

# 京都府食品ロス削減府民会議

## 第6回資料

平成29年11月14日

事務局 京都府農林水産部食の安心・安全推進課



## 第5回京都府食品ロス削減府民会議での主な議論(要旨)

### ○平成29年度京都府食品ロス削減関連予算等について

#### ◆フードドライブ活動等について

- ・フードドライブをこれまで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。
- ・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。
- ・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。

### ○農産物規格外品の有効活用について

#### ◆規格外品の現状と課題等について

- ・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。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。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。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。
- ・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。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。
- ・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。

- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・数年前から八幡市の生産者に来てもらい、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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・果菜類は夏場日持ちがしないため、ロスがでる。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・劣化状態や生産者、品目による。
- ・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。府から府内直売所へ呼びかけてもらえるか。

- ・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。
- ・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。

## ○需要予測精度向上について

### ◆コーザルデータの共有等について

- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・可能だと思う。
- ・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。
- ・「売り切り御免」を消費者に理解してもらうことが必要。
- ・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。

#### ◆消費者の意識改革等について

- ・バレンタインデーにチョコレートを買うのをやめて、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。歳時イベントでの販売はいかな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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・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うように。
- ・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行政から発信してほしい。個人商店で売り切れになってい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るように。
- ・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う等、消費者意識を変えていくことの議論も進めたい

# 第1回府民会議提出資料(第6回テーマ)について

テーマ等	日程	コアメンバー (学識経験者・行政は全回出席)	具体的な検討内容
印字ミスの削減等	⑥	農林業、食品製造、小売、消費者団体	・ 信頼食品登録制度の拡充
値引き等による売り切り			・ 消費期限別価格設定店の例 など

# 今回討議内容の全体討議における位置づけについて

分類		主な発生削減策			
事業系	食品製造業	需要予測精度向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1/3(2/3残し) ルールの緩和</li> <li>・ 余剰食品の寄附等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 印字ミスの削減等</li> <li>・ 賞味期限設定の見直し</li> <li>・ 賞味期限の年月日表示から年月表示への変更</li> <li>・ 期限設定情報（食品分析センター試験結果など）の開示 など</li> </ul>	
	食品卸売業			値引き等による売り切り	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商品汚損の削減</li> <li>・ 商品破損の削減 など</li> </ul>
	食品小売業				<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 小容量販売</li> <li>・ ばら売り など</li> </ul>
	外食産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食べきり運動の展開</li> <li>・ 小盛サービス</li> <li>・ 持ち帰り（自己責任）</li> <li>・ 調理ロスの削減 など</li> </ul>			
家庭		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 冷蔵庫の在庫管理</li> <li>・ 計画的な買い物</li> <li>・ 食べ切り</li> <li>・ 期限表示の理解の浸透</li> <li>・ 食材を使い切る調理方法の浸透 など</li> </ul>			



# 1 第5回会議以降の動きについて

回	分類	課題	主な発生削減策	今後の方向性
2 ・ 3 ・ 4	外 食 産 業	食 べ 残 し 調 理 ロ ス な ど	食 べ き り 運 動 の 展 開	①店頭・啓発ちらし等による消費者への理解促進 ②食材を有効活用する調理研修会の開催 ③松本市の3010運動、京都市の生ゴミ3キリ運動のようなキャンペーンの実施 ④食べ残しを減らす工夫をしている店舗等を「食べ残しゼロ推進店舗」として登録
			小盛サービス	
			持ち帰り(自己責任)	
			調理ロスの削減	
	家 庭	消 費 期 限 切 れ 等 に よ る 直 接 廃 棄 食 べ 残 し 調 理 く ず な ど	冷蔵庫の在庫管理	
			計画的な買い物	
			食べきり	
			期限表示の理解の浸透	
			食材を使い切る調理方法の浸透	
	3 ・ 4	食 品 製 造 業 ・ 卸 売 業 ・ 小 売 業	需 要 予 測 精 度 の ズ レ に よ る 売 れ 残 り	
1/3ルールの緩和				⑤食品提供企業への信頼性向上のため、フードバンクとの協定書締結を促進 ⑥京都府の防災備蓄品提供のため、京都府と協定書を締結 ⑦フードバンク提供企業を募集 ⑧社協と連携し、支援が必要な方の要望を把握 ⑨1/3ルール緩和協力企業を募集

\* 下線部は、H29年度取組予定事業等(太線は追加部分)

回	分類	課題	主な発生削減策	今後の方向性
5	農林	農産物規格外品の有効活用	加工販売	⑩加工・直売所販売の推進 ⑪直売所等からフードバンク等へ規格外品等の提供の働きかけ
			直売所販売	
			消費者への理解促進	
5	食品製造業・卸売業・小売業	需要予測精度のズレによる売れ残り	需要予測精度向上	⑫コーザルデータの活用・シェアの推進 ⑬「売り切れ御免」など消費者の意識改革の推進
6	食品製造業・卸売業・小売業	印字ミス等による廃棄	信頼食品制度の活用 など	今回討議
		売れ残りによる廃棄 (値崩れと利益水準)	値引き等による売り切り	今回討議

## 2 「印字ミス等の削減」について

印字ミス等の発生による食品廃棄は、食品の品質に問題があるわけではないため、極力削減すべき

食品ロスの発生原因	課題	パイロット実例等
オペレートミス (入力・選択ミス)	ヒューマンエラーの解消	<ul style="list-style-type: none"><li>・複数チェック体制の強化</li><li>・生産日自動入力、商品別賞味期限自動入力（制限）システムの導入</li><li>・印字検査機の導入など</li></ul>
プリンターヘッドの 汚れ	無印字・欠字状態の解消	<ul style="list-style-type: none"><li>・プリンターヘッドの確認、清掃</li><li>・ヘッド交換時の印字チェックなど</li></ul>

# 「印字ミス等の削減」に対する提案

## ○ 品質管理水準向上のための仕組みづくり

- ・ 府が定める品質管理水準を満たす食品製造事業者を「きょうと信頼食品登録事業者」として登録する仕組みを推進し、品質管理全体の底上げ効果により、「印字ミス」だけでなく、製造過程での食品廃棄要因を抑制する。

また、2020年のH A C C P義務化に対応する狙いも担う。

※ 「きょうと信頼食品登録事業者」…71事業所（H29.11月現在）

H A C C P…食品の製造過程で発生する可能性のある衛生・品質上の危険性を分析し、安全性確保のために監視すべき重要管理点を定め、厳格に管理・記録を行うシステム。危害分析重要管理点方式。

# (参考1) きょうと信頼食品登録制度

## ○ 目的

事業者の方々に品質管理の向上に取り組んでいただき、情報を府民の皆様に提供することで「京の食品」の安全性・安心感の向上を図る。

## ○ 対象

京都府内で生産・製造される加工食品と生鮮食品

## ○ 特徴

- ・ ハード（設備）ではなくソフト（品質管理の取組）を重視
- ・ 3段階の区分（☆、☆☆、☆☆☆）
- ・ 登録無料

## ○ ☆基準の取組内容

- ・ 食品衛生7S（整理・整頓・清掃・洗浄・殺菌・しつけ・清潔）に取り組む
- ・ 工程管理表を作成する
- ・ 事業所に適したルール作りをする
- ・ ルールに基づいて手順書を作る
- ・ ルールの順守状況を手順書に毎日チェックして記録を保管する。

# きょうと信頼食品登録制度とHACCP

## きょうと信頼食品登録制度

- ・中小企業が食品の品質管理に取り組めるよう3段階のステップアップ方式。
- ・危害要因だけでなく、おいしさを含めた品質管理。
- ・情報開示の項目を設け、府民に情報提供。
- ・☆☆☆クラスがHACCP相当。

ステップアップ

重点的な管理  
(工程管理)

☆クラス

☆☆クラス

食品の仕様書、工程管理  
+  
品質(おいしさ含む)管理  
+ (HACCP手順1~5一部含む)  
クレーム・回収対応、コンプライアンス

☆☆☆クラス  
(HACCP相当)

HACCP手順  
6~12  
(原則1~7)  
+  
HACCP手順  
1~5補足

日常的な管理  
(衛生管理)

食品衛生7Sに基づく衛生管理

HACCP  
7原則12手順

HACCP手順  
6~12  
(原則1~7)

HACCP手順  
1~5

一般衛生管理  
プログラム  
(5Sや府県基準)  
(基準は事業者  
が決める)

## HACCP

- ・各工程ごとに危害を予測。
- ・危害防止につながる特に重要な工程を連続的・継続的に監視、記録。
- ・従来方式の最終製品の抜き取り検査に比べて、より効果的に安全性に問題のある製品の出荷を防止できるとされている。(厚生労働省パンフレットより)

きょうと信頼食品登録制度では、段階を追った登録で無理のない衛生管理等のレベルアップが可能です。



### 3 「売れ残りによる廃棄」について

食品ロスの発生原因	課題	パイロット実例等
供給過多 消費者への過剰配慮	値引き売りと利益水準	・消費期限別価格設定店

## (参考2) 消費期限別価格設定店

### ○ 一般的な値引き制度

消費期限直前のお弁当、お総菜などの値引き売り

### ☆ 納品日別（消費期限別）値引き制度

毎日納品される商品の場合、当日納品された商品を陳列する際、前日納品された商品が売場に残っていたら値引シールを貼って、当日入荷商品と明確に区分

→ お客様のメリット

一目で納品日が把握できてわかりやすく、お買い得

→ お店のメリット

商品回転率の向上、ロスの削減、売上増加



## (参考3) 自治体による小売店認定・登録制度

### 群馬県「ぐんまちゃんの食べきり協力店」

#### ○対象

飲食店、宿泊施設、食料品小売店

#### ○登録要件（食料品小売店）

- ・ 賞味期限が迫った商品の値引き・加工販売
- ・ 賞味期限が近い順に購入することを促す呼び掛け
- ・ 閉店間際における値引き販売
- ・ 量り売り、ばら売り、少量パック等による販売
- ・ 食品廃棄物のリサイクル
- ・ ポスター等の掲示による啓発活動の実施
- ・ その他食材を使い切るための取組

### 長野県「食べ残しを減らそう県民運動～e-プロジェクト～」協力店

#### ○対象

飲食店、宿泊業、各種小売事業者、飲食料品小売業

#### ○登録要件（各種小売事業者、飲食料品小売業者）

- ・ ばら売り、量り売り等による食料品の提供
- ・ 割引販売による消費期限間近な食料品の提供
- ・ 食品ロスを減らすための呼びかけ実践
- ・ 上記以外の食品ロスを減らすための工夫  
（フードバンクへの食料品提供）  
（学校飼育動物への野菜くずの提供）等

## (参考4) 京都府「食べ残しゼロ推進店舗」認定制度

### ○ 対象事業者

飲食店及び料理を提供する宿泊施設（出前・宅配を含む）

### ○ 認定条件

- (1) 食材を使い切る工夫
- (2) 食べ残しを出さない工夫
- (3) 宴会、冠婚葬祭での食事等における工夫
- (4) 食べ残しの持ち帰りができる工夫
- (5) ごみ排出時の水キリ等の工夫
- (6) 使い捨て商品の使用を抑える工夫
- (7) 食べ残しゼロに向けた普及活動
- (8) 上記以外の食べ残しを減らすための工夫

# 「売れ残りによる廃棄」に対する提案

○「京都府食品ロス削減協力店舗」（仮称）の登録要件として、「値引きによる売り切り」を設ける

（第4回会議での提案）

事業所から発生する食品ロス削減を推進するため、食品ロス対策に取り組んでいる事業所を募集し、府が登録する

## ●対象事業者

京都府内で営業する小売業、卸売業、製造メーカー等で食品を扱う事業所

以下に掲げる取組の中で、1つ以上の取組を行っていること

- (1) 量り売り、ばら売り、小容量販売の導入
- (2) 過剰在庫の削減
- (3) フードバンク事業者等への協力
- (4) ポスター等の掲示による食品ロス削減に向けた啓発活動の実施
- (5) 上記以外の食べ残しや食品ロスを減らすための工夫（売り切れ御免、値引きによる売り切り等）

●協力店については、京都府のHP等で紹介するとともに、食品ロス削減グッズ等を配付

●府は、消費者への意識啓発を実施（すぐに使うものは賞味（消費）期限の近いものから買うなど）

# 次回(第7回)会議のテーマについて

テーマ等	日程	コアメンバー (学識経験者・行政は全回出席)	具体的な検討内容(例…素案)
全回の総括	⑦	全メンバー	<ul style="list-style-type: none"><li>・これまでの議論の総括</li><li>・今後の方針の確認</li></ul>