

# 食品ロス削減に関する意見交換会 第3回議事録

消費者庁消費者政策課

## 第3回食品ロス削減に関する意見交換会 議事次第

日時：平成26年2月26日（水）15:00～17:00

場所：消費者委員会 大会議室

1. 取組状況等の報告
2. 消費者向けの普及啓発方策
3. その他

○浅田課長 第3回になりますけれども、食品ロス削減に関する意見交換会を開催したいと思っております。

まず、開会に先立ちまして事務局から資料の確認をお願いいたします。

○長岡専門官 私から資料の確認をさせていただきます。

本日は配付資料として議事次第にありますとおり、資料1-1～資料1-4、それから、参考を2種類つけてあります。

資料1-1からごらんください。農林水産省提出資料で、頭紙とその後ろに3枚の資料がホチキス留めされたものがあるかと思えます。

さらに1枚、シンポジウムの案内をつけてあるかと思えます。以上が資料1-1となります。

次が資料1-2、フードロス・チャレンジ・プロジェクト実行委員会の資料です。こちらはホチキス留めで10枚強でしょうか。

資料1-3が羽田野委員提出資料です。頭紙の後ろにカラーの資料が10枚ほどつけてありまして、最後がパンフレットという形で終わっているかと思えます。

資料1-4は国民生活産業・消費者団体連合会事務局からの提出資料です。頭紙の後ろにこれまたカラーの資料がついているかと思えますが、27と書かれたものが最後になっております。

資料2-1はこれまでの御意見を踏まえた普及啓発ということで、これは片面で4ページの資料があるかと思えます。

その後ろは資料2-2として、普及啓発方針案という1枚の資料があるかと思えます。

資料3は意見交換会取りまとめの原案ということで、9ページ目までが最後の資料でございます。

最後、資料4ですが、EUにおける啓発事例ということで、表に日本語の資料が1枚と、後ろに英語の資料が3枚つけてあります。

参考1ですが、第2回青少年意見募集事業結果ということで、こちらについてはページが22と右下にあるものが最後でございます。

参考2ですが、第2回食品ロス削減に関する意見交換会の議事録となっております。合計39ページでございます。

以上です。

○浅田課長 万一足りないものがございましたら、事務局までお問い合わせください。

続きまして、委員の交代についてお知らせいたしたいと思えます。

本日より山田委員にかわりまして、大澤委員に御参加いただくことになっております。山田委員におかれましては所属先の人事異動がございましたので、大澤委員に交代したいというお申し出がございました。御紹介申し上げます。

大澤委員、何か一言ありましたらお願いいたします。

○大澤委員 イトーヨーカドーの大澤でございます。

前任の山田が人事異動したので、後任を務めます。よろしく願いいたします。

○浅田課長 ありがとうございます。

あと、本日の出席状況を御紹介申し上げます。

牛久保委員と松岡委員は、きょうは御欠席と承っております。後日、本日の概要について事務局から御連絡申し上げまして、御意見をいただくことにしたいと思っております。

なお、今回のゲストスピーカーを御紹介申し上げます。

まずお一方目でございますが、フードロス・チャレンジ・プロジェクト実行委員会事務の兎洞様にお越しいただいております。

あと、国民生活産業・消費者団体連合会事務局の小川様。この2名に御出席いただいております。ありがとうございます。

後ほど兎洞様からは食品ロス削減に向けた活動について、小川様からは食品ロスに係る消費者意識調査、それぞれについて御紹介いただく予定でございます。

事務局からは以上でございますので、座長に進行をお願いしたいと存じます。お願いします。

○上村座長 皆様こんにちは。意見交換会は本日が3回目ということで、全員が集まる会議としてはきょうが最後になります。

この会議は余り霞が関っぽくないという評判の会議でありまして、結構楽しみに出席していますと言ってくくださった方もいらっしゃいまして、終わるのが惜しいなという感じではございますけれども、とてもいい雰囲気の議論をさせていただいていると思います。私はこの雰囲気を「食べ切りの議論」「食べ切りの会議」と言うのですが、量はそんなに、きょうはちょっと資料が多いのですが、量はそんなに盛りだくさんではないのですが、質のいい皆さんの生活者感覚の議論でお話を進めてまいりました。きょうはその取りまとめということで、どういう取りまとめにするかは後半のところに出てくるかと思っておりますけれども、今までの伝統で自由な雰囲気、でも食べ切れるいい質の議論を進めたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

本日の流れについて御説明いたします。前回話題となった事項に関して4名の方からお話を伺います。

まず取り組み状況の紹介として、農林水産省より、ここも資料を出してくださっていますけれども、ろすのんの展開状況などについてお話をお願いします。

それから、フードロス・チャレンジ・プロジェクト実行委員会事務局より、活動内容についての話をお願いしたいと思います。

次に、羽田野委員より、第1回の意見交換会で紹介のあった実態調査と普及啓発の効果などについて。

国民生活産業・消費者団体連合会事務局より、消費者意識調査について。

その上で食品ロスの削減に向けた普及啓発方策について、皆さんで議論していきたいということでございます。

まずは取り組み状況を伺い、後半のところで仕上げの意見交換会という時間配分にしてまいります。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、議事に沿ってお話を進めたいと思いますけれども、よろしいでしょうか。

議題1です。取り組み状況の報告に入ります。今回は4回、4名の方から御報告をいただきますが、前半の2人は食品ロス削減に向けた取り組み状況。後半のお二人は食品ロス削減にかかわる消費者意識調査という御報告になります。

では、農林水産省からどうぞよろしくお願いいたします。

○農林水産省 毎度お世話になっております。農林水産省の長野でございます。

きょうは資料1-1とシンポジウムのチラシということで、お手元ごらんいただければと思います。

先般「ろすのんになったのん」ということで皆様にも御紹介させていただきましたが、このロゴに際していろいろ最近キャラづけが進んできておりまして、好きな食べ物は「刺身のつま」であるとか、好きな言葉は「残り物には福がある」とか、そういうことがどんどん進んでおりまして、このロゴマークについて無料で使っていただけるということで皆様に御案内しておりまして、例えば栄養・料理の専門学校ですとか、食堂を運営されている方々とか、企業の業界団体の連合会の皆さんとか、また、鈴木和子先生の渋谷区の生活学校の協議会からも報告をいただきましたし、羽田野先生の松本市、札幌市などにも使いたいということで使っていただいて、今、広めていただいているところなので、随時さらにもっとこのろすのんを広めていきたいと思っております。

先般申し上げましたとおり、私どもの食堂でも座長に前に置かせていただきましたけれども、非常にお金がないものですから、私どもの職員が手づくりでつくっておりますので、できが余り美しくはないのでございますが、今、我が省の食堂に全てこちらを置いて、皆さんの食べ物のもったいない話というものをのせたテーブルトップをつくっております。これについてホームページのほうで版下を公表しておりまして、このままお使いいただくのであれば、皆さんお好きにお使いくださいということにしておりますので、今、私どもの各地方農政局が全国にございまして、そちらの食堂でも展開をしているところでございます。環境省さんでも今回やっていただけるというふうに伺っておりますし、もしほかの省庁さんでもぜひやっていただけることがあれば、お願いしたいと思っております。また、私もいろんなところに行ったレストランでは営業をして、民間のレストランにも広げていきたいと思っております。

その後ろに版下というものがございます。このような形で政府として国民運動をやっていくということを、いろんな機会を捉えてやれることをきっちりやっていくと考えておりまして、行政としてこれをきちんと後押ししていきたいと考えております。

3枚目の紙になりますが、こちらは食品リサイクル法という法律に基づく取り組みを御紹介申し上げます。これは食品関連事業者の皆様にとれぐらigoみを出さない目標値と言うのですか、これぐらいの量にとどめてほしい、発生抑制の努力目標値というものを24年4月からやっております、これを今般この4月から本格展開を図るということで、先日2月13日の食品リサイクルの関係の環境省と農水省の審議会の合同会合で案が了承されて、今、パブリックコメントにかけている状況ですので、案という形にさせていただいております。

もともと16業種だったものを、さらに右側の本格実施ということでさらに11業種追加をさせていただきまして、例えば飲食店ですとか食べ切り運動に関係すると思えますけれども、そういう飲食店であるレストランとか喫茶店、ファーストフードといったところも含めて設定し、旅館とか結婚式場というところはロス率が高いという調査もございまして、こういうところも1人当たりこれぐらいに抑えてほしいという努力目標値案について現在、パブリックコメントをしているということで、これはこの4月から施行を目指しております、これができますれば、これを契機に各事業者の皆さんにも自主的な取り組み、さらなる削減の取り組みというところを進めていただきたい、私どももろすのん等で応援をしていきたいと考えております。

また、最後のシンポジウムでございまして、こちらは長官にも最初この意見交換会のお話をいただくこととしておりますし、座長にも、イトーヨーカドーさんにもパネリストということで出ていただく予定でございまして、私どものほうで商慣習の検討について進めておりますワーキングチームの今年度の集大成ということで、納品期限の緩和のパイロットプロジェクトの最終報告も踏まえて、こちらで報告を公表していきたいと考えております。これはきょうの2時にリリースをしておりますので、先着500名様で無料でございますので、皆さんもしお時間ございましたらぜひ来ていただければと思っております。

以上です。

○上村座長 ありがとうございます。

「食べものに、もったいないを、もういちど」がキャッチコピーで、なかなか素敵だなと思います。御意見もあるかと思いますが、御質問、御意見については次にお願ひする兎洞様の御説明の後に、まとめてお時間をとるという形にしたいと思います。よろしいでしょうか。

それでは、フードロス・チャレンジ・プロジェクト実行委員会事務局の兎洞様、よろしくお願ひいたします。

○ゲスト（兎洞氏） 御紹介預かりました、フードロス・チャレンジ・プロジェクト事務局の兎洞です。このような場に情報共有をさせていただく機会を得まして、大変うれしいなと思っております。よろしくお願ひいたします。

フードロス・チャレンジ・プロジェクトですけれども、今までどんなことをやってきたのかということの御紹介と、これからどんなことをやろうとしているのかということのお話を差し上げたいと思います。

資料1-2の3ページになりますけれども、フードロスについて生活者の方、企業さん、行政さん、生産者、NPO、マルチステークホルダーという言い方をしておりますけれども、いろんなステークホルダーの皆さんに集まっていただいて、フードロスという社会テーマを解決していく。その解決の仕組み自体をまた事業にしていくといったことを目指したプロジェクトです。

実際の実施体制は4ページにありますけれども、これは元ということになります、FAOの日本事務所に勤めておりました大軒恵美子が個人で代表になりまして、NPO、大学さんが実行委員会を組むような形で、我々博報堂の社会課題に取り組むチームが事務局をやっていく。ここに非常に趣旨に賛同するような企業さんが参加していただいたり、あるいはシンポジウムをやらせていただくときは消費者庁さん、農水省さんに御後援いただきながら、我々はプロシューマーという言い方をしておりますけれども、消費者の皆さんも大変関心の高い方がいらっしゃいますので、そういった方々と一緒にワークショップだとかスタディツアーとか、そういうことを一緒に参加いただきながら、まさに体制自体がマルチステークホルダーという形でやっております。立ち上がったのは2013年1月ということで、まだ1年たつたたないかといったところでははややなところですが、いろんなことが見えてきた次第でございます。

5ページ目はビジョンということなのですが、ここに書かせていただいているのはこういったフードロスという問題は多分、誰も食べ物を捨てたいと思っている人はいないのだと思うのです。大きなシステムがこういうフードロスを生み出しているということで、誰かを悪者にして、そこを解決したらいいのではないかという視点ではなくて、どんなシステムがこの社会の中で回っているのかということを中心にわたり合いながら、そのシステムを改善していく方法はということなのだろうかということを考えていこうと。そんなことをこのビジョンの中で書かせているというつもりでございます。

我々のプロジェクトの特徴は6ページにあります、マルチステークホルダープロセスという言い方をしております。まずテーマについておよそ関係する関係者が全て集まろうではないかということと、そのシステムに関する現場を川上から川下まで本当に全部体験をしていく。実際にお話を聞きに行くということを大事にしています。

7ページを見ていただくと、どんなことをやってきたのかということを図にしておりますけれども、まずは大軒を代表にしていろんな方々にお声がけをして、みんなで取り組みましょうということのお声かけをすると同時に、実際に農家さんの畑からメーカーさんの工場、スーパーですとかレストランですとか、あと実際に御家庭にも上がらせていただいて、冷蔵庫をあけながらどうですか捨てていますかと聞きながら、

本当にリアルなお話を聞くということをやっとやっまいりました。その上でどんなことが本当に今できるのか、必要なのかといったことをワークショップの中でアクションプランを出していくというようなところでございます。

もう一点、8ページになりますけれども、プロジェクトの1つのチャレンジとしては、我々は民間企業が事務局をやらせていただいているということもあるわけですが、こういった、ともにつくっていくような競争型のアプローチで社会課題の解決策を、むしろそこをビジネスに結びつけていくような、サステナブルな事業にしていくということも、1つのチャレンジということで捉えている次第です。

実際にこういったことをやってみて見えてきたことをまとめているのが10ページが1つですけれども、これはバリューチェーンごとにどうしてフードロスが出てしまうのかということを知りやすくまとめたものです。この内容について御説明するというのは釈迦に説法な部分があるかと思いますが割愛しますけれども、生産の段階とか製造・加工の段階、流通の段階、消費段階、それぞれの立場の立ってみると出さざるを得ないような状況もあるところというのを、皆さんで理解し合っていくということもすごく大事なことだと思っています。

もう一点は11ページに当たるところですけれども、これはまたフードロスを別の観点で構造でまとめたもので、どういうことでフードロスが出るのかということと、どういう問題とかかわり合っているのかという、まさにシステム図で、プロジェクトでまとめ上げたものですけれども、1つはやはり今の経済システムの中からフードロスというのは出る。利益をきちんと上げていこうとする中で廃棄コストのほうが、廃棄を回避するコストよりも安いと、やはりいろんな段階でどうしても出てしまうということなのですが、ただ、これがこのままでいいのかという視点があるかと思っています。真ん中の循環の分断ループというところは、いただきますという言葉に我々は注目をしたのですけれども、いただきますという言葉の奥にはおそらく命をいただくのですとか、農家さんとか漁師さんが実際に食材をとってくれている、つくってくれているというつながりに対する感謝ということもあろうかと思っています。こういったことをつながりと循環に対するリテラシーがしっかりと我々現代人の中にもしっかりと培われていれば、単に経済システムだからしょうがないよねということに対してちゃんとバランスループが働くだらうということなので、この循環とつながりの意識というのはすごく大事ではないかと思っています。

あとは、1年の計で考えていくと、コストが安ければどんどん捨ててしまうということがあり得るわけですが、これは外部不経済性ということでは言われていることそのものだと思いますが、少し長期の視点で見ると例えば漁場が崩壊したりですとか、あるいは格差が広がっていったりとか、あるいは廃棄するコストは実は税金で払っているのではないかと、そういったことが見えてきて、これらの長期的な問題というのは我々の今の生活にボディーブローが効いてくるだろうという、この短期ではな



くて長期で見るといろいろなものが出てくるよねということと、かかわり合っているねということをもとめたものです。

その上で我々のプロジェクトは12ページですが、経済システムとフードロスが切っても切り離すことができないと思うのですが、ただ、先ほどの循環とつながりの感覚ですとか、あるいは資源の持続可能性といったところに、その心のボタンをしっかりと押すことができれば、フードロスと経済システムの質の転換が図れるのではなかろうかということを考えているところです。このボタンを2つ押すことを今後の活動にしていこうではないかというような観点を、我々としては持っていて取り組もうと思っています。

では、具体的にはどんなことをやろうとしているのかというのが次からのページですが、フードロス・チャレンジ・プロジェクト今後の活動ということで、循環とつながりのボタンを押すということに関しますと、今、3つほど考えております。

1つは学校での教育教材。これはゲームのような形にして45分間の小学生の授業の中で、実際にフードロスがどんなふうに生まれてくるのかということを考えております。

2つ目はファン・ソリューションと書いていますが、社会問題はどうしても否定形のアクションになってしまうと人の気持ちは萎えてしまいますので、そうではなくて肯定系で取り組んでいけるようなことということで、サルベージ・パーティー、冷蔵庫から食材を救い出してスポットライトを当ててあげるという、サルパという言い方をしておりますが、こういったことですか、ごちそうとぼうさいというのは、防災食がどうしても賞味期限が切れていつの間にか捨ててしまうということがあるので、それをごちそうに変えていくというイベントです。防災とフードロスと一緒に2つの問題を解決していこうということですよ。

みんなで作るレストランというのは、循環とつながりということを勉強しながら、そのアウトプットを期間限定のレストランにしてみようといったような取り組みでございます。

もう一つは、資源の持続可能性というところのボタンですけれども、今、我々は勉強会を必死にしておりますして、先日も消費者庁の長岡さんに御参加いただいたりしましたがけれども、政策立案の部分に関して企業とNGOと行政さんが一緒に連携を図りながら政策をつくっていくといったあり方について勉強会を開いております。

(5)に静脈経済事業とありますが、イメージを持っていただくために37ページを見ていただくとわかりやすいのではないかと思います。フードロスを減らすということはイコール生ごみを減らすということだと思っております。生ごみがどれくらい出ているかとか、自分たちが家庭で生ごみをどれくらい出しているかというのは、事業系のごみですと重量加算制ですので非常に減らそうという意識が働くと思いますが、家庭のごみというのは税金でやってくれているということがありますので、なかなか

そこに意識がいかないわけですが、自分のところで出る生ごみを減らした分だけポイント、地域通貨のような形でポイント制にして、そのポイントの原資は地域の飲食店さんあるいはスーパーさんに出していただくという形にして、地域一体となつてごみを減らしていくようなシビックプライドを持っていこうというような、そんなポイントシステム事業も考えておりました、これは横浜市さんあたりは非常に関心を持ってやっているようなところもございます。生まれたばかりのプロジェクトですので、皆さんにいろいろ御指摘とか御意見をいただきながら、ゆっくりと育て、やがて大きな成果を出していけるといいなと思っております。

何か御関心がある方があったらぜひ御意見とかいただければいいかと。詳しい資料は後半のほうに載っていますので、もし御関心がある方はぜひ読んでいただければと思います。

時間が過ぎてしまいましたけれども、ありがとうございました。

○上村座長 兎洞様、ありがとうございました。

お二方から食品ロス削減に向けた取り組み状況を御報告いただきました。御質問、御意見、御感想どうぞお願いいたします。

ゲストスピーカーの兎洞様、小川様も、比較的自由に自分でぱっと思ったことを言っても大丈夫な会議ですので、どうぞ御質問をお願いいたします。

今お話を聞いていると、食育関係の文科省さんなんかも一言言いたい場面があるかと思っておりますので、どうぞ御遠慮なく。では、河野委員、お願いします。

○河野委員 ありがとうございました。

農林水産省さんのろすのんなのですけれども、実は私、Googleで食品ロスと打込むと出てくるのが全て今、発表いただいたフードロス・チャレンジ・プロジェクトさんの記事が最初の10件ぐらい、たくさんあるのですけれども、出てきて、大変残念ながら農水省さんのページに行き着かない。ホームから入っても階層の4段階ぐらい下のところにいるので、私でさえ行き着かない状況なのです。消費者庁さんのページからいくとリンクが貼られていますので、1回でここに行き着くのです。

私も今回みんなで考えようということで、会員団体のところに今こういうことが問題になっているんだよということでニュースで流そうと思ったのですが、消費者庁さんのページは貼れたのですけれども、農水省さんのところは消費者庁さんのところからまたリンクを貼るような状況で、これもやつのことで私も自分で見つけ出してきたような状況なので、これからの取り組みだと思えます。ぜひ大きな省庁さんですからなかなか光を当てるのは大変かもしれませんが、ぜひそのあたりのリンクのところをよろしくお願いします。

それから、フードロス・チャレンジ・プロジェクトさんは非常に丁寧に、今、ステークホルダーの方、いろんな立場の方にその問題を共有化してもらって、できるところから始めていこうということと、もう一つ共感したのが、社会課題に取り組むには

やらされ感があると続かないということで、気持ちよく本当に自分の家でもいいし、社会にも貢献しているし、もっと広く考えれば地球というか世界中のどこかに多分貢献しているみたいな前向きな視点で取り組んでいけばいいなと思って、非常に示唆に富むアイデアがたくさん載っていると思いますので、今後の取り組みの中でぜひ参考にさせていただいたり、私も御紹介したりしていきたいなと思いました。ありがとうございます。

○上村座長 それでは、農水省さんしっかり発言をいただいて。

○農林水産省 大変失礼いたしました。確かに我が省の重大事項は別の今、シンガポールであることとかいろいろございまして、大変申し訳ないのですけれども「食品ロス 農林水産省」と入れると1番に出るようにはなっていると思うのですけれども、おっしゃるとおりページ自身も見にくいとの評判が立っておりますので、見直していきたいと思います。ありがとうございます。

○ゲスト（兎洞氏） フードロス・チャレンジ・プロジェクトでもろすのんに登場していただこうと。今、リンクもすぐ貼らせていただきます。よろしく申し上げます。

○上村座長 ありがとうございます。

ほかにもどうぞ。きょうラストですのでいろいろ言っていってくださいという感じで、お願いします。高橋委員、いかがですか。何か感想でも、注文でも。

○高橋委員 こちらのやつも、まとめるのもお願いしたのですけれども、消費者に言うときに200~400万トン家庭がありますよと言ってもぴんと来ないので、よくパルシステムなんかで100万人がいるので、1家庭で例えば1日おにぎり1個分ロスを減らしたら、例えば200万トンがどうなるのか、あるいはごみの処理量がどうなるのか。要するにこういうものはちりも積もれば山となるので、どこかががさっとやるのではなくて、一人一人が身近にまず1個ごみを減らそう。そういうときに、ごく身近な目標で例えば1日例えばおにぎり1個分減らしましょう運動みたいなものを積み上げていくと、あるいはごはん1杯分を捨てないで食べ切ろうみたいな感じでやったときに、どのぐらい全体に貢献できるのかなとかいうのを後で教えてもらいたいなと思って言おうと思ったのだけれども、今、言ってしまいました。

○上村座長 省庁で文科省さん、いかがですか。

○文部科学省 失礼いたします。文部科学省でございます。

文部科学省も食育の中でいろいろとこの会議で話題になっている食品ロスですとか、もったいないのようなことをやっておりますので、きょう伺った教育教材づくりなんかもしていただいているということですので、今後こういったことも、きょう初めて伺いましたので、また何かございましたら食育の中で。なかなか学校も授業時間数が短い中で、限られた時間の中で食育もやっておりますので、どこの時間でやっていくかという部分についてはいろいろと課題もあるのでございますけれども、食品ロスにつ

いては大事な問題だと食育の中でも認識しておりますので、また今後とも協力させていただければと思います。

○上村座長 環境省さんも何か感想でも結構ですので一言いただけますか。

○環境省 環境省の高橋と申します。

環境省にも先ほどご紹介のあったテーブルポップを早速置かせていただいております。地下にある職員食堂と、そば・うどん店と、26階のレストランに設置しております。設置しに行くときは個々にお問い合わせをしいに行ったりもしたのですが、かなり好意的に受けとめられていまして、事業者の方々も全然悪い話ではないというところもあるので、話せば皆さんすぐ理解していただけるので、きちんと広報ができればすぐ浸透していくのではないかなと思います。個人的な感想ですが、お願いします。

○上村座長 消費者庁さんをお願いします。

○消費者庁 ありがとうございます。消費者庁の米山でございます。

やはり消費者市民社会をつくるということが今、消費者教育の中で一番のテーマです。今のフードロス・チャレンジ・プロジェクトさんの御紹介の中にマルチステークホルダーということが出ていました。

消費者教育というと消費者一人一人が被害に遭わないというのがもちろん一番大事だし、自立していってもらおうというのは大事なわけけれども、寄ってたかってみんなで連携するという発想、マルチステークホルダーで活動するという発想が、消費者市民社会を作っていく上では絶対に大事です。その意味でも、このフードロスの運動というのは消費者教育のいろんなテーマのお手本になります。今日も資料を拝見しながら、すごく勉強になるなと思って伺っておりました。ありがとうございます。

○上村座長 ほかに御意見、御質問ございますか。

○高橋委員 こちらのフードロス・チャレンジ・プロジェクト、きょうは提案いただいてありがとうございます。

気がついたのは、10ページのフードロスの現状のところの一番最後の消費者というところのフードロスが出る現状で、消費者の理解不足とその他に分かれていると思うのですが、実は意外と多いのは賞味期限や消費期限を知らないということよりも、例えば大根1個丸ごとといったときに、今の若い人は大根の葉っぱは食べないものだと思って決めつけてしまったりとか、要するに昔の1個丸ごと使い切りましょうみたいなことがなくて、そういう基本的なところがないのでどうしても料理する過程でいっぱいゴミが出てしまったり、ロスが出てしまうということがあって、後でいろいろな食育とかみんなで作るレストランというところで、持ち寄りというものもあるわけけれども、やはり昔の知恵であったさまざまな食材を丸ごと使い切りましょうみたいなメニューを加えていただけると、我々パルシステムとしてはすごくありがたい

し、もっといいカリキュラムができるのではないかと気がついたので、ちょっとよいことながら、そういう視点を述べさせていただきます。

○ゲスト（兎洞氏） ぜひそういった観点も持ちながらやっていきたいと思っていたところですので、頑張ります。

○上村座長 ほかにございませんでしょうか。

1 個だけ、ろすのん君は男の子という話なので、捨てられてしまいそうな男の子を救うおばちゃんでもお姉ちゃんでもいいのですけれども、違うキャラクターもあわせて発案をいただけたらするといいいかななんてちょっと思ったりしましたので、これはあくまでも私の感想でございますが、農林水産省さん頑張っていたけるとありがたいです。よろしいですか。

○農林水産省 頑張ります。

○上村座長 それでは、ほかに御意見いろいろございますかと思えますけれども、取り組みに関しての御報告がまだございますので、引き続きお願いしたいと思います。

それでは、羽田野様からの御報告をお願いいたします。

○羽田野委員 お疲れ様でございます。松本市役所環境政策課の羽田野でございます。発表の機会をいただきまして、ありがとうございます。

第 1 回目の委員会のときに、松本市で今年度やる事業の御紹介をさせていただきましたが、今回、中間報告という形で全ての結果がまとまっていませんので、今まとまっている中でおもしろそうだなというところだけピックアップしてきましたので、報告をさせていただきたいと思えます。

これにつきまして消費者庁の地方消費者行政活性化基金を活用させていただきまして、実施した事業でございます。ありがとうございます。

2 ページ、やったことは 2 つございます。1 つは一般家庭における食品ロスの実情調査ということで、家庭から発生する生ごみの中にどの程度食品ロスが入っているかということの詳細に調査しました。

もう一つは、消費者に対して意識啓発を行いまして、それによってどう意識と行動に変化があらわれたかというところの調査を行っています。これにつきまして一般家庭の意識変化調査ということで、一般の家庭の方に動機づけを行った前と後での変化。それから、保育園の環境教育を実施しておりますので、その環境教育実施後の園児と保護者の意識の変化ということで調査をさせていただいております。

3 ページ、具体的な一般家庭生ごみ組成調査の結果ですけれども、実施時期につきましては昨年 2 回実施しています。1 回目は 9 月末から 10 月にかけての 4 日間、2 回目が 12 月の 3 日間ということです。実施対象は個別回収。これは公募いたしましてアンケート調査もあわせて実施をして、どういう家庭からどういう状態に出ているかというところまで含めて、意識も含めて調査をして、結果を結びつけたいということもございましたので、個別回収ということで 30 戸。

それから、30戸では最終的にデータが少ないかなということで、ごみステーションから70戸回収してきました、こちらはアンケートはございません。最終的な組成調査はこの100戸で実施をしています。ごみステーションについては郊外農村型、郊外住宅型、市街地住宅型という、それぞれ異なる3地区から回収をしています。

調査項目はそちらにありますとおり調理くず、食べ残し、手つかずの食品などなどを重量ではかっております。これはウェットベースでの重量です。

4ページ、一般家庭の生ごみの組成調査の結果でございますが、まず30戸の属性ですが、主たる食事管理者の方にアンケートを答えてくださいますとやっておりますので、8割くらいの方が女の方ということでした。無回答の方も若干いらっしゃいます。回答された方も40代が非常に多かったという結果になっています。

5ページ、これは組成調査の割合になりますけれども、生ごみに占める食品ロスの割合。松本市の結果ではこれは100戸の結果で30戸と70戸合わせた全体の結果になりますけれども、食品ロスの割合は30%ということで、京都のほうで報告されています39%よりは低い値になっています。同様に食べ残しの割合は松本は11%で、これも京都の28%より低い値になっていますが、100戸というところがありますので、その辺がどうなのかなというところはあると思いますが、今回の結果では低い値となったということでございます。

6ページ、こちらが手つかずの食品の内訳になりますけれども、賞味期限つきのほうが消費期限つきよりも非常に多いという結果が得られました。これは未開封のものもございましたし、開封されたけれども、調理がされていないということもございます。

7ページ、消費期限、賞味期限のそれぞれの割合ですが、それぞれ期限前に捨てられている食品が結構ございまして、賞味期限つき食品については16%もございました。このところはどのようにして期限前に捨てられているのかということまで調べていないものですから、非常に疑問なところなのですが、食べるのが嫌になったのかわかりませんが、そういう結果になっています。

あわせて賞味期限つきの食品については半分程度が1カ月以内で捨てられているものがありますので、やはり賞味期限を正しく理解していただいで、過ぎても食べられるんだというようなことをちゃんとやっていただければ、大分減るのではないかと思います。

8ページが実際の写真でございます。こちらが10月4日にステーション全体の結果ですが、手つかずの野菜類ということで、これを見るとにんじんですとかきゅうり、なすは食べられるのではないかと思いますので、バナナもこれくらいならとても甘くていいのではないかと思いますので、若い方々はきっと捨ててしまうのかなと思うのですが、一応こんな結果になっております。

9 ページにいきますと、こちらが手つかずの期限つきの食品になっています。本当にさまざま、肉から野菜からいろんな冷凍食品ですとかお菓子とかさまざまなものがこのまま捨てられている。これはステーションから持ってきたものでございます。

10 ページが個別回収の期限つきの食品となっておりますが、納豆ですとか酒粕とか、やはりさまざまなものが捨てられているといった結果でございました。

11 ページ、参考までにこの3つ写真を出しました。これは期限切れ前の一例ということです。消費期限前のもの、これは干しいもなのですけれども、これが捨てられていましたし、賞味期限前のものについては乾麺のラーメン、うどんでしょうか、こういったものが期限前に捨てられていたという現状でございます。

12 ページが食べ残しの写真です。ごはんですとかパンといったものが非常に多かったという結果でございます。ごはんだと炊き過ぎてしまうことがあるのでしょうか。そんなこともあるのかなと思います。

13 ページ、これは市民意識変化調査ということで、無作為抽出した20歳以上の1,000人にアンケート調査を実施しております。

まず動機づけということで、第1回目のアンケート時にお手元にお配りをしておりますカラーのパンフレットとそれぞれ啓発グッズと一緒に送りまして、アンケートについてはパンフレットを見ないと回答できないような設問にしています。例えばパンフレットの1ページをごらんください。一番上のところを見てください。食品ロスの意味を知っていましたかとか。1ページの下の方の円グラフを見てください。家庭から出る生ごみのうち、約4割が捨てられていたと知っていましたかというような感じで、それぞれこれを見ていただくことで、それによって動機づけを行うというという手法をとらせていただきました。

あわせてちょうど消費者庁の意見交換会に参加させていただいているということもございまして、地方のテレビ局が結構関心を持っていただいて、11月には2番組、12月には1番組ということで、それぞれ特集の番組、15分ぐらいの番組なのですけれども、いろいろやっていただいたので、そこで食品ロスのことをいろいろと御紹介して、それも啓発の1つとさせていただいています。約2カ月後に第2回アンケートということで、これは1,000人の方も一回全員に送っています。回収率を上げるために基本は無記名で結構ですよ。ただし、抽選でアルプちゃんグッズをあげるので、抽選に応募したい方は名前を書いてくださいということでやりまして、抽選で30名の方にアルプちゃんグッズということで、それで釣りながら回収率を上げたのですが、約6割ぐらいの方が名前を書いてくれておりました。

14 ページがその結果でございます。まず第1回目のアンケートの結果ですが、主たる食事管理者はやはり女性の方が多い結果となっております。それから、年齢別でいきますと60代が一番多い結果になっています。

15 ページ、食品ロスの認知度につきまして、これは1 ページを見て回答してくださいというのですが、やはり半分くらいの人知らなかった、聞いたことはあるけれども、意味を知らなかったということで、食品ロスという意味自体を知らない人が非常に多いという結果になっています。

16 ページにいけますと、食べられる食品がまだ4割もあるということを知らないという人が8割もいて、捨てているのだけれども、どのくらい捨てているかわかっていない方が非常に多いということがこちらでもわかっていただけたと思います。

17 ページにいけますと、食品ロスの半分は家庭から出ていることについて、7割の方がそれを知らないという結果になっています。

18 ページの賞味期限と消費期限の意味を含めた認知度でございますが、ここでは知っていたという人が8割いるのです。この結果では。ただ、組成調査の結果からいくと、本当の意味で理解できているのかというのは多少疑問が残るなど感じております。

19 ページ、こちらの飲食店での持ち帰りの関係も聞いております。持ち帰りをしたことがあると答えた方は7割くらい。持ち帰りに関してはどうでしょうかという、積極的に実施をすべきという方が2割、条件をつけてというのが6割で、8割を超える方が持ち帰りを望んでいるという、第2回のときもございましたが、松本という地域性もあるのかなと感じています。

20 ページ、これはパンフレットの5～6ページになりますけれども、具体的にどういったことができるか。今すぐできる20項目ということで挙げさせてもらいました。この中で今、実施しているものはどれですか。取り組めそうなものはどれですかという調査をしております。

その結果が21ページになりますけれども、この中で実施したことがなくて、さらに実施できそうだとところが結構ポイントになるのではないかとということで、赤い点線で囲ってあります。期限の短いものから購入するですとか、あるいはエコクッキングの関係、30・10運動、コンポストにするということです。このところでこれを読んでいただいているということで、実際に実施をしてくれたかというのが2回目の結果になるわけですが、次の22ページのところで今後の取り組みの意思を聞きました。これでは本当に9割を超える方が取り組みに対する意思はあるということで、食品ロスに関する関心は非常に高いなと思います。ですので、これをいかに行動に結びつけて、それを継続させていけるかということが鍵になるのだらうと思います。

23 ページは食品のロス、減らす効果、二酸化炭素の削減ですとかそういったこと。これも読ませてこういうことを知っていましたかですとか、松本市の取り組みを知っていますかという質問もしておりますが、今回結果は出せておりません。

24 ページは第2回のアンケート結果ということで、意識が変わったか変わらないかというところで、変わったというふうに答えた方が半数おられます。



25 ページ、意識が変わらなかった理由は何ですかと聞いたところ、8割の方が以前からそもそも意識して行動していると答えていまして、やはり身近な課題として捉えている人が非常に多いということがこちらからも伺えます。

26 ページが、ではもう一回 20 項目の中で以前から実施したもの、新たに実施したものはどれですかというところで、まさに新たに実施したところが行動に変化があらわれてきたというところになるわけですが、特に期限の短いものから購入するですとか、捨てていた野菜を利用するですとか、エコクッキングのレシピの活用とか、30・10 運動。ここは実施してみたいと言っていて、さらに実施したという行動が結構ふえていて、非常にいい結果になったのではないかと思います。

先ほども高橋委員からエコクッキングの話がございましたけれども、エコクッキングはどうやったらいいのかわからない人が結構いると思うのです。だからそのところをこういうふうにやればいいんだよということをスーパーとあわせて行っていく。例えばスーパーのところに大根を 1 本使うにはこうやってやればいいよ、先ほどの話ではないですけども、紙を置いておくですとか、そういった紹介をすることで非常に効果があるのではないかと思いますし、今後取り組んでいく必要があるのだろうと私どもは考えております。

27 ページ、こちらは園児の意識変化調査でございますが、環境教育を行った全 1,354 人の保護者に対してアンケートを実施しています。これも 2 カ月後です。

28 ページがその属性ですが、女性の方、お母さんが答えてくれている率が高いということで、保育園に通わせていますので 30 代、40 代の方がほとんどでした。

29 ページが園児の意識及び行動の変化ですが、5割の園児に意識及び行動に変化が見られたという結果になっています。具体的な変化については 30 ページですが、残さず食べるようになったというのが約半分。家族の食べ残しを注意するようになったですとか、そういった方もいらっしゃいますし、おもしろいのは食品の期限表示を気にするようになったという子が 11%いるのです。非常におもしろいなと思ったのですけれども、いずれにしる変化があらわれていて非常によかったかなと思っています。

31 ページ、では保護者の方はどうですかとお聞きをしたのですけれども、環境教育はごみの関係も一緒にやっています。今回ごみの園児の意識変化は出しておりませんが、こちらの保護者の方、食品ロスの削減を気をつけるようになった。ごみの分別を気をつけるようになった。両方やるようになった方は合わせてやはり 4 割くらいの方の保護者の方にも意識と行動に変化が見られていて、園児に教育することで保護者にも十分伝わるんだということがよくわかりました。

逆に中学生とかだときっと保護者には伝わらないと思うのです。親と話さなくなっています。小学校も低学年のうちだとどんどん話すのでしょうが、そういった意味では本当に素直な保育園児にやるというのは、効果が意外とあるのではないかと思います。

32 ページのところのまとめですが、やはり的確な情報を与えることで間違いなく行動の変化につながることができるということと、園児に対する環境教育は保護者にも影響を与え、効果は予想以上に大きいということで、これは本当にざっくり、勝手な試算ですが、園児の数が 1,400 人いて 50% の変化が起きて、家族が 3 人いれば年間で 2,100 人の行動を変えられる。10 年続ければ約 2 万人で松本市のほぼ 1 割の意識が変えられるなど勝手に思っているのですが、今後の展開としましては、まだ単純集計しか終わっておりませんのでクロス集計等々をかけながらごみの実態調査、意識変化調査をまとめて総合的に活用していきたいと思っています。

市民が望む情報、理解が不十分な情報を当然提供していかなければいけないし、それから、園児対象の環境教育を継続、充実していこうと考えています。

御紹介になります、33 ページが 26 年度の松本市の取り組みの内容でございます。まず家庭での取り組みにつきましては、適切な情報提供をしていきたいと思います。今、A5 版のもので 4 ページのものがあるのですが、それを見やすく、幅広く配布したい。より効果的にということ、特に先ほど申し上げましたが、理解が不十分な情報を盛り込むということ、望まれているエコクッキングのレシピや何かも充実して行って、それをいろんな料理教室というものをそれぞれの公民館活動でやっておりますので、その際に出向いて説明をするですとか、あるいは消費生活展ですとかエコスクールというものをやっておりますので、そういったときに活用しながら園児だけではなくて、幅広い環境教育を実施していきたいと思っております。

園児の環境教育につきましては、これは環境教育の中でごみが生まれ変わるという話もするのですが、実際にペットボトルで生まれ変わった再生エコバッグを配付して、それを子供用のエコバッグのサイズにしたいと思っています。親と一緒にそれを持って買い物に行くことで、リサイクルと食べ物の大切さを身近に捉えさせたいなどということで、そのエコバッグには当然ろすのんも印刷しつつ、アルプちゃんも印刷しつつ、子供に喜ばれるような内容にしていきたいと思っております。

30・10 運動につきましてはまず知ってもらいましょうということ。それから、実践してもらおうということで、それぞれ啓発グッズをまた作成していきたいと思っております。

34 ページが御紹介ですが、先ほど農林水産省長野さんから御紹介のありました三角トップ、松本市の食堂にも早速使わせていただきました。それから、環境政策課から出るこういったもの、これは実際のアンケートなのですが、それとか、封筒にはろすのんは必ず入れなさいということで今、指示をしております、こういった形で封筒にもろすのんを入れつつ、取り組みを進めているところでございます。

以上でございます。

○上村座長 松本市はいつも頼りになると、羽田野委員にはいつも感謝を申し上げます。

続いて、国民生活産業・消費者団体連合会事務局の小川様の御報告をお願いします。

○ゲスト（小川氏） ただいま御紹介いただきました、国民生活産業・消費者団体連合会の小川と申します。略称は生団連と申します。

まず、この団体は何なのというふうになるかなと思ったので、1枚ペラで概要をおつけしておりますが、生団連という団体は平成23年12月に立ち上がった団体でございます。国民が直面する社会課題を事業者、生活者が一緒になって解決していこうということで取り組みをしている団体でございます。現在、災害対策と食品廃棄とエネルギー問題と人口減少と超高齢化社会という4つのテーマに取り組んでおりまして、本日はその中の食品廃棄ということで、消費者の意識調査というものをいたしましたので、その報告をさせていただきたいと思っております。

それでは、パワーポイントの資料に沿って御説明をさせていただきます。

2ページ、今回の調査の概要ということで、昨年11月から2週間ほどでインターネット調査を行いました。N数は1,683となっております、構成等は記載のとおりでございます。

3ページ、調査結果の分析方法でございますけれども、設問の中にお店で購入した下記の商品、34品目ぐらいあるのですけれども、その商品を飲食し切れずに、また、使い切れずに廃棄することはありますかという設問に対して、回答者の廃棄の頻度によってよく捨てる人と捨てない人、あとはどちらでもない人ということで3つに分けて、どんな傾向があるのかなというのを見ていった調査になります。

4ページ、そのよく捨てる人、捨てない人ということで、どんな違いがあるのかというところを見ていって、特徴的なものだけ今回は抜粋をしております。

まず、買い物前に食品在庫を確認するかどうかというところを見ていきますと、捨てない人のほうがより在庫を確認する傾向が見られますし、5ページ目においては食品在庫の期限まで確認するかという結果でございます、こちらも同様に捨てない人のほうがしっかりと確認して、よく捨てる人というのが余り確認せずに買い物に行ってしまうという結果が出ております。

6ページ、こちらは食品保管場所の整理整頓の頻度ということで、注目いただきたいのが一番下のところの買い物をした都度という数値です。冷蔵庫内外で両方とも聞いているのですけれども、どちらにおいてもよく捨てる人より捨てない人のほうがこまめに食品在庫を整理整頓しているという結果でございます。

そういった結果が反映された形になっているかと思うのですけれども、7ページ目において不要なものを買ってしまった経験であったり、把握していないものを整理整頓時に見つけた経験というところで大きな差が出てきているという結果でございます。

まず、買い物後に買い置きや使いかけの食品があった経験というものを見ていくと、よく捨てる人に対して捨てない人というのは差が大きく出ていますし、整理整頓時に把握していない食品を見つける経験というのも、よく捨てる人はよくある、たまにあるを足すと70%ぐらい。捨てない人に関しては15%ほどということで、しっかりと食品在庫を確認して整理整頓をこまめにしている人ほど、そういった把握していない食品を見つけることも少なかったり、無駄なものを買わない傾向にありますので、こういったところが食品廃棄につながらない人なのだなというところがわかっております。

8 ページ、こちらは賞味期限と消費期限の違いについての理解ということでございますが、全体的に見ると約9割強の方が違いについては知っているという回答しておりますが、注目いただきたいのは何となく知っているというふうに回答している割合でございます。よく捨てる人ほど何となく知っているという回答している人がふえているという傾向で、賞味期限、消費期限の理解にもしかしたら誤解があるのかもしれないし、一緒になっている可能性もなくはないかなという結果でございます。

9 ページ、こちらは賞味期限についての認識と行動というものを調べた調査でございます。設問としては賞味期限の認識として最も当てはまる項目をお選びくださいという設問に対する回答なのですけれども、こちらを見ると約6割ぐらいの方が五感で判断して飲食すると答えておりますが、残りの方は五感以外とか、期限を過ぎたらということで、期限を基準に判断しているというところが出ております。

10 ページ、今度は消費期限に関する認識と行動ということで、こちらは定義どおりに行動している人が約3割程度と若干少ないような気もしますが、食品廃棄の観点から見ると、消費期限を過ぎても食べているということであればいいのかなとも思えたりもします。

11 ページ、こちら今度は賞味期限、消費期限の設定方法の認知ということで、違いについては何となく知っている、または知っているというのが9割強でいらっしゃいましたけれども、今度は実際に言うと誰が、どのように設定しているのかということを知っているかということの聞いてみると、知っている人は約2割程度、知らない人が8割程度となっておりますし、それぞれ誰が設定しているか、どのように設定しているかという内訳を見ていくと、捨てない人のほうがより知っている人の割合が高くなっております。

12 ページがここまでの簡単なまとめということなのですけれども、よく捨てる人と捨てない人での違いということで、買い物前の在庫の確認、また、何があるか、期限の確認というところでは、よく捨てる人はどちらかというところ確認しない傾向にあり、捨てない人は比較的確認する傾向にある。また、整理整頓の頻度もよく捨てる人というのはどちらかというところ頻度が低く、捨てない人のほうが頻度が高いという傾向。そういったことが影響してだと思えるのですけれども、使いかけのものがあつたという経験はよく捨てる人はよくあつて、捨てない人はたまにある程度という状況。違いにつ

いての認識もよく捨てる人は何となく知っているという人が多く、捨てない人は知っているというふうに回答している人が多いという結果でございます。認識と行動についても、よく捨てる人は期限で判断する人が多く、捨てない人は五感で判断する人が多いというところから、消費者へ周知、啓発が必要な内容ということで2点まとめておりますが、1つ目に食品在庫の状況把握の重要性ということで書かせていただいておりますけれども、買い物前にしっかりと食品在庫を確認して、また、買い物後も整理整頓をしっかりとすることで、賞味期間内で飲食を完結することが非常に重要であろうという内容でございます。

2点目が食品及び期限に関する知識をしっかりと持つことということで、賞味期限、消費期限の違いを何となくではなく、しっかりとまず理解することも重要ですし、どうやって設定されているのかということを経験的にしっかりと理解をした上で、食品を飲食または廃棄するということが重要になってくるだろうというまとめでございます。

続きまして13枚目、こちらは廃棄に関する傾向ということで、廃棄の理由を調べた結果でございますけれども、N数が1,683で複数回答可で回答をいただいておりますが、食品が捨てられる主な理由は、賞味期間内に食べられなかったこと、あるいは期限を過ぎてしまったことというのが理由として挙げられております。今まとめとして申し上げた内容のとおり、管理不足というのももちろんあるのですが、考察として消費者が買う商品の大きさと実際に使う商品の大きさというところにミスマッチがもしかしたら生じているのではないかと考えております。このことは自由回答で事業者への要望として何かありますかというふうに設問を設けたのですが、そこでも小容量の商品をもっと充実してほしいであるとか、小さい商品がどうしても割高になってしまっているのは、もう少しどうにかしてほしいという声が多く寄せられていることからもうかがえるのではないかと考えております。

続いて購入時に関する傾向ということで、見切り販売に対する抵抗感を調べた結果となっております。約7割程度、賞味期限、消費期限とも抵抗感を余り感じてはいないという結果。

15ページは、どのタイミングまでなら飲食を試みますかという設問に対する回答でございます。比較的約8割の方は賞味期限を過ぎても飲食をしますよというふうに回答していることがわかりますが、ちょっとびっくりしたのが、賞味期限前でも廃棄をしてしまうという過剰な意識をお持ちの方も少なからずいるのだろうというところ。左側の緑色の部分です。期限前2、3日というのがその数値となっております。

16ページ、これが賞味期限を過ぎても飲食を試みるが、カテゴリや品目によっていろいろ異なるということで、34品目程度に分けて調べたものを、いつまで試みますかということと、捨てたことがありますかというものをマトリックスにしたものでございます。左下が賞味期限を過ぎてしましますし、過ぎたら捨てることの多い食品群。

左上が捨てることは少ないのですけれども、賞味期限を過ぎたら捨てられてしまいやすい食品群。右上のグループが期限を過ぎても飲食をしますし、捨てられにくい食品の群。右下が期限を過ぎても飲食をするのですけれども、飽きたり活用方法がわからなく、捨てられがちな食品群ということで4つに分けたものでございます。

17 ページ、ここまでのまとめということで、まず食品の廃棄の原因、理由ということで、考察ですけれども、消費者が賞味期限内に使用する量と実際に買う量がミスマッチしているのではないかと。あるいは割安な大容量の商品を購入してしまうのではないかと。そして、見切りに対する抵抗感は低く、賞味期限を過ぎても飲食を試みるが、カテゴリによってその度合いは異なるという結果がありまして、ここは事業者として検討してもいいのではないかと。このことを4つ挙げさせていただいておりますが、まずは小容量商品の充実と工夫ということで、もう少し現状としていろいろと容量のバリエーションは多くあるかと思うのですけれども、もっと充実することであったり、小さいものを複数買うことで割安になっていくというような工夫もあろうかと思っております。

また、スーパーにおいて販売期限というものがあろうかと思うのでけれども、消費の段階で賞味期限を過ぎても飲食をするというカテゴリがありますので、そこに関してはもう少し販売期限を見直してもいいのではないかと。このことでもあります。また、活用方法がわからなかったりというカテゴリもありますので、そういったカテゴリに関してはレシピ提案なんかでもいいのではないかと。このまとめでございます。

18 ページ、こちらは賞味期限、消費期限についての認識として最も当てはまる項目をお選びくださいという設問でございます。これを見ますと先ほど申し上げたのですけれども、約4割程度の方が期限を基準に飲食、廃棄を判断しているという状況が見てとれます。

19 ページ、こちらは現在、食品の性質によって賞味期限、消費期限を使い分けて記載されていますが、次のうち、あなたにとって望ましいと思う表示方法はどれですかというふうに聞いた設問の回答でございますけれども、約6割程度の方が現状以外の例えば消費期限に統一するであるとか、新たな表示方法にするであるとかがいいのではないかと。このことでも回答されております。

以上のことから20枚目のまとめなのですけれども、飲食の判断基準が期限を基準に廃棄を判断している人が4割程度。また、現状の表示方法がいいのではないかと。このことでも回答している人が6割程度ということから、賞味期限、消費期限のあり方について一度考え直してもいいのではないかと。このまとめでございます。

21 ページ目以降は属性別に見た傾向なのですけれども傾向の見えるものもあれば、例えば年代別に見ると余り大きな特徴が見られなかったものということで幾つか載せておりますので、こちらはお時間があるときにごらんいただければと思っております。

また、こちらの調査結果に関しては、当連合会のホームページ等でもお載せしておりますので、そちらをごらんいただければと思います。

以上でございます。

○上村座長 羽田野委員、小川様、ありがとうございました。

本来ならここで質疑をしたいところなのですが、次の審議事項をいたしまして、その後、必要であれば質疑ということにしたいと思います。本日、最後の会ということで議題2、消費者向けの普及啓発方策。ここがどうしてもきょうのうちに皆さんに御議論をいただきたいところでございます。

こちらの議論で、今まで国、自治体、企業、団体とさまざまな方からお話を伺ってまいりました。普及啓発方策については前回、第2回の際にたたき台をもとにして、委員の皆様から御意見をいろいろいただいたところです。そのときの御意見を踏まえて再度資料2-1というものを御用意してございます。

また、この意見交換会の活動として皆様にお集まりいただくのは繰り返しておりますが、今回は最後となりますので、これまで各委員からいただいた御意見を取りまとめるため、資料2-1をもとにして取りまとめ案、資料3を作成しております。この資料をもとに御出席の委員から御意見を伺いたいと思いますので、事務局より資料の説明をお願いしたいと思います。よろしく願いいたします。

○長岡専門官 それでは、私から資料2-1、資料2-2、資料3、資料4という4種類の資料について説明をさせていただきます。

資料の位置づけでございますが、資料2-1、資料2-2、資料3は基本的には同じ内容をボリュームを変える形で書かせていただいているものでございます。まず私からは資料2-1と資料3を説明したいと思います。

資料2-1は、第2回目の意見交換会で一度提出したものでございます。そこで御意見をいただきましたので、その部分を追加で書き込んでいるということでございます。資料3は、この資料の普及啓発案というところを少し肉づけしたというような資料になっております。

それでは、資料2-1と資料3を見ていただきながら、説明を聞いていただければと思います。

資料2-1の最初のところでございます。総括的事項というところで食品ロスの現状等につきまして、前回この太字の部分でございますが、細かく算出をして、何に着目をするかといったところを分析していくのではいいのではないかと御指摘をいただいております。それにつきまして右側でございますが、太字で加筆をさせていただきました。

最初の部分ですが、全体向けには問題提起型の啓発を実施しようということですが、ここは先ほど来、皆様から御報告がありました、まだまだ認知度というところでも物足りない部分がありますので、問題提起型の啓発を実施したいということで

ざいます。また、どこに着目をするかということなのですけれども、家庭向けにはこれも先ほどの資料などでありますが、廃棄が比較的多くて、また、画像などを使ってイメージがつかみやすいということで、手つかずの食品の廃棄または食べ残しというところに着目をして、削減を訴えたらどうかというふうに考えております。

また、その下にございますが、年齢や性別、料理をするかしないかといったところにも着目をしたらどうかと。具体的な内容としては、クイズとか歌、キャラクターといったものなども活用したらどうかということで書かせていただいております。

こういったものを資料3でいいますと2ページ目の「2. 食品ロスの現状など」というところ以下で書かせていただいております。

それでは、資料2-1で先に進ませていただきます。啓発に当たっての視点と留意点でございます。資料3でいいますと4ページ目の3. がこれに対応しております。

前回も御指摘をいただきましたが、食品ロスの現状は半分が家庭で出ているとか、量が500万トンから800万トン年間に出ているという部分でございますけれども、そういったところについては7~8割の方が御存じないということがありましたので、そういった部分を伝えていこうということを書いております。

また、前回御指摘いただいたのは、精神論でもったいないだけではなくて、食品ロスを減らしたらどういったプラスが生じるのかといったこと、また、食品ロスのどこが問題なのかということをしかり訴えていく必要があるという指摘をいただきましたので、そういったものを反映しております。

さらに下ですが、税金など表には見えないのですけれども、実は裏側で食品ロスが出ることによって発生してくるものといったところにも着目をしたらどうかという御指摘をいただきましたので、反映させていただいております。

右側の指摘を踏まえた普及啓発というところで申し上げますと、内容面の工夫というところで問題提起型で行う。先ほど申しましたが、プラスアルファで家計と結びつけたようなものやっけていきたいと考えているところでございます。

資料2-1で次のページに進んでいただいて、食料の備蓄ということについても御指摘をいただいております。震災などを契機に備蓄をする方がふえている。ただ、いったん備蓄をしますと忘れてしまうという御指摘がありましたので、計画的にこれを回していこうという啓発を行うことも入れさせていただきました。また、さまざまところで啓発を行うということで、関係省庁で実施しておりますイベント等でこの問題を積極的に取り上げていくということを書かせていただいております。

次は家庭における啓発というところにお進みください。資料3でいいますと6ページの4. 以降となります。賞味期限と消費期限につきましては第1回目から様々な御指摘をいただいております。前回は特に行政の説明が非常にわかりにくいということで、誰が読んでもわかるような平易な言葉を使う必要があるという御指摘。また、



期限ということは限るということですので、そこで捨ててしまうという誤解が生じるのではなかろうかといった御指摘をいただいております。

右側で啓発の方策でございますけれども、まずは名称について分かりやすく言いかえて啓発を行ってみるということで御提案をしております。また、名称についても定着しないということであれば、いっそのこと変えることも検討してはどうかという御指摘をいただいております。そこにつきましては、先ほど、調査の紹介がありました。調査をすると実は8割ぐらいの方が知っていますというお答えをくださいますので、再度言いかえてみて啓発をして、その上でまた次の展開を考えたいと考えております。

次が食品に関する基本的な知識というところでございますが、これも先ほど羽田野委員から御指摘があったかと思っておりますが、食べ切ったり使い切ったりというところについてももう少しスポットが当てられないか。確かに上手に料理をすることで、先ほど野菜が半分捨てられているというものがありましたけれども、これを使い切っていくということをやったらどうかという御指摘は前回もいただいておりますので、そういったところにも取り組んでまいりたいと思っております。

3ページ、外食のところでございますが、外食につきましては前回、食べ切り運動または持ち帰りということについて議論いただきましたけれども、その中では食べ切りをやっ払いこうということと、食べ残しについては食品衛生の問題もあるなかで様々な取り組みもありますので、そういったものを見守っていきましょうといったような議論になったかと思っております。

その次のメーカー、小売店とのコミュニケーションという部分でございますけれども、ここでは前回、太字のところですが、消費者の過度な品質基準の要求ですとか、品切れを起こさないように求めるといったことなどが食品ロスにつながっている面があるということで、こういった面も啓発してはどうかという御指摘をいただきました。こちらについても取り上げていくということで、資料3の中には入れるところが余り見つかっていなかったもので、資料3の3ページ目の上の方に今の御指摘を入れ込んでいて、具体的には④その他に入れております。

最後でございます。4ページにお進みください。情報収集と当面の課題や目標というところでございます。こちらについては継続的に行政においても食品ロスの発生状況を事業所や家庭内で細かく調べてほしいといった御指摘をいただいております。また、ここにありませとおりトータルのエネルギーとかコストといったものを深く調べていったらどうかといった御指摘をいただいております。そういった御指摘もこの資料3にも盛り込ませていただいております。ここに対応するのは7ページ以降の5.の行政の役割というところで、御指摘を書き込んでおります。

当面の課題、目標ということですが、先ほど、最初に御報告がありました。ろすのんをまず徹底的に周知をして認知度アップを図るべきという御指摘をいただいております。

りました。また、自治体にもこの情報を提供して皆で盛り上げていくという御指摘をいただいております。さらに目標といったものも決めて、一丸となってやっていってはどうかという御指摘をいただいております。そういったところにつきましては右側で当面取り組むべき課題というものと、当面の目標というもので書かせていただいております。

まず当面、これは来年度、その次ぐらいを見越したものですけれども、まず認知度アップから始めましょうということで、食品ロスの問題を提起する。ここではろすのんに活躍いただくことを考えております。また、一方で事業所の取り組みがかなり先行して進んでおりますので、その取り組み状況を積極的に消費者にも伝えていきたいと考えております。

また、3番目です。賞味期限、消費期限のところにつきましては再度、先ほどのような言い換えなどを使いながら周知を図って、食べ残し、手つかず食品といったところに訴求していきたいと考えております。

4番目の外食ですが、外食においても、また食べ切り運動などを進めていくということで、先ほど最初の説明で外食にもリサイクル目標が検討されているということでございましたけれども、消費者の側からも応援していくといった雰囲気づくりといたしますか、そういったものを行っていききたいと考えております。

また、下の当面の目標というところでございますが、ここはまた御議論があるかと思っておりますけれども、さまざまな方策が考えられるかと思っております。数値で目標を決めるケースだとか、取り組む方の目標、人数などの目標を決めるケースなど、また、認知度といったものを上げるといったものがあるかと思っておりますが、現在、行政で管理しているといいますか、把握できている数字が認知度ということでございましたので、まず御提案としてはこの認知度を上げるということで、消費者庁で毎年調査を行っております消費者意識基本調査というものがございますが、平成25年2月では67%ということでございましたので、1～2年かけてこれを8割ぐらいには上げていきたい。この調査は、消費者行政にある程度に関心がある方がお答えくださっていますので、そういったところに関心がある方の中で食品ロスに着目する方を掘り起こしていくことをやっていけたらなと思っているところでございます。

以上が資料2-1から資料3の御紹介でございます。

資料2-2は、そういった話を1枚にぎゅっとまとめたものです。

最後に資料4を簡単に御紹介しておきます。これまで国の取り組み、自治体の取り組み、団体、企業の取り組みと御紹介を差し上げてきましたが、最後ということで外国の取り組みを1つ、この議論の参考にと思ひまして準備いたしました。EUにおける啓発事例ということで、パンフレットをつくってホームページに載せて啓発をやっております。上のパンフレットが2012年につくられたもので、下の賞味期限と消費期限が昨年2013年につくられたものでございます。

EUのパンフレットをごらんいただくと、1枚めくると別添1というところで、これは英語なので前にそれを簡単に日本語にしたものをつけましたが、食品廃棄を減らし、家計を節約し、環境を守るというものに役立つ10の秘訣ということで、10項目に絞って紹介をしているということでございます。こちらを見ていただくとお気づきかもしれませんが、まさにこの意見交換会でこれまで出た事項がきれいに並んでいるというふうに感じております。日本で今、行おうとしていることは海外にも通じるだろうということを考えております。

2番目の賞味期限と消費期限のところですが、ここも英語で3ページ目以降につけておりますけれども、賞味期限と消費期限に分けて1枚ずつ啓発の資料をつくっているということです。ただ、分量が少し多いものですから、一番最初の部分だけ抜き書きする形で1ページ目の日本語のものをつくっております。ここでは賞味期限については表示された保存方法が守られ、容器に破損がない食べ物は賞味期限を経過してもまだ安全に食べられる。しかし、風味だとか歯ごたえは失われ始めますといったような説明になっています。

消費期限は非常にわかりやすく、過ぎたら食べてはいけませんといった説明になっているということでございます。日本と全く同じ制度で回っていますので、説明についてもこういったものも参考になるのではないかと考えて、今回、御紹介を差し上げました。

私からは以上でございます。御意見を賜ればと思います。

○上村座長 御説明ありがとうございました。

佳境に入ってまいりました。資料2-1、資料2-2、資料3の取りまとめ案ということでお出しいただいております。それから、この取り組みは海外にも通じる内容になるのではないかと。EUなどのように非常にわかりやすくシンプルに出していくということで、海外にも通じるようなメッセージを発することができるという御報告であったかと思っております。

事務局から説明がありましたように、資料2-1、資料2-2の方策案は資料3の意見交換会報告書に基本的には溶け込ませてあると思っております。この場では資料3を中心に、どうぞせつかくの機会ですので御発言を御自由にお願ひしたいと思っております。よろしくお願ひいたします。

では、羽田野委員、お願ひします。

○羽田野委員 資料2-1の1ページ一番下の「家計と結びつけた」というところなのですが、これは非常に重要なことではないかと私も思っていて、実は4月から消費税が上がりますね。今回のアンケートの中でも消費税が上がるので、それに合わせて家計をよりやりくりしていこうと思っている家庭の方が何件かいらっしゃったのです。なので、まさに食品ロスを減らすという取り組みが家計に結びついていくの

で、やっていくにはこの消費税が上がるタイミングが非常にいいというような市民の方もいらっしゃるので、このところは非常に重要ななと思いました。

上のところの子供向けの啓発ソングはぜひやっていただきたいなと思っていて、私どもも保育園の環境教育で使っていきたいと思いますので、ぜひやっていただけるとありがたいと思います。

先ほど御紹介を忘れましたが、資料の一番最後の 34 ページの一番下のところに環境教育の様子という URL を記載させていただきました。これは市長から環境教育でどんなことをやっているか発信しなさいということがありまして、そこをクリックすると私がやっている 30 分のプログラムが全部見られますので、またよろしかったぜひ見てみてください。

○上村座長 羽田野委員、ありがとうございます。

とにかく松本市は、具体的な取り組みはここをモデルにすると進むだろうということでございます。

ほかにもどうぞ御自由をお願いします。

○上柿委員 ライフコーポレーションでございます。

具体的にこの施策の開始時期はいつぐらいなのか。あと、先ほど家計と結びつけたという部分で、このたびの増税でおそらく多くの家庭が買いためと言われる行動に走るであろう、数カ月後には食品ロスがふえるというところもありますので、その辺の周知の部分の開始時期について御検討いただければと思います。

○上村座長 お願いします。

○長岡専門官 そこは承知いたしました。まさにこれから買いため需要が生じるということで、加工食品は半年なり 1 年なりという期限がありますので、そうしますと夏あたりぐらいからこういった啓発ができるように準備をしていきたいと思っています。

○上村座長 よろしいですか。

では、お願いいたします。

○伊藤委員 消費者にわかりやすく伝えるという点については、やはりある程度ポイントを絞って表現する部分も必要かと思います。例えば 10 カ条なら 10 カ条といった箇条書きをすとか、その際には EU の事例が大変参考になると思いますし、先ほど松本市さんが発表なさった期限の短いものから購入すとか、エコクッキングとか、生団連さんがおっしゃった在庫を確認してから買い物をすといった項目を、EU の事例を参考にしながら日本の現状に合った項目にアレンジして啓発するという方法もあるのかなと思いました。

○上村座長 そういう方向を考えていただくことについて、事務局はいかがでしょうか。

○長岡専門官 はい。季節ごとにやるとかいったことを考えています。また、ここは厳しい御指摘なのですが、どうしても私どもがやると 30 項目、40 項目と増えてしまう

ものですから、その取捨選択をやっていきたいと思っています。季節ごとに行ったり、対象者を変えたりということで、持っている事項は数十項目あるのですけれども、その対象者にはこの項目という形で分けるということで、なかなか予算の分割も難しいところがあるのですけれども、試しに幾つか来年は実験的にやってみようかなと思っています。

○上村座長 伊藤委員、よろしいですか。もう少し何かここはと押しておかないといけないところはないですか。

○伊藤委員 ぜひ積極的な啓発をお願いします。

○上村座長 それでは、実効性を上げるためにどうぞ御提案、御意見をお願いいたします。河野委員、お願いします。

○河野委員 なるべく本当に今これが大きな社会問題なんだということで問題提起をしていただきたいと思っています、まず消費者が自分の身近なところから一歩でも変えていくことが社会に対してのアピールになっていくと思うのです。即席麺さんの業界では賞味期限を1カ月延ばした、5カ月から6カ月にしたというふうなこともありますので、ただ、なかなか事業者の皆さんのほうで自分のほうから最初にアクションを起こすというのは、消費者側の理解も一緒になった上で、ではこういうことができるよと、私たちもそうですかという感じで、お互いに努力するという形が大事だと思いますので、そのあたりでうまくやっていければいいのかなと思います。

1点ほど、松本市さんのパンフレットは非常によくできていると思います。特に最初のページは、なかなか食品ロスってこういうことなんだなというのがわかるのですが、ちなみに松本市さんがこれを考えられた、オリジナルでさまざま情報を入れて考えられたのかということと、コストはどのぐらいかかっているのかということと、例えば長野県で近隣の市町村で同じようにやってみようという、3010というのは周りの方が御一緒にやっというも聞きましたが、いわゆる地方の自治体でこういったことにお金をかけて取り組んでいけるかどうかというところを教えてくださいと思うのです。

○羽田野委員 こちらのパンフレットにつきましては、消費者庁さんのデータなどは使わせていただきましたが、全部こちらでオリジナルでつくらせていただきました。今回、消費者庁さんの活性化事業でお金をいただけたものですから、その中でこれをつくったというところがあるのですが、ただ、松本市の場合は特に市長が食べ残しもったいないよね。だから真剣に取り組みなさいと言っておられるのです。なので食品ロスにかかわる予算というのは意外とつきやすく、来年度もふやしていただきながら食品ロスの取り組みは積極的に実施できています。ただ、ほかの市町村がどうかというと、そこまでやっているところは少ないかもしれない。長野県はやっていますけれども、ほかの市町村はそんなでもないような気がします。

○河野委員 先進事例をぜひ消費者庁さんのホームページ等にも掲載して、こういうところがやっていますよというのを御紹介していただくのと、こんな立派なパンフレットはつくれないかもしれませんが、農水省さんの先ほどのろすのんのそれですね。それを活用して周知を図っていくというのはいい方法だと思いますので、まずはこれが今、世の中で問題なんだという問題提起をしっかりとしてほしいと思います。

○浅田課長 補足でよろしいでしょうか。

松本市さんのパンフレットは大変よくできておりまして、ほかの地方消費者行政の委員会でもあったのですが、大変すばらしいパンフレットをつくっているところがあるのですけれども、これは著作権などは松本市さんは保有されているのですか。もしなかったらこれを、こちらに松本市さんの名前が入っていますけれども、こういう版權とかデータをいただけたら、ほかのところでもそのまま使うことができますので、そうなるコストが大変低くて啓発を効率的に行うことができるといったような工夫もあるかと思っています。

御参考までに、地方活性化基金のお話が出ましたけれども、来年度も消費者に対する普及啓発に使えますと思いますけれども、そういったところで参入コストを下げて、効率的な啓発ができるというようなことが可能かと思っていますので、そういったことが可能かどうか、もしわかればお願いいたします。

○羽田野委員 版權は松本市にございますので、使っていて構わないと思います。ホームページにも全部載せてありますので、ほかの団体の方も見られるようになっていますが、ちなみに市民の方々からもわかりやすいという御意見をいただいております。先ほどの資料の中にもありましたが、今まではA5の小さいパンフレットを4,000部ほどつくっていたのです。それを6,000部にして、これをベースにもう少し改良してわかりやすいものにしようということで予算要求を今年度しました。それも通っていきましたので、一応そんな状況でございます。

○上村座長 松本市さんのこのパンフレットはいろいろ有効活用していただけたらいい状況でございます。伊藤委員、またいろんなところでもこういうものをどうぞ御紹介いただいて、今、ろすのんのこれと、このパンフレットは結構具体的な私たちの財産だと思いますので、それを軸にして動き出せるようなタイミングも見計らうことも必要かと思いますが、そういう動く方向を皆さんからまたこの短い時間で、多分50分ぐらいに阿南長官は御予定がおありと伺っておりますので、それぐらいまでのところでどんと意見を言っただけでもいいかと思っています。では、鈴木和子委員、お願いします。

○上村座長 松本市さんのこのパンフレットはいろいろ有効活用していただけたらいい状況でございます。伊藤委員、またいろんなところでもこういうものをどうぞ御紹介いただいて、今、ろすのんのこれと、このパンフレットは結構具体的な私たちの財産だと思いますので、それを軸にして動き出せるようなタイミングも見計らうことも必

要かと思えますけれども、そういう動く方向を皆さんからまたこの短い時間で、多分50分ぐらいに阿南長官は御予定がおありと伺っておりますので、それぐらいまでのところでどんと意見を言ってもらいたいと思います。では、鈴木和子委員、お願いします。

○鈴木和子委員 いつもお世話になります。生活学校の鈴木でございます。

私どもも、このたび食品ロス削減に向けて実態調査を全国津々浦々まで配付し、回収いたしました。私の思惑よりは回収率が悪く、1万309枚のアンケートを回収しました。単純集計といいますか、入力が終わって垣間見るところでは、やはり食品ロスという言葉を実際に知らない方が多い。特にこの我々のアンケートの結果で言いますと30代、20代、10代と年齢が下がれば下がるほど食品ロスという言葉も知らなければ、本当に初めて知ったなんて、そういう現状を突きつけられております。

それで、農水省の方に是非お願いしたいのが、食品ロス発生抑制の努力目標値本格実施で11業種追加の実現です。これは私どもがまず手始めに渋谷でやりたいなと思っております、少量メニューの推進に力を貸して頂けると思えるからです。運動としては飲食店に自分たちがお邪魔して、こういうわけで少量メニューをつくっていただけませんかとお願ひして歩き、そして、今、農水省さんが作られている、テーブルトップですか、これを置かせていただくとか、具体的にこういう運動を生活学校としてはやっていきたいと、きょうもしみじみとこれを眺めながら思ったところです。

また、この集計ができ上がりましたら、これからクロス集計しますけれども、消費者庁のほうにお持ちするつもりでございますが、やはりそういう言い方は大変失礼かもしれないのですけれども、若年層がまだまだ食品ロスということに関して意識が非常に低いということで、我々はそういう点についての啓発と、実際に自分たちの足で飲食店なり喫茶店でもそうですけれども、地域の飲食店を対象に1つの運動として全国で起こしていけたらと思います。それとまた家庭でのちょっとした食品ロスに関しての気づかい、1日におむすび1個分でもいいから減らしていこうよというところの運動を起こしていくつもりで今、頑張っているところでございますので、また農水省さん、消費者庁の方々にもお力をいただくようになるかもしれませんけれども、よろしくお願ひいたします。

○上村座長 当事者意識をいつも持って活動してくださっていると感謝しております。

松永委員、お願いします。

○松永委員 松永です。

取りまとめの原案を読みまして、とても強く思ったのは、随分消費者に甘いなということでした。こんなふうにしてあげる、あんなふうにしてあげる、教えてあげるというような書き方で、多分、問題の本質はそこではなくて、消費者がきちんと知らなければいけないことがある。学ばなければいけないことがあるということをしちんとここの場で打ち出さなければいけない。まずこうしてあげるではなくて、あなたたち、

企業はこんなに頑張っている。一方で努力が、実績が出てきつつあるわけです。それを消費者は知らないわけです。あなたたちが知らないことがいっぱいあるよ、努力して変えなければいけないことがいっぱいあるということを強く打ち出すというのが、ここの最初の役割なのだと思うのです。そこの一番大事なことが書かれていないというのがとても残念に思いました。

消費者基本法の第7条で、その消費者はみずから進んで学ばなければいけない。必要な情報を収集しなければいけない。その上で自主的かつ合理的な行動をするように努めなければいけないということがちゃんと設けられていますので、消費者基本法に基づくあるべき消費者像をどこまで具体的に書けるかというのはまた別ですけれども、そういう像をきちんと提示した上で、それに近づくためのいろんな普及啓発という流れにさせていただいたほうがいいのではないかとというのが私の今回のこの取りまとめ、普及啓発に関する意見です。

EUを見ると、これはよくできているなと思っているのですが、この資料を見ると What can I do なのです。私たちは何をやるの？という情報提供の仕方をしている。この辺が私たちが学ぶ、内容は同じなのですが、私たちが学んで取り入れてやるべきことなのではないかと思えます。

以上です。

○上村座長 非常に本質的な御意見をいただきました。今の松永委員からの御意見に対してうなずかれた方が多かったと思えます。いや、そうではない、そういう方向では出せないという御意見がございましたら、お願いをしたいと思います。よろしいでしょうか。書き方はまた難しいかと思えますけれども、今の松永委員からの御意見は尊重した内容でおまとめを。

○長岡専門官 わかりました。消費者教育のさらに前に、あるべき消費者像というものがあって、そこが消費者基本法に、先ほど御指摘がありました7条という部分が消費者行政の中での消費者の位置づけを書いたところですので、消費者の皆さんにこの問題に目覚めていただくというようなところで、そういったところをまず最初に書いて、消費者教育につなげるといった形でやっていければいいかなと思っております。

○高橋委員 消費者のね、ただ、余り消費者教育という言葉を使いたくないのです。そこは誰が教えるのというのではないのだけれども、ただ、消費者に知らないというのは、知らない人がすべて悪いというよりも、きちんと的確な情報が伝えられていないという問題があるので、それはとにかくわかりやすく情報公開していくという視点で、それを受けとめる消費者ということと、例えばこれは提案なのですけれども、先日、雪も降ったりして防災食品というのは結構いろんなところで売っていると思うのですが、やはり備蓄なので知らないうちに賞味期限が切れてしまっているということで、うちが新しく始めたのは防災で1年たつ前に賞味期限1年以上のものを集めて、おたくが買われた防災用品はそろそろ賞味期限が切れますよというような告知をする



ことを初めてやったら、ものすごい反響があつて感謝されたのです。やはりそれは情報公開の1つとして、一個一個備蓄で買ったものを消費者が賞味期限をチェックすることも重要なだけけれども、小売流通側の責務として、きちんと備蓄として提供したものについては、いつごろ賞味期限が切れますよみたいなことをきちんと情報提供するというような、やはり私は双方向のコミュニケーションをもっと充実させていくことが、何か流通はしっかりやっているよ、消費者は知らないよという対立ではなくて、ともに一緒になってやっていくんだということの視点を、私は盛り込んでいただきたいなと思います。

あと、前もマスコミさんに言ったのですけれども、これは結構もろ刃の剣なのです。例えば前提案したのだけれども、本来、捨てられそうなものなんかをもったいないので、食べられるので、例えばパルスシステムは前に言った里芋の皮なんかも本来は食べられるけれども、それを加工して皮も余りむかずに食べましたよということをするのだけれども、これは発表するときに逆にあるメーカーは、そんなことをすると風評被害でうちの里芋メーカーは本来廃棄しなければいけないものを混ぜて売っているんだみたいに言われてしまうと、何かすごい悪いメーカーにとられるのです。そうではなくて食品ロスのことを考えてちゃんと食べられるので、最小限にロスをとどめてやると言えばいいメーカーにとられるので、これは物すごく表と裏の関係で、その辺のところをわかりやすく訴えかけないと、一步裏返すと本来捨てるべきものを売っているみたいな感じ。そうではなくて、本来食べられるべきものを捨てているほうが悪いんだということが非常にわかりづらいのです。境目が。その辺のところをきめ細かく情報公開できるような仕組みもあわせてお願いしたいなと思います。

○上村座長 一番難しいところですが、留意しなければならないところを御指摘いただいたと思います。確かにもろ刃の剣のところがあります。そこをうまく今回、この情報交換会で、ここら辺が危ないけれども、でもやっていかなければいけないというものを、皆さんで大分共有ができてきているのかなと思います。

吉澤委員、どうぞ。

○吉澤委員 消費科学センターの吉澤といいます。よろしくお願ひいたします。

私どもの団体では、身近なところから発信していくということが一番大事だということがわかっておりますので、新聞を発行しておりますのでまとめて近いうちに約1,000人おりますので、そのほうに発信していこうと思っております。それからいろんなものが見えてくるのではないかと。まず第1に、皆さんにわかってもらうことが第1の目的ではないかと思うのです。それからいろんなことがわかってくると思っておりますので、発信が一番大事ではないかということ。会長からも言われましたので、これから頑張つてやっていこうと思っております。よろしくお願ひします。

○上村座長 それでは、鈴木勝雄委員から御発言をいただきましたら、よろしくお願ひします。

○鈴木勝雄委員 三菱食品の鈴木と申します。よろしくお願ひいたします。

私どもは食品の卸という立場でございまして、流通を通しました食品ロスの削減というところでは、農林水産省様、経済産業省様、民間で言えばTCGFさんのそういった活動に参加をさせていただいております。

そういった業務を通じて、ロスをなくしていくという立場の会合にはよく出ておりましたので、逆に消費者を対象にしましたこういった闊達な意見がある場には余り来たことがないので非常に新鮮に映りまして、非常に有意義だったなと思っております。

やはりいろいろ意識が高い方については、特に格段に何か伝えるべきことはないかなと思うのですが、非常に多くいる興味のない方、対岸の火事だと思っている方、そういった方にどういう形でこちらのほうを見ていただけるのかという呼びかけが必要になってくるのかなと思います。

そういう意味でも、ではなぜ食品ロスを発生させてはいけないのかという根本のところの部分の説明も実際は必要ではないか。家計の応援もおっしゃることながら、日本では人口構成比がどんどん老化して行って、人口自身も減っているという中で、世界では70億と言われるほど人口が増加しているということで、食糧危機のことも題材として挙げさせていただいて、若干危機感を世界的な、グローバルな現状を踏まえながら説明をしていく。もったいないを説明していくことも非常に大切なのではないかと思います。

○上村座長 ありがとうございます。

大澤委員もせっかくです。

○大澤委員 初めての参加で発言申しわけありません。

先ほど生団連さんから少量とか個食でロスを少なくするという話がありました。私どももそうですし、隣のライフさんですとかパルシステムさんですけれども、全ての商品ではないですが、少量であったり、個食であったり、もしくは使い切りサイズであったりとか、はかり売りとかばら売りというものを、実施しております。食ロスの打ち出しではなく、日本で起こっている少子高齢化と世帯数の増加、世帯人口の減少というマーケットに対応していくということです。そういう例は、スーパー、小売業だけでなく、先ほどメニューもありましたけれども、飲食店等でも大中小があつたりします。食ロスがメインの切り口ではないのですが、そのような小さいサイズのものもありますので、そこに、食ロスの啓蒙がついていくというのが良いのかと思っています。

何かの絡みで食ロスの啓蒙がついていくという事だと、先ほどの農水省さんの「ろすのん」が紹介されました。農水省さんはフード・アクション・ニッポン等の、食に関する事業をたくさん実施されていると認識しています。そのような食に関する事業と一緒にコラボレーションしていくことで相乗効果が出てくるのかと思いました。

○上村座長 ありがとうございます。

実は5時ぐらいと思っていたのですけれども、まだ御意見を承っていないところもあるかと思えます。長官は次の御予定をお持ちということなので、ちょっと長官から御挨拶をいただいて、その後、もし皆様がお時間、御都合つけていただけましたら20分ほど延長させていただきたいと思えますが、よろしゅうございますでしょうか。

それでは、長官、御挨拶を一言お願いいたします。

○阿南長官 本日はゲストスピーカーの2人にも御出席いただきまして、長時間にわたる活発な御議論をいただき本当にありがとうございます。この後ももう少し続けていただくということで申しわけありません。

今月は2度にわたる大雪のために、一部のスーパーマーケットやコンビニエンスストアでは食品がなくなるといった事態が起こったようです。東日本大震災のときも同様でしたけれども、改めて食べ物の大切さが身に染みたのではないかと考えております。

今回をもって意見交換会の開催は終了となりますが、毎回、委員の皆様には活発かつ前向きな御議論をいただきまして、私も出席を楽しみにしておりました。

御議論を伺っていて、食品ロスの問題は非常に消費生活と密接にかかわっているということ、また、日本に暮らす私たち消費者の食卓だけではなくて、世界的な食料そして環境の問題につながっているんだということを強く感じた次第であります。だからこそ食品ロスの削減は、消費者が自分の行動を通じて公正で持続可能な社会の形成に参画する消費者市民社会の実現に向けての実践になるのだと改めて思いました。小さな行動が、日々積み重ねた行動がそうしたことにつながっていくのだなと思えました。

松本市さんから報告がありました。今年度の消費者庁の先駆的プログラムで食品ロスに取り組んでいただいた自治体は全国で16自治体でしたか。14でしたか。14自治体ございました。それぞれがまだ報告をいただいておりませんが、松本市さんの報告は中間報告でいただきましたが、それぞれがそれぞれの取り組みをやっていると思っておりますので、先ほど松本市さんのパンフレットを使わせていただきたいと思いますというお話もあったのですが、そうした自治体で取り組まれていることの内容を集約して、そこでもさまざまなパンフレットができていますと思っておりますので、そうしたことをまとめてまた消費者庁としても情報発信していきたいと考えております。

このように消費者庁としましては来年度以降、この意見交換会の取りまとめを参考にしながら、関係府省庁と連携して食品ロスの削減に向けた取り組みを強力に進めてまいりたいと考えております。本当に委員の皆様には今後とも御指導賜りますように、どうぞよろしくお願い申し上げます。きょうは本当にありがとうございました。

○上村座長 長官、どうもありがとうございました。

消費者市民社会の実践として、食品ロスの有用性を長官からお話をしていただき、皆さんもこれからさらなる実践に取り組んでいただけるきっかけになるかと思えます。どうもありがとうございました。

それでは、あと 20 分ほど引き続きましての意見を頂戴する時間をとりたいと思えます。引き続きましての御意見いただけますでしょうか。

食育を担当していらっしゃる内閣府さんにおいでいただいているので、今回の意見交換を聞いて何か御発言をいただけるとありがたいです。

○内閣府 内閣府で食育を担当しております福田と申します。

消費者が自分で食品ロスを削減していくという取り組みについて消費者教育ということになって、それは食育となるという話がずっとあったかと思うのですが、いろいろツールの開発とかそういうものが必要であるということは、まさしく食育の世界ではずっと言われていまして、例えば食事バランスガイドというものをつくって、それを消費者に普及していくというものを随分やっています。ですから、そういった我々の経験みたいなものは既にありますので、そういうものは内閣府のホームページなど見ていただいて、それを参考にして進めていただくというのもあるのではないかと思います。

もう一つは、運動のそれぞれ実際にやっている方々の情報交換の場というのは、食育の世界で非常に重要だということで基本計画で書かれていまして、そのために我々とか農水省さんもそうなのですが、そういう枠を一生懸命つくって食育を進めてきたという経緯があります。ですから今回非常にいい取りまとめができると思うのですが、その後にそれをどういうふうに運動を継続していくための仕組みをつくっていくのかというのが重要なのではないかと感じたところです。

その1つとしてですが、我々は食育推進全国大会というものを毎年6月の食育月間に行っておりまして、実は来年度、ことしですが、ことしの6月は長野県長野市で、長野県と内閣府の共催でやります。その場で農林水産省さんにも食品ロス削減の展示をしていただくことになっておりますし、松本市さんですか。よろしく願います。そういうふうにPRの場を設けていくことにしていますので、ぜひそうした場を活用していただくとか、そういうものを見に来ていただくと非常に助かるのですが、有効活用していただいて、我々も極力そういう機会を設けていきたいと思っていますので、よろしく願いいたします。

○上村座長 経産省さんもよろしければ願います。

○経済産業省 経産省の森川です。

私は流通政策課というところにいるのですけれども、製・配・販連携協議会という協議会を担当しておりまして、メーカーさん、卸売業さん、小売業さんの3層が協力して、その流通の構造を効率的にしようということに取り組んでいるのですけれども、その中で返品削減であったり、配送の最適化に関して検討する中で、やはりそうい

った取り組みは食品ロスにも非常につながっていることが多いのです。返品が減るとメーカーさんに返品されて、それが捨てられていたものが減るという観点もありますし、今、配送最適化の中で賞味期限の日付を例えば年月表示に大きくくり化してみるという検討も進んでいるのですけれども、やはり食品が流通する中で日付に縛られることは非常に多くて、各段階で日付を確認して、そこで作業がたくさん発生している。こういったことを変えていきたいという議論にはなっているのですけれども、製・配・販連携協議会の中では事業者の立場しかなくて、その中でいつも出てくるのは消費者さんに意識を変えてもらうためには、こういった会議で何かいいアイデアを出してもらうことが必要なのではないかとということがよく出ます。

事業者の皆様も、最後には自社の商品を消費者の皆様へ届けなければいけないので、企業行動が変わるポイントというのは消費者様の意識が変わって、よく言われるような過度の鮮度意識といったところが改められると、その企業さんの行動も必然的に変わっていくという観点もあって、今、非常にこういった会議が期待されているという状況はあると思います。

その中できょうお話を聞いていておもしろいなと思ったのは、フードロス・チャレンジ・プロジェクトの中で、楽しみながらやる観点というのは今までの議路の中で余り出てこなかったかなということと、ビジネスとしてサステナブルなものにしたいということで、継続的に取り組むための要素として楽しむということであるとかビジネスのことというのは新しい視点かなと思いましたので、今回、意見交換会は最後となりますけれども、継続するために次の歯車をいかに回していくのかというのは非常に重要な視点かなと思いました。

以上です。

○上村座長 ありがとうございます。

今回本当に行政も事業者さんも消費者団体さんも、その他いろんな団体さんが積極的に自分たちは何ができる、でも、自分たちだけでやっているのだけでは限界があるというのを、非常に情報交換しながら認識をしていただいて、その限界を超えるために情報交換会で発言すると、この辺は越えられるかもしれないという可能性を感じていただいたのではないかと思います。そういうネットワークとかコミュニケーションの大切さ、連携協働の大切さというものは本当にここで確認をしたい。

先ほど松永委員と高橋委員が言ってくださったように、どういう消費者が本当に求められているのかというのをきちんと私たちは認識をしなければならないけれども、けれども、それが消費者教育という上から目線というか、そういう形で出ていってしまうと皆さんの中に溶け込むことはできない。そこら辺のもろ刃の矢という言い方もあったのですけれども、その辺をどう今から動かしていくのかということが課題ということだと思います。

報告書の普及啓発を進めるための報告書案を出しますのに、この辺をもう少しアイデアとかございましたらどうぞ御遠慮なく、あと少しの時間ですけれども、お願いします。

○ゲスト（兎洞氏） せっかくお呼びいただいたので。

調査のデータには出ていないのですけれども、我々が活動している中でおもしろいなと思ったことがありますして、農業体験とか生産体験をした御家庭とかお子さんというのは、御家庭でのフードロスが減る。何となく感覚としてわかるところがあると思うのです。

今、本当にフードロスに関しては大事なことは実態とか、本当に事実としてのデータをしっかりお伝えしていくというところにあると思うのですけれども、根っこの根っこのところでは、食とか食べ物ということ本来なら自分でとって、それこそ鳥を1匹さばくとか、魚を最初からさばくとか、そういうことをやるのは今、現代社会で分業しているという、この分業していることを忘れてしまっているところが、実は根っこの根っこにあるのではないかと、私たちもこうやって活動していて何となく思うところがありますして、なのでどこかに生産とかいろんな企業さんにやってもらっていることというのを、本来、自分でやってみるとどういうことになるのかみたいなことが小さいころの体験だとか、そういうところで学んで、そこでフードロスの話をしていくと大きく変わってくるかなという気もしますので、今の実態を伝えると同時に、根っこで食べ物とか食というのはどんなふうを考えていくか。そんなことで活動していらっしゃる方々と一緒に組んでやるみたいなことも視点としてはあるかなと思ひまして、そういった観点も本質的には、あるいは中長期的には大事かなと感じたところがありましたので、意見としてお話をさせていただきました。

○上村座長 ありがとうございます。

消費者というのがお買い物する人という形で捉えられていたものを、この食品ロスの議論をしながら、消費者はやはり命を生産している。生活を再生産していることを再確認していく。なので食品ロスの問題を解決しようとするならば、消費者だけでも、生産者だけでも解決はできなくて、自分たちが生産も消費もやっている、そういう命のつながりをつけている当事者なんだという意識でこれに取り組んでいくところがポイントかと思ひます。生産体験をすると大きく行動が変わる、意識が変わる。この辺の御指摘をいただけたのかと思ひます。

ほかにございますでしょうか。よろしいですか。この場でどうしても一言言いたいということがありましたら、あと2～3分はあるかと思ひますが、よろしいでしょうか。

それでは、予定の時間がまいりました。本日はこのあたりで意見交換を終了したいと思います。今回も来てよかったなと思ひただけの意見交換に皆さんがくださったのではないかと思ひます。本日の御議論を踏まえて、私のほうで再度取りまと

めの文書の案、報告書案をつくらせていただきたいと思います。よろしゅうございますでしょうか。大変もろ刃のところだなと。ですが、この3回の議論の中で皆さんたちどこをこれから目指さなければいけないのか、かなり共通な理解ができたのではないかと思います。

本当に御協力をいただきまして、無理やり当てていくところもございましたけれども、話をしていただくと本当に皆さん当事者としてここに出てきてくださっているのがわかって気持ちがよかったです。農水省さんが、ここに来ると心が洗われるような気分ですと言ってくださいましたが、他人事ではなくて自分たちの将来の生活、いろんな生活選択をするときに、どちらにしたらいだろうとジレンマを持ちながら、でもしようがないよねと思っていたところを変えていく活動を、たくさん可能性があるということをお知らせいただけたのではないかと思います。

本日また今回の意見交換会はこれにて終了にさせていただきたいと思います。

それでは、事務局より今後の進め方について御説明をお願いいたします。

○浅田課長 事務局でございます。きょうはどうもありがとうございました。

まずきょうの資料でございますけれども、期日中に消費者庁ホームページに掲載いたしまして、消費者の皆様方に広く活用していただけるようにしていきたいと考えております。

2点目でございますけれども、速記録でございますが、いろいろ活発な議論もありましたし、議論の模様も一般消費者の方にも見ていただきたいということでございまして、速記録の案を3月半ばまでには皆様にお送りいたしますので、確認をお願いしたいということでございます。

最後でございますけれども、取りまとめ文書でございますが、きょうの御意見、さらにはきょうありました御報告といったものを踏まえて、上村座長と事務局で案をつくりまして、もう一度各委員の皆様方に照会をいたしますので、また再度コメントをいただくということでございますが、お手間になりますけれども、御協力をいただきたいと思います。

最終的な成果でございますけれども、3月中には公表したいということでございまして、冒頭にも農水省さんのシンポジウムの話もございましたが、こういった場所であるとか、いろいろ消費者庁でも地方の会議を持っておりますので、そういった場所で活用していくといったことで考えております。

引き続きの御協力になりますが、よろしくをお願いいたします。

○上村座長 では、これを持ちまして第3回の食品ロス削減に関する意見交換会を終了したいと思います。本当に皆さんの貴重な時間をいただいて、活発な意見を頂戴しました。これが持続可能な社会、消費者市民社会をきっと実践していく機会になると信じておりますし、また引き続き関係のところでも御努力をいただきたく、御尽力をいただきたくお願いを申し上げます。どうもありがとうございました。