

「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10月29日(木)13:00~15:01
2. 場 所：ホテルモナーク鳥取
3. 登壇者：
消費者庁 政策立案総括審議官 津垣修一
ごみ清掃芸人、マシンガンズ 滝沢秀一 (VTR出演)
消費者庁 消費者教育推進課食品ロス削減推進室長 杉田敬一
鳥取県 生活環境部循環型社会推進課 課長 後藤田拓也
鳥取県 生活環境部くらしの安心局消費生活センター所長 関通子
鳥取県連合婦人会 会長 奥本範子
株式会社ハローズ 商品ライン本部 商品管理室長 太田光一
愛知工業大学 経営学部経営学科 教授 小林富雄

(プログラム)

1. 開会挨拶 津垣修一
2. 施策説明 「with コロナ時代の消費者行政」杉田敬一
3. 第1部講演①「私の食品ロスへの想い」滝沢秀一 (VTR出演)
4. 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 津垣修一
パネリスト 後藤田拓也/関通子/奥本範子/太田光一/小林富雄
5. 第3部講演②「地域で食品ロス削減を進めるためには」小林富雄
6. 閉会挨拶 杉田敬一

* 敬称略・順不同

司会：

皆さん、こんにちは。消費者庁ライブシンポジウムをご視聴いただき、ありがとうございます。

私は、本日の司会を務めさせていただきます TSK さんいん中央テレビ、奥村亜希と申します。どうぞ、よろしくお願いいたします。

さて、今日は鳥取市から、全国2カ所をつないで、「みんなで知ろう！ 取り組もう！ 食品ロス削減」をテーマに、食品ロス削減について考えていきたいと思っております。

第1部は、「私の食品ロスへの想い」と題し、ごみ清掃芸人、マシンガンズの滝沢秀一様にご講演いただきます。なお、講演はVTRでのご出演となります。

第1部のテーマは、「私たちの食品ロス削減アクション」。ここ鳥取市と名古屋市、岡山県早島町の

会場を結び、鳥取県内の取り組みを中心にご紹介し、意見交換などを踏まえ、パネルディスカッションを行います。

第3部は、「地域で食品ロス削減を進めるためには」と題し、愛知工業大学経営学部経営学科教授、小林富雄様にご講演いただきます。

今回は、新型コロナウイルス感染症防止の観点から、一部の出演者はリモートでの登壇となりますのでご了承ください。

まず初めに、消費者庁政策立案総括審議官、津垣修一より、開会のごあいさつを申し上げます。

1. 開会挨拶

津垣：

ただ今ご紹介にあずかりました消費者庁の津垣です。本日は、お忙しい中、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す。

本日は、「みんなで知ろう！ 取り組もう！ 食品ロス削減」をテーマにしまして、シンポジウムを開催していきたいと考えています。

わが国の食品ロスにつきましては、年間600万トン以上。国民1人当たり48キログラムも食品ロスを生み出しています。こういった食品ロスを削減していくということは、食品がもったいないというか、大切に扱うということのみならず、そういった食品を活用することで、いわゆる生活困窮者や、経済的に苦しい方々の役に立つ可能性があります。あるいは、こういったごみを焼却するための費用もかかります。これが節約できます。また、家計も、無駄な食品ロスを減らしていくことによって、余裕が生じることとなります。

また、こういったことを積み重ねることで、いわゆる、持続的な発展が可能な社会を形成していくという1つの大きな方向が見えてくるわけです。国連が定めました持続可能な開発目標、いわゆるSDGsですが、その具体的な目標の1つに、食品ロスの削減が掲げられているわけです。

こういったことを背景にしまして、国としましては、昨年10月に、「食品ロスの削減の推進に関する法律」といったものを施行しまして、本年3月には、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」を閣議決定して、国が地方公共団体、あるいは、事業者、消費者と連携しながら、食品ロスの推進に取り組んでいるところです。

消費者庁も、法律の主管であるということで、各省と連携しながら、しっかりとこの食品ロスの削減に取り組んでいます。

しかしながら、食品ロスの削減は、今言ったような、国や自治体といったものだけではなくて、国民の各層、国民の一人一人が、この問題を他人事ではなく、我が事として捉えて理解するだけでなく、きちんと行動していくということが大変重要です。

こういったことを踏まえて、今日のシンポジウムでは、講演やパネルディスカッションを通じまして、鳥取県内の食品ロス削減に関する具体的な取り組みのお話や、事業者の方、あるいは、有識者の方々による取り組みにつきましてご紹介させていただきたいと考えています。

視聴者の皆様におかれましては、本日のシンポジウムで、食品ロスの削減のためのさまざまな

取り組みを知っていただくことで、ご自身の食品ロス削減のための取り組みのヒントとされ、また、具体的な行動を取るためのきっかけとなることを期待しています。ぜひ、最後までご視聴いただければと思います。よろしく申し上げます。

司会：

続きまして、消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室長、杉田敬一より、消費者庁の施策についてご紹介します。

2. 施策説明

杉田：

本日、全国で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ありがとうございます。 「ウイズコロナ時代の消費者行政」として、冒頭にお話をさせていただきます。

消費者庁は、2009年に創設し、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ました。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。

消費者保護や消費者教育の推進は、ベースの活動であることに変わりありませんが、これからは、デジタル化、災害などの緊急時等の課題への対応や、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います。

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いましたが、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(ぜいじゃく)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、日本でも取り組みが進められており、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います。

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います。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、畜産などの業種が経営不振となる事例も発生しましたが、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」のことではなく、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いるのではないのでしょうか。

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

費行動です。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い物や、風評被害に困っている福島など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 約 500 兆円のうち、家計消費は過半を占めており、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、行動していくことが、今、一人一人に求められています。

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、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、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、消費者と事業者のウィンウィンな関係の構築を目指すものです。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、持続可能な社会の実現につながります。

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食品ロスの問題です。日本の食品ロスの発生量は、平成 29 年度で 612 万トンと推定されており、これは、年間 1 人当たり 48 キログラム、1 日 1 人当たり、お茶わん 1 杯分のご飯を捨てているのと同じです。

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重要です。

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ました。事業者、消費者双方の取り組みを促すため、政府では、関係省庁が連携・協力して取り組んでいます。

地方公共団体の皆様の協力も不可欠ですので、本日の鳥取県の皆様をはじめ、一緒に取り組んでいきたいと考えています。

ここからは、具体的な取り組みをご紹介します。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ると、需給予測のずれや、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ます。

前者については、商慣習の見直しが効果的です。例えば、恵方巻きや土用の丑(うし)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うものです。実際、土用の丑の日の販売を予約制にした事業者において、前年よりも売り上げは 2 割減少した一方、廃棄が 8 割減少したことから、利益が 7 割増加したとの事例があり、効果的な取り組みと言えるでしょう。

販売期限切れによる食品ロスについては、消費者が賞味・消費期限の近い商品から購入することで減らすことができます。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という消費者は約 7 割と多い一方で、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% となっており、鮮度の良い食材を求める傾向にあることが分かります。

消費者は、例えば、今日使う食材は棚の手前から取る、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り組みを進めていくことが重要です。

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・通称コンテストや、「私の食品ロス削減スローガン&フォトコンテスト」を実施しました。明日、10月30日、「食品ロス削減の日」に受賞作を公表する予定のため、本日はご紹介できないのは残念ですが、今後は愛称も活用していくことで、より多くの皆さんが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。

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ご紹介しましたが、その他に、行政においても、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、食品製造事業者や卸売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します。3分の1ルールは、法律などで定められているものではなく、店頭に並んだ後、消費者が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独特の商慣習です。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。

農水省のワーキンググループの検証によれば、飲料と賞味期間180日以上菓子を対象に、納品期限を3分の1から2分の1に見直した場合、食品製造業においては、未出荷廃棄が削減され、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、返品も削減される一方で、小売店舗においては、店頭廃棄増などの問題は、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ます。

また、より直近の動きとして、消費者庁において、古い精米年月日表示の商品が売れ残ることなどにより生じる食品ロスの問題や、物流上の問題に対応するため、精米年月日表示を年月日だけでなく、年月旬でも表示できる改正を行いました。今年の3月より実施しており、着実に取り組みを進めています。

次に、外食段階では、消費者による食べ残しが食品ロスとなっています。まずは、提供された料理をおいしく食べることが大切です。消費者は、食べられる適量を注文すること、事業者は、小盛り・小分けメニューを導入することなどが効果的です。

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。食べ残しを持ち帰ることに約9割の消費者が賛同しているものの、実際に持ち帰ったことがある人は約2割にとどまっており、行動につなげるための仕組みづくりが課題となっています。

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ました。

ネーミングの部、2,340点、パッケージデザインの部、383点の計2,723点の応募を頂きました。審査の結果、新たなネーミングとして、「mottECO(モッテコ)」が大賞に選ばれました。なお、パッケージデザインの部は、審査の結果、いずれの作品も環境配慮など、改善の余地があることから、

最優秀賞は該当者なしとなりました。その他の受賞作は、ウェブサイトをご参照ください。

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、食品ロスにつながる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、テイクアウトやデリバリーサービスの活用等と呼ばひ掛けています。

家庭での取り組みを進めていただくことも重要です。身近で簡単な取り組みがたくさんあります。まず、実践していただきたいのが、冷蔵庫のチェックです。片付けや整理をすることで、欲しい食材がすぐ見つかるようになったり、同じ食品を買ってしまうことがなくなって、結果的に、食品ロス削減につながります。

また、災害への備えとして食料を備蓄している家庭もたくさんあると思いますが、その際、ローリングストック法を実践してみたいのが、冷蔵庫のチェックです。これは、普段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。

その他、消費者庁では、クックパッドの「消費者庁のキッチン」において、地方公共団体や消費者団体から寄せられた「食材を無駄にしないレシピ」を発しています。毎日のお料理に、ぜひ、レシピを活用してみてください。

また、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、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、インターネット上で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、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、ウィンウィンの関係で食品ロスを削減することができます。

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方法もあります。コロナ禍で、こうした活動はより重要になっています。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、こうした活動にも関心を寄せていただければと思います。

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り組みを推進されている方々にお越しいただいています。具体的な取り組みについて、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、全国的な取り組みにつなげていければと考えています。本日は、よろしくお願ひします。ありがとうございました。

司会：

それでは、第1部、講演に移ります。テーマは、「私の食品ロスへの想ひ」。ご講演いただくのは、ごみ清掃芸人、お笑いコンビ、マシンガンズの滝沢秀一様です。

滝沢様は、芸能活動の傍ら、2012年にごみ清掃会社に就職。ごみ清掃員が見た光景などを描いたエッセーや漫画を出版し、話題となりました。VTRによる講演となりますが、滝沢様の「食品ロス削減への想ひ」をご覧ください。

3. 第1部講演①

滝沢:

どうも、よろしくお願いします。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。「管理されなければなら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の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たのですけれども、マスクのゴミ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れども、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き、食べきれなかったものなどをそのまま家庭ゴミ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おいで、食べなかったら捨てれば良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、ジャガイモ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、ジャガイモも多いです。段ボールいっぱい、ジャガイモ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年間ゴミ清掃をやっていて、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。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、辞退するということも、1つの食品ロスを減らすことになるのではないかと考えています。

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: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。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。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。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。いって見たら、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、「今日は買った。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えます。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、なるべく使い切って、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。この束のようにになっているのが、束というか、富士塚のようにになっているのが、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。いってみたら、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：

滝沢秀一様のご講演でした。ありがとうございました。

それでは、ここで、食品ロス削減についてまとめたVTRがありますので、こ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」。まずは、パネラーの皆様をご紹介します。

鳥取県循環型社会推進課課長、後藤田拓也様。鳥取県循環型社会推進課では、食品ロス削減に関わる取り組みをはじめ、捨てるものを限りなく減らし、食品廃棄物も資源として循環されることで、天然資源の消費や環境への負担をできるだけ少なくできる社会、循環型社会の推進に取り組まれています。

続いて、鳥取県消費生活センター所長、関通子様。鳥取県消費生活センターでは、鳥取県が推進しているエシカル消費、思いやりのある買い物の仕方について、消費者の立場から、食品ロス削減の取り組みとして、その啓発活動を実施されています。

続いて、鳥取県連合婦人会会長、奥本節子様。奥本様は、長年、「生命とくらしとふるさとを守る」をスローガンに、環境問題をはじめ、地域の課題に取り組んでこられました。平成28年度に現職となられ、食品ロス削減に取り組み、平成29年度からは、鳥取県循環型社会推進課の委託を受け、これまでの大人向けの意識啓発から、近年では、主に、幼児を対象とした啓発活動に取り組まれています。

続いて、株式会社ハローズ商品管理室長、太田光一様。太田様は、2008年にハローズに入社。農林水産省のフードバンク利用促進検討会委員、徳島県ICTを活用したフードバンクモデル検討会委員などを歴任。2019年には、もったいない大賞、農林水産省食料産業局長賞を受賞。フードバンク、および、食品ロスについての講演を多数行われています。

続いて、愛知工業大学経営学部経営学科教授、小林富雄様。小林様は、食品流通で発生する食品について専門的に研究されており、環境省、消費者庁などの委員を歴任。2019年より、消費者庁食品ロス削減推進会議委員、外食時に食べきれない食品を持ち帰るドギーバッグの普及委員会理事長も務められています。『食品ロスの経済学 第3版』『フードバンクの多様性とサプライチェーンの進化』など、著書も多数出版されています。

そして、本日のファシリテーターは、消費者庁政策立案総括審議官、津垣修一です。ここからは、津垣様、よろしくお願いします。

4. 第2部パネルディスカッション

津垣:

それでは、早速、パネルディスカッションに入らせていただきます。パネラーの皆様、よろしくお願いいたします。

テーマとしては、「私たちの食品ロス削減アクション」というテーマで行いたいということで、まずは、本日のテーマであります食品ロスの削減の皆様のご取り組みについて、5分程度で、それぞれご発表していただければと思います。それでは、順番に、後藤田様からよろしくお願いいたします。

後藤田:

鳥取県庁の後藤田です。まずは、このたびのシンポジウムを鳥取県で開催していただきましたことにつきまして、消費者庁、そして、関係の皆様にも、まずはお礼を申し上げたいと思います。

それでは、鳥取県の取り組みにつきましてご紹介させていただきます。鳥取県では、食品ロス削減推進計画ということで、本年3月より、この計画を策定しまして、取り組みを進めているところです。食品の生産から消費等に至る各段階に関わるさまざまな主体との連携を図りまして、食品ロスの削減を進めています。

この取り組みにつきましては6つの柱がありまして、その1つ目が、教育、および、学習の振興、普及・啓発等です。具体的な取り組みとして、幼児を対象とした意識啓発というものをご紹介したいと思います。

こちらは、本日、パネラーとしてご参加いただいております奥本会長さんが所属しておられます鳥取県連合婦人会さんをお願いしまして、保育所等で、歌や紙芝居などにつきまして普及・啓発を行っていただいているところです。これによりまして、子どもだけではなくて、その親を通じて、大人への普及効果も期待しています。

それから、続きまして、「おいしい！ とっとり30・10食べきり運動」です。こちらは、宴会等で発生する食品ロスが非常に多いということに注目しまして、忘年会や新年会のような際に、最初の30分と最後の10分間は、ご自分の席に戻っていただいて、しっかり、おいしく、残さず、出された料理を食べていただくという取り組みで、商工団体や協力店などと連携して、普及に努めているところです。

それから、6つの柱の2つ目ですが、未利用食品を提供するための活動の支援です。こちらの具体例としましては、フードドライブです。こちらも県の委託で、鳥取県生活協同組合様に委託しまして、家庭、あるいは、法人から出された余った食品につきまして、生協さんを通じまして集めて、関係団体を經由して、必要とする福祉団体や子ども食堂のような施設に提供しているというような取り組みです。

それから、6つの取り組みの3つ目、食品関連事業者等の取り組みに対する支援です。こちらは、具体的には、「とっとり食べきり協力店」ということで取り組みをしています。お店、例えば、飲食店や小売店等で、小盛りメニュー、あるいは、食べ残しの呼び掛けのようなもので結構です。そのような取り組みをしていただくお店を登録させていただきまして、例えば、ホームページ等で掲載して周知をするということによって、取り組みを進めているところです。

それから、6つの取り組みの4つ目が表彰の実施、5つ目が情報の収集・提供、それから、6つ目に、実態調査、および、調査・研究の推進というものがあります。実態調査につきましては、具体的には、家庭系の食品ロスの発生実態調査。これは、画面のほうは平成 27 年に取り組んだ内容ですが、ごみステーションに捨てられたごみにつきましてピックアップをしまして、その食品ロスの内容を詳しく調べる、それによって対策を講じていこうという取り組みで、今年度も新たに実施しているところです。

その他、来年度に向けまして、例えば、ドギーバッグの普及、あるいは、ポスターコンクールの開催なども検討しているところですが、このように、さまざまな取り組みを行う中で、やはり、これらの取り組みをいかに県民の方々に広く周知するか、こちらがどうしても課題として残っています。こちらの周知の取り組みにつきましても、改めて検討して、進めていきたいと考えているところです。私からは、以上です。

津垣：

後藤田様、大変ありがとうございます。鳥取県で、食品ロスの削減に向けて、本当に、意欲的にさまざまな取り組みがなされていることが分かったと思います。特に、やはり、食品ロスの削減に県民一体として取り組む必要があるという中で、県民にしっかり参加していただくような工夫がなされているのではないかとということで、大変意義があるといえますか、勉強になる取り組みではないかと考えます。

それでは、次に、関様、よろしく申し上げます。

関：

鳥取県消費生活センター、関です。よろしく申し上げます。

鳥取県消費生活センターでは、平成 27 年度から、消費者である県民の皆様へ、エシカル消費の推進に取り組んでいます。県の消費者教育推進計画にも、「エシカル消費の実践を意識した消費者教育の推進」と明記して、食品ロス削減を含めたエシカル消費を普及・啓発しています。

エシカル消費とは、環境、人や社会、地域に優しい商品やサービスを選ぶ、思いやりのある買い物の仕方です。県民の皆様にご理解、ご承知いただき、行動していただけるよう、講座やイベントを開催しており、また、その際には、消費者庁様作成の食品ロス削減のマニュアルや啓発ちらしなどを利用して、食品ロスを減らす行動を働き掛けています。

では、具体的な取り組み4つを紹介します。1つ目は、「とっとり消費者大学公開講座」です。県民を対象に、エシカル消費や身近な話題など、消費者生活に関するさまざまな知識を習得できる機会として、年8回程度、講演会を開催しています。本年は、ちょうど今月、10月15日に、「もったいないを広めよう！ 食品ロス削減に向けて」というテーマで、鳥取短期大学の亀崎先生にお話ししていただきました。

2つ目は、「くらしの経済・法律講座」です。県内3つの大学や米子高専の正規授業として、平成19年度から、前期、または、後期、15回の授業で、消費者教育を組み込んでいただいております。

ンターでは、社会情勢を反映した必要性の高いテーマを提案したり、講師の派遣などをお手伝いさせていただいています。

平成 28 年からは、エシカル消費の講座を必ず開催してもらっており、例えば、「地域と世界と未来を変えるエシカル消費」、さらに、「消費者がつくる持続可能な社会」などをテーマにご講義いただき、教育現場の若年層へのエシカル消費の啓発を行っています。

また、学習意欲のある県民にも受講いただいております、多い年には、合わせて約 600 人以上の方に受講いただいています。

3つ目は、エシカル消費フェアの開催です。県民が日常的に消費活動を行うスーパーマーケットで、エシカル商品の特設コーナーを設け、地産商品、認証ラベル商品や、寄付付き商品などの展示販売や試食会、さらに、パネル、ちらし、パンフレット、また、DVD など活用して、エシカル消費の啓発展示を行っています。こういった買い物先でエシカル消費を理解していただき、すぐ実践いただくといった作戦です。

4つ目は、高等学校図書館等における SDGs、エシカル消費の啓発展示です。エシカル消費の啓発人形やパネル、エシカルの商品のサンプルなど、巡回展示を実施し、生徒さんや先生方、そして、県民の皆様への啓発を実施しています。図書館司書さんに大変好評で、今年には既に 11 校を巡り、また、町立図書館でも開催しており、ひっきりなしに展示していただいています。

以上が、消費生活センターの取り組みのご紹介でした。

津垣：

関様、どうもありがとうございます。エシカル消費の実践についての取り組みをありがとうございました。社会や環境のための消費行動であるエシカル消費を進めていくということは、食品ロス削減の観点からも大変重要なことだと思っています。これからも、幅広く、エシカル消費の啓発を継続してやっていただくということが、食品ロスの削減にもつながっていくものだと考えています。

あと、消費者庁のマニュアルも使っていただいているということで、大変ありがとうございます。これから大いに使っていただければと思います。

それでは、奥本様、お願いします。

奥本：

鳥取県連合婦人会の奥本です。鳥取県連合婦人会では、食品ロスの半分は家庭から出ていることに注目し、食品ロス削減に向けて、もったいないを広めようの気持ちで取り組んでいます。ワンガリ・マータイさんが提唱した、地球を守る世界共通語としてのもったいないの心を広げたいとの思いを強く持っています。

平成 29 年度からは、鳥取県循環型社会推進課の委託事業で、これまでの大人向けの食品ロス削減の意識啓発に加え、幼児を対象とした意識啓発に力を入れています。幼少期から食べ物を大切にする心、ごみの少ない社会づくりの意識を涵養(かんよう)することを目的として取り組んでいます。

会員が、保育所、幼稚園、子ども園などに出向き、手作りの「もったいないの歌」、「もったいないからたべきるぞ もったいないからのこさない げんきもりもりつよいからだ いのちをまもるごちそうさん」。これには、踊りの振り付けもしてあります。そして、このメロディーは、「ごんべさんの赤ちゃん」のメロディーを使っています。

それから、紙芝居ですけれども、こういうものをつくってしまして、実際は、木枠に入れてしまします。「マルちゃんは、トマトとニンジンがちょっと苦手。お母さん、トマトはちょっと。あら、このトマト、おひさまのぬくみと、水、天の恵みをいっぱい受けて、とってもおいしくなっているよ。ニンジンも土の中でいっぱい栄養を付けて、きっと甘くなっているよ」というような紙芝居をやっています。

そして、寸劇などを通して楽しく学ぶことで、心の豊かさ、地球環境を守ることに繋がればと考えています。また、子どもたちが見たり聞いたりすることだけではなく、参加型とすることで興味・関心を持ち、子どもたちが理解しやすく、楽しいものとなっています。そして、今では、子どもたちの口から、「もったいないなあ」というような言葉が出るようになっていきます。

また、子どもたちを通して、家族への波及効果もあり、リーフレットを作成して、「もったいないのこさず食べよう かんしゃして」というPRもしてしまして、この事業の成果も見えてきているようにも思っています。

今年度は、コロナ禍のため、子どもたちのところに出向くことができないので、次の活動に生かすための共通の教材として、絵本を作成しています。絵本の内容は、嫌いな食べ物やつくり過ぎによる食べ物の残し、それから、買い過ぎで食べきれずに捨てることなどが多い、そして、世界では、食べ物、飲み水がなくて困っている子どもたちがいること、食べ物を捨てないことが地球を守り、世界の子どもの命を助けることになることなどが盛り込まれています。新しい絵本を使ってのさまざまな活動に思いをはせているところです。

みんなでもったいないの気持ちで取り組み、食品ロス削減の輪を全県に広げていきたいと思っています。以上です。

津垣：

奥本様、ありがとうございます。もったいない運動というのは、私も大変大事だと思っていますし、実践していきたいと考えています。また、やはり、幼少期から、食べ物を大切にする、ごみを少なくするという意識をしっかりと身に付けてもらうということが、食品ロスの削減につながる一番大事なことではないかということで、改めて認識したところです。どうも、ありがとうございました。

それでは、続きまして、太田様、お願いします。

太田：

ハローズの太田です。滝沢様の VTR が先ほどありまして、あれが、ほとんど弊社が提供している商品です。

それでは、ハローズモデルを活用した、急激に取扱量が増大したフードバンクアリスの事例を紹介させていただきます。

フードバンクアリスというのは、先ほどありましたアリス福祉会のことです。

従来のフードバンクというのは、スーパーですと、スーパーの店舗からいったんセンターに戻して、それをフードバンクに出して、それから支援団体に行くということなので、おおむね、1カ月程度の賞味期限が残った商品になります。1店舗で、月に3ケースぐらいです。

ハローズモデルといいますと、先ほどの VTR にありましたように、乳製品、大豆製品、漬物や青果など、いろいろなものが出ますので、大体、月に 30 ケース、10 倍出るということになります。

2017 年からスタートしまして現在まで、たくさんのフードバンク経由引き取り団体に行っています。弊社だけではなくて、同業他社、山陽マルナカさん、天満屋ストアさん、両備ストアさんなど、各社に、同様のことを現在、お願いしています。

これも先ほど VTR にありましたが、メーカーさん、山崎製パンさんは、発酵ロットの都合で出る余剰分を次に提供されています。それから、巻きずしもありましたが、これは魚宗フーズさんというところで、製造ラインの都合でどうしても出る量を提供していただいています。ということで、画面にありましたのは、全部捨てるわけではなくて、いろいろな引き取り団体に全て行っています。

これは少し字が小さいので、要は、こういう引き取り団体、社会福祉協議会、フードバンク、支援団体、子ども食堂など、いろいろなところへ、先ほどの VTR に載った商品が行っています。

それから、これも VTR にありましたが、積み上げた段ボールの山だった商品があります。あれは、二次包装破れやペコ缶という商品なのですが、あれも賞味期限が長いのですが、やはり、ある程度来たら賞味期限が来ますので、これは、当初は、真備の避難者の方のためにやっていたのですが、真備も落ち着きましたので、今は、2カ月に1回、お寺さんで無料ストアという感じでやっています。

その平成 30 年の西日本豪雨への支援ということで、ここは、アリスと共同で、1年間、真備の支援を行いました。

それから、最新の引き取り事例ということで、最近拡大しました、日本アクセスさんという食品の卸の大手さんに提供していただくことになりました。チルド商品や業務用冷凍食品が多いですが、今、これも毎月コンスタントに提供していただいています。

最新の提供事例としましては、これは引き取り団体のほうですが、更生保護施設。これは、刑務所から出た方が訓練するところです。それから、ダルク。それは、覚醒剤を抜くような団体ですが、こういうところにも今、提供しています。

では、フードバンクアリス、アリス福祉会の取扱数量がどうなったかといいますと、最初は4トンだったのが、今は 90 トン。これは前提がありまして、天満屋ストアさんや山陽マルナカさんも、うちと同じように、デイリー商品を多分、提供していただけると想定しています。来年度、表示法が変わりまして、期限切れの表示をしたら罰則規定が適用されますので、多分、そろそろやっていただけるのではないかと考えています。

取扱量の元売価といいますか、食品というのは、大体、1グラム1トンですので、うちが 100 トンで約1億円、アリスが 5,000 万円というところなんです。

岡山県内は、大体8割のスーパーにご協力いただいています。ただ、鳥取は、私の知っている範

困ではそんなに多くないです。マルイさんぐらいなので、ぜひ、何かの機会があれば、鳥取でも同じように提供していただけるように、私からもお声掛けしたいと思っています。ご清聴、ありがとうございました。

津垣：

太田様、どうもありがとうございます。フードバンクについては、今、いろいろと、食品が十分に食べられないような家庭も増えているという中で、フードバンクをどのように、支援なり、活動を応援していくかということは、大変、行政のほうも関心が高まっているところです。そういった中で、今日は、フードバンクの非常に意欲的な取り組みを紹介していただきまして、私も大変勉強になりましたし、また、他のフードバンクの関係の方々も勉強になったのではないかと考えています。

それでは、最後に、小林様、よろしくお願いします。

小林：

よろしくお願いします。私からは、ドギーバッグ普及委員会ということで、これは、特に外食で発生する食べ残しを持って帰ろうという運動をやっていますので、その取り組みについてご紹介できればと思っています。

今画面に出ていますのが、上の写真が、われわれは会員を募ってまして、スターターキットと呼ばれる、食べ残しの持ち帰りをするキットです。少し見にくいですが、写真の右上のほうに、食べ残しを入れるランチボックスのようなものがあります。これは折り畳み式で、いつでも携帯できるというものになります。それで、プラスチック製なので、洗って何度も使えます。いわゆる、ワンウェイの廃棄物の発生抑制につなぐという考えでやっています。

その隣なのですけれども、食べ残しの持ち帰りが、外食さんやホテルさんから、まれに、断られることがあるのです。それは、食中毒など、いろいろな問題を懸念してということになるのですけれども、そのときに、消費者から、「自己責任で持ち帰ります」という宣言をしていただくためのカードになります。

その隣が、お店に貼っていただく、「うちは、自己責任ならば持ち帰ってもいいですよ」というようなシールになります。

それで、このキットですけれども、われわれは会員を募ってまして、1,000円で会員になっていただくと、これが送られてくるという仕組みになっています。左端にQRコードがありますので、ご興味がある方は、ホームページを見てください。

その下に、われわれの理念があります。食品ロス問題は、目的が多様化することがしばしばあります。それを整理したものと考えいただいてもいいと思うのですが、当然、1つは、環境問題。Environmentと書いてあります。これは、やはり、行政等を中心に、先ほどもマシンガンズの滝沢さんからのお話がありましたが、本当に苦勞されています。そして、焼却処理をするというのは世界でも非常にまれで、公衆衛生上、日本は非常にきれいな国。こういったことに、ぜひ、消費者からも協力していただけないかということで、1番目がEnvironment、環境という問題です。

2番目ですけれども、これは飲食店の経営側からのアプローチになりますが、廃棄物の処理費用が、やはり、ばかにならないのです。消費者の立場でも、それを削減するために、少しずつかもしれませんが、そこに貢献していこうということです。

3番目が、Health とありますけれども、宴会のときの男性、私のようなおじさんなんか結構ありがちな話なのですが、つい、食べきってしまう。理由は、よく分かりません。お酒が入ったり、ウィルドさを醸し出すために食べ過ぎるのかは分かりませんが、そういう芸人さんもありましたけれども、そういう食べ過ぎを防止する Health という側面。つまり、食べ過ぎる一歩手前で、残すのはもったいないと思っても、では、持ち帰ろうというようにすると、翌日の朝もすっきり目覚めることができるという健康上の問題というのがあります。あと、若干ですが、ダイエットなどにも関わってくるかもしれません。

最後なのですが、実は、ここを私たちは非常に大事にしまして、お店との信頼関係がなければ、食べ残しの持ち帰りというのは難しいのではないのでしょうか。つまり、クレームが起こることがよくあるのです。私が知っている範囲で、これはひどいなと思ったのが1つあるのですけれども、車の助手席に置いておいた持ち帰りのものがこぼれてしまって、シートが汚れてしまいました。それは、当然、自己責任なのですけれども、その人は何を思ったか、お店にクレームを出して、見積もりも持ってきて、その見積もりが 16 万円したので、それを負担してくれというようなお話もあって、こういう社会の在り方では、私は食品ロス削減できないと思っていますので、そのようなことも委員会としては取り組んでいきたいと思っています。

こういう行動をいかにアクションにつなげていくのか。日本というのは、なかなか、そういう課題が大きい、たくさんあるというようなグラフなのですけれども、これは、中国と日本とを比較した図です。それぞれ、真ん中で分かれています。左上については、持ち帰りたと思いますかということについて、賛成かどうかということに関しては、両国とも 100%なのですが、それを実際に、行動に、アクションに移したことがありますかと。

先ほど、消費者庁の杉田さんから 2 割という数字も出ましたが、日本は名古屋で取っていましたので若干多いのですけれども、それでも、あると答えたのは 60%。いろいろな要因があると思うのですけれども、やはり、なかなかアクションが起こせないということが言えると思います。それに対して、中国のほうは、学生さんに聞きましたが、ほとんど、9割以上が、持ち帰ったことがあるということです。

そういうドギーバッグを知っていますかというのが、左下になります。少し見にくくて申し訳ないのですけれども、中国では光盤運動というのがあります。光盤というのは、皿が光る。盤というのは、板です。皿が光る、そういう字を書くのですけれども、行政主導なのですが、そういう似たような取り組みがあるのです。要は、食べきるとお皿がぴかぴかになるということで、光盤運動というのを知っていますかと。みんな知っています。

これは、政治の体制が違うなど、いろいろな問題があると思いますが、ドギーバッグを普及させるときに、言行不一致と言いますが、思ってもアクションが起こせないというようなところがあって、これをいかに打破していくのかというのが、今のわれわれの課題です。

その中で、やはり、若い人たちのアクションが非常に活発だという印象があります。私のところにも、大学生だけではなく、高校生、あとは、中学生も。東京から中学生が、私の研究室に来たことがあります。「1人で来たのか」と言ったら、研究室が4階なのですけれども、1階でお母さんが待っていたということもありました。非常に積極的で、私たちとしてもうれしく思っていますが、これは、その1つの例です。

詳細は省きますが、湘南の女子高生のグループです。4人グループなのですけれども、100軒のお店で、このドギーバッグをやってくれるというステッカー貼りを積極的に取り組んでくれて、特にアルバイト代などはないのですが、非常に自発的にやっていただけています。これだけの枚数を面的に取り組んだというのは、私は見たことがなくて、10軒、20軒だったらあるのですけれども、これは、やはり、女子高生パワーというのを非常に感じましたし、地域の協力体制にも非常に感銘を受けました。

これは、先ほども消費者庁からお話がありましたが、ドギーバッグコンテストです。これは、私たち普及委員会も、主催の一メンバーとして参加しました。詳細は、先ほどと重複しますが、「mottECO(モッテコ)」という名前になったということで、われわれとしては、今後、mottECO 普及委員会にしなければいけないのかどうかを今、非常に、悩んでいるわけではないのですが、考えているところです。

今年度から、ドギーバッグ普及委員会は、サステナブルフードチェーン協議会という一般社団法人の一委員会ということになりました。活動は以前よりパワーアップした形で、活動を推進していこうと思っています。協議会の代表理事も私がやっていますが、その中で、特に今後は、先ほどの湘南の女子高生の話もありましたが、地域でこれをどのように展開していこうかといったことを考えていきたいと思っていますので、今後とも、ご協力、ご支援のほどをよろしく願います。以上です。

津垣：

小林様、ありがとうございます。食べ残し、特に、外出時の食べ残しといったものが食品ロスの発生の大きな要因の1つです。ドギーバッグの活用などを通じて、それが減っていくことが大変重要だと思います。また、繰り返しになりますが、ドギーバッグアイデアコンテストで、mottECO(モッテコ)がネーミング部門で大賞を取ったということで、こういった名称の活用も、これを機にやっていきたいと考えています。

それでは、パネラーの皆様から、さまざまな立場での食品ロスの削減についての取り組みをご紹介いただきました。ここからは、皆様の取り組み事例を踏まえまして、より深い意見交換をさせていただきたいと考えています。

それで、まず、小林様に伺います。小林様は、今話がありましたドギーバッグ普及委員会の理事長ということで、いろいろと全国的に、食品ロスの削減に取り組まれているところですが、鳥取県で実施されています「とっとり食べきり運動」をさらに広げるなど、ドギーバッグの活用といった視点も含めて、お考えなり、アイデアが何かあればと思います。お聞かせください。

小林:

ありがとうございます。やはり、答えは、基本的に現場にあると私は思っていますので、そういった意味で、私から申し上げたいのは、ぜひ、現場で私も学ばせていただきたいというのが正直なところなのですが、僭越ながら、われわれの取り組みで少し思っていることとしては、まず、食べきりとお持ち帰りは、別に、相反するものではなくて、それを両方どのように統合していくのかというのは、非常に課題があると思っています。

要するに、まずは、3R ではないですが、食べきりを前提にさせていただいて、発注量を非常に考えていただく。そのときに、特に宴会などですと、自分が食べるものだけを頼むのではなくて、人の分もまとめて頼むので、どれくらい食べられるのかというのはなかなか分からないと思います。ですので、その辺を考えて、最初は少なめに頼むなどしながら、私の経験上、その分、少しいいものを頼んでいただけないかなと思います。少し値段を上げるのです。

後ほど講演もしますが、高いと、もったいない精神はかなり跳ね上がります。私は今日、本当に鳥取に行きたいと思っていたのですが、行けなくて残念です。おいしいものがものすごくいっぱいあると聞いています。ですから、そういったものを含めて、食文化を楽しむ、そのために食べきりやドギーバッグがあるという方向性というか、そういったことが大事なのではないかと思っています。以上です。

津垣:

小林先生、ありがとうございます。それでは、今のお話を受けて、後藤田様、何かありますか。

後藤田:

ありがとうございました。ご指摘のとおり、鳥取県では今、食べきりの取り組みを進めているというお話をさせていただきましたが、次年度に向けて、ドギーバッグの普及につきましても検討を開始しているところです。

食品事業者さんにお話を伺いますと、やはり、宴会のときなどは多めに料理を出しがちだと。でないと、お客さんがなかなか来てくれないというような話も伺います。そうすると、食べきりが一番いいのですが、どうしても残ってしまうこともあり得ます。そのときに、先生がおっしゃったドギーバッグ等を使いました持ち帰りというものを組み合わせて、鳥取県でもそのような取り組みを今後進めていきたいと思っています。ありがとうございました。

津垣:

ありがとうございます。続いては、消費生活センターで啓発されていますエシカル消費についてです。これは、食品ロス削減にもつながる活動だと思うのですが、食品を提供する側の太田様に伺いたいのですが、食品ロスを削減するためには、消費者と提供する側のそれぞれのどのような行動や、協力が必要だと思われませんか。お願いします。

太田:

ありがとうございます。まず、私どもの、先ほど説明したデイリー商品というのがあります。デイリー商品というのは、消費期限の当日は、売っていないのです。1日前に全部、撤去してしまいます。ですから、当然、割引シールが付いているので、非常に賢いお客様が多いのですが、今日だけではなくて、あしたも使うのであれば、ぜひ、その割引商品を買っていただくと、コストも節約できますし、非常にいいなと思っています。

今のはデイリー商品ですが、例えば、ハム・ソーセージですと、弊社は4日前に撤去します。ですから、5日前に、あと4日間で間違いなく使われるということであれば、大体 40%引きや半額で買って、しかも、節約になる、弊社は、食品ロスの廃棄がなくなるということですので、ぜひ、そういう、さらに賢い行動を取っていただければと思います。以上です。

津垣:

ありがとうございます。なかなかいい話を聞けたと思います。今の話を受けまして、関様、お願いします。

関:

ありがとうございます。太田様のお話を受けて、やはり、事業者様、スーパーマーケット様のそういった表示なりをしっかりと消費者に届けていただけるよう、また、それを知っていただけるように、消費者にも働き掛けをしたいと思っています。

事業者様も、そういった細かい表示なり、そういったことがなかなか難しい、手が掛かるかと思いますが、できないことはないと感じていますので、ぜひ、そういったことをご表示いただいたり、教えていただきながら、消費者にも届けていきたいと思っています。ありがとうございました。

津垣:

では、続いて、後藤田様に伺いたいと思います。鳥取県連合婦人会では、平成 29 年から、主として、幼児へ向けた啓発活動に力を入れておられるということですが、鳥取県循環型社会推進課としては、このような活動を今後どのように生かしていくべきだと考えておられるかということをお聞きしたいと思います。

後藤田:

今お話がありましたとおり、現在、婦人会さんで、幼児向けの取り組みをさせていただいているところです。これは、お子様に対しての周知というだけではなくて、それを聞いた保護者の方、大人への意識啓発ということも狙ったもので、婦人会さんで取り組みをしっかりとさせていただいています。

ただ、これは、今現在、県の委託事業という形でさせていただいてまして、これが1つのきっかけとなり、さらに、他の主体、団体や学校などでも結構かと思っています。そのようなより広い範囲に、

食品ロスを考える機会が増える、そのようなことを今後は目指していきたい。そして、そのことによって、食品ロスを発生させないことが当たり前のこととして定着していくような社会を目指したいと考えていまして、県としては、そのような婦人会さんの取り組みを1つのきっかけとさせていただきたいと考えています。以上です。

津垣:

ありがとうございます。では、奥本様、今後は藤田様の意見を受けて、何かありますか。

奥本:

幼児を対象として、今現在はやっていますが、この枠を広げて、保護者、そして、また、地域を巻き込んでの啓発事業をやったほうが、より効果が見られるのではないかと考えています。食品ロスを考えるときに、「ああ、その問題はみんな知っているよ」というような社会になるといいなと考えています。

津垣:

ありがとうございます。最後に、小林様に伺います。先ほど、ハローズモデルで、フードバンク活動について、太田様から発表いただきました。これについてどのようにお考えか、少し伺いたと思います。

小林:

ありがとうございます。先ほどのお話では、食品がどれくらい福祉に役立てられているかということで、いろいろお話があって、その量、あるいは、増加傾向も、僕はすごいなと、多分、国内でもかなりのトップレベルなのではないかと思うのですけれども、実は、その背後にあるものというのが、たまたま、以前お聞きした時に、私が非常に感動したことが1つあるので、それだけお伝えしたいと思っています。

太田さんからおっしゃっていただいたほうがいいかもしれませんが、なぜ、この事業を始められたかといったときに、従業員の方が自発的に、やりたいと言われたと聞いています。ドギーバッグの関連で言いますと、食べ残しを見ると、シェフの方たちのモチベーションがものすごく下がると聞いています。やはり、「持ち帰っていいですかと言われると、うれくなる」と言うのです。それと一緒に、お店で働いている人たちだって、やはり、マシンガンズの滝沢さんも同じ気持ちかもしれませんが、捨てられているのを見ると、今どきで言うと、テンションが下がるといいますか、非常に悲しい気持ちになる。

これは、太田さんは直接おっしゃらないかもしれませんが、経営上もかなりプラスなのではないかと思っています。従業員の士気を上げるといいますか、直接的に、利益などを超越した、経営上の非常にいい選択をされているのではないかと少し思っていて、これが社会にどんどん広がっていくというのは、SDGs もありますように、日本全体の経済の力にもつながっていくし、私

は、非常にいい取り組みだと評価できるのではないかと考えています。以上です。

津垣：

ありがとうございます。それでは、太田様、一言、お願いします。

太田：

小林先生、ありがとうございます。小林先生のおっしゃるとおりで、スーパーマーケットの従業員というのは、食べるものを捨てるということにすごく罪悪感があるのです。それが、廃棄伝票は切りますけれども、食べられるものを持って帰ってもらって、食べていただければ、やはり、すごくモチベーションが上がるのです。小林先生もおっしゃったように、経営上も非常にプラスになっていると思いますし、最初に言ったように、そういうことをすることによって、例えば、マスコミさんなんかに掲載していただくと、非常に従業員のモチベーションが上がります。本当に、ありがとうございます。

津垣：

ありがとうございます。パネラーの皆様、どうもありがとうございました。時間がほとんどないのですけれども、最後に、一言ずつ、短い言葉で結構です。お願いします。まず、後藤田様、お願いします。

後藤田：

やはり、先ほども申し上げましたが、食品ロスが発生しにくい社会、それが当たり前に取り組みされている社会を目指して、本日頂いたヒントなどを生かして、取り組みを進めたいと思います。ありがとうございました。

津垣：

では、次に、関様、お願いします。

関：

消費者、県民の皆様が、自分たちの消費に関する意思決定や行動が、経済社会や環境等に大きな影響を与えることを認識し、公正、かつ、持続可能な社会の実現に向けて、食品ロス削減を含む、エシカルな消費行動を積極的に実践していただくよう、消費者教育を通じて、自立した賢い消費者を育成することを目指しているところです。どうぞ、よろしくお願いします。

津垣：

ありがとうございます。それでは、奥本様、お願いします。

奥本：

子どもたちへの啓発はだいぶできていると思うのですが、家族への波及効果もあったと考えられますが、今後、保護者へはどの程度伝わり、どのように感じ、振り返り、実践されているのかという検証もしていきたいと思っています。子どもたちが小さいときに学んだもったいないの心を大きくなっても忘れないで、しっかりとつないでいってほしいと思っています。本当に、こういう啓発をしなくてもいい社会が早く来ることを願っています。

津垣:

ありがとうございます。それでは、太田様、お願いします。

太田:

弊社は今、年間1億円、提供させていただいています。弊社の売り上げが1,500億円で、それでも、全国の小売りナンバーでいくと、80番目ぐらいなのです。その上には、30社も、40社も多くの小売りさんがいらっしゃいますので、ハローズモデルを使っていただくと、一遍に、40億や50億の食べ物が提供されると思いますので、ぜひ、そういうことを願っています。ありがとうございました。

津垣:

ありがとうございます。それでは、小林様、最後をお願いします。

小林:

私からは、やはり、鳥取という地方発ということで、消費者庁様からお話がありましたが、自分事ということ考えたときに、国からの指示でという話では決してないと思うのです。やはり、地方で、いろいろな試行錯誤や、いろいろな地域社会の中でどう取り組んでいくのかというようなことが、自然と、食品ロス削減につながっていくのだと思います。ある種、強制するというような話ではなくて、みんなで、いい社会、あるいは、いい食文化をつくっていくという、今日は非常に素晴らしい会になったのではないかと思います。以上です。

津垣:

ありがとうございました。本日は、鳥取県の地域の食品ロスの削減の取り組みに加えて、いわゆる、フードバンクの支援、あるいは、ドギーバッグの活用といった、幅広い食品ロスに対する取り組みが紹介されて、有意義なものとなったのではないかと思います。これから、このシンポジウムを視聴されている方々の、食品ロスの取り組みのきっかけになればいいなと考えています。ありがとうございました。それでは、ディスカッションを終わりたいと思います。

司会:

食品ロス削減の取り組みにつきまして、パネラーの皆様にお話しいただきました。どうもありがとうございました。

さて、今日は、鳥取市から全国 2 カ所をつないで、オンラインシンポジウムをお送りしています。ここで、鳥取県の紹介 VTR をご覧いただきます。どうぞ。

5. 第 3 部講演②

司会：

ここからは、第 3 部の講演です。「地域で食品ロス削減を進めるためには」と題し、パネルディスカッションでもご登壇いただきました愛知工業大学、小林富雄様にお話をさせていただきます。よろしくをお願いします。

小林：

よろしくをお願いします。最後になりますが、私から 20 分ほど、講演というか、お話をさせていただきますと思います。では、スライドをお願いします。

タイトルについては、「地域で食品ロス削減を進めるためには」としてありますが、ポイントとしては、やはり、マシンガンズの滝沢さんがおっしゃったように、「ごみかどうかというのは心が決めるのだ」というのは、非常に重要な示唆なのかなと思ひまして、気持ちの問題というか、いわゆる、環境問題と考え過ぎると、物質的な話になりがちなのですけれども、特に食品ロス、食べ物、あるいは、食文化というところに関わってくる問題で、しかも、他の、例えばペットボトルの問題などと違って、食べないわけにはいかないのです。ペットボトルは、やめればよいという選択肢があるのかもしれませんが、マイバッグもそうですけれども、食べ物ばかりは、食べないようにしようということは言えませんので、こういう辺りのことをどう考えるのかというお話ができればと思います。

私は、次のスライドについて補足をしないといけないかなと思っています。もったいないという言葉が先ほどからいっぱい出ていましたが、もったいない「だけ」の時代は終わったという解釈をしていただければいいと思っています。

このスライドは何かというと、当然、もったいないから食べ残しなどはなくそうという話なのです。左側は、「DON'T WASTE BREAD！」とありますが、パンを捨てるのをやめよう、右側は、お皿をきれいしよう、そういうことを意識しようというポスターなのですけれども、これは、実は、左側は第 1 次世界大戦、右側は第 2 次世界大戦のイギリスのプロパガンダです。よく見ると、左側の下に、「Defeat the "U" Boat」とあります。これは、ドイツの潜水艦です。これを打ち負かせと。

結局、私がこのもったいないということについて抱く感情というのは、実は、非常に強制的で、何か別のことに利用されるというような印象も少し持ったので、こういう言葉使いが終わったと言っています。もちろん、忍耐力という意味では、もったいないというキーワードは、日本人は非常に得意な分野ですのでもいいと思うのですけれども、それだけではなかなか物事が進まないということが、全国を見ると、ちらほら見えてきていると思います。

では、基本的にどういう話なのかというと、需給調整と書きましたが、少し難しくて申し訳ありませんが、食べる以上に供給されると、それは残ることなのです。そのときに、どういう考え方が必要かということ、下の 2 つは、左下が量の話をしています。在庫のリスクです。お店で言うと、いつ

ばい仕入れたけれども売れなかったというようなことです。右側は、価格リスク、高過ぎて売れなかったということです。

これまでの食品ロス対策というのは、僕は、割とこの2つに偏ってきたのかなと思っています。例えば、量を減らせ、あるいは、余ったら安く売れということなのですが、それは非常に重要なのですが、それプラス、その上の、鮮度、食中毒リスクとありますが、これは考え方を少し拡張しまして、品質の問題というように捉えていただけないかなと思っています。

つまり、品質が悪いといった場合に捨てられるのです。それはもちろん、おいしくないということもありますが、食中毒のリスクもあります。この線引きというのは、実は、非常に難しく、ここに僕は、先ほど言った心の問題というのがあるのではないかと思います。安い・高い、あるいは、ある・なしというのは、割と、心理としては皆さん同じように感じられると思うのですが、これはまだ食べられるかな・食べられないかな、すごくおいしいかな・おいしくないかなは、非常に人によっているので、これをどう解決するかは、非常に難しい問題かなと思っています。では、めくってください。

一般的に、食品ロスの発生要因というのはこのように整理されていて、左側は消費者の事情ということで、食べ残しや傷んでいたということになりますが、右側では、企業側での発生理由が掲載されています。これは、外観や廃棄費用の問題、あるいは、先ほどありました、大量に陳列しなければいけないというようなこと。あと、消費者が無計画に購入、あるいは、途上国では、冷蔵・冷凍設備が不十分で、それで捨てられるということもあります。ただ、これは、ある意味、表層的な発生要因であって、本質的には何なのかということをお見せしたいと思います。

ずっとけた人もいるかもしれませんが、安いと捨てられるのです。ただ、これを証明するのは、実はすごく難しく、一応左上に私の本を載せておきましたので、おやっと思った人はぜひ読んでいただきたいと思うのですが、単純に絶対価格で、例えば、10円のものだから捨てられるとか、100円だから捨てないなどという話は、消費者サイドであると思いますが、これは企業の話をしています。

企業さんが何で食品ロスが発生させるかといったときに、ここで重要なこととして、少し難しい言葉ですが、原価率という話があるのです。要するに、100円の商品のときに、原価が50円の場合と、原価が20円の場合だと、どういう差が出てくるかというと、原価20円のほうがよく捨てられるというマネジメントになってくるのです。

それはなぜかという、お分かりだと思うのですが、まず、捨てる費用として、原価50円だったら50円損をするのだけれども、20円のほうは20円しか損をしません。

もう一つの側面として、これは機会費用という少し難しい言葉なのですが、もしそれが売れた場合に幾らもうかるのかといったときに、原価が50円だと、50円しかもうかりません。でも、原価を20円にしておいて、もし売れば、80円もうかるということで、そうなると、原価を安くして、めちゃくちゃ大量に仕入れて、ばーっと見せてそれで売ってしまうというのが、実は、割と、最近の近代的経営なのだというのが、ビジネスサイドでは周知の事実だと思います。

ただ、私は先ほどから、おいしいものということをしきりに言っていると思うのですが、なぜそういうことを言うのかというと、やはり、この問題が頭にあって、私は同じ100円のものだったら、

できれば原価が高いもののほうがありがたいなと思います。もちろん、いろいろ諸事情があって、企業さんのこともよく分かるのですけれども、そのような思いで、そういう社会、あるいは、そういうマーケットというのをつくれなかなと思っています。

おいしい、おいしくないというのも非常に個人的な話なので、これがまた、難しい話なのですが、子どもたちはさすがです。「食べ残しをした理由を教えてください」と言うと、皆さん、素直に答えてくれるのです。右下のグラフは少し見にくいですが、56.5%が、嫌いなものが入っているから残す。やはり、おいしくないということです。

給食の実態というのは、皆さんご承知のとおり、給食費はものすごく安いと思いませんか。これは、経営学的に考えても、極限的に安いと思っています。それはそれで非常に重要なことなのですが、私は、すぐには言いませんが、時間をかけてでも、やはり、こういうおいしいものをしっかり子どもたちに知ってもらうことと、食べ物を大切に作る、あるいは、もったいないということを同時に進めていただかないと、おいしくないものを無理に食べさせるということが私たちの時代にあった指導が復活するかもしれません。居残り給食というのを覚えていませんか。

今はないらしくて、名古屋市の教育委員会の話だと、それはもうやめて、配膳するときに調整しましょうということを徹底しているということで、改善はされています。私たちのときは、本当にひどかったのです。みんなが遊んでいるのに、1人で、「おなかが痛い」と言っても、「うそつけ」などと言われて、かなり強制力が利いていました。そのような時代に、私は戻ってほしくないということがあって、これを出しました。

あと、これで最後になりますけれども、やはり、お店とお店の間の競争の問題を少し申し上げておきたいと思います。これは消費者の問題なのかどうか、少し微妙なところがありますが、お店が都市部に集中して出店されています。コンビニさん、スーパーさん、外食さんなど、全部ひっくるめてですけれども、食品を手に入れるチャネル、手に入れられる場所というのが増えれば増えるほど、欠品をすると、そのことのダメージがすごく大きいです。

お店間の競争が激しくなってくると、欠品したらすぐ他のお店に行ける状態というのが、重要なポイントで、左側のグラフで、品ぞろえがなかったときに、諦めて別の商品を買うというのが、この青いところなんです。他店に行きますというのが、少なからず、これぐらいの割合でいるのです。特に、車で来店している場合には、すぐ他店に行ってしまう。

つまり、世の中が便利になればなるほど、やはり、食品ロスが出やすいのです。つまり、すぐどこでも手に入る、あるいは、車ですぐ買い物に行けるというようなことと、食品ロスの発生というのは、僕はある程度の相関が見られるのではないかと思っています。

特に、品ぞろえが少ないときに消費者がどう感じるかという話なのですけれども、これは、あるお店さんに協力していただいて、アンケートも取らせてもらったのですが、分かりやすく言いますと、左側は欠品前の段階なのですけれども、品ぞろえが少ないだけで、残り物を買わされているなということで、お店の印象が悪くなるということです。この写真を見て、皆さん、どう思われますかということなのです。やはり、右側のようなお店に行きたいと思うのが、世の常なのかもしれません。このようにいろいろな消費者サービスがどんどん過剰というか、増大していく中で食品ロス発生と

というようなことを少し覚えておいていただけるといいかなと思います。

このような食品ロスの削減というのは、自分事というように先ほど言いましたが、自分事のできるのかといたら、できないです。なので、消費者の皆さんは少し安心していただきたいと思うのですけれども、一方で、できることもあります。

これらをどのように分けたいのかということで、上に Oversupply と書いてありますが、これは過剰供給ということで、構造的なものです。これを変えるのは、個人では非常に難しいです。今の経済体制、要は、利益を最大化するときロスを出したほうがいいというのは、先ほど、安ければ捨てられるというところでは言いましたが、そういうことなのです。

特に、下の部分です。偶然発生する、これがやはりあるのです。例えば、お子さんが熱を出して、あしたも休んで家で食べるかなと思って買っていただいた食材が、急に、子どもがぴんぴん元気になって余りましたなどは、やはり、あると思うのです。

私も実は、偶然発生する食品をどうやって減らすのかという研究もしてまして、今、この sinops さんという会社さんがいますが、偶然発生する食品の品ぞろえをどのように最適化したらいいかということ、モデル的に、過去の統計からシステムとしてマッチングしていくということもやっている。しかしその一方で、どうしても削減できない部分というのがあるのです。それは、つまり、事後的な調整、ここに消費者の方々のご協力といいますか、取り組み、自分事として考えられるポイントがあるのではないかと僕は思います。ということで、その事例をさっと、時間の問題もあるので、海外の事例をお見せしながら考えたいと思います。

これはイギリスの例なのですけれども、店頭だけではなくて、物流センター等で余った食品を再販売するお店があるのです。日本でも、そういうお店が実はいろいろあります。ディスカウントストアということなのですけれども、イギリスが面白いのは、これを堂々と言っているのです。特に、スーパーさんの PB といいますけれども、特定のスーパーさんでしか売れないものも、こういうところで流通していて、ここで買った売上金の一部をフードバンクに現金で寄付するというようなことがあって、こういうところに消費者の方は買いに行くことがあります。一部、所得の低い人限定の会員のシステムもあつたりします。

あと、これは、少し大掛かりなのですが、地域で取り組むという意味で挙げさせてもらいました。これはオーストラリアの例ですけれども、農産物、例えば、小麦が余りましたというようなときに、小麦をそのままもらっても、なかなか難しいですね。それを加工する地域のメーカー、あるいは、それを運ぶ地域の輸送業者などが協力して、それで、消費をしてもらうという、コーポレーティブサプライプログラムというのがあって、これが、実は、フードバンクを中心にやられています。要するに、フードバンク自体が商品を企画して、それを実際に加工して、つくってしまうということです。

次は、シンガポールです。これもフードバンクの例ですけれども、フードバンクというのは、食べるものが余っているのです。でも、なぜ、日本で特に普及しないかということ、輸送する人がいないのです。というときに、シンガポールではどうなっているかということ、地元のタクシー業者さんが、空いている時間にこのフードバンクの食べ物を配達して回る、そのようなボランタリーな取り組みがなくて、こういうのは、やはり、みんなで地域を良くしようなどという発想がないと、なかなか

か進まないと思うのです。

この取り組みは、地域の一体感などが非常に際立っている事例でして、要は、1回限りのボランティアではなく、ずっとそこにコミットし続けるのです。「仕事をしながらだけれども、私のライフワークだ」というようなボランティアさんもいっぱいいるという事例なのですが、右上に、マグサイサイ賞という、アジアのノーベル賞とも言われているのですが、それを受賞したという例です。

あと、余った食材でレストランをする。日本でも、子ども食堂ということで取り組みは進んでいるのですが、日本の場合は、余った食材、食品ロス削減というところとの関係性は少し薄いのかなと思っています。それが、フランスではかなり強く、半分以上は過剰食材を使っています。最初の取り組みは、すごく小さいところから始まるのです。でも、それがどんどんつながって行って、フランスの全国規模の組織にまでいきました。

サービスを受けた人、夏と冬。やはり、冬が多いのですが、92万6,000人。やはり、小さい積み重ねが、こういう大きな取り組みに発展していくのだといういい事例だと思います。

引き続き、こういうフランスの例を挙げますが、フランスというのは、意外とそういうボランタリーな活動というのはそんなに活発ではないのです。次のスライドでもお見せしますが、イギリスもそうですが、アメリカなどは、寄付や、こういう余った食材をシェアする取り組みは非常に活発なのですが、元々、そんなに強くはありませんでした。

このコレクトナショナルという取り組みが、僕は大好きなのですが、毎年、11月の土日を使って、これはもはや、食品ロス削減ではないのですが、お店で買ってそのまま寄付してくださいというイベントをやるのです。そのときに、何でもいいというのではなくて、今、フードバンク、あるいは、生活困窮者の方はこういう食材が足りていません、こういう食材が喜ばれますということをリストで渡すのです。それを買って、それで寄付するというので、フードバンクがより力強くなって普及していく。僕は、フードロス削減というアプローチだけではなくて、こういうこともあっていいのではないかと思います。

この取り組みがさらにいいのは、ある種、小売店の売り上げにもつながって、そこで協力も得られるのです。ただ、その売り上げをどうするかというと、結果的に、小売りさんも、現金を寄付するのです。非常にいい循環がここで生まれていきます。ですから、市場原理だけではない取り組みということでは、非常に面白いと思います。

先ほども言いましたように、フランスはあまり寄付文化が強くない、これは寄付文化度の指標なのですが、フランスは六十何位なのですが、日本は102位なのです。これをどうしましょうかということ。

これは、フードシェアの日本的課題ということで、フードバンクに寄付されている食品の量を人口1人当たりで示したもので、大変見にくくて申し訳ないのですが、一番右が日本なのですが、ほとんど見えないぐらいでしかありません。一番左は、アメリカです。実は、ある数字を足すと、アメリカに匹敵します。これは、何かというと、地方の田舎のご実家から、例えば、都会の息子、娘さんたちに送られる贈与米の総量なのです。贈与米というのはあまり聞き慣れないと思いますが、私も、私は田舎が富山県なので、いまだに両親からお米を送ってもらっています。こういう身内で

の食品の贈与というのは、実は、日本はものすごい量があります。こういう例というのは、あまりないと思います。

ですから、私は、こういうシェアリングについて悲観することはないと思っています。つまり、家族のような付き合い、地域や会社など何でもいいと思うのですけれども、そのようなコミュニティをつくれれば、もしかしたら、このフードシェアというのは一気に広がる可能性もあります。

少し皮肉っぽく書きましたが、他人に冷たく、身内に優しいというのは、割と日本的なのかなと思うのですけれども、逆に、日本的な進め方というのは、身内感というか、それも、ある種、煩わしくない形で進めていくというようなことが必要なのではないかと思います。

最後に、まとめますが、少し時間も押していますので、簡単に、解説ですけれども、減らさなくてはならないということから、これをやると社会が本当に幸せになるという実感を皆さんが持つのです。私も、ドギーバッグをすると、やはり、いろいろな意味で幸せになります。お金だけではなくて、翌日ご飯をつくらなくていいという、いろいろな理由もありますけれども、このようなことで、食品ロス削減は、ぜひ、いい社会をつくるのだという視点で進められるといいのではないかと思います。以上です。

司会：

小林様にご講演いただきました。ありがとうございました。

さて、鳥取県の後藤田課長、本日、食品ロスにつきまして専門家の方々にいろいろなご意見を頂きました。これを受けまして、鳥取県として今後、どのように食品ロスの問題に取り組んでいこうとお感じになりましたか。

後藤田：

本日は、ありがとうございました。非常にたくさんのヒントを本日、頂けたのかなと思います。特に、最後、小林先生から頂きました、何々をしなければならないではなくて、それによって幸せを実感するというように自然に感じることによって進める取り組みを、今後とも県としては検討して進めていきたいと思っています。本当に、ありがとうございました。

司会：

ありがとうございました。それでは、最後に、消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室長、杉田敬一より、閉会のあいさつをさせていただきます。

6. 閉会挨拶

杉田：

本日は、消費者庁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、ご登壇者の皆様におかれましても、お忙しい中、ご出演いただきまして、厚く御礼申し上げます。

本日のシンポジウムでご登壇いただいた皆様をはじめ、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、ご視聴の皆様と一緒に取り組みを進めていければと思いますので、どうぞよろしくをお願いします。本日は、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、「みんなで知ろう！ 取り組もう！ 食品ロス削減」を終了します。ご視聴いただきまして、ありがとうございました。

以上