

令和7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7年8月7日（木曜日）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（オンライン開催）
- 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 副支部長 糸島 節子
森永製菓株式会社 関西支店 チャンネル開発担当リーダー 海原 厳平
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室 CSR 推進部長 吉田 玲子
株式会社グルメ杵屋レストラン 管理推進本部 取締役 迫田 啓仁
大阪府環境農林水産部流通対策室 ブランド戦略推進課 課長 青山 宏
（オブザーバー）
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室 マネージャー 武野 璃子

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7年度大阪府の食品ロス削減の取組について
 - ・食品ロス削減ネットワーク懇話会報告
 - ・おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度
 - ・学校牛乳広報欄を活用した食品ロス削減キャンペーン
 - ・食品ロス削減ボランティア活動推進事業について
 - ・食品ロス削減連携活動推進事業について
 - ・大阪もったいないキャンペーンについて
- （3）食品ロス削減推進計画の見直しについて

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、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7年度大阪府の食品ロス削減の取組みについて
《令和7年度大阪府の食品ロス削減の取組について 資料1により事務局から説明》

○主な意見

<学校牛乳広報欄を活用した食品ロス削減キャンペーン>

- ・これはインプットとしては3000万本だが、これでどのぐらい伝わったのか、認知がどのぐらい上がったのかなど、そういった調査はやっているか。
- 乳業者に確認したが、これまでにアンケート調査などは実施していないとのこと。ただ、そういった調査も必要という認識は持っているので、今後、検討していく必要があると、伺っているところ。（事務局）
- ・わりと広い範囲でやっているの、ネット調査である程度のことは分かるかもしれないと思った。

<食品ロス削減ボランティア活動推進事業について>

- ・今回参加される方は、主に初めて参加される方と考えていいか。それとも先に研修を受けられた方か。また、既存の隊員について、こういうことをやりたいとか、こういう役割を果たしたいという希望もある程度分かるかと思うが、何か特徴はあるか。

→これまでの3カ年（令和4～6年度）で隊員を46名養成しているので、その方が対象となる。

これまでの傾向を見ると、イベント関係が参加してもらいやすいと思っている。今回の活動隊の派遣に関しても、イベント関係を中心に募集を予定しているところ。（事務局）

- ・イベントをやるのであれば、来場者のイベントに対する反応というのも、アンケートか何かで知りたい。また、活動隊のモチベーションも大事だと思うので、モチベーションをあげるための取組（型にはまったアンケートではなく、生の声を聞くなど）は何か考えているか。

→モチベーションをあげることも非常に大事だと思っていて、現時点では表彰制度の導入なども検討している。今年度、いろいろ派遣をするので、比較的生の声を聞きやすい状況にあるかと思っているので、そういった声を聞き取りながら、どうつなげていくか検討していきたい。（事務局）

- ・派遣は土日が多いが、講座は基本平日になっている。例えば、講座も週末にいくつか入れてみるなどすると、活動隊もすそ野が広がるかと思った。

→今年度については日程調整の関係で、どうしても平日になってしまった。来年度以降に、今のご意見を踏まえながら調整を図っていききたい。（事務局）

- ・咲洲こども EXPO が隊員募集中ということで、森永製菓も2日間出展する予定。活動隊が何をするのか気になったのと、何かコラボできれば面白いなと思った。
- ・せっかく同じ場所・同じ趣旨でやるので、連携が目に見えると、活動隊のモチベーションもだいぶ違ってくるのではないかな。

<食品ロス削減連携活動推進事業について>

- ・今回の情報交換会は、主な対象はどこになるのか。食品関連事業者・大学・個人など、どこに焦点を当てているのか。来ていただくお客さまのイメージがふんわりしていると、何をすればいいのか、どこを努力すれば満足して帰られるのか、何を期待して来られるのかなど、考えが煮詰まらないので気になった。みなさんにもお聞きしたいが、例えばこういうのがあったら行ってみたいとか、どんなのがあればいいかなとか、何かご意見をいただければありがたい。

→対象は特に定めていない。いろんな主体が集って、新しい連携が生まれたり、競争が生まれたりするのを期待している。また、事前に登壇者以外にも、参加者の情報は共有したいと思っていて、各参加者が、こういう人たちと交流したいとか、そういった狙いを見つけてほしいと思い、なるべく幅広い形での開催を考えている。（事務局）

- ・参加予定者リストの事前配布があると、わりと来る方もイメージしやすいかも。狙いを絞って、この人が来るんならとか、この会社が来るんだったらこの話を持ち込みたいからぜひ参加したいと、そういう話になっていくのかもしれない。良いアイデアだと思う。

<大阪もったいないキャンペーンについて>

- ・食品ロス量の計測はできないというお話だが、一応環境省が食品ロス量を発表している。それはやり方が

決まっていないということか。消費者としてはやはり、実際どれくらい削減できたのか興味がある。

→国で公表している食品ロス量については、やり方が公表されているわけではない。各事業者の食品廃棄物の中の食品ロスの割合等を推計して算出しており、イメージとしては、一部の事業者から拡大推計しているもの。家庭系についても同様に、一部の地域から拡大推計しているので、きっちり数字として個人の取組が反映されているかと言われたら、そこまで精度の高いものではない。(事務局)

- ・都道府県レベルで、その地域のほとんどのスーパーマーケットがはいった形でのキャンペーンというのは聞いたことがない。マスメディアもネタをあちこち探しているはずなので、持ち込んだら乗って来ると思う。マスメディアを公平に扱って、1社ではなく幅広にやっていただくというアプローチもあるし、一方でどこかとやってもらうために、最初から1社に決めて、メイキングのところから撮っていくという方法もある。そういう話が進行中だということになれば、たぶん小売さんも、この資料だけを見たときより、もっとやる気が出るかもしれない。
- ・広報に関しては、目玉になるところは競合しているはずのスーパーで同じようなことをやっているところ。ポスターを大量にばらまいても、小売店頭の貼る場所によっては全然目立たずに気が付かない人が多い。桁違いにお金は掛かるかもしれないが、のぼりだったら嫌でも気が付く。あとは、交通広告もある。車内の全部を広告にした車両を走らせるとか、もっと大掛かりにやるのであれば、地下鉄をラッピングするとか、バスをラッピングするとか。そういうのも目立つという意味では相当目立つと思う。そういった話をどんどん大きくしていけば、メーカーさんにも協力してもらえたりして、可能性としてはどんどん出てくる話だと思う。
- ・お店や事業者によってできること、できないことにかなり差があるが、今回はそこを「できる範囲で」というふうに調整をしてもらったので、参加いただいた事業者さんも多いのかなと思う。こういった形式・規模感でできることが非常に楽しみ。
- ・実際メーカーの立場だと、10月はハロウィンやいろいろな販促企画があるため、商品とビジネスがつながる優先順位としては、まだまだ上がってきていないというところが現実のところ。ぜひこのキャンペーンは、非常に期待したいと思っている。

(3) 食品ロス削減推進計画の見直しについて

《食品ロス削減推進計画の見直しについて 資料2により事務局から説明》

○主な意見

《施策体系について》

- ・施策体系を提案したのが一つ大きなところ。フードバンクとフードドライブが主である「未利用食品の有効活用」を一つの柱として、別に分けた構造としたのは新しい提案だと思う。
フードロス削減は、それぞれの流通、サプライチェーンの段階によって違い、外食産業の食べ残し、小売業での販売期限切れなど、同列に議論できない話がたくさんあり難しい。その中でも、フードドライブやフードバンクへの寄附、マッチングサービスは全然違う取組。その部分を切り出して、別に立てたのはわかりやすくなったと思う。
- ・切り分けられているのがとても分かりやすいと思う。

《フードドライブについて》

- ・家庭でそのまま捨てているものがフードドライブ等の形で回れば、家庭系ロスはかなり減るという話を最近聞いたところ。事業者もフードドライブであれば一緒にできる場所もあるので、しっかり取り組んでいけばいいという感想。引き続きよろしくお願いいたします。
- ・消費者が家庭からフードドライブに提供するには、設置された箱が大きく入っている様子が見えないなどで、入れるのに抵抗がある。消費者が取り組みやすい仕組み、例えば、町内会単位で取り組んだり、ベルマークのように小学校に持っていくなどの働きかけがあれば、敷居が低くなり参加しやすいと思う。

《消費者による食品ロス削減に向けた事業者の取組について》

- ・食べ残しや買い過ぎが多いのは、以前から私ども NACS メンバーのアンケート調査結果にもある。その原因として、外食だと、定額の食べ放題はあっても、小盛りで安くする設定はあまりないので、普通盛りを選択して食べられなくて残してしまう。私も小食で小盛りをお願いはしているが、消費者が取り組みやすい設定を事業者でももらえるとうれしい。買い物でも、多いものは単価が安く、少ないと高いので、つい安い方を買ってしまい、悪くして廃棄につながる。売り方についても事業者の取組に期待する。工夫されている事業者も増えてきたが、特に高齢になるとあまり食べられないので必要だと思う。

《スローガンについて》

- ・さまざまな有意義な活動を展開されているが、これらの活動を集約するような、食品ロス削減を象徴するようなテーマやメッセージはあるのか。
- 「もったいないやん！」食の都大阪でおいしく食べきろう」がスローガンとなる。計画議論の中で、このスローガンについても、食べきってどうなるか見えないという指摘もあり、個人的な案となるが、サブタイトルを付けて、食べきって何が良いのかを一緒に示せば分かりやすくなると思う。（事務局）

《食品ロス量の削減目標について》

- ・削減目標について、大阪府も国と同じところにする提案。家庭系に関しては維持し、事業系に関しては10%上乗せして60%にするということだが、それ以外の設定はなかなか難しいだろうと思う。国は、事業系を前倒しで50%削減を達成していたので、かなり議論をして、結局丸い数字の60%で落ち着いた。家庭系はまだ達成できていないので50%のままだが、減少傾向にはあるので、前倒しで達成するという表現になっていたはず。
- こうした国の目標の決定過程を考えれば、大阪府として事業系60%、家庭系50%は、まだ（目標達成していないので）どうなのかと思っていたが、実感として皆さんいかがか。この目標にして、前向きに減らしていくぞという方向でよいでしょうか。皆さん異論がないようなら、これでいかせていただければいいと思う。

《広域キャンペーンの施策について》

- ・削減に向けた取組として、この10月に企画している大キャンペーンが直近で一番大きな取組になると思う。
- ・事業者へのヒアリングでも、府のキャンペーン自体をかなり好意的に見ていただいており、計画の中で

も、特に市町村ではできないところ、府全体での啓発や、削減に向けた大きな役割だと実感している。
(事務局)

以上