

## 第2回京都府食品ロス削減府民会議議事要旨

### (1) 第1回京都府食品ロス削減府民会議での主な議論(要旨)

#### (事務局)

資料p 1～3に基づき、説明

### (2) 京都府の食品ロスの発生状況について

#### (事務局)

資料p 4に基づき、説明

#### (委員)

全国の数値ではイメージしにくかったが、今回、京都府内の食品ロスの量を調べていただき、どのくらいの量があるのか分かった。この数値をベースにし、事業者・府民等と食品ロス対策がスタートできると思う。

#### (座長)

京都市算出では、家庭系約3万トンに対し、府の数字は約6万トンで倍。  
製造を除く事業系の量が、京都市3.5万トン(食品製造業7万トン除く)に対して府の事業系の量が4.7万トンだと、少し少ないかもしれないので、全体の推計値としては、大きい方の値もあり得る数字だと思う。

### (3) 「商品汚損・破損の削減」などについて

#### (事務局)

資料P 6～7に基づき、説明

- ・北海道：食品メーカー6社で同類品共同配送開始  
→輸送による商品汚損破損の割合は低く、コスト削減が主な目的
- ・鮮度保持フィルム：農林水産大臣賞受賞

#### (委員)

当社では、詰め合わせ輸送がメイン。異なる重量のものも一緒に積み合わせ

ている。重いものを下に置くなどの適正配置やクール便等の保冷輸送等により品質劣化を防いでいる。輸送によるロスは少ないと感じる。

(委員)

生協の宅配では、保冷BOXやコンテナの通い箱に商品をセットして配達しているため、商品と商品があたり、傷みや破袋などで返品になることがある。仕切りシート等を入れて破損を防ぐ工夫などはしている。

(委員)

貨物事故は案件ごとに発生場所・内容・スタッフに対して原因究明を行い、是正に努めている。事故の多い相手に対しては相互で検討を行い、事故を減らしている。

(委員)

昔は自社配送をしていたが、今はアウトソーシング。流通側で破損等の対策を考慮いただいている。

(事務局)

鮮度保持フィルムは、鮮魚・食肉などでも使用。いろいろなところで開発が進んでいる。ベンチャー企業などで薬剤を塗布したフィルムで鮮度保持ができた事例も。伸びしろのある分野である。

(委員)

生鮮は市場・生産現場での管理の悪さが原因の返品もある。ロスという意味では市場の温度管理なども考える必要があるのでは。

(座長)

生鮮品については市場での温度管理が難しく、進んでいない分野である。

(委員)

p 6で上がっている小容量・ばら売りも今回の議論の対象か。

(事務局)

今回の議題内容である。

(委員)

小容量販売・鮮度保持は、容器の使用が増える方向になるので、包装を減らしつつ、ロスも減らすようバランス良く進める必要があると思う。基本的な考えに矛盾がないようにすること。

(事務局)

次回以降資料を用意する。

(委員)

京都府は北部に漁業などあり、魚の流通等、特徴があると思うが、地域性は考慮されているか。

(座長)

魚市場の取り組みなど、魚の流通も少し調べてください。

(委員)

漁港でとれた魚を消費者へ届ける取り組みをしている。採れた魚が1尾丸ごと入っているため、使い切れない消費者がいる。魚を一尾丸ごと使い切る方法等を教え合い、伝えあう取り組みが必要になっている。

(委員)

業務用の場合、魚の骨・あらなどは、飼肥料にして、リサイクルされている。

(座長)

魚腸骨の肥飼料化の課題についても確認を。

(委員)

店舗ではバラ売りを行っている。バラ売りは手間を省く面からは有効であるが、他方、包装しなければ風にあたるなどするため、品質劣化が早いという問題もある。宅配では配送の関係で、梱包しないと傷むため、バラ売りは難しい。

(座長)

商品によってバラ売りに向いているもの。向いていないものがある。このあたりの方針が出せればよいのでは。

#### (4)「賞味期限延長と消費者広報など」について

(事務局)

資料 p 8～14に基づき、説明

(委員)

賞味期限の年月表示について、パンは消費期限の商品なので、月日表示が望ましい。商品的には人の手が触れないよう製造しているので、長い期間食べられる。(基本かびが生えるまで食べられる。)しかし、長い期間カビが生えないと消費者からは何か添加物が入っていると疑われる。

(座長)

賞味期限の年月表示がおこなわれている状況はあるか。

(事務局)

先行して、お菓子、飲料などの3か月以上の賞味期限のものが対象となっている。

(委員)

生鮮商品の牛乳・豆腐などは、消費者も日付表示をしてほしいのでは。対象の性質によって表示への意向は異なる。

(座長)

賞味期限が3ヶ月以上のものに限定されているが、もう少し範囲を広げることができないか、何か意見がありますか。

(委員)

消費者が理解し、メーカーと同じ目線に立てることが重要である。

(座長)

商品の性質を踏まえつつ、可能なところを絞りながら消費者と共有できることが必要。消費者に対してのPRについて、賞味期限だからこれは大丈夫となるようなPRにはどんなものがあるか、情報があれば教えてほしい。

(委員)

賞味期限の下に、いつまでおいしく食べられますなどの表示を試してみるなどできれば、もう少し理解が進むのでは。

期限について説明をすれば、理解していただけるが、パッと表示を見て理解していただけることは少ないと感じる。

**(委員)**

消費者心理としては、賞味期限・消費期限の長いものの方が、商品価値があるという思いがある。この考えを変えるのは難しい。

**(委員)**

焼きたてのパンは、当日が賞味期限で、翌日が消費期限のイメージをお客さんがもっており、食べられるのに破棄する消費者も多い。

**(座長)**

先ほど、提案されたように「いつまでだとおいしく食べられる」というような表示はできるのか

**(事務局)**

期限については、食品表示法の所管事項。欄外なら法的規制はかからないが、欄外に書き加えることで、逆に消費者を混乱させないように配慮が必要と思われる。ゆるやかに劣化する食品は五感を使って食べられる判断を消費者で判断して下さいと農林水産省もいっているが、府民になかなか浸透しない。消費者の鮮度志向が強い。買って来たものはなかなかカビが生えないと、消費者は食品添加物か何か入っているのかといわれる。そのあたりも気を付けなければならない。

**(委員)**

ものをよく捨てる人と捨てない人では、考え方が両極端。話が通じないこともある。消費者によってもさまざまである。食品ロスについては、家族構成・ライフステージによっても、食材の管理等も違うため、対象に応じて訴え方を変える方が伝わりやすいのでは。

または、30・10運動など端的でどの世代でも意味の分かりやすいキャンペーンなら全世代受け入れられるのでは。

バイキングもロスの発生源だから全て悪というわけではなく、子供たちに自分の食べられる分だけ取りなさいという食育の場にもなりうる。

**(委員)**

鮮度が一番という消費者の考えをつくづく感じる。他方では発酵文化もある。

糠漬けなど熟成する食べ物もあることを伝えると、自分で作り出すような子もでてくる。糠漬けを知らない子もいるので伝えていくことが大切。熟成肉など、寝かす方が価値の出るものもある。

(委員)

納豆屋さんから納豆は賞味期限から2週間すぎても十分食べられるが、それを表示することができない。消費者が五感を使って判断していただければよいが、五感で感じてもらうにも経験がないと判断できない。五感で感じる訓練があれば、少し判断できるようになるのでは。唯一の判断材料はメーカーからの日付なので、消費者は日付を重要視する。

(委員)

鮮度の落ちたものでも使えることを教える料理教室はあるのか。

(委員)

そのような料理教室は聞かない。エコクッキングで皮などを使った料理を教えるものはある。本来は、食べられるかの判断は家庭で伝わっていたことだったが、家族構成などの変化によりそれが伝わっていない現状がある。

(座長)

以前は多世代で生活していたが、社会でそれに代わるシステムが保持されていないので、食べられるものを判断する力が伝えられていない。知識だけを得ることは出来るが、生活の中で使える知恵としていくには、世代間での伝承の代わりになるしくみが必要だが、社会にはない。そのような伝えるシステムまで考えて行くことが必要なのでは。

(委員)

伝えていくことは大切。個人的な話であるが、子どもが小さいときに、お父さんは体が強いので、消費期限が過ぎたものを食べてとお願いされる。五感を使っておもしろおかしく消費している。

(座長)

インパクトがある打ち出しが大切。

(委員)

廃棄物の観点から、捨てにくい環境づくりは、効果があるのではと考える。

(5) 「外食産業における食品ロス削減策」について

(事務局)

資料 p 15～23に基づき、説明

(委員)

長野県松本市では、取組によって完食が進んでいるのか？

(事務局)

飲食店が少ないこともあるが、協力店も運動をPRしている。店舗側からお客様への働きかけもあって、かなり食べ残しが減ったとテレビでは放映されていた。

(委員)

食べ残しについては、個人差がある。飲む人は食べ残しが多い。食中毒の関係で組合の中で持ち帰りを禁止しているが、ごみ減量対策では持ち帰りを進めてほしいとのお願いがある。

(座長)

お店側でPRすることはできるか

(委員)

のぼり・ポスターでのPRはできるが、その取り組みにお客さんが対応してくれるかが大きい。

(座長)

ドギーバッグについては、持ち帰った人だけに食中毒が起ったのであれば責任を問われないとのことであるが、それでも店は持ち帰らせたくないと思えるのか。

(委員)

飲食店からすると、あまり持ち帰らせたくないという思いはある。責任を負わなくても、具合が悪くなったということをいわれるのが困る。また、お店としては、食べ物が一番美味しいときに食べてもらいたい。時間をおくことでおいしさが落ち、おいしくないといわれるのも困る。

(委員)

消費者も持って帰ることに抵抗があるとよく聞く。外国では持ち帰りが進んでいると聞くが、欧米でのドギーバッグに対する意識はどうか。フランスなどでは普通に持ち帰っている。持ち帰ることが美德であるというようなことになれば、持って帰る人も増えるのでは。

(委員)

欧米や、中華料理といった油を多用する料理に比べると、日本料理は鮮度が高く、ドギーバッグになじまないのでは。消費者がドギーバッグに向く食事がわかれば、持ち帰る人も増えるのでは。

(座長)

メニューの中で、持ち帰り可能な食事に印をつけるなど、メニューごとに対応をすれば進むのでは。

行政が旗振りをして、進めていくことが重要。

(委員)

過去に持ち帰りが可能なものに表示したこともある。弁当とは違いコースの料理などは、味付けが薄いのもちが悪い。

(座長)

持ち帰り可能な料理は各店で判断するし、ドギーバッグマークなどをつけて、持ち帰りできるかがわかりやすいようにすれば、少し進むのではないか。

食べきり割りなどの府内での取り組みの可能性は？

(事務局)

今年の8月から静岡県が開始。食べきり割りキャンペーンについては、静岡県からは、リピーターがついたという話もあり、店側にもメリットがある。

(委員)

悪くはないという印象。情報を流すことで、実践する店も出てくるのでは

(座長)

食べきり割りは、幹事にもメリットがある。

(委員)

静岡県での取り組みに行政からの支援はあるのか

(事務局)

静岡県は支援していない。協力店の登録のみ。

(座長)

商工会でこのような事業の支援の可能性はあるのか。

(委員)

店側も府とセットで行うということであれば、広報してもらえるとというメリットもあるので、実施するところもあると思われる。

(座長)

このような取組でリピーターがつけば、実施するところも出るのでは。

(委員)

ぐるなびなどで、「完食すれば、割引します」というようなクーポンをつくれればよいのでは。知ってもらうことが大切。

ホテルの宴会で構成メンバーが違えば食べる量も異なる。宴会の幹事とホテル側との調整がきちりできればロスが減るのでは。

(委員)

事前に男女、年齢等の状況をうかがっているが、サービスメニューなど低価格メニューは、細かな変更は難しい。食品ロスが出るから、幹事に量を減らしてはということはいにくい。

幹事は料理がなくなるのを嫌うので、質より量を重視する幹事が多い。

(座長)

男女比、年齢比で量などを調整することは可能か

(委員)

バイキングでも量を何回も細かく分けて提供するところも多い。鮮度も保てて、食品ロスも減る。

**(座長) まとめ**

- ・食品の破損・汚損に関しては、鮮度維持と包装のバランスをいかにとるか
  - ・消費期限・賞味期限については、表示にどうインパクトを出すか
  - ・食べ残しについては、静岡方式は有効ではないか
  - ・行政の旗振りと消費者へのPRで持ち帰りも進み得るのでは、
- 等、種々の課題やコメントがあった。本日の議論を踏まえて、さらに検討を進めていただきたい。