

## 令和3年度第1回千葉県食品ロス削減ネットワーク会議要旨

- 1 日 時 令和3年10月26日（火） 午後1時～3時
- 2 場 所 ZOOMによる
- 3 出席者 出席者名簿のとおり
- 4 会議内容 (1) 千葉県食品ロス削減推進計画とネットワーク会議の趣旨  
(2) 近年の食品ロス対策の動向、取組事例等について  
(3) 意見交換

### 【開会】

#### (司会)

ただいまから、令和3年度第1回千葉県食品ロス削減ネットワーク会議を開催いたします。私は、本日の司会を務めます、環境生活部循環型社会推進課の加瀬と申します。よろしくお願いいたします。

この会議は、千葉県食品ロス削減ネットワーク会議設置要綱第6条の規定により原則公開となっております。なお、本日の会議について傍聴希望はありませんでした。

開会に当たりまして、循環型社会推進課長の角田より御挨拶申し上げます。

#### (県循環型社会推進課長)

循環型社会推進課の角田でございます。皆様には、日頃から、本県の環境行政に多大な御理解・御協力を賜り厚くお礼申し上げます。このネットワーク会議は、千葉県における食品ロスの削減に向け、本県の実情に応じた効果的な取組のあり方について御意見を伺うため、設置いたしました。皆様には、大変お忙しいにもかかわらず、ネットワーク会議構成員をお引き受けいただき、深く感謝申し上げます。

日本における食品ロスは年間600万トンに上り、世界の食料援助量の1.4倍に当たるとも言われています。また、食品ロスを含む廃棄物の処理には毎年多額の経費が投じられ、焼却処分によるCO2排出などの環境負荷も懸念されているところです。

県においては、これまで、消費者に対する「食べきり」の促進を中心とした普及啓発を実施してきたところですが、令和元年の「食品ロス削減推進法」の施行を受け、今年

3月に「千葉県食品ロス削減推進計画」を策定し、皆様のお力添えをいただきながら、一層の取組を進めてまいりたいと考えております。

本日は、食品関連の事業者の皆様、消費者の皆様、フードバンクなど福祉関係団体の皆様、そして学識経験者の先生にもお集まりいただいております。皆様方の御経験・御見識に基づく様々な御意見をお伺いし、今後の取組に反映させてまいりたいと存じますので、忌憚のない御意見をいただきますようお願い申し上げます。本日は、よろしくお願いいたします。

**(司会)**

恐れ入りますが、課長は公務のため、ここで退席いたします。

本日は、本会議の構成員の方12名、及びコーディネーターの方に御出席いただいております。ご紹介につきましては、事前にお送りした出席者名簿により代えさせていただきます。

**【千葉県食品ロス削減推進計画とネットワーク会議の趣旨】**

**(司会)**

続きまして、次第の2「千葉県食品ロス削減推進計画とネットワーク会議の趣旨」について、循環型社会推進課副課長の針谷からご説明します。

**(県循環型社会推進課副課長)**

資料に基づき説明

**【近年の食品ロス対策の動向、取組事例等について】**

**(司会)**

続きまして、次第の3「近年の食品ロス対策の動向、取組事例等について」、コーディネーターである公益財団法人 流通経済研究所の石川友博様をお願いいたします。

**(コーディネーター)**

資料に基づき説明

## 【意見交換】

### (司会)

続きまして、意見交換といたします。ここからの進行は、コーディネーターである公益財団法人流通経済研究所の石川友博様にお願いいたします。

---

### (コーディネーター)

意見交換では以下の2点について議論いただきたい。

①食品ロスの現状・課題認識、取組について

②県「てまえどり」啓発キャンペーンの実施について

もしあれば、現在実施を検討している事業者調査の内容・方法のアイデアや、その他のことについても御意見いただきたい。

### (セブン-イレブン・ジャパン)

千葉県では約 1,100 店舗展開しており、2008 年に千葉県と包括連携協定を結んでいる。

セブン&アイホールディングスでは「グリーンチャレンジ2050」として、SDGs に向けた取組を行っており、食品ロスもメインテーマの一つとしている。

製造段階では商品鮮度の長期化に取り組んでおり、工場、配送、包装を工夫し添加物を加えることなく食品ロスを削減している。

店舗では販売期限の違う商品が並んでいるが、当社は商品の即食性が高いので、「エシカルプロジェクト」として販売期限の近い商品を買うと nanaco ポイントで還元しており、お客様に参加いただきながら取り組んでいる。テスト段階では2割程度の食品ロスが削減でき、1か月で約600万人が利用した。

てまえどりについて、今年、消費者庁、農林水産省、環境省と日本フランチャイズチェーン協会が連携して実施した。昨年、西日本のある自治体と取り組む中でポスター等では消費者になかなか根付かないが、買う段階でメリットがあるのは効果が高いことや、食育、特に子供に対する啓蒙の効果を感じた。

改装、移転に際しては主に雑貨商品ではあるが社会福祉協議会への寄贈に取り組んで

いる。小売りは消費者に近い位置にいるので、消費者に環境への意識を持ってもらうよう取り組んでいる。

#### (山崎製パン千葉工場)

食品メーカーとして、各法律の基本理念に基づき食を大切にする活動に取り組んでいる。(一社)日本パン工業会の環境自主行動計画に基づき、環境管理項目ごとに具体的な対策を講じ継続的に取り組んでいる。全国 26 工場で生産活動を行っており、未利用食料として、パンの耳、生地、バナナの皮、廃食油などが排出物として発生している。食べ物を大切にする活動として、食料資源の有効利用と国産食材の利用拡大に努めている。食事を大切にする活動として、ミールソリューション活動を通じて、朝食の欠食率の改善と食事バランスの改善の提案に努めている。

食料資源の有効利用については、食品ロスを発生させないことを第一に取り組んでおり、やむを得ず発生してしまう食品副産物は、食品の原料への利用を進めたうえで、食品リサイクル法に基づいて飼料化を最優先に再生利用している。未利用食料は 100% が再資源化されている。

食料資源の価値を最大限に利用するために、食品原料として有効利用した製品の開発に取り組んでいる。未利用食料として発生した食パンの耳はラスクや業務用のパン粉の原料として有効活用している。洋菓子製品「まるごとバナナ」の生産時に発生するバナナの切れ端やスポンジの切れ端は他の製品の原料の一部として有効利用するなど、食料資源を無駄にしない取組を行っている。食品原料として利用しきれない未利用食料は飼料原料として再生利用されている。

国産食材の利用拡大の取組としては、地元生産者と協力した地産地消製品の開発を行っている。地域特産物の利用拡大や規格外農産物の有効利用につながっている。千葉工場では JA ちばみどりと協力し、飯岡タカミメロンジャム入りのメロンクリームを使用した製品を開発した。

食事を大切にする活動では、専門スタッフが販売店の店頭等で行うミールソリューション活動や、サンドイッチ教室を通じて食事の大切さを伝える取組を継続的に行っている。親子で楽しめる内容となっており、作る楽しさ、朝食の大切さ、栄養バランスの大切さを伝えている、

未利用食料由来の飼料で育った豚を加工しグループ会社のスーパーで販売したり、社内食堂でエコメニューとして提供したりして食料資源の効率的な利用につなげられるよう、山崎の食品リサイクルループの構築を進めている。今後も継続していきたい。

(コーディネーター)

県の啓発の取組については御意見有ればうかがいたい。

(山崎製パン千葉工場)

啓発については、デイリーヤマザキの一部店舗で協力することは可能かと考えている。

(米屋)

明治32年に成田で羊羹の製造販売を開始し、現在は和菓子を中心にした製品を、成田市内にある2か所の生産拠点で製造している。直営市場と全国展開流通市場の2つの販売網を持っている。

自社工場があるので、食品ロス削減については、製造部門では特に無駄に在庫を抱えないこと、原料の適量管理を徹底している。製造現場では職場ごとに歩留まり率の向上について数値目標を作って結果を見える化している。羊羹の賞味期限の表示方法を年月表示に変更することで食ロス削減を図っている。

昨年からはSDGsの取組を行うようになった。初めての取組として、品質は問題ないが、見た目が悪くなってしまった焼き菓子などの規格外品は今まで廃棄していたが、食べられるものとしてアウトレット販売、成田市内の社会福祉施設への寄付、従業員配布等を行うようになった。原料由来廃棄物の活用として、今まで捨てていたあんこ製造工程で出る小豆の皮等を使った商品開発も行っている。

SDGsへの取組は昨年からの実施なので、実態把握や店舗での取組、ロスを出さない仕組みについて課題がある。

食品素材のごみは年間約360トンであった。数値目標として、廃棄量の1パーセント削減を目標に実施した。アウトレット販売等を実施し、今年の4月から9月で約2トンの削減ができていたので、引き続き実施し、新たな数値目標等も設定していきたい。

(コーディネーター)

県の啓発の取組については御意見いかがか。

(米屋)

日持ちしない生菓子については消費期限が迫ったものから取ってほしいが、積極的なおすすりめができていないので課題と考えていりる。

**(コーディネーター)**

県をサポートがあれば御協力いただける可能性があるという理解で良いか。

**(米屋)**

てまえどりの実施まで考えを深められていないので、相談してみたい。

**(国分首都圏)**

中間流通を担っている卸売業である。国分首都圏は物流拠点が 124 拠点あり、千葉県には 3 拠点ある。

SDGs に基づいて行っていることは、ホワイト物流に向けて、納品回数の削減や車両削減、納品日 0 の日を作っている。

食品ロスに関して、当社が掲げる「環境社会に配慮した食料資源の持続的な利用」として、2030 年度までにサステナブルカテゴリ商品の売り上げを 100 億円にすることとし、ジビエ食材による製品「缶つま」の作製販売など、環境に配慮した製品を作製している。

中間流通として、在庫として保有し期限の切れた食品の廃棄損を、グループ本社としては 2030 年度までに 2017 年度比半減を目標に活動している。国分首都圏としては、今年は 2020 年期の廃棄損から 50 パーセント削減を目指して活動している。当社では小売りをしていないので、賞味期限の迫った商品をグループ本社指定の廃棄業者に廉価販売を行っているほか、小売店での廉価販売に協力いただいている。今期は昨年度比 50 パーセントを達成できる見込みである。

**(コーディネーター)**

小売業と一緒になつて食品ロス削減に取り組んだ事例はあるか。

**(国分首都圏)**

千葉県の流通業では事例がなく、北海道や九州ではフードバンクを活用しているが、首都圏ではフードバンク等の活用成功事例はない。小売業のなかでも活用してくれているところはあるので、そういったところに食品の廉価供給をしている。

## (イオン)

2025年までに食品ロス半減をグループ共通の目標にしており、どうしてもロスが出る場合は、当社で持っている農場で使用する堆肥化、店舗で販売する肉の飼料化をしている。

具体的なアクションとしては、例えば肉のスキンパックなどでロングライフと食品ロス削減を同時に実現を図るほか、割引シールを貼るタイミング、価格についてAIを活用して売り場に物があがりながら売り切ることを実現している。

フードバンクへの寄付も積極的に活用している。フードドライブのほか、メーカーやステークホルダーと一緒に寄付をすることも実施している。

家庭での消費が増えている中、家庭で出る食品ロスまで踏み込んだ対策をしていく必要を認識している。メーカーが環境に配慮して努力しても、最終的にロスが出てしまえば取組が無駄になってしまうので、サプライチェーン全体で削減することが大切だと考えている。

フードバンクへの寄付について、先ほど寄付した食品に起因する事故の免責制度の話もあったが、そういったことに裏付けができてくると事業者として安心して寄付行動ができるので、制度の組み立てができてくるといい。

てまえどりの啓発についてはウェルカムである。年一回だけ行うのではなく、年間を通じてどのようにメッセージを発信していくのかをストーリー立てて考えていければ、効果測定は難しいと思うが、一過性の取組でないことを改めて強く発信できるのではないかな。

## (臼井ショッピングセンター)

本業は食肉の小売店である。ショッピングセンターは食品と小売りの集合体で、イオン臼井店をパートナーとして共同で運営している事業体である。

食品ロスの現状は、中小零細は大手のレベルに達していないと実感している。小売店では夕方の値引きで対策するのが現状である。割引の時間を見計らって来店する消費者もいるので、どうなっていくのかと考えている。

キャンペーンについては、消費者との最終接点者として、啓発は大切だと思っている。セブンイレブンさんのポイント還元などもあったが、てまえどりにプレミアムを付けて

啓発効果を高めていかざるを得ないのかなと感じている。消費者サイドから見れば、同じ商品が同じ値段であれば新しいものを取っていくのは多々見られるし、それが現状だと思う。てまえどりの啓発をしていくには、キャンペーンを行って趣旨を理解していただいたうえで声掛けをしながら取り組んでいく必要がある。

食品ロスの45パーセントは家庭の冷蔵庫にあるとも感じるので、そういった方向の啓発も必要だと思う。食品ロス＝プラスチック包装資材のロスにもなるので、脱炭素の観点からも食品ロス削減は大切だと改めて痛感した。

### (吉野家)

自社工場は埼玉県にある。工場は店舗とデータでつながっているため、発注関係のロスは少ない。ただ、食材を加工する工程で、牛肉、玉ねぎの端材が発生している。これをロスとすることなく、牛肉は他社にハンバーグ等の原料として販売、玉ねぎはソース等ほかの商品の原料としている。お新香やキムチで発生する白菜等葉物の端材は東武動物公園の動物の飼料として提供している。

現場の店舗では、リデュース、リユース、リサイクルは非常に難しい。安全安心が最優先になるため、期限切れの商品は絶対に使用できず、社内の賞味期限も短めに設定している。調理工程ミスや注文ミスによる廃棄もある。仕入れについては店舗の販売予測をもとに仕入れるため、予測とずれが発生したときのみ出てくるため、精度を上げていくことが課題となっている。

調理工程のミスは、消費者とのやり取りや電子機器の使用、ハンディーターミナルやオーダーコントローラーを使用しながら発生を抑制している。また、店舗の従業員のまかないのほか社員価格で持ち帰ることでロス削減に取り組んでいる。消費者が食べ残した食品については食品リサイクル法の対象となっているが、商品の小盛りや特盛などサイズを色々と設定することで食べ残しを抑制するように、会社として取り組んでいる。

### (千葉県社会福祉協議会)

フードバンクちばと協力してフードドライブに取り組むほか、各市町村社会福祉協議会と協力して、フードドライブを年3回活動している。一部の社協では、食品をお預かりし、その場でお困りの方へ提供する取組も実施している。



千葉銀行、ちばぎん証券、フードバンクちば、千葉県社会福祉協議会で去年9月に食品提供等に関する包括連携協定を結んだ。それぞれの立ち位置で食品提供や、生活に困難を抱えた方々につなぐことに取り組んでいる。

フードドライブ・フードバンク活動については、各市町村社会福祉協議会で独自に実施するようになってきた。生活困窮者の困り度が高くなっており、スピード感が求められるようになった。把握しているだけで4つの市社協で取り組んでおり、この取組は広がっていくと感じている。

全国的な制度である生活福祉資金貸付制度のヒアリングに際して、食料がないという相談があればフードバンクちばにつないで食品を提供していただいている。生活保護や雇用保険の受給までのつなぎ、初回給与までのつなぎとして当座の安心を担保できる状況となっている。コロナ感染症の影響で緊急小口資金等特例貸付を実施しており、現在11万2000件を貸し付けている。以前は年平均して2000件程度であったので、相当な数が増えている。各市町村社会福祉協議会で相談を受けているが、ぎりぎりの生活状況でいよいよ困ったとなって相談を受けることが多いようである。非正規雇用者やコロナの影響で解雇となった退職者、自営業者、外国人など、これまで見えてこなかった人からの相談も浮き彫りになってきた。そうした中で食品を通じた支援で、一時的ではあるが対応することで、生活を維持していくということに取り組んでいる状況である。

子ども食堂では経済的に困窮していたり、家庭内で困難を抱えていたりする子どもに対して食事を通じた支援をしている。子どもだけではなく世帯の困りごと、ひとり親家庭や家族内のDVも子ども食堂を通じて発見することがある。そうした人々への福祉的支援につながる効果もあるし、地域内での交流、食事後に宿題を見ようという活動も展開されている。高齢者で年金受給がままならない人、住むところがあるが収入が途絶えた人にも対象を広げて支援している。

市町村社会福祉協議会によっては、規格外農産物や余剰食品等を寄付で受け入れている場合もある。こういった食品は、社会福祉協議会から子ども食堂や食事サービスを行っているボランティア団体などに提供して活用してもらっているほか、米の精米加工や袋詰め作業を通じて引きこもりの人の社会参加の支援につなげている事例もある。

(フードバンクちば)

2012年5月にワーカーズコープちばという共同労働の団体を母体に設立した任意団体である。フードバンク活動は制度に基づくサービスではなく、ほとんどが民間のボランティア団体である。昨年末、商業施設ハーバーシティ蘇我にある建物に移転し、そこを活動の拠点としている。千葉県内の企業や団体、家庭から、まだ食べられるのに捨てられてしまう食品を無償でいただき、児童養護施設や母子支援施設、子ども食堂などに直接手渡しをしているほか、生活に困窮している個人や世帯には支援機関を通じて無償で提供している。

昨年実績では、コロナ禍の影響で支援量が増えている中、寄贈量も非常に増え、それが事務所移転のきっかけにもなった。全国や県で発生している食品ロスと比較すると扱っている量はわずかであるが、できる限り有効活用したいと考えている。

フードバンクちばの特徴としては、企業からの事業系食品寄贈の他、家庭や職場内など個人からの食品寄贈が多いことである。フードバンクでは県社協と共催で年3回フードドライブを実施しており、100か所以上の窓口を県内に設け、1回のキャンペーンで10トン以上の食品を集めている。近年CSRやSDGsなどの観点から食品ロスへの関心は高まっており、様々な主体が参加し広がっている。

生活協同組合が2017年から実施する「命をつなごうキャンペーン」で、毎年9月から11月の間に組合員を中心に食品を提供してもらっている。生協の物流システムを使って配達後の帰りの便で余剰食品を集めたり、県内店舗にボックスを置いて食品を集め寄贈いただいている。集まった食品の活用は、基本的に個人の支援を中心に行っている。生活に困窮し緊急性の高い家庭、世帯に支援機関を通じて申請してもらい、その日のうちに梱包して宅配便で翌日に届け迅速な支援を行っている。団体にはその都度ニーズに合わせて提供し、不定期的な支援を続けている。コロナ禍で若い世代の困窮が深刻で、今は大学生や定時制高校への支援を進めている。

フードバンクの活動は寄贈側からも提供側からもお金が生まれない活動である。今のところ公的な支援もないので、保管場所、配送運営の経費は寄付や会費、助成金を基盤にしている。毎日の配送作業は地域のボランティアに支えられている。寄贈支援の規模が広がる中、資金も人員も不足してきているので、活動を継続するためには地域全体で協力いただく、関わっていく体制を整えることが必要と考えている。

フードバンクちばでは、どのようなものが、いつ、どの位の量を提供いただけるか分

からないので、その都度配分して運営している。そのため、学生支援、被災者支援など特定の場合に食品の調達をするのが難しい。物流や在庫管理をスタッフ2、3人で回しているので、情報管理システムなど技術的な後方支援があると助かる。活動を維持するための資金援助は常にお願しているが、頼ってばかりではいけないので、自主事業の立上げ等も考えている。

ボランティアの強化は一番の課題である。ボランティアは定年退職後の高齢者や少しの時間でわざわざ手伝ってくださる人なので、事業を継続する上ではもっともっと人手が必要である。

フードドライブの取組は市民一人一人が食品ロスに向き合って実際に参加できる活動なので、親しみやすいと考えている。千葉県にも啓発、運営についても関わってほしい。

てまえどりは、フードバンクちばからも発信していきたい。

今年から3年間、国の休眠預金を活用した助成事業に採択された。千葉県内でフードバンクの活動を定着させるにあたり、フードバンクちばが中核的な役割を担い、盤石なものにしていく事業である。地域全体で支えて、支えられる活動を実施し、食品ロスと貧困の問題に向き合っていきたい。蘇我の事務所もぜひ一度ご覧いただきたい。

## (コープみらい)

食に携わる事業者として、生産者、製造者、リサイクル業者、消費者である組合員などのステークホルダーのつながりを大切に、お互いの事情を共有する中で様々な食品ロス削減活動を進めている。「みらいにつなぐもったいない」を合言葉に事業と活動で推進している。

生協といえば宅配のイメージでしょうか、宅配は食品ロスの少なさを実現している。1週間前の注文や予約販売で商品の無駄を少なくし、宅配は同じルートを通ることで環境にも配慮している。規格外農産物をお得な値段で販売することで、農家の経営を安定させ持続可能な生産につながる。

商品の納入期限について、一部で2分の1ルールを実施するほか、賞味期限の年月表示にも順次切り替えている。

流通段階で袋が破れた食品などはフードバンクなどに寄贈している。店舗でも食品回収ボックスを設置してフードドライブの活動を呼びかけている。

消費者教育の取組として、職員や組合員が講師となり出前授業を行っている。千葉県を6つのブロックに分け、約80人の組合員による有償ボランティア、ブロック委員が活動している。コープみらいの取組や、SDGs、エシカル消費、フードドライブなどを学びながら「自分ごと」として取り組める工夫をしている。

これらの取組により、コープみらいが加入しているコープデリ生活協同組合連合会が、食品ロス削減について消費者庁から表彰を受けた。

てまえどりは買い物する人に気付いてもらえる良い取組だと思う。目にする場所が増えると食品を無駄にしないことに意識が向けられるので、いたるところに目につくというのが大事だと思う。

ちばエコスタイルの認知度がまだ低いので、公共施設やスーパーや店舗などにも掲示があるといい。小中高校で削減ポスターやポップの募集をするなど、若い世代も楽しみながら食品ロスの関心が持てるようになると広がっていくと思う。

#### (専修大学 教授)

流通政策分野の研究、社会活動をしており、教育面でも実践したいと考えている。10月の食品ロス削減月間等にちなんで、九州の農家と神田神保町の飲食店とコラボして、「食品ロス削減のための規格外果実アップサイクル社会実験」として、弁当を作り販売した。小さな取り組みではあるが、学生の意識も前向きになり、地域の人に呼びかけることで、様々な反応がありよかったと思う。

食品ロス削減はサプライチェーン全体で取り組んでいかなければ解決は難しい。

サプライチェーンの中でそれぞれの事業者が食品ロスを発生させないための様々な取組を行っているが、それでも発生するようなものをどう抑えていくかということで、シェアリングプラットフォームの活用が大事である。

現在、フードロスに関わるビジネスのマッチングプラットフォームが乱立している。学生たちはどちらがお得か、どちらが社会貢献できるか、という両方の観点を意識しており、若い人は高い関心を持っている。経済性と社会貢献性をどのように両立していくのが重要であり、消費者の判断基準について調査を実施するのもおもしろい。

並行して寄贈も進めていく必要があるが、寄贈においては誰にどの程度の責任があるのか、ルール作りをしていくことが大切である。寄贈する側の企業イメージをどう守

るかも大切である。寄贈によりブランドイメージが下がるのであれば、規格外品を寄贈するのではなく、正規品を堂々と寄付したい企業もいる。寄贈は単純な食品ロス削減の手段ではなく、困っている人をどのように助けるか福祉の問題でもある。経済と福祉のバランスも常に考える必要がある。それでも発生する食品ロスの対策も必要である。

てまえどりをめぐっては家庭内で親子喧嘩が起こっている。親は新鮮なものを買おうと後ろからとるが、子供は学校で習ってお店の掲示も見て手前からとろうと言う。家庭内でそういった争いをあえて起こしていくこともおもしろいと思う。

食品ロス削減対策についての県と市町村の役割がよくわからない。県の事業でてまえどりの話だけに収斂するのはおもしろくない。市町村がどのように取り組んでいて、県がどのように捉え、協力できるところがあるのか等、県全体のネットワークのノード(結び目)としての役割を県には果たしてほしい。

#### (コーディネーター)

御発言をいただき、それぞれの問題意識を共有できたと理解している。

若い人へのアプローチが大切であること、事業者の努力をしっかりと伝えていくこと、家庭の実態に目を向けていくこと、消費者の細かい考え方に焦点を当てていくこと、多面的に様々な場所で露出していくこと等が啓発では重要であると理解できた。

御協力ありがとうございました。

---

#### (司会)

長時間にわたり、ありがとうございました。啓発キャンペーンの内容につきましては、本日の意見交換の内容を踏まえ、後日、ご案内させていただきます。また、次回開催日程ですが、2月～3月頃の開催を予定しております。御多忙とは思いますが、後日、日程調整させていただきますので、よろしくお願いいたします。

それでは、以上をもちまして、令和3年度第1回千葉県食品ロス削減ネットワーク会議を終了いたします。ありがとうございました。