

「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29日(日)13:00~15:07
2. 場 所：株式会社テレビ神奈川
3. 登壇者：
消費者庁 審議官 坂田進
ごみ清掃芸人、マシンガンズ 滝沢秀一(VTR出演)
横浜国立大学教育学部 教授 松葉口玲子
横浜市資源循環局3R推進課 課長補佐 塩谷洋一
横浜メディアビジネス総合研究所 コーディネーター 五十嵐洋志
三菱食品株式会社 SCM 統括 統括オフィス 業務改善ユニットリーダー 吉田大吾
東京家政学院大学 学生 高原さくら
東京家政学院大学 学生 増田友香
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」坂田進
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 松葉口玲子
パネリスト 塩谷洋一/五十嵐洋志/吉田大吾/高原さくら/増田友香/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 坂田進

* 敬称略・順不同

司会：

この時間は「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ます。本日は、神奈川県横浜市から私、tvkアナウンサー瀬村奈月が、司会進行を務めさせていただきます。

皆さんどうぞ、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部としまして、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、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。

なお、本日は新型コロナウイルス感染症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 坂田進より消費者庁の施策について紹介します。

1. 開会挨拶及び施策説明

坂田：

消費者庁審議官の坂田でございます。

本日全国でご視聴いただいている皆様、消費者庁のシンポジウムにご来場いただき誠にありがとうございます。「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きます。

1ページ目をご覧くださいますと、右側でございますがイヤヤンのキャラクターデザインが載っておりますけれども、これは消費生活相談のイメージキャラクターでございます。消費者問題でお困りの方はぜひこの188にお電話をいただければ各地の消費生活センターにご相談いただけるようになっております。ぜひともご利用いただければと思います。それでは2ページ目に移らせていただきます。

消費者庁は、今から11年前の2009年に創設されまして、消費者保護の観点から消費者被害の防止、地方消費者行政の推進を行ってきたところでございます。それから、本日のテーマとも関係ございますが、消費者保護のみならず、賢い消費者を育成するために、消費者教育の推進にも力を入れてきたところでございます。消費者保護や消費者教育の推進は、ベースの活動であることには変わりありませんが、これからはデジタル化、災害などの緊急時の課題への対応や、持続可能な社会の構築に向けた、消費者と事業者のさらなる協働のための取り組みが重要となってきております。

具体的には、従来の消費者政策の主な対象は、配慮を要する消費者や悪質事業者といった一部に限られておりましたけれども、高齢化や成年年齢引き下げ、災害や今般の新型コロナウイルス感染症の発生、そして、社会のデジタル化の進展等の社会情勢の変化により、いわゆる一般的な消費者も、一時的に脆弱な状態に陥るリスクの増加が懸念され、消費者政策の対象は拡大してきていると言えると思います。

また、SDGs、持続可能な開発目標が2015年に国連サミットで採択されまして、日本でも取組が進められております。消費者庁は主に目標12の「つくる責任、つかう責任」を担っております。持続可能な社会の実現に向けた社会的課題を解決するためには、商品やサービ

スを提供する事業者の取組を促すと同時に、商品やサービスを選択する消費者の倫理的な行動を促すことが不可欠な状況となってきております。

こうした中で、今般の新型コロナウイルス感染症の拡大は、消費者の価値観や消費行動に変化をもたらしたと考えております。イベントの中止や飲食店の休業等により、食材が売れず、農業や漁業、畜産などの業種で経営不振となる事例も発生いたしましたけれども、こうした方々を応援する消費行動も見られるなど、「今だけ、ここだけ、自分だけ」のことでなく、自分の消費が社会、世界とつながっており、未来や他者のための行動が最終的には自分に返ってくることを、多くの方が体感しておられるのではないかと思います。

これは消費者庁が啓発に取り組んでいる「エシカル消費」の目指す方向と同じでございます。エシカル消費は、「今だけ、ここだけ、自分だけ」からの転換であり、未来や地域、世界等のことを考えた消費行動と言えると思います。具体的には、本日のシンポジウムのテーマでもある食品ロス削減につながる買物ですとか、風評被害に困っている福島等の被災地産品を選んで購入するといった行動です。

日本の GDP の約 500 兆円のうち家計消費は半分以上を占めているということでございまして、消費者の行動は経済社会に大きな影響を与えます。自分自身の消費行動が世の中を変えていく、世界につながっている、ということを実感して、行動していくことが、今、一人一人に求められていると思います。

もう一つ、協働という観点からエシカル消費の啓発と両輪で、事業者で向けて取り組んでいただいているのが「消費者志向経営」の推進です。これは、みんなの声を聴き、かつ、いかす、未来・次世代のために取り組む、法令を遵守する／コーポレートガバナンスの強化をする、といった取組を行う事業者を、表彰などにより応援することで、消費者と事業者との WIN-WIN な関係の構築を目指すものでございます。こうした取組を行う企業を、消費者はエシカル消費で応援する。これにより持続可能な社会の実現につながっていくと思います。

こうした消費者、事業者、行政の「協働」により取り組むべき課題として、典型的な例が本日議題となります食品ロスの問題ということでございます。

日本の食品ロスの発生量は、平成 29 年度で 612 万トンと推計されております。これは年間一人当たり 48 キログラム、1 日一人当たりお茶碗一杯分のご飯を捨てているのと同じという換算になります。

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おり、その半分は家庭からも出ている状況です。国民一人一人が食品ロス問題を他人事としてではなく我が事として捉え、理解するだけにとどまらず、実際に行動に移していくことが必要です。

日本では、昨年 10 月に「食品ロス削減推進法」が施行され、食品ロス削減を国民運動として推進していくことが明確化されております。事業者、消費者双方の取組を促すため、政府では関係省庁が連携・協力して取り組んでおります。地方公共団体の皆様の協力も不可欠ですので、開催地の皆様を始め一緒に取り組んでまいりたいと考えております。

ここからは、具体的な取組をご紹介します。まず小売り段階では、需給

予測のズレや販売期限切れによる売れ残りによる食品ロスが発生しているということでございます。まず前者の需給予測のズレについては、例えば恵方巻やクリスマスケーキなど、季節商品を予約制にすることで売れ残りを避けるといった取組が挙げられます。実際、土用の丑の日のうなぎの販売を予約制にした事業者において、前年よりも売上は2割減少した一方で、廃棄が8割減少したことから、利益が7割増加したという事例がございました。

また、賞味・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ことができるということでございます。消費者は例えば今日使う食材は棚の手前からとる、事業者は食材ができるだけ売れ残らないよう、例えば期限が近づいた商品を値引きするなど、消費者と事業者の双方が取組を進めていくことが重要であると考えております。

消費者庁では、「賞味期限」の愛称・通称コンテスト」を実施し、「食品ロス削減の日」である10月30日に受賞作を公表いたしました。全国から704件のご応募をいただき、内閣府特命担当大臣賞に「おいしいめやす」、消費者庁長官賞に「たべごろ目安・のみごろ目安」が選ばれました。「おいしいめやす」という言葉をきっかけに、「おいしく食べられる期間」という「賞味期限」の意味を正しく理解し、行動を変えるきっかけとなることを期待しています。その他、流通段階の取組として納品期限の緩和の要請や精米の表示の見直しを行っています。

日本の食品業界には、賞味期限を3分割し、最初の3分の1の期限までに食品製造や卸売の事業者が小売業者に納品する、いわゆる「3分の1ルール」という商慣習が存在いたします。期限内に納品できなかった商品は、ほかに販売できる先がない場合には、そのまま廃棄されることから、食品ロス発生の要因となっています。農水省の検証によれば、飲料と賞味期間180日以上菓子を対象に納品期限を2分の1に見直した場合、製造や物流段階で廃棄量が削減され、小売店舗でも、店頭廃棄の増加等はほぼないことが分かりました。こうした結果を踏まえ、2017年より卸・小売関係団体に対し、納品期限を2分の1に緩和する要請を行っているところです。

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」表示の商品が売れ残ること等により生じる様々な問題に対応するため、本年3月に「精米年月日」表示を「年月日」だけでなく、「年月」のあと「上旬」「中旬」「下旬」でも表示できる改正を行ったところです。

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、事業者は小盛り・小分けメニューを導入することが効果的です。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た上で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」を実施し、審査の結果、新たな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。こうした取組を通じ、外食の持ち帰りの取組が普及することを期待しています。

また、今年は新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、外食の減少等により食品ロスにつ

ながら事態も発生しました。これを受け、消費者庁においては「新しい生活様式での食品ロス削減の工夫」として、テイクアウトですとかデリバリーの活用等と呼ばれているところがございます。

家庭での取組を進めていただくことも大変重要でございます。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」の受賞作をご紹介しますながら身近で簡単な取組をお伝えしていきたいと思っております。まず、左の大臣賞に選ばれた「でこぼこやさきに魔法をかけて」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野菜を敢えて購入し、おいしく料理にさせていただくものです。また右側ですが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」です。同じ食材で3日分の異なる献立を考え、おいしく楽しみながら食材を使いきっていくというものでございます。

それから次のページになりますが、こちらは入選作でございますけれども、左の「キャベツ2プロジェクト」です。スーパーでキャベツを買う時に、外側の葉っぱをむいて捨てることがありますけれども、それを餌代で困る動物園等に無償提供できないかと考えたというものです。日頃の買い物の中でも、もったいないという気づきを持っていただくと、様々な食ロス削減の取組につながる可能性があると感じさせられます。また、コロナ禍ならではの取組もあります。右の「丸なすのポタージュで消費促進」は、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くということです。この料理がきっかけで他の消費者の方にも丸なすの消費が広がったということでございます。

また、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ございますけれども、左側になりますが「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、買い物等の際に、家に何があるかが簡単に確認できるという取組です。また右は「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、お子さんが冷蔵庫で余っている食材を活用して美味しいカレーを作ってくれたというものです。食材をスッキリ使いきれたということで、効果的な取組ではないかと思っております。

消費者庁でも冷蔵庫の整理にあたってのチェック項目等を情報発信しておりますので、消費者庁ウェブサイトからご参照いただくと幸いです。

また、災害への備えとして食料を備蓄しているご家庭もたくさんあるかと思っておりますが、その際、「ローリングストック法」を実践してみたいかでしょうか。これは、ふだん食べている食品を少し多めに買い置きし、食べたならその分を買い足す備蓄方法です。特別なものを買わずに備えができ、かつ食品ロスも防ぐことができます。

ほかにも、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う新たな仕組みを活用して、食品ロスの削減に資する事業活動を行う事業者が増えています。このように、需給をマッチングさせることができれば、事業者としては、低価格だとしても廃棄される予定だったものを販売することができる。また、消費者としては、低価格で食品を購入することができるため、両者の関係は「WIN-WIN」の関係ということで、食品ロスを削減することができると思っております。

使わない未利用食品がある場合は、フードバンクなどへ寄付する方法もあります。地方公共団体、店舗、学校の行事などで個人からの寄付を集めるフードドライブ活動を行っているところもありますので、是非こうした活動にもご関心を寄せていただければ幸いです。

まとめとなりますが、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おります。具体的な取組について、多くの皆さんに共有いただくことで、皆さんが行動に移すきっかけとなり、全国的な取組につなげていければと考えております。

それでは本日はよろしく願いいたします。ありがとうございました。

司会：

消費者庁の施策について紹介しました。

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します。

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、VTRをご覧ください。

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年間やっています、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、言ってみたら、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、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けども、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 : SETO (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つて、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ないですが、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（岡山放送）でやっている環境番組の「Re : SETO（リセット）」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つぐらい出るということです。

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、これが頂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」ということです。「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うことで、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」という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であ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、岡山産のものではありませんでした。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うことで、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いことというのは、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、地産地消というものなので

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。あれに挟まされると、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、CO2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います。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、ごみ自体を減らそうということです。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：

ありがとうございました。清掃員のお立場だからこそ分かる食品ロスの現状をお話いただきましたが、VTRを見ながら正直驚きました。どうして捨ててしまうのだろう、もったいないなと正直複雑な気持ちになりましたが、滝沢さんのお話で少しでも多くの皆さんが考えるきっかけになればと思います。

では、ここで食品ロスについてまとめたVTRがございますのでこちらもご覧ください。

司会：

それでは、ただいまより第2部を開始いたします。

第2部では、「私たちの食品ロス削減アクション」と題し、パネリストの皆様の取り組みなどを紹介いただきます。まずは、本日こちらのスタジオにお越しいただいた皆様をご紹介します。

ファシリテーターを務めていただきます、横浜国立大学教育学部 教授 松葉口玲子さんです。

続きまして、パネリストのご紹介です。

横浜市資源循環局3R推進課 課長補佐 塩谷洋一さんです。

横浜メディアビジネス総合研究所 コーディネーター 五十嵐洋志さんです。

三菱食品株式会社 SCM 統括 統括オフィス 業務改善ユニットリーダー 吉田大吾さんです。

続きまして、東京会場から、本日リモートでご参加していただきます。

東京家政学院大学 高原さくらさんです。

同じく、東京家政学院大学 増田友香さんです。

そして、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。

以上の7人の皆さんに今日はお話いただきます。皆さん、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、ここからは進行を松葉口さんをお願いしたいと思います。松葉口さん、お願いします。

3. 【第2部】 パネルディスカッション

松葉口：

それではよろしくお願いいたします。私は、横浜国立大学の松葉口と申します。

最近、エシカル消費という言葉がだいぶ広がって参りましたが、私自身は最も持続可能な消費というものをキーワードに、消費者教育を環境教育や ESD といったものに結び付けて研究を進めてまいりました。

今日、このようなイベントに参加できまして大変嬉しく思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

本日のパネルディスカッションは、まず皆さんの食品ロス削減の取り組みについてご紹介をいただき、そのあと皆さんからそれぞれの取り組みのご感想やご質問をいただく形にしたいと思っております。

それではまず、お隣の塩谷さん、発表をよろしくお願いいたします。

塩谷：

横浜市役所資源循環局の塩谷です。どうぞよろしくお願いいたします。

それではまず、横浜市の食品ロスの発生量についてです。

横浜市の食品ロスの発生量というのは、年間9万4千トン、1人あたりにすると約25キログラムになります。金額にすると、約1万9千円が損失になると推計されています。

このような状況を踏まえ、横浜市では4つの視点から食品ロス削減の取り組みを進めています。きっかけづくり、価値観の醸成、実践に向けた提案、ネットワークづくりの4つの視点です。本当は全ての取り組みについてご説明したいのですが、時間がありませんので、いくつか絞ってご紹介させていただきます。

まずは、プロスポーツチームとの連携です。横浜市内に複数のプロスポーツチームがございまして、それらのチームと連携して食品ロス削減のポスターですとかチラシなどを作成しまして、皆さんに知っていただくという取り組みを進めております。

続いて学校などでの出前教室です。横浜市では年間約1,300回ゴミの分別の仕方や食品ロスなどについて様々なテーマで小・中学校への出前教室、あるいは住民説明会のほうを実施しております。やはり市民の方と直接顔を合わせてお話しをすることができますので、より深く知っていただき、実際の取り組みにも繋がっていると考えております。

続いて、フードバンク・フードドライブの普及です。先ほどもお話しがあったと思いますが、フードドライブのドライブには「寄付」という意味がございまして、現在コロナ禍の影響で食べ物を必要としている方も増えているという話も聞きます。そういった意味で福祉でありながらも、食品ロス削減にも繋がる、今の時代に合った取り組みだと思えます。そこで、なるべく市民の方が気軽に持って行っていただける場所を増やせるよう、特に10月には『食品ロス削減月間』ということで市内18区の公共施設のどこかで実施をしまして、9月からは物品の貸し出しも始めておまして、地域や学校、企業などでも気軽にできるようムーブメントづくりを行っております。

続いて、国際機関との連携です。こちらの国連の食料農業機関「FAO」の方と連携しまして、市内の小中学校で講演を実施させていただいた時の写真です。

そして最後に、事業者と連携した取り組み。こちらはこのあと五十嵐さんのほうから詳しくお話があると思いますのでそちらにお譲りしますが、食品ロス削減には事業者の方との連携が今後ますます重要になっていくことは間違いないと考えております。

この他にも飲食店の方に協力をいただいて、食ロス削減を減らす食べきり協力店ですとか、あるいは効果的な取り組みを行っている事業者の方を表彰する制度など、様々な取り組みを実施しております。

以上が、横浜市の食品ロス削減の取り組みになります。ありがとうございました。

松葉口：

ありがとうございました。横浜市は非常に大きな都市ですので、いろんな取り組みを紹介しきれなくて大変だったかと思えますけれども、特にプロスポーツチームであるとか、国際機関との連携、そしてなんとと言っても、学校への出前講座年間1,300回ですか、ということはほぼ毎日ということで、大変お忙しいだろうなと思えますけれども、頑張っていたきたいと思えます。ありがとうございました。

それでは続きまして、高原さんよろしく願いいたします。

高原：

東京家政学院大学の高原さくらです。よろしく願いいたします。

はじめに、私たちが所属している現代家政学科についてお話しさせていただきます。

現代家政学科の学びの領域は、食生活、ハウジング、ファッションがあります。私と増田はここにプラスアルファで、家庭科の教員免許取得のため、教職の分野も学んでおります。実践的な学びにより、生活者の視点から家庭と社会を結び付ける幅広い力が身につくカリキュラム内容になっております。衣食住・総合家政を関連付けて学び、社会の問題までとらえる大きな視点でアプローチしていくのが現代家政学科の特徴です。

現在私たちは、プロシューマー実習という授業を履修しております。プロシューマーとは、生産と消費、双方の観点を持ち、社会全体の生活の質を高める生活者のことを指します。

家政学院・現代家政学科がこれまで行ってきた食品ロスの取り組み内容についてお話しさせていただきたいと思えます。

千代田区から補助金を受け、現代家政学科で教員を目指す学生が江戸の暮らしの知恵や江戸時代の環境保護に着目し、食品ロスを考える「江戸エコかるた」を作成しました。消費者庁のウェブサイトや全私学新聞にも紹介していただくことができました。この授業では、江戸時代に現在で言うエコな暮らしが様々なところで実践されていたことに着目し、農と食を繋ぐ創意工夫や破棄を次の生産に繋げる知恵から庶民の味が編み出されてきたことを学生が44組のかるたに文字と絵で表しました。かるた一枚一枚に江戸のエコが凝縮されて

います。このかるたを使用して模擬授業を行ったり、教育実習先の教材として使用したりと、生徒に食品ロスを身近なものだということを理解してもらうことが大事だと私たちは思っております。

周りの食品ロス削減に努めていらっしゃる企業さんに比べて、直接的な食品ロス削減の数字は目には見えませんが、大学生だからこそできる食品ロス削減の取り組みをこれからも工夫して行っていきたいと思います。ありがとうございました。

松葉口：

ありがとうございました。

プロシューマーという言葉は、アルビン・トフラーさんが1980年に提唱したとても有名な言葉ですし、それから江戸時代はリサイクル社会だったということで、これもまたとても有名ですので、それを現代に生かして実践していらっしゃるって素晴らしいなと思いました。特に若い人たちがこうやって、やってくださるのはとても頼もしくて、私たちのような年配者も頑張らなければというふうに思います。

それでは、続いては五十嵐さん、お願いいたします。

五十嵐：

はい、ここでは限られた時間になりますけれども、食品ロス削減プロモーション協働事業についてご説明したいと思います。

先ほどお話しされた塩谷さんがいらっしゃる横浜市資源循環局と神奈川新聞、テレビ神奈川および tvk コミュニケーションズの3社からなる横浜メディアビジネス総合研究所との協働事業になります。

我々横浜メディアビジネス総合研究所が、地域メディアとしての発信力やプロモーション力、これまで培った地域や企業とのつながりを生かしつつ行政の方と協働して連携して進めるということで、産官学さらに民の連携による食品ロス削減の取り組み、あるいはそれをプロモーションするといった事業を行いまして、市内の食品ロス削減行動を促進するという目的でこの事業を進めております。

その中で一つ、「食品ロス削減チャレンジプロジェクト」というのを昨年度実施しました。これはいろんな立場の方が参加するワークショップで、食品ロス削減につながるアイデアを形にするという目的で実施したものです。その内、2つのプロジェクトが実現しました。

一つはこの「ハマのおすそ分け」と言いまして、これも昨年度の秋にこの近くにあります日本大通りで実際にイベントの際に実施した事業で、一種のフードドライブ、参加した人が食品を持ち込んで代わりに別の方が持ってきた食品を持ち帰る物々交換を通じて、無駄を出さない意識を高めていただくということを狙った事業です。

それからもう一つは、「おつとめ品をかわいくかえちゃおう」ということで市内の流通の事業者さんにご協力をいただきまして、おつとめ品コーナーを綺麗にデコレーションして、

積極的にそちらの棚にある商品を持ち帰っていただくということを行いました。

それから、これは泉区にある飲食店で実施したサルベージクッキング、余った食品を使って料理を作る。これは、同じようにサルベージパーティーということで、金沢区で実施しました。

それから、食品ロス削減アイデアコンテストということで幅広く一般の方からアイデアを募集しまして、3つのアイデアが採用され受賞したんです。コンテストなので、こちらを事業化すべく、今、準備中ということです。

合わせて、いろんな企業の方の取り組みを紹介する目的で昨年度リーフレットを作成いたしました。企業価値を高める食品ロス削減の取り組みということです。

現在、ちょうど実施しておりますこの事業「YOKOHAMA フードドライブキャンペーン」これは今でも参加企業募集中ですので、関心のある方がいらっしゃいましたら、ぜひ、エントリーしていただければと思います。以上です。

松葉口：

ありがとうございます。

まさに産官学民の繋がりをプロモーションしてくださるという、しかも名前が良いですね。「ハマのおすそ分け」とか、ラブなんて名前を付けたりして非常にいいなと思いますけれども、こうやっていただけますとみんながやる気になると思いますのでアイデアを形にする。ぜひ、これからもやっていただきたいと思います。

それでは、続いて崎田さん、お願いいたします。

崎田：

ありがとうございます。

私は、「おいしい食べきり運動」を全国に広げようとしています。

この表紙を見ていただければと思うのですが、横浜は中華街もあります。本当に全国においしい食材やおいしい料理がたくさんあります。こういうものをおいしくいただく、適量をしっかり食べきるというこういう運動を広げていこうとしております。

全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会 崎田と申します。よろしく願いいたします。

実は、この取り組みですけれども、全国の食品ロス削減に関心のある自治体のネットワークです。平成28年（2016年）に、呼びかけ合って設立したのですが、会員は今、全国の都道府県が加入してくださっております。それと、380の市区町村ということで、この横浜市さんや神奈川県の方皆さんも一緒に取り組みを進めております。ありがとうございます。全国の事務局は、福井県がこの設立を呼びかけたということで、全国事務局を実施してくださっています。

どんなことをしているのか、少しご紹介したいと思います。やはり地域では食品関連事業

者さんや消費者の方が実際に行動を起こしていただくのが大事なわけで、行政はどういうふうに皆さんに情報提供をしたり、政策・仕組みを提案したりするかが、そこが大切なわけですけれども、そういう情報をホームページでしっかりと共有しようということで、施策バンクで、予算とか、取り組み内容、成果、そういうことをかなり細かく共有しています。その中でも最近、普及啓発とか使いきりの料理とか、色々なメニューもありますが、食べきり協力店の登録制度というのに関心を持っている自治体が大変多いと思っています。

ここに今、全国でも関心を持って取り組んでくださっている自治体を出しましたが、もっとももっとたくさんあります。横浜市さんも食べきり協力店ということでやってくださっています。こうしたところで、例えば関心を持ってくださっているお店に小盛りメニューの提供をしていただきたいか、持ち帰り用のドギーバッグなども用意していただきたいなど、色々な提案をさせていただき、こうしたお店のリストをホームページに公開して、地域の消費者の方に食事に行くならこのお店で、買い物に行くならこのお店で、というふうにご紹介しています。

こうした中で、今、農林水産省と協力をさせていただき、食品ロス削減好事例集というのでも皆で共有したり、消費者庁が開いておられるクックパッドの中のページと一緒に情報提供させていただいたり、色々取り組みを広げております。

こうしたものだけでなく、やはり全国にキャンペーンを広げるということも重要です。特に10月は「食品ロス削減月間」ですので、家庭でのおいしい食べきり全国キャンペーンを色々な自治体が地域に広げている、そういう情報を共有したりしています。また、外食業の皆さんへ、年末年始には忘年会・新年会のシーズンにもしっかりとお客さんに食べきっていただくような共同キャンペーンというのも広げています。「30・10（サンマルイチマル）運動」とかですね、聞いたことがお有りかと思えますけれども。ただし、今はコロナの時期ですので、皆さんで工夫しあって、また新しい取り組みを広げていこうというふうにすることも大事だと思っています。まず今、こうした内容で活動を広げております。よろしく願いいたします。

松葉口：

ありがとうございました。

すんなりとお話してくださいましたけれども、なんと全国の都道府県が入ってらっしゃるって素晴らしいですね。多分、ご苦労もいろいろあったのではないかと思いますけれども、これからどうぞよろしく願いいたします。

それでは最後になりますけれども、吉田さんのほうからお願いいたします。

吉田：

三菱食品の吉田と申します。

我々、三菱食品は、食品の卸を中心とした事業を展開しておりますが、本日は加工食品の

サプライチェーン全体、メーカー・卸・小売に関わる食品ロスの実態及び食品ロス削減に関わる取り組みというものを紹介させていただきたいと思います。

まず、食品の流通を端的に申し上げますと、メーカーが商品を作り、そして卸がその商品を集めて運び、小売がその商品を生活者・消費者に販売するという流れでございます。

その過程・プロセスの中で、様々な食品ロスが発生します。各領域単体で申し上げますと、メーカーは過剰生産、卸は見込み発注による在庫の残、小売業は売れ残り、ということで、このような食品ロスが発生します。さらに、食品業界ではスーパーマーケットなどは年に2回季節に応じた商品の棚替えというものがございます。また、コンビニエンスストアなどは、毎週商品の入れ替えがあり、そのたびに新商品が生まれ、代わりに定番カットが発生すると。この定番カットが各領域で食品ロスの要因になるということがございます。結果、年間、各領域でこの規模の廃棄が発生しているという推計結果が出ております。

また、ここまでの廃棄が発生する要因として、この流通業界特有の商慣習というものが存在します。

まず一つは、返品が可能ということがございます。売れ残り、在庫の残り、こういったものが発生すると、これが元々の逆の小売であれば卸、卸であればメーカーという先に返品ができるという商慣習取引条件というのが現在あるという状況。また、いわゆる3分の1ルールといわれる、商品が製造後（賞味期限の）3分の1経過したのに関して小売業に納品できないという商慣習がございます。これはすなわち、賞味期限の日付けがまだ3分の2残っているにも関わらず、卸はこれを出荷止めせざるを得ないという結果、これが食品ロスにつながるということがあり、こういったものは、この食品ロス廃棄の量の要因になっているという状況でございます。

続きまして、現在の食品ロス削減に対する取り組みについて紹介をさせていただきます。

まず、各社・各領域では、発注精度・生産計画精度を高めるために様々な研究をしております。自動発注システムを作り、その数量の素となる需要予測精度を高めるという研究、システム構築をしております。特に最近では、AIを使った需要予測など、各社、努力しているという状況でございます。

続いて、近年進められているのが、行政主導で、先ほど申し上げた商慣習の見直しというものを進めております。特に3分の1ルールに関しましては2分の1ルールに変えられないかということで、各小売業に働きかけをしていただき、個々の企業、それぞれの品目で徐々に拡大傾向にあるという状況でございます。

また、各社それぞれ取り組みができる、ご理解いただけるパートナーと様々な食品ロス削減に向けた取り組みというものを実施しております。

弊社においては、まずメーカーさんとは季節商品の発注コントロールという取り組みを行っております。季節商品は、まさに季節の変わり目、気温の変わり・変化というところに応じて急激に出荷が、需要が下がるというタイミングがございます。これをどのタイミングで、こういった商品が急激に落ち込むのかというところをメーカーさんと研究し、その落ち

込む少し手前で発注を抑制する・発注を止めるという行為を行うことで在庫を減らし、食品ロスを減らすという取り組みを複数のメーカーさんと実施をしております。

また、小売業とは、欠品をしてはいけないという前提の中で、我々卸は納品をするわけですが、売れ行き不振のカット商品に関しては、決められたカット日より前に、仮に卸の在庫が無くなった場合、もうメーカーさんに発注せず、欠品してもいいよという欠品免除のルールというものをご理解いただけている小売さんと一緒になって取り組んでいるという状況でございます。

このような食品ロスの削減に関しては、業界を挙げて機運を高め、より良い取り組みを積み重ねていきたいというふうに思っております。私からは以上です。

松葉口：

ありがとうございました。

1社だけでの努力ではどうしようもないところもありますので、産業界全体で取り組んでいるということがとてもよくわかりました。ありがとうございました。

それでは、ここまで幅広い分野からそれぞれの取り組みをご紹介いただきましたけれども、ここからは皆さんの取り組みを踏まえて意見交換をしながら、今後の取り組みについてお話を伺えればと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

それではまず、塩谷さんにお伺いしたいと思います。高原さんのご発表をお聞きになられていかがでしたでしょうか。

塩谷：

非常に学生ならではの視点で食品ロスに取り組んでいただいております、大変素晴らしい取り組みだと思いました。

高原さんと増田さんにちょっとお聞きしたいと思ったことは、この「江戸エコかるた」、こちらの全体というか全部を、一度見てみたいなと思ったのですが、どこかで見ることができるのか、あるいはこの実物を何かどこかで手に入れることができるのかが分かれば教えていただきたいなというのが一点ございまして、あと、ホームページ等で見させていただいたのですが、環境省とTABETEさんの“No-Foodloss!” Youth Action Projectで採択されたというのを見させていただきました。その中で、首都圏4都市、横浜市もその中に入っているのですが、食品ロス削減活動の優良事例を教材にするというのが今回採択されたということですので、もし、実際の横浜の取り組みみたいなものがあれば、ぜひ連携して協力をしたいなと思っておりますので、そちらのほうもよろしくお願いいたします。

松葉口：

高原さんいかがでしょうか。エコかるたのことと、あと横浜市さんとの取り組み一緒にできないかという話もありましたけれども、いかがでしょうか。

高原：

ありがたいお話を本当にありがとうございます。

今回のエコかるたですけど、少し小さいのですが実物をお持ちしました。ありがとうございます。こちらの内容ですけれども、出汁殻を二番出汁や佃煮にと書いてあります。出汁を取るだけではなく、出汁殻を再利用することの重要性を伝えたり、食材の大切さを生徒に伝えたりできればいいと思い、いくつかある全部ありますけれども、今回お持ちしました。こちらは千代田区から補助金をいただいて数限りある中で作らせていただいたので、家政学院生、教員を目指す学生のみ持っているような形となっております。

現在、私たちの担当は相模原市で、横浜市ではないのが少し残念なのですが、この話はありがたいことなので、少し持ち帰らせていただき何かありましたらご連絡させていただきたいと思います。本当にありがとうございます。これからも学生で頑張っていきたいと思います。励みになりました。

松葉口：

ありがとうございました。

それでは、今度は増田さんに伺いたいと思います。

吉田さんのご発表をお聞きになっていかがでしたでしょうか。

増田：

吉田さんの発表を拝見しまして、企業でしたり、メーカーだからこそできる実証実験でしたり、あとは自動発注システムなどが非常に魅力的だなというふうに思いました。

私たちの取り組みとしましては、授業で行っているものですのでやはり規模的にも小さなものになってしまうので、実験とかそういった大きなものをするとか、可視化していくことはちょっと難しいので、こういうふうに企業さんがやってらっしゃる数値化されたものでしたり、AI とかの実験結果などを有効的に活用させていただきたいなど、取り入れをしていきたいなというふうに思いました。ありがとうございました。

松葉口：

ありがとうございました。

吉田さんいかがでしょうか？

吉田：

増田さんありがとうございます。

そうですね、自動発注に関しましても、様々な取り組みに関しましても、我々卸売単体だけではなかなか良い成果・良い結果というのは表れにくい状況だと思います。特に食品ロス

に関しましては、様々な領域の方々のご理解、ご協力いただいて取り組むところがとても重要だと思います。

その中の一つとしては、やはり消費者のご理解というところもとても重要だと思っ
ていて、また、これに関しては皆さんと一緒に取り組むべきところというところも考
えながら進めていきたいなというふうに思っております。以上です。

松葉口：

ありがとうございました。まさにそうですね。消費者の理解も必要ですね。

では、五十嵐さんに今度はお伺いしたいと思います。

皆さんのご発表を受けて印象に残ったことなどお聞かせください。

五十嵐：

皆さんのお話を伺って食品ロス削減をこれからも進めていくためには、2つのキー
ワードがあるかなと思いました。

一つには、いろんなレイヤーの方を繋ぐ、また、そういう場づくりをしていくことだ
と思います。塩谷さんのお話で、横浜市資源循環局さんは市民の気付きですとか、そ
ういったことに繋がる場を作ってこられている。

それから、高原さんの話を伺うと、家庭と社会とか、そもそも学生の皆さんがこう
いったことに積極的に取り組んでいってらっしゃるといことで、繋ぐという行為をさ
れてらっしゃるように思いました。我々の横浜メディアビジネス総合研究所の取り組
みというのはまさに、企業と企業ですとか、企業と市民を繋ぐ場づくりというのを
進めておりますし、最後、吉田さんのお話のサプライチェーンというのは、企業と
企業が繋がることによって、まさに事業が回っていくということだと思いますので、
繋がる・繋げていくということが非常に大事だなと。

もう一つは、崎田さんの話にもありましたが、必ず頭に、おいしいとか、おいしく
というのがつくんですね。そういったことにも繋がっていくのですけれども、やっぱり
楽しんでやっているとどうしても人って嫌になっちゃうので、何とかこういった事業
を続けていくことに楽しみを見出していく。地味にはなく、全く逆の楽しんで進め
ていく、そういった姿勢が大事だなと、そういうふうに思いました。以上です。

松葉口：

ありがとうございます。

そして、五十嵐さんのように、いろんなところの良さを発見して、またそれを繋い
でいて、また発信をしていただくようなそういう方もいらっしゃるって、まさに人・
物・事、いろんなものを繋げていく、今回は一つのきっかけづくりになっているか
なというふうに思います。

それでは、続きまして、今後の取り組みについて、皆様にお伺いをしたいと思っております。

今度は（取組紹介とは順番を）逆に、吉田さんのほうからお願いいたします。

吉田：

それでは、今後の食品ロス削減の取り組みについてということで、サプライチェーン上で食品ロス削減を今後極小化していくためには、5つのポイントが重要であるというふうに思っております。

1つは、商慣習の見直しということで、先ほど申し上げた3分の1ルールの見直しは各省庁のお力を借りて徐々に拡大傾向にある状況ではございますが、小売業の全ての品目でゼヒ3分の1から2分の1に変えて、日付けがまだ残っている商品に関して、消費者にお届けできるようなそんな商慣習になるようになっていきたいというふうに思っております。

2つ目、3つ目のポイントになりますが、世の中、デジタル化DX化ということがよく謳われておりますが、我々業界もここに進めていくべきとは思っておりますが、それより前にこの2番目の項目がとても大事だと思っております。

なにかと申しますと、この製・配・販・メーカー・卸・小売の中で、現状は縦割りで情報の連携というところが不十分であるというふうに認識をしております。

ここを例えば、特売の情報や新規の情報を、十分なリードタイムをいただいて、そのリードタイムの中でロスが起こらないような数量の発注・納品ということを実現することが、まず食品ロス削減にすぐにできる連携かと思っております。この情報連携ができた上で、それを幅広い方々に活用していただけるようなプラットフォームづくりや、AIによるビッグデータの分析とか活用みたいところに繋げていけたらと思っております。

4番目、もちろん消費者の理解、後押しがなければ、こういった改革・取り組みというものはなかなか進みづらいということがございます。消費者の理解とっても重要です。よろしくをお願いします。

そして最後、5番目になりますけれども、売りきるというマインド醸成、ここが究極的には一番大事だと思っております。どういうことかと申し上げますと、「製造した商品をサプライチェーン全体で売りきるんだ」と、消費者に最後の最後までお届けするんだ、という、そういったマインドを各領域全ての人が持つということが重要だと思います。

余ったしょうがない、返品すればいいやというような現状の商慣習に甘えることなく、こういったマインドを全ての方々が持つということが、最終的には食品ロスを削減する、流通業界で削減できる一番大事なことかなと思っております。

現在、各社・各層で、SDGsの取り組みで食品ロスを掲げておりますが、どうしても個社・各社の活動だけでは限界があるというのが実態でございます。行政・消費者のご理解をいただきながら、サプライチェーン全体で連携して協調領域として食品ロス削減に努めて参りたいというふうに思っております。以上です。

松葉口：

ありがとうございます。

先ほど消費者庁様のほうからもお話がありました3分の1ルールから2分の1ルールへというのを、まさに実践しようという心強いお言葉をいただきましたし、それから、AI といった最先端の技術を使いながら、産業界全体を引っ張っていただける、そしてそれをまた、消費者のほうからも支えていく、応援をしていく、そういうことがこれから求められているのだろうと改めて思いました。ありがとうございました。

それでは続きまして、増田さんよろしく願いいたします。

増田：

東京家政学院大学 増田です。

今後の東京家政学院大学の食品ロス削減の取り組みは、現段階ではご覧いただいています。先ほど、高原から説明がありましたように、私たちはプロシューマー実習という授業の一環で、食品ロス削減と、また持続可能な社会に向けた取り組みを進めております。

その中でも力を入れていることが、生活者視点でのプロシューマー教育を展開するための教材の作成でございます。衣食住と生活経済などの総合家政を関連付けて学習するだけでなく、家庭科教員免許が取得できるという現代家政学科の特性を活用して、教育面からもアプローチをできないかなというように考えました。

食品ロス問題の解決のためには、商品の生産・流通・加工などのフードチェーンをどうするかというだけでなく、人々の意識を変えるということも同じくらい重要ではないのかなというように思っております。

幼少期から問題と向き合うことで、当たり前だという考えが変わり、そこから周りの人々の意識も変わっていき、将来に繋がっていくのではないのでしょうか。そのため、私たちは小学生向けの教材作成を取り組みとしてプランニングしております。

こちらのスライドについては高原が先ほど説明した通りの内容となっております。

また、今年度のプロシューマー実習では、応募した活動が環境省とフードシェアリングサービスを運営しておりますTABETEさんによるプロジェクトに採択されました。

このプロジェクトは、授業と同時並行で進めておりました、横浜・川崎・相模原・八王子、4つの都市の食品ロス削減活動に焦点を当てて地域密着に着目し、人々が取り組みやすいということに主に調査して、食事をするという事は命を繋いでいくということを主に伝えていきたいと思っております。

新型コロナウイルスが流行しています今、動画の教材でしたり、ICT活用といったように、コロナ時代に対応した教材の作成をさらに深めていこうと考えております。情勢を加味して、外部の人間が出前授業をするというよりは、各学校の教員に任せた各地域の特色を生か

したような事業展開を理想としています。

また、こちらの小学生向けの図鑑、「今日からなくそう！食品ロス」を活用して、教材作成をしていきたいなと思っております。こちら三部作となっております。

人と人を繋ぐこと、人とモノを繋ぐこと、時代の文化を繋ぐというふうに現代家政学を学んでいる私たちだからこそできる食品ロスの削減活動をこれからも続けていきたいと考えております。以上です。ありがとうございます。

松葉口：

ありがとうございました。

環境省さんまでも巻き込み、しかも小学生への教材作成という非常に多様な試みで頼もしく思いましたし、私も頑張らねばと思わせていただきました。

それでは、五十嵐さんよろしく願いいたします。

五十嵐：

先ほども申しましたように、我々の横浜メディアビジネス総合研究所の今回の食品ロス削減プロモーション事業というのは、企業価値を高める食品ロス削減というのをキーワードに進めています。そのためにも多様なレイヤーを引き続き繋ぐ場づくりというのを行っていきたいと思っています。

この食品ロス削減を進めるにあたって、楽しく、しかもためになる、そういった場づくりというのを進めていきたいと思っています。

具体的に言いますと、今、横浜市資源循環局さんと一緒にフードドライブを進めておりますから、昨年も実施しました余りそうな食材を使ってみんなで料理を作るサルベージクッキング、昨年度末からコロナ禍で、順延になっていますけれど、横浜市内の地産地消と絡めて、その町のそのエリアの特産品と、あと皆さんが持ち寄った食材とで料理を作る、なので、その話で言えば、食品ロス削減、地産地消といったようなテーマで、地域のNPOさんと企業ですとか、市民の方とかそういった方々に気軽に参加していただける、尚且つ食品ロスが削減できるネットワークに繋がっていくような場づくりというのを進めていければと思います。

また、先ほどアイデアコンテストのところでもお話ししましたが、市民の方からお寄せいただいたアイデアを、企業の方が実践・事業化を進めていくという場づくり、これも昨年度コロナ禍で実施できませんでしたので、こちらを進めていきたいと思っています。

また、そういったもの全てを進めていく上で、先ほど吉田さんからプラットフォームの重要性の話がありましたが、このプロモーション事業では今年度中にウェブサイトを中心としたプラットフォームというのを準備する予定となっております。

そちらでは企業さんの取り組みをたくさん紹介して、他の企業さんでもこれだったらうちでも出来そうだなというような形で共有化できるものはしていく、あるいは新しい事業

をどんどん進めていくといったような場づくりを進めていきたいと思っております。

それから、最後になりますけれども、今日せっかくこういう場に参加させていただいたので、東京会場の方、直接今お話しできないですけど、皆さんとですね、何かしら新しいことができないかなと思っておりますので、今日ご参加いただいた皆さんは引き続きよろしく願いできればと思います。以上です。

松葉口：

ありがとうございます。

そうですね、まさに今日本本当に貴重な機会をいただいておりますので、ここからまた新しい形の何かガスタートできればいいなと思いますね。ぜひとも繋ぐ場をよろしく願いたいします。

それでは続きまして、崎田さんよろしく願いたいします。

崎田：

この全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会、長い名前ですけども、ここで、やはりこれからを考えると、まずは今の with コロナの時代を多くの事業者さん、今、一生懸命取り組んでおられますので、例えばそういう情報をしっかり集めて自治体が発信させていただく動きもあります。例えばこの福井県は、テイクアウトできるようなお店を「おうち de レストラン」ということで、一覧をホームページに載せたりしていますがこういう取り組みも少しずつ増えてきていますので、こういう新しい視点の共有というのもこれからやっていきたいなと思っています。

また、今日も横浜の様々な皆さんが、活動を熱心に広げていただいて大変嬉しい思いがしますが、全国の様々な取り組みを共有して機運を醸成していく、国民運動にしていくためにも、年に一回、「食品ロス削減全国大会」というのをこれからも開いていきたいと思っています。2017年からずっと開いてきていますが、10月30日に、最初は松本市で開催しました。2018年は京都市で、2019年は徳島県徳島市で開催しました。自治体と協力し合って開催してきて、今年は、実はコロナの影響を考えて少し延期をしておりましたが、12月16日に、富山県で食品ロス削減全国大会開催を予定しています。今日は、事業者さんで3分の1ルールを見直そうという話もありました。特にこの富山県の特徴は、すでに地域全体で、共有・宣言をして、様々な食品関連事業者さんと消費者団体が連携して今、その見直しに取り組んでいるということです。そうしたお話しや自治体の食品ロス削減推進計画を県として初めて作ったところですので、そうした情報共有をしていきたいと思っています。

こうしたように、全国各地の様々な取り組みの中で、企業の皆さんと自治体が連携をして新しい普及啓発に取り組むということはとても大事ですので、そういうプロジェクトが広がりやすいように、今、全国規模の食品関連企業の皆さんと共同宣言をするようにしております。現在、5社と共同宣言をしております。イオン株式会社さん、株式会社セブン&アイ

フードシステムズさん、ワタミ株式会社さん、株式会社イトーヨーカ堂さん、ロイヤルホールディングス株式会社さん。今、コロナ対応でちょっとお忙しいところもあるようですが、そういうところと地域の自治体、あるいはいろいろな団体と連携して様々な取り組みが広がることを願っています。

このような食品関連事業者さんと消費者の方、そして自治体、連携しながらですね、政府各省の情報とも一緒になりながら、今、2030年度に2000年度比で食品ロスを半減しようというのが、国が抱えている目標ですので、みんなでそこに貢献していければということを取り組みを広げていきたいと思っています。皆さん、頑張りましょう。よろしくお願いいたします。

松葉口：

ありがとうございました。

年に一回全国大会とか、ぜひこれからも続けていただきたいと思います。

とにかく地域の活動も重要ですが、全国運動にしていくことが非常に重要ですので、今後とも頑張ってくださいと思います。私たちもできる限りのことをしていきたいと思っています。ありがとうございました。

それでは最後に塩谷さん、よろしくお願いいたします。

塩谷：

今後の取り組みについてですが、大きくは2つあるかなと思っています。

一つは事業者の方との連携です。世界的なSDGsの取り組みの推進ですとか、あるいは、国内では食品ロス削減推進法、さらには、菅総理大臣の脱炭素社会実現を目指すという発言によって多くの企業の方が環境問題や食品ロス削減に現在、非常に熱心になって取り組んでいると感じています。また、経済的にも投資家の方が企業のSDGsの取り組みを見て投資を行うというトレンドが強くなっています。そういった意味で今後は企業と連携した取り組みが進めやすくなるのではないかと思いますので、これまで以上に様々な企業の方と連携して取り組みを進めていきたいなというふうに思います。

中でもですね、ナッジという行動科学の手法を利用して消費者が自然と食ロス削減の行動を選択するような取り組みができないか、こういったものを、飲食店の方と連携して検証して、効果が認められる取り組みについては全市的に広げていきたいと考えています。

また、先ほどお話ししました横浜メディアビジネス総合研究所さんとの連携、これを深めていまして事業者の方々への情報発信ですとか、あるいは事業者同士のマッチング、あるいはキャンペーン的な取り組みなど、さらに推進していきたいなと思います。

あと、もう一つですけども、こちらのコロナ禍での広報の仕方ということで、先ほどから何回も出てはいますが、コロナの影響が大きいです。私たち横浜市資源循環局は、ごみの収集事務所を持っています、横浜市がごみの分別の仕方を変えるという際には、収集事務所

の職員が先頭に立って、自治会・町内会あるいはマンション・学校、それから保育園などにも説明に向いて、本当に、顔と顔を合わせて説明をするということで多くの方にご理解をいただき、なんとごみ量も、目標を大きく超えて減らすことが出来たという成功体験のほうがございます。こちらを今、広報のやはり中心、顔と顔を合わせてということで進めていますが、このコロナ禍においてはどうしても顔と顔を合わせての啓発が難しくなります。今後は、例えばリモートでの説明会ですとか、動画を活用した広報など、コロナ禍を前提とした広報というものに力を入れていくことになるのではないかと考えております。私からは以上になります。

松葉口：

ありがとうございました。

そろそろまとめに入るわけですが、ここ数年、今年はもしかしたらコロナの所為かもしれないですが、台風とか災害があまりなくてよかったのですが、昨年まで数年間は非常に熱波であるとか、それから台風ですね、それによる被害が非常に多くなっていました。こういったことというのは、実は食品ロスとも非常に関係があると言われていたことは皆さんご存知だと思いますけれども、IPCC という気候変動に関する政府間パネル、専門家の方々が集まっているところですね、そちらの方でも気候変動対策として、食品ロス、非常に有効だということを宣言されています。

食品ロス、日本ではもったいないという非常に良い言葉がありますけれども、あの良さをまた再発見させてくださったワンガリ・マータイさんですね、非常にあの方も環境活動でノーベル平和賞を取られました。環境の問題と消費、食品ロスの問題というのは非常に関係しているわけですね。そこにいろんな方々が集まって話しが出来たということは、とても貴重な機会だったのではないかと思います。

横浜市さん、今お話しがありました中で、ナッジという言葉も出ました。こちらもノーベル経済学賞を取られた方の、突っついて行動を誘発するというとてもいいアイデアですが、そちらの横浜市さんはですね、実はそちらの研究もかなり進んでいて、私もよく存じ上げているので、是非ともそちらの分野でも頑張ってくださいたいと思っております。

それでは最後に、せっかくですので皆様方からも感想をお願いしたいと思っております。まず、吉田さんのほうからお願いできますでしょうか。

吉田：

私、先ほど最後に、食品ロスサプライチェーン全体で削減するために重要なのは、各領域との連携と行政の協力、そして消費者・生活者のご理解という形で申し上げましたが、もう1点今日気付いたことは、各地方の自治体と地域の皆さんの食品ロスの関わり、ここの連携もとても重要だなというふうに思いました。特にその地域に根付いている小売業であるとか、メーカーさんというのも多々いらっしゃいますので、そういった皆さんとも今日出会

った皆さんと一緒にあって、連携して何か削減することが出来ないかというような話し合いみたいなものをぜひ持っていきたいなというふうに実感しました。本日はありがとうございました。

松葉口：

では五十嵐さん、お願いいたします。

五十嵐：

やっぱり人が生きていく上で、大事というか、エンジンになるのは好奇心だと思っていて、好奇心を刺激するようなアクション、人の好奇心を刺激し、食品ロス削減に繋がっていくようなアクションを起こしていくということが一つ大事な点と。

皆さんのお話を伺って、今日初めて知ったことがたくさんあって、やっぱりそれも、もう少し調べてみたいとか、その行動を僕自身もとっていきたいと思うような、人の好奇心に、そちらに刺激を与えられるような事業なり、プロモーションをやっていきたくて思いました。今日はどうもありがとうございました。

松葉口：

それでは塩谷さんお願いいたします。

塩谷：

本当にいろんな方のお話を聞かせていただいて、私としても非常に勉強になりました。食品ロスの削減っていう話は、本当に小さな幼稚園の子どもでも知っているお話ですね。食べ物を大切にしましょうということですので、そういったことは皆さんご存知の上、ただ実際の現場ではこんなにも食品ロスが出ているということを知っていただければ、自分たちも何かしら行動しなければいけないんだということに気がきますし、また、その具体的な行動ということが今日色々な話が出る中で知っていただけたら、あるいはご自身で調べることでも今は簡単にできる時代ですので、調べていただいて食品ロス削減の行動をぜひ実施していただいて、取り組んでいただければと思いました。今日はありがとうございました。

松葉口：

ありがとうございました。

それでは東京会場の方に振りたくて思います。高原さんいかがでしょうか。

高原：

本日は貴重な場に参加させていただき、本当にありがとうございました。

大学4年間を経て、私自身も食品ロスと隣り合わせで勉学に励んでおりますので、このよ

うな貴重な場に参加できてとても光栄です。

今回、皆さんからお聞きした内容を周りの学生や友人に伝えていき、食品ロス削減に少しでも、私自身も取り組めていたらなと思いました。ありがとうございます。

松葉口：

ありがとうございます。

続いて、増田さんお願いいたします。

増田：

はい、私もこのような場、すごく貴重な経験をさせていただきました。ありがとうございました。私たちが発表しましたように、プロシューマー教育というふうにあげましたけれども、小学生でコロナの期間で休校中に食品ロスに関係することを何かあったかなと考えてみると、やはり給食が休止されたことが挙がると思いますが、そこで給食に使用されるはずだった食材はどこに行ったのか、というふうに考えることが出来ると思うんですね。そこから、給食用に卸している各地域の農家さんでしたり、業者の方のことを知って調査してもらうことで、それを進めていくと、実はその地域では、コロナの流行する以前から給食でしたり、家庭、あとは外食の産業などで、もうすでに食品ロス削減に向けた取り組みがもうされていたっていうことを知ったりすることが出来ると思うんですけれども、こういうふうに少し、休校で給食が無くなったという、たったそれだけの言葉で終わらせないで、さらに発展させて地域のことだったり、自分の身近なことにどんどん調査できるようにしていけたらいいなと思いました。

また、今日、色々お話しを伺った中で、企業でしたり、政府、国際的な内容というように、少し大きな規模のものもたくさんありましたけれども、やはり自分が出来ることと言ったら、身近なこと、今回あがったように、滝沢さんが最初におっしゃったタピオカのことでしたり、手つかずのコンビニ弁当でしたり、そういった身近なことから私たちが出来ることをどんどんしていけたらいいなと思いました。

今日はありがとうございました。

松葉口：

ありがとうございました。

では、最後になりますけれども、崎田さんお願いいたします。

崎田：

今日は学生の方から事業者の方、そして、そういう方たちをコーディネートして地域で新しいアイデアで盛り上げるような取り組みをしておられる方まで、本当にいろんな方にお会いして、この横浜の意欲の高さに、非常に元気が出ました。ありがとうございます。

それで出来れば、今後こういう取り組みをしっかりと地域の中に根付かせると、どのくらい食品ロスが削減できたか、というような効果の見える化、定量化、そういうような社会実験をしていただくと、本当に自分たちの一つ一つの歩ずつの取り組みでも、皆で一緒になればこんなに効果が出るんだということが分かって元気になると思いますので、何かこうした社会実験に取り組んでいただくと嬉しいなと思いました。よろしくお願いします。

今日はありがとうございました。

松葉口：

ありがとうございました。

最後に大きな宿題をいただいてしまったという感じですが、でも、とても重要です。

今、エビデンスが非常にいろんなところで求められておりますので、ぜひトライしたいと思います。そしてそれが、SDGsの最後の17番パートナーシップというところにも繋がっていくかと思えます。ぜひこの地、横浜から実践していきましょう、皆さん、よろしくお願いいたします。

司会：

皆様、貴重なお話ありがとうございました。私たち消費者は単に知らないだけで、暮らしの中でできることはたくさんあるということを皆さんのお話を聞いて感じましたし、今日のお話が視聴者の皆さんの食品ロス削減への取組の第一歩になれば良いなと思っております。以上、第2部をお送りしました。

さて、本日は「みんなで知ろう！取組もう！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。ここで神奈川県を紹介動画をご覧くださいませ。

司会：

魅力たっぷりの神奈川県を紹介動画をご覧くださいませ。

それでは、ただいまより第3部を開始いたします。

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、全国おいしい食べ盛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、よろしくお願いいたします。

3. 【第3部】講演②

崎田：

それではお話しをしたいと思います。

先ほど私は協議会の会長ということで、取り組みをお話しさせていただきました。この後

は、少し立場を広めて様々な視点からお話しをしたいと思っています。

この表紙を見ていただければと思います。可愛い子供たちの絵のように見えますが、これは松本市役所が地域の保育園や幼稚園の先生方に協力していただいて開発した紙芝居の表紙です。やはりこうしたように、太陽の恵み、自然の恵みに感謝しながら本当に皆でおいしくいただくと、楽しいな、嬉しいな、こうした気持ちを伝えていくのが、食品ロス削減の食育の第一歩というように感じます。このように様々な食品ロス削減の啓発の取り組みが全国各地で進んでいますけれども、今日は、そういう視点も含めてお話しをしていきたいと思っていますので、これから見ていただいている方が、実際に実践をされる時の何かのヒントにいただければ、大変嬉しいなと思っています。よろしくお願いします。

さて、今、世界的には人口が増えているという状況です。日本は少子高齢化ということで、これから人口が減っていくことが課題になっていますが、世界的に見ると、今、約 77 億人ですが、2050 年には 100 億人近くになるのではないかと、言われています。そうなれば当然必要な食料も増えていきます。でも、気候変動など様々な要因で、食糧生産は、だんだんと少しずつ影響を受けてくる。今、食料をしっかりと確保するということが大きな課題になってきています。

そうした中で、『「もったいない！」世界の食品廃棄物』ということで、いったい今、世界でどのくらい食品廃棄物が出ているのかということをお話ししたいと思っています。今、世界の食糧生産は、約 40 億トンあるというふうに言われていますが、その 3 分の 1 に当たる 13 億トン、これが、皆が食べきれずに食品廃棄物になっているという、こうした状況があります。世界的にまだ栄養不足の方は、約 8 億人以上いらっしゃると言われています。これは世界の人口の 9 人に 1 人ということで、私たちにもっともっと考えられることがあるのではないかと、というように世界的な課題になっています。

これは、国連機関が 2011 年に発表したデータで、左のほうからヨーロッパ、オセアニア、左から 3 番目がアジアで、ここが私たち日本の入っている分野ですけれども、その右の方に途上国となっています。食品廃棄物と食品ロスの量というのが出ています。灰色が生産から小売のところまでで、棒グラフの上の方の赤い部分が消費段階、これは消費者だけではなく、外食も入った消費部分ですけれども、そこは見ていただくとお分かりのように、先進国のほうが非常に多いという私たち自身も暮らしを見直さなければいけないということが、これを見ていただいても分かると思います。

こうした今の食糧問題、そして食品廃棄物・食品ロスをできるだけ減らすという社会課題の中で、2015 年に国連がこれから持続可能な社会を作っていくためにはどういう視点で頑張ってもらいたいのかという、17 の目標を設定した SDGs、持続可能な開発目標を採択しました。いろんな方のお話しから、皆さんももう気付いておられると思いますが、その 12 の「つくる責任、つかう責任」の中の 3 番、そこに 2030 年までに小売・消費段階での世界全体の一人当たりの食品廃棄物を半減させて、収穫後損失を含めた全てのチェーンの中での食品ロスを減らそうという、こうしたことが明確に文言として入ってきたということです。

この辺から、世界も日本も大きな課題として取り組もうという流れが出てきましたが、では日本はいったいどういう状況かというところですが、ここにやっぱり、『「もったいない！」日本の食品廃棄物』と書きました。日本全体に供給される食糧がありますが、その約3分の1に当たる2,550万トンが食品廃棄物になっているというデータがあります。あっ、これって世界と同じような状況だなんて、ふと皆さん思われたと思います。状況は同じです。けれど、日本は自給率が38%しかありません。ということは、62%を輸入しているということです。外国のお水を使い、労働力を使っていただき、そして肥料とか飼料を活用し、出来たものをエネルギーをかけて運んでくる。そしてもちろんCO2も出ているという、こうした大きな労力をかけている大事な食料も入っているのに、全体の3分の1を食べきっていない、ここをもう少しどうにかすべきだという大きな課題になっているわけです。しかも、その食品廃棄物の約4分の1にあたる612万トンがまだ食べられる食料なのに捨てられている、というふうに言われているわけです。

今、国連機関が世界の食糧援助一年間に実施している量が390万トンとされています。これの大体1.5倍から1.6倍の数字です。それだけの数字ですから、私たちが出来ることから取り組むことで多くの世界への貢献にも繋がるんだということを考えていただければ有難いなというふうに思います。

では、一体どういうところから出ているのか。この表は、先ほども使ってお話しましたが、この表がとってもわかりやすい表だと思うので、もう一度皆さんに見てもらいたいと思います。上の楕円形、食品廃棄物の中の約4分の1がまだ食べられる食品ロスです。その内訳を、どこから出ているのか細かく見ていただくと、下の段の左が食品メーカー、ここは廃棄物多いですけども、ロスは少ない。同じような食材ですので、ロスを減らす色々な取り組みがやりやすいということもあるわけです。その次に、卸・小売、そして外食、こういうところが5割から7割は、まだ食べられるのに捨てられているという状況です。先程の3分の1ルールなどの商慣習を見直すことで、かなりここが変わってくるのではないかとされています。そして、一番右側が家庭、私たちの家庭です。食品廃棄物（生ごみ）の約4割近い35%がまだ食べられるとされています。

この食品ロスの量だけを集めて表にしたのがこのグラフですけども、左側の赤いところが家庭から出てくる食品ロスで、右側のブルーのところは事業系から出てくる食品ロス。パッと見ていただくとほぼ同じぐらい、少し事業系が多いですけども、私たちができるところから、暮らしでも仕事でも街でも出来ることから取り組もうというのがこれでわかっていただけたと思います。この数字を国民の数と365日で割ると、1人1日約132g、これはお茶碗に大体軽く一杯という感じですが、それを合わせると1人年間48kgというふうになるわけです。

こうした状況に皆でしっかりと取り組んでいこうということで、昨年「食品ロス削減推進法」ができ、今年その基本方針が出来たというのはもう何度もお話しが出ていますのでお分かりだと思いますが、そこで明確に皆で国民運動として盛り上げていこう、そして2030年

度までに 2010 年度の排出量の半分に減らしましょうということが目標になりました。家庭系は第 4 次循環基本計画、そして事業系も食品リサイクル法で明確に位置付けられました。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、皆で意識的に取り組んでいくような流れが出来たということです。

どのように減らしていくのか、まず家庭から考えていきたいと思いますが、この写真は神奈川県の色々な産物のご紹介という感じですが、なんと右側のお米、はるみというお米だそうですが、これは県の特産米でおいしそうですが、大体このお箸でつまんでいる量ではなく、お茶碗に入っている量、これをもうちょっと少なくする感じですかね、132g がそのぐらいだというふうに思っていただければと思います。ですから、私たちがちょっと心がければ出来ないことはない。そういう数字だと思って、取り組んでいただければなと思います。

では、どうしたらいいのだろうか、ということですが、実はこの問題、10 年以上前から今後大きな課題になってくるということで、様々なところで意見交換が始まっていました。それで、食品業者さんができること、卸・小売・外食できること、そして家庭がやること、いろいろなお話しがすでに色々出てきています。今、これから私がお話しをしたいこともこうした中に入っています。でも、今まではなかなか出来ないなとちょっと諦めたり、あるいは自分だけがやろうと思ってもなかなか外食店が協力してくれない、小売が協力してくれないと思ったり、逆に事業者の方は消費者が協力してくれないのではと、こうしたことなかなか進まなかったというのが現実です。

そうした中で今、社会がこれだけ盛り上がってきたので、皆で一緒に取り組もうという大きな波が起こっているわけです。具体的に見ていただいた方が分かりやすいので、今日は、福井県が 2 年程前に環境省の委託調査を実施した際の、家庭から排出された可燃ごみのグラフを用意してきました。見ていただくと、右側の方のちょうど 40% ぐらい、可燃ごみの中の約 40% が生ごみというデータが出ました。これはほぼ全国的な数字に近いですが、特にこの生ごみの中の最初の手つかず食品と調理済み食品の食べ残しというところ、これが生ごみの中の約 32.5% というふうに書いてあります。食品ロスは食品廃棄物の中の 3 分の 1 ぐらいというように明確にデータが出てきています。これは、先ほどの全国の推計などと、ほぼ同じデータが出ていると理解していただければありがたいなというふうに思います。

具体的にいうと、どういうものかというのをこちらで見いただければと思いますが、左側に書いてあります食品ロスの主なものとして、手つかず食品と食べ残し、特に手つかず食品は、賞味期限切れが豆腐とか納豆・もち・粉類、この粉類がすごく多かったというように聞いています。てんぷら粉・お好み焼き粉・小麦粉、そしてその他の食材としては野菜とか果物が多いということです。調理してあるけれども食べ残しというのは、主食類、ご飯とかスパゲティとかパンとか、そういうのが多かったというデータが出ています。これを元にどういうところを取り組むかというのが表の右側にあります。食品の使いきりと呼びかけるためには、冷蔵庫の管理を徹底しましょう、買い置き食材の賞味期限のチェックをし

ましよう、粉類の使いきりをましよう、野菜をしっかりと使いきりましよう。

冬場でしたら週に一回は鍋物にして、残った野菜を入れておいしく食べたり、あるいは夏場だったら細かく刻んでお好み焼きにしたり、焼きそばにしたり、そういうような家族皆でワイワイ作れるような料理で食べきってしまったらどうかと思います。あと、料理の食べきりというところで主食の適量を考えて調理する、もしご飯が残った場合には冷凍するとか、リメイクするとか、そうしたことをちゃんと考えましようということです。

福井県ではこうしたような状況も見据えて、地域の方へのパンフレットとして、食べきり実践チェック表ということで1～8まであります。ほぼ私が先程のページでお話したことですが、よく見ていただくと、3番、週に1回は冷蔵庫一掃デーとかですね、6番、家族の予定を把握しよう、今日の料理担当の人は、朝、家族に今日は夕飯にちゃんと帰ってきますかと聞いて作るとか、そうした一言が大事なのではないかと思います。8番はレストランで食べきれなかったら、「お持ち帰りしたいんですけどいいですか、自己責任で持って帰ります」そういうことちゃんと言いましようというようになっています。

こうした中でやはり気になるのが、消費期限・賞味期限というのをもう一度ちゃんと考えおくということが大事だというふうに思います。「おいしいめやす」ということで、特に賞味期限、やはりパッと見て期限が過ぎていると思ったら、それで捨ててしまうという人が意外や意外、とても多いという、そういうようなことがアンケートでも出ていますので、もう一度ここを皆で徹底していくのが本当に大事なのではないかなと思います。

そして、週に一回は冷蔵庫チェックとお話ししましたがけれども、きちんと冷蔵庫管理をして、入れ物をいくつか用意しておいて食べ残しを入れておくとか、調理済みを冷凍庫に入れておくとか、そこにテープでちゃんと貼って何日に作ったとか書いておくとか、いろいろ皆さんが工夫して冷蔵庫管理をするという、最近この辺を結構こだわっている家庭の方も増えてきましたので、流行っていくのではないかなと思います。また、災害が結構多いので備蓄している方も多いです。備蓄食料は期限が近付いた段階で少しずつ食事に使って、また買い足していくようなそういう習慣にしておくこと。そして、でも使いきれないと思ったら、地域のフードドライブとかそういうところを出して、一緒に皆でお料理をするとか、地域づくりに使っていくということも大事なんじゃないかなと思っています。

こういう取り組みは、実はお店の小売店との連携というのも大事なことで、小売店のほうも最近は一生涯懸命工夫をしてくださって、小分けした食材や野菜の販売も増えていますがけれども、夕方になって少し値段を安くしていただいたのがあったら消費者もそれをちゃんと買うとか、いろいろ棚にあると私たちは奥の方に手を入れて消費期限の時間の長いものをとるという、ついそういうことをやりますけれども、前からちゃんととっていく、そうしないとその間の物が売れなくなるというふうによく聞きます。やはり消費者が協力できることが結構いっぱいあるのではないかなというふうに思っています。

こうした、事業者さんとの繋がりで出来ることというのも、もっと地域にはたくさんあるのではないかなというふうに思います。これは先ほどもお話しした、この12月に実施をす

る食品ロス削減全国大会の富山のポスターですけれども、地域での外食事業者さん、小売、メーカー、そういう皆さんとの取り組みなどの情報が結構共有できるのではないかなというふうに思っています。

特に具体的に外食業のところのお話しをしたいのですが、これはデニーズさんです。自分たちが減らせることに関しては、自分たちでかなり努力をされている。調達を天気予報で考えて調達量を工夫したりされていますが、いくら自分たちの出来ることをやっても、お客様の食べ残しというのが意外にとっても多いというふうに伺います。そこで、この会社の方は地域で自治体を実施している食べきり協力店の登録制度などに加入して、自分たちだけではお客様に話しにくいけれども、自治体も呼び掛けていますということで、どうぞ食べきってください、あるいは、どうしてもという時には自己責任で料理を持ち帰りいただくことにするなど、いろいろ話し合っているということ伺っています。横浜市の取組にも入っているというふうにおっしゃっていました。

こうした登録制度は名前は少し違いますが全国で広がっておりますので、関心のある方で横浜以外にお住いの方は、ぜひホームページなどを見ていただければ、その地域の情報が出てくると思います。なお、京都市さんは宴会の食べきりを呼びかけると、呼びかけない宴会よりも食品ロスが5分の1に減るというデータが出ていますので、これはなかなか面白いと思います。

なお、食べきり協力店でも、情報を皆さんにお伝えするだけでなく、食べきり協力店で食べきっていただくとスタンプを押すというような仕組みを作って、何件か行ったらそれを送ってくださると県の方からプレゼントが出るというような支援例も出ています。いろいろ、地域で広がってきています。こうした情報を全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会の方でもできるだけ共有して、素晴らしい事例、地域の方に喜んでいただく事例をちゃんと発信しようと考えています。

なお、先ほどいろいろなお話しの中から、環境省が「New ドギーバッグアイデアコンテスト」をやったというお話がありました。こういう新しいドギーバッグなどもいろいろ活用させていただきながら、全国で普及啓発していければいいなと思っています。

なお、新しい生活様式、with コロナの様々な工夫が消費者庁のHPにも出ていますが、この右の上の方、フードシェアリングアプリですけれども、最近そういうものがすごく出ています。自分たちのお店でこれだけ出てきてしまったという情報を入れると、いろんな方から連絡が来るとい、新しい時代の素晴らしい取り組みも増えていますので、ぜひそういうことも活用していただければと思っています。

なお、こうした取り組みをしても、スーパーさんとかいろんなところでどうしても残ってしまうというものがある場合には、捨てずに、やはりフードバンクなどの仕組みにきちっと協力をして、出していただければありがたいし、フードバンクの方も最近子ども食堂と一緒にあって福祉の方からうまく早めに取りに来てくださるような連携をしている地域も出ていますので、いろいろ地域の中でコーディネートしていただいて、新しい取り組みを広げ

ていただければ嬉しいなというふうに思います。

さて、最後のパワーポイントになりました。上はホテルや小売店、そして普及啓発の幼稚園の写真ですが、これは地域の婦人団体が協力して市内全体でやっただきしている福井県の事例です。このように消費者・事業者・自治体、皆の連携で、食品ロス削減の大切さを広めていくというのは、これからの地域の活性化とかの大きなキーワードになるのではないかなと思っています。ぜひ、いろいろなところで、こうした連携の場をしっかりと作って広げていただければ、楽しい元気な地域づくりにも繋がるというように感じています。

皆で楽しく取り組んでいきましょう。よろしくお願いたします。

5. 閉会挨拶

司会：

崎田様、ありがとうございました。

食べ物を大切にすることが増えることを願ひ、そして今日から私も意識して食品ロス削減に取り組んでいきたいと思ひます。

さて、本日は神奈川県横浜市をメイン会場に「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、東京都内の会場とも回線をつなぎ、お送りしてきました。

それでは最後に、消費者庁 審議官 坂田進より閉会の挨拶をさせていただきます

坂田：

本日は、消費者庁ライブシンポジウムをご視聴いただき、誠にありがとうございました。また、ご登壇者の皆様におかれましても、お忙しい中ご出席いただき、誠にありがとうございました。

本日のシンポジウムではキーワードとして、例えば、様々な関係者・レイヤーをつなぐこと、それからプロシューマー教育、AI活用などのDXの推進、それから製配販などの情報連携、それから、ナッジの活用ということもありましたし、最後には社会実験といった壮大なお話もございました。今後の検討につながる、活かしていける様々なヒントを今日、頂戴したのではないかと感じております。大変、貴重なお話を伺うことができたのではないかと感じております。ありがとうございました。

本日のシンポジウムでご登壇いただいた皆様をはじめまして、食品ロス削減に向けて、全国各地でさまざまな取り組みが行われています。消費者庁としても引き続き、食品ロス削減を国民運動として推進していくため、関係省庁と連携しながら、取り組んでいきたいと思っております。

本日のシンポジウムのテーマで、「みんなで知ろう！取り組もう！食品ロス削減」にもありますように、今後もご視聴の皆様とご一緒に取り組みを進めていければと思ひますので、どうぞよろしくお願致します。本日は本当にありがとうございました。

司会：

以上をもちまして、本日の消費者庁ライブシンポジウムを終了とさせていただきます。
皆様ご視聴いただきまして、誠にありがとうございました。

以上