

第1章 基本的な方向、第2章 基本的事項

◆ 第1章 基本的な方向

府民の「もったいない」と「おいしさを追求する」心を大切に、事業者、消費者、行政が一体となって、

『もったいないやん！食の都大阪でおいしく食べきろう
“始末の心”で 売りきり・食べきり・使いきり！』

をスローガンに、取組を進める。



◆ 第2章 基本的事項

計画の位置づけ

「食品ロスの削減の推進に関する法律」第11条に基づく「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」を踏まえ、同法第12条に基づく都道府県食品ロス削減推進計画として本計画を策定。本計画は「大阪府循環型社会推進計画」等の関連計画との調和を図り、「大阪府環境総合計画」の考え方を踏まえ策定。

計画期間

国の「基本方針」及びSDG sを踏まえ、2021年度～2030年度までの10年計画

計画の実施主体

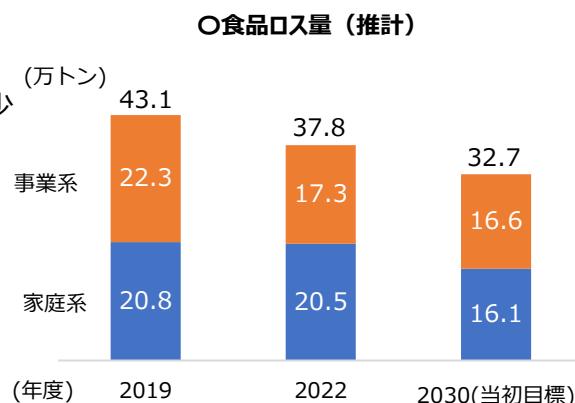
大阪府、市町村、事業者、消費者が主体となり、連携・協働して取組を進める。

第3章 食品ロスの現状と課題

◆ 現状

① 食品ロス量

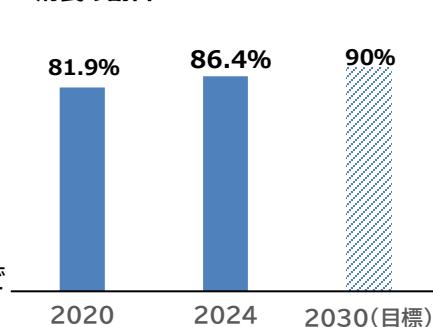
減少傾向。うち 事業系は2022年度に大幅に減少したが、家庭系は微減～横ばいで推移。



② 食品ロス削減に取り組む人の割合

削減の取組を2項目以上取り組む府民の割合については、高い水準を維持し、目標達成に向けて堅調に推移している。

○食品ロス削減の取組を2項目以上取り組む府民の割合



◆ 課題

① 食品ロス量の削減状況

【事業系】

小売・外食産業を中心に減少しているが、外食産業については、今後、増加に転ずる懸念がある。

【家庭系】

量的な削減が進んでおらず、目標値まで到達できない可能性がある。

② 食品ロス削減に取り組む府民の割合

堅調に推移しているが、家庭系の食品ロス量の削減までには至っていない。

◆ 方向性

食品ロス量の削減は一定進んでいるが、目標達成のためには、これまで以上に取組を加速させていく必要がある。このため、府民(消費者)が、削減に取り組む項目を、複数以上、かつ、継続して取り組むための行動変容を促進していくとともに、取組を加速させるための具体的な内容を盛り込む。

第4章 将来目標

◆ 将来目標（2030年度目標）

① 食品ロス量 2000年度比で、2030年度までに食品ロス量を**事業系60%減**、家庭系50%減をめざす。

(万トン/年)

	2000年度 (基準値)	2022年度 (現状値)	2030年度 (改定目標値)
事業系	33.2	17.3	13.3
家庭系	32.2	20.5	16.1
全体	65.4	37.8	29.4

② 食品ロス削減に取り組む府民の割合

2030年度までに、食品ロス削減のための複数（2項目以上）の取組を行う府民の割合を90%とする。

2020年度 (本計画策定時)	2024年度 (現状値)	2030年度 (目標値)
81.9%	86.4%	90%

第5章 各主体の役割

事業者と消費者のそれぞれが、行動を実践しながら、双方向でコミュニケーションを取り合い、それぞれの課題や考えを共有し、相手の取組を応援することが大切。なお、発生抑制を行った上でも発生する食品ロスについては、食品寄附やリサイクル等による適切な有効活用・再生利用等に協力することとする。

消費者	事業者
《買物の際》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 家にある食材を事前に確認し、使いきれ的分だけ購入 ➢ すぐ食べるものは「てまえどり」や見切り品を活用 ➢ 欠品を許容する意識を持つ 	《食品製造業者・農林漁業者》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 製造・出荷での工程管理 ➢ 賞味期限の延長・表示の大括り化 ➢ 適正受注の推進 ➢ 小分け包装等の実施 ➢ 未利用食品の有効活用
《食品の保存の際》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 食材に応じた適切な保存、冷蔵庫内の在庫管理等 ➢ 消費期限と賞味期限の理解等 ➢ 食品を備蓄する際に「ローリングストック法」を実践 ➢ フードドライブ活動を通じた未利用食品の寄附 	《食品卸売・小売業者》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 商慣習の見直し（納品期限の緩和、適正発注等） ➢ 需要予測等の推進 ➢ “売りきり”の推進 ➢ 小分け・少量販売等の工夫
《調理の際》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 余った食材の活用等、食材を使いきる無駄のない調理 ➢ 食べきれる量を食卓に上げ、食べきれなかったものはリメイク等の工夫をする 	《外食事業者》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 適正発注や提供の推進 ➢ 需要予測等の推進 ➢ “食べきり”の推進 ➢ 「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」に基づく“持ち帰り”の推進
《外食の際》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 食べきれる量を注文する ➢ 残ってしまった場合は、「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」に基づき持ち帰る 	《共通事項》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 「食品寄附ガイドライン」に基づく未利用食品の寄附 ➢ フードシェアリングサービス活用等による売りきりの工夫 ➢ 情報発信等を通じ、家庭での食品使いきりを推進 ➢ 削減に向けた体制整備、取組や進捗状況の開示
《商品・サービス選択の際》 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 食品ロス削減に繋がる商品やサービスを積極的に利用し、事業者の取組を支援 	

第6章 基本的施策

家庭系の食品ロスの更なる削減を進めていくために、「**家庭における食品の使いまわりの推進**」を、また、事業系・家庭系双方の食品ロスの削減にアプローチするために、**事業者における適正量の製造・販売・供給**を前提としつつ、「**食品の売りきり・食べまわりの推進**」及び「**未利用食品の有効活用**」という3つの施策の柱を掲げて、体系的かつ重点的に進めていく。

体系1 家庭における食品の使いまわりの推進

《家庭系食品ロスの4割程度を占める「直接廃棄」、1割程度を占める「過剰除去」の発生抑制》
食品を使いきるための在庫管理・買い物・保存方法及び調理等の手法を、消費者に情報提供

- **10月の食品ロス削減月間における広域的な情報提供と消費行動変容の呼びかけ**
事業者と連携したキャンペーン等により、買い物や家庭でできる「使いまわり」の手法と意義を、消費者へ情報提供・呼びかけ
- **大学等・啓発ボランティア・事業者・市町村による手法の開発や啓発活動の支援**
食材を無駄なく使いきるレシピや啓発の手法などについて、大学等と連携した開発、地域での啓発などを推進
- **啓発媒体を活用した消費者への情報提供・啓発の実施**
地域での食育や環境教育の場を活用し、啓発媒体により「使いまわり」の手法と意義を、幅広い世代の消費者へ楽しく伝える

体系3 未利用食品の有効活用

《発生抑制できなかった食品ロスを、家庭・事業者双方で活用》
食品寄附やフードシェアリングサービスといった、未利用食品の利用拡大を支援

- 【食品寄附の促進】
 - **フードドライブの実施にかかる支援**
フードドライブの意義や受付窓口及び対象食品等について、消費者へ周知し、参加促進
府内イベントでのフードドライブ受付を資材提供等で支援
 - **事業者による食品寄附の拡大支援**
府版「フードバンクガイドライン」について、国「食品寄附ガイドライン」の内容、近年の事例等を踏まえ、拡充更新
- 【再販売・加工等の促進】
 - **事業者によるフードシェアリングサービス等の拡大支援**
フードシェアリングサービス・加工等の事業活動について、認知度の向上等を支援

体系2 食品の売りきり・食べまわりの推進

《事業系：府内食品ロス量の多くを占める小売・外食から発生する、「売れ残り」「食べ残し」の発生抑制》
《家庭系：食品ロスの4割程度を占める「食べ残し」の発生抑制》
事業者と連携した消費者啓発を進め、消費者の行動による“売れ残り”、“食べ残し”を削減。事業者においても、適正量の把握・消費者への呼びかけ等について、事業者間の情報共有等により知見を広め、取組を推進

- 【消費者の行動変容に向けた取組】
 - **10月の食品ロス削減月間における広域的な情報提供と消費行動変容の呼びかけ**
飲食店での“食べまわり・持ち帰り”、小売店での「てまえどり」や「見切り品コーナー活用」等の消費者行動について、事業者と連携して広域的に呼びかけ
 - **飲食店の食べまわり・持ち帰りの取組への支援**
外食事業者が実施する食べまわり・持ち帰りの取組を啓発資材等で支援
「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」による衛生管理等留意事項の周知
 - **“売りきり”の取組への支援**
小売事業者が店頭等で実施する「売りきり」の取組を啓発や呼びかけで支援
事業者によるフードシェアリングサービスの消費者や食品事業者への周知により拡大支援
 - **大学等・啓発ボランティア・事業者・市町村による啓発活動支援**
「売りきり」「食べまわり」の意義や手法について、地域での消費者啓発を市町村や啓発ボランティア等と推進
啓発手法や実証について、大学と連携
 - **啓発媒体を活用した府民啓発の実施**
地域での食育や環境教育の場を活用し、啓発媒体により「売りきり」「食べまわり」の手法と意義を、幅広い世代の消費者へ楽しく伝える
- 【適正量の把握手法等の事業者間共有や連携に向けた取組】
 - **おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度の推進**
事業者等による「売りきり」「食べまわり」の積極的な取組を広く周知。また、事業者間での情報共有や交流の場を設け、需要予測や啓発等の手法の共有、事業者間連携による取組拡大を推進
 - **食品ロス削減の取組事例の共有・周知**
国や府の表彰制度の活用等により、「売りきり」「食べまわり」の優良事例について共有・周知を図り、横展開を促進

計画の効果的な推進

- ◆ **推進体制**
食品ロス削減のためには、流通全体及び消費者が一体となってコミュニケーションを強化し、取組を推進する必要がある。このため、食品製造業者、食品卸売・小売業者、外食事業者、消費者、行政等多様な主体で構成するネットワーク懇話会等の体制を築く。
庁内関係部局との連携や、市町村担当者会議等を活用することにより、オール大阪で取組を進める。

- ◆ **進捗管理**
ネットワーク懇話会等により、継続的に取組状況等の成果を検証し、より効果的な取組を検討。

