

食品廃棄物等の発生抑制の目標値検討ワーキンググループ

第5回議事録

農林水産省 食料産業局 バイオマス循環資源課 食品産業環境対策室
環境省 大臣官房 廃棄物・リサイクル対策部 企画課 リサイクル推進室

第5回食品廃棄物等の発生抑制の目標値検討ワーキンググループ 議事次第

日 時：平成23年12月27日（火） 9:00～12:00

場 所：スタンダード会議室301 新橋Museum 5階A会議室

1. 開 会

2. 議 事

- 1 細分類での相関分析の結果について
- 2 細分化を実施しても強い相関を得ることが難しいと想定される業種のアンケート調査結果について
- 3 業界団体ヒアリングを踏まえた主要論点別の検討の方向について
- 4 業種別における食品廃棄物等の発生抑制の目標値設定に係る方向について
- 5 今後の予定について

3. 閉 会

○佐竹食品産業環境対策室長 それでは定刻になりましたので、ただいまから第5回食品廃棄物等の発生抑制の目標値検討ワーキンググループを開催いたします。

私、農林水産省食品産業環境対策室長の佐竹でございます。よろしくお願いいたします。委員の皆様方には、お忙しい中お集まりいただきましてありがとうございます。

今回のワーキンググループの事務局及び議事進行は農林水産省が務めさせていただきます。しいていまして、今回の座長につきましては、食料・農業・農村政策審議会食品産業部会食品リサイクル小委員会座長の牛久保先生にお願いいたします。

それでは、これ以降の議事進行を牛久保座長にお願いいたします。よろしくお願いいたします。

○牛久保座長 おはようございます。それでは早速でございますけれども、議事に入らせていただきます。その前に、事務局から配付資料が各種ございますので、資料の確認と取り扱いについてご説明をお願いいたします。

○佐竹食品産業環境対策室長 それでは、お手元の資料のご確認をお願いしたいと思います。今、お手元に「議事次第」、「ワーキンググループ委員名簿」、それと資料1の「細分類での相関分析の結果について」、資料2の「細分化を実施しても強い相関を得ることが難しいと想定される業種のアンケート調査結果」、また資料3-1といたしまして、チェーンストア協会からの提出資料、資料3-2といたしまして「業界団体ヒアリングを踏まえた主要論点別の検討の方向について」、資料4といたしまして「業種別における食品廃棄物等の発生抑制の目標値設定に係る対応方向について」、資料5といたしまして「今後の予定について」。参考資料といたしまして2つございます。1つは第4回のワーキンググループの議事録、もう一つはアンケート調査の概要でございます。

また、前回に引き続きまして、これまでの合同会合、ワーキンググループの資料をハードカバーのファイルにつづってありますので、適宜ご参照いただければと思います。

もし今、資料の不足がございましたら、お申し付けいただければと存じます。ございますでしょうか。

なお、本日の資料につきましては、原則すべて公開ということでさせていただきたいと思っております。また、合同会合終了後には、発言者名を記しました議事録を作成いたしまして、また各委員にも配付してご確認いただきました上で、委員のご了解のもと公開をさせていただくという段取りになっておりますので、よろしくお願いいたします。

○牛久保座長 ありがとうございます。それでは議事に入りたいと思いますが、まず事務局から資料の説明をお願いいたします。

○佐竹食品産業環境対策室長 では早速でございますが、資料1をごらんいただきたいと思います。「細分類での相関分析の結果について（案）」でございます。表紙をめくっていただきまして、「『発生抑制の目標値』の設定の検討における基本的考え方」と書いてありますが、今回の細分類の報告についてご報告します。

定期報告が27業種ございましたが、そのうち1回目のワーキンググループでの皆さん方のご意見を踏まえまして、さらに業種の細分化を実施させていただいております。また、第2回ワーキンググ

ループで、加工食品卸協会、卸業からのヒアリングもございました。そういったところも踏まえまして、卸売業の2業種につきましても、追ってご報告申し上げます環境省さんが実施されたアンケート調査からデータをいただきまして、業種の細分化を実施しております。合計16業種の細分化を実施しております。回答状況は以下のとおりでございまして、全体で言いますと、最初の14業種でいきますと、ほぼ、トータルで言うと75%の回答率。アンケート調査の中で組み込ませていただいた業種細分化の回答率も48%ということで、この手の調査については非常に高い回答率をいただいたと思っております。

次のページをおあけいただきまして、業種の細分化というふうなもののもう一つご説明をさせていただきますが、例の中で、その他食料品製造業、農畜産物・水産物卸売業の場合を書いてありますけれども、それぞれ小分類で定期報告でご報告いただいていたものを、産業分類上のさらに細かい分類に分けて、報告いただいた企業がそれぞれ何に該当するかというのを、郵送にしてアンケート調査の形で聞かせていただいたという調査でございます。これによりまして、細かい業種ごとにデータを再度そろえ直して、統計分析手法を行ったということでございます。

次のページをお願いします。3ページ目になりますが、統計分析の方法についての再整理でございます。端的に言いますと、密接な関係を持つ値がしっかりあるかどうかの確認でございますが、相関が何をもってあるというふうにしたかという整理でございます。「※」ということで、「原則として、以下の①から④の検証を実施し、条件を満たす業種については強い相関があり、かつ有意とした」ということでございます。4つの検証をしております、まず最初は相関分析があるかないか。相関係数が0.7以上である場合は適切な設定と評価をしたということでございます。さらに②の部分でございますが、偶然関係があるかどうかという可能性について検討を行った、いわゆるt検定というものを評価したということでございます。3番目、ばらつき。外れ値があるかどうかということにつきましては、散布図によって再検証をしたということでございます。さらに、標本数、標本数の割合が適切かどうかということにつきましては、④でアとして、標本数が8件以上のものについては分析がいいということにしたということ。さらにイの部分でございますが、標本数が全体として半分を超えている業種についてそれを対象にしたということでございます。

なお、前回、8月の段階でご説明させていただいた検定方法に若干違いがございまして、これまでのt検定は外れ値の判断のために用いていたわけでございますが、相関係数の検定と混同する可能性が高いということで、通常のt検定をやったほうが素直でいいのではないかとこともございましたので、相関係数のt検定ということで評価をさせていただいております。

その結果が次のページでございまして、端的に申し上げまして、この1、2、3、4という検証の結果、該当する、相関があつてかつ有意と認められたものについては、業種欄の区分に丸、特に背景色で黄色で評価をしております。なお、割合中に赤字で書いてあるものについては、標本数の割合が50%を超えているものという表記でございます。

相関分析の結果、端的に言いまして相関があるとみなされるものについては、上から順番に言っ

いきますと、肉加工品製造業、牛乳・乳製品製造業、しょうゆ製造業、みそ製造業、ソース製造業、砂糖製造業のうちカンショ糖、パン製造業、米菓製造業。すみません、「その3」にまで行っています。めん類製造業、豆腐・油揚げ製造業、冷凍調理食品製造業、総菜製造業、すし・弁当・調理パン製造業。「その4」でございますが、蒸留酒。7ページになります。14番になりますが、食料・飲料卸の部分で、飲料専門以外の部分と飲料専門のもの、それと各種食料品小売業、鮮魚小売業、菓子・パン小売業。さらにコンビニエンスストア、飲食店、持ち帰り飲食サービス業のそれぞれの業種が、強い相関があり、かつ有意と評価されたということでございます。

なお、この相関分析の手法につきましては、事前に、統計の専門家でいらっしゃいます菅先生にご確認もいただきまして、一応ご了解をいただいているものでございます。説明は以上でございます。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。ただいま、資料1につきましてご説明いただきましたけれども、それでは資料1につきまして委員の皆様方からご質問をいただきたいと思います。

その前に、今お話がございましたけれども、菅委員に事前にご確認をいただいているということでございますので、何か補足説明がございましたらお願いできますでしょうか。

○菅委員 最後のところで変更点の話がありますが、別に前回の検定が間違えていたわけではない。ただ単に、外れ値といいますか、2つの集団の平均値が違うというのを検定したいということでやっていたのですが、議論した結果、外れ値の判断には散布図でやったほうがいいんじゃないかということと、こういう場合は通常のまず検定をやるべきであろうというふうにやってみまして、結果は非常にすっきり出ていると思います。すなわち、標本数が少ないと、偶然、関係があると出ちゃうことがあるんです。ここで、p値というのが非常にわかりづらいと思いますが、これは要するに、偶然関係があると出る確率が出ていると。それが5%を下回るということは、統計ですので絶対はあり得ませんで、20回に1回は偶然関係があると出ますよと。ただ、一般的にこういう場合、5%を1つの基準として見るのが慣例となっております、5%を下回れば、少なくとも20回のうち19回は、偶然こういうことが起きたということはないというふうに判定できるというので、基準としては明確であると思われます。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。それでは各委員のほうからご質問またはご意見ございましたらお願いできますでしょうか。石川委員、よろしくお願いします。

○石川委員 大変わかりやすくまとまったと思います。私が1点だけお伺いしたいのは、4つクライテリアがあって、そのうちの4つ目というのが、標本数の割合が半分以上であるというクライテリアがあるのですが、これは今回は報告者側に、製造数量であるとか売上高でオプションを与えて、それで一番ありそうなもので報告してもらう、もしくは管理しているもので報告してもらうという趣旨だと思うのですが、これが業種によってはいろいろな種類が分かれていて、それぞれの企業がばらばらに選ぶと、半分以上にならないということになって落ちてしまうのですが、そういう意味でクライテリアとしては、4つのうちの4番目というのはちょっと性質が違うかもしれないなという気もちょうとするんです。細かく見ると、ほかのクライテリアでは満たしているものもあるのかもしれないなとちょっと思うわけです。つまり、一部の事業者だけでも、数量とか売り上げとか、どれかを選ん

だものについては相関係数が高くてt検定もクリアしていて、ただし標本数としての報告件数が少ないがゆえに現在は落ちていると。

これは今の段階は仕方がないと思うのですけれども、次のステップでは、後ろのほうの資料でちょっと出ているかと思うのですけれども、もっと突っ込んで、同じ業種のほかの企業さんはこういうのを選んで高い相関が得られているので、その製造数量なり何なり、可能性の高い指標についてアンケート調査をすると。データをちゃんと管理していますかというふうなことを突っ込んでいけば、次のステップではそこでもつくれるかもしれないと思うのですが、その辺はいかがでしょう。実際に細かくデータを見られているほうで。

○佐竹食品産業環境対策室長 まず、半分の④のイですか。過半数を超える業種を対象にしたというのは、ワーキングの1回目でもご説明させていただきましたが、相関はとれているのだけれどもカバー率が非常に低いというふうな問題があったところがあるということもございまして、ある程度、サンプルとして統計が、ある程度のカバー率がないと、相関があるといってもなかなか事業者の方々の理解が得られないだろうという観点で、今回、整理をさせていただいたということではございます。

ただ、ご指摘のとおり、サンプル数、カバー率が少ない中でも、相関がとれるのではないかという可能性のあるものもございます。また、そういったものにつきましては、今回いろいろこういう調査をさせていただいたということ、また別途いろいろヒアリング等の結果、またこれから業界の皆様方等にこういうことを浸透していく中で、やはり各企業さん、というより各業界全体の中で、密接な値というのはどういうものが一応適切であろうかという議論が当然なされてくるかと思しますので、そういう意味では、そういった形で、今後という意味で、より密接な値というのが、そういう集計が今後、より増えてくれば、そういうデータが得られていくことになるのではないかと考えております。なので、今回の相関分析の結果をいかに事業者の方々に普及していくかということが重要なと思います。

○牛久保座長 よろしゅうございますでしょうか。

○石川委員 はい。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。

ないようでしたら次に進めさせていただきます。引き続き、資料2の「細分化を実施しても強い相関を得ることが難しいと想定される業種のアンケート調査結果について」の説明に移りたいと思います。資料2につきましては第1回ワーキンググループで、業種の細分化を実施しても強い相関が得られないと考えられる7つの業種がございました。それにつきまして、事業内容に関連する食品廃棄物等の発生の特徴や発生抑制の可能性等について考慮の上、どのような形で発生抑制を進めていくべきか検討を行うことと整理されておりますので、これらの業種につきまして環境省がアンケート調査を実施していただいております。その実施いただきました、実態把握をした結果がこちらでございますので、この資料につきましてご説明をよろしくお願いしたいと思います。

○森下リサイクル推進室長 環境省のリサイクル推進室長の森下でございます。資料2をごらんいただけますでしょうか。おめくりをいただきまして、まず1ページ目でございます。「細分化を実施して

も強い相関を得ることが難しいと想定される業種に関するアンケート調査」、ただいま座長からご紹介がございましたとおり、1ポツ、「調査の目的」というところを見ていただきますと、ポツの2つ目からご紹介しますが、第1回ワーキンググループ会合におきまして、7つの業種については業種を細分化しても強い相関が得られない業種として整理がなされたところでございます。その7つについて、そこに記載をしておりますけれども、この7つの業種の中で、特に定期報告の報告件数が多い3つの業種、農畜産物・水産卸売業、食料・飲料卸売業、結婚式場業の3つの業種につきまして、食品廃棄物等の発生量と密接な関係を持つ値に強い相関が見られないという結果になった原因を解析したいということで、電話ヒアリングあるいはアンケート調査というものを実施させていただきました。お忙しい中、アンケート、電話ヒアリングにご協力をいただきました事業者の皆様方に、厚く心からお礼を申し上げます。

調査の方法でございますけれども、電話ヒアリングにおきましては、対象となる3業種に属する事業者の方々に対しまして、私どもの請負先から電話ヒアリングを実施させていただきました。そのヒアリングの中で、食品廃棄物等の発生状況ですとか、定期報告の値の内訳・測定方法といったものについて確認をさせていただいています。また、農畜産物・水産卸売業及び食料・飲料卸売業につきましては、業種の細分類を含めた追加調査が必要であろうと考えられましたことから、定期報告を提出いただいている事業者の方々に対してアンケート調査を実施させていただいております。回答状況等につきましては、そこに記載をさせていただいているとおりということでございます。

それから結婚式場業につきましては、既に細分類になっている業種でございますので、定期報告とヒアリング結果に基づいて解析をいたしております。

アンケート調査の内容でございますが、これはこの資料の参考1として「調査票」というものを添付させていただいておりますが、説明はちょっと省略をさせていただきますが、このアンケート調査の中で、まず1つ、業態を把握するということ、具体的には製造、卸、小売、飲食店等の選択肢から当てはまる業務内容を選択していただく。それから、今、3ポツの(2)のところでございますが、業務で発生する食品廃棄物等について、品目別に発生の有無ですとか、発生量の把握状況・発生量、どうやって把握しているのか、発生抑制の可能性はどうか、具体的な発生抑制の取り組み内容はどうかといったことについてアンケートでお答えいただくということをいたしております。

それから、(3)、(4)にございますとおり、その事業所における細分類業種を記載していただく。あるいは、20年度、21年度に関しまして、発生量と密接な関係を持つ値についてご報告していただくということにいたしました。(3)、(4)につきましては、先ほどご紹介させていただきました資料1の中に結果が反映されてございます。主にこの資料では3ポツの(1)、(2)に関する調査結果についてご報告をさせていただきます。

次のページ、2ページをごらんください。調査結果といたしまして、4-1、農畜産物・水産卸売業についてでございます。この業種でございますけれども、業態を見ると4つに大きく分かれるということでございます。生鮮食品卸売市場、それから仲卸、そして自社やOEMにより製造した商品の販売会社、そして農畜産物・水産物の加工品を仕入れて小売店等に販売する業態、このように大きく

分類ができるということがわかりました。

食品廃棄物等の発生状況ですけれども、一般的に、この生鮮食品卸売市場は委託販売を行うもので、即日販売が義務づけられているということもあって、返品や売れ残りはないということですが、仲卸につきましては、自社の保管庫に一定量を保管していることから、傷み等によるロスが発生することがあると。それから食肉卸につきましては、加工残渣のほかにも、売れ残り、返品ロス等が比較的多く発生するということがご回答の中で挙がってきております。

発生量の把握でございますけれども、委託業者からの報告、マニフェスト等でございますが、また年間を通して実測を行っているというようなご回答をいただいております。具体的な調査結果、アンケート結果の内容につきましては、概要をこの資料の参考2としておつけさせていただいております。

そして、発生量と密接な関係のある値との相関に影響する因子ということでございますけれども、まず発生量の多い事業者の方々に対してヒアリングをした結果、食品廃棄物等の品目ですが、精米の際の米ぬかとか、カット野菜の切りくずといったものが大半を占めるという回答が得られたことから、加工に伴う食品廃棄物を考慮することが必要であると考えられました。また、農作物・水産物等は、作況や水揚げといったものの影響を受けるほか、輸送中の品質劣化等のケースがあるなど、ロスの発生状況が年によって変動するというところでございます。農畜産物・水産卸売業は、例えば扱う品目、畜種によって発生原因が異なること、そして発生量と密接な関係がある値として、販売数量や販売重量を挙げておられる事業者の方も存在するというところでございます。

発生抑制の可能性でございますけれども、加工工程で発生する残渣でございますが、これは生産量に比例して発生しているため削減は困難という意見が大半でございました。一方で、流通ロスでございますけれども、これは流通工程で発生する食品廃棄物等も一定量発生しておりまして、努力によって削減の余地があるというご回答が多いということでございました。以上のことから、食肉卸売業等における目標値の設定は、細分化をして定期報告を求めていくとともに、さらなる検討を進める必要があると考えております。

次のページ、3ページをごらんください。4-2、食料・飲料卸売業ということでございます。この業種の特性ですが、大きく2つに分類が可能です。メーカーで製造された食品を仕入れて、小売店ごとに仕分けて配送するセンター業態、それから自社で製造した商品を小売店に販売する販社業態、以上2つの業態が存在するというところでございました。

食品廃棄物等の発生状況ですけれども、大きく5つの分類が可能かなと思っております。1つは検品不合格品、もう一つは輸送過程で発生した破損品、もう一つは在庫、過剰在庫等、それから4つ目は契約によってメーカーに返品ができないもの、そして商品サンプルというような分類でございます。

「発生量と密接な関係のある値との相関に影響する因子」ということでございますけれども、特にこの業態に特徴的なことでございますが、商品が売れると売上高が増加すると。そうすると売れ残りが少なくなってくる。逆に、商品が売れないと売れ残りが増えてきて、食品廃棄物等が増加するということで、発生量と売上高との相関が見出しにくいという傾向がございます。また、いろいろ新商品、当然ながら企業活動の一環で努力をされて開発されるわけですが、この新商品の場合には販売

予測が難しく、食品廃棄物等となるリスクが高いということがございます。また、飲料につきましては、例えば気温ですとか、そういったことで外部要因による変動の幅が大きいと推測がされます。また、OEMというような業態も多く、例えば自社の排水処理設備で処理をするということはできませんので、そのまま処理をするという事例も見られました。

「発生抑制の可能性」というところでございますけれども、これはアンケートでお答えした回答では、努力によって削減余地がありというご回答と、サプライチェーンでの取り組みが必要という意見が、同程度存在をしております。返品や3分の1ルールのような商慣習が削減の課題であると考えられます。

発生抑制の取り組みなのですけれども、「在庫管理の精緻化」とお答えいただいたご回答が最も多いということでございまして、納入期限切れの在庫に着目した取り組みを推進することによって、食品廃棄物等の発生抑制の可能性があるということでございますので、今後、把握方法を含めた方法につきまして一層の検討が必要ではないかと考えております。

飲料に代表されますように、食料・飲料卸売業は業態の特性を考慮する必要がございます。その上で、細分化等を行うことによって目標値の設定を検討すべきではないかと考えてございます。

それから業界団体では自主的に、会員企業の中で取り組みを進めておられるところがございます。その中では、例えば発生量の目安となるような値も検討されているということでございます。今後、こうした自主的な取り組みとの連携も必要ではないかと考えてございます。

最後、4-3、結婚式場業でございます。こちらにつきましては、既に細分類された業種ということで、電話によるヒアリングということが中心でございますが、これまで相関が見られないという結果が、定期報告の33事業者からいただいたデータでは出ておりましたけれども、このうち結婚式場のみで申請をしていただいているのは、33事業者のうち6事業者ということでございまして、その他飲食店、旅館業なども一緒に営んでおられるということでございました。この中で、結婚式場のみで報告していただいております6事業者の方のうち、1事業者を除外して5事業者について売上高のデータを記載しておりますけれども、5事業者については相関が見られないという結果になっております。このうち、発生量と密接な関係のある値を客数としておられたのは33事業者中の8事業者でございまして、これらの8事業者について今度は発生量と客数との相関を見ましたところ、やや相関が見られたということでございます。さらにこれを解析いたしましたところ、この8事業者のうち1事業者は、抽出した事業所の1週間の実測データから拡大推計をしている。残りの方々は処理委託先からの報告あるいは自社で実測という方法で発生量を把握されておられました。そこで、この7事業者におきまして発生量と客数の相関を見たところ、比較的高い相関が見られたという結果になっております。

発生量と密接な関係のある値との相関に影響する因子でございますけれども、以上のような解析を踏まえまして、客数について一定の相関が得られると考えられることから、それに着目した定期報告のあり方について検討が必要ではないか。それから結婚式場業、飲食店、旅館業の業種を営む事業者は、食品廃棄物等の総発生量を何らかの指標で按分してご報告いただいているのですけれども、こ

の按分のやり方を、売上高をベースにされている事業者が多いという現状でございます。これについては客数のほうが発生量との相関が高いのではないかと考えております。

食品廃棄物の発生量の把握でございますけれども、一定期間後、モニタリングして結果を拡大推計するという方法を用いた場合、先ほどご紹介したように、実際の発生量とのずれが生じている可能性もあるということでございますので、こういった期間等の設定方法についても今後留意が必要ではないかと考えてございます。以上、かいつまんで説明申し上げます。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。ただいま、環境省がアンケート調査を行って実態把握した結果についてご報告をいただきました。

もう一回確認をさせていただきます。1ページお戻りいただきますと、「調査の目的」のところに、第1回のワーキンググループにおいて、業種の細分化を実施しても強い相関が得られない業種として、このカラムにありますような野菜・果実小売業、酒小売業、沿海旅客海運業、内陸水運業、農畜産物・水産卸売業、それから食料・飲料卸売業、結婚式場というのが一応挙げられておりました。この中で、定期報告の報告件数が多かった3業種につきまして、今ご報告いただきました。その3業種とは、農畜産物・水産卸売業、食料・飲料卸売業、結婚式場ということでございます。調査結果、方法その他につきましては、先ほどご説明があったとおりでございます。このご説明を踏まえて、何かご意見、ご質問がございましたらお願いをしたいと思います。

○杉山委員 よろしいでしょうか。

○牛久保座長 杉山委員、どうぞ。

○杉山委員 すみません。4ページの図の3についてお尋ねしたいと思います。結婚式場業のところ、図の3は、発生量と客数との相関が示されていまして、ご説明いただきましたとおり、発生量は結婚式場業の場合は、売り上げよりもむしろ客数との相関が高いということは理解できたのですが、図の3を見ますと、一番大きいところが400トンぐらいですか、発生量が。客数もかなり大きいところ。ここに大分引っ張られているようなふうに見えるのですが、菅先生とかご専門でいらっしゃるの、その辺はもう十分検討されてこの結果が出ているのかとは思いますが、ちょっと見たところ、この1カ所で非常にr2が高く出ているような気がするのですが、そのあたりは少し補足していただければと思いますが、よろしくお願いいたします。

○牛久保座長 菅先生、よろしくお願いいたします。

○菅委員 6つですので、偶然出ても確かにおかしくない話でして、これはおそらく、売上高だとかなり見通しが暗い。客数で、もしサンプル数を、6個だと先ほど言ったように偶然、たまたま1個上のほうに出ちゃうと、それで引っ張られて有意に出ることがあるのでサンプルを増やすしかない。おっしゃるとおり偶然出た可能性があります。これはもうほんとうにサンプルを増やすしか。ただ、見通しが明るそうだというだけのことになると思います。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。お願いします。

○森下リサイクル推進室長 ありがとうございます。ご指摘いただきましたように、サンプル数は今回ご報告いただいた中で、非常に限られた方々にデータをご提供していただいたという状況でござ

います。この結婚式場業の取り扱いにつきましては、後ほど資料4の中でも出てまいりますけれども、今回の結果をもって例えば数値を決めるということではございませんで、こういう可能性が出てきたということですので、この可能性を踏まえて、さらに今後、定期報告のあり方を検討して、さらにデータを収集した上で最終的に判断をしていくというアプローチがいいのではないかと考えておまして、それは後ほどご議論をいただければありがたいと思っております。

○牛久保座長 ほかにございますでしょうか。片山委員、どうぞ。

○片山委員 3ページの食料・飲料卸売業のところで、発生量と密接な関係のある値との相関で、売上高に対してあまり相関がなかったというような評価となっています。通常、卸売業であれば商品を入荷して小売に転売していくという形かと思いますが、例えば仕入れした数量とか仕入れ高とかいうものに対してあまり相関はなかったという評価になるのでしょうか。何かほかに、相関がありそうなものがあれば教えていただきたいと思います。

○森下リサイクル推進室長 ちょっと現状、使えるデータだけで解析をさせていただいてまして、仕入れ高についての評価というのは行っておりません。

○片山委員 データが得られていないということでしょうか。

○森下リサイクル推進室長 得られていないということですね。データが得られていませんので、十分なそこまで検討できていない部分もございます。ちょっとアドバイスも今いただきましたので、また今後の参考にさせていただきたいと思っています。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますか。佐々木委員、どうぞ。

○佐々木委員 3ページのところで、「発生抑制の可能性」というところで、努力により削減の余地ありとか、あるいはサプライチェーンでの取り組みが必要だというのは、非常に大きな要素かなと思います。特に流通ロスのようなものは、この卸売業だけでなく、ある程度共通する課題ではないかと思いますので、ぜひこの辺のさらなる検討が必要ではないかというところ、ぜひ進めていただいて、発生抑制の、正しいというか適正な目標値の作成に努力をしていただければと思います。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますか。よろしゅうございますでしょうか。それでは資料2の関連するご質問またはご意見につきましてはこれまでとさせていただきます。

引き続きまして、資料3-1、資料3-2、それから資料4、合わせて事務局からご説明いただきたいと思います。特に資料3-1につきましては、チェーンストア協会からヒアリングを行った際に、後日ご意見をご提案いただくという旨のお申し出がございましたので、それをこちらにご用意させていただきました。

○佐竹食品産業環境対策室長 それでは資料について説明させていただきたいと思っています。

まず資料3-1をごらんいただければと思いますが、先ほど座長からご説明がございましたように、11月18日にチェーンストア協会さんからヒアリングをさせていただいた折に、再整理をするということで再度意見を提出されるというご発言がございました。それに従っていただいた紙でございます。

ポイントでございますが、「記」ということで、発生抑制値の目標の設定方法でございます。小売業

は、発生する食品廃棄物はいろいろあるということでございまして、4行目でございますが、自主基準による一律の目標値を設けることは店舗運営等の実態が反映されず、取り組みに混乱を来しかねないというご懸念。したがって数値のみによる評価によって優劣が生じることは絶対に避けるべきであり、事業者が積極的に推進している取り組みを後退させることはあってはいけないということ。したがって、事業者ごとの努力目標とすべきであるというご提案でございます。

ただ、そうはいつでも、環境行政の必要性があつて、発生抑制目標値を策定するのであれば、①店外加工を主な運営方法としている場合、あるいは不可食部の扱いがまちまちである場合、あるいは管理方法が直営部分のみの場合、またはテナントを含めて管理をしている場合等、発生量が大量に異なるということから、みずからの実態を把握・理解して、より積極的な取り組みができるような仕組みを構築していただければというご意見でございますので、心にとめていただければと思います。

さらにちょっと資料の説明なのですが。すみません。先に参考資料2というのも少しございますので、これを少しだけ紹介させていただければと思います。

この参考資料の2は、これからのご議論の参考になるかなと思ひまして、ちょっとつけさせていたいただいたものではございますが、端的に言いますと、事業者に対して発生抑制の取り組み状況につきまして、エックス都市研究所さんがアンケート調査をしていらっしゃる。これは、たまたま農水省の補助事業でやられたやつなのですが、少し参考になるようなところもあるので、見ていただければということでお持ちいたしました。

参考資料2をあけていただきまして、端的に言いますと、食品事業者に対してアンケートをやっているわけですが、調査対象はISO14001ないしはエコアクション21を取得している、環境に非常に関心の高い食品企業ということだとは思ひます。回収状況等々はこういうことでございまして、あくまで一部の状況だということには変わりはありませんが、参考になるのかと思ひます。

2ページ目以降、調査結果の概要がございますが、1つは発生抑制の目標値の設定ということをしているかどうかというのを聞いていまして、発生抑制の企業としての目標値は、食品廃棄物以外の廃棄物も含めたものと考えられるのですが、ただ、やっぱり目標設定をすると取り組みの効果があつたというふうな形の事業所が多いということがございますので、素直にそれを考えると、目標の設定というのはやっぱり抑制効果があるのだろうということかとは思ひます。

また、データをどういう形で把握しているか、どういうところが把握しているかということでございますが、発生量を詳細に把握する取り組みでございますが、実施率は6割程度ということでございますが、削減効果は高いという認識ですね。これは企業のあくまで認識でございますが、やっぱりあるのだろうなど。特に業種別に見ると、どちらかというと製造業が積極的で、流通、外食と下流に進むにつれて、ちょっと実施率が低くなる傾向ではないかということ。また、目標値の設定や廃棄物発生量を日々実測しているということについては、ちょっと流通業が取り組みが低いかなというのが、ざくつとした傾向として出てくるのかなということでございます。

なお、次のページ以降、製造業、卸売業、小売、外食、それぞれで、どんな取り組みをしているのかということについてのアンケート調査が出ております。

製造業でありますと、仕入れですとか情報交換・連携といったソフト面を中心とした取り組みが、9割以上が取り組んでいるというふうなことですとか、あとはソフト面についての削減効果があるというふうな話。製造工程に関する取り組みについても削減効果があるという話等の回答が出ております。

また、その次のページ、4ページ目、卸売業のほうですが、この辺の取り組みになりますと、在庫管理システムの導入とか事故防止等の話、ないしは通常ルートでは販売できない商品の有効活用というふうなこと。取り組みの実施率は6割で、今後実施する意向についてもあまり高いとは言えないというふうなことでございますので、そういったことを進めていく必要があるのではないかと考えられます。

さらに小売業でございますが、時間や販売動向を踏まえた売り場の変更、関連商品やメニューと結びつけながら陳列等々、いろいろな取り組みをされているわけですが、それなりに削減効果があるというふうなことの回答がございます。さらに、ニーズに応じた販売、余剰食品をサンプルとして活用といった、消費者の目線に合わせた取り組みですね。実施率はちょっと低い状況であるのですが、削減効果があるというふうな回答があるということでございます。

最後、外食産業の取り組み状況でございますが、販売量に合わせた適正仕入れ等、仕入れ段階の工夫に関するものはそれなりの発生効果があると。また、調理してしまうと一定時間で廃棄せざるを得ない外食産業の特性ということで、お客さんに合わせたいろいろな工夫の取り組みも実施動向が高いということ。さらにドギーバッグの導入、食べ切り運動等、お客様参加にさせていただく取り組みということが、若干まだ消極的な面もあるのかもしれないというふうなアンケートでございます。

これは直接の、実際どういう取り組みをやっているかということ、頭に入れていただく上で有効かなと思います。それでご紹介をさせていただきます。

それで、資料3-2の説明に入らせていただきたいと思います。資料の2でございますが、主に業界団体ヒアリングをこれまでしていただいております。そういったものを踏まえまして、また先ほどの環境省さんのアンケート結果等も踏まえまして、主要論点は何なのかということ、さらに主要論点別にどういうふうな考え方でいったらいいのかというのを事務局として整理したものでございますので、ここについてまず説明させていただければと思います。

1ページ目では、全体の基本的な考え方でございます。食品廃棄物等の発生抑制といたしますのは、繰り返しになりますが最優先事項であるということと、法改正時、平成19年度からの課題であるということでございます。ただ、目標値の設定に際しては、産業活動への過度な制約とならないように留意ということでございます。そういう話でございますので、考慮すべき点ということで、各事業者団体からヒアリングを行ったわけでございます。

総論といたしましては、発生抑制自体はコスト削減ということで、みずから重要であるというご認識は皆さんあるわけですが、業種一律の基準設定というのはやっぱり過度な制約となる可能性が高いということで、慎重な意見が多いというのが総論かとは思っています。

したがって1つは、将来的にできるだけ多くの業種での目標設定を目指すということが当然基

本ではございますが、どうしても産業活動への過度な制約となるおそれの高い業種については、無理な設定は今回のところは避けると。ただ、抑制の重要性が高い、取り組みやすい業種からやっぱり先行して実施するということと、さらに、先ほど佐々木委員もおっしゃったとおり、フードチェーン全体での運動になるようなきっかけをつくっていくということが重要ではないかというのが総論ではないかと思います。

そういった中で主要論点が1から13、一応挙げております。1つは、製造に伴い必然的に出てくる廃棄物をどのように考えるか。さらに商品としてもう販売しているという議論がございましたが、それがどのように取り扱っていくのか。さらに製品が液体のものの取り扱いをどうするか。原材料のロスをどうやって減らして、減らしにくいものをどうするか。アンケート調査の結果も踏まえまして卸売業をどうするか。さらに、小売業、外食の店舗内調理、セントラルキッチンをどのように考えるのか。外食におけるテークアウトについてどう考えるのか。あと、業種ごとの違い、抑制の違い、抑制の手法も違いますし、実態もそれぞれ違うと思うのですが、そういった特性の違いを踏まえてどのように対応していくのか。さらにフードチェーン全体の発生抑制の取り組み、消費者等を巻き込んだ取り組みについてどう考えるのか。業種の区分をどのように考えていくのか。目標値の設定をどうするか。期間をどうするかと。主にこういう論点になるかと思うのですが、これについて少しそれぞれ整理しておりますので、ご説明させていただきたいと思います。

3ページ目になりますが、1つは食品の製造に伴い必然的に発生する廃棄物の取り扱いでございます。事業者団体、主なものとして幾つか掲げておりますが、植物油協会、水産の関係、食鳥、コーヒー等々から、大体いろいろな同じようなことを言われておりますが、こういうことを踏まえますと、検討の方向としては、以下のとおりでどうであろうかということでございます。

食品の製造に伴い必然的に発生する廃棄物の抑制ということは、一般に製造ラインの見直しですとか、商品開発、技術開発ということになってくると思います。特に不可食部である場合、これは商品としての再利用ができないということでございまして、なかなか目標値の設定が産業活動への過度な制約になるというおそれも高いというのは言えるのではないかと。したがって、こういった、製造に伴い必然的に出てくるもののほとんどが不可食部であるような業種について目標値を設定していくというのは、現実問題として今の段階ではちょっと難しいのではないかと。

また可食部である場合、これは食品として再利用する余地はあるわけでございますが、ただ、新商品として利用していくことは現実問題として難しい面があるということでございます。そういう意味では、ほとんどが可食部である業種についても慎重に扱う必要があるのではないかと。

ただ、それでいいということではなく、こうした、必然的に発生する食品廃棄物等については、まずしっかり現状を把握するということで、それから発生抑制の余地、手法、現実的な手法ということを考えていく必要があるのではないかとという1つの整理でございます。

次のページでございます。商品として販売されているものの取り扱いでございます。これも油の協会、スターチ、製粉等々からお話が合ったところでございますが、そういった業界、業種におきましては、大豆ミール、ふすま、米ぬか等が発生するわけでございまして、これらのものは商品として取

引を行っていて市場がもうできていると。当然、発生抑制を図るといって、こういった商品の発生抑制を求めるつもりはないというのは、多分皆さん同じご意見だとは思いますが、ただほとんどが、こういった商品が発生されるというふうな業種の方々に、目標値を設定して発生抑制を求めていく場合に、どうも商品の生産を抑制するかのようにとられかねない可能性があるのではないかと。現にヒアリングの中ではそういうふうにとらえていらっしゃる方も多いということではございます。したがって、こういう業種におきまして目標値をただ設定するということは、あまりよろしくないのではないかと。ただ、主産物を除いた実際の廃棄処分が少しでもあるのであれば、その部分はやっぱり抑制していく必要があるということでございますので、さらに実態を踏まえた上で、どういう手法があるかというのは引き続き検討していく必要があるのかなということでございます。

また、しょうゆ製造業、パン製造業は、しょうゆかすやパンの耳も、結構もう市場が形成されていて、商品と言え言えるようなものがあるということでございます。ただ、こういうものはそれがほとんど、量的には多いのだと思うのですが、一方で過剰生産、在庫、返品等というふうな問題もあるという報告もございます。そういうことを考えますと、端的に言うと、過剰生産、在庫、返品等というところで発生抑制できる余地があるということをはっきりさせれば、目標値の設定を行うということもあり得るのではないかとということでございます。

商品かどうかということのご検討、どういうものをもって商品かということになるかと思いますので、少し法令上整理したものがございます。15ページをお開きいただければ、参考資料です。

15ページに、発生抑制の目標値を設定することがなじまない食品廃棄物等についてということで、発生抑制の目標値を設定することはなじまない。なじまないということだと思うのですが、それかどうかということについては、市場の規模、地域性ないしは市場での取扱量の割合、取引価格の妥当性等の情報をもとに個別に判断していくのかなということかとは思っています。

なお、食品リサイクル法上は、食品が食用に供された後に、または食用に供されずに廃棄されたものと、製造、加工または調理過程において副次的に得られた物品のうち、食品に供することができないものを言っておりまして、製造の過程において副次的に得られた物品が、通常えさとして、どういう場合であっても有価で取引されるようなものも、一応概念上入ってくるということでございます。

なお、廃掃法上の廃棄物というのは当然不要物ということでございますので、それらを参考にして、先ほども説明しましたが、この資料の1、2、3というふうな情報をもとに個別に判断していくということかとは思っています。

続きまして、5ページ目に入ります。食品が液状であるものの取り扱いでございます。特に飲料業界のヒアリングでおっしゃっていた話でございますが、こういったものは製品が液状物でございます。なので、1つ頭にとめておかないといけないのは、過剰生産、返品等というふうなことで、どうもこの辺の業種は発生するようでございますが、やっぱり排水処理される場合もございます。単純に排水処理されると食品リサイクル法上は、何ていうんですか、廃棄物等として扱わないのでゼロになってしまうのですけれども、そこで発生抑制を、求め方によっては、ただ排水処理という形になってしまうという可能性もございます。したがって、目標値の設定の際にこういった点を留意するという

ことと、もう一つは、特に汚泥をもうちょっと使っての再生利用というふうなことをやられている業界もございますので、汚泥等による再生利用ということも積極的に考えていく必要があるのではないかと考えてございます。

さらに4番目、原材料ロスでございます。これはちょっと、事業所ヒアリングの中では直接お話をなかったのですが、私どもがいろいろ事業者団体とお話をしている中で少し出てきた論点ですので、あえて掲げさせていただいております。特に乳飲料の関係でございますが、わかりやすいのでその例ですが、原乳が毎日一定量生産されておりまして、通常は発生抑制というのは販売量に合わせた原料の仕入れを調整するというやり方があるのですけれども、それが難しいということでございます。

次のページ、6ページ目でございます。卸売業の取り扱いでございます。卸売業全体は当初、定期報告の分析ではなかなかちょっと難しい面があるなということで、環境省さんのほうでアンケートをしていただいたわけでございますが、その点も踏まえてこういった検討の方向でどうかということでございます。特に卸売業で挙げましたのは、1つ目の丸、「検討の方向」で書いてありますとおり、製造と卸、小売の間で需給調整機能があるということで、売れ残りとか返品ロス等、これは製品という形でそのまま食べられる状態で廃棄されるものでもございますので、発生抑制はできれば積極的にやったほうがいいと思うわけでございますが、なかなか1回目での検討は難しかったということでございます。

卸売業は当然、生鮮の部分とそうでない部分がございます。そのうち生鮮の部分でございますが、これは卸市場の部分ほとんどでございます。卸市場は卸市場法という法律がございます。この法律の規制を受けまして原則としては即日上場、即日販売でございます。したがって、法に従っている分については、そもそも売れ残り、返品等は、即日で流していきますので少ない業態になります。先ほどのヒアリング等もいろいろ見ていると、やはり加工、要するに前処理に伴う魚のあら、米ぬかとか野菜くずというものが発生しているということでございます。また、加工残渣のリサイクルをしておりまして、実は卸売業の生鮮の部分は再生利用等実施目標も結構高く72%でございます。達成しているという状況でございます。こうした状況の中で、目標値の設定の仕方がいかによっては、前処理の抑制をするしかやり方がないということになりかねないということもありまして、その点は慎重に扱う必要があるのではないかと整理でございます。

ただ、売れ残り、返品ロス等、アンケート調査でも幾つかあるということもございますが、よくよく調べてみますと、これは大体、食肉卸売業でございます。食肉卸売業は実際、市場法の規制を受けていない、市場の中で流通していない部分が結構多いございまして、そういう意味では必ずしも即日上場、即日販売ではない。したがって、売れ残り、返品ロスも比較的存在ということかと思えます。そういう意味では目標値の設定も、ある意味、重要性という意味では高いのではないかと考えてございます。

また、アンケート調査をいろいろ見ますと、品目ごとでいろいろ考えていったほうがどうもよさそうだということもございますので、やっぱり生鮮卸売市場1本ということではなく、ここは細分化をして、定期報告をまとめていくというのが一番いいんだろうなということかと思えます。

ただ、その際ちょっと難しいところは、卸売業の難しいところになってくるのですが、生鮮の場合も作況等によって日によって入荷量が変わっていくというところがあるので、ちょっとほかの業種よりは簡単にはいかないということは頭に入れておく必要があるのかなとは思っています。

それに対して食料・飲料卸売業、加工食品の部分は、先ほど言いました、当然卸売市場法の規制対象外でございまして、いわゆる通常の加工食品の卸売流通と、まさに製造と小売の間をつなぐ業種でございまして、見てみますと売れ残り、返品ロス、過剰在庫等が、それによって食品廃棄物が発生しているということでございます。したがって、再生利用等、リサイクルの実施率目標も低い状況で、39.8%という低い状況でございます。当然、廃棄されているものは製品の形で廃棄されている、まさに食べられる状態で廃棄されているということでございますので、しっかり発生抑制を取り組まなければいけないんだろうなとは思っています。

1回目の検討におきまして、相関を持つ値が見つからなかったわけですが、どうしても、話をいろいろ聞いてみますと、例えば一時的なキャンペーンによる過剰発注、例えばキャンペーンが7日あって2日間短くなったので5日になったとか、そういう形の売れ残り等々、ある意味、年変動がある程度あるので、異常値的になっているものがやっぱりあるということでございます。また、特に飲料の部分が、おそらく商品の回転が速い等、あるいはキャンペーンでよく使うというふうなこともあろうかと思いますが、卸売業の業者の廃棄量が非常に多いという状況があると。それでなかなか相関が得られなかったのではないかとということでございますので、そういう異常値みたいな事業者をもっと積極的に除外していくということ。あと、飲料系の業態の部分は別途分けるというふうにすれば大丈夫ではないかとということでございまして、これは資料1に実は書いていただきまして、そういう2つに分けたところ、一応相関がとれたという結果になってございます。これが6ページ。

次が7ページでございます。チェーンストア協会さんから、店舗内調理、セントラルキッチンをきちんと分けるべきだというご議論が今日のペーパーであったわけですが、その部分についての検討の方向でございます。店舗内調理ですとか、そういうふうな有無が、検討の方向でございますが、発生量に影響を与えるのは事実でございます。ただ、企業の経営戦略に大きく左右されるもので変化も激しい。1つの企業の中で店舗内調理をやるところとそうでないものというのもやっぱり分かれるという状況だと思います。

それと、現状では流通業者各店舗での発生量の把握がどこまでできているかということを考えると、現時点でどうするかという評価は難しいのではないかなとは思っています。したがって、現時点におきまして業種として目標値を設定する場合にはそこまで考慮を入れる必要があるかどうかということかとは思っています。前回の業種ヒアリングの際に大きな論点にはなっていなかったもので、括弧内にそう書いてありますが、今回はチェーンストア協会から、紙では少しそこは配慮すべきではないかというふうな意見が出ておりますが、ということでございます。

当面、今ということであれば、そこまでほんとうに分けることが適切かどうかということでございます。ただ将来的には、こういう店舗内調理が多いもの、そうでないものというふうに分けて、それで目標値を設定していくということが多分いいんだろうとは思いますが、その前提としては、まず各

事業者が正確な量を把握することが必要ではないかということではないかと思います。

7 番目、テイクアウトの関係でございますが、外食ではテイクアウトで当然発生量が違ってくるということでございます。セントラルキッチンと違いまして、テイクアウトかどうかというのは、まさに業種業者がそれによって違うということでありまして、テイクアウトというと、代表的なものはファストフードになるわけでございますが、ファストフードのようなテイクアウト中心の業態と、やっぱりそうでないという業態で分けないと、なかなか実態上難しいのではないかと考えています。

8 ページ目でございます。製造、流通、外食の特性の違いを踏まえた検討ということでございます。検討の方向だけ説明させていただきますが、製造業の発生抑制でございます。大きく分けると、製造の過程で排出される食品廃棄物と、返品、過剰製品、在庫等、流通との取引関係から排出される2つのものがあるのだと思います。そのうち、製造の過程で排出されるものを過度に求めていくと、なかなか難しい問題があるということかとは思っています。ただ、流通、外食ということでございますが、もちろん商習慣の改善、消費者の理解が前提ではあるのですが、製造業に比べるとその点に幾つかの方法での発生抑制が可能であるのではないかと考えています。

実際に廃棄されている処分量というものは、端的に言いますと、流通、外食が多いというのが現実でございます。また再生利用等実施率の目標もまだ達成されていないと。当然、廃棄は可食部の部分が多いということでございまして、そういうことを考えると、やはり積極的に発生抑制の努力を行うべき業種ではないかということでもあります。

ただ、小売、卸売がすべてそうかということ、一部には前処理の関係で、製造に伴い必然的に発生するような廃棄物と言えるようなものがありますので、そういった業種については少し別扱いにする必要があるのかなと考えています。

したがって、こういったことを考えますと、やはり端的に言いますと、返品、過剰生産、在庫といったところをやはりしっかり抑制していくということが、まずやるべきことかなということを考えますと、流通を軸に、外食または日配品等をつくる川下の製造業を中心にやっていく必要があるのではないかと考えています。

9 ページでございますが、そういったフードチェーン全体、そういった過剰生産の返品等によって発生する食品廃棄物でございますが、この原因は商取引慣行も要因となっている場合がございます。したがって、各事業者が発生抑制の自主努力を促しても、なかなか商習慣が変わらない限り難しい部分もあると。一企業一業種では解決できない部分もあるということでございます。したがって、関係者がしっかり話し合っていて、フードチェーン全体で解決していくということが重要ということでございます。

今、一部の企業で、コスト削減という観点で試みられている部分もあるようですが、今後、環境という切り口をやっぱり前面に押し出せば、さらにこれがうまく進む可能性もあるわけでございます。したがって、フードチェーン全体での取り組みというのを進めていく必要があるのではないかと考えています。

また、フードチェーン全体での取り組みの一つの例として、リサイクルがしやすい川上の1次産業の、例えばカット野菜工場なんかを農村につくる、そこに発注していくというふうな形で、今、6次産業化というふうな話もやっておりますので、そういったところの取り組みを徐々に活用していくというやり方もあるのではないかと提案でございます。

10ページでございますが、消費者等を巻き込んだ取り組みでございます。商習慣の問題でございますが、消費者の過度な鮮度志向も背景にあるわけでございます。具体的に言いますと、例えばわかりやすいのが外食におけるドギーバッグの普及なんかでいいにしても、やっぱり消費者が応分の責任をどういうふうに負うかということかと思えます。

またフードバンクを使うということも発生抑制によって有効な手法なのですが、逆に福祉団体の方々がどういうふうに責任を負っていくかということも、1つの、こういうものを進めていくキーかとも思えます。

発生抑制をするということでは、どうしても事業者だけでなく、消費者など関係者以外の人も、まず表示の問題をしっかりと理解していただきつつ、やっぱり消費者みずから無駄を意識した行動を起こすということが重要かとは思います。特に、消費者が発生抑制の取り組みを行う事業者を応援するような形になっていかないと、またなかなか難しいということではないかということで、それをどういうふうにつくっていくのかということが重要なかと思えます。

11ページですが、目標値の業種でございます。適切な目標をまず定めるためには、業種をどういうふうに区分していくかということでございますが、まず製造業の場合は、製造過程によって排出する発生量というの考えないといけないものですので、何をつくるかによって当然量が変わってくるということがありまして、製造業のほうはどうしても細かく細かくなってくるということでございます。したがって、細分類で分類できるものは、どんどん細かく分けていく必要がある。場合によってはもっと、細分類よりも、さらに実態に合わせて細かく分ける必要があるのもあるんだと思えます。

ただ、事業者によっては、いろいろなものをつくっているということもあるので、分け過ぎてもまた一方で、定期報告で煩雑化を招くおそれがあるということがございますので、その辺は両方のバランスをとる必要があるのかなと思えます。

これに対して小売の部分でございますが、基本的に取り扱う製品が多様でございますので、業態の変化も激しいということ、また現時点でなかなか発生量の把握も十分でないという面もあるかと思えます。そういう意味では、あまり細かいところにこだわるよりは、まずは現行の業種区分で目標値を設定するという考え方でいいのではないかと考えてございます。

外食も、各店舗でこれを把握しないといけないということで、なかなか発生量の把握は難しいということでございますが、業態がどうしても、今の定期報告ないしは細分類の考え方が標準産業分類でございますので、それではなかなか実態と合わないということでございますので、標準産業分類を基準とする考え方もそもそも無理があるということでございますので、外食については別途、どういう廃棄物の排出という観点で業態を勘案してまず検討していく必要がある。業態分けを検討していく必

要があるのではないかとということでございます。

12ページでございますが、目標値の設定の考え方でございます。これは数値をどうするかというところでございますが、1つは、事業者は、ある程度自分の利益にもなるわけでございますから、発生抑制の取り組みを既に行っているということでございます。今回、当然目標値を設定する意図というのは、さらに発生抑制を求めているということでございますが、その際には、既にある程度やっているということは頭に入れる必要があるのかなということでございます。

また、今回どちらかというと、製造に伴い出てくるというものよりは、過剰生産、返品等、そっちの部分でしっかり抑制するというメッセージを出すということかと思いますが、そうなりますとフードチェーン全体での取り組みが必要になるわけございまして、できるだけ多くの業種に目標値の設定を行わないといけないということでございます。

通常、目標値の設定は2つの手法がありまして、先進的な企業の実績をベースとして、高い目標値を設定して、そういったのを超えた企業を優良事例という形で、残りの部分を選択的に引き上げていくというやり方と、今、著しく低い企業を底上げするという決め方があろうかとは思いますが。

似たようなスキームとして省エネ法がありますが、その部分は特に先進的な企業、非常に高いレベルに線を引きまして、その企業を、高いレベルを超えるように求めていくというやり方なのですが、その分なかなか省エネのほうは業種が限定されているという結果になっています。したがって今回の場合は、できるだけ多くの業種に取り組めるようにしていくというやり方のほうがむしろ適切ではないかとということでございます。

具体的には、業種ごとに2カ年平均値に標準偏差を加えた、加えるほうはどちらかというと、企業にとっては若干楽なほうになるのですが、そういったところに加えた値を発生抑制の目標値として設定するというやり方が妥当ではないかとということでございます。

発生抑制の目標のイメージ図にあります、発生抑制に特に努力すべき事業者の部分というのが上に書いてありますが、この表でいいますと、目標値をクリアしている事業者は7割程度ということでございます。

また、発生抑制の手法が限られていて、そういう観点からリサイクルをしっかりとやっているところもあります。発生抑制は事業者が取り組む最優先事項ではあるのですが、各事業者の取り組みの評価を行う際には、目標が2つあると。リサイクルも含めた目標と発生抑制の目標が2つあるということをお勘案して、総合的にその事業者の評価をしていくということが必要ではないかとということでございます。

13ページでございます。目標値の期間の取り扱いでございますが、ご提案でございますが、期間は再生利用等実施率が5年なので、わかりやすいので5年というのが標準だろうと思います。ただ、一部の業界、お菓子とか清涼飲料業界が回転が非常に速いとおっしゃっていましたので、場合によっては、幾つかの業界についてはさらに短くするという工夫はあるのかなとは思いますが。

ただ、現状におきますと、なかなかこういった試みは食品業界初めてということもありまして、不安感を持つ業種も多いということでございます。実際、業界ヒアリングの際も、結構慎重な声が多か

ったということでございますので、できるところから決定するというにしても、まずは試行的な実施というやり方がいいのではないかと。したがって、本格実施を5年間と仮にしたとしても、当面は試行的実施ということで、まず2年間やってみて、また2年経過後にさらに調整していくということが必要かと思えます。

また、あわせまして、発生抑制に関する優良事例ということをもっと集めていって、不可食部の発生抑制ということも考えながら、さらに優良事例を適切に評価・推進する手法というのを検討していく必要があるのではないかとということでございます。

次のページ、14ページ、1枚表にしてあります。今申し上げたようなものを1枚の表にしてみると、14ページのような表になるのかなということでございます。端的に言いますと、キーワードとしては、「MOTTAINAI」という言葉が今いろいろなところで使われています。廃棄物の問題からしても、地球環境の問題からしても、食料問題からしても、「MOTTAINAI」という言葉が今よく使われておりますし、特に地震発生後、そういう傾向があるのかとは思っています。そういうものをキーワードに目標値を設定し、発生抑制の取り組みに努力していただければということかとは思っています。

中ほどありますが、特に食品の製造に伴い必然的に発生するものの中で、不可食部、可食部、不可食部のほうがどちらかというと難しくて、過剰生産・在庫、返品等の中から出てくる売れ残りですとか、そういうものはまさにそのままの状態です。食べられるものでありますし、非常にもったいないものでございます。また、抑制の手法も、ここに書いてあるとおり幾つかあるということになりますので、まずはこの辺のところからしっかり対応していくということが重要だろうと。その際にはフードチェーン全体での取り組みと、消費者等を巻き込んだ取り組みというのをどう考えていくかというのをあわせて考えていく必要があるのではないかとということかとは思っています。

3-2の最後になりますが、16ページの参考資料2も、少しデータを見ていただければと思いますが、このデータは実は合計、ちょっと前回入れなかったのですが、合計を入れてみたので、もう一度整理させていただいております。

ご提案としては、流通を中心に日配品等の製造業とか外食とかということはやっぱ重視して考えるべきではないかということになるのですが、この表、「発生量」というところは、実際の食品の発生量が多い順に並べております。ただ、「処分」というところの欄を注目していただきますと、外れが多いところは大体、再生利用も多いということでございまして、処分というのが、まさに実際に廃棄物、しかも食べられる状態でのものも含めての廃棄物が多いのですが、ここが一番多いのがどこかというと、7番の各種食料品小売業、これはスーパーになります。そういうところ。2番目に多いところが飲食店、外食。3番目になります。その他の食料品製造業。この、その他の食料品製造業はいろいろなものがごっちゃになっていますので、スターチとかがあるので全体の発生量が多いということになると思うのですが、おそらくこの廃棄量の部分は日配品である麺とか豆腐ですとか、総菜ですとか冷凍食品がございまして、そういうものかとは思っています。さらに14の、その他の飲食料品小売業、コンビニでございまして。こういったものがやはり多いという形になってきます。

発生抑制を考える上で、特にこの廃棄の処分というのを結果的に減らしていくというふうによっていきますと、全体が、21年度の場合ですと大体150万トンぐらいでございます。単純に、小売の部分と外食の部分と、その他食料品製造業と、その他飲食料品小売業を足して150万トンで割ると、大体75%ぐらいになります。外食はちょっと業態分けというところが難しいので、そこができないということとしても、7番の小売業、スーパーの部分と、おそらくコンビニが大宗占める部分と、さらにその他の食料品製造業、日配品の製造業の部分が多いところを単純に足し上げると、大体半分を少し超えるぐらいかなと。53%なんですけれども、半分を超えるぐらいかなというふうになります。以上が全体の、数値的にはイメージがそうかと思います。

そういったところを少し頭に入れていただきまして、じゃあ業種別にどうするかということでございます。資料4を見ていただければと思いますが、簡単に説明していきたいと思います。

1 ページ目でございますが、まず上の業種でございますが、必然的に発生する不可食部がほとんどの部分でございます。この部分はやっぱり目標値の設定は難しいであろうという業種でございます。2 段目の業種でございますが、主産物なり副産物のほとんどが商品としているもの、これも商品の抑制ととられかねないという問題があるということでございます。それに対して、ハム・ソーセージ、パン、豆腐・油揚げ等々でございますが、過剰生産、在庫、返品等によって多く発生している部分がございますので、データさえとればやはり発生抑制に努めていくということかと思えます。

小売業、卸売業、加工卸の部分でございますが、こういったものについては自主目標も達成していないということもございまして、可食部、食べられる部分の廃棄物の処分量も多いということもございまして。あと、売れ残り等、そういった部分も多いということでございまして、目標値を設定し、発生抑制に努めていくということかとは思います。また、フードチェーンの部分でも、小売卸というのはまさにキーになる業種でございますので、必要かということでございます。

また、外食でございますが、可食部の廃棄物が多い等々、小売業と同じような状況もあるわけで、非常に重要性が高いわけでございますが、目標値の設定という意味では業態区分がちょっと今なお、きちんとできていないという意味で、データが今の段階では不足している。データが整えば速やかに目標値を設定するという必要があるんだろうということ。

さらに、その下の業種でございますが、定期報告の報告件数が少ない等々によりまして、ちょっと分析がまだ今の段階では足りないというのではないかと業種だと。大きく分けるとこういうことになるのではないかと思います。

さらに2 ページ以降、これを業種別に細かく事務局で整理したものでございます。表の見方について、主だったところだけちょっとご説明させていただきます。まず端的に言いますと、事務局案は中ほど、左から順番に定期報告での分類が書いてありまして、2 番目は産業分類上の細分類、3 番目に、どういうふう to 今後業種のくくりをしていったらいいのか。例えば産業分類上、細分類というのは、「処理牛乳・乳飲料製造業」と「乳飲料製造業」って別々なのですが、ここは少し事業者の方々ともご相談したところ、やはり相互、両方にまたがっている企業が多いということなので、若干、「牛乳・乳製品製造業」というふうにまとめていただいたほうが混乱は起きないということなので、事務局と

してはこうまとめたほうがいいのではないかというふうにご提案をさせていただいているということでございます。

「密接な関係を持つ値」というのは、資料1でありました統計分析の結果、例えば肉加工品なり牛乳・乳製品であれば、売上高ということであれば相関があると言えるということでございます。

「目標値の方向性」については、いずれの業種も、牛乳の部分は若干、原材料の仕入れの部分の難しさはあるんだけど、いずれにしても在庫、返品等が多いというので必要であろうということでございます。したがって、必要性も高く、密接な関係を持つ値もあるということです、「◎」ということで、今回、目標値設定を行うということかということでございます。

「再生利用等実施率」というのは、先ほど参考資料2につけました右端に再生利用等実施率も出ておりますが、その数値を参考までにつけてあります。

例えばそのうちの、もう一つ、畜産食料品製造業のうち、部分肉製造業なんかですと、密接な関係を持つ値もないし、事務局として目標値の方向性としても、ほとんどの部分が不可食部であるということなので難しいということ、さらに「その他の畜産食料品製造業」なんかは、ちょっと業種詳細を見ていただいてもいろいろなものがあり過ぎて、ちょっと全然整理がまだできていないということで「▲」という形にさせていただいています。

例えば水産練り製品なんかを見ていただきますと、密接な関係を持つ値、統計データが今の段階で足りない。ただ、やっぱり過剰生産の返品等によっても多いということで、必要性はあるんだろうということで、「○」ということで、今回はデータ不足により設定を見送るんだけど、2年後にはしっかり設定を行う方向で検討していくということかなということでございます。

等々、こういうふうに整理をしておりますと、あと、例えば3ページ目、調味料製造業なんかは、先ほどの資料3-1でも申し上げましたとおり、しょうゆかすがあるので、商品としての市場取引が確立しているのだけど、流通との関係で生じる在庫、返品等があるということで難しいと。発生抑制に努めていくことが必要ということで「◎」という整理になっています。

4ページ等も、こういう形で「◎」「○」「－」「○」「▲」という形で整理をしています。

5ページ目に移りますが、整理しております。なお、ここも清涼飲料の部分については、5ページ目の一番上の清涼飲料がありますが、清涼飲料については目標値が区分なのですが、細区分で言いますと清涼飲料なんだけど、お茶、コーヒー、果汁というものと、やっぱりボトラーみたいな形で水をただ入れるというような部分と、そういう部分がやっぱりありますので、分けて考えていく必要があるであろうというふうにしております。

5ページ目の卸売部分でございますが、区分としては米、野菜、生鮮魚介というふうな形のくくり分け方にして、前処理が多いというのでなかなか難しいのがあると。他方において食肉卸というのは在庫、返品が多いということでありまして、こういったもの。ただ、今回はちょっとデータが、相関が十分とれていないということでございますので、「○」という整理にしてあります。

次、6ページでございます。食料・飲料卸については、飲料とそうでないものというのを分けると、それなりに数字がとれるということもございますので、分けて必要を今回設定していくという方向で

どうかということでございます。あと、スーパー等は売り上げということでとれて必要性も高いという形になります。

さらに7ページの部分ですが、小売の中でも生鮮小売なんかは、前処理に伴って魚の骨しか出てこないというところもでございます。再生利用等実施率を見ていただいても非常に高いという状況でございますので、慎重に対応ということになろうかと思えます。7ページの、その他飲食料品小売業というのは、ほとんどはコンビニになっちゃうのですが、コンビニとそうでないものという形で分けるとするのが整理かなと思っています。

8ページ目でございますが、外食の、特に飲食店でございます。飲食店の部分ですが、必要性が高いということではありますが、区分として、ここに書いてありますように、食堂・レストラン、居酒屋等々、喫茶店、ファストフード、その他というのが1つあるかなと。すなわち、食堂・レストランというのは比較的食べ残りが少ない。それに対して居酒屋というのは食べ残が多いという形の形態でございます。喫茶店というのは、結局コーヒーかすとか茶かすが多いと。ファストフードはテイクアウトとそうでないという形の業態分けをまずすることが重要。その上で、データが集まった次第ですぐ目標値設定というものを検討していくということかなと思えます。

9ページ目、持ち帰り・配達飲食サービス業でございますが、これも給食事業者というのがおりまして、給食事業者は、病院等というところに物を出してやるのですが、給食事業者のほうは、食事を提供した食べ残しが事業所のほうに返ってくると。それに対して持ち帰り飲食サービス業なり配達飲食サービス業というのは、食べ残しの部分が家庭で廃棄にされるという違いがありますので、こういう形態で分ける必要があるのではないかとということでございます。

また、結婚式場の部分でございますが、必要性は非常に高いのだろうとは思いますが、目標値の設定が可能となるような密接な関係を持つ値、具体的には先ほどのアンケート調査によりますと、多分、客数だと思いますので、そういった形で改めて定期報告を求めていけばデータがそろってくるということかと思えます。旅館業につきましても、今の段階はちょっとカバー率が低いということで、もうちょっと可能となるものが何かということについて事業者とも相談しながら推奨すべき原単位を見つけてそういうものを集めていくということかと思っております。以上、すごい長い説明になって申しわけございませんが、資料の説明を終わらせていただきます。以上です。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。約1時間にわたる説明でありましたけれども、ただいま資料3-1、2、それから資料4につきましてご説明いただきました。さらに参考資料等もつけ加えてご説明いただきました。各委員のほうからご意見またはご質問がございましたらお願いしたいと思えます。菅委員、どうぞ。

○菅委員 資料3-2の12ページなんですけど、ちょっと事前に見落としがありまして、一番下のところに注がございまして、発生抑制の目標値をクリアした事業者が7割と書いてあるのですが、これは8割5分です。赤い点線と青い点線の間に入るのが7割で、赤い点線の外側が15%、青い点線の外側が15%。確かに赤い点線と青い点線の間は7割という話は確かにしたのですが、この場合、クリアしているのは片方だけでいいので、8割5分。これは事前に8割5分ということでもいいと思い

ます。要するに、赤い点線と青い点線の間が7割。大した話ではないのですけれども、数字だけは直したほうがいいと思います。

○石川委員 標準偏差以上に成績がいい人も含めて3割。

○菅委員 含めて7割。

○石川委員 両側で3割。片側だけなので15%。

○牛久保座長 両側ということ。片側だけであれば15%ということですね。

○菅委員 ええ、片側だけであれば15%。

○牛久保座長 数字の説明をしていただきましたので、ご理解いただけると思います。

○菅委員 ええ、これは8割5分という形にすれば問題ないと思います。

○牛久保座長 それに関しては、もうちょっと説明が必要になりますので。

○佐竹食品産業環境対策室長 すみません。事前説明のときに標準偏差の幅をどうとるかというご説明を十分にしていなかったようですが、標準偏差の部分を1シグマでとるか、片側0.5シグマでとるかということで、とりあえず当初1シグマでとるということで、8割5分ぐらいになるだろうというお話を聞いているというのもあったのですが、ちょっとこちらのほうとして8割5分というのはあまりにもゆるすぎるかなというのもありまして、0.5シグマというふうに修正をしたつもりでございまして、0.5シグマだから7割ということでございます。だから、すみません、厳密に言いますと、2カ年平均値に標準偏差0.5シグマということでございますので、というので7割程度というつもりでございます。もちろん1シグマというふうに皆さんが決めていただければ、それはそれでもいいのですが、事務局としては、別に7と8.5でどうかというのはあるのですけれども、7というのが何となくいい数字かなとは思ってはいます。

○菅委員 クライテリアは、もうそれでよろしいと思ひまして、図に落とすと平均値+0.5×標準偏差というふうに図の中に入れないと。で、下のほうを同じくしたほうがいいというだけですね。

○牛久保座長 今のデータについては規制の問題が関わりますので、非常に重要な観点であります。そこで、今ご説明が最後にありましたように、図の上のところに平均値+標準偏差あるいは平均値-標準偏差の両方に0.5をかけていただくというのが正しいようですので、そこに0.5という数字を書き入れていただいて、それでこの数字が7割という数字になると思います。そのようにご理解をいただいて議論を進めていただければと思います。よろしくお願いします。

特に資料3にかかわることを先に。資料3に書き込み、論点、規制値を決める上での主要な論点の方向性について記載がございますので、そこで何かございましたら。伊藤委員、よろしくお願いします。

○伊藤委員 資料3について申し上げますけれども、資料4については後で触れたほうがよろしいですか。

○牛久保座長 はい、後でお願いします。

○伊藤委員 資料3につきましては、全体的にはよくまとまっていると思っております。ただ、細かく見ていきますと幾つかございます。資料4にもかかわるのですけれども、まず業種の細分化でござ

いますけれども、ここでは11ページに、報告についてあまり細分化すると煩雑化になると。これはもつともであると思っていまして、各社とも今、多角経営しておりますので、いろいろな分野に顔を出しておりますので、ここばかりに気をとられると実際の目的を見失って手段ばかりに気を使ってしまいそうですので、ある程度バランスを見た細分化ということで、業種団体ごとのくくりもいいのではないかなと思っております。

次に、全体的な考え方なのですが、現在の日本は、少子高齢化が進んでおり、国民の食べる量が減ってくると予想されているわけで、当然ながら各企業はわきをしめながら経営をしています。その中で発生抑制については、各社単独では難しいことも多いため、社会全体の環境づくりが大切だと思います。例えば食品衛生の世界でしたら、もう10年以上前から「フロム・ファーム・トゥ・テーブル」や「フォーク」という言葉があり、要は農場から食卓までみんながそれぞれ責任を負いましょうという考え方なのです。口に入れるまで、消費者の方も食品安全衛生に気をつけなきゃいけないということです。そういう形で発生抑制についても各主体に責務があるとしたら良いのではないかなと思います。その中で当然ながら行政の責務として事業者が取り組みやすい社会環境づくりをしていただきたいをお願いします。

また、実際、発生抑制を実施していく場合、出るものをまず減らすこと。もう一つは、法の趣旨から言いますと、食品への再利用ということが考えられるわけですが、その際に「廃棄物」という言葉が気になります。資料3-2の15ページになるんですかね。このワーキンググループの範囲ではないと思いますが、食品リサイクル法と廃掃法における言葉の定義についての見直しも今後、時代とともに必要ではないかと思えます。どういうことかといいますと、食品への再利用について、今までの報道では、食品廃棄物を加工してどういう食品をつくりましたという表現をされることが多いので、ごみを食べ物にしているのかというご意見があります。やはりせっかく「商品」という概念が出ていますから、食べ物へ戻す場合は、例えば「未利用食品」や「未利用食料」という言葉を使い、人が食べるためにつくられたのですけれども食べていただけなかった未利用なものをまた再利用していることをしっかりと伝えることが必要であると思っております。

最後にもう一つ、フードバンクの利用を考えたときに、今までお金を出して処理をお願いしていた食品を寄附する場合に、ただで渡すわけですから、廃掃法上どういうふうな取り扱いになるのか、個人的には迷っているところではあります。そんなことで、もう一回全体の環境を見直す必要がありそうだということが今回のワーキンググループをやって感じていることでございます。資料4につきましては後ほど発言させていただきます。以上でございます。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。では百瀬委員、よろしくお願いします。

○百瀬委員 まず1点は、日本チェーンストア協会から出しました意見提出についてちょっと補足説明をしてもいいでしょうか。

小売業はいわゆる川上、メーカーや卸売等、それから川下、消費者との間でかなめになっているところですが、そこでどのような形で発生抑制をしていくのかというと、まず1つは川上、対川上に対して、例えば発生、商品発注の精緻化ですとか、それから無理な返品をしないですとか、そういった

ところとの関係からの発生抑制。川下消費者との関係では、できるだけ売れ残りが出ないような販売方法を構築する。そういったところに努力をしているわけですが、ただどうしても流通業、スーパーの中でも、それぞれの商売のやり方によって、生鮮食品店内加工や惣菜製造に関わる廃棄物、未利用食品であったり不可食分であったり、そういったところが大量に発生する店、企業と、それから加工を店内でやらないというような形で、売れ残りのみ発生する店、企業とがあるわけですね。それらは、目標設定するのに対して売り上げと廃棄重量を目標設定の原単位とするということに対しては、問題はないのですが、ただその商売のやり方で原単位の数値が随分違ってきます。「売り上げに対してどうしてこの企業はこんなに廃棄物が多いのか」という評価をされがちです。それに対して何らかの形で商売のやり方によっていわゆる不可食部分が店内で発生するか、もしくは市場、セントラルキッチンで発生するかというようなことを特に消費者の方にきちんとわかっていただかないと、企業の評価というところでは非常に不利になってしまうというのが会員企業では問題になっていました。

また、スーパーマーケットといえども、平屋の店舗で食品だけ売っているスーパーマーケットもあれば、モールですとかショッピングセンターといった形で大規模な商業施設を管理している企業もあります。そういった中には、自社の直営分だけの食品廃棄物を管理しているところもあれば、テナントやコンセッショナリーのようなショッピングセンター全体の食品を取り扱っているところの廃棄物を管理しているところもあります。そうするとこれもまた、数値が大分変わってきます。発生抑制の目標設定に関しては問題、異議は唱えませんが、そういったところの表現の仕方へのご配慮をいただかないと、それぞれの企業は一生懸命、地球環境をよくしようと努力しておりますけれども、原単位からの評価のされ方が違ってくるのは問題であろうということです。

そしてまた、ここではちょっと質問なのですが、日本はどのくらいの未利用食品の発生抑制を考えているのでしょうか。パーセントではなくて、これは重さで。なぜかといいますと、大きな地球環境保全という目標があり、廃棄物を循環資源にしようということでできた食品リサイクル法です。その中での発生抑制であれば、これくらいの重さの食料品が無駄に使われている。もしくは未利用食品として世の中に出ている。これをこのくらい減らしたいという大きな目標があつてしかるべきかと考えています。そのあたりを一度出していただければと思います。

また、消費者との関係でありますけれども、消費者に対して私たちは食の安全というのを第一に考えていますが、消費期限、賞味期限に関して、これがどうも発生抑制の大きな課題になると考えています。この消費期限、賞味期限と、それから販売する側、購入する側との食の安全という観点から、どのような形で消費者に対して、これは大丈夫ですということが言えるか言えないかというのは大きな問題ですので、もう一度消費者に対するアピール、それから消費期限、賞味期限のとらえ方の再アピールといえますか、そういったことをやっていけば消費者に対しての発生抑制の協力への提案になるのではないかなと思っています。そういったことから、食品廃棄物の発生抑制について、消費者とどう向き合っていくのかということを流通業に任せないで、ぜひ国全体としてどうやって、お互いに日本の食料品を大事にしましょうといったことを大きな運動にいただければありがたいと思います。

最後に、私たちはお店の在庫、お店の商品を一生懸命お客様に買っていただきますが、お客様が買

い過ぎた場合、今度はお客様、消費者のご家庭から食品がたくさん捨てられることになってしまわないかと、それも心配しています。余計なお世話かもしれませんが。そうしたときに、どのような形で保存ができるのかということも一緒に考えていければと思っています。以上です。

○牛久保座長 ありがとうございます。次に鬼沢委員、どうぞ。

○鬼沢委員 14ページのまとめ、非常にわかりやすく、とてもよくまとまっていると思います。この中で発生抑制の方向性として一番高いというところに、消費者等を巻き込んだ取り組みというのがありますけれども、今、百瀬さんがおっしゃったとおりに、実は流通の小売店というのは一番消費者と接点があるので、役割は非常に大きいのですが、先ほどの伊藤さんのお話にもありましたけれども、消費者自身が食品リサイクルについてやはり全然まだまだ知らないことが多いんだと思います。ほんとうに、消費者を巻き込んだ取り組みというのは大切に、百瀬さんがおっしゃったように、流通、小売店に任せるだけではなかなか進んでいかない。ただ、それは大きなかなめだとは思いますが。

そこで、やはり国はもちろんなのですが、地方自治体、市町村がここにどうやってかかわってくるかというのはとても大きいと思います。市町村がかかわって、地域全体として、この食品リサイクルのことをもっと話題にしていく機会がないと、なかなか理解が進んでいかないでしょうし、そこでやはり消費者は、私たちは、じゃあ何をしなきゃいけないのか、どういう情報を持つことでそれができるのかということがもう少し明確になります。また今は、なかなか消費者の理解が進まないで、具体的な数値が出てこないのではないかなと思っています。それには、地域の消費者団体やNGOや、あるいは学校等もそこに当然かかわってこなきゃいけないと思いますし、私自身もNGOの立場として、そういうさまざまなステークホルダーとの連携をつくっていくということにかかわっていきたいと思っていますので、環境コミュニケーションが形成されることに期待するという意味で、具体的に、じゃあどういうことをいつごろから進めていったらいいか、もし予定がおありでしたらお聞きしたいですし、お金のかかることばかりじゃないと思いますので、それをこれから、それぞれの立場で進めていくことが大切だと思います。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。佐々木委員、どうぞ。

○佐々木委員 ありがとうございます。まず、ご説明の中にあった、資料3-2の参考資料2というところに、私もちょっと数字を見て、また気持ちを新たにしたいとか、あれなんです、3と7と9と14、これで53%という、処分の率でいきますと。やはりこの部分に、ある程度検討の重点といますか、そういったものをやるという方向が必要なんだろうと思ひまして、先ほどのご説明、業界団体のそれぞれのヒアリングや意向を踏まえて整理をされた。よく、すごく整理がされていると思います。その中で、7ページの6番で、いわゆる先ほど言った4つの業種の中の1つに当たると思いますが、チェーンストア協会さんのほうからいろいろご指摘もありますが、まずやはり基本的なことは、正確な量を把握するという。どういうふうにするかというのはそれぞれの業種を考えてやっていただくということが、まずスタートなのかなと。それで、やはり発生抑制というか、そういったものを進めていくという観点でぜひ取り組みをしていただきたいと思います。

それから次に8番になります。8ページのところで、製造業、流通業、外食の特性を踏まえた検討

についてということで、やはり積極的に発生抑制の努力を行うべき業種だということで、再生利用率も達成されていないとか、いろいろ厳しい指摘があるのですが、いろいろな問題があるにせよ、やはりこういったところがきちっと取り組んでいかないと、先ほどの資料の参考資料に出ていますように、なかなか発生抑制の取り組みが進んでいかないのであると思いますので、課題は幾つかあると思いますが、ぜひ業界のご協力をいただければと思います。

それから、フードチェーン全体での発生抑制の取り組みということで、これは先ほど冒頭に、資料2のところでのあれで言いましたが、そういう雰囲気をやっぱり国全体といいますか、そういった取り組みを、何か一生懸命やっているのが損するようなことではないような取り組みを、これも国として仕組みをつくる中で、そういった観点も加味していただけないかなと思います。

それから次の10ページですが、10番のところですが、消費者に対してということなのですが、これは私も自治体出身でございまして、自治体も非常に消費者との関係というのを、消費者というか市民という関係になりますが、市民との関係は大事にしております、いろいろな情報提供をしたいのですが、自治体にもそれぞれの、例えば百瀬さんの御社のほうがどういう取り組みをしているかというのは案外知らないんですね。それで、例えばレジ袋をやめましょうよみたいな運動をやったときに初めてお会いするみたいな感じなので、ぜひそういう、売る側と買う側と、それに地域の自治体みたいな、そんな関係のところができるといいなと思います。

先ほど、例えば要るものだけ買ひましょ、無駄な買ひ物をしませんといっても、共稼ぎの方々が、1週間に1遍買ひ物に行くというのは、やっぱり、それを毎日スーパーが遅くまでやっているから買っていったらというのは、もう、ちょっと生活実態に合わないと思いますので。それで、ある程度、じゃあこうやってやれば保存できますよとか、こうやるのが正しい何とか。とにかく何でも冷蔵庫にほうり込んじゃえばいいというのが、私も含めてですが、そういう感覚なので、ぜひ商品に対しての知識といいますか、そういうものを提供していただければと思います。この辺は鬼沢委員も言われましたが、賢い消費者にみんななりたいたいのですが、情報がないから面倒くさいということになりかねないので、ぜひお願いをしたいと思います。

それから、目標値の設定のところなのですが、高いところに合わせて引き上げるのではなくて、低いところを押し上げるという。これは多分、発想としてはいいんだと思うのですが、ちょっと1つ私からお願いといいますか、あれなのは、12ページのところの丸の3つ目ですが、「したがって、先進的な企業の実績をベースにした高い目標値」というところは、考えはこれでいいと思うのですが、先進的な企業はどのような取り組みをしているかというような情報提供につながるのですが、そのところはぜひお願いをしたいと思いますし、何かそういう先進的な優良な取り組みについて何か検証するようなことというのも検討していただけたらどうかなと思います。

それから、あと、目標値の期間の取り扱いですが、5年というのと2年経過後というのは、ぜひこの方向でまとめていただければと思います。以上でございます。

○牛久保座長 どうもありがとうございました。ほかにございますでしょうか。石川委員、どうぞ。

○石川委員 どうも、膨大な取りまとめ、ありがとうございます。全体的に私はこれでいいと思うの

ですけれども、重要なことは既に皆さんからお話が出ているのですが、多分2つあって、1つは情報が足りないからできないとか難しいという問題をどうするかというのが1つある。それから、これは何ていうんですかね。強権的に情報を集めるというのは多分できないと思うので、情報を出したくなるような仕組みをつくるという方向がいいんじゃないかと思います。そういう意味では、これまで各委員から出ていたような話と同じになると思いますけれども、より正確な情報を出した企業を引っ張り上げるしかないんじゃないかというのが1つですね。それから、フードチェーンとして全体で削減しなければいけないというのは、どなたも別に反対意見はないと思うのですが、ではどうやってやるかという話があります。

1つは情報が仮に完全に集まれば評価はできるでしょうと。ただ、それは非常に難しいので、なるべくそれが集まるような仕組みをつくって整備していくということだろうと思いますね。それからもう一つは、フードチェーン全体として減らすとすれば、そのドライビングフォースは、結局は消費者じゃないかと私は思います。特に実施率だとか処分量が多いというのは下流のほうに多いというのは、消費者に直接働きかけるしかないと思いますから、そこをうまく使うというのが。そういう意味では、社会全体でこういう問題があるんだと、非常に難しい問題があって、ただ単に物を買っているだけでは減らないんだということを認知してもらうということがまず大事で、次に、いや、こういうふうにすればあなたも減らせるんだというふうにコミュニケーションしていくというふうな方向になるんじゃないかと思うんです。そのときに、先ほどのインセンティブの話と組み合わせれば、事業者ごとに、今、ここは業種ごとになって比較になっているのですが、実態は企業ごとなんですよね。企業間のインセンティブの違いみたいなものをどういうふうに調整するかで実は動いてしまうところがありますので、そういうところを配慮するシステム設計が大事じゃないかなと思います。

細かい点は一々挙げると切りがないので、1つだけ具体的にわかりやすいかなと思いますのは、例えばスーパーなんかだと、店内調理をしているかどうかによって随分違うって。それはそのとおりだと思うんです。そういうふうなところで、じゃあどうすればいいのかなとか、私が資料を見て考えていたのは、1つは例えば魚腸骨みたいなものは、水産加工業で出れば、この整理では仕方がないねと。なるべく減らしてくださいと。ただ目標をつくるのはちょっと無理じゃないですかという整理になっていて、私はそれに賛成なんです。そうすると、じゃあスーパーの店内調理で出る魚腸骨も同じじゃないかという気もしないでもない。そうすると、例えばの話ですけれども、それを店内調理で出ているものをきちんとはかって、自分ではかっているところって一番望ましいと思いますが、データとしてちゃんと出しているところはカウントを外すというような取り扱いもあり得るのかなという気もしました。そうすると、ちゃんとはかろうというインセンティブにもなりますし、言ってみれば、ラフなはかり方をして細かくデータがないということを理由に、何か平均的なところで甘えるようなことをする企業ではなくて、きちんとはかっているところは差っ引くこともできるし、さらに言うと消費者コミュニケーションというところでは、非常に簡単な例は、例えばそういうところを表彰したらどうですかというふうな話とか、単に表彰だけだとあまり実効性はないかもしれませんが、もっとそういう仕組みを真剣に戦略的に考えるということが必要じゃないかなと思いました。

○牛久保座長 ありがとうございます。片山委員、どうぞ。

○片山委員 2点ございまして、最後の参考資料2のところ、処分量が非常に多い業種というのは、やはり消費者に一番近いところなので、そういう意味ではそこが一番難しいところなんだろうなと感じております。資料3-2の1ページ目の一番下のところで「発生抑制の重要性が高く取り組みやすい業種から先行して実施する」という書かれ方がされておりますが、確かに数字的には発生抑制の重要性が高いものの、取り組みやすいかどうかという、結構難しいところがあると思っています。これは多分、相関があるものとして目標が設定しやすいということがあると思いますが、取り組みやすいかどうかという、結構難しいところがあるのではないかと。もし取り組みやすければ発生量というのは減るはずで、実際には難しいところがあるのではないかと感じています。

また、小売のところ、消費者との関係というのが重要というのは、今までの皆さんのお話のとおりでございます。商品というのはたくさんあるものですから、どうしたって、安心・安全とか鮮度とかが優先されてくると思いますので、そこをどのように連携してやっていけるかというのが非常に重要なところではないかと感じております。以上です。

○牛久保座長 どうもありがとうございます。ほかにございますか。菅委員、どうぞ。

○菅委員 私は統計畑なのですが、統計でよく家計を調査して家計簿をとらすと。そうしたら無駄がわかって節約しちゃって、その世帯が代表性がなくなるという話がありまして、こういうものは、はかるだけで実は抑制効果は相当ある。そうすると、むしろはかり方のガイドラインというか標準化というのがやっぱり重要で、おそらくはかり方が複数あった場合は、換算比率みたいなのはどうやってつくるかとか、やっぱり標準化というのが重要で、おそらくそれで特に今までこういうものはかったことがなかったというところが、はかってみて、こんな無駄があったんだとか、おかしいんじゃないかというのがわかって、それが抑制効果につながるというのがすごくあると思いますので、ぜひはかり方というか、はかるということに、それなりに意義があるというのが、ぜひご検討いただけたらと思います。

○牛久保座長 ありがとうございます。加藤委員、よろしくお願いします。

○加藤委員 外食産業のほうからですけれども、11月の業界ヒアリングでは、私どもはこの法制化の取り組みについて、業界側の自主的な取り組み・指針といいますか、そういうふうな方向でまとめてほしいと。なぜならば大変、外食産業、1つくると業種業態、非常に多様な展開をしていますから、店内調理もあれば店外調理もある、あるいはデリバリーもあればケータリングもあると。そういう中で確かに売り上げとの相関関係は100%あるわけですが、やはり売り上げと排出量というものについては、例えばファストフードの1,000億の売り上げの排出量と、それから居酒屋チェーンの100億円の売り上げ量と、それぐらいが大体同じか、あるいはそれよりかもっとファストフードのほうが少ないという中で、平均値、基準値でやっていくことは非常に難しいと。したがって、基準値を目指してそれぞれの業態業種が、みずからの業態の目標値を定めてそこに努力していくと。そのような方向性が必要じゃないかというようなご提案をさせていただき、また業界の主張を述べた経緯がありますけれども、しかしその後、外食産業、ここにありますように排出量が非常に多く、ま

たりサイクルの目標値も達成していないという業態の中で、やはりこの法制化の中で努力していく、一緒にやっていく、消費者ともやっていくという中で、ここまでまとめられました。私どもの主張がほとんど組み入れていただいていますので、大変よくまとめていただいたものと理解しています。

その中で、外食産業、今日の報告の中にもありますけれども宿題がありまして、発生抑制の目標値設定については、これからむしろ業態別に、定期報告書の出している企業を中心に、業態区分に基づいた報告データの再調査を早急に実施させて、その業態といいますか、この委員会では「業種の細分化」と言っていますけれども、それについて、外食産業の場合はどういうふうな区分をしていくのかということの具体的な検証に基づく提案をさせていただくということが、今日の私どもに課せられた宿題だと認識しています。

そのときに、この報告書の中ではセントラルキッチン取り扱いと、それからテークアウトの取り扱いについての論点についての整理がされています。それぞれ項目の整理についてはこれでよろしいかと思いますけれども、テークアウトの整理の中で飲食店の業種区分は大体、店内調理をしていないファストフードの部分と、それからその店で最終調理あるいはセントラルキッチンを含む調理をしているという部分と、2つぐらいに大まかに分かれるんじゃないかなというふうな表現がありますけれども、最終的には発生抑制の目標値の設定の方向性については、これから業態区分については考えていくというふうな表現というか整理になっていますので、こちらでよろしいんでしょうかということをおひとつ確認させていただきたい。最終的には私どもとしては、このテークアウトの取り扱いのところを書いてありますような、大きく飲食店を2つに、店外消費と店内消費という形、オフプレミスとオンプレミスという形で飲食店、売り上げを区分するというやり方がありますけれども、そういう形で統計をとるのか、それともすべての業態についての定期報告書の再調査をしますと、多分12ページの発生抑制の目標値のイメージ図にあります、ちょうど中心にあります平均値の軸を、飲食店全体の中で3つぐらいに分けたほうがいいんじゃないかと。あるいは4つになるかなという形で、再区分について業態という形、業態区分で区分できるかもしれません。基本的には方向性として2つの区分になるのかなということを私自身も思うのですけれども、実際、これから早急に定期報告書の提出企業すべてについて、業態区分に基づく再調査をして、そして12ページの平均値の軸足が何本ぐらい出てくるとちょうどいいのかということを検証させていただきたいと。そしてまた役所のほう、この委員会のほうに報告させていただいて、目標値の設定を決めていただきたいと思いますと思っています。

それが1つと、それからドギーバッグの論点がありましたけれども、先ほど百瀬さんがおっしゃいましたように、小売業では賞味期限、消費期限との関連が、まさに外食産業のドギーバッグに関しては同じことだと思います。やはりそういう視点で消費者の責任といいますか、理解を得ながら、こういうドギーバッグの問題を普及していく、あるいは取り扱いを広めていくと。特にそういう意味で、この委員会のほうでそういうメッセージなりを出していただくことによって、私どもは大変保健所行政との関係で、このドギーバッグの問題は非常に悩んでおります。やはり賞味期限、消費期限というような形で、はっきりとお渡しするときにそういうことをするというのも1つのいい視点あるいはアイデアではないかなということを思いました。

また、先ほど菅先生からお話がありました、発生抑制についてはかり方、はかることについてのいわゆる標準化といいますか、その提案を当委員会として出してみること、業界としてさらに取り組むことになるんじゃないかなと思いますので、それについてもよろしくお願ひしたいと思っています。

○牛久保座長 ありがとうございます。鬼沢委員、どうぞ。

○鬼沢委員 今、はかり方のことでお2人から発言がありましたが、前々回の質問のときに私もお聞きしたのですが、ヒアリングをしたときにご自分のところではかっているというよりも、むしろ配送業者の方に任せているというところが非常に多かったように思います。そこはすごく問題なんじゃないかなという気がするんです。トータルで今月どれだけですということを聞いても、じゃあ具体的に減らそうという行動に結びつかないのではないかと思いますので、できるだけ、大変なことだとは思いますが、どういうものがどのくらい出たかという把握をまずすることが、減らすことにつながるんじゃないかと思います。

それともう一つ、アンケート調査をしていただいた資料の5ページ目に、小売業界の取り組み状況のところ、消費者の目線に合わせた取り組みをしているというのがあります。これは確かにどのお店でもこういうことはされていると思いますし、大切なことだと思います。だけれども、消費者の目線に合わせたことだけではなかなか環境コミュニケーションは進んでいかないので、お店だけでは取り組みにくいことだと思いますので、むしろお店のほうから、お店だけでは取り組みにくいことだと思いますので、市町村あるいはその地域の消費者団体等を巻き込んで、消費者の目線に合わせたんじゃないくて、もう一つ先をやはり積極的にしていかないと、なかなか環境コミュニケーションは進んでいかないと思います。消費者も、いろいろな消費者がいますから、多分お店のほうは一般的な消費者の方を対象にした消費者の目線を考えていらっしゃると思うのですが、この際、ほんとうに環境コミュニケーションを進めていこうと思ったら、もう一つ先に行くような進め方をしていかなきゃいけないと思います。

ただ、それは先ほど来、百瀬さんもおっしゃっていましたが、チェーンストア協会のほうからも意見書が出ているように、お店だけに任せていると、それは非常に大変で苦しいことだと思います。だから、そこをどうやって、連携していくことで進んでいくかという具体的なことをしていったほうがよろしいんじゃないかと思います。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。杉山委員、どうぞ。

○杉山委員 先ほどから各委員からお話が出ておりますが、消費者の役割の重要性ということは、私も全くそのとおりだと思っています。フードチェーンを考えた場合に一番最後に位置づけられるのが消費者です。それで、私はこの食品リサイクル法の法律という点からは外れているのですが、消費者が出す食品廃棄物、いわゆる生ごみと言われているような、家庭から出されるごみの中の食品残渣というのはやはり非常に重要な問題で、私はよく調査をするんですが、どこの自治体でも、ただ、どうしても出てしまう皮であるとか食べられない部分だけではなくて、賞味期限切れのもの、あるいは極端な場合は、まだ食べられるのに、賞味期限が残っているのに捨てられてしまうというようなごみ

も相当出てしまっております。

ですから今回もちろん、中心として議論していくのは、事業者の方が出される食品廃棄物なわけですが、消費者とのコミュニケーション、連携ということを考えると、やっぱり最終的には、消費者が出している食品廃棄物というものも含めて、どうやって減らしていけるのかということを考えていく必要があると思います。ほんとうに、消費者1人1人の行動によってかなり変わる部分もたくさんあると思いますので、法律の範囲内ではありませんが、そういう意味では、家庭から出されるごみの食品廃棄物というのは、この法律の範囲内ではないのですけれども、そこも含めて、全体として消費者がどういう役割を果たせるのかということを考えていく必要があるのではないかと考えております。以上です。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。

それでは先ほど、3について主としてご議論、またはご質問をとということでございましたけれども、今度は資料4につきまして、各業種別の議論がこちらでなされておりますけれども、それについてございましたら。どうぞ。

○伊藤委員 目標値の策定につきましてはワーキンググループの目的でありますので、何も異論もございません。ただ1つお願いしたいのは、策定対象業種になった方々に対して不公平感があまり出ないようにご配慮いただきたいと思います。今までご説明を聞いている中で、回答率ですとか、検討が不十分ですとか、まとまりがないとか、いろいろな形で目標設定がされていない業種もありますので、そういうところをごね得になったり、または対象になった正直者がばかを見ることがないようにしていただきたい。中には積極的に協力して、業界団体として全社に働きかけアンケートの回答率を高くしている業種もございますので、そういう方たちのことも考慮いただきたくお願いします。2年間の試行的というのは大賛成でして、その間にいろいろできることもあるでしょうし、あとは「試行的」ということですから、今回選ばれた業種につきましては、法的なペナルティーは科さないようにしていただきますよう、よろしくお願いいたします。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。片山委員、どうぞ。

○片山委員 資料3-2で詳しく述べられていた目標設定について、それが85%なのか70%なのかというのが、今後どのような形で決められるのかということです。今、伊藤委員がおっしゃったように、今回は試行的な取り組みということと、下を引き上げていくというような観点であったときに、あまり高い目標設定になったときには結構厳しいのではないかと。先ほどチェーンストア協会さんも、いろいろな状況があって、その中で1本の目標になるとするのであれば、ある程度そのあたりを配慮する必要があるのかなと感じています。以上です。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。石川委員、どうぞ。

○石川委員 これでいいと思うんですけれども、議論をしていますと、フードチェーン全体での削減が多分一番重要で、課題としては情報の収集であると。そのためには、情報を出した企業もしくは業界に対するインセンティブが必要だというふうなことになっているのかなと思うのですが、チェーン全体としての削減ということからいくと、1つは今度は業界ごとの不公平感とか公平性って、伊藤委

員がおっしゃったような話を考えているのですけれども、そうするとチェーン全体ということからいくと、業界ごとに対応を変えるわけですね。いろいろな理由があって、データがないとかいろいろな理由で変えるのですが、そのところで公平性を担保するというのが一番大事で。

今回は情報にしても何にしても制約がありますから、結論として私はこれで大筋いいと思っています。ただ、その説明とか整理のやり方として、資料4の1ページ目のところに全体のことが書いてあるのですが、ここで業種ごとに、ここはこういう、こういう業種はこういうふうにするというのでまとまっていて、これはこれでわかりやすいと思うのですが、考え方として、例えばこういうふうと考えていいのかなというのが、質問でもあるのですが。例えば不可食部については必然的に出るから、これは発生抑制の対象とするのは困難であると。これは考え方ですよ。業界の話じゃなくて、不可食部という概念を挙げて、これは難しいんだと。それから市場として確立している副産物というのも、発生抑制の対象とすると、ほかのまづいことが起こるから原則としてやらないんだという整理だとか。ここに書いてある軸と別な軸として整理してしまってもいいのかどうかというのがちょっと気になっているんです。

つまり、さっき私が思いつきの言いしましたけれども、店舗で魚腸骨、魚のあらですね。あんなものを出していると、上流で出したら目標じゃないものが、小売で出ると目標になるというのは、私が申し上げたような整理からいくとちょっと引っかかってくるということもありますし、細かい点でどういうことが起こるかわからないので、そういうふうにしたらどうですかというのは、ただの提案でして。細かく検討して何かまづいことがあるかどうか、検討する必要があると思いますが。もしそれで大きな問題がないのであれば、考え方としてそもそも食品廃棄物には必然的に発生する不可食物があって、これに関してはかなりどこでも最小限にとどめているから、発生抑制の対象としては、目標をつくるまでやるのは困難であるというふうな整理になるかもしれませんし、それから副産物として市場が確立しているものについても、比率が同じで出てくるのだとすれば、それを減らせというのは主成分を減らせということになっちゃいますから、それもそういうふうな理由で、全体として難しいと。それをさらに各業種に当てはめると、そういうものばかり出ている業界で発生抑制目標は難しいですねという話になりますし。

小売なんかは多分いろいろなものが出ているわけですね。グレーゾーンも出ていますから。だからやってはいただくけれども、その対象物については不可食物であったり、副産物が出ているかどうか知りませんが、そういうふうなものについては個別に外すということもあり得るのかもしれないと、ちょっと思ったりしました。

○牛久保座長 ありがとうございます。ほかにございますでしょうか。百瀬委員、どうぞ。

○百瀬委員 石川先生のおっしゃったことには賛同するのですけれども、例えば完全に副産物が、食品が主であれば副産物になるけれども、下手したら副産物のほうが商売上はもしかしたら主産物かもしれない業界がたくさんヒアリングの中に出てきました。そのような業界には、食品リサイクル法の範疇なのかどうかということを、検討していただきたいと思います。特に、いただきました資料3-2の15ページにありますように、法律上「食品廃棄物」という定義をされているもの、それから廃

棄物処理法に基づく廃棄物の定義、そのあたりのところが、どうも食品リサイクル法が施行されてからずっと、これは廃棄物なのか、それとも再生資源なのかという問題がありました。主には、見た目は生ごみだけれども再生利用するというときに、廃棄物か再生資源かという問題ですが、見た目にも資源として確実にそれは他の製品の原料として購入され使われているというもので、この食品リサイクル法の中で発生抑制の対象にしていくことは、廃棄物の発生抑制という目的に対して方向性が違うのではないかというのがあります。

ですから、もう一回、食品リサイクル法って何のためにある法律なのか。その中で、じゃあ各企業、業界は何をしていかなければいけないのかというのを、ぜひ討論する場を持たせていただければと思います。

あと、このアクター、アクトレスの中に、消費者がとっても出てきそうなのに出てこない法律なのですけども、その中でぜひとも、消費者の方たちをどうパートナーにして、この法律の中で、位置づけしていくかということです。消費者は事業者と一緒に発生抑制もしくはリサイクルに取り組んでもらうパートナーであるよということを、ぜひこの法律の中で明記していただければと思います。

例えばスーパーマーケットで、さっきも言いましたけれども、たくさん買っていただいて、スーパーマーケットの店頭の売れ残りは減りましたと。でも家庭でゴミが増えましたというのは、それはそれで大きな問題です。ぜひとも、一手間かけておいしく保存法みたいなことを、この法律の中でもね。例えば学校、家庭科の授業であつたりとか、それから地域の生涯学習の中であつたりですとか、そういったところで、家庭での廃棄物も減らすような保存方法というようなことも含めて、食品リサイクルの法律に入れていただければと思います。以上です。

○牛久保座長 伊藤委員、どうぞ。

○伊藤委員 今の百瀬委員のお話は賛成でして、保存方法をやはりもう一回みんな理解し直す必要があるかなと思います。十数年前に、食品の表示が製造年月日から期限表示に変わった段階で、大きく感性というのが変わったと思います。それまでは、この物は何日につくりましたと。いつまで食べられるかは個人の判断だったわけですし、これを国際基準に合わせることによって、企業側でいつまでという期限を付けているわけです。それで、もうそれにお任せになってしまったので、各自がみずから食べ物をどうするかという判断ができなくなっていると思います。やはり腐っているものを食べてみて判断力をつけようとは言えないですから、どうやって保存するかということをもう一度考え直したらいいのではないかなという気がします。

○牛久保座長 どうもありがとうございます。ほかにございますか。

各委員から大分いろいろなご意見をいただきました。中には質問もございましたので、質問につきましては、また、次回それを反映してお答えをいただくことにしたいと思います。今お聞き及びのように、フードチェーン全体として考えていくことの重要性についてご意見が非常に多かったかなと思います。特に消費者を含め、または地方自治体の役割等、おのこの役割が、川上の製造から川下の消費の段階まで、いわゆる食り法にかかわる事業者各々の積み上げ方式が大切ですので、そこをどのように反映していくのかというふうに思います。それが個々事業者等への情報提供や発生抑制

の方法論ですとか、いわゆる期限表示とかそういうものも含めて情報提供とその結果の収集が重要性ということ。

それから今回、期間が非常に限られた中での実態調査でありましたので、実施については少し試行期間を置くことについては、皆さん方のご賛成をいただけているように思いますけれども、もっともっと実態調査や再調査なり精査なりをしていきまさんと、業種によって、個々いろいろなファクターが使われますので、それによると不公平感が出てくる。それによって、いわゆる二極化するような状態が発生する可能性も出てくるのではといったそういうご懸念のご発言もありました。

それから測定の重要性について、これについてもご発言がございました。例えば測定の方法とか、測定の実態がどうなっているかということをはっきりとすることによって、発生抑制効果にインセンティブを与えるようなことがあります。ですから、こういうふうに、地道に実際に行っている方たちに目を当てるために、表彰制度的なことも含めて何か考えていければというご発言もあったと思います。

雑駁なまとめ方かもしれませんが、全体として大筋賛成をいただいたものと思います。

いずれにしても、高いところの目標を設定するのではなくて、いわゆる下のものを引き上げていくということも、今回の議論の中では非常に大きな、重要な観点であったのではないかなと思います。今ご発言いただいたのをまとめさせていただくとこのようなことで、このご意見を次回に反映させていただいて、まとめの方向に行きたいと思います。

事務局の方向づけに大筋、ご賛同いただけたということでもありますので、次回のワーキンググループで、さらにご意見いただきましたのを取りまとめて、進めさせていただくことにさせていただきます。

ほかに何かご意見がございましたらですけれども、特段ないようでしたら、今回予定しておりました議事は一応全部終了いたしましたので、本日の議事については終了させていただきたいと思います。

本日は委員皆様から大変有意義なご意見を多数いただきましてほんとうにありがとうございました。先ほど申し上げましたように、本日のご意見等を踏まえて、本ワーキンググループとしての報告書案を取りまとめ、最終回となる次回にご議論いただきたいと思いますと考えております。

それでは最後に事務局から、資料5に基づいて今後の日程をご説明いただきますので、よろしくお願いいたします。

○佐竹食品産業環境対策室長 最後に、今後の予定についてご説明させていただきます。資料5に書いてあるとおりでございますが、本日27日で5回目のワーキンググループ、いろいろご議論いただきまして、どうもほんとうにありがとうございます。

1月の下旬に6回目のワーキンググループ、最終取りまとめということでさせていただければありがたいなと思っております。そこで最終取りまとめができればの話ですが、2月上旬にそれぞれの審議会の合同会合を、8月10日にやりました合同会合をさせていただきまして、ワーキンググループ検討結果について今度は審議会の合同会議のほうでご議論をしていただいて、審議会としてご承認いただくという手続等をしたいと思っております。

その後、パブリックコメントをかけさせていただきまして、目標値の公表、必要に応じて定期報告等の関係の規定、修正が必要であれば修正をするということもさせていただきたいと思います。

したがって、次回のワーキンググループの開催は1月下旬になろうかと思います。日時、場所等につきましては、後日また改めて事務局よりご連絡させていただければと思います。大変お忙しい中とは思いますが、次回もよろしくお願いいたします。

ほんとうに今日は貴重なお時間を賜り、またご意見もいただきまして、どうもありがとうございました。

○牛久保座長 これをもちまして、本日のワーキンググループを閉会といたします。どうもありがとうございました。

—— 了 ——