作成日/　2024.7.8

□■　食品表示活用研究会　活動報告　■□

部会	第 1 回消費者部会（ASCON コラボ）	**作成者**	消費者部会　小沢
開催日時	2024 年 7 月 5 日（金）16：00～19：00	**開催場所**	食品衛生センター 6 階講堂
目的	消費者市民社会をつくる会（ASCON）とのコラボ企画 「始末よく暮らす・心地よく生きる～食品ロス削減推進のための意見交換会」 登壇者による話題提供（行政・事業者）を受け、3 つのテーマに沿った参加者によるグループディスカッション・共有を行う事により、今後の目指す姿、課題等を考える機会とする。		
参加者	食品表示活用研究会参加者：31 名（会場参加 17 名、オンライン参加 14 名） ASCON　約 50 名		

＜実施内容＞

＜当日の進行＞
- 16：00～16：05　全体ガイダンス
- 16：05～16：15　ご挨拶
- 16：15～16：45　消費者庁「食品ロスをめぐる事情」
- 16：45～17：25　事業者の取り組み・課題の提示
- 17：30～18：10　グループディスカッション
- 18：10～18：50　グループ別の発表・追加質疑および全体ディスカッション
- 18：50～19：00　全体講評・閉会挨拶

＜登壇者＞
- 消費者市民社会を作る会　代表理事　阿南　久様
- 食品表示活用研究会　司会進行　鈴木　美樹

◆食品ロス削減施策パッケージについて
- 消費者庁　消費者教育推進課 食品ロス削減推進室 田中　誠室長

◆関係者の取組み・課題の提示

1. 期限表示
- 消費者庁　宇野　真麻様
- 株式会社 Mizkan Partners　服部　俊秀
- 食品表示活用研究会　柳澤　美智代

2. 食品の寄付
- 公益社団法人フードバンクかながわ　事務局長　藤田　誠様

3. 食品の持ち帰り
- 株式会社　セブン＆アイ・フードシステムズ　サステナビリティ推進総括マネジャー/環境部会長　環境カウンセラー　中上　冨之様

＜実施内容＞

◆消費者庁　食品ロス削減施策パッケージについて

（資料 1：食品ロスをめぐる事情）
- 農林水産省及び環境省「令和 4 年度推計」の食品廃棄物等の発生状況と割合＜概念図＞をみると、食品ロス量

として家庭系：236 万トン、事業系：236 万トンの計 472 万トン、経済損失として 4 億円と計算されている。

- SDG s の目標 12.3「収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる」に記載のある食品ロス量に計上されていない余剰生産・規格外の農産物についても対策が必要である。
- 食品ロスの削減目標については今年度見直しを行い、令和 7 年度から新たな基本方針に基づき 2030 年度の目標に向けて進んでいく。2020 年度・2021 年度の食品ロス量はコロナ禍による影響を受けている為、2030 年度までの目標を達成する為には今後 100 万トンを超える更なる削減が必要となることが示された。
- 各国の法制度の比較において、各国での税制優遇・免責制度等が共有され、日本でも検討がされている。
- 現状食品の寄付にあたり、信頼できるフードバンクの選定の問題、提供後の保存方法の管理等が課題。
- 更なる食品ロス量を削減させるポイントとして未利用食品の提供（食品寄付）の促進・外食での食べ残しの持ち帰り促進・食品廃棄物の排出削減の促進を進めていく事が施策パッケージにて示された。

◆関係者の取組み・課題の提示

1. 期限表示

➢消費者庁　食品期限表示の設定のためのガイドラインの見直し検討会

（資料 2：食品期限表示の設定のためのガイドラインの見直し検討会）

- 食品ロスのパッケージの中の食品期限表示の設定のあり方の見直しを消費者庁で行っている
- 食品ロス削減の観点と食品の安全性の確保に関する国際的動向に配慮しつつ科学的知見に基づく観点から見直しを行う。賞味期限が到来した食品で「まだ食べることができる商品」の取り扱いについても具体的な検討を行い、食品寄付活動の促進につなげる。
- ガイドラインを見直すために検討会を立ち上げ、期限表示の設定に係る実態調査及びヒアリングの実施・検討を進め、2025 年 3 月に改正「食品期限表示の設定のためのガイドライン」の公表を行う事が示された

➢株式会社 Mizkan

- 年月表示を進めているが、商品全体に広げることができない、1/3 ルールが大きなポイントとなっている
- 全国の倉庫の物流の効率化を考えると年月表示や有効だが、年月表示にすると賞味期限が短くなってしまう為、賞味期限を 1 か月延長することが必要になる。
- 賞味期限を 1 か月延長する事で風味が変わってしまう商品については、年月日表示で対応している商品もある
- 季節商品の賞味期限は長いが、1/3 より早めに返品されてしまう悩みがある
- 家庭にある野菜の食品ロス対策として漬物（もったい菜漬）や鍋に入れて楽しむオリジナルメニューを京都市と連携して提案している
- 社内で産業廃棄物工場やフードバンクの見学を行うことで社内に啓蒙、工場での生産時のロスの抑制の対策をしている。
- 江戸時代、お酒を造る際に出る酒粕を利用して酢を製造した、食品ロス対策を昔から行っている

➢食品表示活用研究会　食品メーカーが考える賞味期限

- 保管していたジャムの色が変わっていると消費者の方からお問い合わせがあるが色調が変わっているだけで安心して召し上がれる旨を回答している
- 賞味期限の設定についてはガイドラインに加え、商品コンセプトを考慮して設定をしている。お客様が期待する商品を提供する為、賞味期限延長にあたっては官能の部分が重要である
- 缶詰は光の影響は受けにくい為、安全係数の緩和で賞味期限の延長の可能性がある
- 賞味期限延長に関しては容器や製造、技術革新とセットで行う必要がある
- ジャムは主食にならないカテゴリー、未利用食品の利用していく必要がある
- 食品の提供の円滑化を行い、良い状態で寄付をできるスキームへの参画で食品ロス削減に寄与していく必要がある
- フルーツ缶での運用としてどの月に作ってもその月の 1 日を表示することで期限の逆転などの問題をなく

し、物流の効率化に取り組んでいる。

2. 食品の寄付

➢公益社団法人フードバンクかながわ

（資料3：フードバンクかながわ報告資料）

・ 貧困問題を課題として生協・農協・市民団体等１２団体で設立した
・ 食品受け取り団体として、こども食堂・地域のフードバンク・児童養護施設等315団体がある
・ フードドライブ回収拠点としてイトーヨーカドー、無印良品、神奈川県庁、横浜市各区役所等 339 カ所にボックスを設置している。
・ 「もったいない」を「分かちあい」「ありがとう」へ　をキーワードとしている
・ 神奈川県の16.7%が生活保護以下の生活をしていると推定されており、見えにくい貧困が多い
・ メーカーからの寄付、災害時備蓄品、フードドライブから寄贈された食品をフードバンクの倉庫で仕分けして団体からのアンケートに基づいて配送している。配送は生協の物流網を活用して神奈川県のエリアを１箱当たり数十円で送付することができる。
・ コロナの影響でフードバンクの認知度が上がり、寄贈が増えている
・ フードドライブ以外の 7 割の食品はトレーサビリティを確保し、アレルゲン情報を含めて各企業から情報をもらいシステムに入力、消費期限含めてＱＲコードを発行している。
・ フードドライブの商品はボランティアが仕分け・日付チェックを行い管理している
・ フードドライブのＣＭやスーパーの取り組みを見て、小学生が興味をもち、フードドライブについての授業を行う予定。小学生もＳＤＧｓ・貧困問題を学んでいる。
・ 冷凍食品についてもマルハニチロと取り組み 50ｔ寄付が活用されている。常温品が多い中、冷凍食品は肉や野菜があるので大変重宝している
・ 休眠預金活用助成により 2022 年 4 月より冷凍トラック・冷凍ストッカーを購入、冷凍食品の取り扱いを開始している。神奈川県以外にも運べるネットワークを整備している。
・ 夏休みフードバンクの見学に来る等、家族全体でフードロスの関心をもってもらいたい。

3. 食品の持ち帰り

➢株式会社　セブン＆アイ・フードシステムズ　食品リサイクルループと mottECO（モッテコ）事業

（資料4：食品リサイクルループと mottECO（モッテコ）事業）

・ 2050 年に向けて 4 つのテーマを決め環境部会が全部署横断的に活動を行っている
・ 気候変動は人類の脅威だと自覚しながら経営を進めている
・ パートナーシップによる環境推進を行っており、店舗から出るコーヒー豆粕を自社回収し、リサイクル業者に運搬、コーヒー豆かすの飼料で育てた乳牛から取れた生乳をホワイトソースにし、サステナブルメニューとして販売している。
・ 食べ残したら持ち帰る。環境省が推奨する食品ロス削減アクションとして mottECO(モッテコ)に取り組んでいる。「もっとエコ」「持って帰ろう」というメッセージが込められ、持ち帰っておいしく食べて、ごみも減ってみんな笑顔、というデザインになっている。
・ 持ち帰りたいと希望があった場合、mottECO(モッテコ)の容器と注意喚起のチラシ（安全に食べきる為のガイドライン)、アンケートを渡している。
・ アンケートでは mottECO(モッテコ)利用されたものは 99%召し上がっていることが分かり、廃棄物削減につながっているとみなすことができる
・ mottECO(モッテコ)事業を各社団体と連携して拡大しており、産官学連携で「mottECO 普及コンソーシアム」
・ として推進している
・ mottECO(モッテコ)取り組みによりデニーズだけで１年間に２０ｔ以上、コンソーシアム合計では 72ｔ以上の食べ残しが人々の栄養になっており、令和５年度食品ロス削減推進表彰　環境大臣賞を受賞した

・　事業の成果として期待のコメントが多くあり、今後もこの活動を広めていきたい

<グループディスカッション>

ディスカッションテーマ

1. 期限表示
2. 食品の寄付
3. 食品の持ち帰り

●テーマ 1

・　期限表示をのばす努力はしているが、本当にロス削減になるのか疑問である。消費・賞味期限を一つにまとめるのも良いのではないか
・　期限表示を年月表示にすると賞味期限が短くなってしまう
・　小売の 1/3 ルールを緩和することはできるとロスが減るのではないか、しかしシステム化されている為、変更するのは難しいのではないか
・　消費期限・賞味期限についてまずは一般消費者に理解してもらうことが必要ではないか
・　商品の全数検査はしていない為、安全率の設定は必要ではないか
・　賞味期限が過ぎても食べられるが風味が落ちてしまうことが問題である
・　食品ロスを減らす取り組みの表彰制度を増やすことで企業の取り組みを促進することができるのではないか
・　捨てられる食材を活用できるレシピを公開することで食品ロスを減らす取り組みを行っている
・　地域毎のネットワークを作りをすることで、日配品等を取りに来てもらう仕組みを作り廃棄を減らすことができないか

●テーマ 2

・　チルド品（日配品）の寄付は消費期限が短い為難しい
・　寄付をしたくても免責の責任の所在などのリスクが懸念される
・　売上の一部で食育かるたを作成して寄付を行った事例や出荷できない商品を発泡スチロールを活用し温度管理して寄付した事例がある
・　社内の組合で寄付を募る活動があったが、1.2 回に留まっている
・　消費者の教育を地道に行うことが必要である。賞味期限 1 日過ぎたが食べられるかという問い合わせがある
・　子供食堂も届け出を出している所と出していない所がある。継続性のない所は許可が取れないことが問題
・　転売リスクがある事が心配（廃棄業者が売ってしまう前例があった）
・　賞味期限の延長の為、年月表示（粉ミルク）を安全率 0.9 に変更し、フードロス削減に取り組んでいる
・　日本に寄付文化が根付いておらず、企業としてのシステムも確立されていない
・　常温食品のみだと栄養が偏ってしまうのではないか
・　冷凍品やチルド品をストックする場所の確保やコールドチェーンに対応できるシステム作りが必要。
・　トラックの運送などの人手不足の為、寄付を行いたくてもできない現実がある
・　フランスを見習い、退職後はボランティアを行うことが日本にも根付くと良い
・　企業が補助金で財源を確保して取り組める仕組み作りが必要
・　認証マークを活用することで寄付の見える化をしていくと良いのではないか

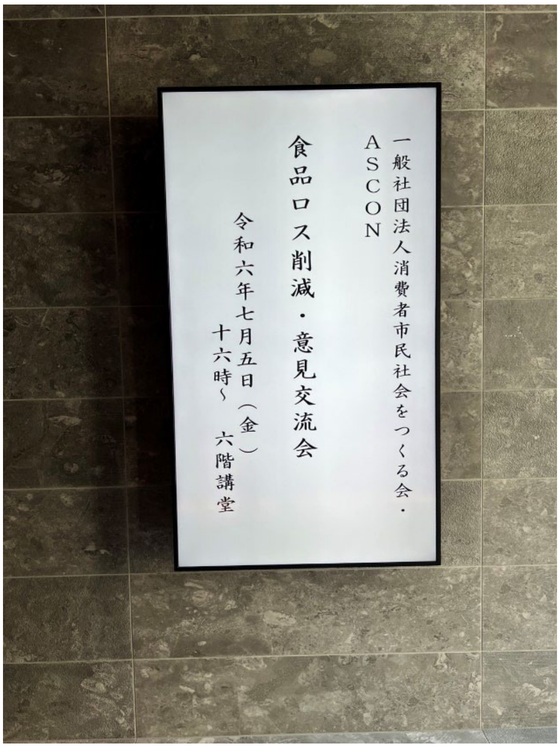
●テーマ 3

・　持ち帰りになるような状況は少ない外食産業もある
・　パーティ会場等や宴会場での持ち帰りのシステムを活用出来たら食品ロスは減るのではないか
・　持ち帰りができるという消費者の認知度が低い、また持ち帰りをした後いつまでに食べたらよいのか等の消費者向けのガイドラインがあると運用しやすいのではないか
・　持ち帰り希望が増加はしているが積極的には勧めていない。持ち帰り後の食中毒が懸念される

・　食べられるものだけ注文しよう！等消費者への働きかけが有効ではないか

＜総評＞（阿南様）

・　外食の食べ残しを持ち帰るシステムがもっと増えれば更に食品ロス削減に取り組める
・　行政・流通・メーカーが連携し取り組むことが大切である。事業者、消費者共に今までの枠にとらわれずに一緒に考え、貧困の方々が安く購入できる仕組みを作り、食品を捨てない工夫を検討することが重要である。
・　消費者庁の取り組みや事業者の発表も食品ロスについての取り組みが検討されておりすばらしい。
・　こども食堂等支援を待っている人はたくさんいる。もっと現実をみてフードバンク等の支援・検討を行う事が重要である。



以上