

## 「みんなで知ろう！取り組もう！食品ロス削減」議事録

---

(開催要領)

1. 開催日時：令和2年11月27日(金)14:00~16:11
2. 場 所：株式会社福島中央テレビ
3. 登壇者：  
消費者庁 審議官 日下部英紀  
ごみ清掃芸人、マシンガンズ 滝沢秀一（VTR出演）  
福島大学 食農学類長 生源寺眞一  
郡山市長 品川萬里  
福島県生活環境部一般廃棄物課 課長 三浦健生  
福島県消費者団体連絡協議会 事務局長 田崎由子  
株式会社リオン・ドールコーポレーション 常務執行役員 人材教育部管掌 山口正幸  
全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会 会長 崎田裕子

(プログラム)

1. 開会挨拶及び施策説明 「with コロナ時代の消費者行政」日下部英紀
2. 第1部講演① 「私の食品ロスへの想い」滝沢秀一（VTR出演）
3. 第2部パネルディスカッション 「私たちの食品ロス削減アクション」  
ファシリテーター 生源寺眞一  
パネリスト 品川萬里/三浦健生/田崎由子/山口正幸/崎田裕子
4. 第3部講演② 「地域で食品ロス削減を進めるためには」崎田裕子
5. 閉会挨拶 日下部英紀

\* 敬称略・順不同

---

司会：

こんにちは。この時間は福島県郡山市から、「みんなで知ろう！取り組もう！食品ロス削減」と題して、インターネット配信による消費者庁ライブシンポジウムをお送りします。私、福島中央テレビアナウンサー徳光雅英が司会進行を務めさせていただきます。どうぞ、よろしくお願いいたします。はじめにシンポジウムのプログラムをご紹介します。

第1部は、ごみ清掃芸人・マシンガンズの滝沢秀一さんに「私の食品ロスへの想い」と題し、ご講演いただきます。尚、講演はVTRでのご出演となります。

第2部は、このスタジオと、東京都内の会場を結び、「私たちの食品ロス削減アクション」のテーマのもと、幅広い分野の皆様のご取り組みをご紹介します。意見交換をふまえ、パネルディスカッションを行います。

第3部では、パネルディスカッションにもご参加いただき、全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会 会長の崎田裕子さんに「地域で食品ロス削減を進めるためには」と題してご講演いただきます。

また、本日は新型コロナウイルス感染拡大防止に十分配慮してお送りします。

それでははじめに、開会のご挨拶を兼ねまして、消費者庁 審議官 日下部英紀より、消費者庁の施策についてご紹介いたします。

## 1. 開会挨拶及び施策説明

日下部：

消費者庁審議官の日下部でございます。本日はこのような会議でご挨拶、ご説明させていただくこと大変光栄に思っております。本日のシンポジウムですけれども「with コロナ時代の消費者行政」として、冒頭お話をさせていただければと思います。

資料でございますけれども、消費者庁はこの資料を見ていただきますと分かります通り、2009年に設置されまして、それから現在11年ほど経ったというところでございます。当初は消費者被害の防止、それから様々な行政基盤の整備、消費者行政の推進、こういったものに力を入れて当初は発足したわけでございますけれども、その後、消費者教育が大事だということで消費者教育の推進、それから消費者・事業者との協働や緊急時対応が重要だということで、「消費者志向経営」、「食品ロス削減」、「エシカル消費」そういったものに力をさらに入れてきているといったところでございます。

続きまして、消費者政策の基本的な方向でございます。消費者庁の行政といえば、先ほども申しましたけれども、まずは配慮を要する消費者に対してどのような対応をしていくのか、例えば配慮を要する消費者と言いますのは、高齢者、それから成年年齢の引き下げ、つまり若者ですね。それから外国人もいっぱい、コロナに入る前は、また今後もコロナが解決すれば、恐らくたくさん入ってこられるだろうということで外国人への対応。それから、災害や感染症への対応。こういったものが配慮を要する消費者、こういった方々への対応というのが1つ消費者行政の大事な柱ということになっております。またそういった悪質な事業者もたくさんおりますので、そういった事業者にいかに対峙していくのかというのが消費者行政のこれまでの主なターゲットということでございます。

一方、これまでのターゲットというのは、配慮を要するということがかなり情報も消費者の方が少ないし、持っている質も良くない。それから交渉力も弱い。そういった消費者と事業者をどう対峙していくかというのが消費者行政でありましたけれども、一方、新しい動きとして出てきましたのは、消費者・事業者との協働による経済社会を変えていくという動きが新しく出てきています。具体的には、今回のテーマである食品ロスとか、それから消費者のことを、消費者が社会のことを考えて消費をすとか、それから消費者のことを考えて経営をしていく「消費者志向経営」、こういったものが入ってきます。

それから右上の部分でございますけれども、新しい動きデジタル化や緊急時対応、こう

いったものも消費者行政の新しい柱になってきているということでございます。

続きまして、SDGsでございますけれども、今回の食品ロスのテーマに非常に関わってくるテーマでございますけれども、国連で採択されました持続可能な開発目標としてSDGsというのがございます。この17の目標があるわけですが、このうちの12番目が今回消費者庁とも、非常に消費者行政とも関わってきているテーマということで、「つくる責任、つかう責任」というのがございます。「つくる責任」いわゆるそのサービス業、製造業、そういった事業者の責任ですね。それから、「つかう責任」というのは消費者、いわゆるそういった事業者から物を買う、そういった消費者としての責任この両方の責任というのが、この国連のSDGsのなかでも1つ大きな柱としては立っているということでございます。

続きまして、エシカル消費でございますけれども、今回の感染症でもですね、かなり色々、「今だけ、ここだけ、自分だけ」こういった消費で良いのかということが問われているのではないかと思います。例えば、最近見られた例としましては、スーパーや飲食店とかもですね、経営が苦しくて、皆が店に行かないと彼らが本来買っていた食材はいったいどうしようかという時に、よく報道でも流れましたけれども、消費者がそういうことであれば自分たちが買いましょうとって手を上げて、ネットなどを通じて購入したと。こういったような事例がありましたけれど、従来ですね、消費というのは「今だけ、ここだけ、自分だけ」と書いてます通り、自分が色々やりたいというような消費を中心に行ってきたわけですが、それでこれからの社会は良いのだろうかというのがエシカル消費でございます。エシカルというのは倫理的なという意味でございますけれども、未来、長期的なことを考えた消費、例えばそれは環境に配慮したものを買いましょうというのが1つのエシカル消費のなかの大きな柱になっています。

それから、例えば児童労働などをしてですね、そういった物を買って良いのだろうか。途上国からですね、買い叩いて、彼らが貧しい代わりに先進国が富めるという、そういうような消費で良いのだろうかということで「フェアトレード」。それなりの、本来の価格で買うべきじゃないかという「フェアトレード」、これも大きなエシカル消費の柱となっていることでございます。

それからそれ以外にも、いろいろ障害者のことを考えた消費ということも大事ではないかということで、「包摂型社会」と書いておりますけれども、例えば障害者施設で作られたものがあるとすれば、そういったものも買っていくと。買うことによって、支援・応援をしていくというのも、1つの消費者の在り方ではないかということで、「エシカル消費」ということによって、それなりに社会を変えていこうということでございます。具体例というのはこの表に出ていますけれども、長期的なものとしてはですね、今回のテーマになっている食品ロスの削減、これも1つ大きなエシカル消費の代表例ということで、食品ロスが出ないような買い物をしていくということも、この社会のことを考えた「エシカル消費」と言えるのではないかと。それからゴミをなるべく出さないような「エコ商

品」とか、リサイクルできるような入れ物に入ったものを買うとか。こういったものも、「エシカル消費」の代表例。それから先ほども申し上げましたようなフェアトレード商品。それから「寄付付き商品」。物を買くと、その買った一部が途上国に寄付になるとかそういったもの。それからこの地産品・被災地産品ということで、例えば非常に風評被害というのが特殊な福島県でも言われているわけでございますけれども、そういったものに対して積極的に被災地のものを買っていく。そういうことによって被災地を応援していく。これも非常に重要な「エシカル消費」の1つということでもあります。また障害者支援とか、ユニバーサルデザインのものを買っていくと、こうしたこともエシカル消費の1つの大きな柱と言えるのではないかと考えております。

次に、消費の方は消費者の行動ですけれども、今度は、事業者の方の行動として我々が唱えているのが「消費者志向経営」または「サステナブル経営」と呼ぶこともありますけれども、消費者のことを考えた経営というのをいかにしてやっていただくかということも大事で、これもSDGsの「つくる責任」のところにかかってくるのではないかと考えております。具体的にはここに出ています通り、「みんなの声を聴いて、かつ いかすこと」色々その現場で、色んな消費者の意見なり、コメントというのがたぶん出てくると思いますが。そういったものも、社内の中でちゃんと上手く共有し活かしていく。そういったことも1番大事であると。それから会社としても、SDGs、将来のことも考えた消費をしていくということも大事であると。それから当然、法令を遵守「コーポレートガバナンス」という、こういったものも大事だということで、こういったものがサステナブル経営の大きな柱という風に我々は考えております。こういうことも非常に将来の良い社会を作っていくための事業者の在り方として皆さんに取り組んでいただきたいと思いますのでございます。

それでは次に、本日の本題であります「食品ロス」の方に移っていきたいと思います。食品ロスでございますけれども、食品ロス量は年間612万トンと推計されています。これは最新の数字が平成29年度の数字ということでございます。年間1人あたり約48キログラム、1人1日あたりご飯茶碗一杯分の食品ロスが生じているという風に言われているところでございます。

次のページ、資料をご覧になっていただきますと、食品ロスをとリまく状況でございます。この食品廃棄物は2,550万トンでありますけれども、そのうち612万トンが食品ロスということでございますけれども、その内訳を細かく見たのがこの表ということでございます。食品ロスは食料の供給から消費までのあらゆる段階で発生していると。その半分は家庭から出ているということでございます。国民一人一人が食品ロス問題を他人事ではなく我が事として捉え、理解するだけでなく、実際に行動に移していただくことが非常に大事だと思っております。

続きまして、日本でも昨年10月に「食品ロス削減推進法」というのが施行されました。食品ロス削減を国民運動として推進していくということが、法律によっても明確化され、

事業者・消費者双方の取り組みを促すために政府では関係省庁が連携・協力して取り組んでいます。当然のことながら地方公共団体においても、取り組みというのは非常に不可欠でございますので、今日も郡山市長から取り組んでいる話が聞けると思いますが、そういった我々も自治体と一生懸命力合わせていくと、食品ロスの削減にも行政として取り組んでいかなければいけないと思っております。

続きまして、ここからは具体的な取り組みをご紹介していきたいと思っております。まず小売り段階でございますけれども、需給予測のズレとか、販売期限切れによる売れ残りによる食品ロスというのが発生しています。前者については例えば、恵方巻とかクリスマスケーキといった季節商品を予約制にすることによって売れ残りを避けるといった取り組みがあげられます。実際ですね、土用の丑の日の鰻の販売を予約制にしたらですね、売り上げは減ったけれども、利益は非常に増えた、そういったような事例というのもありました。

また、賞味期限・消費期限の近い商品から購入することで、販売期限切れによる食品ロスを減らすということもできます。消費者が例えば今日使う食材は棚の手前から取るとか、事業者はできるだけ食材を売れ残らないように、例えば期限が近づいた商品は値引きするとか、そういった双方の取り組みを進めていくことが重要と考えております。

また、消費者庁では、「賞味期限の愛称・通称コンテスト」というのをこの間実施しまして、「食品ロス削減の日」である10月30日に受賞作が発表されました。今、画面に出ておりますけれども、内閣府特命担当大臣賞に「おいしいめやす」という風に賞味期限を言いましょと。それから消費者庁長官賞に「たべごろ目安・のみごろ目安」といったものが選ばれました。この「おいしいめやす」という言葉については、我々もなるべくこれを広めていこうと、今、努めているところでございまして、賞味期限の意味を正しく理解し、これによって行動を変えていただくことに大変期待しているところでございます。

次に、その他流通段階の取り組みとして、納品期限の緩和の要請や、精米の表示の見直しなども行っています。日本の食品業界には、賞味期限を3分割して、最初の3分の1の期限までに製造や卸の事業者が小売業者に納品すると、いわゆる「3分の1ルール」という慣習が存在しています。期限内に納品できなかった商品は他に販売できる先がない場合にはそのまま廃棄されてしまうということから食品ロスの発生に繋がります。農水省の検証によれば、飲料とか賞味期限が180日以上菓子を対象に、その納品期限を3分の1だったのを2分の1に見直しても、基本的には廃棄の削減はされたけれども、店頭での廃棄の方にはほとんど影響なかったと、小売り店舗でもですね、店頭廃棄の増加はほとんどなかったということでもありますので、なるべく3分の1ではなく2分の1にしよう、こうした要請を、今、行っているところであります。

また、より直近の動きとして消費者庁では古い精米年月日の表示に関して、細かく「年月日」を書くのではなくて、「年月」のあと「上旬」「中旬」「下旬」というような表示も認めるということにした次第です。

次に外食段階では、消費者による食べ残しが食品ロスとなっています。消費者は食べら

れる適正量を注文することが大事です。また、事業者は小盛りとか小分けメニューを導入するというのも非常に効果的です。また、やむを得ず食べきれなかった料理については、衛生面に十分配慮して持ち帰ってはいかがでしょうか。

消費者庁、農林水産省、環境省では、「Newドギーバッグアイデアコンテスト」というのを実施して、審査の結果、持ち帰り容器のネーミングとして「mottECO（モッテコ）」が大賞に選ばれました。こういった取り組みを通じて外食の持ち帰りの取り組みが普及することを期待しています。

また、今年はコロナ感染症の拡大を受けて、外食の減少によって食品ロスに繋がるという事態も発生しました。それを受けて新しい生活様式での食品ロス削減の工夫というのを消費者庁はホームページに載せて呼びかけているところがございます。

次に、家庭での取り組みを進めていただくということも重要です。消費者庁で実施した「私の食品ロス削減スローガン&フォトコンテスト」の受賞作を紹介しましょう。まず左側ですけれども、大臣賞にも選ばれました「でこぼこやさいに魔法をかけて」です。品質に問題はないのに見た目が悪いというだけで捨てられてしまう、そういう野菜をあえて購入して、美味しく料理していただいたものです。また右側は長官賞を受賞された「同食材、調理法を変えて楽しむ！食品ロス0」であります。同じ食材で3日分の異なる献立を考え、美味しく楽しみながら食材を使いきるといったものでございます。続いて、こちらは入選作ですけれども、左側「まずは見切り品を見て、献立を考えよう！」というものです。見切り品とされていますが、傷が付いていて日持ちがしないというだけでちゃんとした食材なので、それを見て献立を考えようという取組です。お財布にも優しいですし、ご高齢の方にも、褒められたというようなエピソードもあるということでございます。それから右側は、このコロナ禍での取組ということで「丸なすのポタージュで消費促進」ということですが、コロナの影響で行き場をなくした丸なすを美味しくいただいたという、それも1つ紹介させていただきます。また次に、日頃の生活ですぐ実践していただきたいのが冷蔵庫のチェックということで、「パシャッと簡単食材管理」ということで、冷蔵庫の中身を写真に撮っておくと、買い物のときに何が冷蔵庫にあるのか分かるということで、買い物の時のロスが減りやすいと。また「週1回、冷蔵庫お掃除カレー。食品ロスをなくそう」ということで、お子さんが余った食材を使ってカレーを作ると、そういったような取り組みもご紹介させていただきます。

次に、消費者庁でも冷蔵庫の管理にあたってのチェック項目等の情報発信をしておりますので、画面にも出ておりますけれども、そちらの方、消費者庁のホームページにも載っていますので、ご参照いただければと思います。また、災害への備えとして「ローリングストック法」ということで、実践してみたいはいかがでしょうか。普段食べている食品を少しでも多く買い置きして、食べたならその分また買い足すというものです。こういうやり方で食品ロスを減らすこともできます。

他にも、インターネットによるフードシェアリングプラットフォームといった新たな仕

組みといったものも、活用して食品ロス削減につながるような活動をしている事業者もご  
ざいます。低価格だとして廃棄される予定だったものを販売することができて、消費者と  
しても、低価格で買えるし、事業者もロスが減るということで「WIN-WIN」だということ  
でございます。

使わない食品がある場合には、フードバンクなどへ寄付するといった方法もございます  
ので、そういったことにぜひ皆様もご活動にご関心を寄せていただければと思います。

最後に、本日は、持続可能な社会に向けて、食品ロス削減につながる取組を推進されて  
いる方々にお越しいただいています。具体的な取組について、多くの取り組みについて共  
有いただくことで、皆さんの行動にそれが繋がっていけば、大変幸いです。

本日はよろしく願いいたします。大変どうもありがとうございました。

司会：

続きまして、シンポジウムの第1部として、ごみ清掃芸人・マシンガンズの滝沢秀一さん  
に、「私の食品ロスへの想い」と題してご講演いただきます。

滝沢さんは、芸人として活動する傍ら、ごみ清掃員をされており、その経験から食品ロスの  
現状を体感されています。今日は、滝沢さんご自身の食品ロスに対する想いをお話しいた  
だきます。

滝沢さんのご講演は、事前に収録したVTRでお届けします。それでは、ご覧ください。

## 2. 第1部講演①

滝沢：

どうも、よろしくお願ひします。マシンガンズの滝沢です。私は、芸人を22年間やって  
いまして、芸人だけでご飯を食べられればよかったのですが、8年前に、びた一文、お金が  
なくなりまして、ごみ清掃員の、いつてみたら、ごみ清掃業界に従事することになりました。  
8年前にごみ清掃員になって、意外と、衝撃的なことが多かったです。

やはり、ごみというのは毎日出していて、生活に関わることなのですが、実はごみ清掃の  
実態を僕は知りませんでした。やってみて初めて分かったことが、結構多かったのです。

まずは、自己紹介をさせていただきます。今、環境問題のようなこともいろいろお話しさ  
せていただいています。基本的には、僕は、ごみ清掃員としての実体験を皆さんにお話しさ  
せていただけたらよろしいかなと思っています。僕は、ごみ清掃員のほうが今、本業になり  
まして、お笑いでアルバイトをやっているような形でやっているのですけれども、これもま  
た、悪いことだけではないというのは、ごみ清掃に関する本を現在、6冊出させていただ  
いています。

最初に、『このゴミは収集できません』という本を出させていただいたのですけれども、  
朝日新聞さんに載せていただいた写真が、こちらです。これが、僕が言った言葉で、名言調

に出されていて、なかなか誇らしいことなのですが、「折々のことば」に載せていただきました。「管理されなければできない恥ずかしい世代になんてなりたくない」と、『このゴミは収集できません』という本に書かせていただいたのですが、そうしたら、それを朝日新聞さんにピックアップされたということです。

これは、結局、いろいろなゴミが出ているのですけれども、いろいろ管理する、法律で決めたりしなければ、われわれはきちんとゴミが捨てられないのかということです。食品ロス削減推進法ができる前に、僕はこれを言っているのです。すごいでしょ。

毎日毎日ゴミを見ていると、やはり、大量のゴミ。そして、今日は、とりわけ、食品ロスのことをお話しさせていただきたいと思っています。

まず、最初の写真は、こちらです。これは、僕が衝撃を受けた写真です。皆さん、これは何だか分かりますか。実は、ゴミに交じって、米が捨てられているのです。これは、秋になると結構多くなるゴミです。どういうことかといいますと、新米が出るでしょ。皆さんは、新米を買います。そうしたら、古米、古い米。古米といっても、昨日まで食べられています。これを見てください。特に、黄色くなっているわけでもないですし、古くなっているわけでもないのですが、昨日まで食べていたような米が、意外と捨てられていたりするのです。これが結構、日常に行われています。こういうのでも、僕なんかは食べる感覚なのです。でも、世の中には捨てる人が結構いっぱいいて、こういうことは、意外と、皆さんに知られていません。

でも、僕は、もったいないと思うことが仕事ではなくて、ゴミを回収することが仕事なので、回転ボタンという回転板を回すボタンがあるのですが、そちらを押すと、次の写真のように、ただのゴミになってしまうということです。まだまだ食べられるお米が、このようにゴミになっていきます。

次の写真なのですが、これは少し前に、多く見られたゴミです。タピオカということで、少し飲んだら集積所に、ゴミ箱扱いのようにそこに置いていくのです。集積所というのは、ゴミを集めるところなのですが、これをゴミ箱と勘違いしている人が結構います。

これを見てください。タピオカが残っていて、ミルクティーが残っています。タピオカを残すとなったら、ミルクティーでいいではないかと思うのですが、意外と、少し飲んで、そのまま捨てるということも結構あって、これも1つの食品ロスだなと思いました。

ちなみに、最近は、コロナ禍において、タピオカは少なくなってきたのですけれども、マスキングのごみをそのまま集積所に置くような人がいて、意外と、ゴミ集積所をゴミ箱扱いするように置いていく人が結構います。

続いてのゴミです。これは、3月、4月ぐらいです。今年は、コロナ禍において特例ですが、通常で言うと、引っ越しシーズンにこのようなゴミが出てくることが多いです。これは何かといいますと、ポン酢は、食品ロスという概念からは少し違うのかもしれませんが、その隣は、ディップです。引っ越しをするときに、可燃ゴミだろうが、何だろうが、まとめて、取りあえず、ばんばん入れていく、その中に入っていたゴミなのです。これは、瓶

の中にそのままディップが入っていて、一回も手が付けられていません。引っ越しを機会に、このまま捨ててしまえという食品ロスなのです。3月、4月などは、こういうのが意外と多いです。

さて、次の写真なのですが、OHK という、岡山放送ですが、そちらで僕は環境番組をやっています。「Re : SET0(リセット)」という番組なのですが、そのときに食品ロスの実態について迫った企画でした。

クイズといいまして、まず、最初の写真がこれです。これは、普通のご家庭から出てきた写真です。アップにすると、コンビニのまだ手の付けられていない、本当にまだ開けられていない、新品のまま、買ってそのままの状態のものが捨てられています。そして、次の写真が、水です。元々は多分、氷が入っていたのでしょう。氷が入っていて、そのまま持って帰ってきて捨てたということです。これは、同じ袋に入っていました。その次の写真が、こちらです。簡易椅子です。これは、一体何が考えられるでしょうか。

分かった人はいましたか。これは、恐らく、バーベキューやピクニックに行って、食べきれなかったものなどをそのまま家庭ごみとして出したということが考えられます。なるべく多めに買って置いて、食べなかったら捨てればいいということが分かるような写真です。

かと思えば、ご丁寧な食品ロスもあります。次の写真をどうぞ。「じゃがいもです」と書かれています。「じゃがいもです」と言われて、袋を開けてみたら、本当に、じゃがいもがいっぱい入っていたのです。ご丁寧な食品ロスだと思いました。これは、芽なども生えていませんでした。だから、本当は、近所などにお裾分けできたらいいのですが、やはり、仲間内や周りに、そのようにあげられる人がいないから、このように捨てたのだと思うのですけれども、意外と、じゃがいもも多いです。段ボールいっぱい、じゃがいもが入っていることもあります。

だから、こういうのがシェア出来たり、あとは、フードバンクというのはなかなか難しいのかもしれませんが、やはり、そのように、何かシステムのようなものが構築できたら、本当にいいなと思っています。

そして、私が8年間ごみ清掃をやっていて、最も衝撃を受けた食品ロスが、次の写真です。こちらです。これは、何だか分かりますか。少し拡大してみましょう。次の写真は、こちらです。魚沼産のコシヒカリです。これなんかも、封が開けられていません。これは、何だか分かりませんが、その前のページに戻ると、パスタや、あとは、玄米餅と書かれていました。あと、うどんがありましたし、いろいろなものが捨てられているのです。

これは、ごみ清掃員の友だちと、ただ単純に予想しただけなのですけれども、恐らく、ふるさと納税の返礼品ではないでしょうか。玄米餅というのは、珍しいでしょ。珍しいものを注文したら、まず、食べます。これが全く手を付けられていないということは、ただもらったもの。うちは食べないからいいやというようなことで捨てられることなども多いと思うのです。意外と、返礼品なしを選択できたりもします。もし、食べなければ、辞退するというのも、1つの食品ロスを減らすことになるのではないかと思います。

ここからは、先ほど僕がしゃべりました OHK でやっている環境番組の「Re : SET0」という番組で、食品ロスを見ていただきたいと思っています。まずは、こちらの写真です。これは、単純に、のり巻きの写真です。これは、ある食品メーカーの方にご協力していただきました。食品ロスが出てしまう。なるべく減らしたい。でも、まず、全部、数をきっちりつくるわけにはいきません。もし、作業の工程で落としてしまったときに、出荷が間に合わないから、ある程度余分をもってつくります。それでも、減らしているのだけれども、なかなか減りません。これが、どのぐらいの量があるかといったら、次の写真です。1日に、これが4つぐらい出るといことです。

これをなるべく減らしていきたいという方向性ですけれども、その OHK の食品ロスの特集のときに協力してくれたのが、アリス福祉会です。これは、どういうものかといいますと、まだまだ食べられる食べ物を集めて、恵まれない人、もしくは、欲しいという方が手を挙げれば、これがいただけるというような活動をされているところなのです。

次の写真も、僕はなかなかびっくりしました。では、写真を先に見ていただきましょう。こちらです。これは、なかなかの量でしょ。次のところで、少し拡大してみましょう。こちらなのですが、スーパー3軒分の、今日はこれで廃棄しなければいけないというものを集めたものです。これは、アリス福祉会の方がおっしゃっていたのですが、「岡山のこの片田舎で、スーパー3軒分で、1日にこれだけ食品ロスが出る」といことです。「これを日本全国のレベルで考えたら、途方もない数になるだろう」とおっしゃっていました。

次のページで言いますと、野菜なども多いです。

次のものも、僕は衝撃を受けました。次は、こちらです。パンです。何に衝撃を受けたかといったら、僕が見たときに、賞味期限があと5日間ぐらい残っていたのです。それで、このまま捨てられていました。これはどういうことかというお話を聞きましたら、見込み発注というものなのです。いってみたら、発注を受けてからつくりだしたら間に合わないから、発注されるだろうというものを先につくっておくのです。先につくっておいて、発注されなかったら、そのまま食品ロスになってしまうといことです。こういうことが世の中で起きているのです。こういうことは、やはり、一般の人は知らないでしょ。僕も、このときに初めて知りました。

ですので、いつも求めている商品が、例えば、棚にないとしても、「何でないのよ」といような怒りにならないで、「今日は買えた。ラッキー」のような感じで思っただければいいのかななどと思っています。

次のものです。次は、こちらです。果物です。どこ産とは言いませんが、岡山産のものでありませんでした。これは、どういうことが考えられるかといったら、つまり、運んでまで捨てているのです。岡山まで車で運んで、ここにはエネルギーなどもやはりかかります。わざわざ運んでから捨てているといことです、われわれは当たり前のように、他の産地の果物や野菜をいろいろ食べているのですけれども、よく考えたらおかしなことといのは、結構あります。その土地でつくって、その土地の人たちが食べる、地産地消といものなので

すが、こういうものになれば一番いいのかなと思います。われわれの生活スタイルというのは、意外と、疑うべきところがいろいろあります。

続いての写真です。野菜のところもそうですが、その次のページで言えば、乳製品などがやはり多いです。乳製品、ヨーグルトや、牛乳のような類のもので、飲み物のようなことです。

そして、次は、焼きそばやラーメンなど、その次のページで言えば、ピザなどが多いです。

その次のページ、豆腐が結構出ています。ごみ清掃でもなかなか大変なのが、豆腐の食品ロス。僕もよく回収することがあるのです。僕の友だちのごみ清掃員は、ウイーンという回転板があるでしょ。あれに挟まると、豆腐が「ぶしゃっ」と掛かたりするのです。われわれはごみ汁と呼んでいるのですが、友だちは、そのごみ汁がかかるのは、豆腐が多いと言っています。僕は、基本的には、カレーの残しが多いです。こういうことも、われわれごみ清掃員を苦しめている1つの要因ですので、皆さん、なるべく使いきって、なるべくごみとして出さないでください。

今のは、日持ちがする食品ロスだけでした。アリス福祉会に連れていってもらったところがありました。そのところは、倉庫を借りて、倉庫は何をするところかといいましたら、日持ちする食品ロスです。こちらです。本当に、段ボールが山のようになっているでしょ。これだけではありません。この束のようになっているのが、束というか、富士塚のようになっているのが、10も、20もあるのです。その倉庫いっぱい、ごみになる予定だったものが、富士塚のように、いろいろなところにあるのです。

例えば、こちらです。パスタや、だし、あとは、缶詰も多いです。調味料、砂糖など、こういうことがいろいろあるのですけれども、意外と多かったのが、パッケージが駄目になったということで売り物にならない。中身は全然大丈夫なのだけれども、そのまま捨てられます。

あと、僕が気になっていたのは、限定品です。今この油を買えば、この缶詰が付いてきますという付録のような、キャンペーンが終わってしまったものが、ここによく置かれていました。もしくは、クリスマスシーズン、あとは、ハロウィーンのようなことで、限定品。ハロウィーンの季節が終わってしまったら、それはキャンペーンとして使えないから捨てるということです。

なので、これは別に、企業を僕は責めているわけではなくて、もちろん、企業もそうですし、個人もそうですし、国もそうです。三位一体となって食品ロスに立ち向かっていかなかったら、この食品ロスというのはなかなか減らすことができないと、僕は本当に実感しました。

食品ロスの何がいけないかといいますと、次の資料です。こちらです。いろいろな損失があります。このように資料で出されているのですけれども、例えば、環境負担を増大ということで、自然破壊。もちろん、そうです。地球の温暖化。ごみになれば燃やすわけですから、CO<sub>2</sub>の増加につながるということです。経済の損失ということで、企業の損失ももちろんで

すけれども、家庭の生活費の損失、市町村の税金の損失。

家庭なども、1年間、食品ロスの節約をずっとすれば、6万円分ぐらい浮くといえます。俺らは、知らず知らずのうちに、6万円分ぐらいの食品ロスをしているのです。だから、これは家庭経済の損失ということです。

これを燃やすにも、やはりエネルギーが要りますので、市町村の税金を損失するという事です。

そして、資源の無駄遣い。土地が痩せたりします。水も使います。

ということで、いろいろなことの損失があるのですけれども、僕が、食品ロスをなくしたほうがいいのではないかと思うことをひっくるめて、今からお話しさせていただきます。

ごみ清掃業界には、3R（スリーアール）というのがあります。サンアールとも読みます。これは何かといいますと、リデュース、リユース、リサイクルということで、リデュースというものが最も優先されます。リデュースというのは何かといいますと、ごみ自体を減らすということです。ごみになりそうなものを生み出さないということ。「これを買おうかな。家のあれで代用できるな」、これは、この時点でリデュースです。これが、一番優先されるものです。

そして、リユースというのは、同じ形のものをもう一回使おうということで、例えば、子どもが使っていたおもちゃを近所の子どもにあげたら、これは、形を変えないで使うので、リユースということです。詰め替えシャンプーなどもそうです。

そして、われわれがリサイクルしようと言っているものというのは、実は、優先順位がこれの中では一番低く、3番目なのですが、形を変えてもう一回使うので、そこにはエネルギーがかかります。

この3Rなのですが、僕が必要だと思うRが、もう一つあります。僕は、3Rを4Rにしたいのです。これが何かといいますと、こちらです。リスペクトです。これは、尊敬だとか、敬意を払うということなのですが、全てにおいてこの気持ちが足りないのではないかと、僕は思っています。リスペクトというのは、いろいろな方向に向けられます。例えば、こういうごみの捨て方をしていたら、ごみ清掃員がけがをするのではないかと相手を思いやることもリスペクトですし、食べ物を大事にしよう、これは誰がつくったのかなと想像することも、僕はリスペクトにつながると思います。

僕が8年間ごみ清掃をやっていて思うことは、あるとき、食べかけの焼きそばが捨てられていたことがありました。本当は、違う人が食べようと思えば全然食べられるのですが、その人の気分で、その人が「今日は乗らないな。気分が悪いな。じゃあ、捨てちゃえ」ということで、多分、捨てたのです。これは、どういうことかといったら、人がごみと思った瞬間に、そのものはごみになるのです。つまり、人の心がごみをつくり出していると、僕は思うのです。つまり、リスペクトさえつくり出せば、僕は食品ロスは必ず減ると思います。

この8年間、何を最も思ったか。お金を払ったら自分のものだ、自分のものだから、この焼きそばを捨てようが、食べようが、俺の勝手だという傲慢（ごうまん）な気持ちが、僕は

見えるような気がします。つまり、食べ物に対して謙虚さが足りないような感じがします。それは何かといいますと、リスペクトという気持ちが少し足りないのかなと思います。いつてみたら、食べ物に対するリスペクト、周りに対するリスペクトでも何でも構いません。敬意を払うということです。そういうことをしていけば、日本の食品ロスももう少し、少なくなっていくのかなと思っています。

というわけで、手短になりましたが、皆さん、ご清聴、どうもありがとうございました。

司会：

滝沢秀一さんでした。どうもありがとうございました。

今話を聞いていまして、ゴミの中にお米とか野菜とか、まだまだ食べられる賞味期限内のものがそのまま捨てられているという事実にはびっくりしましたし、もしかしたら私たちが気づかないだけで、身近なゴミのなかにもそういったものがあるのではないかと改めて考えさせられました。

生活を少しでも改善していくことで、食品ロスもごみ汁も出さないゴミにしていきたいですね。

ここで、食品ロス削減についてまとめたVTRがございますので、そちらをご覧ください。

司会：

ここからは、第2部 パネルディスカッションに入ります。

テーマは「私たちの食品ロス削減アクション」、それでは本日ご参加いただくパネリストの方々をご紹介します。

郡山市 品川萬里市長。

品川：

どうぞよろしく願いいたします。

司会：

福島県生活環境部一般廃棄物課 課長 三浦健生さん。

三浦：

三浦と申します。どうぞ宜しくお願いいたします。

司会：

福島県消費者団体連絡協議会 事務局長 田崎由子さん。

田崎：

はい、田崎です。どうぞ宜しくお願い致します。

司会：

そして本日は、お二方に、東京都内からリモートでご出演いただきます。

株式会社リオン・ドール コーポレーション 常務執行役員人材教育部管掌 山口正幸さん。

山口：

リオン・ドールの山口と申します。どうぞ宜しくお願い致します。

司会：

全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会 会長 崎田裕子さんです。

崎田：

崎田です。今日は宜しくお願いします。

司会：

最後に、本日のパネルディスカッションのファシリテーターを務めていただきます。

福島大学 食農学類長 生源寺眞一さんです。それでは生源寺さん、よろしく願いいたします。

### 3. 第2部パネルディスカッション

生源寺：

福島大学の生源寺でございます。今日は進行役ということで宜しくお願いいたします。

私の専門は食料あるいは農業の経済学です。先週も1年生の学生に食品ロスのお話を致しました。同時に、この地球上には10人に1人に割合で栄養不足の人々がいるんだという話をしました。今日は宜しくお願いいたします。

それでは今日は、パネリストの皆様の食品ロス削減に向けた取り組みについて、それぞれご紹介いただきたいと思います。

それでは最初に、ここ郡山市の品川市長からお願いいたします。

品川：

ありがとうございます。滝沢さんのお話を伺いながら私自身、パッカー車に乗ってごみ収集したことを思い出しました。似たことを滝沢さんも経験されたと思った次第です。

これから申し上げるのは新しい食生活様式、あるいは食生活ニューノーマルを目指す郡山市長として発言したいと思っております。

まずファクトから申し上げます。用意しました資料5ページ、これは私ども郡山市のごみ

発生の状況です。残念ながら、中核市 60 市あるなかで下から 1 番目、すなわち最も 1 人あたりのごみ排出量が多い街です。細かく数字で見ますと、1 人 1 日あたりの食品ロス発生を推計いたしますと、1 日 1 人あたり 54.1 グラムしています。参考までに日本平均では 62.9 グラムですのでちょっと少ないですが、これが塵も積もって年間 6570 トンの家庭ごみに繋がっているということです。

こうした実態に合わせまして SDGs の理念を胸に収めながら、7 ページを見てください。これは環境部とか農林部だけの課題ではなくて、市をあげての取り組んでいる姿です。そしてこれを、市民の皆さんと共有するために、大人も子どもも、あらゆる機会を通じて食品ロスの問題に取り組もうと進めているところです。

推進運動だけではなくて、例えばここには(株)ヨークベニマルさんの CSR レポートも掲げていますが、企業のご活動ばかりではなくて、学校の給食もまた食品ロスのことを考える貴重な機会だということで、学校給食で先生方、そして児童生徒とこの問題に取り組んでいる次第です。

このようなことを通じて、食品ロス削減のためのコンチェルト、郡山は音楽都市でございますので、コンペティションではなく協奏していこうということで、あらゆる活動を通じてこの食品ロスの問題に取り組もうと思っています。

これが塵も積もっていきますと SDGs GOALS の 1・7・11・12・13 の課題にもこたえることに繋がるという考え方で取り組んでいます。

この食品ロス問題を解決することによって素晴らしい郡山に春夏秋冬がもたらされますように、というのが私どもの取り組みの状況でございます。ありがとうございました。

生源寺：

どうもありがとうございました。郡山市の取り組みについてお話を伺ったわけですが、福島県でも色々な取り組みが行われているという風に理解をしています。それでは続いて福島県庁の三浦さんからお話いただければと思います。宜しくお願いします。

三浦：

福島県生活環境部一般廃棄物課長の三浦でございます。当課におきましては食品ロスの削減をはじめとして、私たちが出すごみ全般について、どのように減量化するかといった点について、取り組んでいます。それでは福島県で行っております、食品ロス削減の取り組みについてご説明申し上げます。

福島県では、「全てに感謝！食べ残しゼロ」をキャッチフレーズに「もったいない！食べ残しゼロ推進運動」に取り組んでいます。事業所と家庭の双方に働きかけることで、食品ロス削減の促進を目指しています。

まず、事業所向けの取り組みについてご紹介申し上げます。取り組みの 1 つとして「食べ残しゼロ協力店」の認定を行っております。これは「もったいない！食べ残しゼロ推進運動」に協力いただける事業所を募集しまして認定するものです。認定の対象としては県内で営業されている飲食店・宿泊施設・食料品小売店等です。認定の要件ですが、食べ残しゼロのための呼びかけの実践、お客様の希望に応じた食事の量の調整など、食品ロス削減につながる取り組みを 2 つ以上実践していることです。認定された店舗には木製の認定証やステッ

カー等をお配りしています。これを店内の目立つところに置いていただき、来店されたお客様に食品ロスの削減を呼びかけています。「食べ残しゼロ協力店」として認定した店舗は本日現在で 472 件になっています。

また、「食べ残しゼロ協力店」のうち希望される店舗にはお客様が食べきれなかった料理を持ち帰るための持ち帰り容器、いわゆる「ドギーバッグ」を配布しています。昨年度はこの持ち帰り容器を 1 万 5 千個作成し、148 店舗に配布しました。各店舗からは、お客様の反応は概ね好評であると回答をいただいております。今年度は昨年度の利用者の声を反映させ、持ち手の強度を向上させた容器を 2 万個作成する予定です。また今年度は環境省・消費者庁・農林水産省が実施された「New ドギーバッグアイデアコンテスト」におきまして福島県知事賞を受賞されたデザインを活用した容器も配布する予定です。こちらが今回の「New ドギーバッグアイデアコンテスト」で福島県知事賞を受賞された作品です。

平成 30 年度と令和元年度においては、忘新年会シーズンに合わせて、「おいしい食べきり全国共同キャンペーン」用のチラシ・ポスターを作成し、商工団体等と連携して県内の事業者などに配布しました。

今まで紹介しました取り組みは、事業者の食品ロス削減に対する意識をより高め、お店のイメージアップやコストの削減等に繋がるだけではなく、お店の利用者に対しても食品ロス削減の重要性について認識していただくことを目的としています。実際に「食べ残しゼロ協力店」のうち、約 8 割の店舗においては認定後、食品ロス削減の好感があったと回答をいただいております。

続きまして家庭向けの取り組みをご紹介します。

食品ロスを含むごみの削減を一体的に学ぶ教材を作成いたしまして、県内の全小学生に配布しています。また今年度は「with コロナ」の視点から「食品ロス・ごみ・エネルギー」の削減を一体的に啓発するためのリーフレットを作成しています。

こちらは家庭において食品ロス削減に取り組んでいただくため、昨年度小学生に配布した教材です。低学年用と高学年用の 2 種類を作成しております。こちらは 1 年生から 3 年生までの低学年向けのもので、こちらは 4 年生から 6 年生向けの教材となります。

平成 30 年度と令和元年度ですが、保育所・認定こども園等で幼児向けの学習会も開催しました。クイズやダンスなどで、楽しく食品ロス削減を学び、子どもを通じて家庭での取り組みを促進させることを目的としています。写真は保育所等での学習会の模様です。県のマスコットキャラクターの「キビタン」にも参加してもらっています。

これらの事業の他、県の消費生活センターの取り組みとして、定期的に発行しています消費生活情報誌「ふくしまくらしの情報」においても食品ロスについて特集し、消費者への啓発を行っています。

食品ロスに加えまして、エシカル消費などについても取り上げ、人や社会、地球環境、地域のことを考えて行動することがいかに大切かを啓発しています。

また、消費者に向けましては出前講座を行い、「消費期限・賞味期限と食品ロス」といったテーマを設け、幅広い啓発活動に取り組んでいます。

今後は消費者庁が作成されている食品ロス削減についてのパンフレットを、各消費者団体を通じまして県民の皆さんに広く PR する予定です。

以上をもちまして、福島県における食品ロス削減についてのご紹介を終わりにします。あ

りがとうございました。

生源寺：

どうもありがとうございました。品川市長も三浦さんも、消費者・飲食店を含めた事業者、双方に働きかけるといふ面があったかと思ひます。

それではそのうちの、消費者の組織というお立場から、田崎さんからお話をいただければありがたいです。宜しくお祈ひします。

田崎：

福島県消費者団体連絡協議会の田崎と申します。今回は、「食品ロス削減に向けて」ということでお話を致します。

まずはじめに、当団体の紹介を致します。私たちの団体では、年間の活動テーマを設けていますが、ここ数年は「エシカル消費で社会を変えよう！」ということて活動してきています。まず主な活動としては、アンケート調査・出前講座・食と放射能についての研修などがあります。このなかで出前講座のテーマとしては、エシカル消費・食品ロス・SDGsなどをテーマとして取り上げてきました。

SDGsのマーク、皆さん目にしていると思うのですが、このマークは私たちの生活にとって関わりのあるものばかりです。それを考えますと、このなかでSDGsの17の項目のなかで取り組みやすいのが12番目だと考えています。「つくる責任、つかう責任」です。これはつくる人もつかう人も暮らしが豊かになるということが根底にあります。大きな項目として消費者に関係あるのは「エシカル消費」の推進です。この「エシカル消費」は人や社会環境に配慮したものやサービスを選んで消費すること、もう1つはごみの減量です。食料を無駄にしない、プラスチックの消費を減らすというのが消費者に求められていると思ひます。

次ですが、この12番目の「つくる責任、つかう責任」は単独で成り立っているものではなく、これをすることによって他のいくつかの項目に波及しています。例えば、貧困をなくそうとか、人や国の不平等をなくそう、あるいは気候変動に具体的な対策を、ということて関連しているので、1つのことを実践することは色々なテーマに繋がっていきます。

このなかで食品ロス、これまでもお話にありましたが、家庭から出る食品ロスが全体の半分近くになっている、これは大変な問題だと思ひます。1日国民1人あたりの食品ロスは1日約132グラム、年間にすると48キログラム、すごい量だと思ひます。

そのために、私たちはこのようなテーマを勉強しまして、地域の皆さんに色々お話をしたり、啓発をして参りました。そのいくつかをご紹介したいと思ひます。

地域で開催している生活展や文化祭の様子です。後ろに見えますのはパネルなどです。あるいは前に置いてありますのは、色々な資料を置きまして、来館した方にお話しをしたり資料を差し上げて、和気あいあいとした、楽しい雰囲気でお話をしております。

次は「未来館フェスティバル」の様子です。このなかでも同じように啓発をしておりますが、ごみの削減として、私たちの住む福島県では1人が1日に出す家庭ごみが平成29年度では1,042グラム、平成30年度は1,020グラムになっています。これは全国平均の920グラムよりも多いということて、やはり私たち消費者1人1人が活動することがとても大事

だと思っています。

また次は、食品ロスについての最近のテーマとして、「エシカル消費」を皆さんにお知らせしています。「エシカル商品」をここに並べて、マークや、実際に品物を見ていただいたり、あるいはフェアトレードのチョコレートを食べていただいたり、身近にあることを知っていただいています。今回の食品ロスの啓発では消費者庁の冊子「計ってみよう！家庭での食品ロス」をお配りしました。この中のチェックシートは便利です。自分はどのタイプか分かります。そしてそれぞれのタイプごとにアドバイスもありますので実行しやすいものばかりです。

また、東北農政局との意見交換会が毎年開かれておりますが、今回はテーマの1つが食品ロスの削減でした。意見交換のなかで、私たちから参加した理事から「形が悪くても中身は変わらない、おいしい。だから安く売るのはどうなのか」という意見がありました。やはり生産者の生活が成り立つことも大事なので、その点も考える必要があるのではないかと思います。

次に、「ごみダイエット」「エコチャレンジ」というのを実施しておりますので、私たちもそれに毎年参加してきました。「ごみダイエット」は資源を大切にしておみを減らす食品ロスを減らす取り組みです。「エコチャレンジ」は電気の使用量を削減する取り組みです。このなかで、令和元年実践が多かった「ごみダイエット」の例を紹介したいと思います。①買い物をするとき、必要な分だけ買う、過剰包装は断り簡易包装にしてもらう、マイバックを持参する。②料理をするとき、まだ食べられるものを捨てない、これは食品ロス削減ですね。それから生ごみは水分を減らす。③買い物・料理以外では詰替えできる商品を利用する。外食するときは食べきれぬ分だけ注文する。④リサイクルする部門では、決まりを守って資源物を分別する。資源物をきれいに洗う。そして生ごみは肥料に、我が家ではコンポストを利用しています。

最後になりますが、食品ロス削減に向けて「消費者がすべきこと・したいこと」です。まず食は生きるために大切です。そのため、毎日資源を大切に作る行動と、意識をもつことが求められています。また、福島県は四季折々の素晴らしい風景、そして豊富な食材があります。地産地消で生産者の応援と食品ロスを減らすことが消費者に求められています。また持続可能な開発目標達成のためには、身近な買い物からできることを実践しておりますが、これからも実践していきたいと思っております。ありがとうございました。

生源寺：

どうもありがとうございました。非常に多彩な取り組みを行われていることに感心致しました。それでは次に今度は食品を提供・販売する立場から、リオン・ドールコーポレーションの山口さんからお話をお願いいたします。

山口：

リオン・ドールコーポレーションからはAIによる需要予測を使用した自動発注の導入についてご説明させていただきます。宜しくお願いいたします。

まず簡単に会社の概要を説明していきたいと思っております。株式会社リオン・ドールコーポレーションと申しまして、本社は福島県の会津若松市にあります。食品スーパーマーケットを

運営している会社です。従業員数は約 3,400 名前後、売上高はグループ会社も含めまして 630 億円という会社になっております。

続きまして出展しているエリアになります。まず福島県に 41 店舗展開しております。新潟県には 13 店舗、栃木県には 8 店舗、今現在で福島・新潟・栃木県に 62 店舗展開させていただいております。

では、本題の AI 導入の背景と目的についてご説明させていただきます。皆様もご存じのように、少子高齢化であるとか、人口減少ということ踏まえ、我々も昨今の人で不足に対応するために昨年 2019 年から自動発注の導入を進めて参りました。そのなかで最も気象と件、お天気であるとか気温の影響を受けやすいもの、日配品というのがあります。牛乳やお豆腐といったものですね。これらは既存の需要予測のしかたではデータ項目が足りておらず、どうしてもロスになってしまったり、欠品・品切れし、お客様にご迷惑をおかけすることがありました。そこで AI による需要予測を行うことで発注数を算出する仕組みを開発しました。これを 2020 年 2 月から試験店舗で導入を始めており、今年の 7 月から全店で導入しています。導入にあたりましては、リオン・ドールの基幹システムのメーカーである NEC 様のご協力をいただき、既存データによる実証実験を行ったうえで、システム開発を進めていただきました。

続きまして、AI 需要予測発注の仕組みについて、簡単にご説明させていただきます。過去の実績や気象情報、特売、よくスーパーのチラシの日替わり品であったりですね、特売情報をもとに店舗の客数と商品の販売数の予測をまず AI で行います。次に前日までの販売実績と商品仕入れ情報をもとに商品ごとの在庫数を算出します。販売予測数と合わせて次回発注数を算出していきます。最後に販売実績と AI による販売予測の差異が発生する場合があります。その際に、予測精度が悪いと AI が判断した場合には、最近の販売実績データを使って、また新たに再度学習をしていく。これによって販売予測精度維持と向上を実現しています。

実際にどうだったかですが、導入後の実績推移です。昨年、導入前の 2019 年と比較しております。今年は新型コロナなどもありましたので、外食から中食であるとか、内食であるというところに需要がシフトしたということもありますので、あえて 7 月から 9 月、一番数字的影響が少なかったのではないかと思います。そのなかで見えていきますと売上額は前年対比で 100.9%と、前年並みを維持させていただきました。廃棄金額におきましては、前年の 51.6%と、約半分くらいまで廃棄商品ロスを減らすことができました。それに合わせて在庫金額も在庫の回転が良くなったので前年の金額の 80%と、結果的にロスが減って、企業としての利益に結び付いたという形になっています。AI が実際に需要予測する商品につきまして日配品と申し上げましたが、納豆・お豆腐・漬物・喜多方ラーメンであるとか、夏ですと冷やし中華が雨ですと売れ残ってしまうんです。次の日晴れると全部なくなってしまったりするんですね。なので、そういった予測もしっかり取り入れていながら、チーズ・デザート・ヨーグルトなどを対象に行っております。

数値と現在の店舗状況に関して言いますと、売り上げを維持した状態で商品廃棄の半減と在庫 2 割を削減できたことが 1 つ。売り場は欠品、品切れが起こる場合もありますので人手での修正は行っています。これはこういったものかと言いますと、例えばこれから迎える年末年始とかです。当然去年と比べていきますが、去年の年末年始にコロナウイルスがあっ

たかといえは無かったので、変わった結果が出てきてしまいますし、去年台風 19 号の影響もありまして、例えば同じエリアで出店している他社様のスーパーが、台風の影響で閉まってしまったという事がありました。となると、当然我々の売り上げは上がっています。それをもとに、AI が前年実績だけで発注をしてしまうと、当然今年も売れると思ってたくさんの商品が入ってきてしまいます。そういったこともあるので、現状では人手での修正も行っているところです。

商品数としては、リオン・ドールの大きなお店でだいたい 1 万 5 千くらいのアイテム数、小さなお店で今は 9,000 から 1 万くらいのアイテム数がありますが、そのうちの約 3 分の 1 にあたる 3,000 アイテムの発注を、AI の自動発注で行っています。日々の業務として、当然発注にかかる時間、うちの社員・パートさん含めて 30 分で発注を終える方もいらっしゃいます。ただ、3 時間超えてしまう方もいらっしゃいます。これが AI によって短縮されました。ではそれって人手がいなくなるの？というわけではなく、逆に AI やコンピューターではできないところ、例えば先ほどもございました、福島県は四季明瞭ですので、それぞれの四季に応じた地産地消の考え方ですね。一番旬のものを、やはりお客様に味わっていただきたいと思っていますので、そのための売り場作りであったり、その情報の発信、そういったところに人の手をかけて。AI が得意な部分は AI に、人間が得意な部分は人間がしっかりやっていくことで、お客様の今まで以上のニーズにお応えしていく形で進めて参ります。

簡単ではありますが、リオン・ドールの取り組みは以上になります。ありがとうございました。

生源寺：

どうもありがとうございました。具体的なデータをお示しいただき、かつ AI に完全に依存するわけではない、人の判断も必要だという、非常に説得的なお話をいただいたと思います。

それでは消費あるいは、事業者からのお話があったわけですが、次に全国おいしい食べきり運動ネットワークということで、色々な動きを掌握されていると思います。崎田さんからお話をいただければありがたいと思います。宜しく願いいたします。

崎田：

宜しく願いします。私からはおいしい食べきり運動を全国に広げようという運動に関してお話をしたいと思います。

表紙を少し見ていただければと思いますが全国には自然の恵みが本当にたくさんあります。素晴らしい食材、そしておいしい料理法。この郡山にも、鯉の料理とか、福島市に伺うといつも円盤餃子を食べて帰るとかですね。いろいろな特産品があります。こういうものを、全国各地の皆さんが自らおいしい食材を適量、しっかり食べきっていくという、こういうことを広げていきたいと思いますという運動です。「全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会」と申します。宜しく願いいたします。

実はですね、自治体の協議会なんですね。全国の 47 の都道府県すべてと、380 市区町村が参加いただいています。福島県も郡山市さんも参加いただいています。今日は直接発表伺

えて嬉しかったです。ありがとうございます。自治体がしっかりと情報を共有することが素晴らしいのではないかという提案が福井県からありまして協議会を設立し、いま全国事務局を福井県が担ってくれています。全国の自治体の皆さんの協議会ですので、ホームページを立ち上げてそこで情報共有するということを大事にしているんですが、実際に減らしてくださるのは地域の事業者さんや消費者の皆さんです。ですから、そういう方たちをどういうふうに繋いだら良いかという、そういう施策とかやり方を皆で知恵を交換するということを熱心にやっております。

その情報発信や共有の具体例をお話したいと思うのですが、施策バンクということで、様々な取り組みを共有しているんですが、その中で全国の自治体が最近とても関心をもっておられるのが、「おいしい食べきり運動」の登録をしていただくお店をきちんとリストアップするという、食べきり協力店店舗登録制度。呼び方は自治体によって個性豊かなんですけども、福島県は先ほどお話があったように、「食べ残しゼロ協力店」というような呼びかけをしておられます。熱心なお店をリストアップし、地域で公開し、消費者の方にぜひ食事に行くなら、買い物に行くなら、そのお店に行ってくださいと呼びかける。そういうような繋ぎ手の役割をやらうとしております。そういう中で、具体的にどんな呼びかけをしているかというのを見ていただければと思うのですが、最近は小食、シニアの方も増えています。食べ残しをしないように、自分の食べられるものを注文するというのも大切ですので、小盛り、-halfサイズのメニューというのを増やしていただくように外食店にお願いをしたり、持ち帰りパックというのをできるだけ用意していただくような、そういうことをお店にお願いをしています。

こういうような様々な取り組みを、「食品ロス削減好事例集」というようなものを今、農林水産省のご協力で作っていますし、あと消費者庁のホームページにはですね、食べきりレシピを公開していくような場がありますので、そこも活用させていただいて、皆で具体的なものを共有しています。それだけではなく、全国のキャンペーンを時期的にきちんとやっていこうと、家庭での「おいしい食べきり全国キャンペーン」は10月にやっているんですけども、まずはスーパーの皆さんに使いきりできるような食材の販売方法をとっていただいたり、消費者の皆さんにも呼び掛けるということをやっています。

また、年末年始は外食の「おいしい食べきりキャンペーン」ということで、外食店を中心に商工会議所などにもご協力いただいて、お店の方に情報をお届けするようなことを実施しています。

もちろん今は「with コロナ」ですから、こういうところをどういうふうに乗るか、皆さんで情報共有しながら考えていきたいというふうに思っています。

今後に向けての取り組みですが、私たちのネットワーク、これまで全国大会というのを実施してきました。2017年は松本市で、そして2018年京都市で、2019年は徳島県徳島市で実施しました。こういうふうですね、全国の皆さんの取り組みを盛り上げていくんですが、今年度はコロナのために少し遅らせましたけれども、12月に富山県で開催しようと予定しています。特にですね、富山県は食品ロスの事業者の削減とか、そういうことも非常に関心が高く、3分の1ルールを見直すと熱心ですので、色々な情報共有ができると思います。

それだけではなく、全国にたくさん色々なお店があります。自治体の方と連携していただくことが大事ですので、いま全国規模のお店と共同宣言というのを実施しています。その共

同宣言を全国協議会の方で本社と連携をする、そして全国の自治体と地域の支店とが協力しやすいようにする、というような流れを作っています。

このような様々な動きを通して協議会としては将来に向けて、事業者さん、消費者団体、消費者の方、そして自治体が連携しながらですね、皆で連携しながら、日本が2030年度の目標にしている、2000年度比食品ロスを半減するというこの目標を、一緒に実現する。そういうことに貢献していきたいと思って取り組みを広げています。皆さんで全国に広げていきたいなと思っています。宜しくお願いいたします。

生源寺：

どうもありがとうございました。先駆的な取り組みをご紹介いただくことで、それが更に広がっていくという、こういう良い循環が作り出される。こんなことを語られたかと思いません。

以上ですね、5人のパネリストにお話しをいただきました。それぞれですね、非常に豊富な内容をお話いただいております、私も必ずしも消化しきれないような所もあるんですけども。これからは意見交換の場として進め参りたいと思います。

まず品川市長に伺いたいんですけども、今、消費者の立場、それから事業者の立場から、リオン・ドールさんのお話などあったわけですが、こういったお話を受けて印象付けられたことなり、これはもう少し取り組んでみてはどうかなどあれば、お話しいただければと思います。

品川：

山口さん、田崎さん、崎田さんのお話を伺いまして、去年か一昨年、ノーベル経済学賞で「ナッジ」という学問で賞を受けられていました。まさにお三方の活動は、「ナッジ」のかなと、こうすると良いことありますよという話でした。しかしそれは、何か良いことをするというのではなく、ものすごい危機感に裏付けられた活動ではないかとそんな風な印象を受けました。

つい最近の新聞記事にこんなものがありました。エマニュエル・トッドさんという文明論者でございますが、『いま持つべき目的は何か素晴らしいことをしようというのではなく、ひどすぎる状態を避けることです。』我々は先日、国会において気候非常事態宣言の決議がなされました。すでにSDGsメディアコンパクトという、メディアの世界の皆さんも並々ならぬ期間で様々な活動をしています。私たちはそういう事態のなかで様々な活動をしているんだということを、今日改めてお話を伺いながら感じました。

様々な課題がある一方で、食べ残し、食品ロスがありながら、そして飽食の時代と言われながら、「こども食堂」どうするんだと、その食材をどうやって確保するんだという問題があります。いま企業の皆さんがこども食堂に、素晴らしいプレゼントしていただいておりますが、果たしてそれだけで良いのだろうか。様々な課題、因果連関・因果応報ではありませんが、歴史をたどりますと高度成長のあと、無駄な制度とか公害問題が起きました。当時は企業の活動が問題視されました。しかし今は消費者なんですね。消費者の食生活、あるいは消費生活全体がみなされています。私たち消費者の一挙手一投足が地球温暖化にも繋がっている、あるいは廃棄物問題にもつながっている、そういう因果連関のなかで食品ロスの

問題も考えなければいけないと、皆様の発表を受けて感じた次第です。

私ども行政の仕事は、「たかが1グラム、されど1グラム」なんだと。これが地球温暖化に繋がるか繋がらないかと。我々の子孫が2030年、SDGsの期限ですが、その時にサバイバルできる、サステナブルできる未来を子孫に残すことができるかどうかと、これに繋がっているという繋がりを、「されど1グラム、たかが1グラム」ではなくてですね、毎日の消費生活を振り返らなければならないと。その繋がりを、システムを皆様にお示しするのが、産学官の共通の課題と認識致しました。ありがとうございました。

生源寺：

ありがとうございました。大変格調の高いまとめをしていただいた気が致します。

同時に、これは食べ物ですから、毎日かつ人間全員の問題であるわけです。そのこととSDGsという、SDGsのなかでも「プラネット」という表現で、地球全体の問題だと提示しているわけです。地球社会の問題と1人1人の毎日の問題の繋がりという意味では、今のご指摘は非常に納得感のあるものでした。この点に、田崎さんのお話が消費者としての行動とSDGsなり、地球全体の環境問題、資源問題に繋ぐようなお話があったわけですが、もう一言ございますでしょうか。

田崎：

やはり「エシカル消費」という考えがとても大事になってくると思います。お店に行ったときに洋服であるとか食材とか並んでいますが、そこに来るときの過程を少し想像してみる、どこで誰がどのように作ったのか。この価格は適正なのか。ということも踏まえて、考えるべきじゃないかと思っております。もう1つの考えは「もったいない」ということです。全部食べきるとか、それから洋服でも余計なものをついつい買い過ぎますけれども、そういったものを買う時に少し立ち止まって、考えてみる。これが本当に必要なのかどうかということです。

食品ロスをなくすということは、私たちの生活にとっては、お金を大事に使うということに繋がると思っています。食品ロスをなくすことによって、家計は少し潤ってきます。そのお金を別なところに有意義に使うということも大事になるので、この辺も踏まえながら私たちは買い物をするときに、良く考えていきたいと思えます。

生源寺：

ありがとうございました。

三浦さんにもちょっと伺いたいんですけども、「食べ残しゼロ協力店」の取り組みとか、ドギーバッグのお話、かなり成果が上がっているかと思うんですけども、同時に切り口が違うんですが、小学生・中学生・幼児、こども大変重要な働きかけの部分というお話ありました。もう少し付け加えあれば、お伺いしたいと思えますがいかがでしょうか。

三浦：

まず、幼稚園とか、こども園の子どもさんを対象にするということは、子ども発信の情報が家庭のなかで強い発信力を持つのかなというのがあります。幼稚園児、小学生のころから

食品ロス削減の重要性。先ほどの話にもありましたが、地球を大切に保っていくには、私たち1人1人がどのような行動をするのかというのを頭に入れていただいて、それを大人も通じて発信・実践していただければと考えております。

持ち帰り容器につきましては、今までですとプラスチックの容器に入れるというのがあったかと思いますが、今回は紙ベースで作っております。油などが漏れないような仕組みとしております。これはデザインの的にも凝っておりますので、お店、お客さんからも、かなり好評を得ているということです。このドギーバッグというのは、日本ではなかなか普及してこなかったとお聞きしていますが、今後食品ロスというのが国民的なムーブメントになる可能性もあると思いますので、その際には重要な役割を果たしてくれるかと、県として考えているところです。

生源寺：

ありがとうございました。

それでは崎田さんに伺いたいんですが、郡山市も福島県も参加しているという話にもありましたが、色々な取り組みをご覧になっているなかで、今日のリオン・ドールコーポレーションさんの食料を供給する側の取り組みについての話があったわけですが、崎田さんなりに感想なりあればお話しいただければと思います。

崎田：

今日お話しを伺いまして、リオン・ドールさん本当に熱心にやっておられるなと思いました。AI活用とか様々な工夫をされて、ロスを少なくする。素晴らしと思います。

もう1つお願いをするなら、ぜひそういう取り組みを、消費者団体の方と共有をして、一緒に取り組んでいただくような流れを作っていただくと嬉しいなと思います。先ほど消費者団体のお話にありましたように、消費者団体の皆様「エシカル消費」をすごく熱心にやっておられます。自分達の行動がどうという風になると、お店の方にとっても良いのか共有できると良いなと思います。例えば夕方欠品することがあっても、これだけの努力をしておられるということが分かれば、消費者の皆様も納得していただけるし、例えば前の方からしっかり取っていただければ、お店の方も楽になる。なぜかという奥の方から消費者はよく取りますけれども、消費期限ができるだけ長いものをとろうとしますが、すぐに食べるものであれば、前からちゃんと取っていけばいい。そうしないと、その間のものは売れなくなってしまふ。そういうお店の方の想いをちゃんと伝えていただきながら、一緒になって食品ロス削減に取り組んでいただければありがたいと思いました。

生源寺：

ありがとうございました。

実は私も福島県に単身赴任なものですから、かなり頻繁に量販店を利用しております、今日のお話私にとっても印象的でありました。今の崎田さんのお話について山口さんいかがでしょうか。

山口：

我々はやっぱり、リデュースといいますか、発生抑制をしていかないといけないというのが1つあるんですけども、どうしても出てきてしまう時もありますので、今後の我々としてはゴミで終わらせるのではなくて、ゴミを資源に変えていくという考え方で、リサイクルであったり、我々が取り組んでいるのは肥料化を行っています。

肥料をつくったものを農家さんに使っていただいて、それで農家さんのつくった出来立て野菜を店頭で販売してもらっています。飼料化というところまではできていなくて、せっかくですので飼料化というのも進めていくなかで、その飼料を食べた牛からとれた牛乳、その飼料を食べた豚をお店で販売していったりということができると、地元の生産者さんの活性化にも繋がっていますし、我々地元のローカルスーパーとしてやらせていただいておりますが、ぜひ単体ではなくて地域と一体となって進めていければもっと食品ロスも含めてサステナブルな世界というのに貢献できるのかなと思って、日々努めて参ります。

生源寺：

ありがとうございました。

私もフードチェーンという言葉をつかってお話することもあるんですが、つまり材料、それから加工、流通、あるいは外食という、そこで廃棄されない残ったものを、そのチェーンの中で活用するといったことも含めフードチェーンという考え方が必要かなと、今のお話を伺って思った次第です。

それでは、ここが乗り越えられないというような問題なりが、もしあれば品川市長、三浦さんご発言いただければと思います。

品川：

私自身は食品ロス出さないために、出たメニューは全部食べる。そのために体重制限はコントロールができていないんですが、この食品ロスの問題というのは一国でやってもだめなんですね。温暖化まで考えますと、すべての国でこの問題取り組まないと、我々の目的達成できません。

したがってこの食品ロスの問題は温暖化と繋がって、全地球的な危機な問題なんだということを、システムリスクの問題ということで、生源寺先生、そういう因果関連図を描いて、食品ロス関連表を世界中の学会で研究していただきたい。あるいは国連でも WHO でも研究するように、先生から発信していただくことをお願い致しまして、今日参加し発言させていただいた、感謝の言葉と致します。ありがとうございました。

生源寺：

大変重い課題を投げかけられまして、ありがとうございます。その他、三浦さん。ここを何とか乗り越えたいということございますか。

三浦：

食品ロスについては、全体量は600万トン以上あるというようなデータがあるんですが、実は例えば県内の市町村でどれだけあるかというのは、まだ十分わかっていない状況です。県としては実態調査を行い、どういった際に、どれくらいの食品ロスが出ているのかといっ

た調査を行いながら、各市町村にデータを提供しながら、一体となって考え、色んな施策を打っていきたいと考えております。

生源寺：

どうもありがとうございました。まだ色々とお話になりたいことがあるかと思えますけれども、最後にそれぞれ今日の内容を踏まえて、今後の課題、あるいは未来像について一言ずついただきたいと思えます。

最初のプレゼンの順番とは逆に、崎田さんからお願いして宜しいでしょうか。それでは崎田さんから宜しくお願いします。

崎田：

ありがとうございます。今日のお話の中で郡山市も実際の食品ロスがどういう状況かと調査されたり、県の方もやっておられたりします。やはり現状がどうなのか、しっかり様々なところで把握して、取り組んだ効果もどれくらい出ているのか、そういうことを皆で見える化し、喜びあえるような流れで、皆さん取り組んでいただけたら本当に嬉しいなと思えます。今日はありがとうございました。

生源寺：

ありがとうございました。それでは山口さんいかがでしょうか。

山口：

我々としては、いまのAIがこれで完成しているわけではありませんので、より精度を上げていくことで食品ロスを減らしていきたいと。あとは我々、食品事業に関わっている者としては、食べきり運動ではございませんけども、やっぱり食に関わる身として例えば「いただきます」「ごちそうさま」。食べ物を食べるということは、命をいただくことだと思っておりますので、それによって感謝、そういったこともしっかりと、皆様と一緒に発信していけるように努めて参りますので宜しくお願いいたします。

生源寺：

ありがとうございます。それでは田崎さんいかがでしょうか。

田崎：

やはり福島県は食材が豊富で、旬のものがたくさんあると思えます。そういう旬なものというのは、新鮮でおいしくて安いですね。ですから、そういったものを活用する、地産地消を進めていくという考えも、とても大事になってきます。

また、高齢化社会で一人暮らしの方もいらっしゃるの、お互い様ということも含め、ちょっと作り過ぎたなと思ったら、地域の方とおすそ分けをするということも必要なのではないかなと感じております。以上です。

生源寺：

ありがとうございました。三浦さんいかがでしょうか。

三浦：

食品ロスだけでなく、ごみ全般につきまして福島県は非常に多いという状況にあります。これは例えば食品ロスを本気で削減しようと思えば、ライフスタイルの見直し、どのように今後生きていくのかまで考える必要があるかと考えております。ですので、行政・事業者側が本格的に取り組んでいただくのはもちろんとして、消費者である我々も本気になって今一度考えていきたいなと、考えております。

生源寺：

ありがとうございます。市長いかがでしょうか。

品川：

私、危機感ばかり申し上げましたが、ささやかでありながら大きな成長を考えられるのがバイオマスですね。バイオマス技術というのが、どうしても出ざる得なかった食品ロスも、また見事に生命としてよみがえるという可能性が、様々な分野で研究されています。皆様とともに、バイオマスの研究、そしてその成果が上がることをお祈りしたいと思います。生源寺先生もバイオマス研究にご指導いただきたいと思います。

生源寺：

皆様方から色々なご指摘をいただきまして、本当にありがとうございました。私としても非常に密度の高いディスカッションだったと思っています。たまにこのような司会をすることもありますが、今日の中身の濃さはトップクラスという気がしました。

食品ロスの取り組みという意味で、色んな広がり、切り口があるということを教えられました。1つは消費者の問題だと言われがちですけれども、提供・供給する側の問題でもあるということです。実は途上国のレベルになりますと、生産をして、それを貯蔵するインフラがないことによって、ロスが生じているという部分もあります。こういう国際的なことも含めたフードチェーンのなかでの、またそれぞれの地域なり、国の特性を反映した問題、これにどう取り組んでいくかという問題があるんですね。

これとも絡みますけど、すでに今日ご指摘いただきました食の問題は毎日の問題で、人間全員の問題であるというわけです。同時に環境の問題、あるいは資源の問題とも関わってくるわけです。実は農業生産も、分野によりますが地球温暖化のガスを排出している部分もあるわけです。食品のロスは、温暖化というネガティブな部分を伴いながら、何とか食べ物を作りだしてきた。それを捨ててしまうという性質を持っていると思います。

もう1つは今日、小学生・中学生・あるいは幼児という話がありました。世代を超えた繋がりの中で考えていくという、これも非常に大事な点であるご指摘いただいたと思います。こういったディスカッション、今日は消費の立場、あるいは事業者の立場、県・市の立場、いろいろな切り口からお話をいただいたことで、学ぶべき点が非常に多かったように思います。

これはある意味では、始まりのディスカッションと言って良いかと思っています。今後も

こういった議論は、深まり、広がっていくことを心から祈念申し上げて、私から最後の取りまとめのご挨拶にかえさせていただきたいと思えます。パネリストの皆様、どうも本日はありがとうございました。今後とも宜しく願ひいたします。

司会：

皆様ありがとうございました。

それぞれの立場からの具体的な取り組み、そして思いを語っていただきました。私自身も本当に、色々な気づきがこのパネルディスカッションの中でありました。私たちにできること、あるいはすでに始まっている取り組みをうまく活用しながら、食品ロスの削減に向けて今日から一緒にできることがありそうです。

ここまで第2部のパネルディスカッションでした。生源寺さん、そしてパネリストの皆さん、本当にどうもありがとうございました。

生源寺、品川、三浦、田崎、山口、崎田：

ありがとうございました。

司会：

本日は、「みんなで知ろう！取り組もう！食品ロス削減」と題して、インターネット配信による消費者庁ライブシンポジウムをお送りしています。

ここで福島県の紹介動画をご覧くださいませ。どうぞ。

司会：

ここからは、第3部の講演です。

第3部では、先程パネルディスカッションにもご参加いただきました、全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会 会長、崎田裕子さんに、「地域で食品ロス削減を進めるためには」と題してご講演いただきます。

それでは、崎田さん、よろしく願ひします。

#### 4. 第3部講演②

崎田：

私のほうから「地域で食品ロス削減を進めるためには」ということでお話をしていきたいというふうに思ひます。

表紙のパワーポイントを見ていただければと思ひます。子供たちが本当に楽しくお食事をしてありますが、こういう風にみんなでおいしく食べるとなると嬉しいんだらう、そういうような気持ちを伝えていくこと、それが食育の中ではとっても大事なことですという風に思ひます。

これは松本市の職員の方と地域の保育園、幼稚園の先生方が一緒に開発した食育のため

の紙芝居の表紙なんです。このように全国では様々な取り組みが進んでいます。

こういうようなお話をですね、これからできるだけしていきたいと思えますけれども、そういう話を通して、なぜ今これがこんなに課題になっているのか、そして自分たちは何ができるのか、そんなことを考えるきっかけにさせていただければありがたいという風に思えます。

私は先ほどパネルディスカッションでは協議会の会長としてお話をしましたけれども、もう少し広げた取り組みとして、お話していきたいという風に思えます。

今の世界の人口を考えてみると、実はですね日本は少子高齢化ということが課題となっていますが、世界的には人口がまだまだ増加中ということで、今だいたい77億人ぐらいと言われておりますが、2050年には100億人近くになるんじゃないかと言われております。その時にはそれに対応するだけの食料も必要ということで、私たちはこの食品ロス、食品廃棄物の問題、もっともっと真剣に考えていくことが大事なんではないかという風に思っています。

世界の状況なんですけど、やはりもったいないという風な状況になっています。世界的に食料がですね、年間に約40億トン生産されていると言われておりますが、そのうちの3分の1にあたる13億トンが食品廃棄物になっていると言われております。世界では栄養不足に困っている人たちが、8億人以上いるという風に言われております。これはですね世界人口の9人に1人ぐらいと言われておりますが、こういう現実を考えていくということが世界的にもどんどん課題になってきているわけです。

では世界の状況をもう少し詳しく見ていきます。そうすると2011年に国連機関が発表した表なんですけど、この表を見ていただければ世界の地域ごとに、食品廃棄物、食品ロスの発生量のグラフなんですけれども、左から3番目、これが、日本が加わっているアジアという分野なんですけれども、見ていただくとかなり多い。特に上のほうの赤くなっているところですね、消費段階という風に書いてありますが、これは消費者だけではなく、外食とかお店とかそういうところも入っています。このようにですね、世界的な課題として明確に言われております。特に先進国の一員として、こういう問題に本当に真剣に取り組んでいくことが大事になっているという風に思っております。

これを世界的に明確に課題視したのが2015年、国連が発表したSDGsなんですけれども、これのNo.12「つくる責任、つかう責任」ということで、その中のですね、12の3番というところに明確に位置付けられました。世界の食品廃棄物を2030年までに2000年比、半減させ、全部の過程での食品ロスも減らしていこうという、そういうことが世界的な目標として明確に位置付けられたということです。

では、日本はどうかというところが問題なわけなんですけれども、実は日本の食料のうち、世界と同じように3分の1にあたる2,550万トンが食品廃棄物になっていると言われております。この食品廃棄物、「あんなだ世界と同じくらいじゃないか」というふうに思う方もいるかもしれませんが、日本の状況を考えてください。日本の食料自給率は今38%と言われております。残りの62%は外国で生産されている。外国の水を使い労働力も使って、そして肥料とか飼料とかそういうことも使いわざわざエネルギーをかけて日本に運んでくる、そこからCO<sub>2</sub>もたくさん出している。温暖化ですね、そういうところにも全部つながってくる話なわけなんです。

こうした日本の食品廃棄物の内の 612 万トン、だいたい4分の1ぐらいなんですけれども、これが食品ロスになっている、食べられるのに捨てられているという風に言われています。

国連機関が世界の食糧支援をするときに年間 390 万トンという数字がありますが、この数字の 1.5 倍~1.6 倍の量の食品ロスを日本で毎年出しているということなんです。私たちももっともっと関心を持っていきたいなという風に思いますが、それを具体的に見ていただきたいと思いますが、その発生のグラフです。わかりやすいと思いますので今日はお見せしますけれども上のほうに食品廃棄物のうちの約4分の1がロスになっているという表があります。下のほうですね、ではどういう分野からかという風に出ているか見ていただくと、食品メーカーは廃棄物が多いけれどもロスは少ない。真ん中のほうの卸、小売り、外食、こういうところのロスは、4割5割6割と非常に多いということです。そして一番右側の私たち消費者も、35.6%ということで、私たちそして身近な外食、小売、こういうところで真剣に考えていくことが今問われているわけです。

これをグラフでロスだけまとめているのが次のパワーポイントですが、全体的にロスになっているのは、家庭系と事業系でほぼ同じくらいというのがお分かりいただけるのではないかなと思います。

この全体を国民の人口と、日にち(365日)で割ると1人1日132グラム、このくらいのまだ食べられるのに捨てられている、ロスが出ているという、132グラムというのはどのくらいかっていうと、小ぶりのお茶碗に軽く1杯という感じです。それならば、ちょっと工夫すれば減らせるんじゃないか、そんな風に思ってください方は、ぜひ一緒にやってみればなという風に思います。

今、日本の目標値というのは、昨年2019年の10月に「食品ロス削減推進法」ができて、そこで2030年度には2000年度の排出量に比べて食品ロスを半減しようという風に国の目標ができました。これを担保するのは、家庭系は循環基本計画、事業系は食品リサイクル法、こういうところで同じように2030年度は2000年度に比べて半減しようということが明確に位置付けられているということです。

10月は「食品ロス削減月間」、10月30日は「食品ロス削減の日」ということで、みんなで大事に思い出して行動に移そうというそういう大きな流れが出てきたということです。

さて、では家庭の食品ロスをどう減らすかということですが、今132グラムというお話をしました。郡山の皆さんが非常に好きな食品、お料理として、郡山のグリーンカレーというのがあるというふうに伺いました。こういう風に見ていただくと、だいたいこのカレーのご飯の約半分くらいじゃないかなと思います。このくらいの量なので、みんなでしっかりと食べきる、そういうところを積み重ねていけばきっとできるんじゃないか、という風に思っていたいただければ嬉しいなと思います。

では、家庭とか事業者さん、どんなことができるかという、表が次のパワーポイントなんですけど、見ていただくと細かく書いてあってどんな事をしていいのかっていうことが、もうここ10年ぐらい、多くの方たちの検討の中でアイデアは出てきています。

ただしそれを、どういうふうに効果が上がるように実践するか、そこが中々難しい、そして消費者だけではなく事業者さん、いろんな皆さんと連携しながら相乗効果を出すということが課題になってきていると思っています。

では家庭系の食品ロス、少し具体的に見ていきたいと思いますが、福井県で2年ほど前に環境省の委託事業で細かい調査が実施されました。それを見ていただくと、家庭系の、家庭で出る可燃ごみの中の約40%は生ごみであると、その生ごみ40%とありますがその生ごみの約3分の1、これは世界とかの日本の全体量、全体の平均値と同じだというふうに思っていたかと思うんですが、生ごみの3分の1ぐらいは食品ロスということで、ちょうど、手付かず食品と料理済みのお食事の食べ残しをしている、この2つが大きな要因という風にされています。

その時の調査をもう少し詳しく見ていきます。そうすると家庭系の食品ロスの原因と対策がかなり詳しく見えてくるんですけども、ロスの主なものとして手付かず食品としては賞味期限切れということで、豆腐とか納豆、もち、粉類、この粉類が意外に多くて、てんぷら粉とか、お好み焼き粉、小麦粉、いろいろありますけれども、そういうものが多かった。そして、その他の食材としてはお野菜とか果物、近所の家庭菜園でのいただき物っていうのもある地域なのでそういうのも多いんですけども、かなりお野菜とかが多かった。そして食べ残しは主食類、ごはん、スパゲッティ、パン、こういうものがかなり多かったというものが出てきています。

そこでポイントとしては、右のほうに書いてありますが、食品の使いきり、そのためには冷蔵庫の管理を徹底する。買い置き食材の賞味期限をちゃんとチェックをする。粉類を使いきる。野菜も活用するというのがポイントなわけですが、私も色んなところに行きますと、一週間に一回は家族でお鍋をしましょう、で色んなお野菜を入れて食べたらどうですか。あるいは夏場だったらお好み焼きに野菜を細かくして入れるですとか、そういう風になると食品ロスってなくなっていくのではないかなと思います。料理の食べきりというところも主食が多いということを考えれば、朝家族が出かける時に、その日夕飯を作る人が「今日は夕飯時に何人帰ってくるかな？」とちゃんと聞いて、お家で食べる人数を把握するとか、そういう一つ一つが大きな影響・効果が出てくるんじゃないかなと思います。そして残ってしまったら冷凍するとか、次の日リメイクすることも良いのではないかなと思います。

次のページにこの調査をした福井県が、地域の方に配っている啓発パンフレットですが、いまお話した項目がほぼ8つ。7つとプラス、外食したときには食べきってくださいと入っていますが、ぜひ見ていただければありがたいと思います。

こういう調査をして基本になるところは賞味期限・消費期限、その辺のことをしっかり理解していただくことが、大変重要だということが見えてきました。消費期限はできるだけ日持ちのしないものですので、まずは出来るだけちゃんと、食べきっていただきたい。ただし賞味期限は「味わい期限」、最近はですね「おいしいめやす」という風に皆で呼びかけ始まっていますが、つい冷蔵庫に入れておいたり、備蓄で置いておいても、はっとみて期限が昨日一昨日きれていても、すぐに悪くなるわけではない。皆でちょっと味わいを考えて、料理を工夫するとかやっていたら良いのではないかなと思っています。

次のページのように、具体的に3つ例を挙げましたけども、これからどんどんやっていただきたいことを少しお話をしようと思います。冷蔵庫管理の徹底ということに関しては、何日に料理をしたとか、そういうこともちゃんと書いて貼って入れておいていただくと、楽しくできるのではないかなと思います。備蓄食品に関しては、ローリングストック、やはり災害も増えてきましたので、皆さん3・4日分は備蓄している方が増えていると思います。そう

いうところをしっかりと、早めに少しいただきながら買い足していく習慣をつけると良いのではないかと思います。どうしても家で食べないな、でもまだおいしくいただけるのに、というものは近所で持ち寄るとか、自治体の方の呼びかけで持ち寄って、福祉の方に寄付をすとか、色々地域で使っていただければ嬉しいと思っています。

このような取り組み、家庭だけではなくて、お買い物に行った時の小売店でも実施していただければ嬉しいなと思います。小分けしたものをきちんと選ぶとか、夕方になると少しお安くなっている食材というのがあります。こういうのが社会貢献ということで、「エシカル消費」の1つですので、お安くなっているのをニコニコちゃんと食べて、買っていただくとか、そういう色んなことを取り組んでいただければ、お店での食品ロスも減ってくるのではなかと思います。

こういう流れで、事業者さんの食品ロスを減らすことも、私たちの暮らしに非常に密接に関係があるので、しっかりお話をしたいと思うのですが、外食事業者さんの食品ロスをどうやって減らすかというところなんです。今度12月に富山県で全国大会を開催致しますけれども、富山県は事業者さんの3分の1ルールを地域全体で考えて、2分の1ルールに変えていこうとか、そういう取り組みが広がっていますので、様々な共有ができるのではないかなと思っています。あと、外食店の食品ロスをどう減らすかということも、実は消費者に非常に関係してくるということでお話をしたいと思います。

次のページはデニーズさん。皆さんの近所にもあるかと思うんですけども、実は天候の予測とか、これまでの予測で、食材の調達をできるだけロスを少なくする工夫は、どんどん進んでいるんですね。ところがお話を伺うと、お客様が食べ残しをされる、これが実はお店での食品ロスの半分近くになっている、そういうようなお話もあるので。ただしですね、お店の方からなかなか「残さないでください。」とは言えない。ということで、地域が食べきり協力店の登録をするような、そういう制度をとっている自治体増えてきていますので、そういうところに登録をして、自治体の呼びかけというような視点で、自分たちも協力していますということで、できるだけしっかり食べきってください、というお話をしていると伺っています。このような食べきり協力店登録制度というのは、全国の自治体に広がっているんですけども、京都市が実施している例など、出しておきましたが、地域によってどんな条件でお店に呼びかけているか色々ありますので、ぜひ自治体のホームページなど見ていただければありがたいと思います。

そして次のページの福井県の取り組みも、熱心なお店をホームページで皆さんにお知らせするだけではなくて、そのお店でお食事をしたときに、スタンプをもらってきていただくとプレゼントがありますというような、そういう促進のキャンペーンをすとか、色んな取り組みも広がってきています。

次のページにあるように、全国おいしい食べきり運動ネットワークというのは、自治体のネットワークなんですけれども、全国の地域のなかのお店と、消費者の皆さんに呼びかけながら、できるだけ地域から出る食品ロスを減らそうということで、取り組んでいる自治体のネットワークです。

次のページにあるのは、外食店のドギーバッグです。今、外食で残った料理は自己責任で持ち帰りましょうという呼びかけが始まっています。その時にどんな物で持ち帰ると良いかな、というのを環境省が先日コンテストをやったんですけども、ちょうど福島県も知

事賞というのを出しておられて、色々かわいいキャラクターが描いてあるドギーバッグを関心のある店に配るといふのをおっしゃるので、皆さん関心もっていただければ嬉しいなと思います。こういうふうには、できるだけ社会全体で食べ残しを減らしていこうという動きがありますが、いまコロナで新しい生活様式のなかで、皆でちょっとずつ工夫しているかなければならないということで、最近はお家に持って帰る、テイクアウトを推奨しているような、お店のリストを自治体が配るとか、今の状況に合わせて皆で少しずつ工夫をしているというのが最近の様子です。なお地域のなかで、小売店とか消費者の皆さん、色々ご自分たちでやれることをやっていたとしても、まだまだ残ってしまう。というのはたくさんある、というのが現実です。

そういう時に、フードバンクということで、しっかりとお店の方がまとめてフードバンクの皆さんに食材をお出しして、必要なところに持って行っていただくというような仕組みも、色々なところで育ってきています。特に最近はずいぶんフードバンクに運ばずに、直接子ども食堂のところに持って行くような、色々な取り組みも始まっていますので、皆さんの街でも工夫していただくとありがたいなと思います。

消費者・事業者・自治体の連携で、様々な取り組みを地域で広げていただければ嬉しいなという風に思っています。この最後のページは福井県で取り組んでいる写真なんですけれども、ホテルとかレストラン、小売店、そういうところでも関心をもっていただき、子ども達の食育のとして、色々な食品ロスの呼びかけも幼稚園で一生懸命やる、婦人団体がやる、こういうような輪が広がっていますので、食品ロス削減というのは街づくりとか、地域の皆の信頼関係づくりの、大事なポイントになっていくのではないかと思います。ぜひ皆さんの地域でも、自分の家で、そして地域で出来ることを広げていただければありがたいなと思っています。ぜひ頑張ってくださいと思います。ありがとうございました。

司会：

崎田さんありがとうございました。

いまのお話を伺ってしまして、食品ロス削減の問題に関しては世界にも目を向けていかなければならない。しかし世界に目を向ければ向けるほど、まずは足元から、自分のできることから食品ロスを削減していく、それが大事な一歩になるんだということを感じました。

あともう一つは、アンバランスの問題ですね。品川市長からも子ども食堂の話が出て参りましたが、本当に必要な人に、食品のロスをできるだけ減らして、どのように回していくことができるのか。今以上に回せるのか。そういったことを考えていくことも大事だと感じました。何より、この食品ロス削減の問題に関しては、こういった機会を通して色々情報を集め、そして関心を持ち続けることが一番大事なんだ、根本的なことなんだということを感じましたが、皆さんはいかがだったでしょうか。

本日は郡山市をメイン会場に「みんなで知ろう！取り組もう！食品ロス削減」というテーマで、東京都のお二方とも回線をつなぎお送りして参りました。

では最後に、消費者庁 審議官 日下部英紀より閉会の挨拶をさせていただきます。

5. 閉会挨拶

日下部：

本日は消費者庁のシンポジウムライブをご視聴いただき誠にありがとうございました。  
またご登壇の皆様におかれましてもお忙しいなかご出席賜りまして厚く御礼申し上げます。

本日のシンポジウム、大変貴重なご意見がたくさん出されました。食品への「リスペクト」とか、「感謝」、「もったいない」といったことは、大変多くの方がおっしゃられたかと思えます。他にも国際的な取り組みが必要であるとか、全員の問題であるとか、新しい技術を活用していくべきだとか、ご意見を賜りました。こういったご意見も今後の施策もできる限り反映して取り組んで参りたいと考えております。

また先日、昨年か一昨年くらいですね、徳島県と消費者庁が協力して行った調査では、家庭での食品ロスについて、実際に計測してみたら2割減ったと、で実際に取り組んだら4割減ったという調査もありました。もちろんアンケートに協力してくれる方ですから、それなりに高めの数字が出ているのかもしれませんが、そういったこともありましたので、1つそれをご参考にしていただければと思います。また、その時に何が食品ロスになるのかと聞いてみますと、やはり貰い物それか食べ残しそういったものが食品ロスにつながりやすいと、そういうような調査結果もありましたので簡単にご紹介させていただきます。

本日のシンポジウムのテーマ「みんなで知ろう！取り組もう！食品ロス削減」にもあります通り今後もご視聴の皆様と一緒に取り組みを進めて参ればと思いますので今後ともよろしく願い申し上げます。

本日はお忙しい中、大変ありがとうございました。

司会：

以上を持ちまして、本日の消費者庁ライブシンポジウムを終了いたします。  
ご視聴いただきましてありがとうございました。

以上