

「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8日(日) 13:00~15:08
2. 場 所：株式会社京都放送
3. 登壇者：
消費者庁 審議官 片桐一幸
ごみ清掃芸人、マシンガンズ 滝沢秀一 (VTR出演)
京都府立大学 生命環境科学研究科 教授 山川肇
京都市 ごみ減量推進課 事業ごみ減量担当課長 浦哲治
京都大学「エコ～るど京大」 田中千尋
立命館大学「Beyond Kitchen 運営委員会」 代表 三浦凜
立命館大学「Beyond Kitchen 運営委員会」 副代表 佐藤彩香
株式会社フルックス 代表取締役社長 黒田久一
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」片桐一幸
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 山川肇
パネリスト 浦哲治/田中千尋/三浦凜/佐藤彩香/黒田久一/崎田裕子
4. 第3部講演② 「地域で食品ロスを削減するためには」崎田裕子
5. 閉会挨拶 片桐一幸

* 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。

本日は京都市から、私、KBS京都アナウンサー・平野智美が、司会進行を務めさせていただきます。どうぞ、よろしく願いいたします。

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、このスタジオと奈良県大和郡山市、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。

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、片桐一幸より、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

片桐：

消費者庁、片桐でございます。全国でご視聴の皆様、本日は消費者庁シンポジウムにご来場いただきまして誠にありがとうございます。「with コロナ時代の消費者行政」といたしまして冒頭、私の方からお話をさせていただきます。

消費者庁は2009年に創設をいたしまして、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す。また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す。消費者法や消費者教育の推進はベースの活動であることに今後とも変わりはありませんけれども、これからはデジタル化、災害などの緊急時等への課題への対応ですとか、あるいは持続可能な社会の構築に向けた、消費者等事業者のさらなる共同のための取り組み、こういったことが重要になってきているところでございます。

具体的には従来の消費者政策の主な対象というのは配慮を要する消費者ですとか、あるいは悪質事業者といった一部に限られてきたところではございますが、最近は高齢化、成年年齢の引下げ、あるいは災害、新型コロナのウイルス感染症の発生、そしてさらには社会のデジタル化の進展といった社会情勢の変化、こういった変化を踏まえて、一般的な消費者も一時的に脆弱な状態に陥るリスクが増加している懸念があるということで、消費者政策の対象は拡大をしているという状況にございます。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をされ、日本でも取り組みが進められているところです。消費者庁は主に目標12の「つくる責任、つかう責任」を担っています。

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り組みを促すとともに、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いるところです。こうした中で、今般の新型コロナウイルスですけれども、この感染症の拡大というものが消費者の価値観や消費行動に変化をもたらしたというふうに考えているところです。

イベントの中止や飲食店の休業等によりまして、食材が売れず、農業、漁業、畜産などの業種で経営不振となる事例も発生しましたがけれども、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っていうことではなくて、自分の消費が社会世界と繋がっており、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んだということを多くの方が体感しているというのが現状ではないでしょうか。

これは消費者庁が啓発に今取り組んでおります、エシカル消費の目指す方向と実は同じです。エシカル消費は、「今だけ、ここだけ、自分だけ」からの転換ということでありまして、未来や地域、世界等のことを考えた消費行動ということでございます。

具体的には、本日のシンポジウムのテーマでもあります「食品ロスの削減」に繋がるお買い物ですとか、風評被害に困っている福島等の被災地消費を選んで購入するといった行動があたります。

日本の GDP 約 500 兆円ございますけれども、このうち、家計消費が過半を占めているということでありまして、消費者の行動というものは、経済社会に大きな影響を与えるものがあります。自分自身の消費行動が、世の中を変えていく世界に繋がっているということを実感し、行動していくことが今 1 人 1 人に求められています。

もう一つ、消費者と事業者との共働という観点から、エシカル消費の啓発と両輪で事業者に向けて取り組んでいるのが、「消費者志向経営」の推進です。これは事業者がみんなの声を聴いて生かす、未来次世代のためにいろんな取り組みを行う。法令を守って、コーポレートガバナンスの強化をするといった取り組みを行っている事業者を応援するということで、消費者と事業者の Win-Win な関係の構築を目指すというものです。こうした取り組みを行う企業を消費者はエシカル消費で応援する。これによりまして、持続可能な社会の実現にもつながるということになります。こうした消費者、事業者、行政の協働、こういった取り組みを課題として典型的な例が、食品ロスの問題ということになるわけです。

日本の食品ロスの発生量ということについてお話したいと思いますけれども、平成 29 年度で 612 万トンというふうに推計をされております。

これは年間 1 人当たり 48 キログラム、1 人当たりご飯でお茶碗 1 杯分のご飯を捨てているのと同じということでありまして。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をしております。ご家庭からも多く出ているというのが現状であります。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ということが必要になってきているわけです。

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ということが明確化されたところです。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。地方公共団体の皆様の協力も不可欠です。本日の京都府の皆様をはじめ、一緒に取り組んでいきたいというふうに考えております。

ここからは具体的な取り組みをご紹介しますと思います。

まず、消費者の意識や購買行動が大きな影響を与える小売り段階で見ますと、需給予測のずれ、あるいは販売期限切れによる売れ残り、こういったことが食品ロスを発生させて

いるという状況にあります。

初めの需給予測のズレの方ですけれども、これについては商慣習の見直しというのが効果的だというふうに考えています。例えば、恵方巻や、土用の丑の日など季節商品の予約販売を行うことで売れ残りを避けるといったものがあります。実際の例で申し上げますと、土用の丑の日の販売予約制にした事業者においてですね、前年よりも売上げが2割減ったんだけれども一方で、廃棄が8割減ったということで結果的に利益が7割増加したという事例がございました。非常に効果的な取り組みと言えるのではないかとこのように思います。販売儀礼による食品ロスについては、消費者が賞味期限、消費期限の近い商品から購入することでこれを減らすことができるというふうに考えられます。

消費者庁が行った調査では、賞味期限と消費期限の違いを知っている消費者は、約7割と比較的多い一方で、賞味期限、消費期限が近づいたものをあえて買うとする消費者は11.4%にとどまっております。鮮度の良い食材を求める傾向にあるということがわかるわけですが、こういったことについて、事業者の方は食材ができるだけ売残らないように、例えば期限が近づいた商品を値引きするといったこと、それから消費者の方は例えば今日使う食材は棚の手前から取る「手前取り」ですね。こういったことなど、消費者と事業者の双方が取り組みを進めていくことが重要だというふうに考えております。

それから、消費者庁では、広報啓発活動の一環として、「賞味期限の愛称・通称コンテスト」を実施しました。「食品ロス削減の日」であります10月30日に受賞作を公表したところです。全国から704件のご応募をいただきました。その中で、内閣府特命担当大臣（消費者および食品安全担当）賞に「おいしいめやす」。それから、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。

賞味期限はただ過ぎたらすぐ食べられなくなるというものではありません。美味しく食べられる期間があることをうまく表現していただいたというふうに思っております。より多くの皆さんが、賞味期限の意味を正しく理解して、行動を変えるきっかけとなることを期待しているところです。

商慣習の見直しということで、季節商材の予約販売について先ほどご紹介したところですが、その他、私ども行政といたしましても流通段階の取り組みとして、納品期限の緩和の要請、それから精米の表示の見直しといった取り組みを行っているところです。日本の食品業界には賞味期限を3分割しまして、最初の3分の1の期限までに、食品製造事業者や卸売事業者が小売り業者に納品をする、いわゆる“3分の1ルール”という商慣行が存在をしています。3分の1ルールは法律で定まっているというものではありませんので、店頭に並んだ後に消費者が実際に家庭で消費するまでの期間を見込んで定めてきた食品業界特有の商慣行ということになります。期限内に納品できなかった商品は、他に販売先がないものは廃棄されてしまうということで、食品ロスに繋がるということになるわけです。

農林水産省のワーキングチームが検証したところによりますと、飲料それから賞味期限180日以上のお菓子を対象に、納品期限を3分の1から2分の1に見直した場合に、食品製

造業においては、未出荷廃棄が削減をされ、物流センターにおいては、納品期限切れ発生数量が減少し、返品も削減される。その一方で、小売り店舗においては、店頭廃棄量の問題はほぼないということがわかりました。

こうした結果を踏まえて、2017年より卸売業者、それから小売り業者の関係団体に対しまして、納品期限の方を2分の1に緩和していただくように、というような要請を行っているところでございます。また、より直近の動きといたしまして、消費者庁において、古い精米年月日表示、この商品が売れ残ることによって生じる食品ロスの問題というのがあるわけでございますけれども、物流上の問題もございますが、こういった問題に対応するために、この「精米年月日」の表示をです、ね、「年月日」だけじゃなくて、「年月旬」でも表示できるという改正を行いました。今年の3月より実施しておりますので着実に取り組みを進めているところでございます。

次に外食段階では消費者による食べ残しが食品ロスとして問題になっているところであります。まずは提供された料理を美味しく食べるということが大切なわけでございますけれども、消費者の方は食べられる適正量を注文する、それから事業者の方々におかれては、小分け・小盛りのメニューを導入するといったようなことが効果的ではないかというふうに考えられます。また、どうしてもやむを得ず食べきれなかった料理については、生命に十分配慮することは必要ですけれども、お家に持ち帰ってはいかがでしょうか。食べ残しを持ち帰ることについて、約9割の消費者が賛同しております。

ただ、実際に持ち帰ったことがある人は2割にとどまっておりますので、行動に繋げる取り組み作りが重要だということと言えるのではないかとこのように思っております。

消費者庁、農林水産省、環境省では外食の持ち帰り容器について「New ドギーバッグアイデアコンテスト」といたしまして、日本で取り組みを普及させるためのアイデアを募集する取り組みを実施したところです。ネーミングの部2,340点、パッケージデザインの部383点の合計2,723点のご応募をいただいたところでございます。審査の結果、新たなネーミングとして「mottECO（モッテコ）」が大賞に選ばれたところであります。

なおパッケージデザインの部の方は審査の結果いずれの作品も環境配慮など改善の余地があるということで、最優秀賞は該当なしとなりました。その他受賞作についてはWebサイトを閲覧いただければというふうに思います。

今年は新型コロナウイルス感染症の拡大を受けまして外食の減少等によって食品ロスに繋がる事態も発生したところであります。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、デリバリーサービスの活用等を呼びかけているところであります。

ご家庭での取り組みを進めていただくことも非常に重要でございます。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ながら、身近で簡単な取り組みをお伝えしたいと思います。

まず左側ですけれども、これ内閣府特命担当大臣賞に選ばれました「でこぼこやさいに魔

法をかけて」という作品であります。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食品・食材をあえて購入して、美味しく料理をしていただくという取り組みでございます。右側の方は消費者庁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ったといった取り組みでございます。

それからコロナ禍ならではの取り組みについてもご紹介したいと思います。こちら入選作になりますけれども左の方ですね「食材を隅々まで美味しくいただきます」と、右側の「丸ナスのポタージュで消費促進」。これコロナの影響で行き場をなくしたすだちと丸ナスを美味しくいただいたということでございます。

丸ナスはこの料理がきっかけで、他の消費者の方も丸ナスの消費が広がったといったことがあったそうです。それから日頃の生活ですぐ実施して見ていただきたいということで、冷蔵庫の話がございます。冷蔵庫のチェックや、片付けや整理をすることで、同じ食品を買ってしまうことがなくなったり、賞味期限が近づいた食材を救済することができ、結果的に食品ロス削減に繋がるということです。

左は「冷蔵庫の掃除から始めるロス排除」ということで、定期的に冷蔵庫を整理して空っぽにして掃除をするという取り組みです。また右側は「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、おいしいカレーを作ってくれたと言ったようなことで、食材をすっきり使いきれるということで、効果的な取り組みではないでしょうか。

それから消費者庁の方でもですね、冷蔵庫の整理に当たってのチェック項目というものを情報発信しておりますので、消費者庁のWebサイトの方をご確認いただくと、幸いかなというふうに考えております。

それからの災害への備えとして食料備蓄しておられる方っていう御家庭がたくさんあると思いますけれども、その際、「ローリングストック法」というのを、実践してみたいかかかなと思います。これは、普段食べている食品を少し多めに買い置きをしまして、食べたからその分を買い足すという備蓄方法になります。

特別なものを買わずに備えができて、かつ食品ロスも防ぐことができるということでございます。他にも有効活用の取り組みがございます。左側ですね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がございます。こういった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っていただいている事業者が増えてきているということです。

このようにインターネット上で受給をマッチングできればですね、食品ロスが防げるということになります。事業者は低価格でも売れる、それから消費者は低価格で商品を購入することができるということになるわけです。

使わない未利用食品がある場合は、フードバンクへ寄付するという方法もあります。コロナ禍で、こうした活動が特に重要になってきております。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ございますので、ぜひこうした活動にも関心をお寄せいただければというふうに思っております。

本日は持続可能な社会に向けまして食品ロス削減に繋がる取り組みを推進している方々にお越しをいただいております。具体的な取り組みについて多くの皆さんに共有していただくことで、皆さんが行動に移すきっかけとなり、全国的な取り組みに繋げていければというふうに考えております。

本日はどうぞよろしくお願いを申し上げます。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ると思います。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、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、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きます。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、本業になりました、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、いろいろなごみ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ごみ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。

毎日毎日ごみを見ていると、やはり、大量のごみ。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、ごみに交じって、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ごみです。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、ごみ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、ただのごみ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、このようにごみになっていきます。

次の写真なのですが、これは少し前に、多く見られたごみです。タピオカということで、少し飲んだら集積所に、ごみ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、ごみを集めるところなのですが、これをごみ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、最近では、コロナ禍において、タピオカは少なくなってきてはいますが、マスクのごみをそのまま集積所に置くような人がいて、意外と、ごみ集積所をごみ箱扱いするように置いていく人が結構います。

続いてのごみです。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ごみ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、可燃ごみだろうが、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ごみなのです。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き、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からけれども、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、ただでもらったもの。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」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思ったら、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思ったら、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思ったら、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なことというのは、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、豆腐の食品ロスを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」と掛かったりするのです。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。そここのところは、倉庫を借りて、倉庫は何をす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こ

とです。

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ると思うことは、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れば、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。

食品ロスは、街中でもよく見かけるキーワードですが、改めて、食品ロスとは何かを、簡単に動画で紹介いたします。それでは、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、パネリストの皆さまの取り組みなどをご紹介いただきます。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、京都府立大学 生命環境科学研究科教授の山川肇さんです。

続いて、パネリストのご紹介です。

京都市ごみ減量推進課、事業ごみ減量担当課長の浦哲治さんです。

京都大学の環境負荷を低減する持続可能なキャンパスの実現を目指して活動する団体「エコ〜るど京大」の田中千尋さんです。

立命館大学の食に関する社会問題と向き合い活動する学生団体、「Beyond Kitchen 運営委員会」の代表、三浦凜さんと副代表の佐藤彩香さんです。

そして本日は、お二方に、リモートでご出演いただきます。

奈良県大和郡山市の株式会社フルックス代表取締役社長の黒田久一さんです。黒田さんは大和郡山市から、リモートでご参加いただきます。

続いて、全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会の会長、崎田裕子さんです。崎田さんは東京都内からリモートでご参加いただきます。

以上の7名で進行していただきます。

さて、ここで、パネルディスカッションを始める前に、先ほどVTRでご講演いただいた、ごみ清掃芸人・マシンガンズの滝沢さんから、あるランキングについて、VTRが届いています。そのランキングというのが、こちら、「滝沢さんが清掃員として働く中でインパクトのあった食品ロス・ベスト3」なんです。皆さん、どのような食品ロスをイメージされるでしょうか？田中さん、いかがですか？

田中：

先程のVTRの中でもありましたけれど、パッケージごと丸々捨てられているものをイメージしました。

司会：

三浦さん、いかがでしょうか？

三浦：

ホテルのビュッフェ形式などで残された食べ残しのフードロスなどがあるのかなと思いました。

司会：

そうですね。さて、滝沢さんはどんな食品ロスと遭遇したのでしょうか。こちらをご覧ください。

滝沢：

仕事中にインパクトのあった食品ロスベスト3です。

第3位。丸ごとスイカです。これは後ほど映像を見ていただくのですが、これがなかなかの衝撃でした。丸ごとスイカに紐までついているのです。これがどういうことなのか、誰かに貰ったのか、買ったとしたら何かしら食べると思うのですけれども、しかし、ゴミ清掃員という仕事柄、回収しないわけにはいかないです。映像を見ていただきましょう。こちらです。

第2位、卸売のイチゴたちです。東京都は特別ということらしいのですが、会社が清掃事務所に連絡してシールを貼れば、我々は会社のゴミも一般回収として回収します。そこで出たゴミで、イチゴの卸売業の人たちのゴミなのですけれども、イチゴが大量に8箱、これがゴミ清掃の回転盤にウーンと潰されて、目の前でイチゴジュースみたいものが大量にできたときがあったのです。これは卸売業の人を責めているのではなく、そういう仕事だから仕方ないのでしょうか、形の良いイチゴしか、消費者の人たちは求めていないということです。形の悪いイチゴは全てゴミになってしまうところを、目の当たりにしたゴミでございました。

第1位、大量のエノキバターです。これ何を言っているかよくわかりません。僕も、実はよく分かっていません。どういうことかと言いますと、ある閑静な住宅街ですが、周りにお店とかもないです。ある1軒家から出た90リットルぐらいのポリバケツのゴミがありました。これは1人で持ち上がらなかったです。これは何だろうなと思って、相棒のゴミ清掃員と「いっせいのせ」でドバツと出したら、その90リットルのポリバケツの中全部がエノキバターなのです。エノキバターってわかりますか。調理したエノキバターです。フライパンで調理した、バターを入れて、エノキを炒めた、あのエノキバターが90リットルのポリバケツ分全部に入っているのです。意味がわかりませんよ。もう1人の作業員がこれはエノキバターだって言うのです。何でこんなにエノキバターがあるのか、僕に聞いたってわかんないですって言うのです。周りのお店から出たゴミかなと考えても、そんなにエノ

キバターを提供する店なんて、世の中に無いのです。だからエノキバターパーティーでもやったのかなと思ったのです。「エノキバターパーティーってなんだ！」という話になるのです。こうなると全くの謎で、何が何だかよく分からないのですけれども、そういう食品ロスもあるのです。

これを色々な所で喋ったのですが、ある芸人が「YouTuber じゃないか」って気づいたのです。これは分からないです、本当かどうか分からないです。聞いたことがないので。「大量のエノキバターを作ってみた」みたいなことなのじゃないかって、妙に腑には落ちたのですけれども、それはそれでも最後まできちんと食べてほしいです。

司会：

それぞれの食品ロス、とてもインパクトがありました。食品ロスって、本当に「もったいない」ことだなと思いましたし、なんとか少しでも減らしていくことが大事だと実感しました。

それでは、ここからは様々な分野の皆様、その食品ロス削減に向けた取り組みについて、ご紹介いただきましょう。山川先生、よろしくお願いします。

3. 第2部パネルディスカッション

山川：

こんにちは。京都府立大学の山川と申します。普段は食品ロスの削減の研究をしております。本日はどうぞよろしくお願いします。

まずは皆様の食品ロス削減の取り組みについて、それぞれご紹介をお願いしたいと思います。初めに、浦さんの方からよろしくお願いします。

浦：

京都市ごみ減量推進課の浦です。本日は京都市の食品ロス削減の取り組みとして、食品小売事業者と連携して、3分の1ルールを見直し、食品を消費期限、賞味期限まで延長して販売することで、店舗からの食品ロスを削減する、販売期限延長の取り組みについて紹介いたします。

京都市では食べ残しや、手つかずの食品などの割合を把握する詳細なごみの調査、細組成調査を京都大学との連携により、昭和55年、ちょうど40年前から全国に先駆けて開始するなど、ごみの減量に早くから取り組み、市民や事業者の皆様のご協力・ご努力により、ごみの量を、ピーク時から半減させるなどの成果を上げてきております。

この細組成調査のときに、家庭からのごみ袋の中から出てきた手付かず食品を並べたものがこちらの写真です。この家庭からの手付かず食品を並べた写真がよく使われることから、食品ロスというと、家庭ごみの問題という印象があると思います。

しかし、実は食品ロス全体を見ると、家庭だけでなく、事業者のほうからも多く発生して

います。全国の食品ロス発生量を見ると全体 612 万トンのうちの 328 万トンが事業者からの量となっております。

また、京都市においても、令和元年度の食品ロス 6.1 万トンのうち 3.6 万トンが事業者由来のものであり、事業系の食品ロス削減が必要となっております。

この事業系の食品ロス発生の大きな要因となっているのが 3 分の 1 ルールという商慣習です。店舗や消費者の手元で期限までの期間を残しておくため、製造日から賞味期限または消費期限までの 3 分の 1 を経たら納品を受け付けない、または 3 分の 2 を経過したら販売せず店頭から撤去するというもので、この商慣習により、納品時と販売時にまだ食べられるのに、食品ロスが発生することになってしまいます。

事業系の食品ロス発生に繋がるこの 3 分の 1 ルールについて、国レベルでの納品期限の緩和に対し、販売期限延長の取り組みにつきまちは販売期限を見直し、販売時に店舗から発生する事業系の食品ロスの削減を目指すものです。

その取り組み内容ですけれども、店舗が設定した品目について、消費期限、または賞味期限までの販売期限を延長するとともに可能な範囲で消費者へ啓発を行います。また京都市は事業者へ参加を呼びかけ、啓発資材を店舗へ提供するとともに、広報誌やポスター等で食品ロスの削減を啓発するというものです。これから、この取り組みのポイントを説明いたします。

取り組みのポイントの一つ目は、販売時の食品ロスを対象として事業者具体的な行動を行っていただくという点です。販売時の食品ロス削減の取り組みとして、消費者に、棚の手前からある期限の近いものから購入してもらうという「手前取り」という行動が推奨されていますが、このような消費者意識への働きかけだけでなく、販売期間を延長することで、消費者の目に触れ、手に取る機会を確保するという具体的なアクションを事業者が行うというものです。

取り組みのポイントの二つ目は、本取り組みは、実際に食品小売店を運営する事業者から、自らご提案いただいたものをもとにした取り組みであるということです。そのため、多数の店舗で取り組むことができるものであり、店舗独自の取り組みをあわせて実施することも可能です。

取り組みのポイントの三つ目は、本取り組みが行政と事業者との連携により行っているということです。京都市が実施する啓発活動と連動し、要請に応じて実施するという一方で、食品ロス削減への貢献という公益目的に基づき実施していることを消費者に訴え、店舗でも実践することができるというものになります。

以上、ポイント 3 点を見ていただきましたが、次に取り組みの経過です。この取り組みの実施に当たっては、実際の店舗で行った社会実験で効果を具体的に確認したうえで、本格実施し、今年度、令和 2 年度は 66 の事業者 827 の店舗に取り組みが拡大しました。この中には、呼びかけ以前から取り組みを実施、継続しておられる事業者もおられますが、多くの店舗で取り組みを実践いただきました。

この取組みによる効果です。社会実験の平成30年度の実績として、販売期限を延長することにより、取り組み品目全体で約32%の廃棄抑制効果がありました。また、店舗での消費者アンケートでも、8割以上の方が販売期限の延長により食品ロス削減に取り組むということは良いことなどの回答をいただきました。

この結果を受け実施した令和元年度からの本格実施において、新たに販売期限の延長を実施した事業者からは約3～6割の廃棄削減効果や、目の当たりにしていた廃棄が少なくなることによるモチベーションの向上や陳列棚チェック等のオペレーションの簡素化による店員さんの働き方改革に繋がる効果もご報告いただいているところです。

最後にご協力いただきました、事業者の皆様には感謝申し上げます、これまでの報告を終わらせていただきます。ありがとうございます。

山川：

ありがとうございました。次は黒田さん、よろしくお願いします。

黒田：

奈良県大和郡山市の株式会社フルックスの黒田と申します。弊社の事業案内からさせていただきます。

現在、弊社では事業会社3社、ホールディング会社1社で、主にBtoB事業を中心に4社で構成しております。

もともと私の父が57年前にせり人から仲卸人に事業創造、起業いたしました。今年で57年目の会社です。57年間、様々な事業を展開してまいりました。青果仲卸事業、青果直販事業、中食向け事業、外食向け事業等です。

現在、弊社の工場は奈良県に2工場、カット野菜工場と惣菜工場がございます。あと、愛知県愛西市にカット野菜工場が2工場ございます。青果テナントとして、現在、大阪府内と奈良県で15店舗。神戸物産が展開する業務スーパーを自ら1店、あと野菜を中心とするカフェ、花一番を展開しております。

主な取扱商品とお取り引き先についてです。もともとの卸売業から丸野菜、そして加工度に応じてカット野菜、ミールキット、それに冷凍の天ぷら、冷凍惣菜、冷凍弁当、あと生協様向けの夕食宅配、おせちまで扱っております。

グループ、弊社の独自性といたしまして、もともとの創業事業でございます、仲卸事業、一部こちらにつきましては、香港への輸出コンテナを毎週火曜日1本出しております。あと、直販事業、自らさばききるといふ直販事業が現在16店舗ございます。ミールソリューション事業と言いまして、色々なバックヤードで、スーパーマーケットとか外食産業がバックヤードで使えるようなものを確保して納入させていただいております。

弊社のミッションとしまして、青果物流通の最適化を通じて、青果物を余すところなく使いきる、売りきるということを最大のミッションとしております。川上の産地から川中の中

間流通、そして川下までのエンドユーザーまでを一気通貫に繋ぐことで、その中間事業者の立ち位置で、できるだけロスを減らしていきたいと考えております。そして現在、具体的な取り組みとしまして、さつまいもの端材を活用して、干し芋にしております。これは弊社の工場が出た端材を、ある NPO 法人にお持ちいたしまして、そこで加工していただいたものを、弊社が買い取って、直営店 16 店舗で販売しております。

まだまだ始まったばかりなのですがすけれども、少しでもカット野菜の食品ロスを減らしていこうという取り組みをしております。

山川：

ありがとうございました。それでは続きまして田中さん、よろしくお願いします。

田中：

京都大学 3 回生の田中千尋と申します。今日は私が所属している「エコ〜るど京大」という団体での食品ロス削減に対する取り組みについてご紹介させていただきます。

まずエコ〜るど京大という団体について簡単にご紹介させていただきます。エコ〜るど京大は、京都大学の学部生、院生、教職員によって構成されている団体です。「エコ〜るど」という名前は、エコとワールドを組み合わせて付けられたものです。「エコ〜る」とはフランス語で学校を意味し、京大の中でエコを学ぶ学校という意味も込められています。全員参加型で環境負荷を低減する持続可能なキャンパスの実現を目指して、多様な視点から環境問題を考えると同時に、地域を巻き込みながら行動を起こすことを目標としております。

ここからは我々が行っている「食のバラバラボ」という食品ロス削減に対する取り組みについてご紹介させていただきます。バラバラボとは食材を各部位にバラバラに分解し、野菜の皮や種といった捨てられがちな部分の価値や、それらを捨てずに活用する方法をとことん追求していくラボという意味です。学生や教職員だけではなく、時には食についての専門知識や食に思い入れのある多様なゲストも交えて、様々な角度から研究していきます。そしてその結果生まれたレシピとレシピ誕生までの様子を発信していくというものです。

例えばこの右下にある写真は、かぼちゃの種とわたを使った揚げドーナツです。傷みやすいからという理由で、かぼちゃを買ったら真っ先に種とワタを捨ててしまっているという方は多いのではないのでしょうか？しかし、かぼちゃの種とワタは問題なく食べられる部分で、うまく使えば種の食感を生かしたレシピを作ることができます。そのようにどうすれば種やワタまで丸ごと無駄なく、かつ美味しく食べられるか試行錯誤した結果、生まれたレシピを SNS 等使って発信していきます。

この取り組みの背景として、まず食べ残しや過剰食品など、まだ食べられるのに捨ててしまっている理由に次の三つがあると考えました。1つ目は、食べられるのに捨てることを特に問題視していない人がいるということ、2つ目は食べられる価値があり、場合によっては栄養的な価値も高い部分があるということに気づいていない人が多いということ。3つ目は

食べられるのはわかっているけれども、どうすれば美味しくなるかわからない人が多いという理由です。そこで私たちは、バラバラボから誕生した、捨てられがちな部分を使ったレシピを多くの人に知ってもらい、実際に作ってもらおうことで、実はここも食べられたんだ、案外おいしいというように捨てていた部分の価値や活用方法に気づいてほしい。さらにはそれをきっかけに食との向き合い方を見直し、普段の調理や食事の際にも、今まで捨てていたけれど、まだ食べられるのではないかと、勿体なかったかもしれないという視点を持つ人を増やしていきたいと思っています。そして、そういう視点を持った人が増えることが食品ロス削減に繋がっていくのではないかと考え、このような活動を行っています。

最後に少し宣伝をさせていただきます。明後日 11 日から、エコ〜ると京大の取り組みで「今日も明日も SDGs！」と題して、朝の 30 分間で SDGs について学べる内容を Zoom を使って発信するという取り組みを行っていく予定です。その中でも、この食のバラバラボの活動紹介、レシピ紹介、さらには、レストランのシェフなどを巻き込んだコーナーを予定しております。ご関心のある方はぜひ、エコ〜ると京大のホームページや SNS をチェックし参加してみてください。

山川：

ありがとうございました。それでは続きまして佐藤さん、よろしくお願いします。

佐藤：

「Beyond Kitchen 運営委員会」副代表を務めております、立命館大学の佐藤彩香です。私からは、Beyond Kitchen 運営委員会とその活動についてお話をさせていただければと思います。Beyond Kitchen 運営委員会は、今年の 5 月に発足した委員会です。発足した背景には、コロナウイルスの影響があります。

コロナウイルスは社会だけでなく、食への大きな影響を与えました。その中でも、給食のキャンセルや飲食店の営業自粛などによるフードロスの問題は大きく取り上げられたかと思えます。その中で、何か課題解決に向かって活動できないかということで立ち上がったのが、Beyond Kitchen 運営委員会です。

食の課題を解決する上で、私達が目をつけたのが、巣ごもり需要です。在宅の長期化により、自炊をする人が増え、パン作りやお菓子作りなど手間がかかる料理が流行しました。また学生活動にも大きな影響を与えました。

私たちが Beyond Kitchen 運営委員会を立ち上げるにあたって大きな原動力となったのが、地域で活動している学生たちです。地域で活動している学生たちは、地域に出向くことができないうえ、コミュニティが弱く、オンラインが普及していない中、深刻な人手不足を抱える地域活動はとてつもない状況を迎えました。そんな巣ごもり需要と食の課題を解決するために、地域で活動している学生たちが開催したのが Beyond Kitchen コンテストです。

Beyond Kitchen コンテストは、コンテストを通じて食の課題に取り組むきっかけを作る

ことを目的としたアイデア料理コンテストです。送られてきた食材をもとに、テーマにあったレシピを考案してもらうという流れでコンテストを行いました。審査は2段階に分けて行われ、1次審査ではホームページ投票を行いました。そのホームページ投票で上位の方々がファイナルに進み、そこでプレゼンをしていただき、審査員の方々によって、グランプリが決まるという形で行いました。コンテストはコロナウイルスの中でもできるようにオンラインで開催し、60名の定員いっぱいの応募者の方々に参加していただきました。また、ホームページ投票でも、1日2,000票以上の票が集まるなど反響がとても大きかったです。このコンテストを通じて、with コロナでも楽しみながら食の問題に目を向けるきっかけになったのではないかと考えております。

今回のコンテストは、フードロス部門、地域部門の2つの部門で構成されています。フードドライブで活動している方々や滋賀県の甲賀市、京都府伊根町の方々に協力していただきました。このように実際に活動している方々と接することで、食を身近に感じてもらう良いきっかけになったと思います。

また資料にはございませんが、10月末には第2回のコンテストを行いました。第2回のコンテストでは、子ども食堂の方々に協力していただき、子どもに向けたおにぎり弁当のレシピコンテストを行いました。これらのコンテストの様子はYouTube LIVEで配信するなど、外に向けた発信活動も行ってきました。以上で、活動の説明とさせていただきます。

山川：

ありがとうございました。それでは最後に崎田さんどうぞよろしくお願いします。

崎田：

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

全国にはおいしい食材、美味しい料理法がたくさんあります。こういうものを自然に感謝しながら、しっかりと食べきるといいうおいしい食べきり運動を全国に広げようと取り組んでいます。

私たちの協議会は実は全国の自治体のネットワークです。今47都道府県全てと380の市区町村が参加をしてくださっています。こういう食べきり運動を全国にあるいは地域にしっかりと根ざして取り組もうということで平成28年に設立され、呼びかけをした福井県が全国事務局を担ってくれています。

取り組みの中心は、やはり全国の自治体ですので、その情報を共有するということがホームページを立ち上げていますが、自治体間の共有だけではなく、多くの人に見ていただけるような場になっており、色々なイベントとかキャンペーンを情報発信しています。

こういう中で、自治体間で今熱心に進めている取り組みなどもありますけれども、実は自治体の中でも食品部門、産業部門、消費者教育、そして環境セクション、福祉、様々なとこ

ろが連携をしないとできない分野ですので、自治体間の協力、そして全国の地域の事業者と消費者を繋ぐとことを一生懸命に取り組んでいます。

こういう中で、今多くの自治体で大変熱心に取り組んでいるものの一つが「おいしい食べきり協力店登録制度」といいます。名前は自治体によって色々ありますけれども、こういう活動に熱心な外食とか小売店に登録していただき、消費者にしっかりと広報する。そして消費者がそのお店に行って、色々消費したり、食べ物を食べていただく、そのような繋がりを作ろうということです。

こういう呼びかけを熱心にやる中で、外食店には小盛りメニューをたくさん用意してください、あるいはお持ち帰りパックを用意して、どうしても食べきれないという方には持って帰っていただけるようにしてください、こういうような施策を1つ1つ呼びかけながら、進めてきております。

このような様々な施策を施策集にまとめて、明確にホームページの中に設定していますので、関心のある方は覗いていただければと思いますが、食べきり協力店制度というのは、地域によって色々な呼び方もありますし進め方もあります。京都なども非常に熱心に取り組んでくださっていますが、ぜひ自分の地域の取り組みを調べて、協力していただければありがたいと思います。

このような中で、家庭でも工夫した色々なレシピを消費者庁の特設コーナーにアップさせていただいて、みんなで共有するというも行っています。この家庭へのキャンペーンは10月を中心に全国に呼びかけていますが、スーパーへの使いきりの食材販売を呼び掛けるなど様々に取り組んでいます。そして、全国の外食店にも呼びかけを行っていて、特に忘年会・新年会の宴会シーズンなどは「3010（さんまるいちまる）運動」、最初と最後はあまりお喋りせずにしっかり食べきりましょうという呼びかけも全国に広げています。皆さんと広めていければと思っています。よろしくお願いします。

山川：

ありがとうございました。さて、ここまで幅広い分野の取組みをご紹介いただきました。それぞれ非常に工夫され、色々な主体が連携されて成果をあげているということで大変興味深く聞かせていただきました。ありがとうございました。

さてここからは皆さんの取組みを踏まえて意見交換をしながら、またさらに今後の取組みについてもお話を伺えればと思います。

まず、浦さんにお伺いしたいのですが、学生団体それぞれ非常にユニークで柔軟な発想で取り組んでらっしゃるとか、あるいはコロナに対してすぐに反応するなどフットワークの軽い活動をされていますが、このような発表を聞かれて何か思われたことなどあればお願いします。

浦：

今年には本当にコロナのせいで、大学生の皆さんは、対面授業や他の課外活動も制限されるという大変な状況の中、これだけの行動、活動をされるということは本当に素晴らしいことだと思っていますし、この調子でずっと進めていただきたいと思います。また活動の方も、社会人によくありがちな“しがらみ”というものから、結構自由にされて、ユニークであることはもちろん、物事について深く見据えて、ここまでしかできないってことではなく、いろいろ幅広に考えて、自分たち独自の活動されていることが、やっぱりここは学生らしいすごく良い取り組みだと思いました。

山川：

それでは佐藤さん、今のコメントを聞いていかがですか。

佐藤：

私たちは、やはり学生だからこそできることを常に考えて活動しているのですが、今言っておられたようなフットワークの軽さや活動力っていうところは、他の社会人の方々とか企業の方々には負けない、すごい強みのポイントだと思っているので、何かそういう学生らしいアイデアと、その学生らしさ学生のブランドをもっと前面に出して、食品ロスに対する活動を行っていきたいと思います。

山川：

次に田中さんにお伺いしたいのですが、フルックスさんは、卸、加工、販売と色々なところを連携させることで廃棄されがちな余剰分や、あるいはカットをされた端っこの部分をうまく活用・販売する活動を行い、食品ロスを削減されているわけですが、黒田さんの取り組んでおられる食品流通のロスの削減について、どう感じられましたか。

田中：

私自身も飲食店でアルバイトをしていますが、食材を調理するときに見た目に気をつけたり、どうしても忙しかったりするとロスが多くなってしまいます。そういった問題をそのカット野菜やミールキットで解決しつつ、さらにその切れ端もまた別の場所で加工されて販売されている、そういう仕組みはすごく素敵だと思いました。ただ、そのBtoBの事業は私たち消費者からは、どうしても見えづらいということが多いため、この良い取り組みをされているフルックス様のような企業を支えていくためにも、今後も活動を発信し続けてほしいと思いましたし、私たち消費者自身もそういう企業の取り組みに対して、もっと目を向けていく必要があると思いました。

山川：

ありがとうございました。本当にそう思います。黒田さん、今のコメントをお聞きしてど

うでしたか。

黒田：

まず現役の大学生の方々が食品ロスに対して真摯に向き合っておられることは、事業者として非常に感銘を受けます。今の BtoB について分かりにくいということは本当にそうであり、現在、我々はどちらかと言えば黒子なので、もう少し SNS 等を使って今後発信していくことが重要だと思っております。あと、エンドユーザーの方々と我々の商品を利用してくださっている方々との連携というのは非常に重要だと考えております。非常に参考になるご意見をありがとうございます。

山川：

ありがとうございます。それぞれの活動について、活動されているからこそ感じられていることをご指摘いただけたかと思えます。

それでは、このあと今後の取組みについてもお話を伺いたいと思えます。

まずは三浦さんからお願いできますか。

三浦：

Beyond Kitchen 運営委員会代表を務めています立命館大学の三浦凜と申します。

私の方からは Beyond Kitchen 運営委員会の今後の取組みについてご紹介をさせていただきたいと思えます。

先ほど副代表の佐藤からも述べさせていただいたように、当団体では、Beyond Kitchen コンテストという完全オンラインでできるアイデアコンテストを実施し、余剰食材の活用を促す活動を行ってまいりました。そこで当団体は今後、フードロス問題に悩んでいる企業とコラボしたコンペ形式のコンテストを実施していきたいと考えております。

食品会社向けのコンペの実施ということで、余剰食材を抱えて悩んでいる、そんな企業を対象とし、コンペの参加者は、一般の方や企業など、広く募集をかけたいと考えています。加えて、コロナの影響により売上が低下して困ってしまっているという企業についても積極的にお声掛けをして、協力していきたいと考えています。

続いてこのコンペの仕組みについてお話しいたします。このコンペでは食品会社から運営委員会が余剰食材をいただき、その余剰食材をコンペの参加者の方へ配送します。食材の届いた参加者の方には、余剰食材を提供してくれた企業が提示するテーマに沿って、商品のアイデアやレシピを、我々委員会の方まで提出していただきます。そして実際に商品として開発可能性のあるアイデアに対してはコンペの賞の受賞を行い、受賞者には、企業と商品開発を行っていく権利を付与いたします。

それより先の商品開発では、当団体が企業とコンペ受賞者の仲介役となり、話し合いを進め、そして実際に商品を販売する段階までサポートをしたいと考えております。

余剰食材を提供していただく企業に審査員として関与してもらうことで、具体的な商品開発の実現に向けて動くことが可能であると考えております。コンペを通じて、当団体が提供できる利点をまとめると、食品会社に対しては、余剰食材を活用できる場を提供できるという点、そして商品アイデアを一般から募集する機会を創出できる点、また参加者が団体、企業の方の場合は、新たな連携先として繋がり場の場を提供できる点、これが我々の団体が提供できる点であると考えております。また、参加者に対しても自身のレシピが実際に商品として採用されるかもしれない、そして企業と一緒に商品開発を進められるかもしれない、そういった場を創出していきます。

次に、これから進めていくその他の活動についてもご紹介いたします。料理教室と食育の実施ということで、当団体では今後月に1回、子ども食堂への参加を通じて子どもたちやそのご両親に料理教室や食育の実施を行っていきたくと考えております。料理教室の開催にあたっては、Beyond Kitchen コンテストを通じて集まったレシピを提供し活用をしていきたくと考えております。また、食育活動に関しても、フードロスや食が抱える様々な問題について、ご両親向け子ども向けの教材をそれぞれ用意し、適切に教育を行っていきたくと思っております。

Beyond Kitchen 運営委員会は、Beyond Kitchen コンテストや食品会社向けのコンペ、そしてフードロス削減に向けた活動、また協力いただいた企業・生産者の声は、食に関する正しい情報について Web 上で発信していく活動を軸に、これからも活動を実施してまいります。

食の社会問題に対して考えるきっかけとなるような場所を作り、そしてその問題に対して参加された方が誰でも行動を起こせるような場の創出というものを当団体は理念として掲げており、それらを通じてこれからの活動を邁進してまいりたいと考えております。

山川：

ありがとうございました。続いて田中さん、よろしく申し上げます。

田中：

今後の取り組みとして、今後はより多くの人を巻き込みながら、より多くの人に活動してほしいと考えております。そのための直近の取り組みは、先ほども宣伝させていただきましたが、「今日も明日も SDGs！」という我々エコ〜るどが主催する一般の方々へ向けた活動の中でも紹介していこうと考えております。

この今日も明日も SDGs というのは、朝の 30 分間で SDGs について学べる内容を発信していくというのですが、その中でバラバラボの活動紹介と合わせて、学外の食品ロスに関心のある方々や、レストランのシェフといった方々からも、食品ロス削減に対する取り組みや、レシピのご提案をご紹介させていただこうと思っております。

また、あわせて、食のバラバラボの活動自体も見直してパワーアップしていこうと考えて

おります。特に、今後、他の食材にもチャレンジしていく中で、こういった食材を取り上げるか、どの部分を取り上げるかというところは、もう少し考えていきたいと思っております。

今回はその普段捨てられている部分が実は食べられたという気づきをきっかけに、もったいないという意識を広めたいと考えていたので、かぼちゃの種やワタといった食べられない部分をわざわざ使うというレシピを提案したのですが、今後はもう少し現実味があって、日常で取り入れやすいレシピも提案していきたいと考えております。

例えば、ブロッコリーの茎など、割と食べられると一般に広く知られているけれども、使っていない人もまだまだいるような部分であったり、余った食材の切れ端を鍋や味噌汁に入れてしまうレシピの方が食品ロス削減に普段取組んでいらっしゃる方々にも共感していただけるのではないかと考えております。

その前段階として、今計画しているのが一般的には、どのような部分が捨てられがちなのかを知るためのアンケート調査を実施しようと考えております。そのアンケート調査の結果、捨てている人が多い、処理に悩んでいる人が多い部分を今後取り上げてレシピを提案していこうと考えております。

山川：

ありがとうございました。それでは黒田さん、よろしく申し上げます。

黒田：

青果物流通における食品ロスの発生理由ですが、青果物はそもそも工業製品ではありませんので、いろんな形で食品ロス発生がしやすいというような特性があります。青果物の生育は、おてんとさん・天候に左右されるのが特徴です。そして青果物は、形、大きさなど、いわゆるサイズとグレードがあるのですが、流通段階で非常に細分化されておりますので、その中間領域の間にロスが発生しやすいです。そして、当然、青果物には旬がありますので、旬が外れたものは売れ残りやすい、というような特徴があります。

弊社は、約3年前に創業者が亡くなったのですが、そのときに、もう一度今後向かうべきミッションは何なのかを再定義しました。当然青果物を扱うというのは生業にしているところですけども、この事業を通じて余すところなく使い、広く売りきるということ、非常に難しいテーマなのですが、これを1つの事業ミッションとして進んでいくことを定義いたしました。

先ほどご説明させていただきましたが、弊社は相当量の天ぷら材料を展開しております。ミールキットも展開していますが、天ぷら材料も相当量展開しております。大手の食品スーパーの惣菜部門向け、大手の外食チェーン向けなどに天ぷら材料を卸しており、その中でさつまいもはとてもよく出る天ぷら材料ですが非常に端材がしやすい。そこで小さな端材については、干し芋にしたり、一部冷凍天ぷらにしてプリフライにしたりして展開しております。

青果物流通のロス削減、売りきりということですが、青果物を扱う上で、中間流通事業者として非常にロスが発生しやすいです。例えば、ジャンボおくらは、契約している指宿で作っていただいたのですが、契約している量がたくさんできてしまった。当然、外食産業に納品する予定だったのですけれど、それ以上の生産ができました。そのためグループで直販事業や卸というような形で、流通を最適化させながらロスを低減する努力をしております。

最後に、これはなかなか難しい問題なのですが、日本の青果物流通は1個売りが非常に多くございます。欧米の方はユニットプライスというのですが、いわゆるグラム売りを中心に青果物を扱うというのが基本的には慣行としてあります。日本もこのようなグラム売りを推進することによって青果物の食品ロス低減のことについては寄与できるのではないかと考えております。

最後に弊社の経営理念ですが、『「自然の恵み」に感謝し、「四季の心」を大切に、お客様の健康な食生活に貢献します。』ということで、この経営理念を具現化するために、これからも頑張っていきたいと思っております。ありがとうございました。

山川：

ありがとうございました。それでは崎田さん、よろしく申し上げます。

崎田：

全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会、この自治体の取り組みですが、それぞれの地域には本当に今日のご発表のように様々な食品関連事業者、消費者あるいは学生の新しい取り組みがどんどん広まっています。こういうことをもっともっと広く共有していくということが大事だと思っておりますが、ホームページで発信するだけではなくて、年に1回、食品ロス削減全国大会を開催しています。様々な先進的な取組みを共有し合いながら、先進事例をもっと広げていくような、そして国民運動としての気運を醸成するというようなことを大切にしたいというふうに思っておりますが、2017年に第1回を開催しました。

1番左側ですが、長野県の松本市が第1回の開催地に手を挙げてくれました。実は0回という私たちの協議会のスタートは福井県福井市で開催したのですけれども、第1回は、松本市、そして2回目はこの京都市で開催をさせていただきました。京都市の皆さんの協力を得て、そして政府各省（消費者庁、環境省、農林水産省）、皆さんの協力もいただきながら実施しましたが、こういう機会を広めながら、こういう活動がどんどん広まっていくことを願っています。第3回として、昨年2019年の10月には徳島県徳島市の協力で開催いたしました。消費者の色々な社会実験などもあるので、できるだけ最新のデータを共有しながら、みんなで取り組みを広げていくということを大事にしたいと思っております。

今年度は、10月30日が「食品ロス削減の日」ですので、その日の実施を考えておりましたが、コロナの関係で延期をいたしまして、12月16日に富山県で開催を準備しています。富山県は、自治体の食品ロス削減推進計画を初めて策定をしたところでもありますし、3分

の1ルール見直しの地域協定を作るという先進的な取組みをしているところです。ぜひ皆さんで共有をしていただければと思います。

やはり、こういう様々な取組みの中で新しい方向性として、ぜひ全国規模の食品事業者ときちんと連携をしていくという形をしっかりとしたいというふうに考えております。そういう中で、今、全国規模の食品関連事業者と協議会で、きちんと地域で連携をして取組みを広げましょうという、共同宣言をさせていただきました。そうすれば、それぞれの地域での様々な視点を持つ皆さんと、自治体の連携事業がもっとスムーズに広がるのではないかと、進めてまいりました。昨年の10月に最初の共同宣言を3社と実施して、2社増えております。イオン株式会社、株式会社セブン&アイ・フーズシステムズ、ワタミ株式会社、株式会社イトーヨーカ堂、ロイヤルホールディングス株式会社です。現在、さらに広げています。

このように事業者の皆さんと消費者の皆さんを繋いで、全国の自治体も積極的に取り組みながら、2030年度には2000年度比半減をするという食品ロス削減目標があるわけですが、皆さんと国民運動を広げながら実施できるような地域をしっかりと作っていかうと取り組んでいます。これからも頑張っていきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

山川：

ありがとうございました。それでは最後に、浦さん、よろしくお願いいたします。

浦：

それでは京都市の販売期限延長の取組みについて、今後の見通しを説明します。

本取組みにつきましては、地域における特色ある取組みとして、消費者白書などに取り上げていただきました。また、協力いただいた事業者の方々からも協力的な姿勢で対応していただいております。食品ロス発生の影響に及ぼす過度の鮮度志向は不要だという方向に意識が変わってきたのではないかと考えております。

私の部署では、職務上、本市のクリーンセンター、ごみ焼却施設に搬入される事業ごみの検査を行っています。搬入されるごみをピックアップして、袋の中身を確認し、不適正なものが入っていないかを確認するのですが、そのときに食品ロスを目の当たりにすると、先程の滝沢さんの映像にもありますように、やはりもったいないという感覚を抱きます。事業者の方々には、食品ロスが数的にコンマ何パーセントという発生することはやむを得ないという考え方ではなくて、どうしても出てしまうものではなく、なくすための意識改革を訴えかけていきたいと考えております。

また、この取組みはすぐ使うものなら、消費期限、賞味期限が近いものから買う。家庭でロスにしないよう、食材の在庫管理を行うという消費者の行動がセットとして必要です。今後は、商慣行の見直しに合わせた消費者の行動変容も粘り強く進めていく必要があると思っております。例えば、単に賞味期限が近いだけなのに、貧乏くさいとか、古くなっていて体に

悪そうというような認識は持たれがちな、いわゆる見切り品を買うという、このイラストのお父さんのような行動が、「今だけ、ここだけ、自分だけ」でない、本当のエシカル消費であるというように、金銭的にお得である以外の価値付けを行うというような啓発を行うことで、購買する消費者の意識に訴えかけていく必要があると考えております。

最後に今日は時間の都合もあって、この販売期限延長の取り組みに絞って京都市の取り組みを説明いたしましたけれども、京都市ではその他にも、食品ロス削減に向けた取り組みを行っております。先ほど崎田様からご紹介いただきました、食べきりの点では「食べ残しゼロ推進店舗」を飲食店、それから食品小売店にも行っているところです。

本日は色々な発表を聞き、非常に勉強になったと思っております。今後も、京都を特徴づける大学の取り組みや、また市民や事業者の皆様とも連携して、より一層の食品ロス削減を推進していきたいと考えております。

司会：

ありがとうございました。山川さん、こうして見ますと、それぞれのお立場から今後の取り組みについてもしっかりと考えてくださっているということですね。

山川：

そうですね。やっぱり皆さんの発表を聞いて一番印象に残ったのは、非常に上手に連携をされているところです。

例えば、フルックスさんの場合には、内部の中での連携ということもありますが、生産者とうまく連携することで、規格外のものや廃止になったものを活用されています。あるいは京都市さんの場合も、小売り企業だけでやろうと思うと、自分たちの儲けのために実施しているのではないかと思われるがちなところを、行政が公共的な目的で進めていることとしてバックアップすることで、お互いにとって win-win になるようなことも行われます。また、三浦さんのところの活動でも学生が作るから、余った食材を抱え込んでしまっているような事業者から、うまくそれを引き出してロスじゃない形に持っていける。そういうアイデアを色々を出していける。そういう形で、それぞれの強みと言いますか立場と言いますか、これをうまくミックスすることで自分たちだけではできないことを実現しているなとそういうふうに非常に強く感銘を受けたところです。

司会：

皆様どうもありがとうございました。それぞれの立場から具体的な取り組みや思いをお話しいただきました。これらの取り組みを参考にし、視聴者の皆様も一緒に食品ロス削減を進めていきたいですね。

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。

ここで京都府の紹介動画をご覧くださいませ。どうぞ。

4. 第3部講演②

司会：

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、「全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会」の会長、崎田裕子さんに、「地域で食品ロス削減を進めるためには」と題して講演いただきます。

それでは崎田さん、よろしく申し上げます。

崎田：

この協議会は全国の自治体の連携で成り立っていますが、私自身は行政の職員ではなく、環境分野のジャーナリストとして歩んできました。その中にご縁があり、今会長をさせていただいております。今日は自治体だけではなく、少し視野を広げてお話ができたらと思っています。

この絵は松本市の保育園や幼稚園の先生方と一緒に開発した紙芝居の表紙なのですが、このように自然の恵みをみんなで美味しくいただくと本当に嬉しいな・楽しいなという気持ちを伝えるのが、食品ロスの食育ではとても重要なことだと思います。この松本市の取り組みのように、自治体と地域の連携、あるいは事業者との連携が様々に広まっていますが、このような取り組みが広がっている背景として、食品ロス削減がなぜ今こんなに問題になっているのか、そして私たちはどうしたら良いのか、ということをお話したいと思っていますので、皆さんのこれからの取り組みのきっかけにいただければありがたいなと思っています。

日本では少子高齢化が社会問題化していますが、世界の状況を見ると、まだまだ人口が増加をしている状況です。2019年は77億人でしたが2050年には100億人近くなるのではないかとされています。その時代には2000年の初頭に比べて、食料が1.7倍必要になるのではないかとされています。

このような中で世界的に見ても食品廃棄物が多いというのはもったいないと、世界的な課題になってきています。世界の食料生産は約40億トンとされていますが、その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されています。一方、栄養不足で困っている人口は世界で8億2000万人。人口の約9人に1人は、そのような方々という状況になっています。

このような状況の中、2011年の国連機関の発表を見ますと、世界的にグレーのところが生産段階から流通に乗るところでの食品廃棄、そして赤い色が消費段階、消費と言っても外食などの過程が入っています。このように多くの食品廃棄物が特に先進国から出ているというデータが出ています。

このような中で先程から多くの方々からコメントがありますが、国連が2015年に持続可能な将来に向けてしっかりと取り組もうということでSDGs 持続可能な開発目標を採択しましたが、その12の「つくる責任、つかう責任」の中の12-3に「小売り・消費段階での食品廃棄物を半減させる」そして「全ての過程の食品ロスを削減しよう」ということが明確に記載されたことが大きなポイントになっています。

では、日本はどうかという問題ですが、実は日本国内に流通している食用仕向量の約3分の1にあたる2550万トンが、残念ながら食品廃棄物になっています。本当にもったいないことです。しかも、このうち612万トンはまだ食べられる食品ロスと言われています。国連機関が1年間に世界の食料援助をしている量が390万トンという報告があります。この1.5倍から1.6倍が毎年日本からまだ食べられるのに廃棄されている状況です。

もう少し詳しく、どのように出ているのかを見てみますと、事業系と家庭系と両方から出ているということです。この表は先ほども出ていましたが、大きな円が食品廃棄物、小さな円がその中の食品ロスということで、全体の4分の1が食品ロスです。それぞれの分野で見ますと、メーカーからは食品廃棄物が多けれどロスは少なくなっており、卸売・外食・小売業は食品ロスが多く、家庭も結構多いというのが見えると思います。

食品ロスだけを集計すると非常に分かりやすく、青が事業系で、赤が家庭から出ている食品ロスということで若干家庭が少ないですがほぼ同じで、私たちは自分たちの暮らし、そして仕事の中でしっかりと取り組むことが大事だということです。(国民1人当たりの食品ロスの量は)1日1人約132グラム、約お茶碗1杯を握ると小さなおにぎり1個分という感じです。

このような事に日本全体で取り組もうと、今日の政府広報のように、政府もきちんと目標を立てて取り組むもうと、昨年2019年に食品ロス削減推進法ができました。そして目標を2030年度に**2000年度**の半減と設定しましたが、そのことに関しては家庭系の削減目標は第4次循環基本計画、そして事業系の目標は食品リサイクル法でしっかりと位置付けるということも進んでいます。10月だけではなく常に取り組みたいのですが、10月は特に「3R月間」であり「食品ロス削減月間」なので、みんなで広げていきたいという呼びかけを行っています。

では私たちはどのように減らしていけば良いのかというのが問題です。先程1日1人おにぎりが1個、2人暮らしだとおにぎり2個と言いましたが、このくらいだったらちょっとした工夫で出来そうだし、そういうことをみんなで積み上げていきたいというふうに思うわけです。

一体どういうふうにしたらいいのだろうかということなのですが、実はこの食品ロスというのは、10年以上前からこれは大きな社会問題になるということで、かなりじわじわと関心を高めてきました。その中で、それぞれの立場の方ができることはどんなことだろうかという交通整理が進んできていますが、色々あります。ただし、それを本当に実践すること、そして自分たちだけではなくて他の方たちと連携をして相乗効果を上げること、そこが今

大変重要だと言われています。スライドの外食と家庭をよく見ていただきますと、外食は事業者の食品の予測とか、そういうことも大事なのですが、お客さんの食べきりっていうのもすごく大事で、家庭のところは冷蔵庫管理、計画的な買い物、食べきり、使いきり、食品表示とかいろいろ出ています。もう少し詳しくお話をしたいと思います。

例えば京都市さんも、非常に早くから細かいデータを取っておられますので、ホームページなどでしっかりと把握していただきたいですが、私は福井県で、2年ほど前に実施されたかなり詳細な調査のデータをお見せしたいと思います。これは県内のある地域の家庭系の可燃ゴミなのですが、実はその中の40%に当たるところが生ごみで、一番上の右のところ、手付かず食品、その次が食品の食べ残し、合わせると13.2%とあります。これが食品ロスの数字になってきます。食品ロスが生ゴミの約3分の1、これは先ほどの全体集計とほぼ同じ感覚の数字だと分かっていただけだと思います。私たちがやれることがどんなに大事なことかっていうその第一歩として考えていただければと思います。

実はこの調査で、一体どんなものが出てきたのかという詳細なデータを取ったところ、やはり左側の手付かず食品と食べ残しとこの2つが主なわけですが、手付かず食品の中では賞味期限切れ、お豆腐、納豆など色々なものがありますが、他に粉類、天ぷら粉、お好み焼粉、小麦粉、こういう粉類がすごく多かったことが特徴と言われています。その他の食材としては、やはり野菜がすごく多かったということ、そして食べ残しは、なんと主食にあたるご飯やスパゲティ、パンなどが多かったということが記録に残っています。そういうことを踏まえて、市民の方への啓発としては、食品の使いきりのための冷蔵庫の管理を徹底しましょう、賞味期限をちゃんとチェックしながら食べきりましょう、粉類を使いきりましょうといった呼びかけ、そして食料の食べきりに関しても、主食が多いということですので、今日は家族何人かなっていうのをちゃんと聞いて料理を作りましょうなど、色々な呼びかけが進んでいるということです。

ここで、福井県で、消費者の皆さんに配っているチラシをお見せしたいと思います。これは実は先程の調査より早い時期から配っていたのですが、これを見ると全部入っていることが分かると思います。今8つのポイントがありますが、重要なのでちょっとキーワードを読んでみます。食べきり実践チェック表、「買い物の前に冷蔵庫を整理しよう」、「お店ではバラ売り量り売りを利用して必要量を購入しましょう」、3番目が「週に1回は“冷蔵庫一掃デー”賞味期限、消費期限が近い食材をちゃんと使いきりましょう」、私はよく週1回はみんなでお好み焼きを作りましょうとか、冬場だったら鍋ものにしましょうとか、そういうことを一生懸命言っています。4番目は「調理くずは再調理して工夫して使いきりましょう」で、次が「自分が食べきれぬ適量を見つけて、皆にそれを伝えましょう」、その次が「家族の予定を把握して必要な分だけきちんと食べきりましょう、作って食べましょう」、「食べきれなかったら他の料理を作りましょう」、そして最後、「レストランでお食事をするときに、どうしても食べきれなかったら、お持ち帰りができるか聞きましょう」という、これらがやはり消費生活の中では、これができるのであれば色々なことに繋がってくると思っています。

やはり、一番基本になるのは賞味期限、消費期限を知ることなのですが、消費期限に関して生鮮品ですので、できるだけその日のうちに使って、賞味期限は味わい期限ですので、それが切れたからといってすぐに捨てるよりは、少し自分で食材を味わったり、匂いを嗅いでみたりして、しっかりと料理をして使いきるとか、やはりそういうことを考えていくことが大事だと思います。

このような基本の中で、やはり冷蔵庫管理を徹底しましょうというのが本当に一番だなと思います。これは札幌市が啓発に使っている写真ですが、ホームページで詳しく出ていますけれども、「日曜日は冷蔵庫お片付けデー」というふうに呼び掛けています。ぜひ、そういう習慣を身に付けていただくと嬉しいです。

そして、消費者庁からのお話しにもありました、災害備蓄をしているところも非常に多いですけれども、ただそれを備蓄して期限が来たから捨てるのではなく、少し前に食べきって、そしてまた補充をするというローリングストックという形でやりましょうという呼びかけです。

そして、家では食べないなという頂き物などは、やはり地域で集めて子ども会で使う、あるいは子ども食堂で使う、そのように地域で生かすことを考えましょうということです。

このように、消費者が自分の暮らしの中だけではなく、買い物に行ったときにどのように賢い選択をするかが大事ですが、最近はスーパーも小分けの食料を置くことになり協力してくださるようになりましたので、できるだけそういうお店に買い物に行く。そしてきちんと棚の前から選ぶ。奥の方から取ると、消費者防衛という気持ちではいいかもしれないけれども、その前のものが全部、売れなくなってロスになってしまうという、この辺りも本当に大事なところだなと思います。

このような消費者の取り組みにプラスして、外食事業者としても、どのように減らしたらいいのだろうか、それがやはり地域の食品ロス削減に繋がります。今、全国の食品ロス削減大会のチラシを入れましたが、この大会自体は、みんなで家庭系と事業系と一緒に啓発しようという会合ですけれども、偶然にも大会を実施する富山県は、事業系の3分の1ルールを地域に定着させることを熱心に行っています。また、外食産業にしても、まずは自分で食べきるお店作りをしっかりといただき、そのうえで、そのことを従業員の方やお客さんと一緒に話し合うようなコミュニケーションの良いお店作りをしていただくといいのではないかと思います。それがwithコロナでの満足度も高まってくると思いますし、新しい商習慣、商売の仕方にも繋がるのではないかと思います。最後にお持ち帰りいただくようなことが増えると思いますので、それに関しては自己責任というのもしっかりと徹底することが大事だと思います。

例えば、デニーズさんというお店がありますが、これはセブン&アイグループの会社でちゃんと目標を持って行っているのですが、自分たちの企業が取り組める、いわゆる天気予報をチェックするとか、客足予想するとかそういうことはしっかりできるのですが、利用客の食べ残しというのが多いそうです。これが1番問題で、お店ではお客様にそれを申し

上げるとするのはなかなか難しい。だからこそ、こういう地域の国民運動づくりの中の様々な食べきり運動に参加されているそうです。

京都では、食べきり、食べ残しゼロ協力店という取り組みを熱心に行っておられますが、ここに8項目書いてありますが、8項目の中で2項目取り組んでくださった事業者を登録する、そして消費者に伝えるということです。「食材を使いきります。」「食べ残し出さない工夫をします。」「宴会で呼びかけています。」「持ち帰りができる工夫をします。」色々なものの内、2項目以上、取り組んでくださるところを登録しています。京都市では、実はこういうお店に協力していただいて、宴会のお客さんの食べ残り、食べ残しがどのくらい減るかという実験をしてくださったのですが、食品ロス削減を呼びかけた宴会は、呼び掛けない宴会の5分の1に、食べ残しが減るというデータが出ています。やってみていただければと思います。

このように食べ残しゼロに向けて、食べきり協力店を応援する仕組みを自治体がありますが、これは食べきり協力店に食べに行って、そこでシールをもらって貼って送ると、行政がプレゼントを用意しますという「おいしいふくい食べきりキャンペーン」という取り組みです。

このような色々な取り組みは、全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会で情報収集したり、発信したりしていますけれども、こういう中で全国に広がっていくといいなと思っていますので、それぞれの地域で、ぜひ事業者も消費者も、地域の行政がどんなことに取り組んでいるのかということにも関心を持っていただけるとありがたいなと思います。

今、色々なチャレンジがありまして、これも環境省が実施をした例ですが、「外食で残った料理は自己責任で持ち帰り」、この定着がまだまだということで、ドギーバックアイデアコンテスト、色々出ていますので、こういうところの優秀作を活用させていただいて、これから全国の自治体でも色々なキャンペーンが始まると思います。

その他、このwithコロナという時代の中で、どのようにしたら、例えば飲食店や様々なお店が用意した食材をきちんと料理をして、私たち消費者が食べることができるかという様々な繋ぐ工夫が出てきていて素晴らしいなと思います。例えばフードシェアリングアプリ「TABETE」は使っている方も多いいと思います。このようなアプリなどが難しいという方には、例えば福井県は「おうちでレストラン」というサイトを行政が作っていて紹介していますし、文京区でも実施していると聞いております。ステッカーとして、ドギーバック普及委員会でも色々発信する。みんなでこういう新しい動きを応援していることは素晴らしいと思います。

昔から色々取り組んでいただいています。すでに全国で120団体が活動しているのがこのフードバンクです。このように、色々な形でみんなが取り組むけれども、仕組み上、フードロスがかなり多くなってしまいうものに関しては、きちんとお店の方とNPOなどが協力をし合い、そして福祉関係に使っていただく。そういう中で最近子ども食堂との連携をするとか、色々な動きも広がっていて、地域にとっては大事な事業かなと思っています。

す。

このように様々な事業が地域に広がってきました。特にホテルとか小売店そういうところの協力もありますし、食育に関して消費者団体が熱心に、一緒に取り組むような動きもあります。このように地域の食品ロス削減に向けて自治体と事業者、消費者みんなの取り組みが、そういう輪が、楽しい地域作りに、持続可能な地域作りに繋がっていくのではないかなと思っています。

ぜひ皆さんも、様々な第一歩から一緒にチャレンジしていただければありがたいなと思っています。よろしくお願いします。

司会：

崎田さん、ありがとうございました。1人1人が日々心がけていくことがとても大切なんですね。

さて、今日は京都市をメイン会場に「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、東京都と奈良県のお二方とも回線をつなぎ、お送りしてきました。

それでは最後に、消費者庁審議官、片桐一幸より閉会の挨拶をさせていただきます。

5. 閉会挨拶

片桐：

今日は、消費者庁シンポジウムにご参加、ご視聴いただきまして誠にありがとうございました。また本日ご登壇いただいた皆様方、取り組みのご紹介、ご発表、本当にありがとうございました。

今日皆様方から、食品ロスについての様々な実態、それからそれぞれの取り組みについてご紹介がありました。ご紹介いただいた食品ロスの実態は衝撃的なものもありました。また皆様方からご紹介いただいた取り組み、大変示唆に富むものでした。大学生の皆様方の取り組みは大変興味深い良い内容でした。刺激的だったと思っております。ご紹介いただいた取り組みも含めまして、全国で様々な食品ロスについての取り組みが進められております。

今日、こういう形で様々な取り組みについてご紹介がありましたが、色々な立場からそれぞれの取り組みについてご紹介がありました。それを皆で異なる立場同士で共有できたということで、それぞれが新たな刺激を受け、それがまた新たな今後の取り組みに繋がっていけばと願っております。

様々な取り組みを消費者庁としても今後とも続けて参ります。今日受けた刺激も心にして、また新たな取り組みに、引き続き、皆様と一緒に全国国民のこの食品ロスの国民運動に大きく繋げてまいりたいと思っておりますので、皆様どうぞよろしくお願い申し上げます。今日は本当にどうも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