

令和4年度第2回食品ロス削減ネットワーク懇話会 議事要旨

1 開催日時 令和5年2月20日(月)午後2時～4時

2 開催場所 大阪府咲洲庁舎50階 迎賓会議室

3 出席者

叡啓大学特任教授・神戸大学名誉教授 石川 雅紀

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会西日本支部長 樋口 容子

森永製菓株式会社 西日本統括支店チャネル開発担当リーダー 松永 武敏

国分西日本株式会社 人事総務課長 小林 正二

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 サステナビリティ推進部長 西田 哲也

大阪府環境農林水産部流通対策室 課長 岡野 健一

オブザーバー

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 サステナビリティ推進部マネージャー 吉田 玲子

4 議事

(1) 食品ロス削減ネットワーク懇話会の座長について

(2) 令和4年度大阪府の食品ロス削減の取組みについて

(3) 令和5年度食品ロス削減の取組みについて

5 内容

(1) 食品ロス削減ネットワーク懇話会の座長について

○要綱に基づき構成員の互選により、座長は叡啓大学特任教授・神戸大学名誉教授石川雅紀氏に決定。

(2) 令和4年度大阪府の食品ロス削減の取組みについて

《おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度、市町村の取組状況 資料2(P2-3)により事務局から説明》

○取組に参画した本懇話会出席者より意見等の発表

○主な意見

・環境省の公募型事業、候補が10件程度だったので、大阪府のパートナーから3事業者が採択されたことはすごい。

・取組の影響が大学や高校の授業依頼が増えている。学生に向けては、食品ロスが身近で実践ができる点から、SDGsの入口として意識されていると感じる。

・環境配慮型のアクションを起こしても、買っていただく方がいないと経済性が成立しない。同時に「機運醸成プロジェクト」も立ち上げ、意識や行動を変える機会提供として、地域と一緒に生ごみコンポストに取り組み、できた堆肥を使い花壇を作った。シン

ボリックな場所を作り、家庭からも生ごみを減らすことで、「そういうことっていいよね」というような空気が漂いつつある。

- ・今までは、小売店とNPOや学校などが連携といっても、店内キッチンで「食品ロスを減らしましょう」とかだが、幅広くなっている。

《大阪府 府民の意識調査結果、全国の食ロス量減少率について 資料2 (P4-5)により事務局から説明》

○主な意見

- ・意識調査について、他の都市の結果を共有されたらどうかと思う。政令指定都市だとまずやっているかと思う。
- ・量について、コロナ禍以降、小売や外食産業から卸への返品が減少した。小売でもSDGsの考え方から返品をやめるという事業者が増えてきている。
- ・小売店が、もったいない意識、社会状況を見て、値引き販売や売り切りをして、流通が逆流しない傾向が増えているように思う。「返品をしてはいけない」風潮が流れているのでは。本当に良い傾向にはなっていると思う。
- ・小売りでは全体の廃棄物としてはそれほど変わらないが、食品だけ見ると減少傾向にある。店頭で売り切る努力はしているのではないか。コロナ禍で消費者の意識が高まり、手前取りや抵抗なく値下げ品を買うといった行動が増えてきたのかもしれない。
- ・賞味期限ギリギリとか賞味期限切れの商品が通販サイトや専門店で売られ、消費者は半額以下の値段でどんどん買う。食品ロス削減につながり、ウィンウィンウインの関係。期限切れへの意識を消費者からブレイクスルーして、業界の慣習や慣例を突き破っていければいいと思う。
- ・物価が急に上がり、所得が伸びず、格差が広がる。所得が下がっている人たちが、過剰な品質にお金を払わないという方向に行き、それに応えるビジネスが多く出てきたということとを感じる。低い側が圧倒的に人数が多いので、大きく効いてくるのではないか。いい悪いは分からないが。
- ・セミナーで、賞味期限切れ食品を扱う販売店の方が、寄付ではなく経済で回していかないと持続できないと言われていた。善意だけではなく、低価格であっても経済の中で回っていくことが大事。

《損害保険会社による食品ロス削減スキーム計画ほか、パートナーの取組事例について事務局から説明》

○主な意見

- ・すごく面白そう。一体、どのようなスキームなのか非常に興味がある。
- ・廃棄の発生を保険でカバーすると損をしないので、廃棄を促しそうな気がするが、そこを保険会社がなんとかするという事か。とても興味深い。
- ・生命保険なら人間ドックや健康診断を受けると保険料を安くするとか、自動車だとカメラを付けなど安全運転につながることをすれば保険料を下げますということができ

る。両方がハッピー。食品ロスも、「保険側はロスが出る方向にしてるんじゃないか」と言われるかもしれないリスクヘッジもあるが、それ以上に、食品ループをやるのであれば保険料自体を下げるという契約もあり得ると思う。ビジネスの合理性が出てきたことはレベルアップ。本気のビジネスに入り込んでいる感じがする。

《もったいないやん活動隊育成事業について 資料3より事務局から説明》

○主な意見

- ・私たちの支部でも食品ロス削減推進サポーターとしての活動をしており、今後こうした活動は増えていくと思う。

《小売店舗における消費者向け啓発実証事業、事業者向けセミナー紹介について 資料3より事務局から説明》

○取組に参加した本懇話会出席者より意見等の発表

○主な意見

- ・ゴミが減ったという点、半額で売っていたものが3割引でももっと売れた点は非常に大事。
- ・小売店舗の従業員は地元の消費者でもある。従業員と取り組んだことで、「自分ごと化」、もったいないよね、何かできないかという気持ちを引き出せたのではないか。
- ・今後、どのように横展開していくか、他の事業者に見せていくのかが大切。
- ・ゴミも減り、店側もビジネス上のメリットがあったという意味で、放っておいても広がる話だと思う。
- ・学生など、何かを巻き込んでやっていければ続くのではないか。

《イベント啓発、大学生との連携について 資料3(11-12P)により事務局から説明》

○主な意見

- ・学生が参加していて頼りになる。ゼミであれば先生も学生もしっかり意識あり、連携して取り組めば1回限りではなく地道に続くと思う。

(3) 令和5年度食品ロス削減の取組みについて

《「もったいないやん活動隊」の今後の活動、食品ロス削減総合実践エリア推進事業について 資料3より事務局から説明》

○主な意見

- ・実践エリア推進事業で様々な取組をするなら、モールは管理者が1つだが、商店街の中でやれると面白い。ステークホルダーがとても多いので、組織化されているところで協力してくれる所があればやりやすい。
- ・商店街は、個店個店すべてが店長。いろいろな方がいらっしゃる中でどうやったら自分事化ができるかということが、チャレンジで、非常に面白い。
- ・今年の小売実証の場合は、1つの要素は、学生参加。学生が来て一所懸命やっていると

というのは非常に刺激になると思う。

- ・ソーシャルマラソン、シャルソンというイベントがある。フランスの、仮装をやって、あちこちでワインを飲みながら地域を巡る。参加費が3000円位で揃いのTシャツで参加し、商店街で「給○(マル)スポット」となり統一のぼりをたて、Tシャツ着た人にサービスする。地域で盛り上がり全国に広がっている。揃いのTシャツがキーポイント。もったいないシャルソンをやればいい。
- ・講演で、南極越冬隊の廃棄のない、食料を完全有効活用している事例を聞いた。南極を想像して話を聞くと実感できてとても面白かった。楽しいことが大事。
- ・意識調査の対象年齢が18歳からになっている。今は、小学生や中学生などSDGsの授業などが入ってきているので、もっと若年層の意識の変化を取らないといけないのではないか。また、啓発をしようとする、知る機会、学ぶ機会をつくりましょうという話から入るのですが、「感じる機会」を先にしたほうがいいのではないかと。楽しいとか、そのような機会をつくるべきで、食品ロスを学びますという機会ではなく、裏側にはそれがあるけれど、楽しいことをすることで、結果的に課題解決につながる意識を生み出すようなイベントをしたほうが。「学ぶ」とすると、関心のある人しか来ない。