

令和元年度第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2年2月10日（月）午後2時～4時
- 2 開催場所 大阪府旧議会議事会館会議室
- 3 出席者
神戸大学名誉教授 石川 雅紀
日本チェーンストア協会関西支部事務局 次長 古株 徹
株式会社グルメ杵屋 総務部門長 加藤 誠久
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
大阪府流通対策室 課長 山本 誠一
- 4 議事
 - (1) パートナーシップ事業者について
 - (2) 令和元年度食品ロス削減キャンペーンについて
 - (3) 令和元年度食品ロス削減セミナーについて
 - (4) 飲食店の食品ロス削減に向けた食べきりモデル実証実験について
 - (5) 食品製造事業者の食品ロス削減の取組
 - (6) 令和2年度食品ロス削減の取組
 - (7) 国の基本方針及び都道府県食品ロス削減推進計画について
- 5 内容
 - (1) パートナーシップ事業者について
《資料1-1により事務局から説明》
○主な意見
 - ・想定してない事業者、業界からこれだけニーズがある。そのこと自体がとても面白い。これだけでニュースになるかどうかわからないが、発信ネタになる。
 - (2) 令和元年度食品ロス削減キャンペーンについて
《資料1-2により事務局から説明》
 - (3) 令和元年度食品ロス削減セミナーについて
《資料1-3により事務局から説明》

(4) 飲食店の食品ロス削減に向けた食べきりモデル実証実験について

《資料 1-4 により事務局から説明》

○主な意見

- ・消費者からすると持ち帰りを書いた袋を持って帰るのは嫌かもしれないため、普通の袋の方が嬉しいという意見もあり、今後意見も踏まえて検討していく。
- ・鳥貴族では、吹田店と豊中店で容器の設置方法に違いがあり、持ち帰りに2割の方に関心があるとすれば（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・相談員協会が実施したアンケートでは、約2割の方が持ち帰りに関心があるという結果が出た。）、一定比較できるぐらいの差は出るかもしれない。
- ・POP のメッセージをテーブルによって変えているが、店の隅などのよく使われる席の POP がよく見られていることになると推測できる。
- ・客の来る時間帯、座る場所によっても、どの POP を見たかに差が出る可能性がある。

(5) 食品製造事業者の食品ロス削減の取組

《資料 1-5 により事務局から説明》

○主な意見

(ココナッツ商品を扱う事業者のブームの際の大量仕入れ、大量廃棄について)

- ・ブームとは異なるが、オイルショックの時に消費者が一斉にトイレットペーパーを購入したことによって、店頭からトイレットペーパーが消えたということもあった。国民性かもしれないが、急にみんなで一斉に同じ行動をしてしまうため、店側も商品がなくなるとまずいから仕入れなければいけない。
- ・ブームがどのぐらいの期間続くかは誰にもわからないため、経営判断になってしまう。
- ・健康ブームなどを鵜呑みにして走り、買い占める消費者に対する教育、啓発も必要。
- ・何かに特化して食べればいいのではなく、まんべんなくいろいろなものを食べるのが良い。
- ・マスメディアの情報に流されすぎてはいけない。

(今後の製造事業者への取組について)

- ・取組が進んでいない中小の事業者への情報提供や事業者間でマッチングできるようなしくみが必要。
- ・今後どうマッチングしていけるかが課題。

(6) 令和2年度食品ロス削減の取組

《資料 2 により事務局から説明》

○主な意見

- ・ 企業の中では、フードバンクをもっと活用できるようになればありがたいという意見もある。
- ・ フードバンクと企業の間で、今日どこの店舗で何が何人前余った、明日までなら食べられますという形で連絡して、フードバンクで近くの子ども食堂に取りに来てもらうようなシステムだったらできるかもしれないが、検討が必要。
- ・ 現在フードバンクで扱っている食品は、長期間保存できるものがメイン。配送に課題を抱えている。
- ・ 大きな企業から見ると、法人格を持ってない団体などにリスクのあるものを渡すというのはかなり難しい。
- ・ フードバンクが今のフードバンクから、会社組織のような有給の職員が働いている事務局があるもの、法人格を持っているものになって、子ども食堂との関係をつくり、リスクを取って、何かあったときに説明できるようになると良い。
- ・ 一旦直売所に出荷されて、売れ残ったものを社会福祉協議会が間に入って、子ども食堂に届けるという事例もある。
- ・ ポータルサイトは子ども向けの教育ソフトも参考にできる。
- ・ 食品ロス削減キャンペーンの案として、屋外での食べきりバーベキューなど食が提供されるものが良い。
- ・ 季節商品の予約販売について、消費者側が不便だと考えるのではなく、考えている時間が楽しいと考えることができれば、店側もどちらもウィンウィンの関係になる。

(7) 国の基本方針及び都道府県食品ロス削減推進計画について

《資料3により事務局から説明》

○まとめ（座長：石川名誉教授）

- ・ 食品ロス削減は法令等で規制できる問題ではないので、難しい問題。
- ・ 国の基本方針素案に記載されている取組には、大阪府で具体的な事業として取り組まれているものも多い。