

第2期高知県食品ロス削減推進計画（案）
（令和8年度～令和12年度）

目 次

第1章 計画の基本的事項

1 背景.....	1
2 目的.....	2
3 計画の位置付け.....	2
4 計画の期間.....	2

第2章 食品ロスの現状と課題

1 我が国の食品ロスの現状と削減の意義.....	3
(1) 現状.....	3
(2) 削減の意義.....	4
2 高知県における食品ロスの現状と課題.....	6
(1) 第1期高知県食品ロス削減推進計画の達成目標に対する現状....	6
(2) 第1期高知県食品ロス削減推進計画に基づく取組の総括.....	12
3 期待される役割と行動.....	15
(1) 食品ロスの発生抑制.....	15
ア 消費者.....	15
イ 農林漁業者・食品関連事業者.....	20
ウ 事業者（農林漁業者、食品関連事業者以外の事業者を含む）..	28
(2) 未利用食品の活用促進.....	28
ア 消費者.....	28
イ 農林漁業者・食品関連事業者.....	28

第3章 食品ロスを削減するための取組

1 基本的な方向性.....	30
2 目指す姿.....	30
3 削減施策.....	30
(1) 食品ロス削減に向けた広報・啓発、教育.....	30
(2) 食品ロスの発生抑制.....	33
ア 消費者に向けた呼びかけ.....	33
イ 農林漁業者・食品関連事業者に向けた呼びかけ.....	34
ウ 消費者と農林漁業者・食品関連事業者双方に向けた呼びかけ..	35
(3) 未利用食品の活用推進.....	35
食品ロス削減施策一覧.....	38
4 達成目標.....	39

第4章 その他

1 進行管理.....	42
2 計画見直し.....	42

第1章 計画の基本的事項

1 背景

食品ロス¹とは、本来食べられるにもかかわらず捨てられる食品のことをいい、日本では、食品の生産、製造、販売、消費等の各段階において日常的に廃棄され、大量の食品ロスが発生しています。

世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在し、今後も人口の急増による食糧不足の深刻化が懸念されるなかにあって、食料の多くを輸入に依存している我が国として、食品ロスの削減は真摯に取り組むべき課題です。

食品ロスを削減するためには、食品の製造、販売、消費に至るサプライチェーンにおいて、食品廃棄物の発生抑制の取組を推進していくことが最も重要です。また、まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、貧困、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない人々に提供することを含め、できるだけ食品として活用するようにし、食品ロスを削減していくことが重要です。

食品ロスの削減は、食品を無駄にしないだけでなく、家計負担や地方公共団体の財政支出の軽減、CO₂排出量の削減による気候変動の抑制が図られ、食品の生産や廃棄に関わるエネルギーや労働力等の余分な発生を抑えることなどにもつながります。

平成27（2015）年に国連で採択された持続可能な開発のための2030アジェンダに基づく持続可能な開発目標（以下「SDGs」という。）においては、目標12「つくる責任 つかう責任」で、食料廃棄の減少が重要な柱として位置付けられています。

日本においては、食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号。以下「食品ロス削減推進法」という。）に基づき令和2年に閣議決定された「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（以下「食品ロス削減基本方針」という。）のもと、食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ等による様々な取組が進められ、令和6（2024）年7月

¹ 「食品ロス」とは、本来食べられるにもかかわらず廃棄される食品のことをいう（食品廃棄物には、食品ロスのほか、例えば、魚・肉の骨等、食べられない部分が含まれる。）。

には、食でつなぐ共生社会の実現に向けて、国や地方自治体が一体的に取り組めるよう、食品ロス削減・食品寄附促進・食品アクセス確保の3つの施策を包括し「食の環」として進めていくことが示されました。

令和7（2025）年3月に変更決定された第2次食品ロス削減基本方針では、食品を含む物価高騰や物流の2024年問題、フードバンク活動団体や子ども食堂²等の活動の拡大、食品流通等におけるAI活用やデジタル化の進展、食品アクセスといった新たな課題への対応などの社会情勢の変化等による食品ロス削減への影響を考慮する形で、施策の拡大等が図られています。

高知県では令和3（2021）年度に「高知県食品ロス削減推進計画」（令和4（2022）年度～令和7（2025）年度）（以下「第1期計画」という。）を策定し、食品ロス量の削減、食品ロス削減及び食品寄附活動に取り組む県民の増加について数値目標を掲げ、各種の施策や取組を進めてきました。

第1期計画の策定から4年が経過し、社会情勢の変化や国の第2次食品ロス削減基本方針を踏まえ、第1期計画の取組の評価や課題の整理を行った上で、消費者や事業者など食品ロスに関係する主体それぞれが食品ロス削減に向けた取組を強化させていく必要があります。

2 目的

本県における食品ロス削減の取組等を計画的に推進することで、県民が食品ロスの現状や課題を認識し、その削減に向けた行動変容につなげることを目的とします。

3 計画の位置付け

本計画は、食品ロス削減推進法第12条第1項の規定に基づき、都道府県が国の基本方針を踏まえて策定する「都道府県食品ロス削減推進計画」として位置付けます。

また、同法第12条第2項の規定に基づき、高知県環境基本計画、高知県廃棄物処理計画及び高知県食育推進計画等、各種計画と調和を図ります。

4 計画の期間

計画期間は5年間（令和8（2026）年度～令和12（2030）年度）とします。

² 地域の子どもたちが無料または定額で利用できる食堂。子ども食堂に明確な定義はないが、食事の提供を通じて、孤食の解消や食育、地域交流の場などの役割を果たす居場所の総称。

第2章 食品ロスの現状と課題

1 我が国の食品ロスの現状と削減の意義

(1) 現状

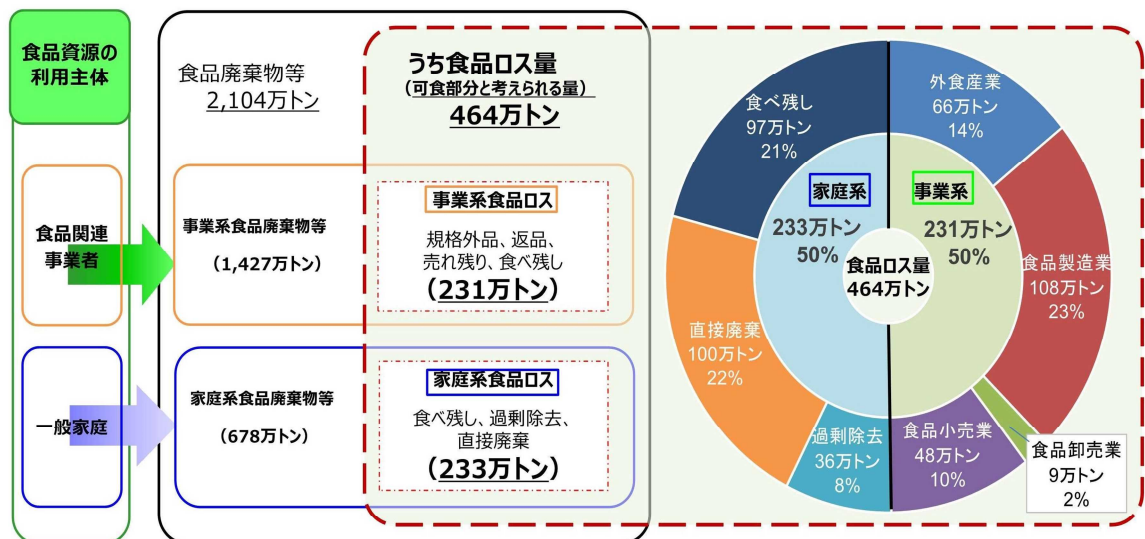
日本における食品ロス発生量は、464万トン（令和5（2023）年度推計）と推計され、国民1人当たり1日102g、年間37kgとなっています。これは、国連世界食糧計画（WFP）による食料支援量370万トン（2023年実績）の約1.3倍に相当します。

発生量の内訳は、家庭系食品ロスが233万トン、事業系食品ロスが231万トンと推計されています。

家庭系食品ロスの内訳は、「直接廃棄（未開封の食品が食べずに捨てられている）」、「食べ残し」がそれぞれ約4割で、残りの約2割が「過剰除去（過剰に除去された可食部分）」となっています。

また、事業系食品ロスの業種別の内訳をみると、食品製造業が約5割、続いて外食産業が約3割、食品小売業が約2割となっており、主な発生要因としては、食品製造業・卸売業・小売業では「規格外品」、「返品」、「売れ残り」、外食産業では、「作りすぎ」、「食べ残し」等が挙げられます。

【食品廃棄物等の発生状況と割合（概念図）】



資料：農林水産省及び環境省「令和5年度推計」

※割合の記載について、少数点以下を四捨五入により端数処理をしているため、合計値が一致しない場合があります。

〔参考〕 産業廃棄物の総排出量は3億7,400万トン（令和4年度）、一般廃棄物の総排出量は3,897万トン（令和5年度）
資料：環境省「産業廃棄物の排出・処理状況について」、「一般廃棄物の排出及び処理状況等について」

(2) 削減の意義

地球温暖化が世界的に問題となる中、CO₂削減は極めて重要な課題です。日本は食糧自給率（カロリーベース）がわずかに38%（令和5（2023）年度概算値）³で、食料の多くを海外からの輸入に頼っている一方で、毎日大型（10トン）トラック約1,270台に相当する食品を廃棄しています。この食品ロス量を温室効果ガス発生量に換算すると、年間1,050万トン-CO₂（令和5（2023）年度推計）となり、地球温暖化対策の一環としても、食品ロスをいかに削減していくかがたいへん重要です。

また、世界で栽培・生産された全食品のうち約40%に当たる25億トン／年の食品が廃棄されている⁴実態があるほか、約7.3億人が深刻な飢えや栄養不足で苦しんでいる中、世界人口は急増することが予想されており、食品廃棄自体を削減していくことはもちろんですが、まだ食べられる食品はできるだけ食品として活用していかなければなりません。

食品ロスを削減することで、近年の食料品をはじめとする物価高騰もあり、食費が消費支出の4分の1以上を占める⁵家計負担の改善に貢献するほか、一般廃棄物の処理に約2.3兆円／年を要している⁶地方公共団体の財政支出の軽減や国民一人当たりの食品ロスによる経済損失31,814円／年（令和5（2023）年度推計）の縮減、前述のCO₂削減によって気候変動も抑制され、地球規模での環境問題に寄与することなども期待されます。本県としても、2050年のカーボンニュートラル⁷実現に向けて県民を挙げて取組を進めており、脱炭素型ライフスタイルへの転換の一つとして、引き続き、誰もが身近で気軽にできる食品ロス削減の取組を推進していく必要があります。

³ 農林水産省「食料需給表（令和5年度）」

⁴ WWF（世界自然保護基金）と英国の小売り大手テスコ「Driven to Waste」（2021年）


⁵ 総務省「家計調査（2024年）」

⁶ 環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況について（令和5年度）」一般廃棄物の処理に要した経費（ごみ処理事業経費及びし尿処理事業経費の合計）は、25,189億円。そのうち、し尿処理事業経費を除いたごみ処理事業経費は22,912億円。

⁷ CO₂をはじめとする温室効果ガスの排出量から、森林などによる吸収量を差し引いて、実質的な温室効果ガスの排出量をゼロにすること。

【食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量の推計結果】


2023（令和5）年度 食品ロスによる経済損失・温室効果ガス排出量の推計結果

 2023[令和5]年度食品ロス量

464万トン

国民1人当たり^{※1}


37kg/年

 食品ロスによる経済損失の合計^{※2}

4.0兆円

国民1人当たり^{※1}

31,814円/年

 食品ロスによる温室効果ガス排出量の合計^{※3}

1,050万t-CO₂

国民1人当たり^{※1}

84kg-CO₂/年

消費者庁 食品ロス削減関係参考資料（令和7年6月27日版）

2 高知県における食品ロスの現状と課題

(1) 第1期高知県食品ロス削減推進計画の達成目標に対する現状

第1期計画（令和4（2022）年度～令和7（2025）年度）における3つの達成目標と、それぞれの目標に対する達成状況は以下のとおりです。

目標① 県内の食品ロス発生量を4年間で現状より5.2%（1,082トン）削減する。

	令和7年度実績（推計）		目標値に対する削減量		目標値に対する削減率	
	発生量 （t）	一人一日 当たり（g）	削減量 （t）	一人一日 当たり（g）	削減率 （%）	一人一日 当たり（%）
家庭系	9,387	38.6	2,596	9.0	21.7	18.9
事業系	5,570	22.9	2,182	7.9	28.1	25.6
計	14,957	61.5	4,778	16.9	24.2	21.6

令和7（2025）年度に実施した令和5（2023）年度推計の県内の食品ロス発生量は、14,957トンでした。

計画策定時の推計発生量20,817トンと比較すると、5,860トン（28.2%）を削減したこととなり、目標を達成することができました。

全国の一人一日当たりの食品ロス発生量と比較しても本県は少ない一方（令和7（2025）年度一人一日当たりの食品ロス発生量：全国102.2g、高知県61.5g）で、県内の食品ロスの約6割は家庭から出された計算になります。

※高知県食品ロス発生量の推計方法について

家庭系食品ロス

高知市と四万十町のそれぞれ市街地と郊外（農村地域）において、家庭から出された一般廃棄物の組成調査を行って、食品廃棄物に含まれる食品ロスの重量を計測・分析し、両市町における一人一日当たりの食品ロス発生量を把握（令和4（2022）年度、令和6（2024）年度、令和7（2025）年度実施）。

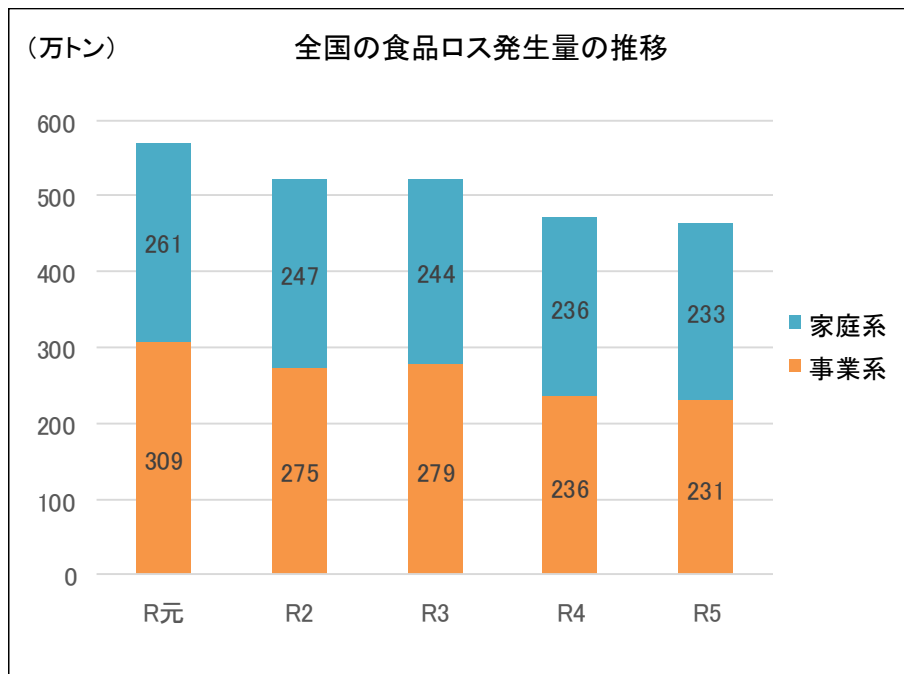
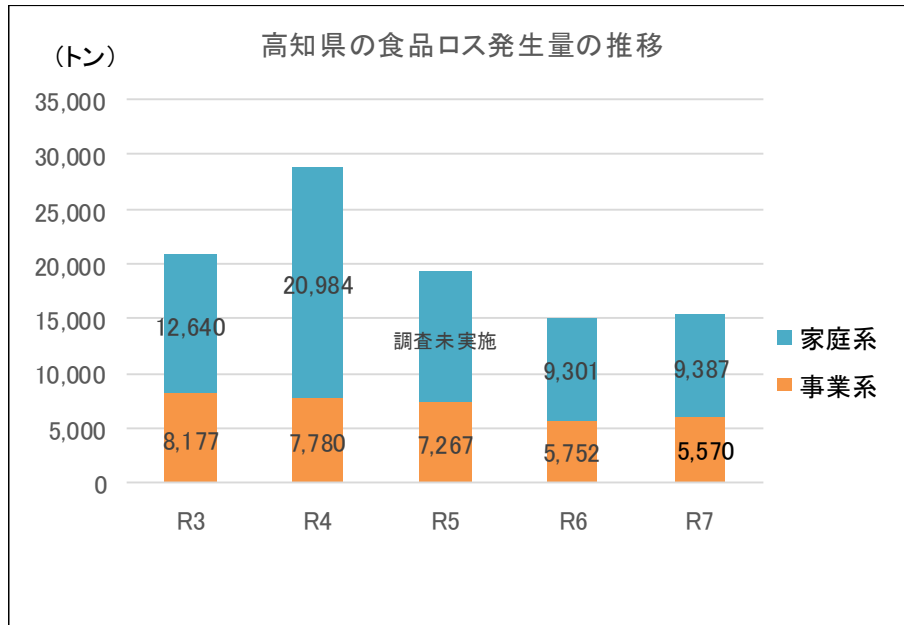
高知市の発生量から県内他市部を、四万十町の発生量から他町村部の家庭系食品ロス量を推計。

事業系食品ロス

食品リサイクル法に基づく食品廃棄物等多量発生事業者の定期報告結果（農林水産省公表）に可食部率を乗じて算出するとともに、定期報告の対象でない事業者分については、全国の食品ロス発生量から前述の定期報告事業者分の食品ロス量を差し引き、各業種毎の構成比を乗じることで推計。

(参考)

高知県と全国の食品ロス発生量の推移は以下のとおりです。



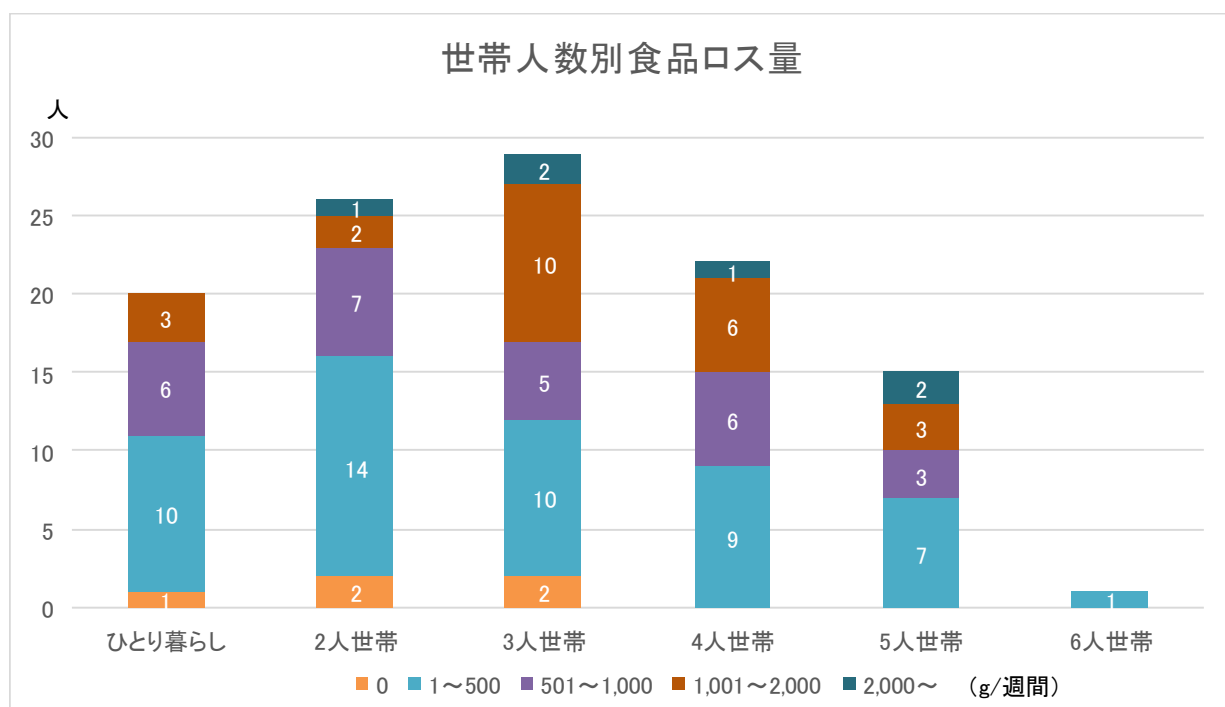
(農林水産省及び環境省 推計)

令和5（2023）年度に実施したモニター調査では、家庭系食品ロスの特徴として（回答母数は大きいものの）、同居の子どもがいる家庭では食品ロス量が多い傾向にある一方で、年代が高い、かつ、家族構成が少ない家庭で相対的に食品ロス量が少ない傾向が見られました。

廃棄の多かった食材は、野菜・果物が全体の40.0%、次いで加工食品（24.7%）、調理した料理（12.0%）の順でした。

廃棄した理由は「傷んでしまった」が43.1%と最も多く、続いて、「期限切れ」が25.6%、「食べ残し」が24.0%を占め、野菜・果物では「傷んでしまった」の割合が、加工食品では「期限切れ」の割合が、それぞれ最も多い結果となりました。

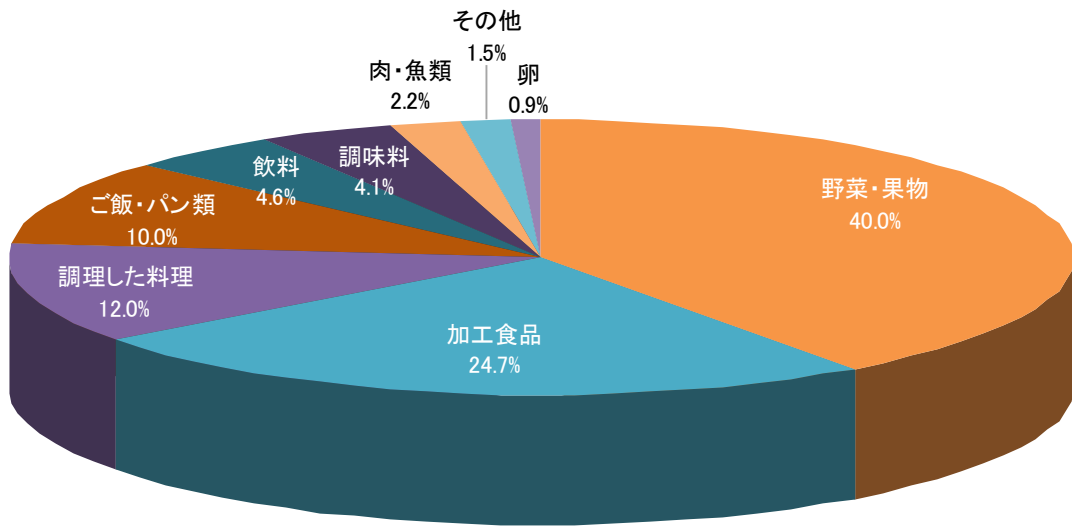
家庭の冷蔵庫に何が入っているかや、保有食品の賞味・消費期限はどうかなどを定期的を確認するといった身近な取組で、食品ロスを削減できることを改めて周知していく必要があります。



令和5年度県モニター調査結果

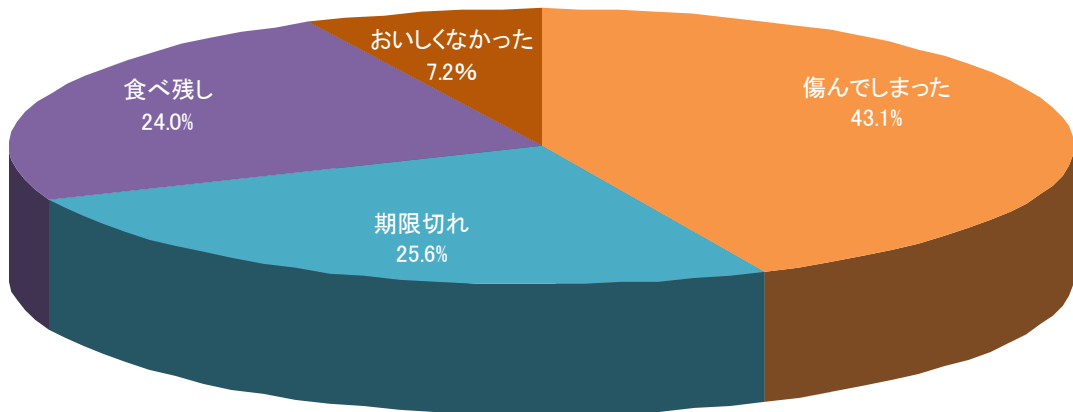
※グラフの見方の例：2人世帯の「14」は、家族が2人で1週間の食品ロス量が1～500gであったと回答した人数。

食品ロスの分類別構成比



令和5年度県モニター調査結果

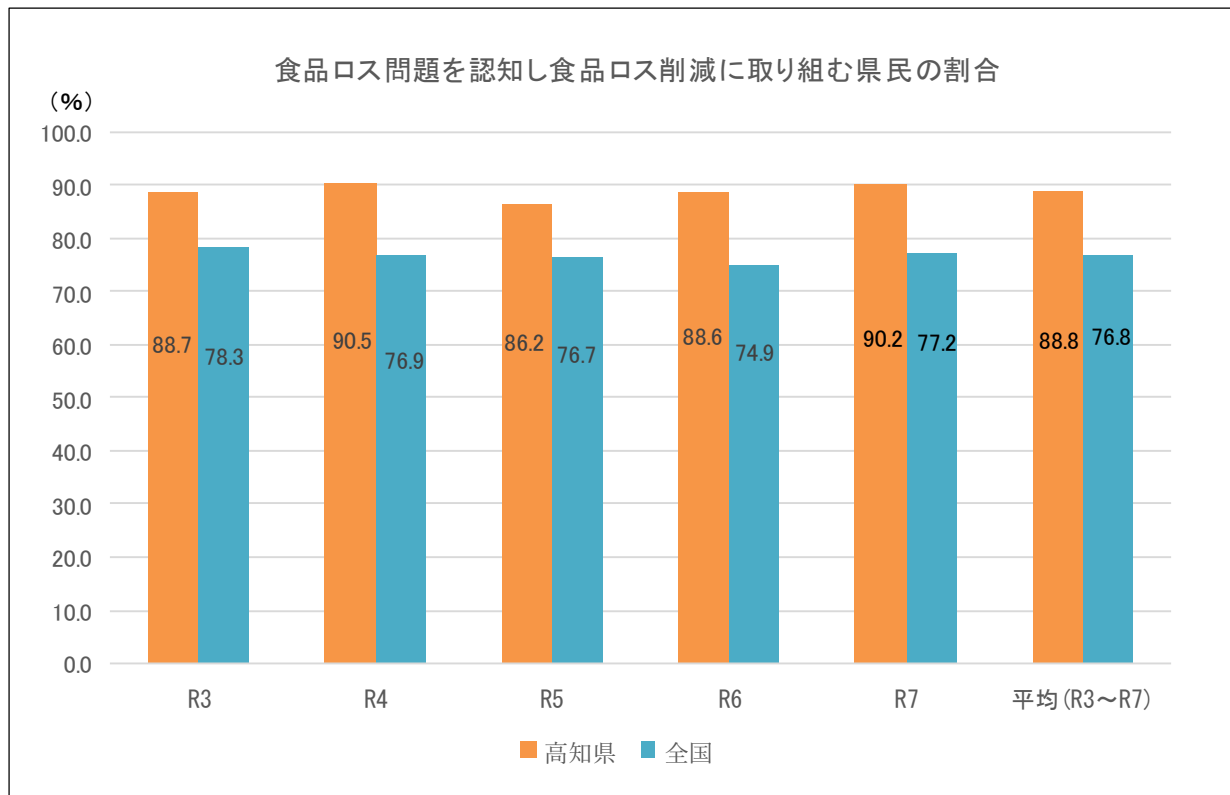
食品ロスの理由



令和5年度県モニター調査結果

※小数点第2位を四捨五入しているため合計が100%にならない。

目標② 食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む県民の割合を令和7（2025）年度までに90%以上にする。



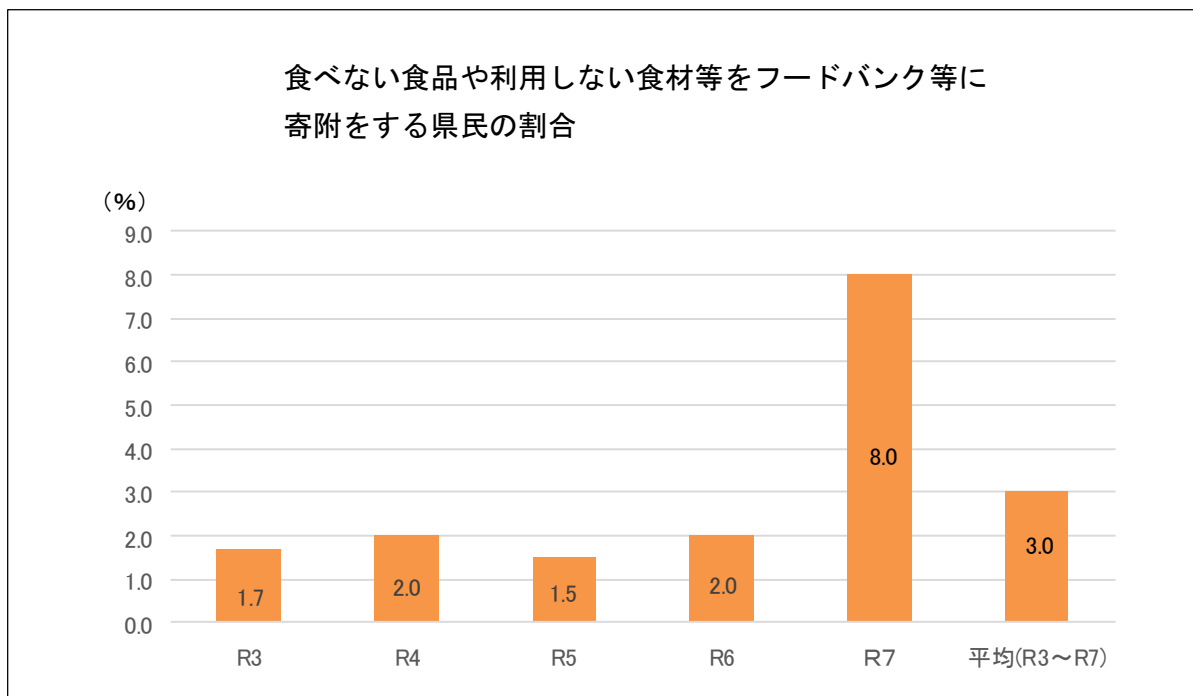
※高知県…令和3・4・7年度：県民世論調査結果

令和5・6年度：県民意識調査（県民生活課実施）結果

令和7（2025）年度県民世論調査の結果によると、食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む県民の割合は90.2%であり、令和4（2022）年度とともに目標の「90%以上」を達成することができました。また、令和3（2021）年度から令和7（2025）年度のいずれの年度においても、本県（平均88.8%）は全国の数値を上回っており、県民の食品ロス削減に対する意識の高さが表れています。

一方で、令和7（2025）年度県民世論調査では、「食品ロス問題を知らない」が5.8%、「食品ロス問題を知っているが取組をしていない」が2.3%という結果も出ており、対象を絞った周知や食品ロス問題に取り組む意義の広報啓発により、行動変容を促す必要があります。

目標③ 食べない食品や利用しない食材等をフードバンク等に寄附をする県民の割合を令和7（2025）年度までに3.4%以上にする。



※令和3・4・7年度：県民世論調査結果

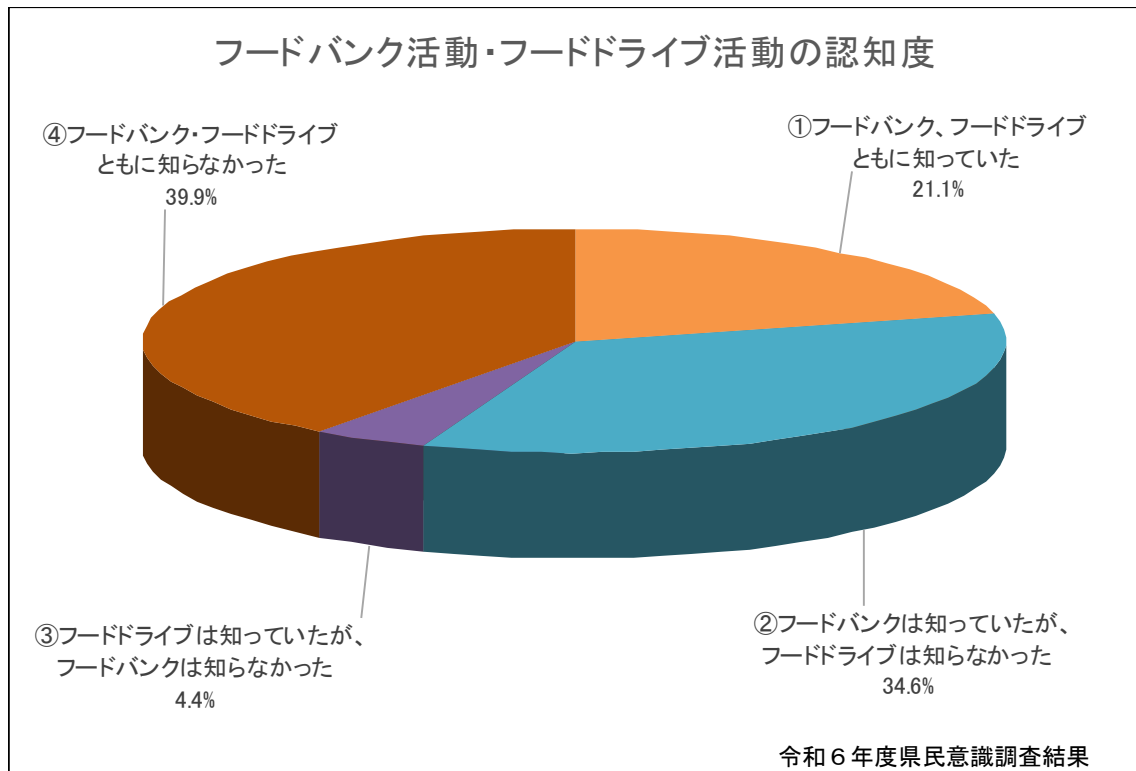
令和5・6年度：県民意識調査（県民生活課実施）結果

令和7（2025）年度県民世論調査によると、食べない食品や利用しない食材等をフードバンク等に寄附をする県民の割合は8.0%であり、目標である「3.4%以上」を初めて達成することができました。

しかし、令和3（2021）年度から令和7（2025）年度の県民世論（意識）調査の平均値は目標を達成しておらず、令和6（2024）年度県民意識調査でも、「フードバンク活動・フードドライブ活動ともに知らなかった」との回答割合が4割となっており、フードバンク活動等の認知度が低い状況にあります。

また、同調査では「寄附を受け付けている団体（寄附先）を知らない」が44.5%、「取組自体を知らなかった」が35.0%、「持って行く手間がかかり面倒」が33.5%であり、フードドライブの取組やその実施場所の周知が欠かせません。寄附食品をわざわざ持って行く手間を軽減し、継続的な行動につなげる取組も重要です。

昨今の物価高騰等により米を中心とした寄附の量が減少するなど、フードバンク団体等の寄附受入れ団体は食品の確保が厳しい状況にあり、県民へのより一層の寄附活動への理解促進と取組参加の呼びかけが必要です。



(2) 第1期高知県食品ロス削減推進計画に基づく取組の総括

①食品ロス削減に向けた広報・啓発、教育

県内の食品ロス発生量を推計するため、高知市と四万十町のそれぞれ市街地と郊外（農村地域）において、家庭から出された一般廃棄物の組成調査を実施しました。算出した食品廃棄物に含まれる食品ロスの重量をもとに、県内の家庭系食品ロス量を推計するとともに、食品リサイクル法に基づく食品廃棄物等多量発生事業者の定期報告結果等を用いた事業系食品ロス量と合わせて県内の食品ロス量を推計しました。

組成調査結果は、推計基礎資料としてだけでなく、啓発や出前講座の資料にも活用し、視覚から訴える広報に役立てています。

このほか、食品ロス問題をわかりやすくまとめた食品ロス削減ガイドブックや食品ロス削減チラシを作成し、市町村等を通じて県民への啓発を行いました。食品ロスは日々の生活で発生するものであり、日常的に食品ロスを意識してもらう必要があることから、県広報誌さんSUN高知や高知新聞、テレビ、ラジオなど様々な広報媒体を活用し通年的な広報・啓発にも取り組んできた結果、県民意識調査では回答者の9割を超える方が

「食品ロス問題を知っている」と回答するなど、広報効果も見えてきています。

一方で、「食品ロス問題を知らない」との回答や、「食品ロス問題を知っている」と答えた方の中にも「食品ロス削減の取組を何も行っていない」との回答があるため、食品ロス問題を認知し、実際に削減に向けた行動をとっていただけるよう、取り組みやすい削減策などを周知し、行動変容につなげる効果的な広報も必要です。

幼少期からの教育も大切なため、栄養教諭や学校栄養職員と連携し、小学生への出前講座も実施してきました。児童自身が小さい頃から環境問題を意識し食品ロス削減に取り組むことも重要ですが、児童が家庭で食品ロス問題について話すことで家族への啓発につながり、取組の広がりが期待されます。引き続き、栄養教諭や学校栄養職員等への食品ロスの情報提供などにより、食育を通じた食品ロス削減の啓発が重要です。

②食品ロスの発生抑制

ア 消費者に向けた呼びかけ

食品ロス削減ガイドブックやチラシ、県広報誌をはじめとする様々な広報媒体を活用し、家庭生活ですぐにできる取組を紹介するとともに、自分の家庭からどのような食品ロスがどのくらいの量発生しているのかを1週間記録してもらうことで、食品ロスを自分事として考えていただき、家庭系食品ロス削減の意識向上を促す「高知家食品ロスゼロチャレンジ（食品ロス削減モニター調査）」なども実施しました。食品ロス問題を認知し、削減に取り組んでいる方の割合は全国と比べても高いため（県 90.2%（令和7（2025）年度県民世論調査）、国 77.2%（令和7（2025）年度消費生活意識調査）、てまえどりやローリングストック等、家庭でできる取組を引き続き広報し、県民に行動に移してもらう必要があります。

イ 農林漁業者・食品関連事業者に向けた呼びかけ

食品ロス削減の取組の一つである「てまえどり」を呼びかけるため、くろしおくんを使った高知県独自の啓発ポップなどを作成し、県内のスーパーマーケットやコンビニエンスストア（R5：412店舗、R6：398店舗）で設置いただくなど、「てまえどり」キャンペーンの実施に協力していただきました。県民意識調査の結果では、「てまえどり」を実施している県民の割合が、令和3（2021）年度調査の10.2%から令和6（2024）年度の調査では19.6%に増加しており、「てまえどり」が買い物の際の行動として浸透してきています。

また、食品関連事業者の生産・流通段階で生じる食品ロスに対しては、食品加工事業者を中心に、メールマガジンでの食品ロス削減につながる情報提供だけでなく、食品残渣を活用した商品開発の支援や、生産管理の高度化に向けた専門家を派遣するなど、事業者の取組への支援を行いました。

ウ 消費者と農林漁業者・食品関連事業者双方に向けた呼びかけ

水産物については、未利用魚であるサメの活用や、魚の有効活用のための料理方法等に関する出前授業を県内小中学校で実施しました。(R4:14回、R5:15回、R6:14回、R7:12回)

季節商品(例えば節分の恵方巻き)は大量に売れ残って廃棄されることが問題となっており、消費者には予約販売の活用を促し、販売事業者には需要に見合った販売を呼びかける等、引き続き消費者と事業者双方の行動変容を促す必要があります。

また、事業者の取組について、消費者に広く知られていない現状があるため、事業者は自らの食品ロス削減に寄与する取組を積極的に広報し、消費者はそうした事業者の商品や店舗を積極的に利用するといった、両者のコミュニケーションを活発化させることが必要です。

③未利用食品の活用推進

農林水産省の食品アクセス確保緊急支援事業を活用したフードバンクへの支援や、県の災害備蓄食料のうち賞味期限が近付いている物の防災訓練等での活用等により、未利用食品の活用を推進しました。

未利用食品を活用する取組の一つである食品寄附活動(「フードドライブ活動」)について啓発を行うため、通年的なホームページでの周知をはじめ、フードドライブ啓発ポスターを作成し、市町村等を通じて身近な場所での広報に取り組みました。

また、フードドライブを実施する際の流れや注意事項等をまとめた「フードドライブの手引き」を作成し、市町村等へ配布したほか、食品寄附受入先の増加のため、県とスーパーマーケットでフードドライブ活動に関する協定を締結した結果、県内15店舗でフードドライブが常設され、県民の皆さんから寄附された食品等をフードバンク等へつなぐツールの一つとすることができました。

「フードドライブ」という言葉自体が県民に十分浸透しているとは言えない状況を受け、より多くの方にフードドライブを知っていただくため、フードドライブ活動啓発動画を制作し、ホームページで公開しているほか、一部の市町村や社会福祉協議会、スーパーマーケット等で放送いただいています。YouTubeでは7万回近く(令和8(2026)年2月現在)視聴されていますが、より県民の皆さんの目に触れる効果的な広報が必要です。

食品寄附活動(「フードドライブ活動」)は、食品ロス削減のみでなく、食品アクセスの確保にもつながる重要度の高い取組であり、引き続き、食品寄附活動(「フードドライブ活動」)を促す取組が欠かせません。

3 期待される役割と行動

食品ロスは事業者及び消費者の双方から発生しており、サプライチェーン全体で取り組むべき課題であるため、消費者や事業者は以下に掲げる「役割と行動」を理解し、実践する必要があります。

第1期計画の期間中、国等において食品寄附や期限表示等に関する各種のガイドラインの策定や見直しが行われ、商習慣の見直し等が進むなど、食品ロス削減を取り巻く環境の整備が図られました。その結果、消費者や事業者に期待される役割のレベルが上がるとともに、求められる行動も増加していますが、それぞれがひとつひとつの役割を理解して、可能なことから取り組み、継続的に実践する行動を増やしていくことが重要です。

それと同時に、事業者と消費者双方のコミュニケーションの活性化を図ることも重要であり、そのコミュニケーションに、食品関連事業者以外の事業者やマスコミ、消費者団体、NPO等、県・市町村も参画し、それぞれの役割を果たしながら連携・協働していくことが期待されます。

(1) 食品ロスの発生抑制

国の食品ロス削減基本方針では、消費者・事業者などの主体ごとにそれぞれに求められる役割と行動が定められています。

ア 消費者

食品ロスの状況と、その影響や削減の必要性について理解を深めるとともに、日々の暮らしの中で自身が排出している食品ロスについて適切に理解・把握し、その上で、例えば以下に掲げる行動例をヒントに、食品ロスを削減するために自らができることを一人ひとりが考え、行動に移すことが求められます。

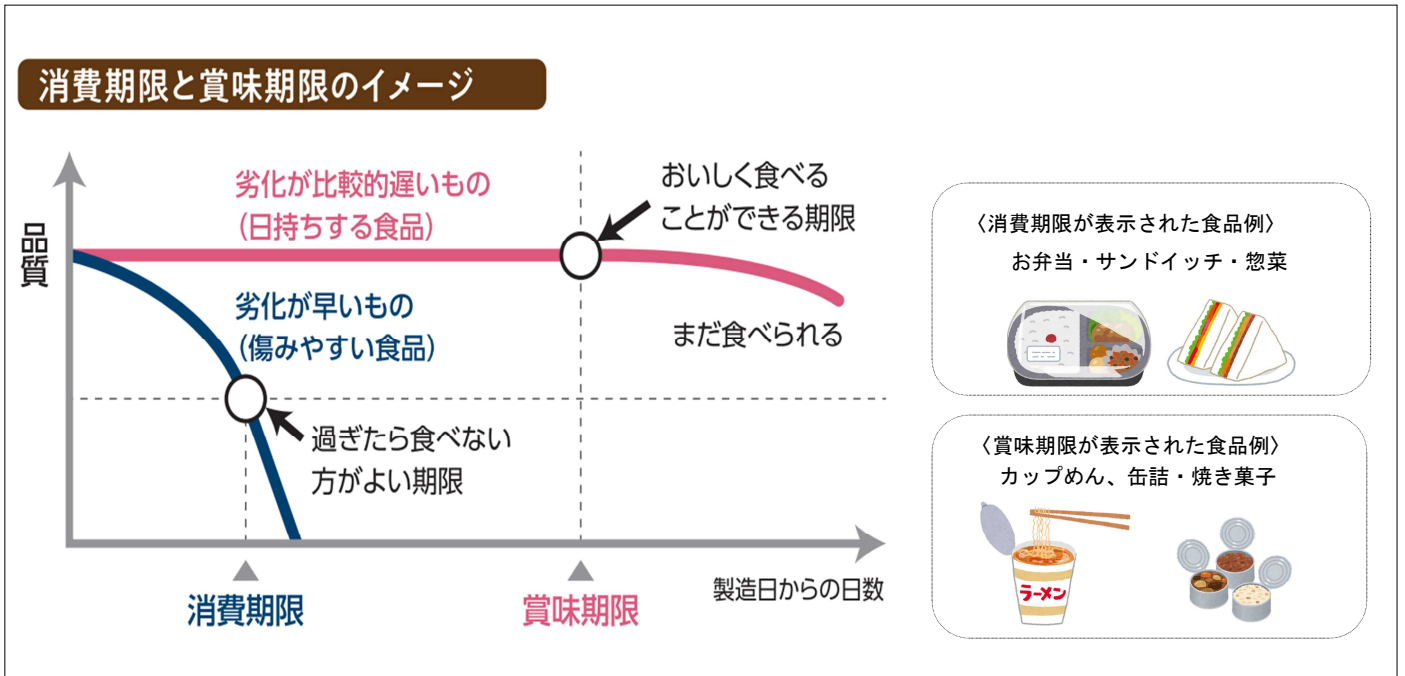
また、自身の消費行動を通じた食品ロスの発生が、環境や他の国々・地域の人々に影響を及ぼすことを踏まえ、食品ロスの削減に取り組む食品関連事業者の商品、店舗を積極的に利用する等、持続可能な生産・製造・販売活動を行う事業者の取組を支援することが望まれます。

期待される行動

①買物の際

- ・ 事前に家にある食材をチェックし、期限表示（消費期限・賞味期限）を理解の上、使用時期を考慮し使いきれ的分だけ購入する。
- ・ 欠品を許容する意識を持つ。

- ・購入してすぐ食べるものについては「てまえどり」を実践する。
- ・見切り品等を活用する。



「てまえどり」とは

「てまえどり」とは、購入してすぐに食べるものについて、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行為のことです。



【県内スーパーマーケット等で掲示しているてまえどり啓発物】

②食品の保存の際

- ・食材に応じた適切な保存を行うとともに、冷蔵庫内の在庫管理を定期的に行い、食材を使いきるようにする。

- ・賞味期限を過ぎた食品であっても、必ずしもすぐに食べられなくなるわけではないため、それぞれの食品が食べられるかどうかについては、個別に判断を行う。
- ・自然災害の発生に備え、家庭において食品を備蓄する場合には、普段から食品を少し多めに買い置きしておき、古いものから消費し、消費した分を買い足すことにより、食品の備蓄ができる「ローリングストック法」を実践する。
- ・家庭で余っている未開封の未利用食品は、近隣でシェアしたり、フードドライブ活動を通じて寄附したりするよう努める。

備蓄のすすめ

ふだん使いで **備蓄** (かたまり)

食べたら **買い足す**

ふだんの食事で **食べる**

少し多めの買い置きで **備える**

ローリングストックのこつQ

- ☑ まずは、普段食べている食材を多めに買って、備える
- ☑ 普段の食事で食べる
- ☑ 食べたら買い足して、補充する

出典：消費者庁ウェブサイト

https://www.nofoodloss.caa.go.jp/topic_mar.html

【フードドライブ活動】

フードドライブ活動とは、家庭で使い切れない未使用食品を持ち寄り、フードバンク団体や地域の福祉施設、団体に寄贈する、‘もったいない’を‘ありがとう’に変える活動です。

家庭

食品や食材

フードドライブ

・公共施設
・学校

食品を必要としている団体

- ・直接
- ・フードバンク経由
- ・社会福祉協議会経由
- ・福祉施設
- ・生活困窮者の支援団体
- ・子ども食堂 など

出典：環境省ウェブサイト <https://www.env.go.jp/guide/info/ecojin/action/20240124.html>

【フードドライブ実施店舗等】

(令和7年12月現在)

- ・ 県・市町村社会福祉協議会
- ・ NPO法人こうち食支援ネット
- ・ フードバンク高知（高知あいあいネット）
- ・ フジ、フジグラン
- ・ マルナカ各店舗（一部店舗除く）

【フードドライブ活動紹介動画】

(<https://www.pref.kochi.lg.jp/doc/2021071300019/>)



③調理の際

- ・ 余った食材を鍋物や汁物に活用するなど、家にある食材を計画的に使いきるほか、食材の食べられる部分はできる限り無駄にしないようにする。
- ・ 食卓に上げる食事は食べきれぬ量とし、食べ残しを減らすとともに、食べきれなかったものについてリメイク等の工夫をする。



「消費者庁のキッチン」でもリメイクレシピを紹介

④外食の際

- ・ 食べきれぬ量を注文し、提供された料理を食べるようにし、宴会時においては、最初と最後に料理を楽しむ時間を設け、おいしい食べきりと呼び掛ける「30・10(さんまる いちまる)運動」等を実践する。
- ・ 料理が残ってしまった場合には、外食事業者の説明をよく聞いた上で、自己責任の範囲で持ち帰る。

外出時の持ち帰りについて

消費者の方へ

自己責任の 範囲で

- 持ち帰りは、十分に加熱された食品で、帰宅後に再加熱が可能なものにし、食べきれぬ量を考えて、行いましょう。
- 自ら料理を詰める場合は、手を清潔に洗ってから、清潔な容器に、清潔な箸などを使って入れましょう。また、水分はできるだけ切り、早く冷えるように浅い容器に小分けしましょう。
- 料理は、暖かい所に置かないようにしましょう。
- 時間が経過すると食中毒のリスクが高まるので、帰宅までに時間がかかる場合は、持ち帰りはやめましょう。
- 持ち帰った料理は、帰宅後できるだけ速やかに食べるようにしましょう。
- 中心部まで十分に再加熱してから食べましょう。
- 見た目やにおいなどが、少しでも怪しいと思ったら、口に入れるのはやめましょう。

★「持ち帰り」には、
✓ 料理を衛生的に扱える力
✓ 怪しいと思ったら捨てることのできる判断力
✓ おいしい料理を提供してくれるお店を大切に
する気持ち
が必要です。

出典：消費者庁・農林水産省・環境省「外出時のおいしく「食べきり」ガイド」

イ 農林漁業者・食品関連事業者

サプライチェーン全体で、食品ロスの状況とその削減の必要性について理解を深めるとともに、消費者に対する、自らの取組に関する情報提供や啓発が求められます。

また、食品廃棄物等の継続的な計量の実施等、自らの事業活動により発生している食品ロスを把握し、サプライチェーンでのコミュニケーションを強化しながら、見直しを図ることにより、日々の事業活動から排出される食品ロスの削減に努めることが求められます。

なお、これらの活動を行った上で発生する食品ロスについては、新たな価値への転換、食品寄附やリサイクル等により適切に有効活用・再生利用等を行う必要があります。加えて、県や市町村が実施する食品ロスの削減に関する施策に協力するよう努めることが期待されます。

期待される行動

①農林漁業者

- ・規格外や未利用の農林水産物の新たな価値への転換、食品寄附等による有効活用を促進する。

②食品製造業者

- ・食品原料の無駄のない利用や、製造工程、出荷工程における適正管理・鮮度保持に努める。
- ・食品の製造方法の見直しや保存に資する容器包装の工夫等により、賞味期限の延長に取り組む（その際、容器包装のプラスチック資源循環の推進も考慮する）。
- ・年月表示化など賞味期限表示の大括り化に取り組む。
- ・食品小売業者と連携し、AI等を活用した需要予測の高精度化や納品リードタイムの調整や受注締め時間の前倒し等により、サプライチェーン全体での食品ロス削減に資する適正受注を推進する。
- ・小分け包装等、消費実態に合わせた容量の適正化を図る。
- ・製造時に生じる食品の端材や形崩れ品等について、新たな価値への転換、食品寄附等による有効活用を促進する。

【容器包装の工夫等】容器包装の工夫等が、賞味期限延長等の食品ロス削減につながります。

容器の構造を工夫
→鮮度保持



〈容器包装の改善〉

- ボトルを2重構造にすることにより、開栓後もしょうゆに酸素が触れず高い保存性を実現。
- 押し加減により、少量から多量まで注ぎ出しの調整が可能。

〈食品ロス削減〉

- 開封後の内容物酸化による劣化を抑制し、しょうゆの鮮度を90日間保持。
- ボトルを絞ることにより、しょうゆを最後まで注ぎ出せるようになり、ボトル内の残渣が減少。

包装袋を工夫
→賞味期限の延長



〈容器包装の改善〉

- 切り餅・まる餅の個包装に酸素を吸収し、水分蒸散を抑えるハイバリアフィルムを採用。
- 個包装内の酸素をフィルムが吸収しつつ、外部からの酸素の進入を防止するとともに、餅の水分を保持。

〈賞味期限の延長〉

- 酸化を防ぎ、水分を保持することで、つきたて食感を長く保ち、賞味期限を15か月から24か月に延長。

一人前ずつの個包装
→食べ残しを防ぐ



〈容器包装の改善〉

- キューブ状の鍋つゆの素を開発し、一人前（キューブ1個）ずつ個包装化。

〈食品ロス削減〉

- 一人前が一個のキューブなので、一人鍋から大人数の鍋まで、作る量を調整することができ、食べ残しによるロスを減少。

【賞味期限の大括り化】

賞味期限を「年月日表示」から「年月表示」に変更（大括り化）することで、フードサプライチェーンでの取扱いを簡素化することにつながります。

賞味期限の年月表示化（大括り化）の例

日付逆転の防止や省力化の観点から、年月日ではなく、年月で賞味期限を表示



〈効果〉

賞味期限の日付の逆転による食品ロスの抑制

サプライチェーンの中で、納品済みの商品の賞味期限より前の日付の商品を納品すること（日付逆転）ができないことにより、食品ロスが発生してきました。賞味期限を年月表示にすることで、在庫を効率よくさばくことができます。

物流の効率化

年月表示により、ロットを大括りでき、物流の業務効率向上に効果的。卸売業界においても、同じ賞味期限の商品をまとめて保管できることから、保管スペース、荷役業務、品出し業務等が効率化できます。

消費者庁 食品ロス削減ガイドブック（令和6（2024）年度版）

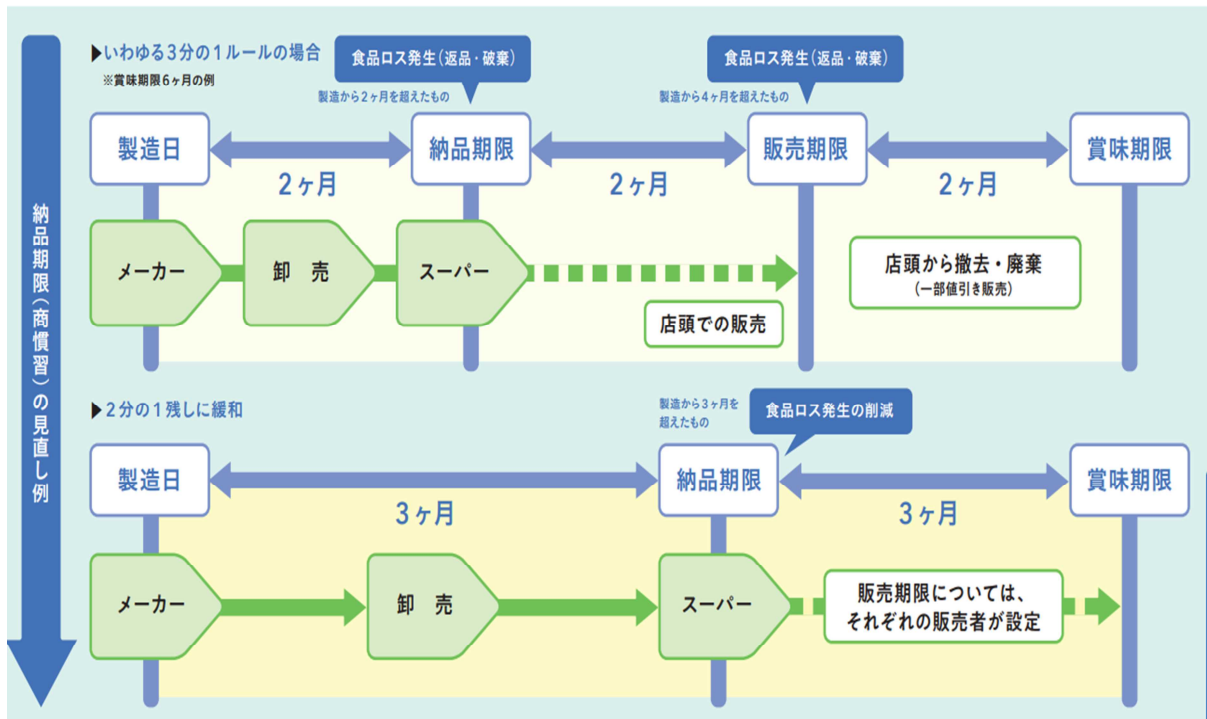
③食品卸売・小売業者

- ・ サプライチェーン全体で、食品ロス削減に資する厳しい納品期限（3分の1ルール等）の緩和や、需要予測の高精度化や納品リードタイムの調整、発注時間の前倒し等による適正発注の推進等の商習慣の見直しに取り組む。
- ・ 天候や日取り（曜日）などを考慮した需要予測に基づく仕入れ、販売等の工夫をする。また、季節商品については予約制とする等、需要に応じた販売を行うための工夫をする。
- ・ 賞味期限、消費期限に近い食品から購入するよう促し、売りきるための取組（値引き・ポイント付与等）を行う。
- ・ 小分け販売や少量販売などの消費者が使いきりやすい工夫を行う。
- ・ 食品小売業者（フランチャイズ店）における食品ロスについて、本部と加盟店とが協力して、削減に努める。

【3分の1ルール】

3分の1ルールとは、食品流通業界の商習慣で、食品の製造日から賞味期限までを3分割し、「納品期限は、製造日から3分の1の時点まで」「販売期限は、賞味期限の3分の2の時点まで」を限度とするというものです。

食品ロス削減の観点から、フードサプライチェーンで見直しが進められています。



消費者庁 食品ロス削減ガイドブック（令和6（2024）年度版）

【季節商品について】

近年、節分後の恵方巻きの廃棄が社会的な話題となったことから、消費者庁や農林水産省では、消費者や食品小売業者の方々に対して恵方巻きの需要に見合った販売を呼びかけています。



消費者庁 web https://www.no-foodloss.caa.go.jp/topic_feb.html



恵方巻きのロス削減プロジェクトの目印



④外食事業者（レストランや宴会場のあるホテル等を含む。）等

- ・天候や日取り（曜日）、消費者特性などを考慮した仕入れ、提供等の工夫をする。
- ・消費者が食べきれる量を選択できる仕組み（小盛り・小分けメニューや、要望に応じた量の調整等）を導入する。
- ・おいしい食べきりを呼び掛ける「30・10（さんまる いちまる）運動」等の取組を行う。
- ・外食事業者は、mottECO（もってこ）のポスターを掲示するなど、消費者が食べ残しの持ち帰りを行いやすい環境を醸成するとともに、消費者から持ち帰りを求められた際は、「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン～SDGs目標達成に向けて～」に基づき対応する。
- ・「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン～SDGs目標達成に向けて～」に基づき、消費者の自己責任を前提に、衛生上の注意事項を説明した上で可能な範囲で持ち帰り用容器による残った料理の持ち帰りをできることとし、その旨分かりやすい情報提供を行う（その際、容器包装のプラスチック資源循環の推進も考慮する。）。
- ・外食事業者以外で食事の提供等を行う事業者にあっては、食品ロス削減のため実施可能な取組を行う。

【mottECO（もってこ）について】

飲食店での食べ残しの持ち帰り行為の愛称です。
「mottECO（もってこ）」には「もっとエコ」「持って帰ろう」というメッセージが込められています。

出典：環境省ウェブサイト(<https://www.env.go.jp/press/108796.html>)



mottECO ロゴ

レストラン、ホテル等の外食産業の皆様へ



SDGs目標達成に向けた 「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」策定のお知らせ

食品ロスを削減するためには、レストラン・ホテル等の外食産業における主たる食品ロスの原因である消費者の食べ残しについて、消費者の自己責任を前提にその持ち帰り促進を図ることが有効な方策とされています。

そこで、法律面・衛生面でのリスクの低減を図ることで、事業者・消費者双方が安心して食べ残しの持ち帰りを促進することができるよう、事業者が民事上又は食品衛生上留意すべき事項を整理するとともに、消費者に求められる行動について整理したガイドラインを策定しました。

ガイドラインの対象

一般食堂等、業として食事の調理・販売を行う者（学校・病院等を除く）が、特定の場所で顧客に飲食させることを前提に食事の提供をしたものの、顧客が当該場所では食べきれずに当該場所以外の場に持ち出す飲食物。

ガイドラインの詳細はこちら



基本的な考え方

- まずは食べきることが重要。
- 食べ残しの持ち帰りには双方の合意が必要。
- どうしても食べきれない場合は食べ残しの持ち帰りも1つの有効な方法。
- 事業者が消費者に一定の注意事項の説明等を行うとともに、消費者も自己責任の下に持ち帰りを行うことで、事業者及び消費者双方の協力と理解のもと、持ち帰りの取組を促進。

事業者が民事上又は衛生上留意すべき事項

● 持ち帰りの際の事業者による一定の注意喚起等の実施

民事上の法的責任の観点

- 安心・安全な持ち帰りを推進すべく衛生面に関する一定の注意事項を説明することが有効。

食品衛生の観点

- 持ち帰りに適する食品は十分に加熱されていること等をもとに事業者が判断すること
- 事業者が用意した清潔な容器等を提供することなどを提示。

● 利用規約の整備

円滑に実施するため、事業者・消費者双方の合意の内容を明確化するとともに、消費者におけるリスクの把握等や事業者における法的リスク等の予見可能性を高めるために有効
→ガイドラインにおいて**利用規約のひな型**を例示。



【問合せ先】電話 03-3507-8800（代）

消費者庁消費者教育推進課 食品ロス削減法制検討室



消費者庁
Consumer Affairs Agency
Government of Japan



厚生労働省
Ministry of Health, Labour and Welfare

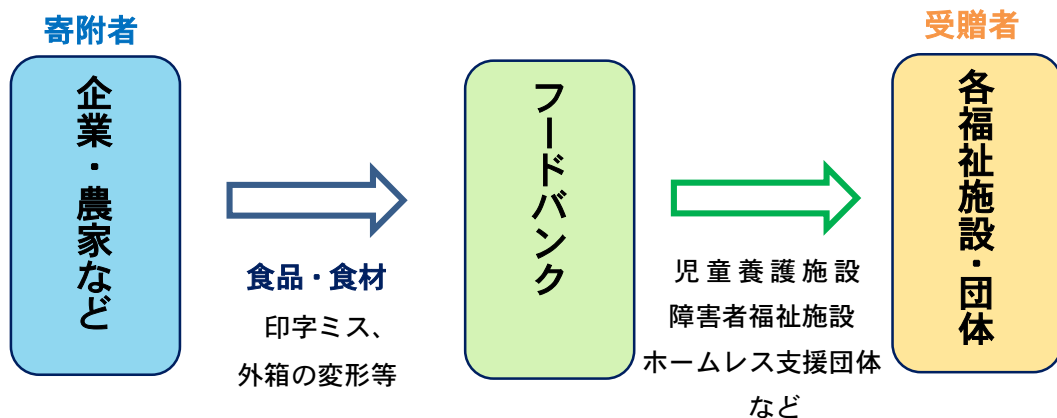
⑤食品関連事業者等に共通する事項

- ・包装資材（段ボール等）に傷や汚れがあったとしても、商品である中身が毀損していなければ、輸送・保管等に支障を来す場合等を除いて、そのままの荷姿で販売することを許容する。
- ・フードシェアリングサービス（そのままでは廃棄されてしまう食品と購入希望者とのマッチングサービス）の活用等による売りきりの工夫を行う。
- ・規格外品、納品期限超過、余剰生産、返品、包装資材（段ボール等）の破損、法令違反とされないパッケージへの誤記載、売れ残り等の理由により販売には至らないが、まだ食べることができる未利用食品を、貧困、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない者に提供するための活動（いわゆるフードバンク活動団体等を通じた食品寄附活動）とその役割を認識し、「食品寄附ガイドライン～食品寄附の信頼性向上に向けて～」に基づき積極的に未利用食品の提供を行う。
- ・食品ロスの削減に向けた組織体制を整備するとともに、取組の内容や進捗状況等について、自ら積極的に開示する。
- ・食品のパッケージの工夫や食材の使いきり・食べきりに関する情報発信を通じて、家庭内での食品使いきりを積極的に推進する。

【食品寄附（フードバンク活動）】

フードバンクとは、食品企業や農家などから、規格外、返品、箱の損傷など、生産・流通・消費などの過程で生じた、様々な理由で販売できなくなった食品の提供を受けて、必要としている人や施設等に無償で提供する取組です。

※提供可能な食料については、未開封で保存可能なものなど一定のルール（こういったものが受け取り可能か）を事前に提供先に確認する。



消費者庁 食品ロス削減関係参考資料（令和6年6月21日版）

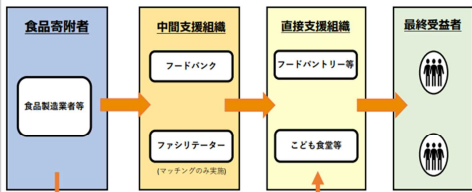
食品寄附ガイドライン～食品寄附の信頼性向上に向けて～（概要）

1. 背景・目的

- 食品ロスを削減するためには、未利用食品の有効活用（食品寄附）の促進が重要とされるところ、食品寄附に関わる各主体の情報不足、信頼性・透明性を高めるための枠組みの整備、フードバンク等の底上げの必要性などが指摘されている。
- 令和5年12月、関係省庁において「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を取りまとめ、その中で、「一定の管理責任を果たすことができる食品寄附関係者（寄附者、仲介者（フードバンク、フードバンتری等））を認定する仕組みなどにより特定するための食品寄附に関するガイドラインを官民で作成し、食品寄附への社会的信頼を高める」とされた。
- そこで、既に官民で策定されている既存の各種ガイドライン・手引き等を参照しつつ、**各主体が一定の管理責任を果たすことができるようにするために遵守すべき基準や留意事項を示したガイドラインを、官民協議会における議論を通じて作成。**

2. ガイドラインの対象範囲

- ①食品寄附者（事業者）、②ファシリテーター（需要のマッチングを行うサービスを提供する場合の者）、③フードバンク、④フードバンتری等、⑤こども食堂等、⑥資源提供者（資金・物流サービス等の提供者）を想定。



3. ガイドラインの具体的な遵守事項の整理

- 法令事項：**法令上名宛て人に一定の義務付けをしている法令を引用した事項（※）
- 必要事項：**食品寄附の信頼性向上等の観点からガイドラインとして必要と考える事項
- 推奨事項：**取り組むことが望ましい事項
 - ※ 食品衛生法、食品表示法、個人情報保護法

4. ガイドラインの具体的な内容

- ※ 各主体ごとに各章で記載
- **提供元・提供先における合意事項：**提供食品の情報（保存方法、期限表示、アレルギー等）、品質確保・管理、転売禁止、事故時の対応等
- **安全面等の管理：**食品の品質・衛生管理（必要な設備の設置等）、受取・輸配送時の検品（期限表示・破損等の確認等）、施設の衛生管理（清掃等）等
- **提供時の注意：**衛生上の取組（保冷剤の提供等）、食品表示情報の伝達と管理等
- **トレーサビリティ：**記録の作成・保存（名称、数量、期限、アレルギー、入荷年月日、寄附者・提供先の名称等）
- **事故時の対応：**保険の加入（保険分科会においては、主にフードバンク向けの損害賠償保険の在り方を、こども食堂等については、既存のボランティア用保険の活用について議論）、記録を踏まえた連絡等
- **財務管理・情報開示：**損算入、実績報告等

※ 参考資料として、各種ひな形（フードバンク・こども食堂等間の合意書、こども食堂等から最終受益者への説明事項等）、必要事項を抽出したチェックリスト等を添付

※消費者庁ウェブサイト 食品寄附等に関する官民協議会

フードシェアリングサービスの取組事例

● フードシェアリングプラットフォームを活用した食品ロス削減

飲食店で廃棄寸前のおいしい料理や、食品流通業界の食品ロス問題により賞味期限前に捨てられてしまう食品を、インターネットサイトやスマートフォンアプリを活用してフードシェアリング。

● 食品ロス削減できるスマートフォンアプリの開発

食べ手もハッピー、お店もハッピー 食料廃棄の削減アプリ TABETEの開発（株式会社コーキッキング）

まだおいしく食べられるのに、閉店時間や賞味期限などの理由からお店が捨てざるを得ない食事を、食料廃棄の削減TABETEアプリユーザーが救うフードシェアリングサービスを展開。



〈TABETE「すべての「食べて」を食べ手につなぐ」〉

- TABETEは、閉店近くなど、余って廃棄の危機に直面している安全でおいしい食事を、最後まで「食べ手」とマッチング。

○ お店の食事を全て「食べて」という思いを、食べ手につなぐサービス。

〈TABETEの仕組み〉



- お店は食料廃棄の削減、食べ手はお得に食事を買い、エコにも協力。双方にメリット。



● インターネットを活用してメーカーと消費者をつなぐ

食品ロスを削減する社会貢献型フードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI」の運営（株式会社クラダシ）

何もしなければ廃棄されてしまう商品を、インターネットを活用して迅速に消費者ニーズとマッチングさせることで、食品ロスやその他の廃棄物の発生を大幅に削減する仕組みを2015年2月から運営。

- 食品流通業界の商慣習等により、納品期限や販売期限を過ぎた食品の多くが賞味期限前に廃棄されている実態を知り、この食品ロス問題を解決する「フードシェア」の仕組みを考案。



〈「KURADASHI」の仕組み（エコソーシャルビジネスモデル）〉



* 環境保護、災害対策、医療・福祉サービスなどの社会貢献団体

消費者庁 食品ロス削減関係参考資料（令和6年6月21日版）

ウ 事業者（農林漁業者、食品関連事業者以外の事業者を含む）

食品ロスの状況とその削減の必要性について理解を深め、社員等への啓発を行い、災害時用備蓄食料のフードバンク活動団体等への提供等の有効活用に努めることが求められます。

また、食品寄附の持続的かつ面的な拡大を図るため、食品寄附に貢献する財・サービスの提供の必要性について理解を深めることが期待されます。

（2）未利用食品の活用促進

食品ロス削減推進法の前文においては、食品ロスを削減していくためには、「まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、貧困、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない人々に提供することを含め、できるだけ食品として活用するようにしていくことが重要」とされています。こうした未利用食品等を食品関連事業者その他の者から無償で提供を受け、必要な方に提供する食品寄附活動を促進することは、資源の有効活用や温室効果ガス削減といった環境面のみならず、生活困窮者支援や食品アクセス確保の観点からも大きな意義があります。

ア 消費者

食品寄附活動の意義を理解し、フードドライブ等を通じた積極的な食品寄附を行うことが期待されます（提供可能な食品については、一定のルール（常温で保存可能、未開封、賞味期限まで1か月以上ある等）を提供先に確認する必要があります）。

食品寄附に取り組む事業者等については、善意の下に寄附活動に取り組み、SDGsの目標12の達成に貢献するサステナブル経営を実践していることを十分に理解し、評価することが求められます。

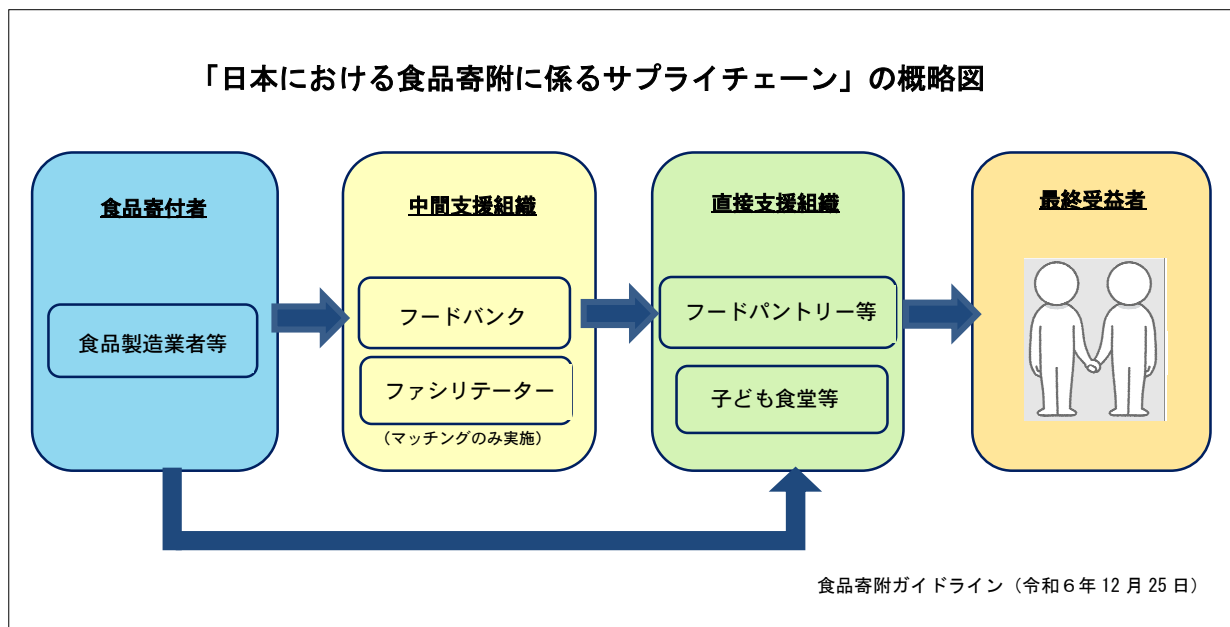
イ 農林漁業者・食品関連事業者

食品関連事業者は、食品寄附活動の意義を理解し、余剰食品をフードバンク活動団体等へ積極的に提供し、それ以外の事業者等は、例えば、資源提供者として、中間支援組織⁸及び直接支援組織⁹の物流や資金面での支援を通じて、食品寄附の促進に寄与することが求められます（食品寄附は最終受益者が対象食品を食するものであることから、寄附食品の適切な管理等が必要です）。

⁸ 次頁「日本における食品寄附に係るサプライチェーン」の概略図」参照

⁹ 次頁「日本における食品寄附に係るサプライチェーン」の概略図」参照

また、食品寄附の取組を行うことが自らの評価につながるよう、取組状況を積極的に公開・発信していく必要があります。



第3章 食品ロスを削減するための取組

1 基本的な方向性

食品ロス削減のためには、県民や事業者がこの問題を「他人事」ではなく「我が事」として捉え、「理解」するとともに実際に「行動」に移すことが大変重要です。

「理解」と「行動」の増進に向け、国、地方公共団体、消費者、事業者等が連携して食品ロスの削減を推進します。

2 目指す姿

食品ロス問題が「食べ物がもったいない」だけでなく、環境や経済にも大きく関係し、地球温暖化等の私たちの次の世代に影響を与える問題であること、また、問題の解決には、消費者や事業者の日常的な取組が大変重要であることへの理解を深め、自主的な行動を促します。

特に食品寄附活動は、子ども食堂等へ食品等を提供できるなど、社会的に意義のある取組のため、これまで以上に県民に認知され、取組が進むことを目指します。

3 削減施策

第1期計画では、食品ロス問題に取り組む意義や食品ロス削減につながる取組の周知・啓発等を中心に施策を実施し、食品ロス問題の認知度向上や食品ロス削減に取り組む県民の割合の増加が図られました。

第2期計画においては、第1期計画の成果と課題を踏まえ、以下の取組を実施します。

(1) 食品ロス削減に向けた広報・啓発、教育

県民が食品ロス問題に自発的に取り組んでいけるよう、引き続き、食品ロス削減の意義等を幅広く周知するとともに、デジタルツールを活用し、より効果的な周知・啓発や、食品ロス削減に取り組む事業者の紹介を積極的に行います。

また、児童生徒への教育についても、これまで以上に関係機関と連携して取り組み、児童生徒への啓発、児童生徒から家庭への伝達による啓発等を推進します。

新 (ア) デジタルツール等の活用による周知

県内の消費者や事業者等がデジタルツール等を活用して食品ロス削減に取り組むことのできる仕組みを検討します。

また、その仕組みについて県のホームページや広報誌等で幅広く周知し、活用を促します。

【県民生活課】

(イ) 食品ロスの実態の把握

家庭から発生する食品ロスの実態を組成調査を実施することで把握します。

【県民生活課】

(ウ) 食品ロスの削減の意義の広報啓発

〈消費者向け〉

- ・ 県民意識調査等の結果をもとに、食品ロス問題の認知度が低い世代にターゲットを絞った広報啓発等を実施します。

【県民生活課】

- ・ 食品ロス問題（経済損失・環境負荷等を含む）を知ってもらい、ローリングストック法等、家庭生活ですぐにできる取組やフードドライブ活動等について、デジタルツールや広報誌等により周知します。また、期限表示の正しい理解（「賞味期限」と「消費期限」の違いの理解）や、「てまえどり」等についても啓発を行います。

【県民生活課】

- 新** ・ 事業者等が実施する、外食時の食べ残しの持ち帰り促進に関する活動や食品寄附活動等の取組事例を、県のホームページ等に掲載し、食品ロス削減に積極的な食品関連事業者等の取組の見える化を図ります。また、食品関連事業者が行う、商習慣見直し等を含めた食品ロス削減に資する取組について新聞等により普及啓発を行い、消費者の理解を促進します。

【県民生活課】

- ・ 外食時における食べきり（30・10（さんまる いちまる）運動）や、食べ残してしまった際の自己責任を前提とした持ち帰り（mottE C O）について、県のホームページ等に掲載し取組を促します。

【県民生活課】

〈事業者向け〉

- 新・フードシェアリングサービス（そのままでは廃棄されてしまう食品と購入希望者とのマッチングサービス）について、デジタルツールやチラシ等により広報し、売り切りの工夫を促します。

【県民生活課】

- 新・商習慣の見直し（納品期限の緩和や賞味期限の安全係数の見直し、大括り表示化等）について、事業者への情報提供やデジタルツール・チラシ等により周知を行います。

【県民生活課、地産地消・外商課】

- ・ 外食時における食べきり（30・10（さんまる いちまる）運動）や、食べ残してしまった際の自己責任を前提とした持ち帰り（mottE C O）について、県のホームページ等に掲載し取組を促します。【再掲】

【県民生活課】

- 新・商品の新たな価値への転換や食品寄附、リサイクル等による有効活用等の食品ロス削減につながる方法のほか、自らの食品ロス削減に資する事業活動を消費者に積極的に情報提供するよう、資材等を作成し啓発を行います。

【県民生活課】

（エ）食品ロス削減月間（10月）・食品ロス削減の日（10月30日）の広報

食品ロス削減月間にポスター掲示やラジオ・新聞、SNS等による広報を通じて、食品ロス削減月間・削減の日の広報を実施します。

【県民生活課】

（オ）食育を通じた食品ロス削減意識の醸成

- ・ヘルスマイト（食生活改善推進員）が健康講話や調理実習、試食（共食）の機会を提供することにより、食物への感謝の気持ちを醸成します。

【保健政策課】

- 新・栄養教諭等と食品ロス削減に関する情報を共有し活用を促すことで、児童生徒の食品ロスの削減に関する理解と実践を促進します。

【県民生活課】

- ・給食の時間等に学校給食を教材とした食品ロスに関する指導を実施します。また、社会科や家庭科、総合的な学習の時間などにおいて、食品ロスに関する指導を行います。

【保健体育課】

新 (カ) 食品ロス削減推進サポーターによる広報啓発

消費者庁が創設した、地域に根ざした食品ロス削減の周知啓発や取組を実施する食品ロス削減推進サポーター制度について周知し、サポーター登録人数を増やすとともに地域での活動を促します。

【県民生活課】

(2) 食品ロスの発生抑制

期待される役割・行動の実現に向け、消費者と事業者等それぞれを対象に取組事例等を情報提供します。

また、事業者等の先駆的な取組や好事例について県民に幅広く広報します。

ア 消費者に向けた呼びかけ

(ア) 食品ロス削減の意義等の広報啓発【再掲】

食品ロス問題（経済損失・環境負荷等を含む）を知ってもらい、ローリングストック法等、家庭生活ですぐにできる取組やフードドライブ活動等について、デジタルツールや広報誌等により周知します。また、期限表示の正しい理解（「賞味期限」と「消費期限」の違いの理解）や、「てまえどり」等についても啓発を行います。

【県民生活課】

新 (イ) デジタルツール等の活用による周知【再掲】

消費者や事業者等がデジタルツール等を活用して食品ロス削減に取り組むことのできる仕組みを検討します。

また、その仕組みについて県のホームページや広報誌等で幅広く周知し、活用を促します。

【県民生活課】

(ウ) 高知県地球温暖化防止県民会議県民部会で「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施

プラスチックや輸送エネルギー、食品ロスの削減につながる「環境にやさしい買い物」の実践回数によるCO₂削減量を集計し、集計結果に応じて表彰します。

【環境計画推進課】

(エ) 家庭での備蓄についてホームページや啓発冊子で「ローリングストック」を啓発

家庭での備蓄について、ホームページや防災啓発冊子「南海トラフ地震に備えちょき」の中で、「ローリングストック」（普段から食べている食材を「備える」「食べる」「補充する」と繰り返す方法）の取組を紹介します。

【南海トラフ地震対策課】

(オ) 水産物の有効活用に係る普及啓発

調理実習等の授業において、魚のさばき方、料理方法等を指導することで、家庭での魚食普及を促進し、魚の有効利用を図ります。

【水産業振興課】

イ 農林漁業者・食品関連事業者に向けた呼びかけ

(ア) 生産・流通等の各段階で生じる食品ロス削減の促進

・ホームページ等を活用しながら、事業者に向けて生産・流通等の各段階で生じる食品ロス削減の取組事例の周知を行います。(季節商品の需要に見合った販売促進、外食事業者の小分けメニューの導入等の取組促進)

【県民生活課】

・食料品製造事業者を中心に、食品残渣等を活用した商品開発の推進や、専門家派遣により歩留まり向上等を支援します。また、食品表示研修において期限設定について周知する等、商品の賞味期限延長を推進します。

【地産地消・外商課】

新 (イ) 食品ロス削減の取組等に関する広報啓発

デジタルツール等の活用や事業者関係団体を通じて、県内事業者の取組事例や食品寄附等の取組についての情報を発信し、食品ロス削減活動を促進します。

【県民生活課】

ウ 消費者と農林漁業者・食品関連事業者双方に向けた呼びかけ

(ア) 食品廃棄物を含むごみ全体の削減の推進

各種展示などを通じて、ごみの削減の必要性について、普及啓発を図ります。

【環境対策課】

(イ) 外出時の食べきりや持ち帰りの広報啓発

外出時における食べきり（30・10（さんまる いちまる）運動）や、食べ残してしまった際の自己責任を前提とした持ち帰り（mottE C O）について、県のホームページ等に掲載し取組を促します。【再掲】

【県民生活課】

新 (ウ) 外出時に生じる食品ロス削減の促進

ホームページ等を活用し、「食べ残しの持ち帰りに関する食品衛生ガイドライン」について、食品衛生上の留意事項等を踏まえた周知及び啓発を行います。

【薬務衛生課、高知市保健所】

新 (エ) 食品関連事業者等における食品ロス削減の促進

廃棄処分間近の食品等の活用について、事業者とフードバンク等とのマッチングの仕組みを検討します。

【県民生活課】

(3) 未利用食品の活用推進

フードドライブ活動やフードバンク活動の認知度をさらに向上させ、食品寄附活動が広がるよう、県民及び事業者等に対して、フードバンク団体や未利用食品の提供先（寄附先）の周知を行います。

ア 規格外や未利用の農産物の有効活用に係る普及啓発

規格外や未利用の農産物をフードバンクに寄附する取組の紹介など、農産物の食品ロスが削減できるよう普及啓発活動を行います。

【農業政策課】

イ フードバンク活動の周知

県ホームページへの、フードバンクの概要や団体ホームページのリンク等の情報の掲載や、SNS等を活用したフードバンク活動等に関するイベント等の情報提供等により、フードバンク活動の周知や食品寄附の増加を図ります。

【地域福祉政策課】

ウ フードドライブ活動の周知

家庭で余っている食品を必要としている方に寄附する「フードドライブ活動」について、啓発動画等により広報します。

【県民生活課】

新 エ 事業者の食品寄附に係る普及啓発

食品寄附を行う事業者の取組を促進するため、税制上の取り扱いの周知や企業版ふるさと納税を活用した食品寄附の優良事例について、周知を行います。

【県民生活課】

オ 期限が近づいている災害用備蓄食料の防災訓練等での利活用

県が備蓄している災害用備蓄食料のうち、賞味期限が近づいているものについて、地域や市町村等が行う防災訓練等で利活用する取組を実施します。

【南海トラフ地震対策課】

カ 未利用食品の提供先となる子ども食堂の支援

子ども食堂の立ち上げや運営に対する助成等を通じて、子ども食堂の取組が県内全域に広がるように支援します。

【子ども家庭課】

新 キ 食品寄附の社会的信頼を高める普及啓発

寄附者や中間支援組織等の食品寄附関係者に対し、食品寄附時に遵守すべき事項や留意点を示した「食品寄附ガイドライン」について、周知及び啓発を行います。

【県民生活課】

新 ク 食品関連事業者等における食品ロス削減の促進【再掲】

廃棄処分間近の食品等の活用について、事業者とフードバンク等とのマッチングの仕組みを検討します。

【県民生活課】

楽しく食品ロス削減を目指すもぐ！



おいしく食べる幸せを全ての人に
mogunny!



株式会社アッシュェ
フードロス担当 もぐにい

スーパーで楽しみながら食品ロス削減！「もぐもぐチャレンジ」

高知市にある株式会社アッシュェが運用する「もぐもぐチャレンジ」は、スーパーマーケットで賞味・消費期限が迫った商品に貼られた「もぐもぐシール」を目印に商品を購入することで、気がつけば自然と食品ロス削減に貢献できるお客様参加型の社会貢献プログラムです。

消費者はもぐもぐシールを10枚集めると、景品が当たる抽選に参加するか、シール1枚を1円と換算した地域の子ども食堂等への寄附かを選ぶことができ、食品ロス削減を通じて社会貢献にもつながります。

食品ロス削減施策一覧

<p>(1) 食品ロス削減に向けた 広報・啓発、教育</p>	<p>新 (ア) デジタルツール等の活用による周知 (イ) 食品ロスの実態の把握 (ウ) 食品ロスの削減の意義の広報啓発 〈消費者向け〉 〈事業者向け〉 (エ) 食品ロス削減月間(10月)・食品ロス削減の日(10月30日)の広報 (オ) 食育を通じた食品ロス削減意識の醸成 新 (カ) 食品ロス削減推進サポーターによる広報啓発</p>						
<p>(2) 食品ロスの発生抑制</p>	<table border="1"> <tbody> <tr> <td data-bbox="371 790 592 1126"> <p>ア 消費者に向けた呼びかけ</p> </td> <td data-bbox="592 790 1428 1126"> <p>(ア) 食品ロス削減の意義等の広報啓発【再掲】 新 (イ) デジタルツール等の活用による周知【再掲】 (ウ) 高知県地球温暖化防止県民会議県民部会で「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施 (エ) 家庭での備蓄についてホームページや啓発冊子で「ローリングストック」を啓発 (オ) 水産物の有効活用に係る普及啓発</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="371 1126 592 1323"> <p>イ 農林漁業者・食品関連事業者に向けた呼びかけ</p> </td> <td data-bbox="592 1126 1428 1323"> <p>(ア) 生産・流通等の各段階で生じる食品ロス削減の促進 新 (イ) 食品ロス削減の取組等に関する広報啓発</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="371 1323 592 1574"> <p>ウ 消費者と農林漁業者・食品関連事業者双方に向けた呼びかけ</p> </td> <td data-bbox="592 1323 1428 1574"> <p>(ア) 食品廃棄物を含むごみ全体の削減の推進 (イ) 外食時の食べきりや持ち帰りの広報啓発 新 (ウ) 外食時に生じる食品ロス削減の促進 新 (エ) 食品関連事業者等における食品ロス削減の促進</p> </td> </tr> </tbody> </table>	<p>ア 消費者に向けた呼びかけ</p>	<p>(ア) 食品ロス削減の意義等の広報啓発【再掲】 新 (イ) デジタルツール等の活用による周知【再掲】 (ウ) 高知県地球温暖化防止県民会議県民部会で「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施 (エ) 家庭での備蓄についてホームページや啓発冊子で「ローリングストック」を啓発 (オ) 水産物の有効活用に係る普及啓発</p>	<p>イ 農林漁業者・食品関連事業者に向けた呼びかけ</p>	<p>(ア) 生産・流通等の各段階で生じる食品ロス削減の促進 新 (イ) 食品ロス削減の取組等に関する広報啓発</p>	<p>ウ 消費者と農林漁業者・食品関連事業者双方に向けた呼びかけ</p>	<p>(ア) 食品廃棄物を含むごみ全体の削減の推進 (イ) 外食時の食べきりや持ち帰りの広報啓発 新 (ウ) 外食時に生じる食品ロス削減の促進 新 (エ) 食品関連事業者等における食品ロス削減の促進</p>
<p>ア 消費者に向けた呼びかけ</p>	<p>(ア) 食品ロス削減の意義等の広報啓発【再掲】 新 (イ) デジタルツール等の活用による周知【再掲】 (ウ) 高知県地球温暖化防止県民会議県民部会で「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施 (エ) 家庭での備蓄についてホームページや啓発冊子で「ローリングストック」を啓発 (オ) 水産物の有効活用に係る普及啓発</p>						
<p>イ 農林漁業者・食品関連事業者に向けた呼びかけ</p>	<p>(ア) 生産・流通等の各段階で生じる食品ロス削減の促進 新 (イ) 食品ロス削減の取組等に関する広報啓発</p>						
<p>ウ 消費者と農林漁業者・食品関連事業者双方に向けた呼びかけ</p>	<p>(ア) 食品廃棄物を含むごみ全体の削減の推進 (イ) 外食時の食べきりや持ち帰りの広報啓発 新 (ウ) 外食時に生じる食品ロス削減の促進 新 (エ) 食品関連事業者等における食品ロス削減の促進</p>						
<p>(3) 未利用食品の 活用推進</p>	<p>ア 規格外や未利用の農産物の有効活用に係る普及啓発 イ フードバンク活動の周知 ウ フードドライブ活動の周知 新 エ 事業者の食品寄附に係る普及啓発 オ 期限が近づいている災害用備蓄食料の防災訓練等での利活用 カ 未利用食品の提供先となる子ども食堂の支援 新 キ 食品寄附の社会的信頼を高める普及啓発 新 ク 食品関連事業者等における食品ロス削減の促進【再掲】</p>						

4 達成目標

国においては、家庭系食品ロスは「第五次循環型社会形成推進基本計画」（令和6（2024）年8月閣議決定）で2000年度比で2030年度までに50%、事業系食品ロスは「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針」（令和7（2025）年3月公表）で60%を削減するという目標を設定しています。

また、食品ロス削減基本方針において、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とするという目標を継続することとしています。

本県では、次の（1）から（3）を今計画での達成目標として設定します。

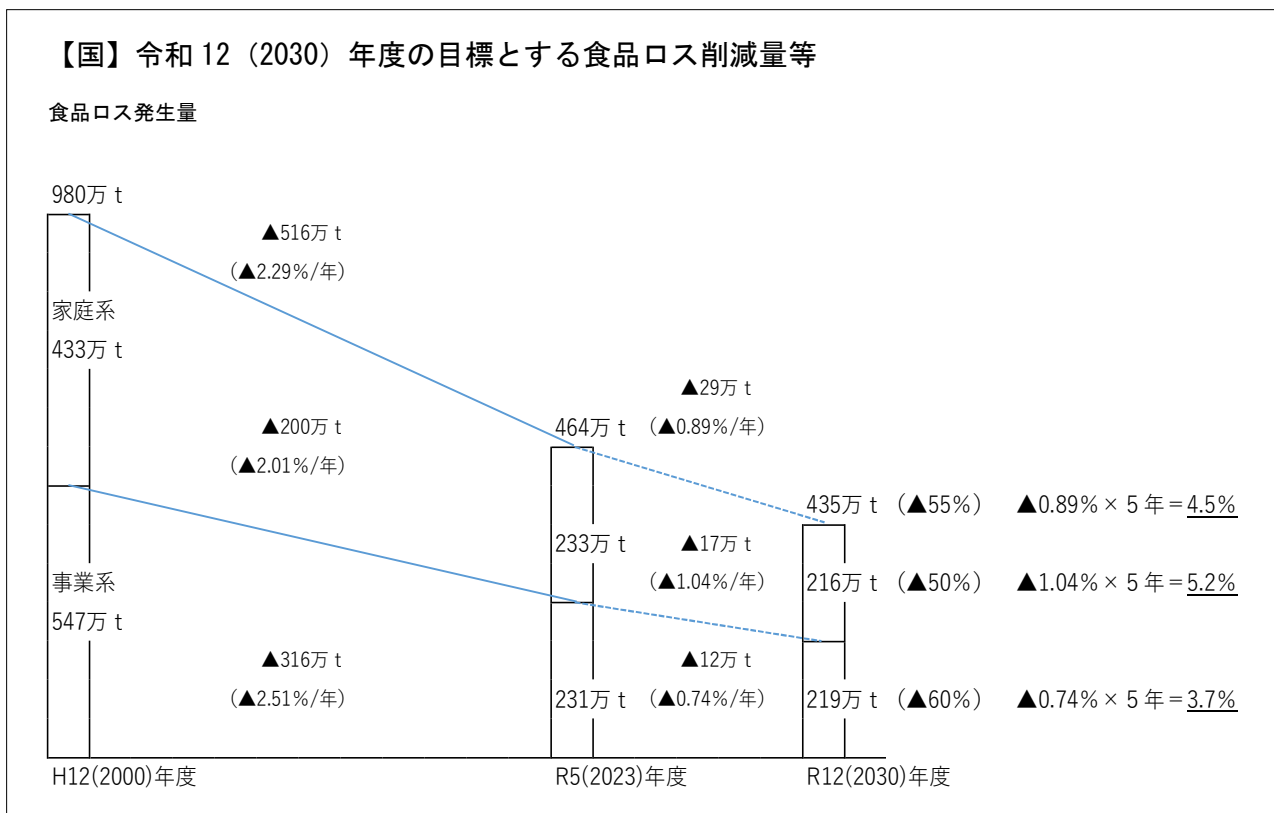
目標（令和12（2030）年度）				現 状
（1）県内の食品ロス発生量を5年間で令和5（2023）年度推計値（令和7（2025）年度実施）より4.5%（家庭系：5.2%、事業系：3.7%）削減する。				合計（家庭系・事業系）発生量（令和5（2023）年度推計値（令和7（2025）年度実施））：14,957t 一人一日当たり：61.5g
		5年後の 目標量	削減 目標量	
家 庭 系	発生量	8,899t	488t	
	一人一日当たり	36.6g	2g	
事 業 系	発生量	5,364t	206t	
	一人一日当たり	22.1g	0.8g	
（2）食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む県民の割合を令和12（2030）年度までに90%以上にする。				90.2%（令和7（2025）年度県民世論調査結果） 88.8%（令和3（2021）年度～令和7（2025）年度平均 県民世論（意識）調査結果）
（3）食べない食品や利用しない食材等をフードバンク等に寄附をする県民の割合を令和12（2030）年度までに3.4%以上にする。				8.0%（令和7（2025）年度県民世論調査結果） 3.0%（令和3（2021）年度～令和7（2025）年度平均 県民世論（意識）調査結果）

【目標設定の考え方】

(1) 県内の食品ロス発生量を5年間で令和5(2023)年度推計値(令和7(2025)年度実施)より4.5%(家庭系:5.2%、事業系3.7%)削減する。

国は、「平成12(2000)年度比で令和12(2030)年度までに食品ロス量を、家庭系は50%、事業系は60%削減する」という削減目標を掲げており、直近の令和5(2023)年度食品ロス発生量推計値をもとにすると、目標達成のためには、令和12(2030)年度までに食品ロス量を一年当たり0.89%(家庭系:1.04%、事業系:0.74%)削減する必要があります。

本県では、この国の年間目標削減率に準拠し、令和12(2030)年度までの5年間で食品ロス量を4.5%(家庭系5.2%、事業系3.7%)削減することを目標とします。



(2) 食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む県民の割合を令和12(2030)年度までに90%以上にする。

令和7(2025)年度の県民世論調査では、「食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む県民の割合」は90.2%であり目標をわずかに上回ったものの、令和3(2021)年度から令和7(2025)年度の県民世論(意識)調査結果の平均値は目標を達成していないことから、第2期計画でも引き続きその割合を90%以上にすることを目標とします。

(3) 食べない食品や利用しない食材等をフードバンク等に寄附をする県民の割合を令和12(2030)年度までに3.4%以上にする。

令和7(2025)年度の県民世論調査によると、寄附する県民の割合が8.0%であり、これまでの調査結果(これまでの最高は令和4(2022)年度と令和6(2024)年度の2.0%)と比べると大きく増加し、目標を達成することができました。しかし、令和3(2021)年度から令和7(2025)年度の県民世論(意識)調査結果の平均値は目標を達成しておらず、「フードドライブ活動」や「フードバンク」等の食品寄附活動に関する言葉の認知度もまだまだ低いことから、第2期計画においても引き続きその割合を3.4%以上にすることを目標とします。

3.4%以上：第1期計画策定時に、令和3年度県民世論調査結果1.7%の2倍以上とすることを目標として設定したもの

第4章 その他

1 進行管理

計画の推進に当たっては、食品ロスの発生状況に関する実態等を定期的に把握し、目標の達成状況や施策の実施状況を継続的に検証(人口減少や経済情勢の変化等の影響を含む。)するため、庁内関係課で構成する「高知県食品ロス削減庁内推進会議」で進行管理を行います。

また、高知県環境審議会及び高知県消費生活審議会に進捗状況を報告します。

2 計画見直し

国では、「社会経済情勢や食品ロスを取り巻く状況の変化、施策の実施状況等を踏まえて、おおむね5年を目途に基本方針の見直しを行う」としており、本県計画においても同様に、情勢変化や今後の計画の達成状況等を踏まえ、令和12(2030)年度を目途に必要な応じて計画の見直しを検討します。

〈参 考〉

消費者庁 食品ロス削減特設サイト 「めざせ！食品ロス・ゼロ」

👉 <https://www.no-foodloss.caa.go.jp/>



農林水産省 「食品ロス・食品リサイクル」

👉 https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/



環境省 「食品ロスポータルサイト 食べ物を捨てない社会へ」

👉 <https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/>

