

第5回京都府食品ロス府民会議議事要旨

(1) 第4回府民会議での主な議論(要旨)

(事務局)

資料p 1～4に基づき説明

(2) 平成28年度京都府食品ロス削減府民会議を踏まえての課題と今後の方向性について

(事務局)

資料p 7～8に基づき説明

(3) 平成29年度京都府食品ロス削減関連予算等について

(事務局)

資料p 9～13に基づき説明

(委員)

食品ロス削減の取組を広く府民へ周知する必要がある。その1つの手法として、フードドライブの展開がある。これまで4回実施したが、なかなか食品が集まらない。府が関わってフードドライブを展開し、認知度アップをお願いしたい。

(事務局)

フードドライブ活動については、健康福祉部、商工労働観光部、農林水産部が連携しながら支援する。まずは食材が集まる環境作りから取り組みたい。

(座長)

草の根的な活動は、市町村や各団体が主体となるだろう。多角的に取組む場合は、府に相談しながら進めてほしい。

(委員)

社会福祉法人が役割を果たしていけるような取組ができればと考えている。

(座長)

社会福祉法人の活動は重要。

(委員)

高齢者施設では、施設内の菜園で栽培した野菜を食事で提供しているところもある。府や関係団体が協力して、このような取組が広まるよう、施設等に働きかけてはどうか。

(座長)

福祉系団体と連携・協力しながら考えていく必要がある。

(委員)

家庭内で発生する食品ロスも大きな割合を占めるが、外食（宴会や催し等）での食べ残しが多いと聞いている。松本市や京都市が実施している30・10運動のような運動に取り組むというような議論が、これまでの会議であったのか。

(事務局)

京都市が進めている「食べ残しゼロ推進店舗」認定制度を府内全域に広げてはどうかという議論があり、夏から認定を開始する。

(委員)

外食店の指導だけでなく、幹事が必ず食べて帰るよう声掛けするような消費者側の運動も必要では。

(事務局)

食べ残しゼロ推進店舗には、店内にチラシを貼ってお客様に啓発してもらおう。そのほか、消費者の理解促進のため、研修会の開催を予定している。30・10運動は府でも取り組む。松本市のような府民運動にしていきたい。

(座長)

どのように懇親会等の幹事へ伝えるか、アプローチ方法も含めて検討してほしい。

(委員)

食品ロスとは何を意味するのか、欧米と日本では定義が違う。

(座長)

日本では、食べられる部分（可食部）が廃棄された場合を食品ロスという。欧米では、いくつか定義があるが、日本とは異なる。

(委員)

農産物の規格外品は、すき込み等で堆肥化できるとしても、食べられるものを廃棄しているのが食品ロスに含まれるのでは。

(座長)

農水省は農産物規格外品を食品ロスにカウントしておらず、具体的な数値がない。

(委員)

産業系の食品廃棄物の研究はあまり進んでいないのか。これをカウントできないと、フ

ードバンク活動が有効かどうか検証できない。カウントできる仕組みがあれば教えてほしい。

(委員)

産業廃棄物を大量に廃棄している事業所に対して、食品残渣の年間排出量や再生利用量を環境部で把握し、再生化率も算出している。

京都府産業廃棄物3R支援センターでは、専門のアドバイザーが発生抑制について助言、人材育成活動等について支援を行っている。

(座長)

取組の効果を数字で評価できるよう、関連事業者とも相談して検討が必要。

京都市の家庭から出る生ごみの本格的な調査も、相当手間がかかったと聞いている。

(4) 農産物規格外品の有効活用について

(事務局)

資料p 14～16に基づき説明

(座長)

ただいまの説明について、御意見はあるか。

(委員)

消費者は曲がりもの等の規格外品を拒否しているわけでない。台風の影響で傷がついてしまったリンゴを「傷ありリンゴ」として販売されることがある。また、ネット通販では、傷あり等の農産物が産地直送で安く販売されている。傷がついた理由を説明した上で販売すれば、消費者は拒まない。生協総代会でも規格外品を扱ってほしいという声はある。

農産物規格外品の有効活用は、生産者側、販売者側が取り組んでないだけなのではと思う。どのような方法・価格で提供するのが良いか検討してはどうか。

京野菜はスーパーで買うと高いが、近所の農家から曲がり物を無料でもらった等の話を聞く。地元で規格外品等をそれなりの値段で供給してもらえれば。

(座長)

生産者側としての意見はいかがか。

(委員)

消費者の側の意識が多少変わってきたように思う。消費者から規格外品を販売してほしいとの要望があれば、有り難い言葉と受け止めたい。

気象状況等の影響で、1割程度は規格外品が発生している。トマトやなす等の果菜類はロスが出やすいが、京都府は小規模農家が多いので、生産量が大量でなく、ロスの量も多くはない。

規格外品は、生産者が直売所に持参し販売している。契約販売の場合は、契約の段階で規格外品も含めて買い取ることで契約している。

生産者の立場としては、所得確保のため、生産したものを全てお金にしたいと思っている。

規格外品を直売所に集結させるとのことだが、生産者を一軒ずつ回って集めるのが大変。また、規格品と規格外品は単価が異なるため、出荷、運賃等コストの採算が合わない。ここに府が支援をしてもらえれば。

(座長)

単価が落ちるとコスト面で不利になる。それをどうするかが課題。

(委員)

小売店では、農産物規格外品を「訳あり商品」として販売している。また、大規模店では、「地産地消コーナー」を設置し、生産者にスペースを貸している。そのスペースに野菜を持ってきてもらって販売している。そこでは曲がったものも販売している。

地産地消を進めようと、規格外品を購入する消費者はたくさんいる。

(座長)

仕入れコストについては調査が必要。実際に小売で販売する場合、「地元産」という付加価値を付ける等の工夫がされている。そのほかに、もう少し工夫すべき点はないか。

(委員)

規格外品を規格品と一緒に流通させる仕組みがあれば、輸送コストは上がらないと思う。

(座長)

支援の具体的な内容は、府が関係団体と相談しながら考えるように。飲食の方ではいかがか。

(委員)

数年前から八幡市の生産者に来てもらい、ホテルのロビーで朝市を開催している。大きくなりすぎたもの等の規格外品も含めて販売されているが、毎回飛ぶように売れている。

また、規格外の野菜や果物を使ってジャムを作り、朝食で提供したり土産品として販売したりしている。20種類くらいあり、利用客からも好評であるが、加工コストが非常に高く、市販品の3～4倍の価格である。

(座長)

訳あり農産物のファンを増やすことが重要かもしれない。加工コストがかかるのが課題。製造・加工側の意見はいかがか。

(委員)

惣菜製造業では、規格外品を利用していると聞いている。規格外品を利用している旨を説明して販売すると、消費者は納得して買い求めてくれると思われる。

(座長)

規格外品の利用はある程度は進んでいるようだが、加工品の現状の打破について意見を。

(農政局)

6次産業での取組が進んでいる。生産者独自の発想で、生産から加工、販売までを行うことで、連携できる相手をつくり、全体で収益が上がるようになってきた。この取組を事業として進めている。

(座長)

事業としての活用を進めてもらいたい。

(委員)

フードバンク活動として、農産物規格外品で利用できるものはないかと生産者に聞いたことがあるが、「カット野菜にしているため、ない」という回答だった。

(座長)

規格外品が無駄にされていないということ。これはどの程度進んでいるのか。

(委員)

生産者も消費者としての一面があるので、規格外品を生産者自らが消費することもある。加工場がある場合、ネギ等はカットして販売している。

(座長)

それほど問題になっている規格外品はないということか。

(委員)

果菜類は夏場日持ちがしないため、ロスがでる。

(委員)

現在フードバンクに規格外品を供給していただいているのは一団体のみである。

(事務局)

p 16にあるように、規格外品を直売所に集結させ、フードバンクに配送するというフードドライブ的な仕組みができればと考えている。

(座長)

直売所に集めることで、フードバンク等に果菜類を活用できるか。

(委員)

生産者に取組の趣旨は理解してもらえと思うが、生産した野菜はできれば売りたいと考えるだろう。

(座長)

フードバンクへの提供は、生産者としては最終手段ということか。

(委員)

直売所での売り残りは生産者が持って帰ることになっていると聞いているが、それをフードバンクに分けてもらうことは可能か。

(委員)

劣化状態や生産者、品目による。

(座長)

有効活用の一つの可能性として挙がってくるのではないか。

(委員)

府から府内直売所へ呼びかけてもらえるか。

(事務局)

J Aが運営する直売所に呼び掛けることは可能。

輸送コストの課題については、規格品と規格外品を一緒に輸送してもらう等、可能性を調査していきたい。

(座長)

具体的な動きにつながればと思う。加工品への活用についてはどうか。

(事務局)

府内の生産者は小規模なので、規格外品の加工も小規模となり、コストが高くなる。

人と人とのつながりで価値を見だし、消費者が作り手の思いを受け止めれば、2倍、3倍の価格でも購入する。そのような地域づくりの面からの働きかけもできれば。

(座長)

直売所の売れ残りや販売できない規格外品を集められるかどうか府で調査し、事業化へ向けて検討願う。

地元産野菜のファンをつくることについては、色々な場所で、市町村、団体と連携して

アピールを。

(5) 需要予測精度向上について

(事務局)

資料p 17～19に基づき説明

(座長)

需要予測精度の向上は、色々な業界に関係する。課題、取組等の情報共有をしたい。

(委員)

4月に八幡市で開催されたお茶の京都のイベントで、和菓子が大量に廃棄されたと聞いた。会場となった八幡市は桜で有名だが、今年の4月1日は桜が咲いていなかったため、見込みよりも来場者が少なかった。桜の開花予想は1週間前には分かるのに、なぜ菓子の発注量を修正できなかったのか。

小売店ではすでに需要予測を活用している。節分やバレンタイン等のイベントのときは需要予測が難しいので、食品ロスが大量に出るのでは。小売も行政も、利益をどうするかということも含め、意見を聞かせてほしい。

(座長)

府のイベントについて、コメントを。

(事務局)

今年度は「お茶の京都」のターゲットイヤーであり、そのオープニングイベントとして4月1日に八幡市で「さくら茶会」を開催した。和菓子を廃棄したのが主催者だったのか出店した個々の店舗だったのかは把握できていないが、今後はコーザル・データを活用し、食品ロスが極力出ないようにしていきたい。

(座長)

イベントの日程は変えられないので、需要予測が重要になってくる。

出店する店舗側とのコミュニケーション等、行政側から取り組んでいることについて、経験があれば聞かせていただきたい。

(事務局)

本日出席している部局はイベントを開催するような部局でないので、民間の経験が聞ければ。

(座長)

イベントでの需要予測は、今後の課題として重要である。民間ではどうか。

(委員)

小売業界では、コーザル・データを積極的に活用している。競合店を見に行き行って自店の商品を値下げする等、売れるように工夫している。

ただし、バレンタインや節分等のイベントの日は売上が読めない。昨年の売上の数字、地域の年齢層まで含めて検討している。

また、メーカーの新製品の売れ行きは分からない。売れると思っても、メーカーの販促次第である。メーカーが持っているコーザル・データを小売にシェアしてもらえれば。

(座長)

大手の小売店は需要予測がある程度できているが、小さな小売店はできていないと思われる。

メーカーとの情報のシェアについてはどうか。

(委員)

東京で野外イベントを開催したとき、雨で来場者が少なく、パンが大量に残った。福祉施設に配ればどうかという案もあったが、逆に迷惑ではないか、何か問題が発生した場合にどこが責任を持つかという懸念もあり、最終的には通行人に配布したことがある。

(座長)

メーカーが持っている販促データを小売とシェアすることは可能か。

(委員)

可能だと思う。

(座長)

具体的なことは京都府と相談しながら検討願いたい。

(委員)

消費者への啓発も必要ではないか。10時閉店の場合、9時に商品を売り切ってしまうと、9時以降に来店した客からは「商品がない」と言われるので、そのような客のために惣菜を作ることがある。

行政から、「食品ロス削減店舗」等と紹介してもらえれば、閉店間際に商品が残っていても消費者の理解が得られるのでは。

(座長)

「売り切り御免」を消費者に理解してもらうことが必要。

これに対する御意見は。

(委員)

事業者の需要予測精度が向上しているためか、フードバンクに提供していただける量が

減っている。

バレンタインデーにチョコレート買うのをやめて、そのお金をアフリカに寄付するという取組を実施する病院もある。イベントでの販売はいかがなものかという意見もある。

30、40年後の食品ロスがない社会をイメージすると、消費者が必要とする分だけを生産、販売するイメージになる。サプライチェーンも含め考えてほしい。

(座長)

食品ロスの削減について、何を・いつを着地点にするかで議論が広がる。

(委員)

何年かかるか分からないが、消費者の意識改革が必要。現在は、いつでもどこでも食品が買える時代で、消費者が贅沢になっている。消費者の意識をどう変えていくかが課題では。

(委員)

メーカーは、食品ロスの分を含めて買いとってもらっていたのが、需要予測精度向上で売り上げが下がる等、経営としても困るのでは。

(委員)

難しい問題だが、消費者が食品の売り切れを認めるようになればいいと思う。

(座長)

イギリスは食品ロスを減らしたが、食品支出はあまり変わっていない。消費者は高いものを消費するようになったのではないかと推測されている。必ずしも生産者の所得が下がるとは限らない。

(委員)

消費者向けの啓発は時間がかかるもの。府民の目に留まるものに積極的に記事等を掲載してもらおうように。

また、先ほどの意見のように、閉店間際の売り切れは店の責任ではないということを行政から発信してほしい。個人商店で売り切れになっても消費者は文句を言わない。大手のチェーンストアやコンビニでは文句がでるので、消費者教育が必要。

消費者庁や府がこの2～3年間に「エシカル消費」を啓発しているが、もっと進めてほしい。松本市が展開する30・10運動もまだ始まって5年目くらいで、消費者に浸透させるには時間と費用が必要。

全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会が平成28年度に設立され、全国で200以上の自治体が参加している。こういったところで情報発信の手法等を学んでもらい、府民に発信してもらいたい

来年度の全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会の総会が京都市で開催されると聞いている。府も啓発事業をしっかりとするように。

(座長)

府の啓発事業の議論があったが、府のキャンペーンに市町村も一緒に取り組んでもらい、コスト削減を考えながら進めてほしい。啓発はボリュームが大事。発信回数を増やすように。

本日の議論の中で具体的なイメージつかめていない点については、府が関係者に意見を聞きながら進めてもらいたい。

消費者に売り切りを理解してもらおう等、消費者意識を変えていくことの議論も進めたい。

(事務局)

京都府では、食をとりまく各分野の専門家を「きょうと食いく先生」として認定し、小・中学校等へ社会人講師として出前授業を行う取組を進めている。子ども達が「きょうと食いく先生」から食べ物を作る人の思いを聞く等、食品ロス削減につながる話を聞ける機会があれば、地道な取組の拡大、継続が重要と考える。

今回は秋頃の開催を予定している。引き続き御意見をいただくようお願いする。