

https://ec.europa.eu/food/system/files/2021-07/fw_lib_gfd_hun_guide_food-proc-retail-sect_eng.pdf

目次

内容

I. 序文.....	2
I.1. 方法論ガイドラインの目的.....	2
I.2. 誰のためのもので、どのような質問に答えることができるのか？	2
II. なぜ必要なのか？	2
II.1. 世界、ヨーロッパ、ハンガリーにおける食品廃棄の程度.....	2
II.2. 食品廃棄に関連する概念 食品廃棄に関連して、いくつかの概念について話すことができる。	3
II.3. 食品廃棄物ヒエラルキー - 利用の優先順位	3
III. 準備	4
III.1. 寄贈可能な食品の範囲の決定	4
IV. 寄贈のプロセス.....	6
IV.1. 適切なパートナーの選択.....	6
IV.2. コネクションを作るために必要なこと	6
IV.3. 協力協定	7
IV.4. 食品安全に関する要求事項	8
IV.4. 食品安全に関する要求事項	9
V. 集中寄贈と直接寄贈.....	9
V.1 集中型寄付	10
VI. 寄贈の財務的側面	12
VI.1. 付加価値税.....	12
VII. 寄贈者のマーケティング上のメリット	12
VII.1. CSR - 社会的責任.....	12
VII.2. 寄付のコミュニケーション.....	12
VII.2. 寄付のコミュニケーション.....	13
VIII. 寄贈品クイックリスト.....	13
IX. 連絡先、その他のガイドライン	14

I. 序文

I.1. 方法論ガイドラインの目的

ハンガリーを含む世界では、生産、製造され、売れ残った、まだ人間が食べるのに適した食料が、いくつかの理由で廃棄されている。一方、飢餓人口と栄養不良人口、つまり、自分で適切な量と質の食料を買うことができないか非常に限られている人々の数は、多国間の努力にもかかわらず大きく減少していない。このガイドラインの目的は、以下の通りである。

売れ残った食品を廃棄するのではなく、慈善事業に利用する方法について、フードチェーンの関係者の注意を喚起すること。

食品を必要とする最終消費者に、どのように、どのような条件で届けることができるのか、寄付の物流プロセスやその他の重要な情報を含む説明を提供すること。

できるだけ多くの食品を保存し、必要としている人たちに寄付すること。

このガイドラインは、食品ロス・廃棄物削減のための食品価値フォーラム (www.azelelmiszerertek.hu) の庇護のもと、EU LIFE プログラムと農務省の支援で実施されている iREXFO LIFE プロジェクトの協力で作成された。

I.2. 誰のためのもので、どのような質問に答えることができるのか？

このガイドラインは、主に食品生産者、食品加工会社、食品流通業者が、時折または定期的に、まだ人間が消費するのに十分な品質の余剰食品を持ち、慈善目的のために慈善団体に引き渡せるようにするために作成されたものである。

本ガイドラインは、以下の質問に答えるものである。

1. 余剰食品を寄付する際に、どのような決定を下すべきか？
2. どのような寄付のプロセスが存在し、うまく機能するプロセスを確立するためにどのようなステップを踏む必要があるか？
3. 余剰食品を寄付のために提供することのメリットは何か。

この文書は、寄贈先候補企業の従業員が、物流プロセス、マーケティングまたは金銭的メリット、食品の安全条件など、寄贈に関するさまざまな側面について回答を得られるようにするためのものである。

II. なぜ必要なのか？

II.1. 世界、ヨーロッパ、ハンガリーにおける食品廃棄の程度

食品廃棄は世界的な問題であり、地球のどの大陸にも存在する現象であるが、その原因は様々である。世界の低開発国や発展途上国では、生産、製造、加工といったサプライチェーンの初期段階でより高い余剰が発生するのに対し、先進国ではサプライチェーンの末端、主に消費者で多く発生する傾向にある。

- 世界食糧機関 (FAO) は 2011 年、毎年生産される食糧の 1/3、すなわち約 13 億トンの食糧が廃棄さ

れると推定している。

- 欧州 FUSIONS プロジェクト (2016) によると、欧州連合における食品廃棄物は年間 8760 万トンと推定され、そのうち 35%は生産者、加工業者、取引業者など、食品サプライチェーンの企業セグメントから発生する。
- ハンガリーでは、年間平均 180 万トンの食品廃棄物が発生していると推定される。これは一人当たり 180kg に相当する。少し注意を払えば、定期的に食品を購入する余裕のない社会の人々にも、廃棄されるはずの食品のうち、まだ救い出せる部分から供給することができるはずである。

II.2. 食品廃棄に関連する概念 食品廃棄に関連して、いくつかの概念について話すことができる。

- フードロスとは、食品の量や質が低下することを意味する。これは通常、サプライチェーンの最初の段階、一次（農業）生産と加工のレベルで発生し、主に天候、収穫、生産、物流、市場アクセス、製造・技術上の問題などが原因である。
- 余剰食品：フードチェーンに存在し、食品安全の観点から人間の消費に適しているが、食品の所有者（生産者、加工者、流通業者）が販売できない、あるいは販売したくない食品。これらの食品は寄付に適しているか、あるいは適した状態（例：包装、マーキング）にすることが可能である。
- 食品廃棄物：食品廃棄物とは、何らかの理由で人間に消費されなかった食品（食品原料を含む）である。これには、技術的な理由で失われた量（例：蒸留時の水の損失、野菜の皮むき時の皮）だけでなく、回避できたにもかかわらず、不注意や過失でゴミになってしまった食品廃棄物（例：食品の腐敗）も含まれる。これを生ゴミという。前者については、工場組織の改善や技術開発、イノベーションによってロスを減らすことが可能な場合が多く、後者については、特別な努力をしなければならない。
- ムダな食品：食品廃棄物のうち、回避できたはずの部分。

II.3. 食品廃棄物ヒエラルキー - 利用の優先順位

食品を廃棄することで、その生産に使われたすべての原材料、資源、労働力を無駄にすることになる。欧州委員会の指令 2008/98/CE でも、廃棄される食品の削減が優先されている。余剰となった食品の処理とリサイクルの可能性は、「食品廃棄物ヒエラルキー」で示されている。上から 2 番目のバーは、予防の次に必要としている人に届けることを推奨していることがよくわかる。



http://maradeknelkul.hu/wp-content/uploads/2019/03/maradeknelk%C3%BCI_piramis_ENG.jpg

III. 準備

あなたの会社で余剰食品が発生し、それを扱う団体に寄付する場合、効果的、効率的に寄付をするために、まずいくつかの問題を検討する必要がある。

慈善寄付は社会的に非常に有益な活動であり、単なる寄付以上のものであることを強調することが重要である。

- (余剰食品は販売することができないため) 利益を失うことがない。
- 廃棄物処理のコストを削減できる (提供された余剰食品が廃棄物にならないため)。
- 税額控除を申請できる (会社が利益を上げ、受取人である組織が公益的である場合、法人税額から)。
- 環境負荷を低減する (廃棄物の発生が少なくなるため)。
- 社会的責任に参加し、顧客や従業員に対する企業のイメージアップにつながる。

III.1. 寄贈可能な食品の範囲の決定

食品の品質については、生鮮・冷蔵、加工・未加工にかかわらず、賞味期限と消費期限の 2 種類がある。微生物学的な観点から腐敗しやすく、そのため短期間で健康に直接的なリスクをもたらす食品 (例: 生肉、肉製品、乳製品) には、消費期限が設定されている。

食品の寄付や再分配の条件は、2021 年 3 月 3 日に発行された食品衛生に関する欧州議会および理事会の規則 (EC) 第 852/2004 号を改正する欧州委員会規則第 2021/382 号によって規制されている。

同規則によると、食品産業の事業者は、その責任下にある食品が健康に害を及ぼさず、人間の消費に適していることを定期的に確認する必要がある。

食品が健康に害を及ぼさないか、あるいは人間の消費に適しているかを判断する際には、以下の項目を考慮する必要がある。

- 消費期限又は賞味期限が、最終消費者による消費を可能にするのに十分な時間を提供していること。
- 適切な場合には、包装の完全性。
- 適切な保管及び輸送条件 (適用される温度要件を含む)。
- 適切な場合には、冷凍保存の日付。
- 感覚的な条件
- 欧州委員会実施規則 (EU) No931/2011 に基づく動物由来製品のトレーサビリティを確保すること。

上記の条件が満たされた場合、食品の再配布が可能となる。

- 消費期限が設定されている食品の場合、消費期限の満了前。
- 賞味期限が設定された食品の場合、賞味期限前および賞味期限後に。
- 賞味期限を必要としない食品の場合は、いつでも。

完成品、半完成品、余剰原料も寄贈に適している。通常食品、チルド食品、冷凍食品のいずれでもかまわない。余剰品は、賞味期限が近い、注文キャンセルで在庫が残っている、品質に問題がある、季節や販促用の在庫があるなど、さまざまな理由で発生する。

○寄贈できる余剰食品は、以下のような製品に限られる。

- 現在の食品衛生、安全、消費者情報の基準に適合していること。
- 消費期限が最終消費者が消費するのに十分な期間であること。

一次包装が無傷であるか、破損していても食品の安全性が損なわれていないこと。

食品生産者または取引業者が寄贈を意図しており、受入組織がそれを受け入れることが可能であり、またその意思を持っていること。

○食品を寄付できる、またはできない追加の条件

寄付できる	寄付できない
<ul style="list-style-type: none"> - 短期的なもの。 - 欧州委員会規則 2021/382 に定める上記の条件を満たす、賞味期限切れの製品。 - 在庫として残っていた(例:クローズドプロモーションの後)。 - 食品安全上のリスクをもたらさない不適切な包装。 - 不適切な表示(不足する表示情報を配分中に提供/交換できる場合) - 予定した好み、色、サイズ、数量と異なる場合。 - ポストシーズン商品(例:クリスマスやイースターなどの季節商品) 	<ul style="list-style-type: none"> - 人体に危険を及ぼす可能性のある状態である。 - 消費期限が切れている - 冷却が必要だが、冷却チェーンが途切れている。 - 食品安全上のリスクをもたらす包装の破損

<p>これらを踏まえ、受入機関では、適切な保存温度を確保できるのであれば、以下の食品を受け入れる可能性が高いと考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> - 非生鮮食品 - ベーカリー製品 - 野菜、果物 - 要冷蔵の食品(乳製品、肉製品など) - 冷凍食品
--

複数のピースからなる食品パッケージで、一部のピースが食用に適さない場合(オレンジの袋のうち1つがカビている、ヨーグルトのピースパッケージのうち1つのシールホイルが破損している)、慎重に選択すれば寄付は可能である。

III.2. 社内の余剰食料の検討

寄贈作業を始める前に、以下の問題に沿って寄贈可能な食品の範囲を検討することをお勧めする。

- どれくらいの食品余剰があるのか?
- 種類: 半完成品、完成品、未包装、ラベルなし?

これらを踏まえて、受入機関では、適切な保管温度が確保できるのであれば、以下のような食品を受け入れる可能性が高いと思われる。

- 非生鮮食品
- ベーカリー製品
- 野菜、果物
- 要冷蔵の食品（乳製品、肉製品など）
- 冷凍食品
- 非生鮮、要冷蔵または要冷凍？
- 消費期限や賞味期限は、提供日と比べていつになるのか？（期限切れになるまでに、必要な人に届けるのにどの程度の時間がかかるか？）
- 提供頻度はどの程度を想定しているか（臨時または定期）？
- 食品提供活動（食品の仕分け、準備、計量、配送メモの充填など）は、どのように会社の業務プロセスに統合できるか？

IV. 寄贈のプロセス

IV.1. 適切なパートナーの選択

食用の余剰食品を寄付するためには、適切なパートナーを選ぶことが重要である。これらは、提供された食品を必要としている人々に無償で渡す慈善団体（フードバンクなど）であってもよい。

寄贈先のパートナーを選ぶ場合、候補となる組織から次のような質問を受ける必要がある。

受入団体の活動地域はどこであるか。

受入団体の活動地域はどこか。また、どのような食料をどれだけ受け取り、保管し、配布することができるか。（例：冷蔵・冷凍品の保管や輸送に適したインフラがあるか？）

賞味期限が短い食品を寄贈することは可能か？

税制上の証明書を発行できるような公益的な地位があるか？

IV.2. コネクションを作るために必要なこと

a) 関係の確立

支援先候補の団体に連絡を取り、その団体の主要データや連絡先を入手する。

自社で食品寄付の担当者を任命する。その担当者の業務

- 社内の食品寄付プロセスの開発および調整。
- 管理、問題解決
- 受益者団体と連絡を取り合うこと。
- 社内報告書の作成、食品寄付に関する社内への情報発信

以下の分野の進捗設計・運用に積極的に参画していただく予定である。

- o 生産・物流（余剰品の表示、引き渡しプロセスの管理など）。
- o 品質保証（主に食品安全問題による）
- o 財務（主に会計・税務の分野）
- o コミュニケーション（PR、CSR コミュニケーション機会の活用による）
- o 人事（配食に関わる社内コミュニケーションや雇用主ブランディング活動のため）

社内の関連ステークホルダーおよび受け入れ組織と定期的（例：年1回）な会議を開催し、結果および

必要または提案された変更点を確認する。

受益者をパートナーとして扱い、プログラムの感情的・経済的価値を最大限に活用できるようにする。

可能であれば、一緒に活動する慈善団体を他の活動に参加させる。例えば、ボランティアプログラムなど、様々なイベントを企画し、受益者にさらなる支援を提供するとともに、企業にとってもチームビルディングやモチベーションアップの機会にすることができる。

b) 輸送に関する問題の調整

寄贈された食品は、どこから、どのように、いつ、どれくらいの頻度で、誰によって、あなたの会社から受け取り側のパートナーに届けられるのでしょうか？

連絡はどのように維持され、余剰があることをどのように団体に知らせるか（事前に手配していない場合は、定期的に配送する）。

寄付を受け取るパートナーは、輸送を行うための独自の車両を持っているか？

パートナーが受け取ることのできる貨物の大きさはどの程度であるか？

冷蔵・冷凍製品の場合、受益者は、製品を輸送するのに適した車両、保冷チェーン維持のためのサーモボックスや冷蔵倉庫を持っているか？

提供側による商品の配送が必要な場合、パートナーの倉庫はどこにあるか？最小または最大の許容量はあるか？

受入倉庫にはどのような物流設備があるか（タラップ、フォークリフト、フロッグなど）？

梱包はどのように処理されるか（再梱包、交換、返品）？

ドキュメンテーションはどのように行われるか（納品書など）？

IV.3. 協力協定

通常の寄付の場合、受け入れ側組織との間で、協力の要点を定めた契約書を締結することが推奨される。このような合意は、両当事者の期待を明確にするものである。これには、以下のような情報が含まれる。

納品者の義務／責任／権利

- 配送業者の義務／責任／権利：配送業者は、受入組織に配送するまでの間、食品の安全性と食用に適する品質について責任を負う。提供された食品を適切な包装／分包（合意された包装）で、合意された時間と場所に組織へ引き渡す。
- 食品を配達した際の納品書を発行する。
- 法人税額控除の恩恵を受けたい場合（かつ受け入れ先が公益性のある場合）、提供先への食品の納入額を申告する（年1回の集計も可能）。
- 受入団体をいつでも訪問し、食品の輸送、保管、配布の過程を見る権利がある。
- 何らかの問題が発生した場合、いつでも一方的に寄付を停止することができる。

譲り受ける側の義務／責任／権利

- 譲受人は、配布までの間、食品安全条件のもとで寄贈品を輸送・保管する責任を負う。
- 寄付金を必要としている人々に無償で配布する責任を負う。
- 寄贈者に納税証明書を発行する責任がある（公益法人の場合）。
- 受け取った食品を慎重に扱い、誤用の可能性を防ぐ（再入荷の防止など）責任を負う。
- 譲渡される食品が食用に適さない、または食品安全上のリスクをもたらす可能性がある場合、寄付を受

け入れない権利があること。

また、契約書には以下の内容を記載することが提案されている。

- 連絡方法および連絡担当者の詳細
- 寄付に関するコミュニケーションやその他の協力の基本（例：受領者のコミュニケーション・インターフェイスにスポンサーとして譲渡者を表示する可能性／義務、匿名希望の場合はこれを禁止する、企業のボランティア活動との関連、など

配達人の義務／責任／権利

- 配送業者は、受取組織に配送するまでの間、食品の安全性と食用に適する品質について責任を負う。提供された食品を適切な包装/小分け包装（合意された包装）で、合意された時間と場所に組織に引き渡す。
- 食品を配達した際の納品書を発行する。
- 法人税額控除の恩恵を受けたい場合（かつ受け入れ先が公益性のある場合）、提供先への食品の納入額を申告する（年1回の集計も可能）。
- 受入団体をいつでも訪問し、食品の輸送、保管、配布の過程を見る権利がある。
- 何らかの問題が発生した場合、いつでも一方的に寄付を停止することができる。

譲り受ける側の義務／責任／権利

- 譲受人は、配布までの間、食品安全条件のもとで寄贈品を輸送・保管する責任を負う。
- 寄付金を必要としている人々に無償で配布する責任を負う。
- 寄贈者に納税証明書を発行する責任がある（公益法人の場合）。
- 受け取った食品を慎重に扱い、誤用の可能性を防ぐ（再入荷の防止など）責任を負う。
- 譲渡される食品が食用に適さない、または食品安全上のリスクをもたらす可能性がある場合、寄付を受け入れない権利があること。

また、契約書には以下の内容を記載することが提案されている。

- 連絡方法および連絡担当者の詳細
- 寄付に関するコミュニケーションやその他の協力の基本（例：受領者のコミュニケーション・インターフェイスにスポンサーとして譲渡者を表示する可能性／義務、匿名希望の場合はこれを禁止すること、企業ボランティアとの関連性など）

契約条項を守ることはもちろんであるが、そのためには組織と企業の間で定期的にコミュニケーションをとることが重要である。

- 両者の間に良好な関係が築かれている必要がある。
- フードレスキューの円滑な運営を維持し、情報交換を行う。
- 間違いがあれば、できるだけ早く発見し、修正できるようにすること。

IV.4. 食品安全に関する要求事項

食品の一般的な流通に適用される法律が、寄贈のプロセスにおいて適用されるものとする。また、食品の寄贈には、特別な許可やその他の条件は必要ない。

その性質（非生鮮、生鮮、乾燥、冷蔵、冷凍）により、すべての食品は、それぞれ指定された温度と衛生条件で保存、輸送されなければならない。基本的な要件として、寄付を配布する際には、賞味期限を遵守する必要がある。

そのため、寄贈者は、どの組織にどのような食品がどれだけの量届けられたかを（納品書をもとに）把

握する必要がある。寄贈された食品を特定するマークは、食品に添付された書類（納品書など）に記載されなければならない。（追跡は受取団体にのみ行われ、受取個人には行われぬ）。トレーサビリティは、製造者、流通業者または当局によって開始される可能性のある製品回収のためにも重要である。

トレーサビリティの義務の唯一の例外は、時折食品を寄付する個人と、時折個人からの食品を受け取る慈善団体である。

包装食品の場合、すべての必須情報は、包装上又はそれに貼付されたラベル上に表示されなければならない。ラベルに欠陥のある食品を再配布する前にラベルを貼り替えることができない場合、食品 情報に責任を有する食品事業者は、再配布業者及び／又は慈善団体が最終受領者に対する食品 情報義務を果たすことができるように、必要なすべての情報を提供するものとする。

契約条項を守ることはもちろんであるが、そのためには組織と企業の間で定期的にコミュニケーションをとることが重要である。

- 両者の間に良好な関係が築かれている必要がある。
- フードレスキューの円滑な運営を維持し、情報交換を行う。
- 間違いがあれば、できるだけ早く発見し、修正できるようにすること。

IV.4. 食品安全に関する要求事項

食品の一般的な流通に適用される法律が、寄贈のプロセスにおいて適用されるものとする。また、食品の寄贈には、特別な許可やその他の条件は必要ない。

その性質（非生鮮、生鮮、乾燥、冷蔵、冷凍）により、すべての食品は、それぞれ指定された温度と衛生条件で保存、輸送されなければならない。基本的な要件は以下の通りである。

寄付金を配布する際には、賞味期限を守ること。

そのため、寄贈者は、どの組織にどのような食品がどれだけの量届けられたかを（納品書をもとに）把握する必要がある。寄贈された食品を特定するマークは、食品に添付された書類（納品書など）に記載されるだけでよい。（追跡は受取団体にのみ行われ、受取人個人には行われぬ）。トレーサビリティは、製造者、流通業者または当局によって開始される可能性のある製品回収のためにも重要である。

トレーサビリティの義務の唯一の例外は、時折食品を寄付する個人と、時折個人からの食品を受け取る慈善団体である。

包装食品の場合、すべての必須情報は、包装上又はそれに貼付されたラベル上に表示されなければならない。ラベルに欠陥のある食品を再配布する前にラベルを貼り替えることができない場合、食品 情報に責任を有する食品事業者は、再配布業者及び／又は慈善団体が最終受領者に対する食品情報義務 を果たすことができるように、すべての必要な情報を提供しなければならない。

V. 集中寄贈と直接寄贈

寄付のために提供された食品は、2つの方法で提供者から生活困窮者に届くことができる。本章では、集中方式（centralized）と直接方式（direct）の2つの物流モデルについて紹介する。

直接寄贈の物流プロセスでは、寄付者と、困窮者に直接配給する受領団体の2つの主体が参加し、集中寄贈のプロセスでは、受領団体と配給団体の間のプロセスに中央倉庫も参加する。

集中寄贈の作業は、一般的にフードバンクが行っており、ハンガリーでは、ハンガリー・フードバンク協会がそのような組織となっている。フードバンクは個人に直接食料を配給するのではなく、適切な品

質が保証された事前審査に基づいて選ばれた慈善団体に食料を渡し、その慈善団体が関連する個人に食料を配給するのである。このようにフードバンクは、連鎖の中で一種の「非営利の卸売」活動を行っている。

V.1 集中型寄付

集中寄贈の文脈では、時折または定期的に提供される食品は、まず中央の倉庫に運ばれ、そこから必要な人に直接供給する組織によって分配場所まで運ばれる。

集中寄贈のプロセス

通知する。

提供する。提供の際には、提供される食品の指定が必要である。

- 種類、正確な名称
- 賞味期限
- 積荷の種類（コレクター、パレット）と数量。
- 1つのユニットロードに含まれる製品の数
- および単位積荷の重量と総重量。

申し出の後、配送に関する問題が合意される。つまり、商品をどこで引き取るか、誰がいつ倉庫に食品を配送するかということである。

1. 集荷、配達、書類作成

協議の結果、商品はその倉庫に納品されることになる。提供者の身元により、品物は提供者の敷地内または倉庫で受け取ることができる。また、商品と一緒に届く納品書には、納品された商品の数量が箇条書きにされており、受取人はそのコピーを受け取る。

お知らせ

提供

回収する。

引渡し

保管推奨

出荷フォロー

2. 保管方法 倉庫に到着した商品は、配送まで保管される。中央倉庫は食品の保管に適していなければならない。必要な衛生・食品安全の要件をすべて満たしていなければならない。

2. 保管する。倉庫に到着した商品は、配送まで保管される。中央倉庫は食品を保管するのに適していなければならない。必要な衛生および食品安全性をすべて満たしていなければならない。

の要件を満たす必要がある。

3. 推奨する。フードバンクは、受け取った、または近い将来に受け取る予定の在庫から、慈善団体：ファミリーヘルパー、ホームレスシェルター、その他の団体に推薦を行う。

社会的な分野で活動している。フードバンクは、数百のそうした団体と契約関係を結んでいる。提携団体から提供される在庫と物資の範囲に基づいて、推薦される。提携先は、定められた基準に従って公開入札

で選ばれるが、フードバンクは、各団体が必要としている人々に食料を配給する際の基準について申請書類に記入する際口を出すことはできない。

申請者は、活動分野（例：ホームレスシェルターの運営）、年齢層別の受益者数、社会的状況（例：ホームレス）、配布する食品の種類（例：フードパック、調理済み食品など）を詳細に指定する必要がある。推薦状は電子ファイルで作成され、フードバンクは提供する食品の種類、量、賞味期限を指定する。パートナー組織が申し出を受諾した場合、配送の日程が取り決められる。

4. フォローアップ トレーサビリティと信頼性の理由から、フードバンクは、協力する慈善団体に会計処理を義務付けている。団体は、割当日、割当場所、割当団体・担当者の身元、割当数量を種類別に分類したリスト、帳票の番号、品目別の納品書を記載した割当書に記入・署名し、受取人とともに提出しなければならない。配分票の情報は、フードバンクからの配送時に記入される納品書の情報と一致している必要がある。また、複数の配分を行った場合は、総括票を作成する。配分データシートは、配分後にフードバンクに送られ、そこでも無作為にチェックされる。

V.2 直接寄贈

直接寄贈は、通常、商業ユニット、デパート、生産者・加工業者から提供される小規模な寄付の場合に行われ、以下のような場合に有効で都合のよい方法である。

- 寄付金の量が少なく、地理的にブダペスト市内の倉庫から配送することが合理的でない場合。
- 乳製品、コールドカット、ベーカリー製品、野菜、果物などの腐りやすい食品を賞味期限内に寄付する場合。

寄付をする企業と社会的な分野で活動する慈善団体との間で、直接寄贈と譲渡の関係を結ぶこともできるが、フードバンクの援助や仲介により、そのような関係を結ぶことも可能である。

例えば、フードチェーンや複数の拠点を持つ生産者・加工業者が、複数の拠点から並行して寄付を行いたい、複数の拠点に相談したくない場合。

フードバンクは、一種の「元請け」として活動することができる。その際、寄付者と寄付先のパートナー団体との関係構築、プロセスの開始と監督、運用中に発生した問題への対応などを担当するが、この場合、実際の配送は寄付者と寄付を必要としている人たちに配布する団体との間で直接行われる。この運営モデルを下図に示す。

中央調整プロセスの主な手順は以下の通りである。

1. パートナー探し。各サイト／店舗から輸送するチャリティ団体を検索し、相談する。協議により、ホスト団体がサイトからの輸送に適したインフラと能力を持っているかどうかを判断する
2. 選定された団体と契約書を締結し、当該拠点における譲渡団体および受取団体の管轄大学と、発送の運用内容、連絡手段、連絡担当者を定めた協議を行う。
3. 寄贈品の臨時または定期的な受領と関連書類の保管は、協議に合致した方法で開始するものとする。
4. 決済を行う。受領組織は、定期的に輸送された数量に関する情報をフードバンクに提供し、これを通じ、寄付企業の本社に提供する。

VI. 寄贈の財務的側面

VI.1. 付加価値税

付加価値税法第1条(3)により、公的な寄付は有償の物品供給には該当しないため、食品余剰物を寄付として譲渡する場合、付加価値税の支払い義務は発生しない。

VI.2. 法人税法上の慣例

寄付金は、法人税法に基づき、特定非営利活動法人への寄付の場合、税額控除の対象となる。同法第7条(1)(z)に従い、無償で納入された製品の原価の20%が税引き前利益を減少させる。受け皿となる団体が公益性の高い評価を受けていることが重要である。納税証明書の発行は受領団体(非営利団体)の義務であるが、そのためには寄付者から寄付金の価値に関する情報を事前に受け取る必要がある。寄附金の価額は、物品の引渡しと同時に表示する必要はないが、寄附者が寄附を受ける団体に書面で申告することが、納税証明書発行の条件となる。

VII. 寄贈者のマーケティング上のメリット

VII.1. CSR - 社会的責任

CSR (Corporate Social Responsibility) とは、企業が社会に与える影響に対して責任を持つことである。食品余剰物を寄付として提供することは、企業の CSR/サステナビリティ活動の一環として、具体的に測定可能であり、目に見えるものとなりうる。

3P モデルによる食品廃棄物の社会・環境・経済への影響

- 人：困っている人-寄付をすることで、より貧しい環境で暮らす多くの恵まれない人たちを助けることができる。
- 利益を得る。この目的のために食品を提供することで、廃棄物の管理・保管コストを削減し、税額控除を受けられることができる。
- 地球。破壊からの救出は、不必要な排出を減らし(寄付1件につき平均2kgのCO2排出を削減できる)、生産に使われる他の資源(農地、水、人的資源など)を無駄にしない。

VII.2. 寄付のコミュニケーション

- 1) 内外のポジティブな認識、コミュニケーション 食品余剰物を寄付することで、消費者にも企業のパートナーにもポジティブな印象を与えることができる。
- 2) 社内の忠誠心-従業員への動機付け。これまで廃棄物となっていた余剰食品を寄付することで、従業員は歓迎されていると感じる。これによって、従業員のロイヤリティ、モチベーション、パフォーマンスを向上させることもできる。

余剰食品を寄付することで、寄付を受けた組織は寄付者の PR/CSR を支援することができる。は、いくつかの方法で作業する。

寄付を受けた感想文や写真報告書などは、以下のような有効な資料として活用されている。また、一般的な協力に加え、寄付先企業の PR 活動にも協力できる場合がある。大きなキャンペーンを行えば、企業にとって大きな宣伝効果が期待できる場合もある。

寄付の効果を示すデータ、情報、イラストを社内に提供する。と外部とのコミュニケーション

様々なコミュニケーションチャネル（PR、ソーシャルメディアなど）を通じた共同コミュニケーション。

各支援期間終了時に、測定可能で、十分に伝えられる結果をまとめること（例、各支援期間（例：1年）の終了時に、測定可能で明確に伝えられる成果の要約（支援を必要とする人々の数、配布された食料の価値、量など））。

VII.2. 寄付のコミュニケーション

1) 社内外のポジティブな認識、コミュニケーション 食品余剰品を寄付することで、消費者にも企業のパートナーにもポジティブな印象を与えることができる。

2) 社内の忠誠心-従業員への動機付け。これまで廃棄物となっていた余剰食品を寄付することで、従業員は歓迎されていると感じる。これによって、従業員のロイヤリティ、モチベーション、パフォーマンスを向上させることもできる。

余剰食品を寄付する場合、寄付を受けた組織は、いくつかの方法で寄付者のPR/CSR活動をサポートすることができる。

寄付を受けた企業のフィードバックやフォトレポートは、寄付を受けた企業のPR活動の材料として活用され、一般的な協力に加え、場合によってはより大きなキャンペーンが企業のPRを誘発することもある。

寄付の効果を示すデータ、情報、イラストを社内外に提供する。

様々なコミュニケーションチャネル（PR、ソーシャルメディアなど）を通じた共同コミュニケーション。

各支援期間（例：1年）の終わりに、測定可能で、十分に伝えられる結果のまとめ（支援を必要とする人々の数、配布された食料の金額、数量など）。

VIII. 寄贈品クイックリスト

社内で食品寄贈のプロセスを担当する有能な同僚を指名する。

売れ残った食品で寄付に向いているものを検討し、食品の安全性を保つために分別して適切な温度で保存する。

適切なチャリティ団体を選択し、連絡する

パートナーが受け取り、配布できる食品の種類を取り決める。

寄贈する)

食品に対する衛生・安全規制を常に確認すること（コールドチェーン、清潔さなど）

臨時または定期的に（協力協定の枠内であっても）配送の詳細について合意する。（誰が商品の配送を手配するのか、いつ、どこで受領するのか?）

寄贈品の納品書は、寄贈された食品のすべての識別データ（名称、包装、賞味期限/ロット識別マーク）を含むものを作成し、保管する。

法人税額控除の機会を活用する

寄付による消費者へのPR効果を収集し、活用する。

パートナーや自社の従業員

寄付を受けるパートナー団体と連絡を取り合い、寄付の発展や最適化を図る。

IX. 連絡先、その他のガイドライン

FOOD VALUE (フードバリュー)

フードロス・食品廃棄物削減のためのハンガリーフォーラム

www.azelelmiszerertek.hu

電子メール：forum@elelmiszerbank.hu

その他のガイド

寄付のための食品安全要件に関する詳細な情報は、欧州連合のフードドネーションガイドライン (2017 / C 361/01)。

EUR-Lex - 52017XC1025(01) - EN - EUR-Lex (europa.eu)

食品安全マネジメントシステムのためのガイドラインに関する欧州委員会コミュニケーション (2020 / C 199/01)。

食品寄贈を含む食品小売活動のために。

EUR-Lex - 52020XC0612(08) - EN - EUR-Lex (europa.eu)

食品産業における食品廃棄物防止のためのガイドライン。

https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/1218772/maradeknelkul_utmutato_ELELMISZERIPAR_webes.pdf/580e6f4d-b9b9-4756-02ce-0481970c3e05

貿易部門における食品廃棄物防止のためのガイドライン。

https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/1218772/maradeknelkul_utmutato_KERESKEDELEM_webes.pdf/3e2165d8-c04f-bee3-0fdb-cf1d1e23089