**第１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　平成３０年８月２１日（火）午後２時～４時

２　開催場所　大阪府咲洲庁舎２３階　中会議室

３　出席者

　神戸大学大学院経済学研究科教授　　石川　雅紀

株式会社ダイエー管理本部総務・お客さまサービス部リーダー　中山　大輔

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ﾄﾞﾊﾞｲｻﾞｰ・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）食品ロス削減ネットワーク懇話会の座長について

（２）食品ロス削減ネットワーク懇話会の概要説明

（３）小売や外食での食品ロス削減の取組について

　・食品ロス削減キャンペーンについて（平成30年10月実施）

小売の取組について

外食の取組について

　　　・食品ロス削減賛同制度について

（４）食品ロス実態調査について

　　　・家庭の実態調査について

　　　・製造業者のアンケート調査について

（５）来年度の事業展開について

５　内容

1. 食品ロス削減ネットワーク懇話会の座長について

○要綱に基づき構成員の互選により、座長は神戸大学大学院経済学研究科石川教授に

決定。

（２）食品ロス削減ネットワーク懇話会の概要説明

　○資料２により事務局から説明

1. 小売や外食での食品ロス削減の取組について

《食品ロス削減キャンペーンについて、資料３-１、３-２により事務局から説明》

○主な意見

　・外食における食品ロスは提供した料理の食べ残しだけでなく、仕入れ量に比べてお客

様が少なく、食材の使用期限が過ぎてしまう仕込みロスの影響も大きい。

　・小売での取組は、来店される店舗に来てくれるお客様には理解いただけるが、食ロス

は国民皆に知ってもらう必要があるので、メディアの活用が必要。取組は継続性のあ

るもの、誰でも簡単に無理なく取組めるものが望ましい。

・小売店においては、お弁当の廃棄が多い印象があるかもしれないが、廃棄物の重量で

比べると青果物が多く４～６割を占める。

　・キャンペーンでは、食ロス削減につながるメニューをその場で作って試食できるのが

いい。こんなにおいしいもの、しかも栄養もあるといった見せ方ができる。

　・ＰＲの仕方が大事。例えばキャベツの外葉の利用は汚れている印象があるかもしれないので農薬など心配なく、栄養があるといったデータで示せばいいと思う。

・夏休みに親子で実施できるような取組は活動しているところがメディア的にも絵にな

る。

・食べきりに対して取組むとのことだが、持ち帰りについてはどうか。

　・持ち帰った後に不具合が生じても、持ち帰りが原因かはっきりせず、責任の所在が難

しい。原因じゃないのにクレームを言う人が心配。

・小ポーションの人は値段も安いとなおいい。食べ放題なのに食べられないと損した気

分になる。食べきれないのに取ってきて食ロスになってしまう。きめ細かく金額にも

反映させるといい。

　・キャンペーンで値引き品を集めて売ることについては、食ロスが減るというよりお客

様が買いやすい方法であり、結果として食ロスが減ると考える。

《食品ロス削減賛同制度について、資料４-１、４-２により事務局から説明》

○主な意見

　・別々の自治体がステッカー配布など個別バラバラに実施していてはお客様に何も伝わ

らないと考える。また、他の制度もあり、店舗の入り口はステッカーだらけになって

いる。

　・例えばクーポン券に、大阪府が認証していることを明記すると毎回お客さんが認識で

きるので有効と考える。

　・クーポン券などに大阪府認証を明記するのは有効。自治体への信頼はある。クーポン

　　には関心があるから消費者も見る。取組自体への後押しは意味がある。

　・賛同制度について、ステッカーを貼って終わりではなくて、飲食店や小売店が具体的な取組ができ、行政的な裏打ちをするような内容にするべき。

（４）食品ロス実態調査について

　《家庭の実態調査について、資料５-１により事務局から説明》

《製造業者のアンケート調査について、資料５-２により事務局から説明》

○主な意見

・食品ロス削減につながるメニューなど、レシピを紙に書いて提供ではなくキーワード

で検索できるように。検索キーワードを知らせる方が汎用性は高い。

・余りがちな材料で検索という手法はリアリティがあり、消費者に伝わりやすい。

1. 来年度の事業展開について

《事務局から口頭で説明》

　○主な意見

・家庭の食品ロス実態調結果から、捨てられるものトップ１０でその食材を活かしたコ

ンテストを消費者対象で実施するのもおもしろい。

・食は大阪に合っている。残り物お好み焼き選手権など。

・結果とつながってどういう風にやるか。ＰＲという目で見ると、ＰＲの専門家も入れ

て、メディアに取上げてもらうのを目的にして実施すると大分違ってくる。

　・食品ロス削減はやっていること事態が企業イメージを良くする。マイナス要素はない

と考える。取組を消費者が押し付けられるのではない方法で進めるべき。

　・最初は行政主導でも、最終的には市民主導でできたらいい。

○まとめ（座長：石川教授）

・今日はアイデア出しが目的。すごくフランクにいろいろアイデアが出せた。来年度の

取組のアイデアの話もできたが、もっと検討が必要なので、今後懇話会メンバー個別

でも検討を進めていきたい。ご協力いただきたい。