

令和5年度第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 令和5年7月25日（火）午後3時～5時

2 開催場所 大阪府咲洲庁舎 21階 公害審査会室

3 出席者

叡啓大学特任教授・神戸大学名誉教授 石川 雅紀

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

森永製菓株式会社 西日本統括支店チャネル開発担当リーダー 松永 武敏

国分西日本株式会社 人事総務課長 小林 正二

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 サステナビリティ推進部長 西田 哲也

大阪府環境農林水産部流通対策室 ブランド戦略推進課長 中尾 正信

オブザーバー

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 経営企画室サステナビリティ推進部

マネージャー 吉田 玲子

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) 令和5年度大阪府の食品ロス削減の取組みについて

- ・食品ロス削減ボランティア活動推進事業
- ・食品ロス削減総合実践エリア推進事業

(3) 令和5年度の分科会の取組状況について

- ・アップサイクルフード分科会
- ・食品ロス2次流通スキーム「大阪モデル」実証実験

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、座長は叡啓大学特任教授・神戸大学名誉教授石川雅紀氏に決定。

(2) 令和5年度大阪府の食品ロス削減の取組みについて

《令和5年度大阪府の食品ロス削減の取組みについて 資料1により事務局から説明》

○主な意見

- ・食品ロス削減の目標達成に向けて、いつまでに何をやるのか、議論が必要ではないか。
- ・いいシーズがあり、せっかく資源投入するので、手順を踏み、関係者と相談して進めていけば。結果がポジティブであった取組については、企業が取り組みやすくプラスに

なるような仕組みをここで考えることができる。

- ・食品ロス削減ボランティアを養成することは良いが、養成した後に、その人たちに具体的に何をしてもらおうかが不明瞭。教育委員会等と連携し、積極的に活動の場の展開を図ってみてはどうか。
- ・養成している目的、何を達成したいかが見えない。養成した人が社会人になったときに、何をやってもらいたいのか、絵を描いておいた方がいいと思う。次のステップとして、過去に養成講座を受講した人に話を聞き、描いていた絵とのギャップがあれば、どういった課題があるのかをヒアリングし、解決を図ることで、実現できるのでは。
- ・以前、旅行代理店より、中学生の修学旅行中に、サステナビリティ・SDGs等について、講演をお願いできないかと依頼があった。そういった需要があるので、大阪に来た修学旅行生に対して、SDGsの授業の一環として、大阪府が発案したカードゲームをしてもらい、認識してもらうことも一案ではないかと思う。
- ・カードゲーム等の啓発ツールについて、ノウハウの提供があれば、自社のイベントで活用しやすいと思う。養成という面も必要だとは思いますが、そもそも食ロスの意識を普及するというのが目的かと思うので、もう少し使いやすくしてもらえれば、イベントでの活用も検討できるのではないかと思う。
- ・過去養成した学生たちを講師として派遣し、リーダーになりそうな人を対象に実習をして、内容がまとめられた資料等を渡せば、理解できるのでは。

《今年度の分科会の取組状況について 資料2により事務局から説明》

○主な意見

- ・過去にアップサイクルフードのコーディネートをしたことがあるが、製・配・販の全部が成立しないと、商品化されないの、そこら辺がやはり難しい部分でもあると感じている。
- ・出荷できないものの商品化は、結局安く売ることになる。商品を一から作っていくと、通常のスキームではないので、原価が高くなる。あとは、原料が不安定な分、継続はしていけないと思う。また販売ルートを持っていないところが、それをやっても、最終的な出口の確約がないとなかなか難しい。
- ・リサイクルというイメージがあるので、通常商品より高ければ、お客さんは手を出さないだろう。でも、現実問題、大衆メーカーで商品が出回っているものがやっても、そこに付加価値が生むことはなかなか難しいと思う。
- ・「リサイクルだからどうこう」という意見だと、売る側の意見しか反映されていない感じがしていて、買う側からすると、「リサイクルがどうこうって言われてもな」というところが正直あると思っている。そういったことを知らなくても「おいしい」や「良いよね」であれば高くても買うと思う。「削減効果が」、「インパクトが」というよりか、そのもの自体にどう魅力をつけるか、何かそういう視点があってもいいのではないかと思う。
- ・ネーミングが売り手発想のネーミングになっているような気がする。「アップサ

イクルフード」と聞いたときに、企業としては企業価値を上げていくための取り組みとして、IR視点では効果があるが、消費者視点ではないと思う。

- ・ 食べ物は消費者にとって新鮮なもの。アップサイクルやリサイクルは古いイメージがあるので、食べ物には適していないと思う。
- ・ みんなで持ち寄ったものでおいしいものが出来上がるというような共通体験をする機会を、お菓子や食事、いろいろなカテゴリーで、作れることができたなら、それはイベントにもなるだろうし、価値観を醸成していくものにも繋がると思うので、サルベージという名前をつけなくてもいいと思う。結果的に楽しかった、おいしいということが記憶に残る。アウトプットがそれで、プロセスをどう組むかということのほうが大事だと思う。
- ・ 災害対応の備蓄食品は、計画的にいつどこにできて、何が出てくるというのがわかるため、やりやすいのでは。
- ・ 作って渡すのではなく、「こんなふう新しい食べ物になります」というような情報提供があれば、家でやってみようという話になるのでは。

《食品ロス2次流通スキーム・大阪モデル実証実験について 資料3により事務局・東京海上日動から説明》

○主な意見

- ・ 3年前、問屋からの返品について、フードバンクに連絡し、フードバンクが取りに行き、そのまま寄贈につなぐという取組を実施した。寄贈証明というものをフードバンクからもらい、それを減税対象、免税対象に申請するという形で、返品の部分がプラスアルファに変わっている。ただ、チョコレートは、常温輸送ができないため、卸店の協力が必要になる。そこは理解ある卸店に協力してもらって、それをやっている。あとは、商品見本、サンプルと書いてある商談用の見本の余りも全部フードバンクが取りに行く。
- ・ 通常の1/3ルール返金を保険適用していれば成立しない。もともとの（廃棄に関わる等の）保険があって、それに付帯するスキームであれば、理解できる。
- ・ SDGsにのっかっていて、面白い保険だと思う。ただ、保険は今、損保とかが問題になっており、消費者は今、目線が厳しくなっているので、公平で透明性のある仕組みづくりを。

《その他 事務局より情報提供》

- ・ 「なんでやろう食品ロスカードゲーム」の消費者教育教材資料表彰受賞等について情報提供した。