

2022 年3月 28 日
No.2021-057

食品ロス削減でインフレの悪影響軽減を —削減余地は世帯あたり 5.6 万円、経済全体で 4.7 兆円—

調査部 主任研究員 小方尚子

《要 点》

- ◆ 食料の国際市況が急騰している。円安の影響もあり、円建て世界食料価格指数は本年に入って前年比 3 割超の上昇が続き、過去最高水準を更新している。これを受けて、昨年夏頃から食品メーカーの値上げが相次いでいる。市況高騰は小売り段階の食料価格に波及する見通しであり、価格上昇に伴う家計の負担は、世帯当たり年間約 2 万円増加する見込みである。
- ◆ 家計の負担を減らす方策として食品ロスの削減が注目される。これは、途上国の食料不足問題の解決や持続可能な開発目標（SDGs）にも通ずる有効で合理的な手段である。わが国では国連の SDGs 採択に先駆けて 2000 年代から食品ロス削減の取り組みが官民で加速してきたが、食品ロス発生量は 2019 年度に約 570 万トンにのぼっており、課題解決の途上にある。
- ◆ 経済全体でみると、食品ロスの削減効果は 4.7 兆円にのぼる。これは、世帯当たりの削減余地が年間 5.6 万円に達することを意味する。弊社では 2022 年度の食料の消費者物価は前年比 +2.5% と予測しているが、仮に 1 年間で食品ロスを 35% 減らすことができれば、この価格上昇に伴う負担増を相殺することが可能である。
- ◆ 食品ロス削減に向けた取り組みは、多くの国民がより安価なコストで豊かな食生活を実現する可能性を広げる。食品ロスの削減を進めることで、SDGs の達成と食料価格上昇への対応を同時に目指していくことが期待される。

本件に関するご照会は、調査部・主任研究員・小方尚子宛にお願いいたします。

Tel: 080-4353-7019

Mail: ogata.naoko@jri.co.jp

日本総研・調査部の「経済・政策情報メールマガジン」はこちらから登録できます。

<https://www.jri.co.jp/company/business/research/mailmagazine/form/>

本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊社が一般に信頼出来ると考えられる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を保証するものではありません。また、情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがあります。本資料の情報に基づき起因してご閲覧者様及び第三者に損害が発生したとしても執筆者、執筆にあたっての取材先及び弊社は一切責任を負わないものとします。

1. はじめに

食料の値上げが相次いでいる。生活必需品である食料の値上がりは、消費者マインドを冷え込ませるとともに、購買力を低下させ、景気回復の重石となることが懸念される。こうしたなか、食品ロス削減に向けた取り組みは、持続可能な開発目標（SDGs）達成に向けた意義のみならず、物価高の悪影響を緩和させる有効手段という点からも注目される。そこで以下では、食料値上がりの背景を確認したうえで、食品ロス削減による家計負担の軽減効果を試算した。

2. 食料市況の高騰

食料の国際市況が急騰しており、円換算ベースの世界食料価格指数は、2021年に前年比+32.0%と2007年の同+31.1%以来の高い伸びとなった（図表1）。円安の影響もあり、本年に入っても前年比3割超の上昇が続き、過去最高水準を更新している。

食料市況上昇の背景としては、第1に新型コロナ禍に伴い、需給バランスが崩れたことが挙げられる。供給面では、新型コロナによる活動制限の影響により食料の生産・加工・流通の停滞が長期化する一方、需要面では、新型コロナ禍からの景気回復に伴い、食料需要も急速に回復し、需給が逼迫した。

第2に、北米の干ばつなど、世界的な天候不順で多くの食料が不作となったことも、供給の下押しを通じて、需給逼迫に拍車をかけた。

第3に、脱炭素に向けたバイオエネルギーの原料として穀物需要が拡大したことが挙げられる。穀物のバイオエネルギー源としての利用は、2000年代に加速し、近年はバイオ燃料の原料として大豆需要が急増している（図表2）。

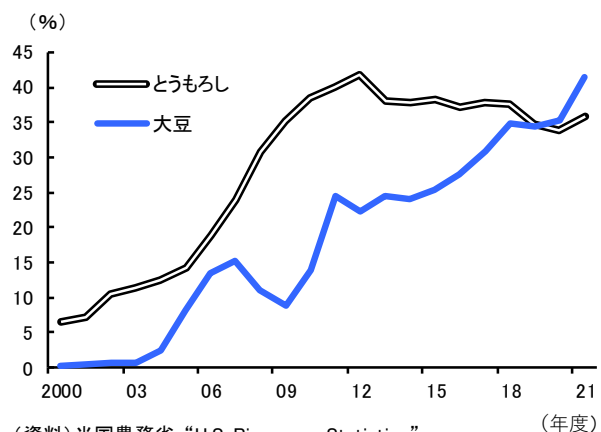
第4に、新興国等の所得水準の向上により、世界全体の食料需要が伸び続けていることも、需給逼迫の要因として見逃せない。所得水準の向上とともに、新興国等で畜産物、油脂などの消費が伸び、飼料用作物、油糧種子などへの需要が拡大している。食料市況は、過去20年以上にわたり振れを伴いつつも着実な上昇基調を辿っており、これまでも、魚介類、嗜好性の高いワイン、コーヒーなどの消費が新興国で増え、日本の「買い負け」が報じられる局面もみられた。こうした世界的な

（図表1）世界食料価格指数



（資料）FAO、日本経済新聞を基に日本総研作成
（注）円ベース。

（図表2）穀物のバイオ燃料向け消費シェア



（資料）米国農務省 “U.S. Bioenergy Statistics”
（注）年度（Market Year）は9月始まり。21年度は米国農務省の見通し。
大豆はバイオ燃料向け消費÷（国内総消費＋輸出）。
とうもろこしはエタノール向け消費÷（国内総消費＋輸出）。

な食料需要の拡大はコロナ禍でも着実に進行しており、価格を押し上げている。

第5に、ロシア・ウクライナ情勢が挙げられる。ウクライナは、トウモロコシの輸出が世界全体の16%、小麦が9%を占めている¹。ロシアも、トウモロコシの輸出シェアは2%ながら小麦は19%にのぼる。ウクライナにおける戦闘の長期化で両国の輸出量が落ち込む場合、世界の需給バランスが一段とタイトになり、価格高騰に拍車がかかるおそれがある。

3. 国内食料価格の上昇と家計の負担増

食料市況の高騰を受けて、昨年夏頃から食品メーカーによる値上げが相次いでいる（図表3）。新型コロナウイルスに伴う需給バランスのタイト化は、食料以外の分野にも及んだ結果、食品メーカーでは、原材料費のみならず、資材・物流費についても負担が増している。こうしたコスト増加を企業努力では吸収しきれないと判断する企業が増えている。

値上げにより、国内の食料価格が上昇しつつある。食料の消費者物価（生鮮、外食除く）は、2020年半ばから21年秋口にかけて前年比マイナスで推移したが、その後は上昇ペースが加速している（図表4）。足元の価格水準をもとに予測すると、2022年度は+2.5%に達すると見込んでいる。

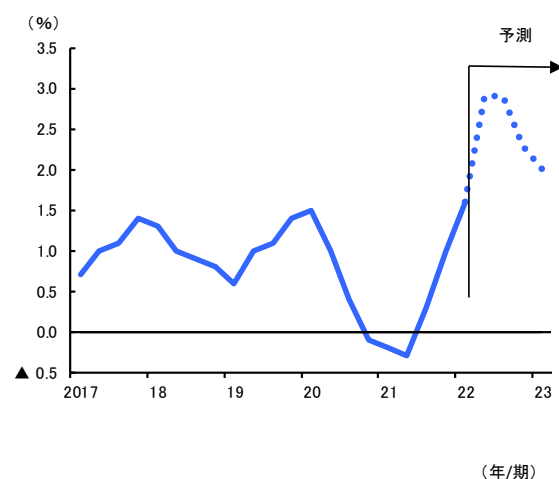
これまでのところ、食料の消費者物価の上昇は、市況の高騰に比べると小幅にとどまってきた。これは、わが国企業が、原材料価格の高騰に際してまずは企業努力でコスト高を吸収しようとする傾向が強いためである²。食品メーカーは、人件費や広告費などの見直しのほか、企業や業種の枠を越えた物流の効率化³なども進めている。小売業も、需要減につながりかねない値上げを企業努力で回避している。2000年代以降、基本的に大量発注で値段を抑えるプライベート・ブランド（PB）の販売を増やしているほか、食品メーカーに対する価格交渉、直接取引による中間マージンの排除などで価格の上昇を抑えている。最近でも、一部の大手流通業が6月までPB商品の価格据え置き

（図表3）食料品の値上げの例（2021年以降）

品目	値上げ幅	値上げ表明	値上げ実施
小麦粉	2～4% 3～6%	2021年5月 2021年10月	2021年7月 2022年1月
マヨネーズ	2～10% 4～8%	2021年4月 2021年12月	2021年7月 2022年3月
パスタ	2～8% 3～9%	2021年5月 2021年10月	2021年9月 2022年2月
パン	7～9%	2021年11月	2022年1月
しょうゆ	4～10%	2021年11月	2022年2月
ハム	5～15%	2021年12月	2022年3月
コンビニおにぎり	2～14%	2022年3月	2022年3月
ハンバーガー	3～15%	2022年3月	2022年3月半ば
ドレッシング	3～13%	2022年1月	2022年4月
あられ	6～12%	2022年3月	2022年4月
菓子	3～11%	2022年3月	2022年5月末
ソース	3～8%	2022年3月	2022年6月
香辛料	10%	2022年3月	2022年6月

（資料）各社Webサイト、各種報道を基に日本総研作成

（図表4）わが国のCPI食料（前年同期比）



（資料）総務省「消費者物価指数」を基に日本総研作成
（注）生鮮、外食除く。

¹ 米国農務省“PS&D”のデータ。過去3年度の実績の平均。ロシアも同じ。

² メーカーの出荷価格の上昇に対して、小売企業が特売を減らすことでコスト高を転嫁した側面もある。消費者物価指数は短期の特売価格は対象外であるため、こうした動きは反映されない。

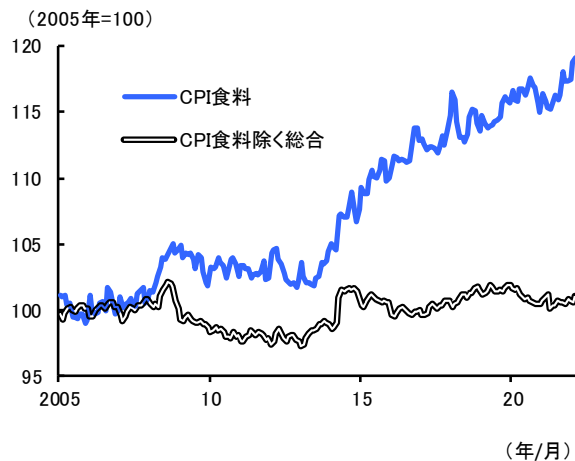
³ 日清食品ホームページ「日清食品の“即席麺”とサッポロの“ビール”を組み合わせた共同輸送を開始」2022年2月17日（<https://www.nissin.com/jp/news/10283>）

を発表している⁴。このような企業努力にもかかわらず、小澤[2022]が指摘する通り、食料市況が高騰し始めてから1年程度遅れて小売り段階の食料品価格に波及する傾向がみられる。

一方、食料価格は、他の財・サービスに比べて、上昇が先行する傾向がある（図表5）。食料の多くが、耐久財などのように価格が上昇したのでしばらく買わずに様子見する、というわけにはいかない財である。日々、必要となる生活必需品であるため、他の財・サービスに比べて、消費者に価格上昇が受け入れられやすかった可能性がある。食料価格が上昇しやすい傾向は、米国でも2010年代以降同様となっており、わが国に限ったことではない（図表6）。

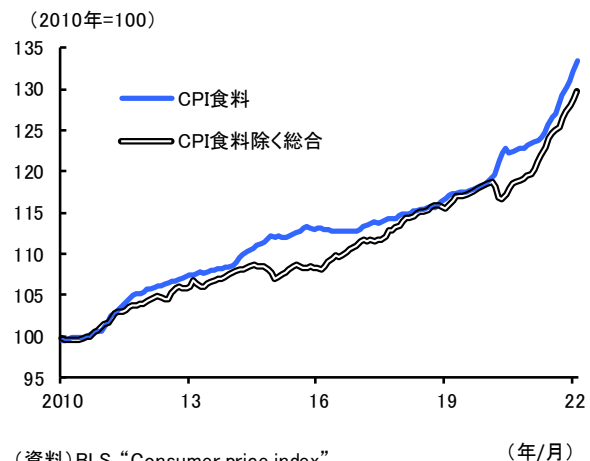
近年の世帯当たり食料支出の変化をみると、食料価格の上昇による負担増加が2013年度以降一貫してプラスとなっている。既述の物価見通しを前提に試算すると、2022年度には世帯当たりの食料支出が前年から約2万円増加する見込みである（図表7）。食料価格は、これまで見てきた通り、他の財・サービス以上に上昇しやすい傾向があり、食料の価格抑制に向けた取り組みは重要といえよう。

（図表5）わが国のCPI食料とCPI除く食料



（資料）総務省「消費者物価指数」

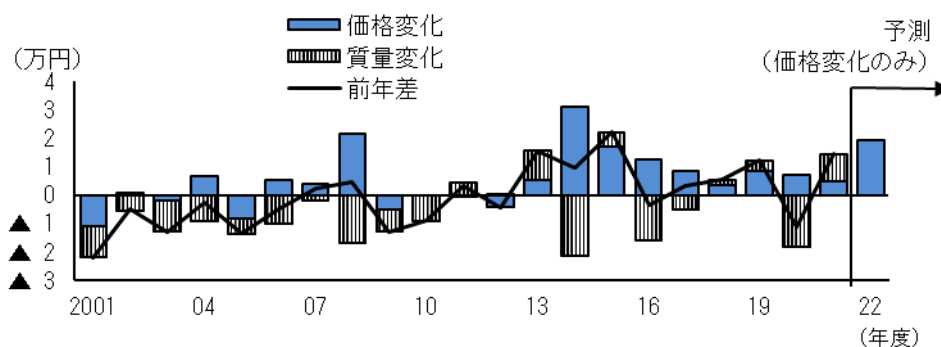
（図表6）米国のCPI食料とCPI除く食料



（資料）BLS “Consumer price index”

（年/月）

（図表7）世帯当たり食料支出（前年差）



（資料）総務省「家計調査」、「消費者物価指数」を基に日本総研作成

（注1）総世帯ベース。

（注2）2021年度は22年2月までの実績値に基づく見込み値。

（注3）2022年度は、日本総研見通しのCPI食料（生鮮、外食を除く）前年比+2.5%に基づく。

⁴ 西友ホームページ「西友、6月末まで、PB『みなさまのお墨付き』全商品を価格据え置き」2022年3月14日（<https://www.seiyu.co.jp/company/pressrelease/5a43e6d083a56f3c7d82ac27342bfcf0.pdf>）

4. 食品ロスの発生状況と削減に向けた取り組み

食料価格の上昇による家計負担を食品ロス削減で軽減する考え方に注目が集まっている。本来食べられるはずの食品が廃棄された量は、農林水産省と環境省の推計で2019年度に約570万トンにのぼった（図表8）。これは4年連続の減少であり、現行統計が開始された2012年度以降で最少である。とはいえ、国民1人当たりで年間45キログラムもの食品が消費されずに廃棄されたことになる。

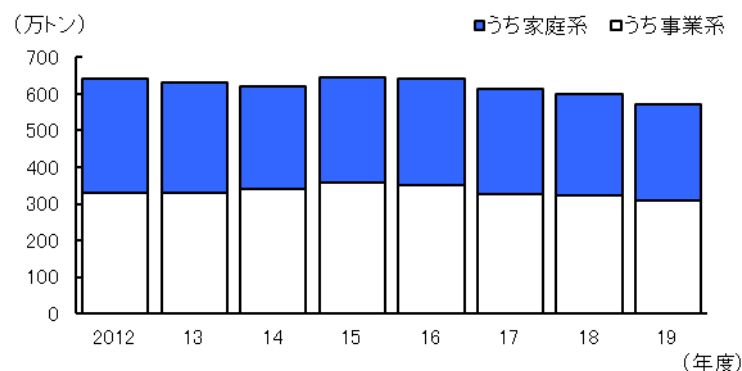
廃棄量570万トンのうち5割強にあたる309万トンが事業系、残り261万トンが家庭系のロスである。事業系の内訳は、食品製造業の製造過程で過剰に除去された肉、野菜などが128万トン、外食産業における食べ残しや売れ残りが103万トン、食品卸・小売業で販売時に賞味・消費期限を迎え廃棄されたものや運搬・流通の過程でダメージを受けて売れなくなったものなどが88万トンとなっている。

ただし、政府による食品ロス発生量の推計値は、食品リサイクル法で食品ロス削減の取り組み対象となっている上記食品関連事業者のみを対象としている。ここには、農業、漁業の現場で廃棄される規格外品や、豊作に伴う値崩れで出荷されない処分品、品質には問題がないものの表面上の傷等で廃棄されたものが含まれていない。こうした量を把握するデータはないが⁵、これらを含めれば、わが国で発生している食品ロスはさらに多いことになる。一方、家庭系は、家庭内での食べ残し116.6万トン、消費期限を迎えるなどして直接廃棄されたもの106.9万トン、調理の際に過剰に捨てられた可食部37.6万トンとなっている。

2019年度まで4年連続で減少した背景として、2015年9月の国連サミットで採択されたSDGs（持続可能な開発目標）が挙げられる。そこでは、世界全体の1人当たり食料の廃棄を小売・消費者レベルで半減させることが目標とされ、食品ロス削減の機運を高めることにつながった。

わが国では、それに先立つ2000年に循環型社会形成推進基本法と食品リサイクル法が施行され、食品廃棄物の削減目標が定められたほか、廃棄物の再利用などを促進する枠組みができた。2019年9月には、国連のSDGs採択に呼応する形で、それまでの内容からさらに踏み込んだ食品ロス削減推進法も施行された。同法は、政府が食品ロス削減の基本方針を策定し、自治体や企業に具体的な推進計画を作る努力義務を課しており、国、地方自治体、企業、消費者が連携して、食品の廃棄を減らす社会的な取り組みを推進することを目的としている。

（図表8）食品ロスの発生量



（資料）農林水産省「食品ロス量（令和元年度推計値）」

⁵ 東京農業大学農友会農村調査部〔2020〕に倣い、未出荷量（収穫量－出荷量）を畑で生じた食品ロスとみなすと、2018年に野菜で180万トンに上った。

これらの法律に基づいて政府は、企業に対して関連する取り組みを促しているほか、地方自治体とともに消費者に対しても啓発活動を行っている。具体的には、①商品棚の手前にある賞味期限のより近い商品を選ぶ「てまえどり」、②宴会の最初 30 分と最後 10 分に食事に集中して食べ残しを出さない「3010 運動」、③飲食店での食べ残しを持って帰る「m o t t E C O」（モッテコ）などの取り組みが呼び掛けられている（図表 9）。また、コロナ禍においては、食品メーカーの過剰在庫等を生活困窮者や福祉施設等に無料で提供するフードバンクの活動支援も強化された⁶。

企業側も取り組みを活発化している。企業の積極姿勢は、食品ロス削減が収益体質の強化につながる事が追い風となっている。具体的な取り組みとしては、①食品製造の過程でこれまで廃棄されていた規格外野菜や栄養価のある可食部の利用、②小売段階で売れ残った総菜等の肥料、飼料やバイオマス燃料へのリサイクル、③技術開発による加工食品の賞味期限延長、④A I を利用した需要予測・仕入れ効率化による売れ残りの発生防止、⑤食品企業や小売店による在庫品のフードバンクへの寄贈、⑥食品小売・外食等の売れ残りを消費者に橋渡しするフードシェア・アプリの普及、⑦恵方巻やおせちなど季節商品の予約販売化、⑧賞味期限間近のものを値下げすることで廃棄を防ぐダイナミック・プライシングなどが挙げられる。昨年、大手コンビニエンスストアで広がった賞味期限の近い商品の値引き販売も、⑧の一種といえる。こうした既存企業の取り組み強化に加え、食品ロス削減を支援するスタートアップも散見され、デジタル化や新たな製造技術を駆使したビジネスモデルが登場している（図表 10）。単なる割引販売に終わらず、社会貢献活動やSDGs 達成に向けた社会的意義を打ち出し、商品のブランド価値を維持しながら、廃棄予定食材の有効活用を進める例がみられる。

（図表 9）政府、地方自治体による
食品ロス削減推進策の例

促進策	内容	推進主体
てまえどり	商品棚の手前にある消費期限のより近い商品を選び、期限切れ廃棄品を減らす	消費者庁ほか
すぐたべくん	「すぐに食べる」商品について消費期限の近い陳列順の購入を呼びかける	環境省
mottECO（モッテコ）	飲食店での食べ残しを持って帰り、家で消費する取り組み	環境省
3010運動	宴会の最初30分と最後10分には食事に集中して食べ残しを出さない	長野県松本市 消費者庁ほか
ろすのん	食品ロス削減に向けた取り組みの啓発を促すキャラクターの展開	農林水産省
Utteco Katteco by タベスケ	消費期限・賞味期限切れの近い食品や規格外品の割引販売を消費者に仲介するWeb上のマッチングサービス	姫路市
サセボタベスケ	消費期限・賞味期限切れの近い食品の割引販売を消費者に仲介するWeb上のマッチングサービス	佐世保市

（資料）各省、自治体ホームページを基に日本総研作成

（図表 10）食品ロス削減に資する事業を
展開するスタートアップの例

企業名	設立	事業内容
株式会社クラダシ	2014年	食品メーカーの余剰品を割引販売し、売上の一部を社会貢献活動に寄付するECサイト「クラダシ」
Anglo Japanese Brewing Company合同会社	2014年	廃棄されていたパンの耳を用いたビールの醸造
株式会社コークッキング	2015年	フードシェアリングサービス「TABETE」
株式会社ポケットマルシェ	2015年	規格外品、訳あり品を含む農産物の産直サイト「ポケットマルシェ」
株式会社ビビッドガーデン	2016年	規格外品、訳あり品を含む食材のオンライン直売所「食べチョク」
株式会社パンフォーユー	2017年	冷凍技術を使った受注生産型のパンの定期配達サービス「パンスク」
エシカル・スピリッツ株式会社	2020年	廃棄予定の酒粕や余剰ビールを原料とした蒸留酒製造

（資料）各社Webサイト、各種報道を基に日本総研作成

⁶ 農水省では、2021 年度補正予算でフードバンク支援緊急対策事業として、フードバンクの食品受け入れ機能強化等に用いる予算 1.94 億円、2022 年度予算概算額でフードバンク活動支援のための予算が 9,000 万円（前年度 1,900 万円）計上された。

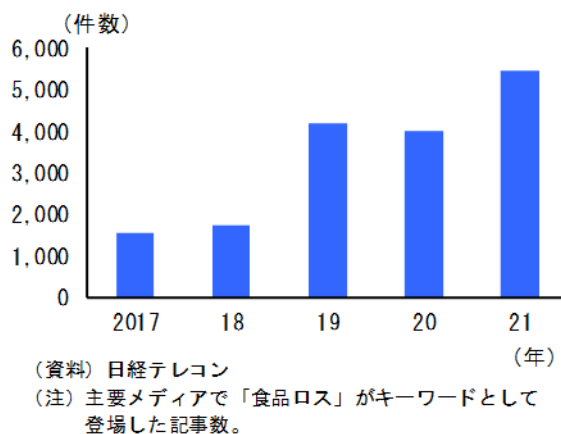
こうした政府・企業の取り組みを背景に、消費者の間でも食品ロス削減の注目が高まっている（図表 11）。消費者に対する調査では、食品ロス削減に取り組んでいる人は増加傾向にある（図表 12）。これまでは、間接的に途上国の食料不足問題の解決に取り組むという倫理的な側面やSDGsの観点からの注目度が高かった。食品ロス削減推進法の前文にも、「世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在する中で、とりわけ、大量の食料を輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、真摯に取り組むべき課題である」と明記されている。実際、コロナ禍においては、観光施設や外食の休業により、行き場を失った食品の「応援消費」が広がるなどの動きもみられた。それがここへ来て、価格上昇による家計負担を軽減する経済効果も、消費者の食品ロス削減への注目を高める要因となっている。

5. 食品ロス削減の経済効果

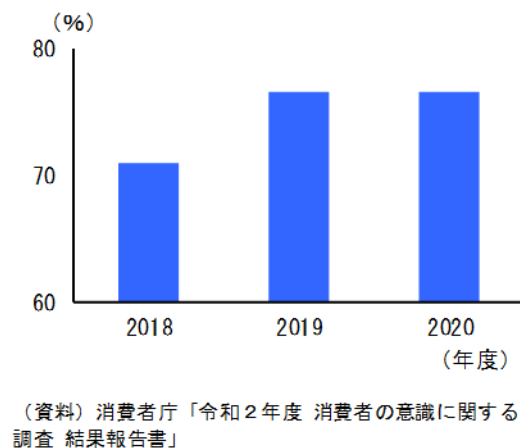
食品ロス削減の経済効果として、企業では、食料品市況が高騰するほど食品ロスによる損失を回避するメリットが膨らむ一方、食品ロスを減らすコストは相対的に安価になる。近年のAIを活用した需要予測やフードシェア・アプリの利用などの技術革新も、食品ロス削減のコスト低下に寄与している。企業の食品廃棄に伴うコストが低下すれば、それだけ企業の利益増加、もしくは安価な商品提供による消費者の負担軽減につながる。家庭では、食品ロス削減は、直接、家計の食料品への支出の負担を減らすことになる。

食品ロス削減の効果を金額換算する際には、京都市の調査が利用できる。この調査は、1980年度から40年以上にわたって、実際の家庭ごみを集積所から回収し、そのごみの中身を細かく分類している⁷。2020年度の調査によると、京都市では、1世帯あたり68kgのごみが食品ロスに該当し、このうち35kgが手つかずの食品、33kgが食べ残しであった（図表 13）。さらに、京都市食品ロスゼロプロジェクトでは、この家庭ごみを品目別に分類したうえで、家計調査等による各品目の販売額のデータを使用し、食品ロスの購入単価が1kg当たり818円（2019年度調査）と試算している。この単価を用いると、経済全体の食品ロス発生額は、2019年度で4.7兆円と試算される（図表 14）。このうち、企業が2.6兆円、家計が2.1兆円となる。

（図表 11）「食品ロス」を含む記事数



（図表 12）食品ロス削減に取り組む人の割合



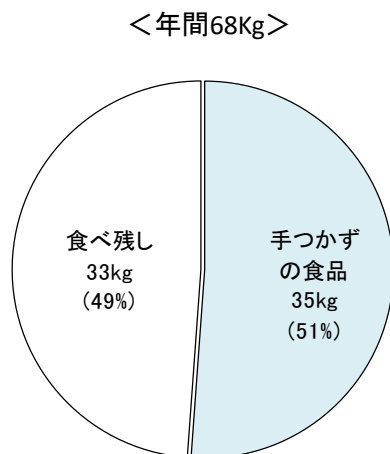
⁷ 詳細は浅利ほか[2020]を参照。

家計における食品ロスは、1世帯あたりでは年間5.6万円にのぼる⁸。京都市の食品ロスの状況が、わが国家計の平均的な姿とみなせば、先に試算した2022年度に見込まれる食料品価格上昇に伴う約2万円の家計負担増は、食品ロスを35%減らすことができれば相殺できる計算となる。過去5年間の世帯当たり食品ロス削減率は5年間合計で17%であり、年間35%削減はかなりの努力や工夫を要するものの、この経済効果は、無視できない規模であるといえよう。

6. おわりに

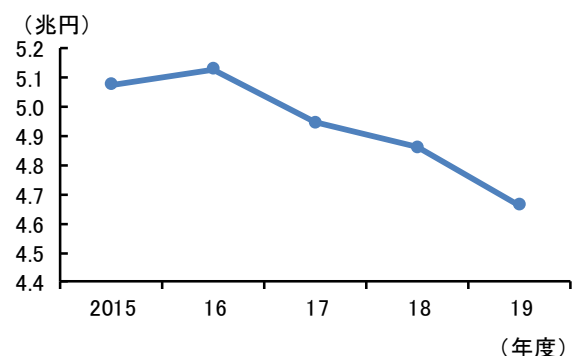
食品ロス削減に向けた取り組みは、多くの国民がより安価なコストで豊かな食生活を実現できる可能性を広げる。わが国ではかつて、オイルショックを機に、社会全体で省エネを進めた経験があるが、同じ熱意をもって食品ロスの削減を進めることで、SDGsの達成と食料品価格上昇の悪影響を抑える経済の体質強化を同時に目指していくことが期待される。

(図表 13) 京都市の1世帯当たりの食品ロス発生量



(資料) 京都市「京都市家庭ごみ細組成調査(2020年度)」

(図表 14) 食品ロス発生額(試算)



(資料) 農林水産省「我が国の食品ロスの発生量の推計値(令和元年度)」、京都市「京都市家庭ごみ細組成調査」、総務省「消費者物価指数」を基に日本総研作成

(注) 政府推計の食品ロス発生量に、2019年度の京都市調査の価格を乗じて試算。2018年度以前の価格は、CPI(外食除く食料)の前年比伸び率を延長して用いた。

以 上

参考文献

- ・ 浅利 美鈴, 矢野 順也, 酒井 伸一, 長谷川 一樹, 小泉 春洋, 高月 紘, 中村 一夫[2020]「京都市ごみ細組成調査における食品ロス等の発生実態把握——40年間の変化および最新動向——」廃棄物資源循環学会誌 2020 年 31 巻 4 号 p. 273-284
- ・ 環境省[2021]「令和2年度食品廃棄物等の発生抑制及び再生利用の促進の取組に係る実態調査報告書」
- ・ 小澤智彦[2022]、「市況高騰で食料品の値上げラッシュ—消費者物価0.5%ポイントの押し上げも—」、リサーチ・アイ、No. 2021-067、日本総合研究所.
- ・ 消費者庁[2022]「食品ロス削減関係参考資料」(令和4年1月14日版)

⁸ この食品ロスをごみとして収集・焼却・焼却灰埋め立てにかかるごみ処理費は1世帯あたり4,000円にのぼるとも試算されている。ごみ処理費用は、直接の家計負担となるわけではないが、家計が負担する税金の使い道として、間接的には家計の負担となっている。

- ・ 東京農業大学農友会農村調査部[2020]「農作物の生産現場で発生する食品ロス」
(<https://www.nodai.ac.jp/application/files/5016/1354/3676/f23f4d3a9ac1544b6cd005d5d38305ed.pdf>)
- ・ 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング[2021]「農林水産省委託業務令和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」
- ・ エシカル・スピリッツ株式会社ホームページ (<https://ethicalspirits.jp/>)
- ・ エスビー食品株式会社 (<https://www.sbfoods.co.jp>)
- ・ 株式会社クラダシホームページ (<https://www.kuradashi.jp/company>)
- ・ 株式会社コークッキングホームページ (<https://www.cocooking.co.jp/>)
- ・ 株式会社西友ホームページ (<https://www.seiyu.co.jp/>)
- ・ 株式会社ポケットマルシェホームページ (<https://www.pocket-marche.com/about/>)
- ・ 株式会社パンフォーユーホームページ (<https://panforyou.jp/info>)
- ・ 株式会社ビビットガーデンホームページ (<https://www.tabechoku.com/>)
- ・ 環境省食品ロスポータルサイト (<https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/index.html>)
- ・ キッコーマン食品株式会社ホームページ (<https://www.kikkoman.co.jp>)
- ・ キューピー株式会社ホームページ (<https://lp.kewpie.com>)
- ・ 共同通信「ローソン、最大14%値上げおにぎりやサンドイッチ」（2022年3月8日）
- ・ 京都市食品ロスゼロプロジェクトホームページ (<http://sukkiri-kyoto.com/>)
- ・ 佐世保市ホームページ (<https://www.city.sasebo.lg.jp>)
- ・ 消費者庁ホームページ (<https://www.caa.go.jp/>)
- ・ 日清オイリオグループ株式会社ホームページ (<https://www.nisshin-oillio.com>)
- ・ 日清フーズ株式会社ホームページ (<https://www.nisshin.com>)
- ・ 日本マクドナルド株式会社ホームページ (<https://www.mcdonalds.co.jp>)
- ・ 農林水産省ホームページ (<https://www.maff.go.jp/>)
- ・ ブルドックソース株式会社ホームページ (<https://www.bulldog.co.jp>)
- ・ 姫路市ホームページ (<https://www.city.himeji.lg.jp>)
- ・ 丸大食品株式会社ホームページ (<https://www.marudai.jp>)
- ・ 森永製菓株式会社ホームページ (<https://www.morinaga.co.jp>)
- ・ 山崎製パン株式会社ホームページ (<https://www.yamazakipan.co.jp>)
- ・ Anglo Japanese Brewing Company 合同会社ホームページ (<https://anglojapanesebeer.com/>)