄物削減推進県民会議」を設置し、県民総参加の食品ロス等削減運動を展開している。

2018年11月には県民会議の下に「商慣習検討専門部会」を設置し、2019年3月には商慣習の見直しを推進する旨の共同宣言を採択した。本頁で紹介する取組は、同宣言を受けて事業者、消費者、行政が連携して商慣習の見直しを推進するものである。

■ 各主体の役割分担

県民会議が展開する「県民総参加の食品ロス等削減運動」の下で協力

富山県

・事例集や研修会等による先進事例の発信
・取組を行う事業者へ啓発資材を提供 等

食品関連事業者（特に商慣習見直し宣言事業者）

・自社事業において商慣習見直しの取組を実施
・県が実施するキャンペーン等に協力

■ 取組の効果・課題

商慣習見直し宣言事業者数（2023年9月時点）：26社

商慣習見直し宣言事業者に対するアンケートによると、「商慣習の見直しは個々の企業の取組では解決が困難であり、フードチェーン全体での取組が必要である」等の意見が寄せられている。

■ 今後の展開（2023年度時点の想定）

商慣習見直し宣言事業者に未登録のスーパーマーケットや食品製造業、ドラッグストア等登録者の少ない業界への働きかけを行い、商慣習見直し宣言事業者の拡大を図る。消費者には、優先購入促進キャンペーンの実施店舗の拡大を図りながら、商慣習見直しへの理解を促進する。

2 取組の実施の流れとポイント ※各取組によって取組時期が異なるため、①～④の取組別に記載

＜取組①：商慣習見直し事例集の作成＞

ステップ	内容
掲載内容の検討（2019年2月）	事例集へ掲載する事業者の選定、掲載項目等を検討
ヒアリングの実施・事例集の作成（2019年2月～3月）	賞味期限の延長、発注精度の向上、納品期限の緩和等、商慣習の見直しに取り組む県内外の事業者に取材。取材内容を基に、事例集を作成
事例集の配布（2019年4月～）、配布状況の把握（随時）	事例集を富山県食生活改善推進連絡協議会や食品ロス削減全国大会等のイベントで幅広く配布 。とやま食ロスゼロ作戦HPにも掲載 配布枚数、配布先をまとめた管理表を作成し、事例集の配布状況を把握
事例集の改訂 （2020年12月）	事業者の新たな商慣習見直し取組事例を追加したものを作成

＜取組②：商慣習見直し宣言事業者の募集＞

ステップ	内容
商慣習見直しの方向性に関する意見交換（2019年2月）	第1回食品ロス削減のための商慣習検討専門部会※で商慣習見直しの取組の方向性について意見交換を実施。※商慣習に精通する学識経験者、事業者、消費者団体、行政で構成される組織
商慣習見直し等に関する共同宣言文書の作成・発表（2019年3月） ※同年3月29日に共同宣言式を実施	1/3ルール等の商慣習の見直しに向け、食品関連事業者、消費者、行政が互いに連携し、消費者の理解のもと、フードチェーン全体での見直しのため、県民が一丸となって商慣習の見直しに取り組む共同宣言文書を発表
商慣習見直し宣言事業者の募集（2019年4月～）	商慣習見直し宣言事業者の募集を開始
宣言事業者の取組状況の把握（2019年10月～）	宣言事業者を対象に、取組状況や課題等についてのアンケートを毎年実施

＜取組③：商慣習見直しのための研修会の実施＞

ステップ	内容
研修会（第1回）の開催（2019年11月）	食品関連事業者を対象に、基調講演、先進企業における取組事例の報告、商慣習見直しの取組の推進についてのトークセッションを実施。 参加者向けアンケートで研修会への意見や各社の取組状況等を把握
研修会（第2回）の開催（2020年11月）	納品期限の緩和には小売業者の理解が不可欠であるため、小売業者向けの研修会を開催。トークセッションのテーマは商慣習の見直しの課題となっている消費者への啓発方法等とした。第1回と同様のアンケートを実施

＜取組④：期限間近商品の優先購入促進キャンペーン ＞

ステップ	内容
事業者に対するヒアリングの実施（2017年7月～10月）	事業者における食品ロス発生状況、効果的な啓発資材の種類等の聞き取りを行い、キャンペーン企画内容について検討
キャンペーンの実施（2018年1月～3月） ※次年度以降も取組実施	消費・賞味期限の近接した商品の購入が食品ロス削減につながることを消費者に広く周知するキャンペーンを実施 ※同年度以降も毎年10月～11月（食品ロス削減月間周辺）にかけ、県内スーパーマーケット約130店舗にポスターやPOPを掲示
協力店舗の拡大、啓発資材の拡充（2018年10月～）	コンビニエンスストア、ドラッグストアへも順次協力を依頼。毎年要望に沿った啓発資材（POP、のぼり旗等）を配布
協力店舗へのアンケートの実施（キャンペーン終了後）	翌年度の取組の参考とするため、啓発資材や消費者の反応について、キャンペーンの協力店舗にアンケートを実施

3 事業費・担当者数等

〇費用： 食品ロス・食品廃棄物削減推進県民会議の運営費：約200万円／年
（注：商慣習検討専門部会以外の専門部会の運営費を含む。）

Webサイト「とやま食ロスゼロ作戦」の運営維持管理費 ：約60万円／年

〇担当者数：3名

No.26
長野県松本市

フレッシュフードシェア事業の実施

-道の駅を通じ、余った生鮮野菜等を子ども食堂に寄附-

1 取組の概要

市内の道の駅「今井恵みの里」（農業生産法人㈱今井恵の里が運営）を通じて農家から回収した規格外の野菜等を、認定NPO法人フードバンク信州の協力を得て運搬し、市内の子ども食堂運営団体等に提供する取組。

■ 実施内容

およそ月2回のペースで、農家が道の駅「今井恵みの里」に規格外の生鮮野菜等を持込み、認定NPO法人フードバンク信州が回収した食品を長野県松本合同庁舎に運搬する日を設定。運搬した食品は、当日長野県松本合同庁舎に集まった子ども食堂運営団体が相談のうえ分配する。

取組の実施日は、松本市が道の駅「今井恵みの里」との相談のうえ決定し、認定NPO法人フードバンク信州に連絡する。農家への実施日の通知は道の駅「今井恵みの里」が、子ども食堂への通知は県が実施する。（各主体の役割分担について詳細は後述）

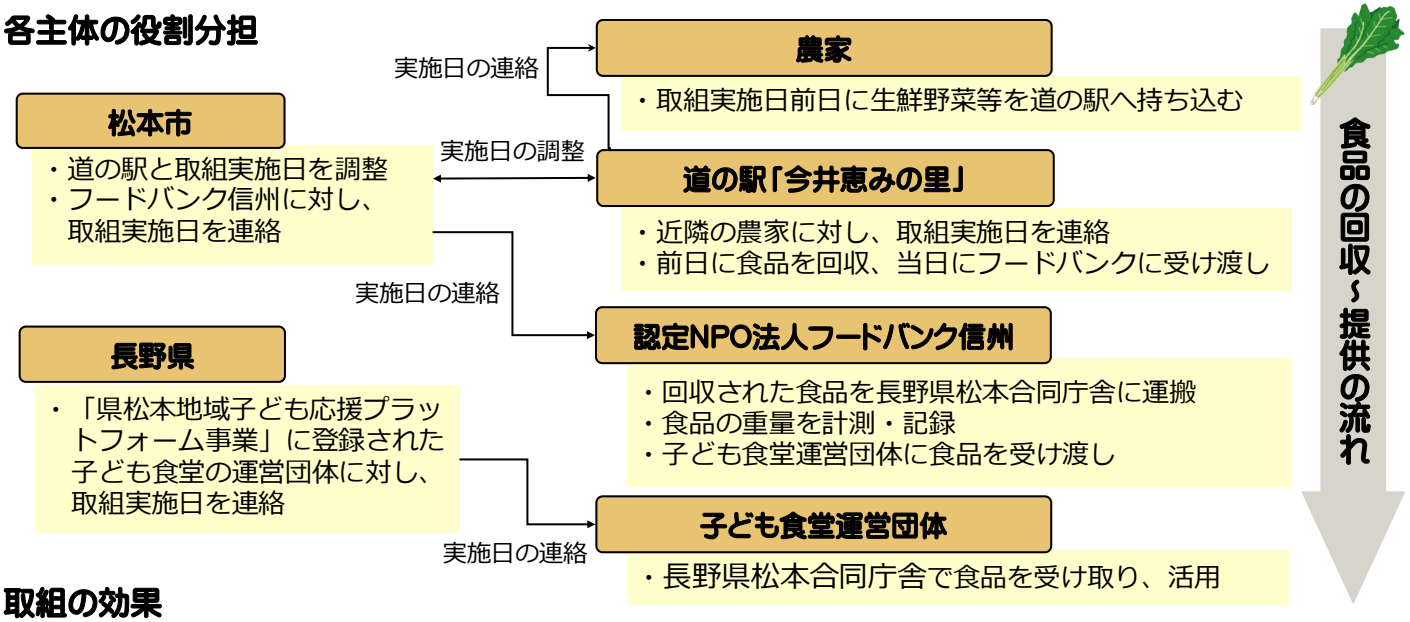


規格外の野菜等を
子ども食堂運営団体に提供する様子

■ 取組のきっかけ

第1回食品ロス削減全国大会（2017年開催）を松本市で開催するにあたり、市内の食品の活用に関わる関係団体および行政からなる「松本市食品ロス削減連絡会」を発足、以降意見交換を続けている。同会が2018年10月に開催したグループワークで、子ども食堂の運営団体から生鮮食品の更なる寄付を望む意見が出されたことを受け、2019年3月に余剰生鮮食品の活用に関する議論を行い、本取組を企画した。

■ 各主体の役割分担



■ 取組の効果

2019年度に延べ12回本取組を実施し、回収した食品量は約1,036kgに上った。

寄附される食品は、その時期に収穫量が多い野菜が主である。（例：5月 ほうれんそう等）

■ 取組の課題

現状、道の駅「今井恵みの里」が農家に少額の謝金を支払うほか、認定NPO法人フードバンク信州に運搬の手間が発生している状況であり、関係協力主体の負担の軽減が課題である。

■ 今後の展開（2020年度時点の想定）

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、こども食堂の活動が停滞していることや、認定NPO法人フードバンク信州の食品の運搬に係る負担が小さくないことを踏まえ、各主体と意見交換を実施しながら取組を継続する。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 食品ロス削減の取組に関する意見吸い上げ・取組内容の検討

- 2017年10月に松本市で第1回食品ロス削減全国大会が開催されることを契機に、市内の関係団体等が意見交換をする場を設け、食品ロス削減の取組が一層推進されることをねらって「松本市食品ロス削減連絡会」を設立した。これまで年に1～2回会合を開催しており、食品ロス削減に関わる団体・事業者等に広く参加を呼び掛けている。

POINT

- 2018年10月に上記の連絡会を開催したところ、子ども食堂の運営団体から生鮮食品の寄附を求める意見が出たことを踏まえ、食べられずに捨てられている生鮮食品（規格外野菜を含む）の子ども食堂への提供の取組について連絡会で議論した結果、「フレッシュフードシェア事業」の実施が決定した。

（参考）松本市食品ロス削減連絡会の参加団体

商工会議所、商店街連盟、旅料飲食団体協議会、信州大学、松本大学、町会連合会、食生活改善推進協議会、長野県栄養士会中信支部、調理師会、環境衛生協議会連合会、ＪＡ松本ハイランド、ＪＡあづみ、松本おかみさん会、ＰＴＡ連合会、保育園保護者会連盟、子育て支援ネットワーク、残さず食べよう！推進店（飲食店・宿泊施設・小売店等）、残さず食べよう！推進事業所（食品ロスの削減に協力する事業者） 等

ステップ2 取組体制の構築

- 「フレッシュフードシェア事業」の開始にあたり、長野県、道の駅「今井恵みの里」、認定NPO法人フードバンク信州、子ども食堂の運営団体と協議し、取組を効果的・継続的に実施するにあたっての体制づくりを実施した。
- 生鮮野菜を必要としている子ども食堂等の団体に広く情報の周知を行うために県と連携し、県の「県松本地域子ども応援プラットフォーム事業」に登録された子ども食堂の運営団体に対して、県を通じて取組実施日等の情報発信を実施することとした。
- 農家から生鮮野菜の寄附を募集するにあたっては、以前から野菜の販売を行っており、農家との強いネットワークを持つ道の駅「今井恵みの里」と連携することとした。

ステップ3 取組の実施

- 市から道の駅「今井恵みの里」や認定NPO法人フードバンク信州等と頻繁に連絡を取り、取組実施日に向けたスケジュールの調整および関係者への開催日の告知を実施している。

ステップ4 効果検証・継続実施の検討

POINT

- 食品の引き渡しの際、認定NPO法人フードバンク信州のスタッフが食品の重量を計測・記録している。
- その他、関係各団体に頻繁に連絡を取り、各団体の活動状況や取組実施にあたっての課題を把握する。

3 事業費･担当者数等

〇費用

食品の引き渡し会場に設置するのぼりの製作費用　2万円

（注）その他、生鮮野菜の提供者（農家）に対する車賃を、道の駅「今井恵みの里」が社会貢献活動の一環として自発的に支払っている。

No.27
埼玉県東松山市　直売所で売れ残った農産物を都市部で再販売

1 取組の概要

JA埼玉中央管内の5か所の農産物直売所で売れ残った農産物を鉄道で輸送し、池袋駅で再販売または寄附する取組。民間事業者、JA・生産者、大学、行政とが連携することで実現した。

本取組の目的は、食品ロス削減のほか、生産者の収益向上、鉄道（東武東上線）沿線の活性化、電車輸送によるCO_2削減、学生の学びの場や就労機会の提供、ひとり親家庭の支援等を含む。

■ 取組の流れ（売れ残った農産物の運搬～再販売・寄附）

原則、毎週月・水・金曜日に、以下の流れで売れ残った農産物の運搬・再販売・寄附を実施。

16:00～	JA直売所の閉店後、事業に賛同する農家が出荷した農産物を森林公園駅に運搬。 （直売所から近く、乗車時間が長く積込が可能などの理由から森林公園駅を選定）
17:00～	農産物を森林公園駅から池袋駅に電車で輸送。 大学生スタッフが積込から輸送中の管理、荷下ろし作業を行う（積込はJA直売所のスタッフも協力）。駅ホームや電車内でのアナウンスで乗客に対して取組のPRも実施。
18:30～	池袋駅南改札にて開店準備を行い、販売開始。
20:30～	売れ残った農産物はこども食堂を運営する（株）大塚応援カンパニーへ寄附。

■ 取組のきっかけ

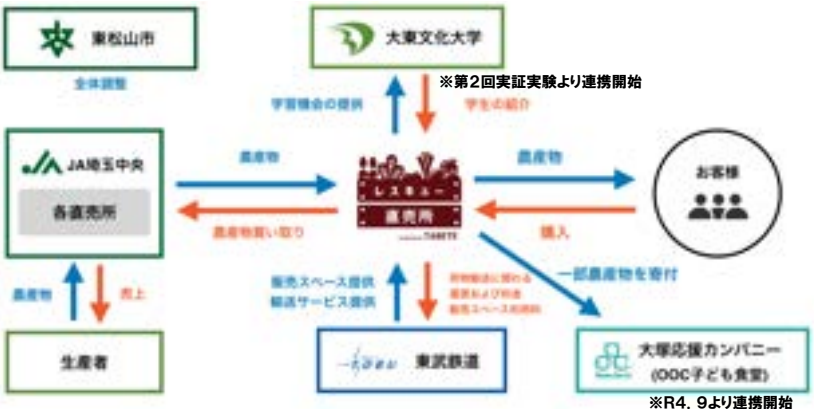
東松山農産物直売所は、県内でも有数の販売額（約6億5千万円）を誇る一方で、売れ残った生産物は農家が引き取り、その多くが廃棄されることが課題だった。

地域ファンドの出資対象者である㈱コークッキングから提案を受け、市と同社が共同で食品ロス削減に取り組むことを決定。市がJA埼玉中央と東武鉄道㈱に協力を依頼し、4者協議により事業の草案が決定。

■ 各主体の役割分担

東松山市は各関係機関の連絡調整を担当。行政の参加は、従来関係性のない主体が協働するきっかけを作るうえで有効。

事業の運営は（株）コークッキングが主体となり実施。各事業者の役割は右図のとおり。



■ 取組の効果

- 本事業の定量的効果は右表の通り。
- 各種メディア（新聞・消費者庁HP等）や第6回ジャパンSDGsアワード受賞（SDG s 推進副本部長表彰）
  → 関係事業者のイメージアップ、事業継続のモチベーションに繋がる

食品ロス削減	野菜の買取個数	235,776点
	野菜の重量	70,733kg
農家所得向上	農産物の買取金額	28,751,719円
	賛同した農家数	約180軒
	農家1件当たりの買取金額	約159,000円
CO2排出削減	CO2排出削減量	194,516kg

※第1回実証実験（令和3年3月）～令和6年6月末時点

■ 今後の展開（2024年度時点の想定）

- 本取組は次年度以降も継続予定。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ1 企画の検討・内部調整（令和2年11月～12月）

- 令和2年11月、東松山農産物直売所で「売れ残った農産物を生産農家が引き取る」「引き取った農産物の多くが、廃棄される」という課題に対して、（株）コークッキングと共同で取り組むことを決定。
- 事業の実施に向け、市は農産物直売所を運営するＪＡ埼玉中央と東武鉄道に協力を依頼。令和2年12月から４者での協議を開始して事業の基本形が決定。

ステップ2 実証実験（令和3年3月～7月、計2回）

- 第1回実証実験（令和3年3月12日～3月31日 毎日）
  直売所：1か所（東松山市）

課題	物量の確保、販売体制の確立、収益性の確保 東松山農産物直売所1か所から農産物最大12コンテナを運搬し販売を実施したが、参加農家が5～6軒と少なく、物量も十分ではなかったため、採算がとれなかった。
改善点	物量増加：本事業がメディアで取り上げられる機会が多くなり、趣旨に賛同する農家や直売所が増加。 5か所の農産物直売所から最大24コンテナの農産物を鉄道輸送し販売。 販売体制の確立：東松山市にキャンパスを置く大東文化大学に協力を依頼。本事業に賛同する学生をインターンとして採用し、運搬・販売を担当してもらう。

- 第2回実証実験（令和3年6月21日～7月30日　月・水・金曜日（祝日を除く））
  直売所：5か所（東松山市、滑川町、鳩山町、嵐山町、小川町）
  収益性の改善を含め、本事業を継続するための条件整理が完了。

ステップ3 取組の実施（令和3年8月～現在）

POINT

- 令和3年8月に市と関係４者（コークッキング、JA埼玉中央、東武鉄道、大東文化大学）で「東松山市まち・ひと・しごと創生に関する協定」を締結。令和4年9月には（株）大塚応援カンパニーも連携。
- 東武鉄道（株）は、本事業の実施にあたり、「優良手回り品料金制度」を導入。社会貢献や地域活性化につながる特定の企業・団体等の取組をサポートすることを目的として、列車内へ無料手回り品の制限を超えた荷物類を、客室スペースに持ち込むことを可能にした。
- 大東文化大学は、食品ロスの削減やSDGsに関心のある学生インターンを募集。学生スタッフは、自ら運営組織を立ち上げ、企画や運営の改善提案、売上高や利益などKPIに対する数値の進捗管理、数値改善に向けた全体方針の策定などに取り組む。また、生産者との交流会や利用者へのアンケートなども企画・実施し、本事業にやりがいをもって取り組んでいることが、事業改善にもつながっている。

ステップ4 事業継続に向けた改善（～現在）

- 関係6者が集まっての定例会を定期的に実施。それぞれの立場から意見交換を行う。
- 収益性の向上を目指して、学生スタッフからの提案により、電子決済を導入。導入時には、東武鉄道（株）の支援により、東武グループ共通ポイントの還元キャンペーンを実施した。

3 事業費・担当者数等

〇費用：なし（左記は市が実施する各種調整に係る費用。活動に係る実費は協力主体が拠出）

〇担当者：2名

No.28

長崎県　「災害時用備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領」の制定

1　取組の概要

県の施設で備蓄する災害時用備蓄食料等のうち、使用期限が１年を切ったものの有効活用を促進するため、備蓄食料等の寄附に関する手続きを定めた事務取扱要領を公開する取組。

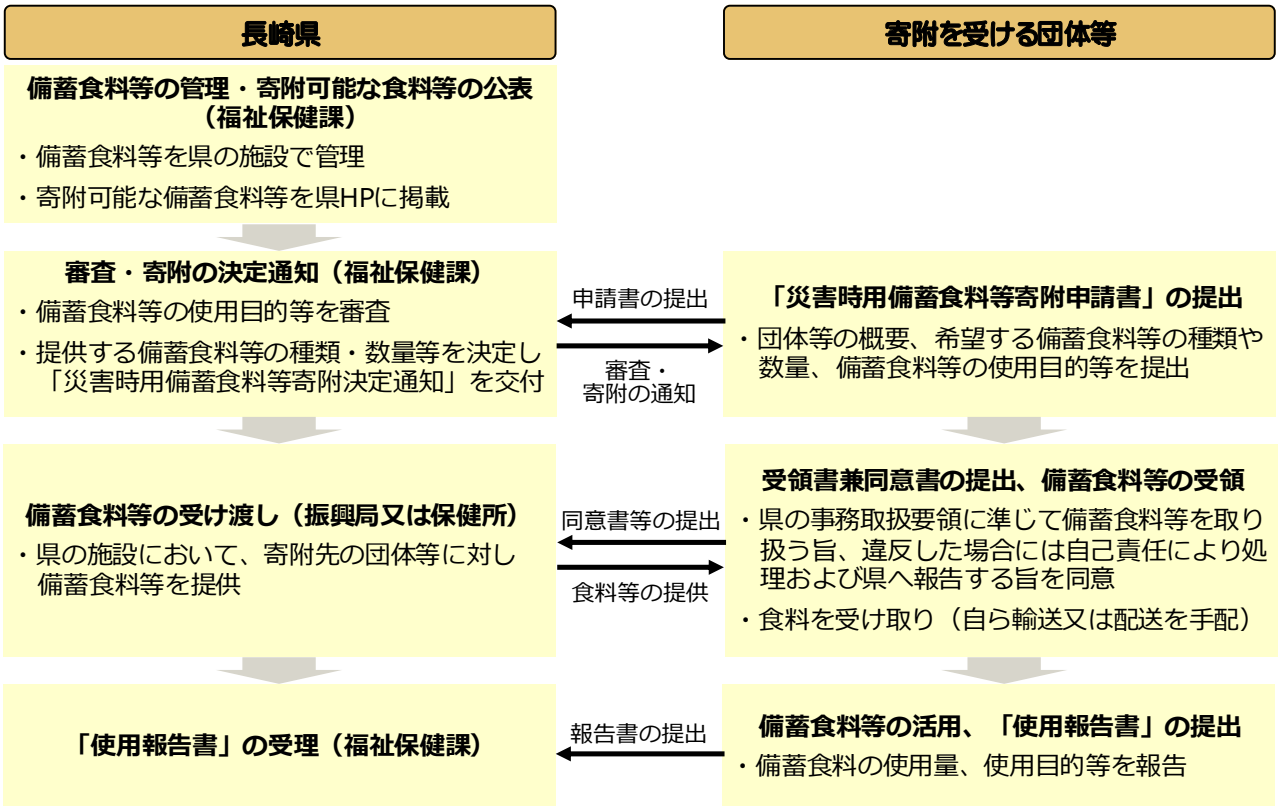
■ 実施内容

長崎県福祉保健部は、県の施設で備蓄する使用期限が1年を切った災害時用備蓄食料等のうち、寄附が可能なものについて同県ホームページに掲載する。また、寄附を希望する旨の申請に対して、「長崎県福祉保健部災害時用備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領」に基づき、備蓄食料等の使用目的等を審査し、提供する備蓄食料等の種類・数量などの判断を行う。

寄附を受ける団体等は、備蓄食料等の輸送等を行うほか、同食料等の使用後に使用報告書を提出する。

＜提供する食品＞ アルファ化米、缶詰パン、ペットボトル入り飲料水のうち、
台帳で使用期限等を管理し、使用期限が１年を切ったものから選定。

＜備蓄食料等の寄附・活用の流れ（各主体の役割）＞



■ 取組のきっかけ

長崎県では東日本大震災を契機として、平成25年度に「災害時の物資備蓄等に関する基本方針」を策定して備蓄体制を強化。翌年度から食料等の備蓄を本格的に開始し、長期間（5年間）保存可能なアルファ化米等を県の施設にて保管している。使用期間が近づいた食料等の有効活用を図るべく、備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領を策定し、これらの食料を有効活用できる団体等に寄附することとした。

■ 取組の効果

＜備蓄食料等の寄附の実績（令和1～5年度合計）＞

・数量：白米 7,000食分、缶詰パン 5,685缶、水 3,199本（2Lペットボトル換算）、液体ミルク 120本

・寄附団体数：28団体

■ 取組の課題・今後の展開（2024年度時点の想定）

現時点で特段取組の課題は無く、次年度以降も継続予定。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領等の策定

POINT

- 「長崎県福祉保健部災害時用備蓄食料等の寄附に関する事務取扱要領」において、県が備蓄食料等の寄附を行うにあたっての条件を明確化している。下記は条件の一部である。

  - 寄附の相手方（第2条）：公益性の高い活動を行う県内の団体等であり、寄附を受けた食料等を廃棄せずに有効活用することを条件とする。
  - 使用目的（第3条）：寄附を受けた食料等の使用目的が、公益性・県の政策の方向性と合致し、かつ、営利的または宗教的もしくは政治的目的でないことを条件とする。また、受入側に輸送・分配等の十分な能力があること等を条件とする
  - 食料等の使用場所（第4条）：原則として、寄附を受けた食料等の使用場所は長崎県内とする。

- 寄附申請が上記の条件を満たすことを確認するため、「災害時用備蓄食料等寄附申請書」（別紙1）や「災害時用備蓄食料等受領書兼同意書」（別紙3）等を整備している。

上記の事務取扱要領ならびに別紙様式の掲載ページはこちら
長崎県ウェブサイト「災害備蓄」https://www.pref.nagasaki.jp/doc/page-769482.html

ステップ 2 備蓄食料等の適切な管理

- 長期間（5年間等）の保存となるため、定期的に保管状況の確認を行うこととしている。
- 使用期限の管理を計画的に行い、廃棄処分とならないよう有効活用に努めている。

ステップ 3 寄附の希望申請の募集・審査、寄附の実施

- 寄附を希望する団体等については、公益性の高い活動を行う県内の団体であるかを判断するため、定款等の提出を求め体制を確認している。
- 寄附の申込状況に応じ、適宜県内のこども食堂等の団体へ周知を行っている。
- 寄附にあたっての事前調整では、備蓄食料等が各地方機関に分散していることから、寄附を受ける団体及び引き渡し場所となる地方機関との受け渡し日時の調整が必要となる。

ステップ 4 取組効果の把握

- 寄附を受けた団体等が備蓄食料等の使用後に提出する「使用報告書」（別紙4）の様式に、実際に使用した備蓄食料等の量を記入する欄を設け、取組の効果を把握している。
- 「使用報告書」（別紙4）には物資の使用状況の写真等を添付することとしており、申請内容に沿って備蓄食料等が活用されたか確認している。

3 事業費・担当者数等

〇費用

上記の事務取扱要領の策定および寄附の実施に係る物件費は生じていない（送料は寄附先の団体が負担）。

※県の災害救助備蓄に係る費用として、本施策とは別途、備蓄食料等更新費 約140万円等が生じている（金額は令和６年度当初予算ベース）。

No.29

徳島県　ユース世代等取組交流会の開催

-食品ロス問題に取り組む学生と地域の団体の繋がりを醸成-

1　取組の概要

徳島県は、環境省中国四国地方環境事務所ならびに四国地方ESD活動支援センターと連携し、食品ロス削減のための活動を実施しているユース世代（高校生～大学生）と地域で活動を行う団体・企業の交流会を実施し、ユース世代の取組意欲を増進する。

■ 実施内容

食品ロス問題の解決のための取組を実施している四国地方の学校（高校・大学7校）ならびに四国地方で食品ロス削減に取り組む団体（2団体）による活動紹介を実施。その後、外部専門家を交えたワークショップや、今後の取組の展開に関する議論等を実施した。

＜開催日＞2019年8月22日（木）10:00～16:00

＜実施場所＞とくぎんトモニプラザ（徳島県青少年センター）

＜参加者数＞50名（ユース 7校、食品ロス削減取組団体 2団体）

＜プログラム＞

・ユースによる取組紹介（7分×6校）
・四国地方で活動を実施する団体の取組紹介（5分×2団体）
　※参加団体：株式会社ハレルヤ（製菓）、うどんまるごと循環コンソーシアム
・講演（食品ロス・エシカル・ユース活動等の関係等）※（特非）ゼロ・ウェイストアカデミー 藤井氏
・ワークショップ①（ユースの混合グループを作り、SDGsについてできることを議論／45分間）
・ワークショップ②（各取組団体に分かれ、現在実施している取組の発展の方向性を議論／100分間）
※議論の内容は後日パネル化し、第3回食品ロス削減全国大会（徳島市開催）で展示

■ 取組のきっかけ

2019年10月に徳島市で開催された「第3回食品ロス削減全国大会」のプレイベントとして、環境問題等に取り組んでいるユース世代等と、四国地方で地域ＥＳＤ活動推進のための取組を実施する団体を繋げることにより、ユース世代の取組意欲の増進を図ることを目的として開催した。

■ 各主体の役割分担

徳島県・環境省中国四国地方環境事務所・四国地方ESD活動支援センター

・企画検討
・情報発信

協力依頼 ↓

香川県・愛媛県・高知県 教育委員会

・食品ロス削減に取り組むユース（学生）を選出・学校に参加依頼

■ 取組の効果

本交流会に参加したユース世代と地域における活動団体の間で繋がりを醸成することができた。本会の開催後、ユース世代がこれら活動団体に対して今後の活動に関する相談を実施した旨の報告を受けている。

■ 今後の展開（2020年度時点の想定）

本取組は「食品ロス削減全国大会」のプレイベントとして開催したもので、再度開催することは現状予定していないが、諸団体と連携しながら、地域内のユース・諸活動団体の繋がりの醸成に取り組む予定。

2 取組の実施の流れとポイント

ステップ 1 企画検討・体制づくり

- 徳島県における「第3回食品ロス削減全国大会」（2019年10月）に向けたイベントを開催するにあたり、以前からESD教育に関するワークショップなどを実施している「四国地方ESD活動支援センター」、ならびに中国四国地方環境事務所と連携することとした。

ステップ 2 参加するユース世代の募集

POINT

- 本交流会に参加するユース世代を探すに当たっては、各県の教育委員会と連携し、各教育委員会が食品ロス問題に取り組む学校の中から各県最低1校を選出する形を取った。

ステップ 3 ユース世代等取組交流会の開催

- ワークショップにおいては、食品ロスが発生する要因を議論する時間を長く取り、また、地域で食品ロス削減のための活動を実施する諸団体の協力を得ることで、食品ロスの発生の背景に存在する多様な要因について考えるきっかけを提供した。

ステップ 4 取組の振り返り

- ユース世代の参加者に対して開催後アンケートを実施したところ、他県・他校の取組を知ることで刺激を受け、取組の拡大を目指したい旨の意見を複数確認した。
- 交流会の開催後、ユースの取組状況について確認したところ、本交流会の中で繋がりのできた団体からアドバイスを受けながらその後の取組を実施している旨が確認できた。





3 事業費･担当者数等

〇費用

講師謝金（5名分）：約8万円

その他費用（会場使用に係る事務費用）：約3万円

〇担当者数：1名（徳島県）　※その他当日運営支援に4名（四国地方ESD活動支援センター）が参加

コラム：事例から見る取組のポイント

ポイント 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。食品ロスが発生する要因をしっかり分析し、狙いを絞ることで、効果的な取組を行うことができます。食品ロスの排出者と協働して食品ロスの発生要因を分析すると、より具体的な対策の実施につなげていくことができます。

ポイント 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、様々な場面で発生しています。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して働きかけを行うことが有効です。

ポイント 3 早い段階で関連事業者・団体との関係構築を行う

事業者や外部の団体と連携して取組を行う場合には、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、ごみの減量等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。

ポイント 4 食品ロスの排出者が取組に参加するメリット・意義を示す

食品ロスは、日々の家事や事業活動等において、自然と発生してしまうことが多いものです。排出者の行動を変えるために、食品ロス削減の取組を行うメリット・意義を示すことが重要です。

本事例集の掲載事例では、例えば、フードドライブに寄附した食品の量に応じてポイントを付与する等の工夫が実施されていますが、金銭的メリットに限らず、取組の社会的意義に共感して取組に参加する人も一定数存在します。

ポイント5 取組の効果を把握し、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。