

福島県食品ロス削減推進計画

令和4年6月

福島県

第1章 総論	
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画期間	1
第2章 現状と課題	
1 食品ロスの概要	2
(1) 全国の状況	2
(2) 県内の状況	3
(3) 一人一日当たりの食品ロス発生量（全国との比較）	4
2 県民・事業者の意識等の状況	6
(1) 県民の食品ロスに対する認知度	6
(2) 県民の食品ロス削減への取組状況	7
(3) 食品関連事業者の食品ロス削減への取組状況	8
3 本県における課題	9
(1) 家庭系食品ロス	9
(2) 事業系食品ロス	11
第3章 計画の目標と方策	
1 食品ロス削減に関する目標	13
(1) 食品ロス発生量の削減	13
(2) 食品ロス問題を認知して削減に取り組む県民の割合	14
2 目標実現のための方策	14
(1) 消費者への情報発信、意識啓発等	14
(2) 食品関連事業者等の取組に対する支援	15
(3) 未利用食品等を提供するための活動の支援	17
3 関係者の役割と行動	17
(1) 消費者	17
(2) 食品関連事業者	18
ア 農林漁業者	18
イ 食品製造業者	18
ウ 食品卸売・小売業者	18
エ 外食事業者	18
(3) 消費者団体・関係団体等	18
(4) 県及び市町村	18
第4章 計画の推進体制	
1 推進体制	19
2 進行管理	19
3 計画の見直し	19

第1章 総論

1 計画策定の趣旨

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べ物のことであり、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。

食品ロスの問題については、2015年9月の国連サミットにおいて採択された持続可能な開発のための2030アジェンダにおいても言及され、その削減が国際的にも重要な課題となっています。

国においては、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、食品ロスの削減を推進するため、「食品ロスの削減の推進に関する法律」（以下「食品ロス削減推進法」という。）が成立し、令和元年5月に公布、10月に施行されました。

また、令和2年3月には、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（以下「基本方針」という。）が閣議決定され、都道府県は、基本方針を踏まえ、都道府県食品ロス削減推進計画を定めるよう努めなければならないものとされました。

県においては、福島県環境基本計画（第5次）（令和3年12月）、福島県循環型社会形成推進計画（令和3年12月）、福島県廃棄物処理計画（令和3年12月）等で食品ロス対策を重要な環境施策の一つに位置付けています。

これらを踏まえ、持続可能な循環型社会の実現に向けて、県内における食品ロス発生量、食品ロスの発生要因及び県民・事業者の食品ロスに対する関心等を整理し、食品ロス削減施策をとりまとめた「福島県食品ロス削減推進計画」を策定するものです。

2 計画の位置づけ

本計画は、食品ロス削減推進法第12条第1項に基づき、同法第11条に基づく国の基本方針を踏まえて都道府県が策定する法定計画です。

また、本計画は、廃棄物処理法第5条の5第1項に規定する廃棄物処理計画である福島県廃棄物処理計画等との調和を図ります。

3 計画期間

本計画の期間は、令和4年度から令和12年度までの9年間とします。

第2章 現状と課題

1 食品ロスの概要

(1) 全国の状況

全国の食品ロス量は、図1のとおり570万トン（令和元年度（2019））と推計されており、内訳は家庭系食品ロス量が261万トン（46%）、事業系食品ロス量が309万トン（54%）と事業系の割合が8ポイント高くなっています

家庭系食品ロス量の原因別内訳（図2）は、排出が多い順に、食べ残しが117万トン（45%）、直接廃棄が107万トン（41%）、過剰除去が38万トン（14%）、と推計されています。

事業系食品ロス量の業種別内訳（図3）は、排出が多い順に、食品製造業128万トン（41%）、外食産業103万トン（33%）、食品小売業64万トン（21%）、食品卸売業14万トン（5%）と推計されています。

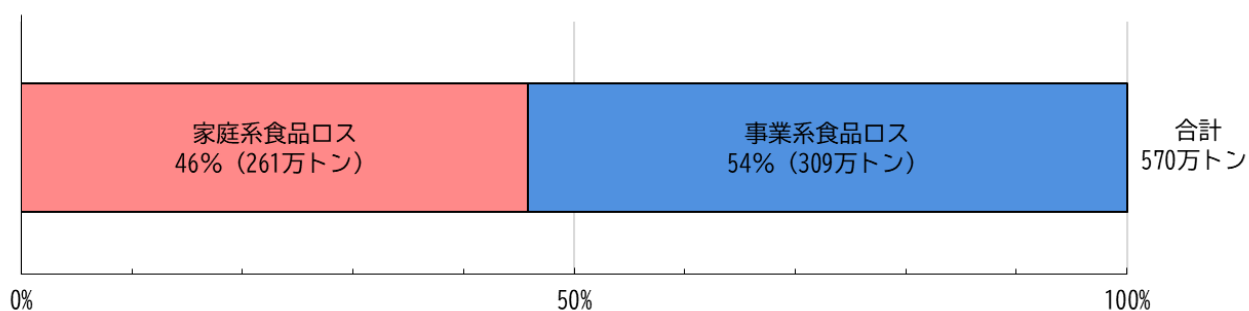


図1 全国の食品ロス量（令和元年度）

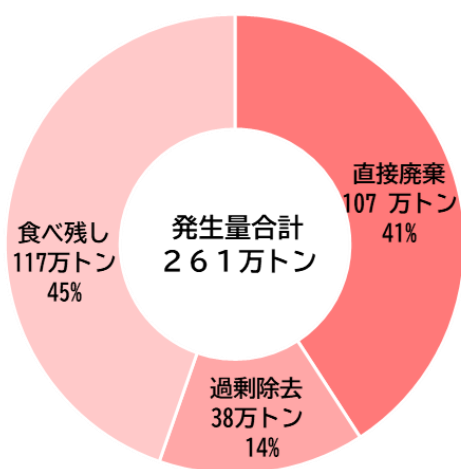


図2 全国の家系食品ロス（令和元年度）
（出典：環境省）

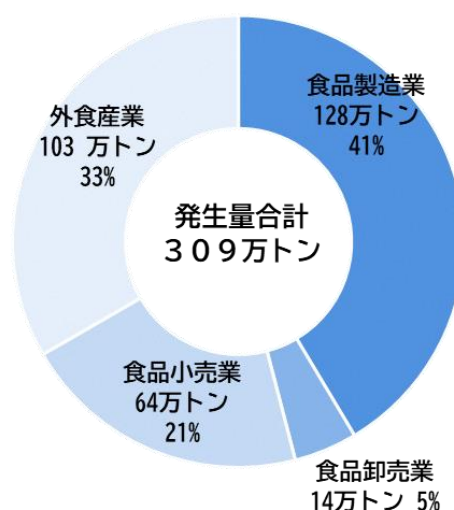


図3 全国の事業系食品ロス（令和元年度）
（出典：農林水産省）

(2) 県内の状況

本県の食品ロス量は図4のとおり約70,600トン（令和元年度（2019））と推計され、内訳は、家庭系食品ロス量が約46,200トン（65%）、事業系食品ロス量が約24,400トン（35%）と、家庭系の割合が30ポイント高くなっています。

家庭系食品ロスの原因別内訳（図5）は、排出量が多い順に、食べ残しが19,845トン（43%）、直接廃棄が19,432トン（42%）、過剰除去が6,891トン（15%）と推計されます。

事業系食品ロス量の業種別内訳（図6）は、排出量が多い順に、食品小売業10,204トン（42%）、外食産業8,264トン（34%）、食品製造業5,381トン（22%）、食品卸売業541トン（2%）と推計されます。

県内の状況を全国と比較すると、発生源については、全国と異なり家庭系食品ロスの比率が事業系食品ロスよりも高くなっています（図1、図4）。

また、家庭系食品ロスの原因別内訳は、全国と同程度の比率となっている（図2、図5）一方で、事業系食品ロスの業種別内訳は、全国と異なり、食品小売業の割合が食品製造業よりも高くなっています（図3、図6）。

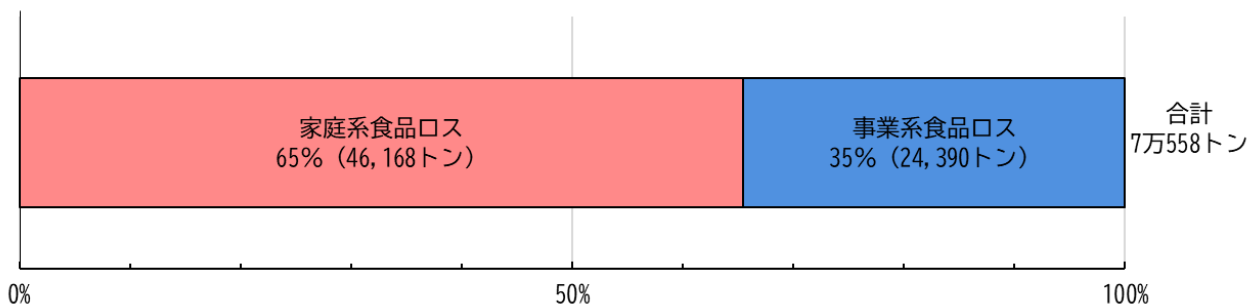


図4 本県の食品ロス量（令和元年度）

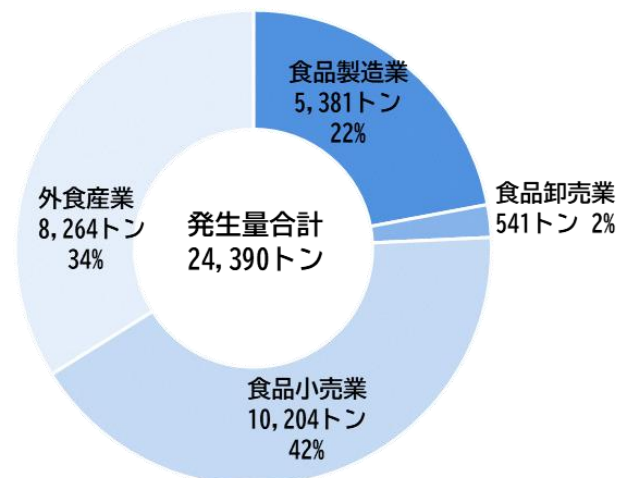
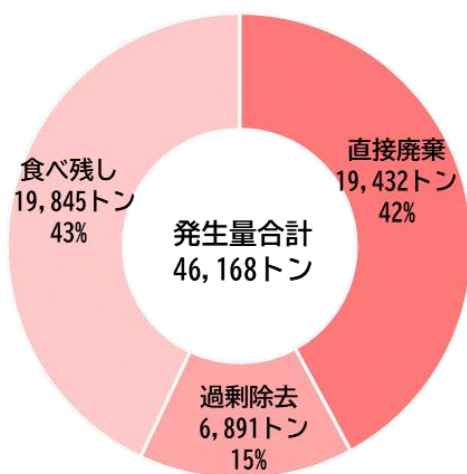


図5 本県の家庭系食品ロス（令和元年度）

図6 本県の事業系食品ロス（令和元年度）

(3) 一人一日当たりの食品ロス発生量（全国との比較）

本県の一人一日当たりの食品ロス発生量（図8）は104.7gと、全国平均と比べ約19.3g（16%）少ない値となっています。

また、発生源別の内訳は、家庭系食品ロスが68.5gと全国平均より多く（約120%）、事業系食品ロスが36.2gと全国平均より少なく（約54%）となっています。

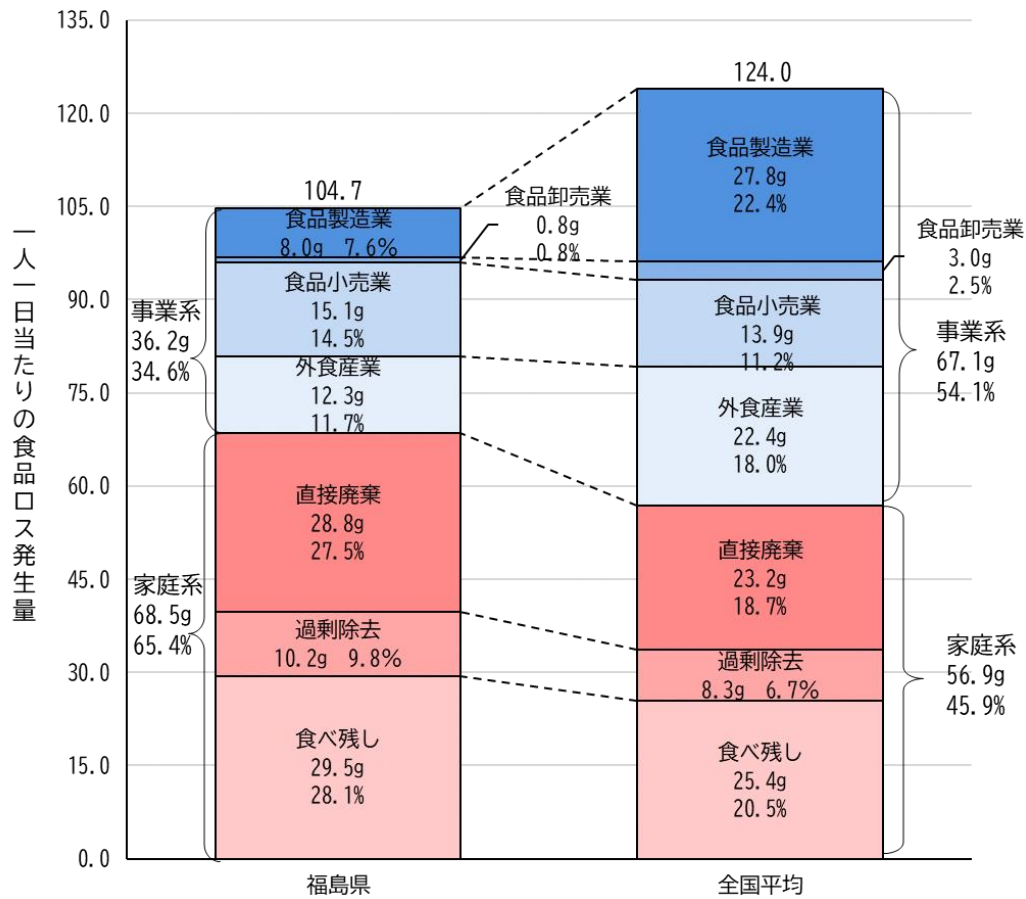


図7 一人一日当たりの食品ロス発生量の比較

※総務省人口推計（令和元年（2019）10月1日）を基に作成

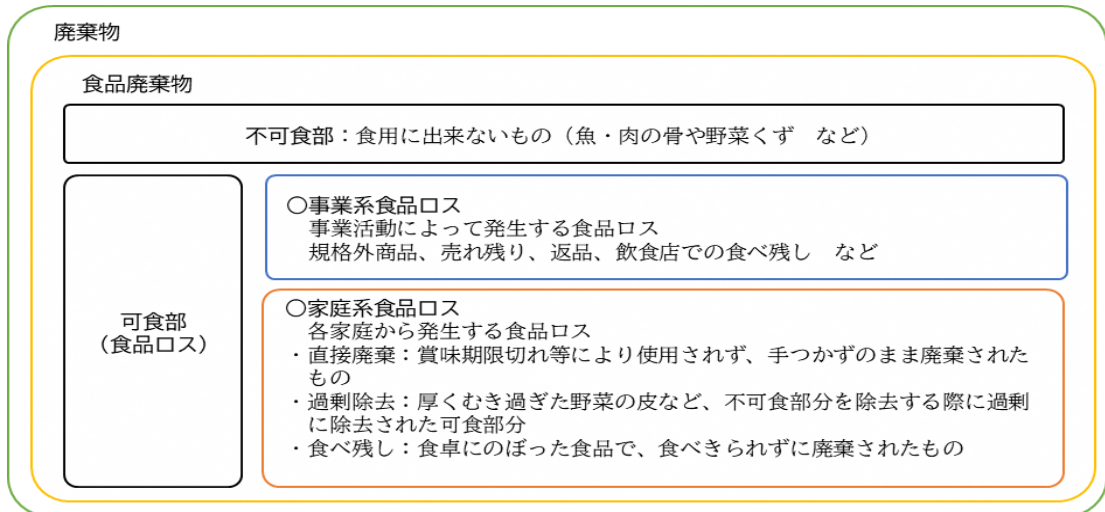


図8 食品ロスの範囲

○持続可能な開発目標（SDGs）と食品ロス削減

・持続可能な開発目標（SDGs）とは

持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）とは、平成27年（2015）9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択された平成28年（2016）から令和12年（2030）までの国際目標のことです。この目標は17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。

・SDGsと食品ロス削減の関連性

食品ロス削減について12.3に「2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。」との目標が掲げられています。

この他、食品ロス削減の取組により他の目標達成へ効果が生まれることや、他の目標達成により食品ロス削減推進への効果が生まれるなど、さまざまな目標との間に関連性を有しています。

食品ロス削減推進とSDGs目標との関連のイメージ



※農林水産省資料より抜粋

2 県民・事業者の意識等の状況

(1) 県民の食品ロスに対する認知度

全体では図9のとおり、「食品ロス」という言葉の認知度は88%であり、そのうち、その意味を知っている人の割合は70%となっています。

年齢別では、言葉の認知率は60代以上が最も高く、30代までは年齢が下がるにつれて低くなっています。なお、20代は、30代・40代より高くなっていますが、その意味を理解している割合は54%と全ての年代の中で最も低くなっています。

また、「食品ロス」に対する意識度は図10のとおり、改善すべきと回答する割合は、認知度と同様に60代以上が最も高く、また、年齢が下がるにつれて低くなっています。

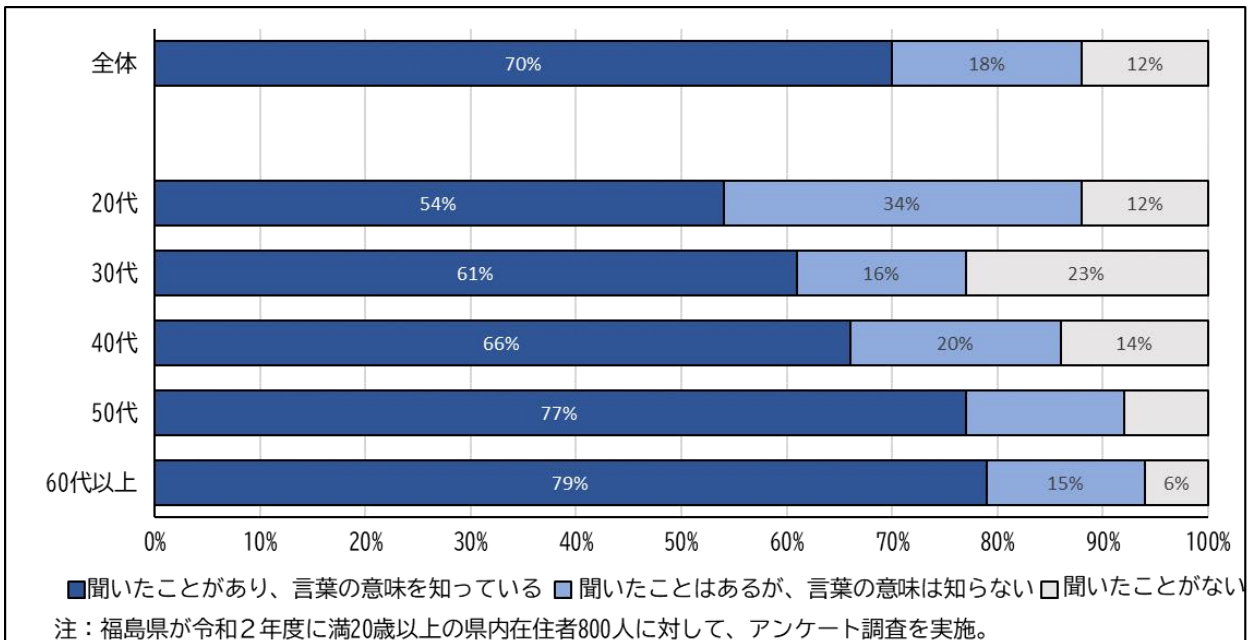


図9 「食品ロス」に対する認知度

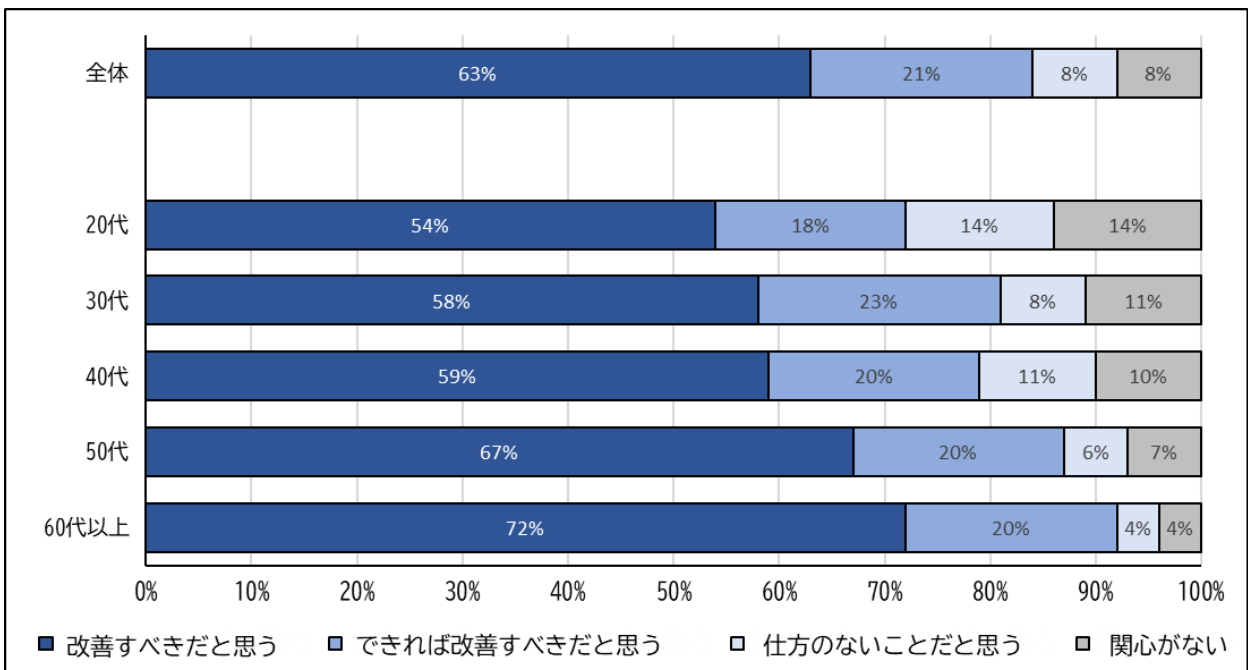


図10 「食品ロス」に対する意識度

(2) 県民の食品ロス削減への取組状況

全体では図 11 のとおり、食品ロス問題を認知して削減に取り組む県民の割合は、64% となっており、全国平均値の 76.6% より 12.6 ポイント低い値となっています。

年齢別では 60 代以上が 73.4% と最も高く、年齢が下がるにつれて割合も低くなっており、「食品ロス」に対する意識度と同様の傾向となっています。

また、全体で、削減のため最も多くの人に取り組んでいるのは、外出時は食べきれる分量を注文する (53%)、家庭では、賞味・消費期限に気をつけて、食べ忘れないようにする (44%) や冷蔵庫内の在庫を確認する (43%) であり、取組率が最も低いものは、外出時は、家族や友人等に食べ残さないように声をかける (9%)、家庭では、余った食材を寄付している (1%) となっています。

なお、「何もしていない」人の割合は、外出時は 26%、家庭では 20% となっています。

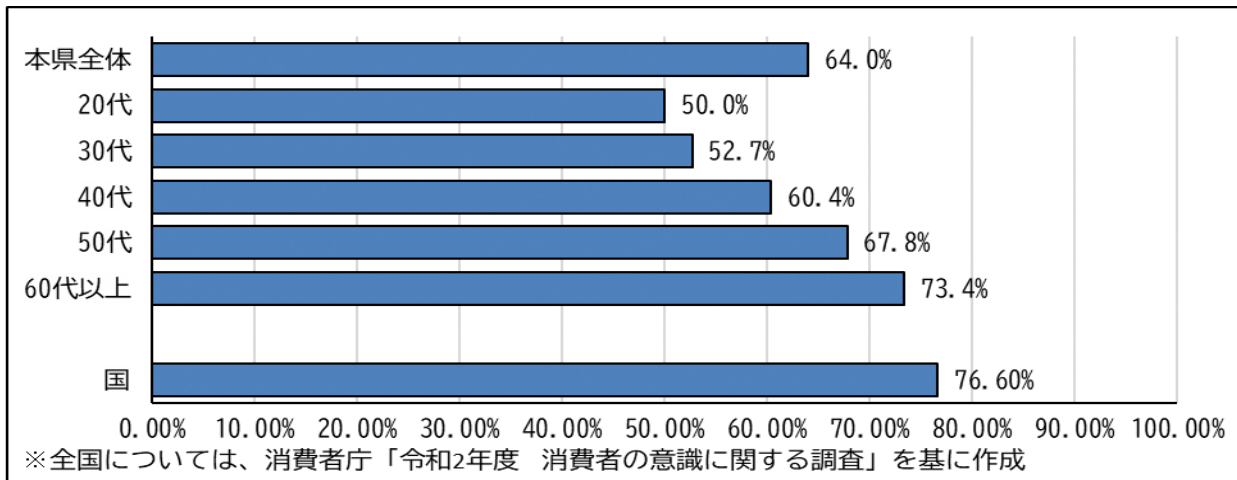


図 11 食品ロス問題を認知して削減に取り組んでいる県民の割合

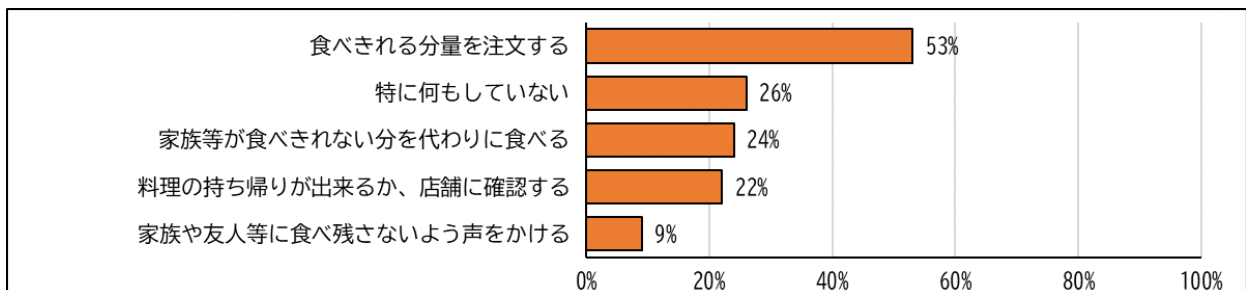


図 12 外出時の取組状況

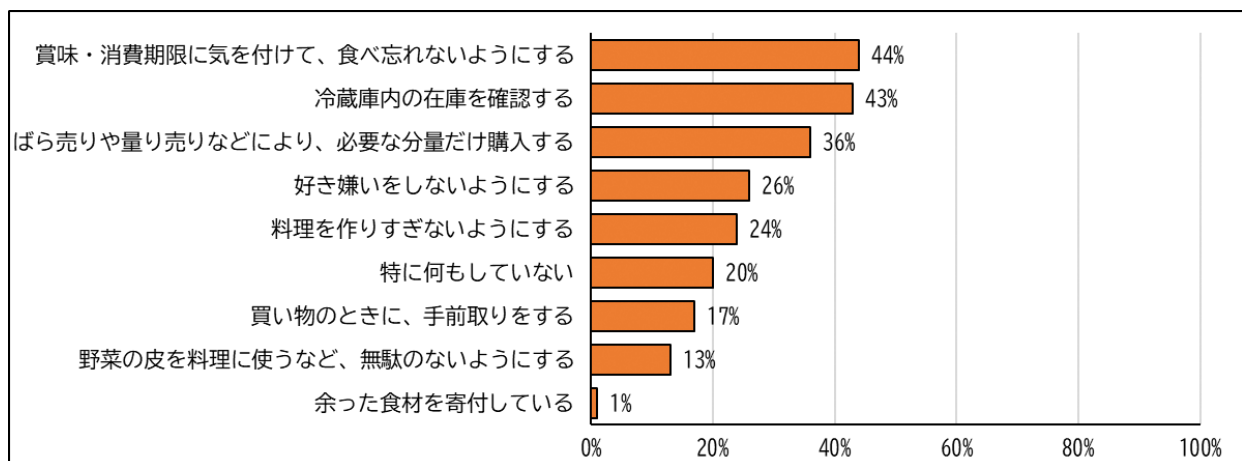


図 13 家庭での取組状況

(3) 食品関連事業者の食品ロス削減への取組状況

削減のため比較的多くの事業者が取り組んでいるのは、外食事業者では、図 14 のとおり、需要予測による仕入れの工夫（66%）、メニューを絞り、仕入れの食材を調整する（41%）、余った食材を賄いなどに活用する（40%）であり、外食事業者以外では、図 15 のとおり、商品の適切な管理・品質の保持（62%）、需要予測による仕入れの工夫（51%）となっています。

なお、実施していない事業者の割合は、外食事業者で 9%、外食事業者以外では 31% となっています。

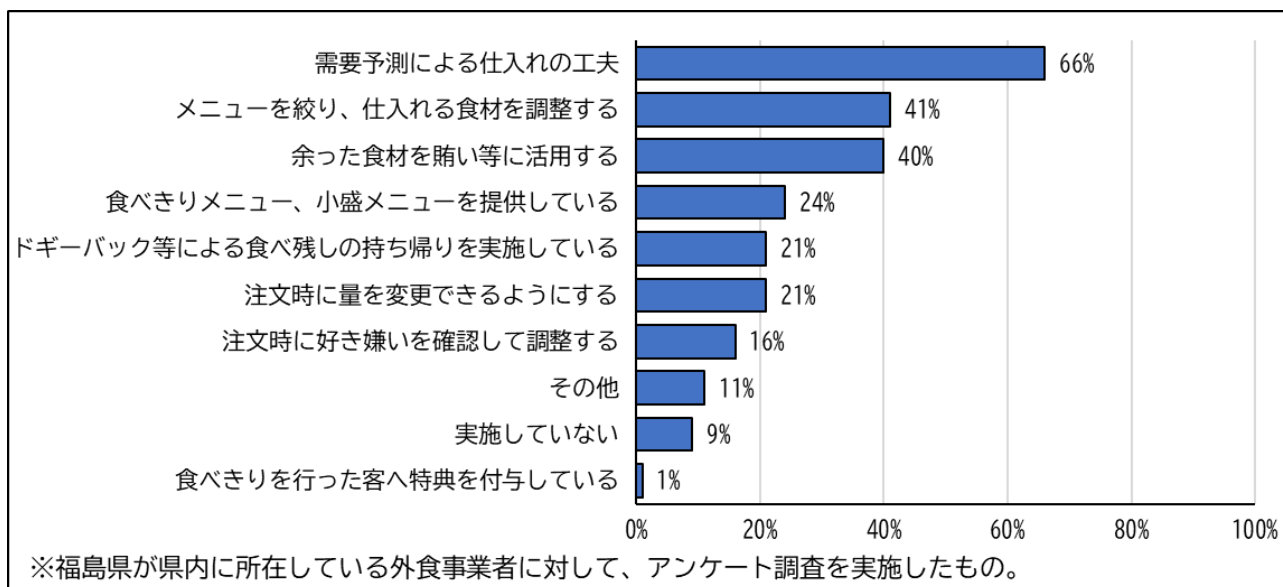


図 14 外食事業者における食品ロス削減への取組状況

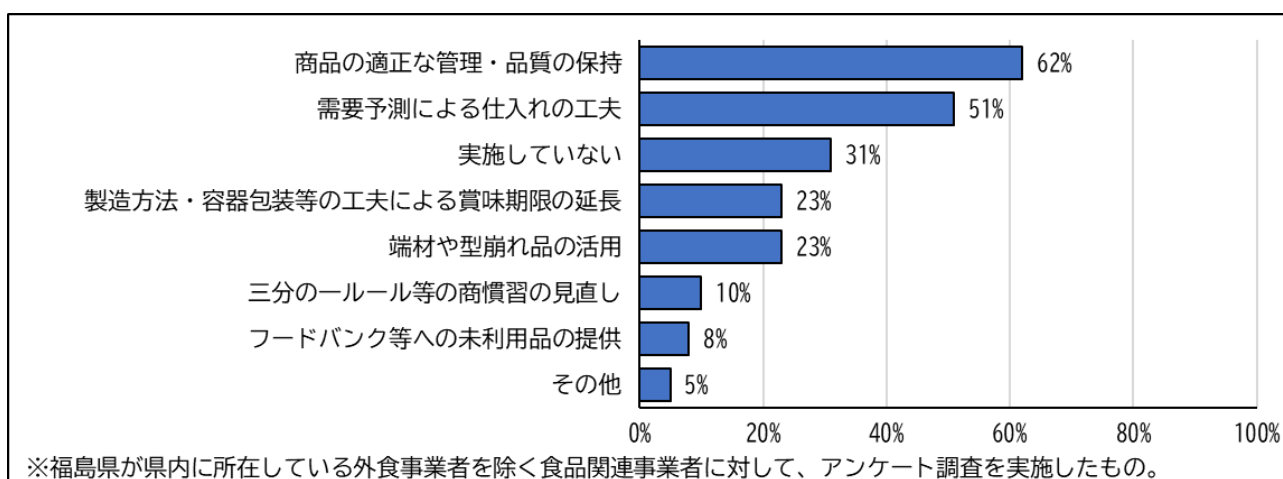


図 15 外食事業者以外の食品関連事業者における食品ロス削減への取組状況

3 本県における課題

(1) 家庭系食品ロス

ア 全国平均との発生量の比較について

一人一日当たりの発生量の内訳を全国平均と比較（図 7）すると、発生量は 68.5g と全国平均より約 11.6g 多い量となっています。

なお、発生総量に占める割合は約 65%（事業系が約 35%）と全国平均より約 19ポイント高く、事業系食品ロスよりも高い割合となっています。

イ 食品ロスの原因について

直接廃棄及び食べ残しの主な原因は（図 16、17）は次のとおりであり、今後は、これらの解消等に向けて取り組んでいく必要があります。

（主な原因）

- ・ 購入品（食べ残し）を賞味期限内に食べるのを忘れたこと
- ・ 購入量（調理量）が多かったため、食べきれなかったこと
- ・ 料理の余りを冷凍保存等しておらず傷んでしまったこと
- ・ 家に在庫があるのに買ってしまい余ってしまったこと
- ・ 必要な分量で販売されていなかったため多めに買ってしまったこと
- ・ 好き嫌いをしたこと

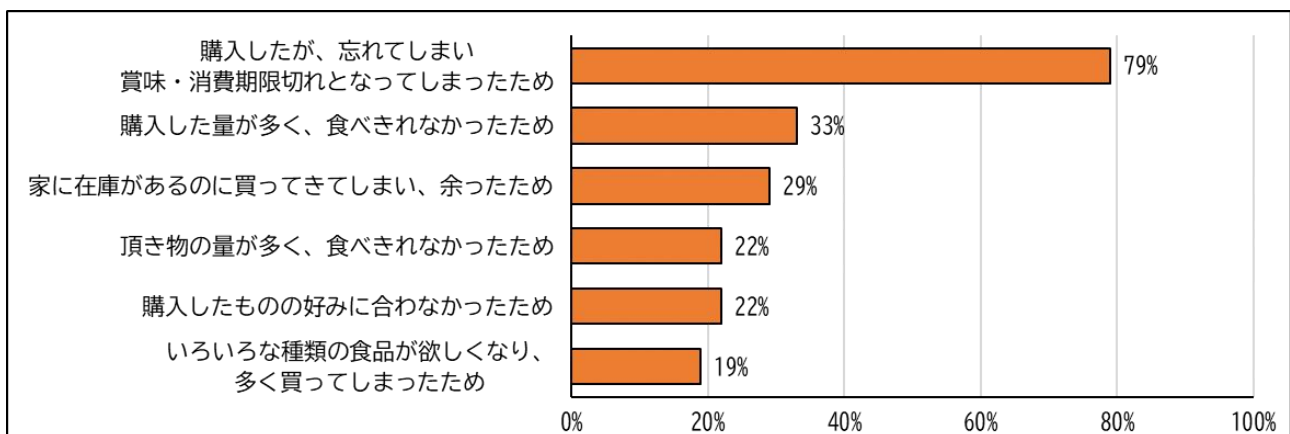


図 16 家庭における直接廃棄の原因

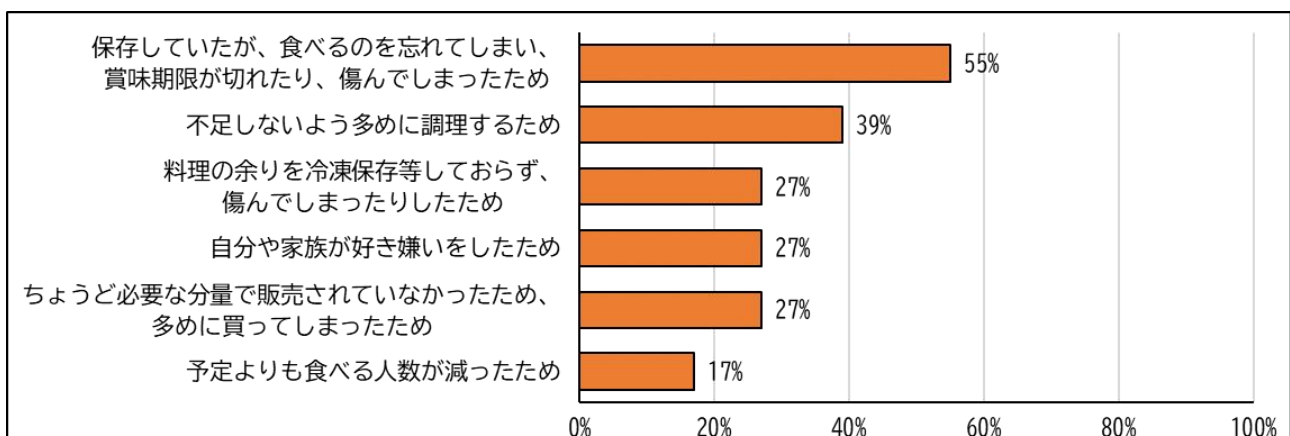


図 17 家庭における食べ残しの原因

○賞味期限と消費期限の違い

お店で売られている加工食品等には一部の例外品目（ガムやアイスクリームなど）を除き、賞味期限か消費期限の表示が義務付けられています。

どちらも食品に関する期限ですが、それぞれ意味は下記のとおり違っています。

・賞味期限

賞味期限は定められた方法で保存した場合の、おいしく食べることが出来る期限（best before）とされています。

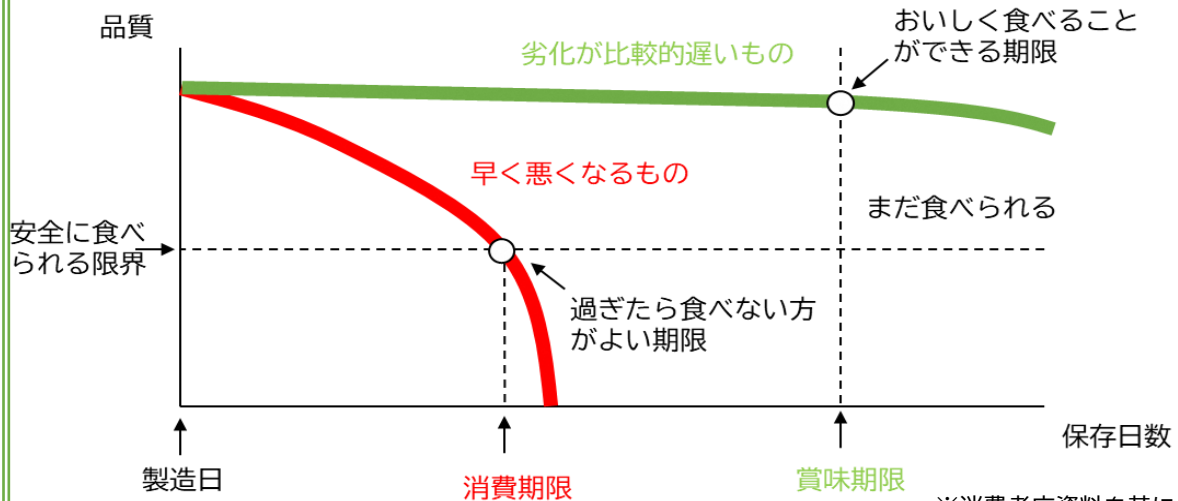
そのため、賞味期限を過ぎてもすぐに食べられないということにはなりません。

・消費期限

消費期限は定められた方法で保存した場合の、過ぎたら食べない方がよい期限（use-by date）とされています。

弁当やお惣菜など傷みやすい食品には消費期限が設定されます。

賞味期限と消費期限のイメージ



※消費者庁資料を基に作成

いずれの期限でも開封する前の期限を表しているなので、一度開封した食品は期限にかかわらず早めに食べる必要があります。

(2) 事業系食品ロス

ア 全国平均との発生量の比較について

一人一日当たりの発生量の内訳を全国平均と比較(図7)すると、排出量の内訳では、食品小売業が15.1gと全国平均より1.2g多くなっています。

なお、発生総量に占める割合は、約35%(家庭系が約65%)と全国平均より約19ポイント低く、発生量も36.2gと全国平均より約30.9g少ない量となっています。

イ 食品ロスの主な原因について

外食事業者へのアンケートの結果(図18)は次のとおりであり、今後、これらの解消等に向けて取り組んでいく必要があります。

【外食事業者】(主な原因)

- ・ 食べ残し
- ・ 賞味(消費)期限切れ
- ・ 過剰除去

ウ 食品ロスの削減への取組について

外食事業者及びそれ以外の事業者へのアンケートの結果(図14、15)で取組率の低いものは、次のとおりであり、今後は、これらについても取組を推進していく必要があります。

【外食事業者】(取組率が低い主なもの)

- ・ 注文時に好き嫌いを確認する。
- ・ 注文時に量の変更が出来るようにする。
- ・ 食べ残しの持ち帰りを行っている。

【外食事業者以外】(取組率が低い主なもの)

- ・ フードバンク等への未利用品の提供
- ・ 三分の一ルール等の商習慣の見直し
- ・ 端材や形崩れ品の活用

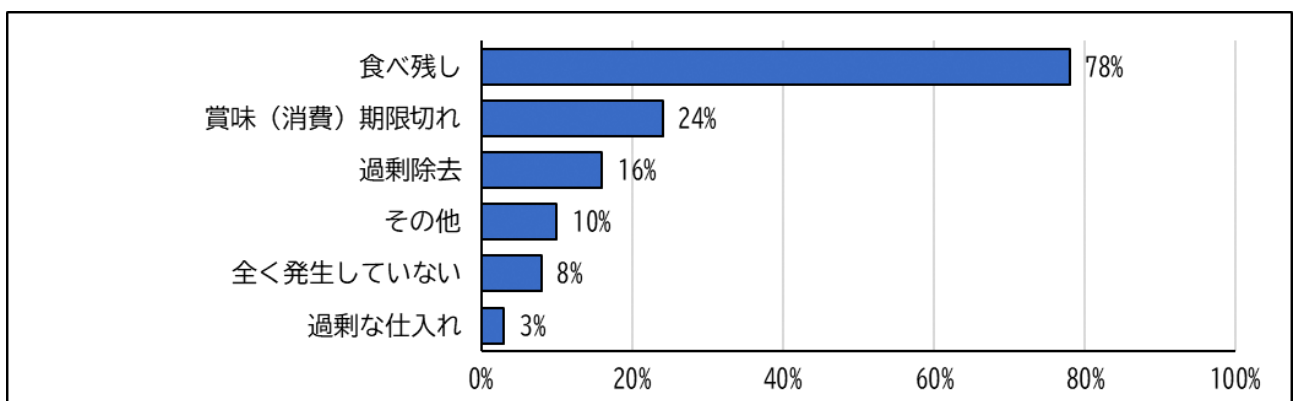


図18 外食事業者における食品ロスの発生要因

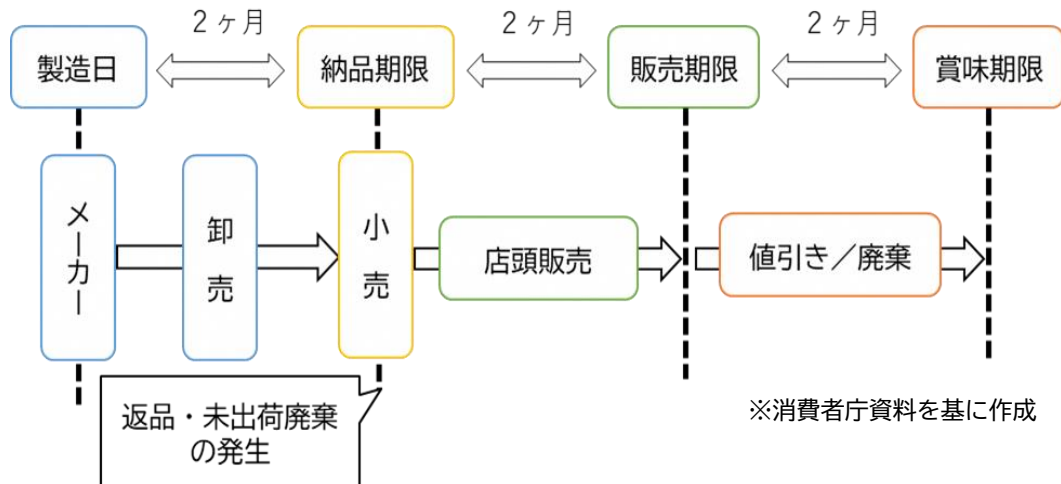
○商慣習の見直し

・「三分の一ルール」の見直し

「三分の一ルール」とは、製造日から賞味期限までの期間を3分割し、小売事業者への納品期限、消費者への販売期限を設定する商慣習のことです。

納品期限や販売期限を過ぎると、賞味期限が過ぎていない商品であっても廃棄されることになるため、食品ロス発生削減の対策として見直しが進められています。

賞味期限が6ヶ月の場合の例



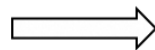
・賞味期限の年月表示化

通常、賞味期限は年月日により表示されていますが、3ヶ月を超える場合には、年月のみによる表示が認められています。

流通業界においては、先に仕入れた商品を先に出荷する「先入れ先出し」というルールがあるため、賞味期限が年月日表示の場合、既に仕入れていた商品よりも1日でも賞味期限が前の商品は仕入れることが出来ず、返品や廃棄となってしまいます。

この先入れ先出しによる返品や廃棄を減少させるため、賞味期限表示を年月表示とする見直しが進められています。

賞味期限 2023.4.1



賞味期限 2023.4

第3章 計画の目標と方策

1 食品ロス削減に関する目標

(1) 食品ロス発生量の削減

国では、家庭系食品ロスについては「第四次循環型社会形成推進基本計画」、事業系食品ロスについては、国の基本方針において、ともに平成12年度（2000）比で令和12年度（2030）までに食品ロス量を半減させるという目標を設定しています。

国の推計では、全国の食品ロス量は平成12年度（2000）の980万トンから令和元年度（2019）には570万トンに減少しています。令和12年度（2030）に目標の490万トンを達成するためには、令和元年度（2019）から14%の削減を目指す必要があります。

本県においても、家庭系・事業系の食品ロスを令和元年度（2019）比で令和12年度（2030）までに14%削減することを目指すため、令和12年度における食品ロス発生量の目標値を60,600トン（一人一日当たり96.1g）とします。

表1 食品ロス発生量の削減目標値

	令和元年度（実績値）		令和12年度（目標値）		比率
	総発生量	一人一日 当たり発生量	総発生量	一人一日 当たり発生量	
食品ロス 発生量	70,600 トン	104.7g	60,600 トン	96.1g	△14%
内 家庭系 食品ロス	46,200 トン	68.5g	39,700 トン	62.9g	
内 事業系 食品ロス	24,400 トン	36.2g	20,900 トン	33.2g	

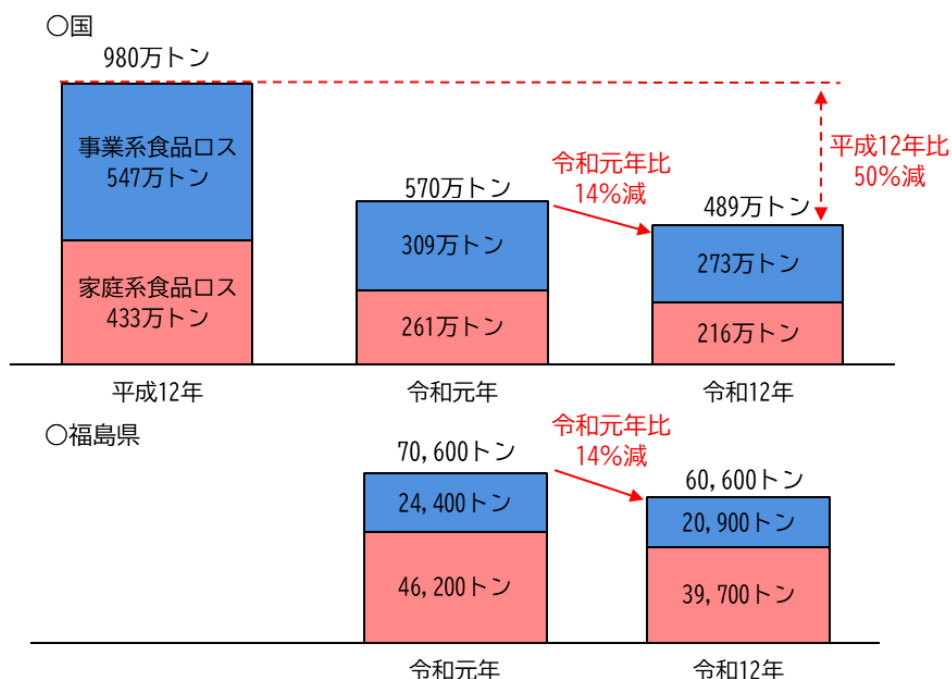


図19 目標値設定のイメージ

(2) 食品ロス問題を認知して削減に取り組む県民の割合

国の基本方針では、食品ロス問題を認知して削減に取り組む国民の割合を 80%とすることを目標としています。

今回実施した県民へのアンケート調査においては、食品ロス問題を認知して削減に取り組んでいると回答した割合は 64%になっています。

本県においても、国の基本方針と同様に食品ロス問題を認知して削減に取り組む県民の割合について、令和 12 年度（2030）までの目標値を 80%とします。

2 目標実現のための施策

(1) 消費者への情報発信、意識啓発等

ア 情報発信等

- ・消費者に対し、食品ロス削減に効果的に取り組むためのコツや、生活の中で容易に取り入れられる食品ロス削減の取組の情報について、福島県環境アプリ等を活用した情報発信を行います。
- ・消費者教育の一環として、食品ロス削減に関する研修会や消費者向けの情報誌（ふくしまくらしの情報）などによる情報発信を行います。
- ・消費者に対し、食品関連事業者が行う、商慣習見直し等を含めた食品ロス削減に資する取組についての理解を促すための広報活動を行います。
- ・県民一人一人の食品ロス削減への取組が食品ロス発生量の抑制につながっていることを実感できるよう、県内の食品ロスの排出状況について情報発信を行います。

イ 意識啓発の推進

- ・消費者に対し、賞味期限と消費期限の違い等、期限表示の正しい知識についての啓発を図ります。
- ・消費者に対し、買い物の前に家にある食材を確認すること、使い切れる分だけ買うこと、すぐに食べる食材を買うときは消費（賞味）期限の近い商品の優先的な購入を呼びかけるなど、エシカル消費の推進を図ります。
- ・消費者に対し、外食時の食べきり・ドギーバッグを活用した持ち帰り等の啓発を図ります。
- ・食品ロス削減月間（10月）、食品ロス削減の日（10月30日）に、食品ロス削減に対する意識の醸成、削減への取組の機運を高める取組を行います。
- ・食品ロスに関する資料を配布し、食育を通じて食品ロス削減の取組を促します。

○「福島県環境アプリ」について

本県では、ごみ減量化と省エネの実践を促すためスマートフォンアプリを開発し、令和3年4月から運用を開始しました。各地域のごみ収集カレンダーを実装しているほか、日々のエコ活動でアプリ内ポイントを貯めることができ、貯まったポイントで県産品等の抽選に応募することができます。

エコ活動の中には、食べ残しゼロの実践を促すメニューがあるほか、食品ロス削減の取組を投稿することもできます。投稿はユーザーに共有されるため、取組の広がりが期待できます。

アプリでは定期的にキャンペーンを実施しており、10月の食品ロス削減月間にあわせたキャンペーン実施など、効果的な啓発を行うことができますと考えられます。

引き続き、アプリを有効なツールとして、家庭での食品ロス削減に活用していきます。



○エシカル消費について

エシカル消費（倫理的消費）とは地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動のことです。日々の買物を通して、その課題の解決のために、自分で何ができるのかを考えてみることで、これが「エシカル消費」の第一歩となります。

具体的な取組例としては、食品ロス削減のためにおいしく食べ切ること、必要な分を購入すること、すぐに食べる食材を買うときは消費（賞味）期限の近い食品を買うこと、エコバッグの持参やエコマークやフェアトレード認証ラベル等が付いた商品を買うこと、地産地消や地元商店の積極的な利用などがあります。

（２）食品関連事業者等の取組に対する支援

- ・事業者に対し「食べ残しゼロ協力店・事業所」についての認知度向上を図り、認定店舗数の拡大を推進します。
- ・事業者に対して、賞味期限の記載方法を年月日の表示から年月への表示へと変更するなどの商慣習の見直しについて情報発信します。
- ・宿泊施設等から排出される食品廃棄物を堆肥化するなどのリサイクルを支援するなど、事業者等と連携した食品リサイクルの取組を推進します。
- ・地域で発生する食品残さを活用した堆肥等の利用を推進します。

○「食べ残しゼロ協力店・事業所」の認定とドギーバッグの活用

本県では、「食べ残しゼロ協力店・事業所」の認定制度とドギーバッグを活用した食品ロスの削減を推進しており、引き続き取り組んでまいります。

・「食べ残しゼロ協力店・事業所」の認定について

県では、食品ロス削減に取り組む飲食店、宿泊施設、食料品小売店等を募集し、「食べ残しゼロ協力店・事業所」として認定しています。食材の仕入れ又は使い切りの工夫や来客者の希望に応じた量の調整など6項目の基準のうち、2つ以上を実践する飲食店等を店舗ごとに認定しており、令和4年1月末現在、602店が認定されています。

認定店に対しては、認定証（木製プレート）、ステッカー及び食べ残しゼロを啓発するポスターを提供するほか、希望する店舗に対し、ドギーバッグを提供しています。



認定証



ステッカー



ポスター (和・洋)

・ドギーバッグの活用について

環境省が「mottECO」という食べ残しの持ち帰りを本県でも推進しており、そのためのドギーバッグ（持ち帰り容器）を希望する店舗に配布しています。

令和元年度にドギーバッグを製作・配布を開始し、令和2年度においては、環境省主催の「New ドギーバッグアイデアコンテスト」において福島県知事賞を受賞したデザインにより容器を製作・配布しました。また、令和3年度には、福島県らしいデザインで製作するため、県主催による「ドギーバッグデザインコンテスト」を開催し、最優秀賞のデザインを活用して、容器を製作・配布しております。



令和元年度デザイン



令和2年度デザイン



令和3年度デザイン

(3) 未利用食品等を提供するための活動の支援

- ・家庭等で発生する未利用食品を持ち寄るフードドライブについての啓発を行います。
- ・賞味（使用）期限が近づいた備蓄物資を県総合防災訓練や防災イベントで配布するとともに、児童施設や福祉施設等へ提供することにより物資の有効活用を行います。
- ・県民や事業者に対して、フードバンク活動についての啓発を行います。

○フードバンクとフードドライブ

・フードバンク

フードバンクとは、食品メーカーや農家、家庭などからまだ食べることが出来る食品の寄付を受けて、福祉施設や子ども食堂、食べ物に困っている家庭などに無償で食品を提供する活動及びその活動を行う団体のことです。

本県においても社会福祉協議会やNPO団体が活動を行っています。

・フードドライブ

フードドライブとは各家庭で余っている食品を職場や学校などに持ち寄り、それらをフードバンクなどに寄付するボランティア活動のことです。



3 関係者に求められる役割と行動

(1) 消費者

- ・食品ロスの現状と削減の必要性について理解を深め、一人一人が自ら意識して削減へ向けた取組を行います。
- ・食品ロス削減に取り組む店舗等を積極的に利用するなど、事業者の取組を支援します。
- ・家にある食材を事前に確認し、期限表示を理解の上で使い切れる分だけ購入します。
- ・食品ロスを削減するために食品小売事業者が需要予測に基づく仕入れ等の販売の工夫を行った結果、商品が売り切れてしまうことを許容します（過剰生産・在庫の防止）。
- ・食材に応じた適切な保存を行い、食材を使い切ります。
- ・賞味期限が過ぎた食品でも、必ずしもすぐに食べられなくなる訳ではないため、食べられるかどうか個別に確認をします。
- ・余った食材や、食材の食べられる部分はできる限り無駄にしません。
- ・食べ残しが出ないように食べきれぬ量だけ料理をし、食べきれなかった料理についてもアレンジして活用するなどします。
- ・外食のときには食べきれぬ量だけ注文します。
- ・宴会のときには最初と最後に料理を楽しむ時間を設けて、食べきりを実践します。
- ・注文した料理が残ったときには、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ります。

(2) 食品関連事業者

ア 農林漁業者

- ・規格外や未利用の農林水産物の有効活用を促進します。

イ 食品製造業者

- ・食品原料の無駄のない利用や、製造工程等における適正管理・鮮度保持に努めます。
- ・食品の製造方法や保存の方法の工夫等により、賞味期限の延長に取り組むとともに、年月表示化など賞味期限表示の見直しに取り組みます。
- ・食品卸売・小売業者と連携し、需要予測の高度化や受発注リードタイムの調整等により、サプライチェーン全体での食品ロス削減に向けた適正受注を推進します。
- ・消費者の需要に合わせ、食べきりサイズや小分けなど容量の適正化を図ります。
- ・製造時に生じる食品の端材や形崩れ品等についての有効活用を促進します。

ウ 食品卸売・小売業者

- ・サプライチェーン全体で三分のルールの見直しや適正発注の推進等、商慣習の見直しに取り組みます。
- ・需要予測に基づく仕入れや、季節商品は予約制にするなどの需要に応じた販売の工夫を行います。
- ・消費者への「てまえどり」の呼びかけや、消費者が使い切りやすい販売方法などの工夫を行います。

エ 外食事業者

- ・小盛メニューなどの消費者が食べきれる量を選択できる仕組みを導入します。
- ・「食べ残しゼロ協力店・事業所」の認定を受け、食べ残しゼロを呼びかけるとともに、ドギーバッグの活用などにより、食べ残しの削減に取り組めます。

(3) 消費者団体・関係団体等

- ・各主体と連携し、食品ロス削減に向けた取組についての情報発信や普及啓発に取り組めます。

(4) 県及び市町村

- ・消費者や事業者に対して食品ロス削減についての普及啓発を行います。
- ・市町村においても、食品ロス削減推進計画の策定に努めます。

第4章 計画の推進体制

1 推進体制

県は本計画による施策を推進するため、食品ロス削減庁内推進会議において、各施策や普及啓発の方法等について情報共有を行いながら、食品ロス削減の取組を推進します。

2 進行管理

県は市町村や食品関連事業者等と連携して、食品廃棄物・食品ロスの発生量を継続的に把握します。

また、食品ロス削減目標の達成状況、食品ロス削減の施策の実施状況を踏まえ、施策の見直しや充実を図ります。

3 計画の見直し

計画期間内であっても国の基本方針の改正や社会情勢等を踏まえて、必要な見直しを行います。

○世界における食品ロスの現状

・世界の食品ロスの現状

国連環境計画（UNEP）が令和3年（2021）に発表した「Food Waste Index Report 2021」によれば、令和元年（2019）に世界で発生した家庭、小売、外食などの消費段階での食品ロスは約9億3,100万トンであり、1人当たり年間約121kgも捨てていると推計されています。

世界において消費者が利用可能な食料が約53億トンであるため、約17%が食品ロスとして捨てられていることとなります。

・世界の飢餓人口

このように多くの食料が捨てられている一方、国連が出した「世界の食糧安全保障と栄養の現状 2021年報告」によれば、令和元年（2019）に飢餓で苦しんでいる人口は世界で約6億5千万人と推計されています。

地域別ではアジアが最も多く約3億6千万人、次いでアフリカが約2億4千万人となっており、人口比においてはアフリカが18%と約5人に1人が飢餓に苦しんでいます。

	アフリカ	アジア	中南米	オセアニア	北米・欧州	世界全体
飢餓人口（百万人）	235.3	361.3	45.9	2.6	n. r※	650.3
飢餓人口率（%）	18.0	7.9	7.1	6.2	<2.5	8.4

※北米・欧州地域については飢餓人口率が2.5%未満のため、計上されていません。

これら飢餓の問題に対応するため、国連世界食糧計画（WFP）は令和元年（2019）において420万トンの食料援助を実施していますが、この200倍以上もの食料が捨てられていることとなります。