

第1回大阪府環境審議会食品ロス削減推進計画部会 議事録

○日時：令和2年8月7日（金）

○場所：大阪府咲洲庁舎 37階 会議室（小）

【事務局】

定刻となりましたので、令和2年度第1回食品ロス削減推進計画部会を開催いたします。

本日は大変お忙しい中、委員の皆様方におかれましてはお集まりいただき、誠にありがとうございます。本日の司会を務めさせていただきます流通対策室の高取です。どうぞよろしくお願いたします。

会議開催にあたりまして、流通対策室長の西村からご挨拶申し上げます。

【事務局（西村室長）】

皆様こんにちは。西村と申します。本日はお忙しい中、第1回食品ロス削減推進計画部会にご出席いただきましてありがとうございます。新型コロナウイルスの感染拡大も気になりますが、できるだけの対策を講じさせていただいておりますので、どうかよろしくお願いたします。

さて、大阪府では平成30年度に事業者、消費者、行政がそれぞれの立場から意見交換を行う場として、食品ロス削減ネットワーク懇話会を設置しております。この懇話会の意見を受けまして、おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度を創設するとともに、市町村や事業者の皆様と連携してキャンペーンを行うなど、より具体的な取組を進めているところでございます。

また、国においては昨年度、食品ロスに関する法律が施行されまして、この3月には基本方針も策定されました。

これらを踏まえまして、大阪府としては今年度、大阪府食品ロス削減推進計画を策定していきたいと考えております。皆様にはタイトなスケジュールにも関わらず、委員就任をお引き受けいただきまして、本当にありがとうございます。本日はそれぞれの専門分野からご意見、アイデア、その他諸々もいただきまして、大阪らしい食品ロス削減推進計画の策定に向けまして、ご審議いただきたいと思っております。

どうぞよろしくお願いたします。

【事務局】

ありがとうございました。本部会の部会長につきましては、食品ロス削減推進計画部会運営要領に基づきまして、大阪府環境審議会の辰巳砂会長から、大阪産業大学大学院教授の花田委員をご指名いただいております。

また部会長代理につきましては、花田部会長から神戸大学名誉教授の石川委員をご指名いただきまして、石川委員からご承諾いただいております。

では、本日出席の方々をご紹介いたします。部会長をお願いしております、大阪産業大学大学院教授花田真理子委員です。

【花田部会長】

花田でございます。よろしくお願いたします。

【事務局】

部会長代理をお願いしております、神戸大学名誉教授 石川雅紀委員です。

【石川委員】

石川です。よろしくお願いいたします。

【事務局】

続きまして、大阪商工会議所常務理事・事務局長 近藤博宣委員です。本日はWebでご参加いただいております。

【近藤委員】

オンラインで失礼いたします。大阪商工会議所の近藤と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

【事務局】

株式会社グルメ杵屋執行役員総務部長 加藤誠久委員です。

【加藤委員】

加藤でございます。よろしくお願いいたします。

【事務局】

日本チェーンストア協会関西支部事務局長、株式会社近商ストア総務人事部の南野和人委員です。

【南野委員】

南野でございます。よろしくお願いいたします。

【事務局】

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支部長の樋口容子委員です。

【樋口委員】

樋口です。よろしくお願いいたします。

【事務局】

部会長の花田部会長から一言ご挨拶をお願いいたします。

【花田部会長】

仰せつかりました花田と申します。よろしくお願いいたします。リモートでご参加の近藤委員もよろしくお願いいたします。

先ほどのご挨拶でもありましたが、大阪府では食品ロス削減ネットワーク懇話会が設立され、石川委員も学識者としてご参加されていまして。

昨今、食品ロスとプラスチックを、廃棄物の中で減らしていこうということが非常に注目を浴びてきましたが、ここに来まして、大きな要因が二つ、まず一つはこの異常気象でございます。それからもう一つはコロナの影響が出てきました。この部会では、with コロナの生活様式ということが言われていますが、その中で食品ロスをどのように削減していくかという視点と、もう一つはせつかくですので、大阪府らし

い、つまり大阪で効果があるような、そういう計画を皆様と共に考えていけたらと思っておりますので、石川委員をはじめ、皆様どうぞよろしく願いいたします。

【事務局】

ありがとうございました。では、本日の資料の確認をさせていただきます。

まず本日の議事次第、資料1-1、大阪府環境審議会への諮問文書となっております。資料1-2、食品ロス削減推進計画部会運営要領となっております。資料1-3、食品ロス削減推進計画の策定スケジュールとなっております。資料2、食品ロス削減の現状について。資料3、食品ロス削減推進計画部会の検討内容。この後は参考資料が続きます。参考資料1、食品ロス削減推進計画部会委員名簿となっております。参考資料2、大阪府食品ロス削減推進計画のあり方について。参考資料3、大阪府の食品ロス削減の取組について。参考資料4、食品ロスの削減の推進に関する法律の概要。参考資料5、食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針。皆様、資料の不足等ございませんでしょうか。

本日は6名全員の方にご出席いただいております。運営要領に基づきまして、2分の1以上の皆様のご出席により、会議は成立していることをご報告申し上げます。

では、ここからの会議の進行を花田部会長をお願いいたしたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

【花田部会長】

では、皆様よろしく願いいたします。それではまず、本部会の審議の公開について確認させていただきたいと思っております。事務局から説明をお願いします。

【事務局】

ご説明させていただきます。大阪府では情報公開条例に基づきまして、審議会などの会議の公開に関する指針を定めております。

指針では、会議の公開・非公開につきましては、当該会議に諮って決定することと定めております。また、会議につきましては、原則として公開するものと定めておまして、例外としましては、個人情報や企業秘密・取締役などに関する情報を扱う場合や、公開することで公正・円滑な審議が著しく阻害され、会議の目的は達成できないと認められる場合などは非公開にできるとの規定となっております。よろしくをお願いします。

【花田部会長】

ただいま原則公開とすることや非公開となる場合の説明がありましたが、まず皆様に公開として良いかどうか確認をさせていただきたいと思っております。

私といたしましては、この会議を非公開にする必要を感じませんし、また今後の食品ロス削減に向けて、大阪府がどのように取り組んでいくかということを審議する会議ですので、公開でよろしいのではないかとと思っておりますが、それでよろしいでしょうか。

ご異議ないようですので、本部会を公開で進めるようにいたします。

それでは、お手元の議事次第に戻って進めていきたいと思っております。議題1の部会の運営について、事務局から説明をお願いします。

【事務局】

ご説明させていただきます。まず資料1-1をご覧ください。こちらの資料ですが、6月10日に大阪府環境審議会に諮問いたしました諮問文書となっております。裏面に説明文がございまして、計画の策定にあたりまして、計画の目標や基本的施策の推進についての考え方など基本的な事項について、審議会の意見を求めることとしております。

参考資料2は、この諮問の際の説明資料です。6月10日の環境審議会は書面開催で開催され、食品ロス削減推進計画部会の設置が可決されております。

続きまして、資料1-2をご覧ください。こちらは、食品ロス削減推進計画部会の運営要領となっております。この運営要領に基づきまして、部会を運営してまいります。

続きまして、資料1-3をご覧ください。大阪府食品ロス削減推進計画の策定を進めるスケジュールをお示ししております。この食品ロス削減推進計画部会について、3回の開催を予定しており、それぞれの部会でご審議いただく事項を記載しております。1回目と2回目の審議後に、3回目の部会で大阪府環境審議会への報告案を作成し、大阪府環境審議会へ答申、パブリックコメントを経まして、今年度中に計画策定を行いたいと考えております。以上です。

【花田部会長】

ありがとうございました。ただいま部会運営について説明がありました。何かご質問ある方いらっしゃいますか。スケジュールのタイト感が半端じゃないということとはございますが、これは質問ではないので。3回の部会でということで皆様どうぞよろしく願いいたします。

続いて、議題2でございまして。食品ロス削減の現状についてです。事務局から説明をお願いします。

【事務局】

では、資料2をご覧ください。食品ロス削減の現状についてご説明いたします。令和2年3月31日に閣議決定されました食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針では、基本的な方向としまして、国民運動として食品ロスの削減を推進していくものと明記されています。地方公共団体が策定する食品ロス削減推進計画は、地域の特性を踏まえた取組を推進していくことが重要であるとされております。

この基本方針の目標につきましては、2000年度比で2030年度までに食品ロス量を半減させる。また、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%にすると明記されております。ページをめくっていただきますと、国では毎年食品ロス量を報告しております。年度の推移を示しておりますが、ここ数年ほぼ横ばいということで、事業系・家庭系も約半量ずつ食品ロスが発生しているという状況です。業種別では、製造や外食産業が多いという結果です。

続いて下の方に、他の都道府県の食品ロス削減推進計画の策定状況について記載しております。鳥取県ですが、2020年3月に廃棄物処理計画の中に食品ロスの項目を盛り込む形で計画が策定されています。富山県につきましては、2020年4月に単独で食品ロス削減推進計画を策定しています。

これら国の動きなどに加えまして、大阪府のこれまでの取組につきましては、参考資料3にまとめさせていただいておりますので、ご参考いただきたいのですが、これまで大阪府では、食品ロス削減ネットワーク懇話会でたくさんのご意見をいただきまして、そのご意見をもとにおおさか食品ロス削減パートナーシップ制度の創設や、家庭の実態調査、飲食店における実証実験、事業者の皆様と連携したキャンペーンの実施、シンポジウム等も開催しまして、それらのことを参考資料3にとりまとめております。以上です。

【花田部会長】

ありがとうございます。ただいま説明がありました、資料2、参考資料3について、何かご質問・ご意見がございますか。

よろしければ、議題3でございますが、大阪府食品ロス削減推進計画の策定について、大阪府が目指す将来像を本日は考えていくということになっておりますが、それにつきまして、事務局から説明をお願いします。

【事務局】

続きまして資料3をご覧ください。この資料3が、本日ご議論いただきたい内容をまとめている資料になります。

本日ご議論いただきたい内容の一つ目といたしまして、大阪府が目指す将来像の事務局の案などについてご説明します。まずページをめくっていただきまして、大阪府が目指す将来像『食べ物を無駄なく消費される社会』と書いております。

これまで大阪府では、食品ロス削減の取組を様々進めてきておりまして、それら取組からも食品ロス削減は府民のもったいないの心を大切に、府、市町村、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、それぞれの立場で取組を進めることが重要で、誰もが食品ロス削減のための具体的な行動をとる社会が目指す姿と考えております。大阪府におきましては、キャンペーン等でキャッチフレーズやロゴマークなども作っておりまして、キャッチフレーズとしましては、「食の都・大阪でおいしく食べきろう」を使い、ポスターなどを作りながらPRをしてきました。

この将来像の検討や計画を策定するにあたりまして、大阪府の特徴を意識する必要があると認識しておりまして、主な論点のところに記載しております。大阪府の特徴としましては、都市部であることから、過剰出店や過剰納品、過剰品揃えなどの状況があるのではないかと、また、外食産業が盛んであり、2025年には、大阪関西万博やIR誘致が控えておりまして、それらを見据えた取組が重要と考えております。

しかし、コロナの感染拡大により、このあたりの状況や消費者の行動も大きく影響を受けております。このため、コロナ感染拡大の影響も踏まえた上で、大阪らしい食品ロス削減の取組を検討する必要があるかと思えます。参考情報をここから先にいくつか掲載させてもらっています。

まず、国の基本的な方針の方向性ですが、「国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進していくものとする。」と記載がございます。単独で計画を策定した富山県の食品ロス削減推進計画には、富山県の将来像という項目がございます、「持続可能な社会の実現に向け、一人ひとりの行動が社会や環境に影響を与えることを自覚し、消費者、事業者、関係団体、行政等の連携協力のもと、県民生活や事業活動等において食品ロス等の削減に繋がる取組みが進んだ社会を目指します。」と記載があります。

次の参考情報では、事業者の皆様へのヒアリングなどから、新型コロナウイルス感染拡大で考えられるサプライチェーンの影響を事務局で書き出しております。全体としましては、コロナの感染拡大で生じているイレギュラーな事態が多くあり、それが当面続きそうなので、前例が全く通用せず、事業者の皆様も試行錯誤されています。例えば、今後どの品目が売れ筋になるかというのも全く不明で、方向性が見えないというご意見がありました。また、三密を避ける方法は、どの事業者も検討されているようで、特売の方法や新しいアイデアなど事業者の皆様は多くお持ちですが、消費者に受け入れられるかどうかで、なか

なか進めることが難しいというご意見がありました。この他、売上も上がっているところがあれば落ちているところもちろんあり、同じような業態でも取引先によって全く違う事態などがあります。また、同じ小売の中にも地域や店舗間の差が激しいというお話を伺っています。以上です。

【花田部会長】

ありがとうございました。この議論に当たりまして、ただいま説明がありました、ポストコロナを踏まえた大阪府の特徴などについて、ぜひ委員の皆様からご意見をいただきたいと思いますが、その前に一つ質問してもよろしいでしょうか。

先ほど説明がありました富山県と鳥取県ですが、特に単独の計画については、富山県の食品ロス削減推進計画と説明がありましたが、他の都道府県で単独で策定しているところはありますか。

【事務局】

現時点で策定したところはこれ以外にはなく、大阪府と同じように今年度に策定するというところはいくつかあると聞いております。

【花田部会長】

わかりました。ありがとうございます。この資料3で富山県の将来像を出していただきましたが、大阪府は、やはりぱっと見て、大阪府民にアピールするような大阪らしい将来像を、できれば出してほしいという考えでしょうか。

【事務局】

できれば出してほしいと考えていますが、食品ロス削減の取組については、みんなで頑張って取り組みましょうという中身になってくるかと思しますので、将来像のところが一般的になったとしても、施策や計画の端々には大阪らしさを出していくべきと考えております。

【花田部会長】

先ほど、説明されたキャッチフレーズでも、とてもアピールすることができるのだろーと思えます。大阪市では、10年ぐらい前ですが、一般廃棄物処理基本計画を公表したときに、そのタイトルが、「“なにわ”ともあれ ごみ減量は上方から」というタイトルで、「なにわ」が大阪「なにわ」で「なにわともあれ」、それから「上方」は皆様ご存知のように上流から減らしていく、3Rだったらリデュースから減らしていくというのが大切だということを手に出されたと思って、それで今でも覚えていますが、そういう少し笑いもありながら、大阪らしいキャッチフレーズみたいなものも打ち出せば良いという考えでしょうか。

【事務局】

はい。

【花田部会長】

わかりました。では、これから委員の皆様にご意見をいただきたいと思えます。まず、グルメ軒屋の加藤委員、外食産業の大阪府の特徴や、それからコロナの影響、その辺り教えていただけますか。

【加藤委員】

まず、コロナの影響ですが、今まで、大阪はじめ関西には非常にたくさんの観光者の方々が訪れていま

したが、2月、3月頃から大きく減ってきました、ご存知のように4月、5月はほとんど観光者の方を見かけなくなったことで、外食店の方では、お客様の数が激減しております。激減しているということは、料理を提供するための仕入れの食材から仕込みの量を調節する必要がありました。

また、時短営業や飲食店の休業要請が出ておりましたので、しばらくの間は私どもの会社も、非常にたくさんのお店が休業していたところもあり、営業していたところでは、時短要請やお客様の数が激減しているため、最低限の仕込みの量で店を運営する必要があったという状況でした。

そのため、多くのメニューを提供するということが難しいというところも出てきてまして、メニューの数を絞ったとか、私どもの会社で言いますと、大体2、3ヶ月に1回は季節メニューや販促メニューを投入して、売り上げの増進を目指しますが、そういった新メニューの開発もしばらくは見送られまして、既存のメニューで、さらにメニューを絞った状態で営業していました。

また、通常は人気メニューや季節メニューではない限り、売り切りごめんみたいなことはありませんが、この期間は仕入れる量も限られていますから、お客様が割といらっしゃった時には、ほとんどのメニューが夕方ぐらいには提供できなかったという材料切れを起こしたのです。

そのようなことがありながら営業をしていたというのが、5月いっぱい、6月中旬ぐらいまでの状況というところでございます。

【花田部会長】

廃棄物の量としては、減ったということでしょうか。

【加藤委員】

予想通りの来客数だったときは材料が減りますが、やはりお客様がほとんどいらっしゃらない日が出てきた場合は、それは食材のロス、廃棄のロスに繋がってしまいます。また、店で使用する原材料の量目、サイズが決められておりますので、そういったものが、消費期限・賞味期限を想定より早く迎えてしまい廃棄せざるを得ないこともよく発生していたと聞いております。

実は今日の朝、営業の方で会議がありまして、このような廃棄をどうするかということも一つの問題として挙がっておりました。この会議の中でも、そういった廃棄の対策につきまして検討できたらいいと思っております。

【花田部会長】

食べ残しはどうか。

【加藤委員】

食べ残しについては、このコロナの影響があったから、減っているなどはあまり話題になっておりません。多分お客さんが少ない分、食べ残しの量も少なくなっているのですが、1人あたりのお客様の食べ残し量となると、あまり変わってないのではと思います。これはデータがございません。

【花田部会長】

ありがとうございます。ステイホームでずっと家にいる必要があって、やっとなら外に出て食べようとしたときには、以前よりも、やっぱり大切に食べるのではと思います、お聞きしましたが、割と同じような感じですか。

【加藤委員】

店内で召し上がっていただく方は同じような感じでございます。あと、テイクアウトの比率は若干私どもも上がっております。私どもはほとんどテイクアウトをしていないお店が多いので、もっとテイクアウトをきちんと取り組まれていたところは、かなりテイクアウト比率が上がっていると聞いております。

【花田部会長】

ありがとうございました。続きまして、小売業者やメーカーの特徴について近商ストアの南野委員、よろしく申し上げます。

【南野委員】

まず、コロナの影響ですが、日本チェーンストア協会も業態によりばらつきがありますが、衣料品の売上は、外出自粛、緊急事態宣言下の営業自粛による店舗の営業時間短縮、休業等の影響により悪い状態と聞いております。特に大型のショッピングモールは、施設自体を閉めた影響で前年の2～3割程度の売り上げであったようです。営業再開後は回復傾向にあり、前年の8～9割程度まで売り上げが回復しているようです。

住居関連品の売り上げは、巣ごもり消費を中心にホームセンター等が好調であったようです。スーパーマーケットでもマスク等のコロナ関連商品は品薄ではありましたが、在宅時に使用する日用消耗品を中心に売り上げは伸びていました。

食品の売り上げは、一斉休校、在宅勤務による家庭での食事機会の増加により、好調に推移しておりました。自宅で食事を作られる機会が増えたと思われ、総菜は伸びておりませんが、野菜、肉、魚といった素材関係が、非常に大きく伸びておりました。また、店舗によりまして、仕事帰りに利用される駅前の店舗よりも、車で来店される土日型の店舗に平日も同じように来店していただいていたようです。

特に総菜は、業界として衛生面を考慮してばら売りを中止しました。また、作った商品その日のうちに販売するため、3割引、半額として販売しておりましたが、半額にしますとお客様が集まり、密になりますので、半額の販売も中止しました。その影響で売れ残る商品が増え、食品ロスが増えていました。現在は作る量を調整しながら、なるべくロスが出ないようにはしていますが、コロナ前に比較すれば食品ロスは増えていると思います。傾向としてこういう傾向があるという話が出ているだけで、実際具体的な数字はわかっていません。

【花田部会長】

ありがとうございました。ホームセンターが良かったとか、それから総菜よりも素材の方が良かったというお話ですが、皆さんお家にいる時間が長いから自分で調理をやろうとしたのでしょうか。

【南野委員】

そうですね、ご自分で作られていたと思います。一番目立ったのは、パスタとパスタソースで、簡単に茹でて、ソースをかけるだけのものなので、これがどのお店も品切れ状態で非常に売れて、棚が空いているスーパーが多かったです。

あとは、インスタントの袋麺、粉もん関係、ケーキ材料ですね。これも関西特有かと思いますが、たこ焼き、お好み焼きについてもよく売れておまして、特に緊急事態宣言の間は売り場を見に行きますと棚が非常に少なくなっている状態が続いておりました。6月ぐらいになってようやく、商品が出回っており、今は、普通の状態になっています。簡単に作れるようなものを、みなさん作られていたと思います。

【花田部会長】

いろいろ教えていただきまして、ありがとうございます。続きまして、NACSの樋口委員、消費者行動の変化についてですが、この会議前にお話ししたときにコロナの調査を今されているとお伺いしたので、まだ結果はこれからかもしれませんが、今の段階でお分かりになることがあったら教えていただけますか。

【樋口委員】

事業者さんと比べて、消費者行動の変化はわかりにくいところがありますが、私どもNACSでは、with コロナの時代の食品ロスについて、全国の消費者にアンケートを行っております。お盆ぐらいまでにアンケートを行い、秋ぐらいまでにそれをまとめて発表する予定でおります。

アンケートとは異なりますが、私どもで気づいたことは、今南野委員がおっしゃったように、大阪らしいところで、小麦粉、お好み焼き粉、たこ焼き粉、バター、こういうものが売り切れて、手に入りにくくなったということです。特に売り切れの場合、大阪では皆さん一斉に買い占めに走るというか、粉もんがないとやっていけないと思われている。それから在宅で、ご家族が全員お家にいるということで、お好み焼きやたこ焼きのような粉もんがお腹をすぐに満たせるので、そういうものが売り切れていると本当に焦るという感じになるのでしょうか。あとバターやお菓子を作るような諸材料もほぼ売り切れ状態が続いて、売り切れとなると、みんな買い占めに走るという感じだったのかと思われました。

先般、トイレットペーパーや衛生商品も買い占めがあり、店頭から売り切れ状態が続きましたが、食品にもそういう話があり、大阪でそういうことが起こると、なんとなく全国的にもざわざわと広がっていくように感じました。パスタがないというのは世界中そうみたいですが、パスタもほぼ売り切れていた時期があったようで、びっくりしました。

あと、面白いところでは、ミキサーとかですね。ハンドミキサーも、私もたまたま壊れたので電気屋さんに行くと、ミキサーも売り切れていて、皆さんケーキとかクッキーを作っていたからではないかと思えます。消費者が、在宅で服やお菓子作りに励んでいらっしゃると思います。そのため、食費が非常にかかったということは、どこでも皆さんから聞いています。アンケートに関しては、まだ統計の詳しい話を聞いていませんが。

それから、コロナで買い物に行けないというところもあったと思います。それで、買い占め、買いだめに走るということが、助長されたのではとっております。

私どもNACSとしましては、消費者側に落ち着いて行動を取るように啓発していく役割があるのですが、なかなか上手くはできていないという反省があります。

もう一つ考えなければならないこととしては、部会長が冒頭におっしゃっていましたが、テイクアウトが増えたことで、プラスチック容器のごみが山のように増えたということです。プラスチック製のごみを減らさなければならない現状からすると、すごい矛盾です。だから一部のニュースでは、「テイクアウト用に自宅からポットとか持って行ってと言うけれど、仕事に行ったらっしゃる方は、ポットや容器なんかを持っていけない。いろんなお店でテイクアウトすると、1日でプラスチック容器だらけになってしまった」という話もありました。

食ロスに関しては、「在宅していて、冷蔵庫の片付けをするようになった。」。あと、「大阪府の調査結果でも出ていた調味料類が一番食ロスが多いという話は聞いていて、その整理ができた。」「そういう食ロスになりそうなものを使い切って、食作りするようになった。」という話も聞いています。

消費者が改めて落ち着いて、食を見直すきっかけにはなっているという部分が、プラス面としてあったのではないかと思います。例えば、育ち盛りのお子さんがいて、学校が休校の間、ずっと朝昼晩3食作らないといけない主婦の方は、本当にメニューとお金を考えながら食作りをしていましたので、SNS上でのメニューなどのやりとりも増えていって、エコノミーな料理を作るのはどうするかとか、冷蔵庫にあるものをどうやって使うかという話も聞いています。その方向性を助長していくと、それはそれでプラスの面も出てくるのではないかと思います。

【花田部会長】

主婦の方とかが、SNSで簡単な作り方を紹介されたりもしていましたね。

【樋口委員】

前にNACSの自主研究会である食活研究会が、大阪府と連携して、残り野菜とか、残りものとか、残り調味料を使って、食ロスを出さない調理法を編み出すということを見せていただいて、結構話題になりました。ダイエーさんからもレシピをPRしていただきました。

【花田部会長】

今まで時間がないところが、時間がたっぷりあるのでやってみようと思うことで、こんなアイデアがあるということがわかるようになった、そういう面もあったということですね。

【樋口委員】

そうですね。食の見直しだけではなく、お子さんやご主人が食に興味を持つようになったというご意見もありました。簡単な料理なら、作れるようになったようです。

【花田部会長】

一緒に作ったという話もありましたね。

【樋口委員】

そうですね。

【花田部会長】

わかりました。ありがとうございます。落ち着いた行動というのはやはり難しく、買い占めに走るのは消費者の不安心理ということですね。冷静に考えたら、なぜトイレットペーパーが不足すると思うのかということは全くわかりませんが、不安になってしまうというのはあると思います。だから、それがSNSの良いところ悪いところかもしれないですね。そういう噂になると拡散されるところが、あるかもしれません。

やはりパスタは最強ですね。簡単に作れて、家族が何人でも食べがいががあるので。

ありがとうございました。ではお待たせしました。リモートでご参加いただいている大阪商工会議所の近藤委員、会員企業の皆様の状況などを教えていただければと思いますが、いかがでしょうか。

【近藤委員】

大阪商工会議所でも、特に外食にスポットを良く当てますが、大阪の大事な基幹産業の一つだという認識です。今日ご出席の大阪外食産業協会さんや大阪観光局さんなどとタイアップしまして、外食産業の振興事業に取り組んできております。コロナの対応としてもいろんなことを手探りでやってきており、「み

らい飯」ということで、クラウドファンディングを使った外食店のご支援なども実施しております。

そうした過程で事業者とコミュニケーションする機会がありますが、今のところコロナでもう手一杯という状況ですね。

足元のコロナが大変だからということが特にあると思いますが、状況として言えることは、外食産業では今コロナはもちろんです、一時期問題になりました消費税でテイクアウト8%、店内で食べたら10%という線引きの問題や、喫煙の問題などお店の経営者にとっては新たな負担と思われるようなことが多い状況です。

そのため、食品ロスをみんなで取り組んでいこうということは社会的な要請だと思いますが、現実のオペレーションの担い手になる外食産業のご協力を得ようとする場合、金銭的な負担が増えないことや事務・業務負荷ができるだけ少なく、できれば何かのベネフィットがあるような方法であれば、長続きすると事業者の方と接して感じていました。

それと一つ質問ですが、今日主な論点の大阪府が目指すべき将来像を決める日だと先ほど教えていただきましたが、資料の「食べ物が無駄なく消費される社会」、「府民の「もったいない」の心を大切に・・・」云々と、このフレーズで良いかどうかを決めるということでしょうか。

【事務局】

フレーズというより方向性について、皆様で共通認識を持っていたらということですか。

【近藤委員】

わかりました。

【花田部会長】

具体的にというよりもこういう方向性ということですか。

【事務局】

はい、そうですね。

【花田部会長】

わかりました。近藤委員、それでよろしいでしょうか。

【近藤委員】

よくわかりました。

【花田部会長】

ありがとうございます。本当にそうだと思います。事業者さんはコロナ対策で手一杯で、食品ロスのところまではとても議論する余裕がないと思っております。ただ、これから多分大きく変わっていくと思うので、そういう意味では、外食産業の皆様も一つのきっかけではあるかと思っております。

石川委員、これまで事業者の方といろいろ議論をされていまして、石川委員と言えば「NPOごみじゃぱん」で、地域の活動にもいろいろ携わっていらっしゃったと思います。食品ロス削減という観点でサプライチェーンや、あるいは消費者行動の状況などについて、コロナの感染拡大を踏まえて何かご意見等いただけたらと思いますが、お願いできますでしょうか。

【石川委員】

ここまでの皆様から現状を教えていただいて、なるほどという感じです。

私も食品ロスに関して言うと、現在進行形は三菱グループと、大丸有の地区で食ロスを減らそうというのをやっております。大丸有とは大手町、丸の内、有楽町地区のことで、三菱グループのシェアは多分、面積の3割ぐらいですね。他の大手の企業もいっぱいあると思います。この関連で社食の実態はどうなっていて、どうやったら減るのか、そこで何か減らせないかということ去年からやっていました。いろいろ企画があったのですが、コロナの大波が来て、どうするかという話になっています。

それを踏まえて申し上げますと、いろんなヒアリングや調査をしていたので、気がついたことから言うと、例えば、自治体の清掃や処理担当などの現場に近い方とか、企画の方からいろいろな話を伺うと、コロナの影響は自治体によって違いますが、収集ごみ量のレベルでもはっきり表れていて、事業系ごみが激減という自治体があります。緊急事態宣言では、外食産業さんが閉店されているから、ごみが出るわけないです。

一方で、樋口委員からお話あったように、家庭からプラスチックが増えた。増えたといっても別に倍になるわけではなく、1割、2割増えたぐらいですが、それでも量としては結構すごいですよね。収集現場の方にコロナ発生の直後にいろいろ電話で聞いたら、事業系は激減で許可業者の方は大変だとおっしゃっていました。一方で、家庭系のごみが増えたことで、パッカー車の配車が大変な上、マスクなどいろいろなものが入っていますから、現場はもっと怖いですよ。実態としてリスクは小さくても怖いです。しかもごみだから、捨てる側からしたらあまり気にしないので大変だったようです。

それから事業者については、加藤委員に後で質問がありますが、社食のインタビューに行くと、大丸有なので緊急事態宣言では人が来てないですよ。その後、緊急事態宣言の解除後に出社が可能になっても、自粛の前の半分とか3分の1とか企業しだいですけど、人数が激減していました。そうすると、社食だったら当然減りますから、普段のオペレーションではないです。加藤委員もおっしゃっていたように、メニューの数を減らすとか、いろんなことをやっておられました。

それで、すごく面白かったのが、利用者が3分の1になったある社食では、人気メニューがわからなくなったとおっしゃっていました。それは春の人事異動で人が変わったこともあるとは言っていましたけど、それ以上に変わったそうです。いろいろ議論していると、自宅で普段お昼を食べない共働きの子育て世代だと、在宅勤務で両親と子どもが家にいて、毎日日曜日のような状況だと。そうすると家庭料理で先ほどあったように、メニュー探しをして、いろいろな料理を作るわけです。会社には週に2日ぐらいしか来ませんから、社食で食べるものが変わる。それが例えば、今までだったらハンバーグを出せば、これが間違いなく人気メニューだということが、そういうことでもなく、余ってびっくりしたと。違うものが売れる。今、何が売れるのかよくわからなくて困っていますと言っていました。僕らはごみジャパンとして、三菱地所グループと一緒に社食に焦点を当てて調査をしますが、生活全体が変わって、その結果として社食で食べるものが変わっている。

加藤委員に伺いたかったのが、グルメ杵屋さんとして何か人気メニューが変わったということがあったかということです。ただ社食じゃないので、メニューの中で変わるかどうかわからないですけど、要は、家族で手作りの料理を食べる機会は明らかに増えているので、これはもう生活の根幹的なところが変わっているのではと思います。

それとコロナの影響について、食品を離れて議論する機会もありますが、印象的だったのは、ある大企業の方がおっしゃっていましたが、みんなが名前を知っているようなクラスの企業だと、環境担当や経営

レベル含めて、コロナ後に元に戻ると考えている人は1人もいません。企業として絶対に元に戻らない。今現在どうなるかもわからない。だから今こそ必死です。大変だっていうので必死な会社と、チャンスだと思っている会社の違いぐらいはありますが。ただ一番我々が心配しているのは、小さい規模の取引先とか、そういうところの人たちと話をすると、元に戻ると思っている。これが大変なんじゃないですか、とおっしゃっていました。

やはり、企業規模が大きいと、ある種余裕があるので、そのことに頭を回してられる人が社内にかくさんいるわけです。日常オペレーションだけじゃなくて、今後どうなるかという兆候を捕まえるとかに関心が向いています。一定以下の企業規模になってくると、そこへ気が回ってない。とにかく必死な感じで、希望的に元に戻るということを想定してオペレーションしているように見える。これが心配だと、複数の大企業の管理職の方が言っていました。

言われてみるとそうだろうと思います。これ結構大変です。食品ロスが多分、食品関係だから、他の業種に比べると相対的に企業規模から言うと小さいですよ。杵屋さんみたいにチェーンで大きな企業のところもあります。同じ業態のうどん屋さんでも、数で言ったら圧倒的に個店が多いでしょう。そういう小規模の事業者さんにコロナ後にどうなると思いますか、という話を考える余裕のある人がいると思えないです。それを見ていると、さっき近藤委員からお話がありましたが、このコロナ騒ぎの時に食ロスについて言っても話が通じないというのも、こういう意味で、よくわかります。

この会議ではどこに見据えて議論するのがいいのかという気がしますが、目標でもあるし、あんまり目先の事は言わない方がいいのではないのかという気がします。目先のことを言い出すと、わからないし、当事者にとってはものすごく大変な話なので、そういう意味では、現実から何か逃避したようなことになるかもしれませんが、一つは、コロナのこと言い出すといろんな意味で困難だから、ふわっとした話をするというのがありますし、一方で、大変だからこのコロナと食ロスの問題を詰めるというのもあると思います。それはそれで、もうコロナの期間だけでもいいから、ちゃんとやるという話です。

【花田部会長】

どうもありがとうございました。特に生活の変化の反映したものが、食べ物の変化とか、それから食品ロスの変化に結果としてなっているというお話がありました。

今のアフターコロナの話もそうですが、食品ロスは今をどうするかという話になりがちですが、もう少し今後どうなるかということにも対応できるような、大阪府の将来像を示しておいた方がいいのかもしれないということですね。石川委員のお話で加藤委員にお聞きしたいというお話でしたが、いかがでしょうか。

【加藤委員】

非常に重要なことをおっしゃられたので、そうなんだと感じながら聞いておりましたが、まず、私どもの会社の中で、出品メニューの構成はどうかとこのことですが、お聞きして初めてそういう見方もあると気が付いたので、今回答できるようなものはないですが、私どもはショッピングセンターや駅ビル、空港ターミナル、地下街、オフィスビルなど、商業施設にテナントとして出店している店舗がほとんどでございますので、そういった店舗で言いますと、オフィス街にある店は、しばらく売上が戻らないだろうという予測は立てております。さらに私どもの会社だけではなくて、外食全体で居酒屋系の売上の落ち込みが非常に激しくなっています。

やはり、コロナの前後では全く考え方が違うということは、社内ですべて議論しているところでござ

います。少し先走ってしまうかもしれませんが、そういった中で食ロスということについて少し申し上げますと、例えば、テイクアウトやデリバリーは、コロナで影響が出ている外食の中でも多少伸びている傾向にあるということですが、厚生労働省の方から、衛生事故に注意するようという通知が早々にありました。

一方で、今回の会議の議案になっていると思いますが、例えば、食べ残しをもっと気軽に持って帰れるようにならないかと思っています。先ほど部会長がおっしゃっていましたが、せっかく飲食店に食べに来たから、食べ残しがないように全部食べて帰ろうとかですね、そのように思っている方も多くと思います。逆に、持って帰れるから安心して量を気にせず注文できる、そのような状況を作っていただくと、飲食店の方も食ロスのことを気にしないでメニューを作って、それをお客さんに提供すると。お客さんは自分が食べられるだけ食べて、残ったのは持って帰りましょう。そういうことを気軽にできるようになれば、一ついいのかと思っています。以上です。

【花田部会長】

ありがとうございます。コロナをきっかけに今出ましたドギーバックですね。食べきれないものを持って帰るということが、例えば百貨店などに入っているお店では、お客さんからその要望があっても、百貨店の方からそれはやらないでくれと言われていたりとか、百貨店の閉店間際のパン屋さんでも一杯パンが並んでいますね。あれも聞いた話では、あまりパンを置いていないと、お店に買いに行ってもパンがないとなるので、なるべく満たしておいてくれというようなお達しがあったとお聞きしていますが、その辺りはこれから変わっていくのでしょうか。大丸有はどうでしょうか。

【石川委員】

大丸有はあまりそういうところはないですが、飲食関係だとレストランとオフィス街なので弁当屋さんがあります。外から持ってくる弁当屋さんとお店で作る弁当さんが。それから、大丸有なので成城石井のような食品スーパー、それからコンビニですね。それ以外は多分あまりないと思います。デパートもあまりないと思いますし、あとはブランドショップとか食品とは全く関係ないものが多いです。そのため、あまりそういうことは問題にならないです。

【花田部会長】

そうですね。大丸有は、本当に昔からいろんな取り組みをされていて、例えば交通系のカードを使うということを環境活動の支援に結び付けているとか。

【石川委員】

エコ結びですね。

【花田部会長】

エコ結びですね。昔からそういうことをやっているところで、やっぱり根幹には、多分三菱村があるのだらうと思います。逆に東京駅の向こう側は日本橋で、そっちは三井さんがすごくやっつけていらっしやるということで、先進的なことをされていると思っています。例えばそういうところで、こういう取組ができるということ格好よく見せると、皆さんがいいと思ってくれると思うのですが、いかがでしょう。

【樋口委員】

今のドギーバックのことですけど、海外に長く暮らしていたこともあって、私は必ず料理を残したとき

には、残した形状とか物にもよりますが、お店に持って帰れるか尋ねるようにしています。

数年前まではどこもあまり受け入れてもらえませんでした。近所に新しくできたショッピングモールに入っている中華やイタリアン、インド料理屋などは、頼めば全部持ち帰りができます。住宅街と近いので、どう見ても住宅街の人と思ってもらえたからかもしれません。もちろん、オフィス街のお店では、昼に作ったものを夜に持って帰ったらそれは問題になるかもしれませんが、意外と最近は持ち帰り用に少しお洒落なパックみたいなものをいただけて、持ち帰りができるようになってきているように感じます。

【花田部会長】

お店側に持ち帰りができるかどうか聞くようにしているというお話、それはとても大切だと思います。そういう方が増えてくると、一番は法律かもしれませんが、本当にお店を動かす、とても大きな力になると思います。

【樋口委員】

そうですね。インド料理屋さんでも、とても美味しいナンがたくさん出てきて食べきれないので、「食べかけたものも含めて持って帰っていいですか」と聞きましたら、インド系の方が経営されていたのですが、食べかけのところが綺麗に切ってくださいって、小さいパックにカレーの残りも全部つめて持たせてくれて、一食分助かりました。だから消費者としても、もちろん食中毒が一番怖いことですけど、自己責任で持って帰る、いつもそう思います。

【花田部会長】

大阪の方が値引きにすごく敏感だというお話ありましたよね。「もったいない」ということには、いろんな意味があると思いますが、特に経済的にもったいないということあたりに繋げていくと、大阪らしい将来像みたいなことに繋がっていくのかと思います。それはどうでしょうか。

【樋口委員】

今年の消費者月間のテーマが『“もったいない”から始めよう！』です。消費者庁の今年のテーマを食ロスに絞って、消費者関係の間では、『“もったいない”から始めよう！』をすごく言っています。

特にさっきから申し上げたように、お家にたくさん子ども達がいると、残っている野菜などの材料を使わないと材料が足りないみたいなことも本当にあるので、もったいないもそうですが、実質的に足りない。今買い物にも行けなかったり、温暖化が続いている中で農産物が高くなったりもしているから、有効活用していくという頭がどんどんできてくると思います。だから、広く時代の流れと気候とコロナを含めて、1つのことだけではなくて、より多くのことで、消費者の意識を高めていけたらと私たちも思っております。

【石川委員】

大阪府らしさで、もったいないというと、「始末」という言葉を思い出します。どこまで一般的か、若い人に通じるかということはあると思いますが。イメージとしては、「船場汁」ですね。あまり食べたことはないですが。よく言われる野菜の残りものや鯖などで作って、船場の本店でも食べていたという、そんなところから探せば出てくると思います。それが「始末」の考え方で、大阪の代表の本店では、「普段は一切無駄をせず、使うときにどんと投資をして大きく稼ぐ、長期的に稼ぐ」、そういうモデルがあると思うの

で、この辺はきっと、大阪の文化とか調べている先生に聞けば、何か良いアイデアが出ると思います。僕が思いつくのは、「始末」と「船場汁」です。

【樋口委員】

私は、大阪の人間ではないですが、よく大阪の人をひとくくりにして、ケチだとか言われますが、イメージが良くないので、石川委員が今おっしゃったような、どんと使う時は使うけど、効率的に考えをめぐらす賢い消費者であると言わせていただきたいです。もったいないということを私が先ほど言いましたが、それに寄ってしまうと少し惨めというか、消費者側はあまり言われたくないと思います。概念的には、「始末」、「合理的」、「スマート」な消費者という方向性の方がいいかと思います。

【花田部会長】

「始末」って京都でよく聞きますね。

【事務局】

京都市に「しまつのこころ条例」があります。条例の名前はもっと長いですが、愛称です。近畿圏には同じような考えがあり、船場汁は確かに大阪の食文化の中でも必ず出てくると思いますので、調べたいと思います。

【石川委員】

どんと使うということからいうと、中之島ですね。中之島と大阪城。あの辺は多分全部が市民主導の何かの関係しているのでは。大阪城はもちろん市民が作ったわけじゃないですけど。手入れは市民組織がボランティアでやっていると聞きました。僕は関係していないのでよく知りませんが、大阪城の手入れとか、そういう組織は大阪では昔から歴史的に組織されていて、東京だったら政府が税金でやることを、大阪は市民がやっているという話を聞いています。

【花田部会長】

太閤下水もまだ残っていますしね。

【石川委員】

通天閣もそうですよ。通天閣もあれは本当にお金を出したのも市民サイドでは。市民の寄付だけで建ったのでは。割と関西はそういうところ多いです。六甲山の緑化もそうです。一度薪炭林で禿山にしまって、外国人に「何だこれは」と言われて、阪急の何代目かの社長がラジオかテレビで訴えたら、ものすごい寄付が集まって緑化した。中之島は、公会堂とかあの辺も市民主導だと思います。

【花田部会長】

その辺りですよ。今回の自粛の時に大阪の人の減り方がとても大きくて、すごく意外って言ったら申し訳ないですけど、自由に行動するかと思ったら、納得するとスッと動くのだと思って、素晴らしいと。

【樋口委員】

スマートですよ。

【花田部会長】

スマートですね。ありがとうございます。

そうすると、目指す将来像というあたりに今出てきたような意見で、大阪らしさというのを加えていただくということで、次回の部会までに事務局でまとめていただく。あるいは試案的なものをお願いします。部会でまとめるのはなかなか難しいようです。

【事務局】

こちらでいろいろ勉強させていただきまして、まとめていきたいと思います。

【花田部会長】

今回、いろんないいキーワードというか、キラーコンテンツみたいなものを出していただいたので、いくつかたたき台になるような試案を出していただけたらと思います。よろしく願いいたします。

続いて、議題3の説明を事務局からお願いします。

【事務局】

引き続き、資料3の中身になりますが、食品関連事業者や消費者が求められる役割と行動の部分になります。この部分ですが、皆様にご議論を深めていただきたい項目と考えております。

5ページ目に食品関連事業者と消費者の役割と行動をそれぞれ書かせていただいております。現状と課題があって、役割と行動を記載していますが、役割と行動につきましては、国の基本方針から抜粋しております。

簡単にご説明しますと、製造事業者、卸売・小売事業者では賞味期限の延長や賞味期限の大括り化、納品期限の緩和、適正受発注の推進などが国の基本方針にはあげられております。

外食産業につきましては、今もたくさんご議論いただいた残った料理の持ち帰りについて、役割と行動ということであげられておまして、さらに、その持ち帰りができるということを消費者にしっかり伝えましようとおわせてあげられています。

消費者につきましては、消費期限・賞味期限の違いなどの理解を深め、適正に判断することというのがあげられております。国の基本方針にはもっとありますが、一部を抜粋しております。

資料をめくっていただきますと、参考情報ということでいくつか資料がありますが、こちらも国のホームページから抜粋しておりますが、事業系食品ロスの発生要因と対策の方向を国の方が整理しております。ここでも商慣習の見直しや適正受発注、食べ残しの持ち帰りというようなことがあげられております。

さらに参考情報といたしまして、商慣習の見直しについて、国で多くの調査研究がされておまして、その結果・報告がされています。納品期限の緩和と賞味期限の年月表示化と賞味期限の延長は三位一体で進めないと様々なところで弊害が起こるということを、国でまとめた情報がございます。この他需要に見合った販売を推進していきましようという資料です。

飲食店におきましては、大阪府でも実証事業を実施しましたが、食べ残しの持ち帰りが一つの大きな取組となっています。この部分は大阪府で実証実験をさせてもらったときに使った媒体などを参考情報として載せております。

消費者の部分では、消費期限・賞味期限の理解を深めるということで、この差については様々なところで啓発されていますが、まだまだ浸透していないのではないかとこのところ、参考情報としてあげております。以上です。

【花田部会長】

ありがとうございます。それぞれの役割と行動ということでまとめていただいています。この件につきましても、皆様からご意見をいただきたいと思います。近商ストアの南野委員、主に商慣習や適正の受注・発注、消費者とのやりとりについて、教えていただけますか。

【南野委員】

商慣習のことですが、8ページの参考情報に納品期限のことがあげられていますが、ここが大きなポイントかと。1/3ルールは法律で決まっているわけではない商習慣ですが、製造日から賞味期限までの期間を1/3ずつに分けてメーカーさんと小売と消費者の方が使いましようということで、納品期限を厳しく見ているスーパーが多いようです。これを少し緩和した方がいいということですが、賞味期限はその期限になっても食べられますが、消費者の方も厳しく見られていて、期限の古いものは避けて新しいもの、なるべく期限が残っている商品を買おうとされます。なかなか一概に納品期限だけを縮めていくというのは難しいと思っております。賞味期限自体を伸ばしていただくことも有効だと思います。

ただ、商品が売れば、この1/3ルールに問題はありますが、小売側は売れない商品の追加発注をしないので、製造してしまった商品は納品期限を過ぎてしまうと販売できないということです。その商品をどこかで上手く販売する、若しくは別のところへ何らかのルートで流すということができれば、食品ロスは改善されるかと思えます。

今、このルールの見直しを検討されていると思います。見直しやすい期限の長い商品から見直しをしようと実験されているようなので、結果が出てくると新しい商習慣として根付いてくると思います。また、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ますので、メーカーが残ってしまった食品の新たな持っていく場所を考えることができればいいかと思えます。

あと、日配品はほとんど前日に注文をあげています。天気によって大きく売れ筋も変わりますから、前日であれば店舗で正確な数字を予測できますので、前日に注文をあげるという形になっています。そうするとメーカーさんの方は商品を作るのに、見込み生産で作ることになると思います。

【石川委員】

小売かメーカーか、どっちにロスが出るかという話ですね。

【花田部会長】

そういうことですね。天気などで、予測して注文するとロスが減るとお聞きしていましたが、確かにメーカー側を考えると見込み生産になる、ということですね。

【南野委員】

そうですね。牛乳なんかは、大手さんはわかりませんが、中堅クラスのスーパーの注文でしたら、メーカーさんは発注を受けてから製造しても間に合うようです。原料の状態置いておいて、注文があつてから商品化していくような技術まで進んでいくと、メーカー、小売とも食ロスが少なくなると思います。

【樋口委員】

消費者のところで、いつも期限の新しいものを買う消費者が指摘されていますが、それは当たり前の心理だと思います。1Lの牛乳を買うとして、1人しか家族がいない場合は飲めないから、新しいものを買わないと腐ってしまうことも考えられる。以前に石川委員もおっしゃっていたと思いますが、価格を変え

ていけば、この消費期限・賞味期限に近づいたものを2割引、3割引していけば、消費者はそちらをかうと思います。

いつも、奥からとる消費者が悪いように言われていることに納得がいきません。同じ価格だったら新しいものを買うのは当たり前で、価値が1日2日で下がっていくものに関しては、5%引き、10%引きと細かく価格を変更すれば、消費者は賢いですから購入しますし、無駄も出ないのではないのでしょうか。

【南野委員】

賞味期限ではなく消費期限の商品については、2割引、3割引と値段を下げ売り切るようにしています。賞味期限の商品は販売期限が長いですから食品ロスが少ないです。消費者が期限の長い商品を求められることは問題ないと思います。販売者としては決められた定価の販売期限を過ぎれば、値段を下げ販売し、最終の販売期限を過ぎれば残念ながら廃棄します。それが食品ロスということになります。

それはそれでいいですが、この納品期限を動かす話になってくると、消費者まで含めて考え方を考えていかないとなかなか難しい問題です。賞味期限を過ぎたものを売っても違法じゃないですから、販売しているところもあると思います。

【樋口委員】

きめ細かく値段を変えてもらったら、消費者は絶対かうと思います。

【石川委員】

樋口委員がおっしゃっているのは牛乳とかの類でしょ。

【樋口委員】

でも、賞味期限のものもそうです。

【南野委員】

今の段階で、賞味期限の商品についてはスーパー側の食品ロスは大きくないと思います。ほとんどロスが出ていないと思います。

【樋口委員】

なるほど。では、消費期限のものが問題ですね。

【南野委員】

賞味期限の商品は棚替えにより商品を入れ替えた場合に、値下げをして販売します。それでも売れない商品は食ロスになります。消費期限の商品は、時間を決めて値引きしています。値引きをすると一定数は売れていきます。

【花田部会長】

最近コンビニでも、値段を変えていますね。

【南野委員】

今までしていなかったコンビニ業界が、食品ロスの問題を解消しようとする動きがあるからです。

【花田部会長】

研究室がある1階にコンビニがありまして、21時まで営業していましたが、20時前後に急いで行きま

したら、私の大好きなお弁当がまだ残っていて、レジに持って行きました。でも、21時か22時までの消費期限でレジが通らない。お店の人は売りたい、私も食べたい、でもレジが通らないということがありました。これをどうするかとお店の人に聞いたら、お弁当は廃棄するとのこと。誰も幸せになっていなかったということを今思い出しました。

では、食べ残し対策とか衛生管理、消費者のやりとりについて、加藤委員いかがでしょうか。

【加藤委員】

例えば、衛生管理で言いますと、私どもの会社では消費期限は当然ながらしっかり管理しますが、賞味期限については、開封済みの原材料などに関して、賞味期限とは別に社内ルールを設けて、賞味期限より短く設定することをしております。どこまで科学的根拠があるかと言われると、非常に曖昧なところもあると思いますが、原材料の表示を見ても、開封後はできるだけ早く食べてくださいと曖昧な情報しか書いていないので、そこの辺りをもう少しはっきり書いてもらう方がありがたいと思うことはあります。

【花田部会長】

ありがとうございます。先ほど、樋口委員から地に足のついた消費者としての役割のご意見をいただきましたが、例えばNACSさんは消費者教育にもかなり熱心にされていて、私もNACSさんの教材がとても良いので、いつも注目しています。先ほどから出ている消費期限・賞味期限もそうですが、消費者の理解を進めることについて、どのようなことをされていますか。

【樋口委員】

NACSでは、消費者向けのテキストや講座などをする際には、必ず消費期限・賞味期限を項目として入れています。特に賞味期限に関しては、過ぎても食べられるので、直ちに廃棄することはせずに、使い切りましょうと、声を大にして言っています。あと食品ロス削減の料理レシピですね。賞味期限を過ぎた缶詰なども、もちろん自分の舌で確認することが大事ですが、それを美味しくできるようなクッキングレシピの開発・工夫をして出したりしています。

【花田部会長】

ありがとうございます。私たちやっぱり五感を大切にしなければなりません。賞味期限を見るだけではなく、五感でチェックしたらわかることもあります。

それと、今までの議論でフードドライブが出てきていませんが、ギフトでいただくような調味料や乾麺、缶詰など、自分では使わない食品を賞味期限の1ヶ月前などのルールの中で提供すると、必要な子ども食堂や福祉施設などで使っていただけるような、フードドライブなどの取組については、この計画として、どうでしょうか。

【事務局】

パートナーシップ事業者の中に、例えばダイエーさんは、府内の全店舗でフードドライブをされています。サービスカウンターなどにフードドライブ用のボックスを置いてあると聞いていますが、そこに自分の家のもう食べない食品を持ってきていただくと、フードバンク活動をされている団体とダイエーが協定を結んでいるので、寄付ができるという取組です。

最近生協系の事業者の皆様は、フードドライブ活動をされていて、スーパー以外の場所も定期的にフードドライブの場所にされているところもあるので、大阪府ではその事業者の方たちの取組を周知させて

いただくことと、消費者の方にとっても食ロス削減の協力ができるという、わかりやすい取組になると思いますので、事業者と消費者が一緒に取り組める活動として、しっかり位置づけはできると考えています。

【花田部会長】

そうですね。近藤委員、会員企業の皆様などから何かお聞きのことがありましたらお願いします。

【近藤委員】

外食産業の方と一部の方のご意見ですが、取組の担い手となる外食産業の方に何かメリットがないと長続きしないだろうというご意見を聞きます。

それに関して、すでに取り組まれていることかもしれませんが、例えば、ミシュランガイドは、味やお店の雰囲気の評価が中心だと思いますが、それと同じように、サステイナブルな外食店一覧のようなものがあればいいのではと思います。例えば、衛生管理の徹底や食品ロスの配慮など客観的な新たな指標、評価軸を決め、この店は、指標の1番と6番と8番に力を入れているという表示をするのもいいのではと思います。

【花田部会長】

ありがとうございました。とても素敵なお提案です。サステイナブルなお店に、例えばシールとかを貼るような取組は、様々なところでされていると思いますが、石川委員、サプライチェーン全体や国の委員もされているので国の動きなど教えていただけますか。

【石川委員】

国から出たものとしては、この資料で抜粋されている通りで、見たことがある話が多くて、あまり新味はないですね。例えば発注精度の向上や天気予報を使った予測はテレビ的には絵になるから、たまに番組で紹介されていますが、以前から取り組んでいる話です。ロスを減らすという以上に利益が減る、発注ミスして損するのはお店なので、捨てたくて捨てているロスはないです。

ただ、これまでこういうことに馴染みがなかったような一定規模以下の企業だったら、まだ取り組める事業者が結構いるかもしれない。そういう取組は大企業から組織的に対策を立てて、取組を一生懸命やられていると思います。事業者の方は言われなくてもやっていると思うような対策が、資料に書かれていることが多いです。食品ロスの削減はそういうことが多いです。

南野委員のお話があったように、生産のリードタイムを短くすれば、メーカー側か小売り側のどちらかでリスクを取ってもロスが減るというのを、具体的にコープこうべで聞いたことがあります。コープこうべは大きな生協で工場を持っています。豆腐は大豆をすりつぶして豆乳を作り、にがりを入れて固めて作りますが、どこかの製造過程で24時間置くなど時間がかかりますので、2日以上前に発注もしくは見込み生産が必要で、ロスが発生しやすいです。コープこうべは、自分の工場に新しい機械を入れて、大豆を入れたら豆腐ができるようなプロセスを開発したらしいです。この方法だとリードタイムが時間単位で設定できるので、すごくロスが減ったそうです。これは生産のリードタイムが一緒だったら、小売か製造のどちらかでロスが発生し、結局誰にも予測はできないということです。リードタイムの話は、見えにくい地味な取組で、どちらかと言うとメーカーの話なので、経済産業省が補助金出して取り組んだらいいと思います。

そういう意味では、1/3ルールを見直すことや発注の精度向上は、どうしても食品ロスが出るので、こ

れを何とかすることを考えた方がいいのではという示唆があったわけです。思いつくのは、一つは、フードバンクに寄付する。もう一つはもっと歴史的に長くて、きっと量も多分多いだろうという “激安屋さん”。時々テレビでも紹介されています。各地域にいろいろなお店があると思いますが、そちらに売るとか。

【花田部会長】

流通が存在するのですか。

【石川委員】

あると思います。最近のテレビでは、東京の足立区に何店舗か激安スーパーがあったと思います。創業者の人が面白そうな人だったりしますね。商品が余っているような情報を集めて、現金で買い激安で販売するというシンプルな仕組みだと思います。

【花田部会長】

格安の自動販売機がありますね。あれは期限が迫っているもので、流通のシステムになっていますね。

【石川委員】

少なくともそういう流通はあることはあると思います。

【南野委員】

そういう流通はあると思います。賞味期限が6ヶ月だと、スーパーに納品するには、4ヶ月賞味期限が残っている必要がありますので、4ヶ月も賞味期限があれば充分売れるので、厳しい1/3ルールを適用していないところは、納品できます。そういうところは、たくさんあると思います。

【石川委員】

そうですね。昔ながらの “激安屋さん” という感じのところもあれば、ビジネスとNPOの中間ぐらいのところもありそうです。テレビ局に何度も取材されている会社に関西にもありますよ。1つは、ビジネスとして流れているなら、それはそれでいいと思います。

フードバンクの方は運営が大変厳しく、捨てるものを引き取っているので食品の提供側からお金をもらってもいいと思いますが、お金と商品を両方もらうと廃棄物処理になりかねないので、廃掃法違反になってしまう可能性があります。ごみとして処分しないので、そういう意味では、廃掃法違反ではありませんが。

ただ、フードバンク活動の運営主体にお金が入ってくる余地が全くないので、一定規模以上になれないです。団体を設立した人たちの想いの期間とメンバーシップでやられている範囲内では運営できますが、企業組織みたいになるのは難しい。法人格ではないので、小売や外食の事業者が取引先にするには、面倒に感じてしまう。そこを何とかならないかと私は前々から思っています。行政が支援できないかと思っています。企業サイドから見ると、小さな団体を相手にできないので、フードバンクと企業をつないでくれるような中間の何かと、フードバンク活動の運営がある程度まわるぐらいのお金がどこからか入ってくる、とその両方だと思います。

一方で、“激安屋さん” も買っている状況だと、食品の提供側から言えば、こちらは売れるのに、フードバンクにはお金を支払うことになると話にならなくなります。この辺りの状況を知りたいのですが、大抵売れるという感じでしょうか。

【南野委員】

どうでしょうか。ビジネスにしているところはある程度の賞味期間があつて、売れそうな商品しか買っていないと思います。

【石川委員】

商品を選んでいるのでしょうか。

【花田部会長】

問題点も見えてきた気がしますが、ますます議論は深まるというところがございます。では、次の議題3の最後、目標の考え方ということについて、事務局から説明をお願いします。

【事務局】

大阪府流通対策室近藤と申します。ここからは私からご説明させていただきます。

私から本日ご議論いただきます内容の三つ目としまして、目標の考え方についてご説明させていただきます。まず、国の数値目標につきましては、家庭系食品ロスについては、第四次循環型社会形成推進基本計画、事業系食品ロスについては、食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針において、ともに2000年度比で2030年度までに食品ロス量を半減させるという目標が設定されており、基本的な方針においても、これらの削減目標の達成を目指し、総合的に取組みを推進するとされております。

大阪府においては、現状の食品ロス量を把握するとともに、過去および将来推計を行うため、大阪府食品ロス発生動向等解析調査業務により調査することとしております。本業務では大阪府食品ロス削減推進計画を策定するための基礎資料として、大阪府域における食品ロス発生量を事業系、家庭系ごとに推計するとともに、推計の過程から考えられる食品ロス削減の特性および課題について取りまとめることとしております。推計年度につきましては、2000年、2020年、2025年、2030年の4ヶ年と考えております。国の目標に合わせまして、2000年、2030年を推計するとともに、2025年につきましては、国の基本方針は5年を目途に見直すことを検討と記載されているため、推計する予定としております。

食品ロス量の把握の考え方としましては、国の基本方針では、食品ロス削減推進計画は一般廃棄物の組成調査を行い、現状を把握した上で、策定されることが望まれると記載されているため、事業系及び家庭系それぞれについて、次のように考えております。

①番、事業系食品ロス量について、現状の推計方法につきましては、大阪市の事業系一般廃棄物排出実態調査および国の食品産業リサイクルの状況等調査結果から、業種別の事業者ごとに原単位を算出し、府内市町村の業種別事業所数を用いて、事業系廃棄物量、食品廃棄物量及び食品ロス量を推計する予定で、最終的には食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業の4業種別に推計する予定です。過去及び将来推計につきましては、まだ案の段階ではありますが、推計時に用いる要因例としまして、製造品出荷額の推移、人口増減、インバウンドの増加などを考えております。

②番、家庭系食品ロス量の現状の推計方法につきましては、府内市町村の組成調査の基に、各市町村食品ロス量を合算する予定です。未調査の市町村につきましては、市町村規模が近いデータを用いて推計する予定です。また、過去・将来推計に用いる要因例としましては、人口増減、生活系一般廃棄物の発生動向などを考えております。

本部会ではこれら考え方に対するご助言や、過去・将来推計の要因として、それぞれ考えられるものについてご提案いただけたらと思っております。

最後に今後のスケジュールについて、第1回目は推計方法について、第2回目では、現状数値とともに、過去・将来数値の速報値そして計画の目標数値の素案をお示ししようと思っております。第3回目で、過去・将来数値の確報値と計画の目標数値の案までお示しさせていただこうと思っております。以上です。

【花田部会長】

ありがとうございました。数値目標につきまして、リサイクル法や国の食品ロス量などにもかかわりの深い石川委員に、まずご意見をお伺いしようと思います。

【石川委員】

食品ロスは、頼りになるデータがあまりないというのが最大の課題で、事業系はこれまで蓄積がない、家庭系もごみ袋の展開調査で集めたものと、ダイアリー調査で集めたものでは量や定義が違うので、なかなか難しいです。様々な問題を含んでいて難しいと思いますが、それぞれ一定の方法を決めてやるというのはいいと思います。事業系は、原単位をなんらかの手段で観測しておいて推計しようとする手法ですが、これは将来推計として原単位が変わらないとしたら、こうなるというモデルを作る。モデルをどこまで掘り下げて作るかの問題なので、やればできます。

事業系の食品ロスの削減政策は、その原単位を下げる話です。どこの原単位をどのぐらい下げたら、このぐらいになりますというモデルができる。それが大事だと思います。このときの原単位がどこまで精密にできるかが一番ポイントだと思います。例えば外食産業も一括りにしているけど中身は全く違います。

食品ロスではありませんが、国の方では食品廃棄物等に関しては、100t 以上の大規模なレベルは、報告義務があるので細かいデータをたくさん出しているから、原単位がつかめます。それに基づいて発生抑制目標を作っています。外食も結構細かくブレイクダウンをしたと思います。麺類中心のところと、ファミレスは一緒にはできないので確か別に分けたと思います。食品ロスに関してのデータはないです。

実際、僕は食品廃棄物等の発生抑制の制度を作った頃からずっと関わっていたので、環境省と農林水産省の担当者の苦勞がよくわかります。外食産業は多様なので、最初はできなかったわけですが、次の見直しの際に細かく分けたらここができましたと追加していました。

食品ロスは今からやる話なので、ベースになるデータがないです。リサイクル法は国の報告義務のデータがあったので、最初の5年間データをためて分析をして、着々とやってきました。これと比較すると食品ロスは圧倒的に実測データが足りないです。

そういう意味では事業系の原単位測定について真剣に全国の自治体でデータ共有などが必要だと思います。単独でやろうと思ったら、大変なことになります。全国の自治体は皆同じ問題に直面していますから。事業系の原単位、大阪市がすごく詳細に実施していたので、一度共有したらいいのではと思います。目標に関して、一番困難そうだと思うところで、現状認識すら大変です。目標は、国が半減と掲げていますから、多分これより緩い目標は許されないと思います。国よりもっと現場に近いので、全体を半分下げるために、コンビニさんにはこのぐらい、チェーンストアさんにはこのぐらい、外食産業にはこのぐらいとなったときに、なんでという話になると思います。

【花田部会長】

そのあたりどうですか、目標の考え方や施策目標について、何か事務局から説明をお願いします。

【事務局】

数字の部分からですが、石川委員がおっしゃったように、大阪市が非常に精度の高い事業系ごみの調査をしていますので、そこは間違いなく共有をさせていただかないと府としては、基準にできる数字が何もない状況になっております。大阪市の調査でしっかりと把握できる分は、使わせていただくように手続きを進めておりました、どうしてもわからない部分、主に製造については国への報告義務からの結果を活用することになるので、おっしゃるように原単位の精度を高くすることが、まず大事なところかと思いません。

【石川委員】

その推計方法は、国と同じようなことでやるしかありません。事業系は、農林水産省がやっていますが、多分自力でしているとは思えないので、どこかシンクタンクやコンサルに委託しているでしょう。ずっと食品ロスの推計を出しているの、一定の方式はあると思います。単純に言うと、例えば豆腐とかは全部食べられるとか。ここから出るものは、ほとんど食べられないとか。多分0か1がすごく多いはず。そうでないものが、もしあったとすると何かの調査に基づいて何割とか、産業セクターごとに細かく分けるなど、ここから出た食品廃棄物等は全部食ロスとか、これは違うとか、製造業はそのようにやっているはず。これは農林水産省にあたれば、方法は教えてくれますよ。

【花田部会長】

会議時間が過ぎているため、次の評価指標の考え方について、事務局から説明をお願いします。

【事務局】

取組の指標については、国の方で数値目標と共に食品ロス削減に取り組む消費者の割合を80%にするということがあげられています。

食品ロス削減は取り組みをするということが一つの大きな目標になっているので、取り組んでいることをどう計るかですが、国の80%の数字は消費者庁の調査から、クロス集計により算出しています。同じようなインターネット調査が大阪府にもありますが、国のように割合を出すための調査ではなく、また、国と同じような調査項目を府のモニター調査でやるのも好ましくないという意見があり、大阪府のインターネット調査を使うのは難しい状況です。そこで取り組みをしている府民を数字で把握するような、指標みたいなものについてご議論でいただけないかと考えているところです。資料の最後に消費者庁の調査や、大阪府のモニター調査の状況などを記載しております。

【花田部会長】

先ほどの説明について、消費者の行動ということで樋口委員、いかがでしょうか。

【樋口委員】

昨年、私どもがやった調査では、回答数が限られていますし、なかなかそれを活用して、大きな指標になるかというのは難しいと思います。今回、調査しているものも、参考資料としてはお出しできる部分もあるかと思えます。

【花田部会長】

ありがとうございます。そもそも国の指標・目標を見たときに、半減というのも何をベースにするかと思いましたが、取り組む人々を80%というのもあまりしっかりした目標じゃないというのが、正直な印

象でしたが、今の石川委員のお話をお聞きしたら、仕方ないということもわかりました。

役割や目標の考え方などいろいろなご意見を今日いただいたので、特に中小企業にも目配りのきくような計画が、大阪らしい計画になるのかと思いながらお聞きしておりました。最後にご意見いただけたら、これを全て事務局にお預けして、2回目に向かいたいと思います。

【石川委員】

取り組んでいる消費者が80%について、今伺った話だと大阪府としてやるわけで、国がやっている調査と同じことをやるわけにはいかないというのはごもっともですが、大阪府としても調査しないと、大阪府の結果は出ないので、国がやっている調査とは違うような、もっと簡潔に取り組んでいるか、いないかがわかるような調査でいいと思います。

民間のパネルを持っている調査会社に委託すれば、1,000人でもいいと思いますが、どんな人口規模でも2,000人ぐらい取れば、単純に取り組んでいる人が何割かは、細かくわかりますよ。インターネットアンケートでなければ、そんなに高くないですよ。統計的にもそれなりの精度で出ます。心配なのは、質問によっては、15%とか。もっと低い結果になるかもしれないので、どうやってこれを8割に上げるのかという数字になる可能性があります。

【花田部会長】

8割は高いですね。

【石川委員】

そこを配慮しないと得たい結果が得られなかったときに再度調査はできないと思うので、段階別に質問項目を聞いておいて、その数字を見て、大阪府としての取り組んでいる基準を作った方が、実用的ではないかと思います。

【花田部会長】

ありがとうございます。答えやすい質問というところから、考えていくことになるかと思います。他に何かご意見などいかがでしょうか。

今日のご説明・ご意見をいただき、まとめながら進行して行こうと思っていたのですが、多岐にわたり、いろいろなご意見を活発にいただきましたので、これは下手にまとめるよりも、事務局の方をお願いした方がよろしいのではないかと思います。次回に事務局から出していただくことを期待するという事でよろしいでしょうか。

【事務局】

はい。

【花田部会長】

最初から盛りだくさんでしたので、会議の時間超過をどうぞ皆様お許しください。今日は第1回で、いろんなご意見をお聞きできたので、とても有意義だったと思います。ぜひ良い計画、大阪らしい計画にしていきたいと思いますので、そのためにも第2回に出てくるものにとっても期待しております。事務局の方々、何卒よろしくお願ひいたします。進行をお返しいたします。

【事務局】

どうもありがとうございました。花田部会長、難しい進行誠にありがとうございました。食品ロス削減はどうしても多岐に渡りいつもたくさんご議論いただけるようなところですが、本日もそのようにしていただきありがとうございました。

2回目の議論にしっかり繋げて行けるように事務局として頑張りたいと思います。本日は長時間のご審議、どうもありがとうございました。