

# 前回の食品ロス削減推進計画部会における 委員の主な意見

2020年10月16日  
大阪府環境農林水産部流通対策室

## 【大阪府の特徴とコロナ感染拡大の影響】

- 外食産業は、大阪の大事な基幹産業の一つ。ただし、コロナ感染拡大の影響が大きく、コロナ対策で手がいっぱい事業者も多い。
- インバウンドの減少による飲食店客の減少。
- 値引き販売をすると非常によく売れるが、3密を避けるため、半額にすることをやめたためロスにつながった。
- コロナ禍においては、在宅の家族が増え、粉もん文化が根付いていることから、特に粉類が良く売れた。粉類が品薄になると、焦って買い占めに走るケースもあった。
- 中小企業が多く、人出不足などから、コロナ感染拡大の影響を掘り下げ、長いスパンで見られていない可能性がある。
- 自粛期間中、特に大阪の人出の減り方が大きく、大阪の人は目的に賛同し、納得すると動きが早い。府民が主体的に動いて取り組むのが得意。

## 【大阪らしい、大阪で効果の出そうな方向】

- 計画策定にあたり、どこを見据えて議論するのがいいのか。あまり目先の事は言わず、将来的な議論をする。一方で、このコロナと食ロスの問題をしっかりと詰めるという考えもある。
- もったいないを、「経済的にもったいない」と打ち出していく。
- もったいないからは「始末」を連想。始末を美德とした大阪の食文化「船場汁」の考え方。
- 「始末」、「合理的」、「スマート」などをキーワードにした方向性。

### 【商慣習の見直しについて】

- 期限の古いものは避けて新しいものを買う、という消費者の購買行動があり、一概に納品期限だけを縮めていくというのは難しい。賞味期限自体を伸ばしていくことも有効。
- 棚の奥から取る消費者は悪者にされるが、家族構成等で食べきれる期間も変わってくる。古いものは価値がある意味下がるので、プライシングで値段を下げるべき。
- 小売り大手が商慣習見直しを一部実施しており、業界へも広がりが出てくると思われる。
- 納品期限が来た商品でも賞味期限まで期間があり、食べることができるので、残ってしまった食品をどうするか、流通を上手く考えていくといい。
- 日配品はほとんど前日に注文をあげている。天気によって大きく売れ筋が変わるが、前日であれば正確な数字を予測できる。メーカーは前日の注文を受けてから製造するのでは間に合わないことから、見込み生産をすることになる。小売かメーカーか、どちらかにロスが出る。

### 【食べ残しの持ち帰りについて】

- テイクアウトやデリバリーが増え、厚生労働省から衛生管理の注意喚起の文書が出ており、当然、気をつけなければいけない。
- 食べ残しを持って帰ることが、もっと気軽にできるようになればいい。
- 消費者の方から持ち帰りができるか聞くようにしている。住宅地なら、持ち帰りができる店舗も増えている。

### 【食品の期限表示について】

- 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では、必ずテキストには消費期限賞味期限の項目を入れており、講習会等でも説明している。特に賞味期限を過ぎても食べられることについては、しっかり説明している。
- 消費者自身が食品の安全性を確認するため、五感を大切にする。

## 【目標の考え方について】

### ★数値目標

- 原単位をどこまで精密にできるか。大阪市が詳細の調査を実施しているので共有するべき。
- 目標数値ありきで業種ごとに削減目標を作るのは難しい。

### ★施策目標

- 取り組んでいる府民の目標数値を出すなら、簡潔な調査でいいので、裏付けになる調査は必要。調査する場合、質問項目の工夫が必要。