

第1回食品ロスの削減に向けた検討会

平成20年8月8日(金)

農林水産省

平成 20 年 8 月 8 日（金）

於・農林水産省共用第 10 会議室

## 第 1 回食品ロスの削減に向けた検討会速記録

## 目 次

1 . 開 会 .....	1
1 . 総合食料局長挨拶 .....	1
1 . 委員並びに事務局紹介 .....	2
1 . 座長選任 .....	3
1 . 座長挨拶 .....	3
1 . 配付資料の確認と資料の取り扱いについて .....	4
1 . 議 事	
( 1 ) 食品ロスの現状について .....	5
( 2 ) 菓子業界における賞味期限設定、納入・販売期限、返品に関する アンケート調査結果等の概要について .....	5
( 3 ) 意見交換 .....	18
( 4 ) その他 .....	34
1 . 閉 会 .....	35



## 開 会

谷村食品環境対策室長 それでは、定刻になりましたので、ただいまから、第1回食品ロスの削減に向けた検討会を開催いたしたいと思います。

私は、総合食料局食品産業企画課食品環境対策室長の谷村でございます。座長が選出されるまでの間、私が進行役を担当させていただきますので、よろしくお願いいたします。

## 総合食料局長挨拶

谷村食品環境対策室長 それでは、検討会の開催に当たりまして、総合食料局長の町田から一言御挨拶を申し上げます。よろしくお願いいたします。

町田総合食料局長 総合食料局長の町田でございます。

皆様方におかれましては、大変お忙しい中、この検討会の委員をお引き受けいただきましたこと、また本日は大変暑い中、検討会に御出席いただきまして、厚くお礼を申し上げる次第でございます。

最近の食料をめぐる状況につきましては、御案内のとおり、穀物の国際価格、需要の増大等を背景に、大変高水準で推移しており、世界の食料需給は大変逼迫の度合いを強めているというふうに感じております。このため、一部の国におきましては、この食料をめぐる抗議行動も起こっているという状況でございます。

一方、国内を見ますと、大変、日常的に大量の食品が廃棄されているという状況もあるわけでございます。こうした中で、世界最大の食料の純輸入国であります我が国といたしましては、国内の食料供給力を強化するという一方で、食料の自給率の向上を図るということはもちろんでございますが、それとあわせまして、申し上げましたような食品ロスの実態の改善を図っていくということが大変重要だというふうを考えているところでございます。

私ども農林水産省といたしましては、従来から食品のリサイクル法に基づきまして、食品の製造・流通の過程で発生いたします食品廃棄物の発生抑制あるいは有効利用といったことに努めてきたところでございますが、そうした法の枠だけにとらわれませず、食品が食べら

れずに廃棄されているといった実態を少しでも減らしていくために、事業者の皆様として、また消費者の皆様として、一体どういうことができるのか、前向きに取り組めることはないかといったことにつきまして御議論をいただきたいというのが、この検討会を設けさせていただいた趣旨でございます。

この食品廃棄が生じてしまう実態につきましては、さまざまな要因背景がございます。そういった意味で、その削減を図っていくということは難しい問題であるということは承知しているところでございますが、委員の皆様におかれましては、それぞれのお立場から、将来につながります建設的な御提言または問題提起といったことをいただければ、大変ありがたいと思っている次第でございます。

何とぞ、よろしくお願いを申し上げます、簡単でございますが冒頭の挨拶をさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

## 委員並びに事務局紹介

谷村食品環境対策室長 それでは、本日は最初の会合になりますので、本来であれば一言ずつ御挨拶をいただくところでございますけれども、私のほうから委員の皆様方を 50 音順に御紹介させていただきます。

株式会社環境構想研究所代表取締役の青山俊介委員でございます。

東京農業大学国際食料情報学部教授の牛久保明邦委員でございます。

株式会社ライフコーポレーション社会・環境推進部部長の江口法生委員でございます。

森永製菓株式会社執行役員菓子食品営業部長の太田栄二郎委員でございます。

株式会社ローソンCSR推進ステーション部長の片山祐司委員でございます。

特定非営利法人持続可能な社会をつくる元気ネット事務局長の鬼沢良子委員でございます。

国分株式会社営業推進部部長の篠倉猛委員でございます。

キューピー株式会社取締役広報室長の島家時委員でございます。

社団法人日本惣菜協会常務理事の藤木吉紀委員でございます。

株式会社フレッセイ執行役員管理部部長の藤田友三郎委員でございます。

株式会社エム・エル・エス取締役事業部長の宮腰智裕委員でございます。

続きまして、農林水産省からの出席者も御紹介させていただきます。

大臣官房政策課・塩川参事官でございます。

総合食料局・平尾次長でございます。

総合食料局・吉井流通課長でございます。

総合食料局食品産業企画課・増田企画課長でございます。

総合食料局・平松食品産業振興課長でございます。

消費・安全局の新井表示・企画課長でございます。

消費・安全局の浅川消費者情報官でございます。

私は、食品環境対策室長の谷村でございます。よろしくお願ひいたします。

あと、オブザーバー出席をいただいている方々を御紹介いたします。

財団法人食品産業センターの渡部一夫技術部次長でございます。

全日本菓子協会の奥野和夫専務理事でございます。

## 座長選任

谷村食品環境対策室長 それでは、座長の選任に入らせていただきたいと思います。

本来であれば、委員の互選による選出というのが原則でございますが、差し支えなければ、事務局からの提案として、東京農業大学の牛久保教授に座長をお願いしたいと思ひますが、いかがでございますでしょうか。

〔「異議なし」の声あり〕

谷村食品環境対策室長 それでは、御異論がないということでございますので、牛久保委員をお願いしたいと思います。

牛久保委員、よろしくお願ひいたします。

## 座長挨拶

谷村食品環境対策室長 それでは、ここで座長の牛久保座長から一言御挨拶をいただきたいと思いますので、よろしくお願ひいたします。

牛久保座長 皆さん、こんにちは。ただいま、座長の大役を仰せつかりました東京農業大学の牛久保でございます。この委員会の進行がスムーズにまいりますように、各委員の方々には、ぜひとも前向きで、建設的な議論ができますよう御協力いただければと思ひます。

座長就任に当たりまして、一言述べさせていただきますが、御存じのように、食品廃棄物

が年間約 2000 万トン近く出ているのが我が国の実態でございます、その中には不可食的な廃棄の部分もございますけれども、可食的な、いわゆるまだ食品として十分に流通ができる、または食べることができるような食品も含まれている中で、国内外ともに、この食料に関するニュースが報道されている昨今であります。この実態は、我が国としても食料の自給率を初め飼料自給率に直接的に大きくかかわる問題でございます。

そこで、各委員にはいろいろなお立場で御出席を賜っております。ややもすると利害に関わる議論が問題にもなるかとは思いますが、いわゆる、食品ロスをなくすということは、我が国にとっては必要欠からざるべきことでございますので、そこら辺につきましては、先ほど申し上げましたように、建設的に前向きで、そのロスがいかに少なくすることができるのか、そういう観点から御発言を賜ればと思っております。

以上、簡単ではございますけれども、就任に当たりまして御挨拶をさせていただきました。どうぞ、よろしくお願いを申し上げます。

谷村食品環境対策室長 ありがとうございます。

それでは、以降の議事進行は牛久保座長にお願いいたします。

カメラ撮りはここまでということで、よろしくお願いいたします。

〔カメラ退室〕

谷村食品環境対策室長 それでは、牛久保座長、よろしくお願いいたします。

### 配付資料の確認と資料の取り扱いについて

牛久保座長 お手元でございます議事次第に従いまして議事を進行させていただきますが、まず、議題に入る前に、事務局より配付資料の確認と資料の取り扱いについて御説明をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

谷村食品環境対策室長 それでは、私のほうから御説明させていただきたいと思っております。

お手元に配付されている資料の御確認でございますけれども、配布資料一覧でございますように、まず、1といたしまして「本検討会の設置について」という1枚紙があります。資料2といたしまして「食品ロスの現状について」、資料3といたしまして「菓子業界におけるアンケート調査結果の概要」、資料4といたしまして「今後の検討会開催予定」というものがあります。あと、参考資料といたしまして「食品期限表示の設定のためのガイドライン」というものが配付されているかと思っております。

資料の不足等ございましたら、お申し付けいただければと思います。

なお、本検討会につきましては、まず検討会そのものは公開でございますし、本検討会で使用いたします資料については、原則、すべて公開とさせていただきたいと思っております。

また、この会議の終了後には、発言者名を記した議事録を作成して、各委員の方々に御確認と御了解をいただいた上で、農林水産省のホームページ上で議事録についても公開をしたいと考えておりますので、よろしくお願いたします。

## 議 事

( 1 ) 食品ロスの現状について

( 2 ) 菓子業界における賞味期限設定、納入・販売期限、返品に関するアンケート調査結果等の概要について

牛久保座長 それでは、議事に入りたいと思います。配付いただいた資料を拝見いたしますと、非常に広い範囲のテーマ設定になっております。

まず、資料1～4をまとめて事務局のほうから御説明をいただきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

谷村食品環境対策室長 それでは、御説明をさせていただきます。

まず資料1でございますが、資料1につきましては、局長及び座長の御挨拶にありましたように、この検討会をなぜ設置したかということでございます。いわゆる審議会とは、ちょっと別物でございますけれども、今回の我々の食品ロスのテーマというのは、1900万トンとか、1135万トンとか、食品廃棄物のいろいろな数字が出ておりますが、今回、皆様にいろいろと御検討いただきたいのは、まさに、先ほどありました食べられる状態であるもの、また、本来捨てなくてもいいようなものが捨てられている、そういう実態について、やはり今後の食料自給率向上を図るに当たっては、非常に重要な問題であるという観点から、食品関連事業者及び消費者、それぞれの段階でどういうことができるのかということを幅広い観点から御検討いただきたいということで、総合食料局に「食品ロスの削減に向けた検討会」というものを設置させていただいたということでございます。

それでは、資料の説明をさせていただきたいと思っております。

資料2でございます。「食品ロスの現状について」ということでございます。まず、「食品廃棄」という言い方ですけれども、今回、我々が「食品ロス」とあえて言わせていただいた

のは、まさに、食品として食べられるものが何らかの形でむだになっているということを知りやすくということで、あえて「ロス」という言い方を今回の検討会の名前及び資料上では使わせていただいております。

まず1ページ目でございます。こういう数字というのは、皆様もいろいろざらになったことがあるかと思えます。いわゆる供給熱量と摂取熱量の差が非常にある。それが、年々拡大をしていっているということ。これは、左の図で見ていただきますと、供給熱量と摂取熱量の間に722キロカロリー、いわゆる2573キロカロリーが供給熱量でございますので、3割程度が何らかの形で食べ残されている。

ただ、ここは下に書いてありますように、供給熱量は食料需給表をもとにマクロの生産統計等を前提しておりますし、国民栄養調査というのは、いわゆる調査対象を訪問して、ある一日を前提としたということでございますので、単純に比較することはできないわけですが、やはり何らかの形で食べ残した廃棄が出ているという意味の一つの目安としてはなるかと思ひまして、今回、このような資料を使わせていただいております。

右側につきましては家庭におけるものでございますけれども、家庭から出たごみ 京都市というのは、大学の先生と一緒に家庭ごみというものをずっと追っているところでございますけれども、これを見ていただきますと、いわゆる調理くずやビニール袋、水分などのほかに約4割、食べ残しが3割弱、手つかずのものが1割強、全体で約4割程度が、まだ食べられる状態のものが廃棄されているという状況でございます。

ただ、今まではこういう大量の消費で大量の廃棄的なものはございましたけれども、昨今の食料価格の上昇等で、やはり消費する側も食品をむだにするというのは家計を圧迫するようになるのではないかと。これは、何らかの形で改善していかなければいけないのではないかと。このような変化の兆しはあろうかと思ひます。そういうことで、こういう食べ残しや手つかずの商品のむだをいかに削減していくかというのは、まさに今取り上げるべき課題ではないかと思っております。

次のページを見ていただければと思ひます。我々が食品廃棄の問題を議論するときに、いろいろなところから、食品廃棄1900万トンという数字が出たり、1100万トン強という数字が出たりとかいろいろあります。あと、食料供給全体でどのくらいが廃棄に回っているのかというお話がございました。それで、今回お出しした数字というのは、下の資料にありますように、いろいろなデータを組み合わせた形でございます。かなり大胆な推計をしております。結構、幅もある数字にしてあるわけでございますが、全体として、どういうふう

食品の資源が流れていって廃棄につながっているかということと、我々が、皆様方に御検討いただきたい削減したい部分というのがどこにあるかというところのイメージをつかんでいただく意味で、今回、ちょっと大胆な推計をしてこういう数字を出させていただいております。

簡単に御説明いたしますと、いわゆる国内生産と外国貿易、輸入量を合わせまして、大体1億2000万トン弱、国内消費の仕向量というのがありますが、いわゆる餌用等に回るものとして人の消費に回らないものを引くと、9000万トン程度が、恐らく人の食用の仕向量に、原材料をそのまま使う形によって流れていく。それを使う主体としては、下に書いてありますように、いわゆる製造業、卸売業、小売業、外食産業という食品関連の事業者さんと一般家庭、これが大きく利用主体としてある。

それで、よく我々総合食料局から出す1135万トンとか1100万トン強というのは、このうち食品関連事業者が出している食品廃棄物等の数字になります。これが、そこから右に出た約1100万トンということでございます。その1100万トンの中には、いわゆる食品リサイクル法上は食品廃棄物等として扱われる製造副産物で、その後、有価取引されるもの、いわゆる廃棄物処理法上の廃棄物としてごみにはならず、もう一回、有価でもって取引されるものも含まれております。代表的なものが、ここに書いてあります油を絞った後の大豆ミールでございます。これが、大体300万トン程度はあるというふうに考えておまして、そういう意味では、有価取引される製造副産物を引いた、いわゆる不要物と言われる廃棄物は800万トン程度ではないかというふうに考えたところでございます。

この800万トンのうち可食と考えられる部分がどういうものであるかということですが、製造業から出てくる規格外品、いわゆる製造ラインでちょっと出る規格外品なものとか、この後、論点にもなろうかと思っております返品物であるとか売れ残り、食べ残しのものが300万トンから500万トン程度あるのではないかと考えております。後ほど出しますが、返品が、恐らくそのうちの100万トン弱ではないかというような統計をしているところでございます。

もう一つ、一般家庭から出るごみとしては、大体1100万トン程度ある。このうち可食部分というのは、いわゆる食べ残しとか過剰除去、深く皮を取り過ぎるということでございますけれども、過剰除去、そして、食べずに捨てる直接的な廃棄と、大きく分けて3つぐらいあるかと思いますが、これが200~400万トンぐらいではないか。400万トンというのは、前のページで大体4割ぐらいと京都市のデータでありましたので、それと、200万トン程度

というのは、後ほど出しますけれども、一家庭で1人当たりが出す食品ロスの1人当たりの数字を単純に人口と365を掛けるというような感じでやると200万トン強という数字が出るので、200万トンから400万トン程度というような幅でございます。

それを足しますと、家庭からの1100万トンと食品産業からの800万トンの1900万トンのうち可食と考えられるもの、ここが、我々が今回、いわゆる食品ロスというふうに言いたいと思っておりますけれども、500万トンから900万トンぐらいあるのではないかと。

そうしますと、一番最初のところで、9000万トンぐらいが加工も含めた食用仕向けに回ると考えますと、5%から10%程度がロスという形になるのではないかと。これは、あくまで推計でございますけれども、今まで言っていた1900万トンとか1135万トンよりは、若干数字は落ちるわけですが、やはり9000万トンのうちの500~900万トンぐらいとおおむね考えると、これは相当のロスになっている。今回、我々は、ここの色をつけております部分について、何らかの取り組みで削減する方向にできないかということをお検討いただきたいと思います。

なお、この1900万トンのうち、埋立なり焼却という最終処分に回るものが1400万トン、何らかの形で、肥料なり飼料といった再生利用に回るものが500万トンでございます、副産物の300万トンを足すと、いわゆる廃棄物等と言われるもののうちから800万トン程度が再生利用に回っているというようなデータでございます。

それぞれのロスについて細かく見たものが次のページ以降でございます。3ページをぜひ読んでいただきたいと思います。食品産業から出る部分のうち、いわゆる外食を除く製造、流通、小売、卸ですけれども、そこから出るものの売れ残りとか返品による食品ロスがどの程度あるかというものでございます。これは、農林水産省が毎年統計で行っている各企業さんからの統計調査をもとに算出しているものでございますけれども、それによりますと、製品・商品となったものが、いわゆる賞味期限切れの売れ残りや返品が原因で廃棄されたものは、3業種計で約11%、94万トンというふうに推計をしている。これは平成18年度の数字でございます。

業種別に見ますと、下の左側の図でございますけれども、製造業で5%、卸売業で15%、食品小売業で22%が全体の廃棄物のうちの売れ残りや返品による食品のロスというふうになっております。

なお、これを過去4年間の数字で見ますと、おおむね10%前後を4年間推移しております、数字につきましても大体100万トン前後が、売れ残りや返品等の食品廃棄物の発生

量であると推計をしているところでございます。

なお、この返品・売れ残りの廃棄というのは、その業種が廃棄したということでございますので、実際に処理した方、例えば卸売業なら卸売業の方の発生量、排出量という形で計算をしているものでございます。これは、実際にどなたが出したかというところで計上されているものでございます。

次に、家庭や外食における食品のロスが4ページでございます。

まず、世帯における食品ロスがどの程度あるかということでございますが、平成15年から平成18年度の数字を見ますと4.8%から3.7%というふうに、いわゆる微減傾向である。その中でも、ちょっと見ていただきますと、いわゆる食べ残しというのがかなり減っている。その減った率の中では、相当程度、食べ残しが減ったのが、世帯における食品ロスが減ってきた要因になっている。過剰除去の部分というのは、なかなか減らないという状況でございます。これは、18年で言いますと3.7%でございますが、直接的な数字で言いますと、1日、大体1人当たり1100グラム食品を使用している。うち、ロスになっているものが42グラム程度となっております。それで、率としては3.7%となっております。

続きまして食堂、いわゆる外食の食品ロスでございます。外食というと、何か、すごくロスがいっぱい出ているような感じで、皆さんとらえがちでございますが、いわゆる通常の食堂とかレストランと言われるものにつきましては、3.6%から3.1%と微減の傾向となっております。ロスが高いのは、いわゆる結婚披露宴とか宴会、ホテルとか宿泊施設で出る料理で、これは10%強でございます。特に、披露宴については19.2%でございますけれども、今回御議論いただくのは、いわゆる普通の生活の中での食品ロスをどう削減できるかということですので、そういう意味においては、披露宴・宴会というのは特殊例であろうということで、通常の食堂・レストランにおける食品ロス率を、今回は資料として提出させていただいたところでございます。

次に5ページでございますが、家庭において食品がどういう理由で廃棄されているかというのを同じようなロス統計で調べた結果でございます。食品を使用せずに廃棄した理由と、食品のむだを少なくするために購入に気をつけていること、それぞれ複数回答で御回答いただいたものがこれでございます。これを見ていただくと、廃棄した理由に腐敗とかカビが発生したというような、目に見える形で何らかの商品に品質が落ちたというものが一番多いわけでございますが、それと似たような感じで、50%以上の方が、いわゆる消費期限または賞味期限が過ぎたため廃棄をしたというような回答で、この2つが非常に多い回答率になって

いるところでございます。

こういうことを反映いたしまして、むだを少なくするためにどういうことに気をつけるかという、やはり一番多いのが、賞味期限や消費期限ができるだけ長いものを選ぶというようになってきているということでございます。例えば製造年月日、賞味期限が新しいもの、もしくは長いものを選ぶというのが回答として出ているということでございます。

ここまでが廃棄の話でございます。

次に、食品関連事業者が発生の抑制に向けて、今どんなことに取り組んでいただいているかというのを、これも同様な統計でお聞きしたものでございます。もちろん、食品の無駄が出るということは、企業にとっても、非常にコスト上問題でございますので、様々な取り組みがなされていると思っておりますけれども、食品産業全体の約5割の方が、何らかの発生抑制の取り組みを行っているというふうにお答えいただいております。

業種別に見ますと、いずれの業種においても、当然、製造する量なり、販売する量に合わせた仕入れを行うとか、ロスの出ない製品や材料への仕入れの見直しというものが非常に多いわけでございますけれども、そのほか特に特徴的なものといましては、食品卸売業や小売業、いわゆる流通部門の方におかれましては、賞味期限の迫った商品の特価販売をする。外食産業におかれましては、調理方法の改善で、できるだけ調理くずを少なくする。メニューとか調理のポリウムの適正化。多いものだけではなくて、例えば多様化した大・中・小みたいなメニューをつくっていくというようなことであろうと思っておりますけれども、そういう方々が多いということでございます。

次のページに、食品ロスの発生抑制のポイントと書いてあります。これは我々が、食品リサイクル法ができて以降、いろいろなパンフレットとかを使いまして、食品ロスの発生を抑制するためには、今日、冒頭の挨拶にもありましたように、やはり製造や流通や消費それぞれの特性や実態を踏まえた適正な発生抑制の取り組みが必要だということで、こういうことが有効ではないのでしょうかということ、パンフレット等で御紹介させていただいているものでございます。

当然、いわゆる食品産業の方の発生抑制の取り組みを促進するためには、やはり買い過ぎとか、頼み過ぎとか、過度な鮮度志向。今までのアンケート結果にもございましたけれども、そういう食品ロスを増やす要因となり得る行動について、消費者一人ひとりが注意していただくことが重要だと、こういうことを今まで、いろいろな場を通じて御説明をさせていただいて働きかけをおこなっているところでございます。

それぞれ書いてあることは、製造段階においては、やはり適切な期限表示の設定、規格外品とか、品質上問題なく返品された商品の通常の販売経路以外では有効利用のあり方とか、もちろん、製造ロスの発生率を低減する。

流通におかれましては、これは、ちょっとまたいろいろ御議論があらうかと思えますけれども、安易な返品を抑制していただくとか、画一的な販売期限の設定を見直していただいたらどうか。これは、発生抑制の取り組みでやっているということでございましたけれども、商品の値引き販売等の売り切りとかをやっていただく。それで、消費の段階におかれましては、こういう食べ残しが発生しないようなメニュー、盛り付け、サービングの工夫なり、あと消費者におかれましては、先ほど、廃棄する理由として、かなり多いものとして期限が過ぎたものということがございましたけれども、賞味期限など正しい理解を促進していただいて、賞味期限が過ぎたから、すぐ食品としてだめになったのではないですよというようなことを御理解いただくということであろうかと思えます。

これは委員の方々も、書いてあることは、すぐ当たり前ではないかと。我々がいろいろなところで御説明しても、これは当然こうだというのですが、このロスの発生抑制というのは、頭では理解できて、なかなか具体的な行動につながっていないということが一番問題ではないか。それで、なぜこれが具体的な行動につながっていないのかというようなことも、この場でいろいろと皆様方に御意見をいただいて、こういうことを具体的な行動に移していくためにどういうことが考えられるのかということ等について御意見をいただければ、大変ありがたいと思っているところでございます。

8ページ以降は参考に、食品リサイクル法の仕組みや食品リサイクルの状況について御説明した紙をつけさせていただいております。今回はロスの削減についてでございますので、この分については、細かく御説明することは省略させていただきますけれども、最後の10ページ、今の再生利用等の実施率のところだけごらんいただければと思います。

再生利用の実施率につきましては、法律が施行された平成13年度以降、順調に上昇機運にはあります。今、食品産業計で53%のリサイクル率となっております。ただ、これは川上から川下に行くに従って、やはり発生廃棄物が細かく分散した形で発生するとか、あとは、特に外食等になってくるといろいろなものが混ざってくる。それで、量も安定して出てこないということがございまして、川下に行くに従って、再生利用がなかなかしづらい廃棄物が出てくるということでございまして、製造業が81%ですけれども、外食産業につきましては、ここが22%になっているという状況でございます。

これにつきましては、前回の法律改正で、製造業、卸売業、小売業、外食産業それぞれに我々の再生利用率の目標を立てさせていただいて、それぞれのところで御努力をいただくということでお願いしているところでございますので、御紹介させていただきます。

続きまして、資料3の「菓子業界における賞味期限設定、納入・販売期限、返品に関するアンケート調査結果等の概要」を御説明させていただきたいと思っております。

この資料は、本日、オブザーバー参加いただいております全日本菓子協会のほうで、どういう実態があるのかというアンケート調査をしていただいております、その調査結果などをもとに、農林水産省のほうで取りまとめた資料ということでございます。

1ページめくっていただきまして、まず冒頭に、お菓子がどのような流通経路になっているかというのを御理解いただいた上で、賞味期限の設定の実態に関する調査、これは、全日本菓子協会の会員企業の方々31企業、あと団体も会員になっておりますので、その団体に対してアンケート調査をして、回答があった45企業の回答をベースにつくった資料でございます。なお一部、ほかの2、3も同様でございますけれども、回答があった企業の回答にプラスして、その後、ヒアリングによる補足調査を実施して取りまとめたという性格のものであります。こういう性格のものであるということを、まず御理解いただければと思います。

なお、ここに書いてある「流通菓子」というのは、いわゆる全国的にネットするナショナルブランド的な製品を流通菓子と申しております。

1ページめくっていただきまして、繰り返しますが、これは、あくまで菓子協会、いわゆるメーカー側のアンケート結果をもとにした整理でございますので、またいろいろ御意見があるかと思いますが、そういうものとしてお聞きいただければと思いますので、よろしくお願いたします。

お菓子の流通につきましては、基本的には製造メーカーがあつて、お菓子専門の卸売業者がいらっちゃって、それが小売、スーパー、コンビニ等において消費者への販売ということになっております。それで、基本的には製造メーカーから卸、卸から小売に行くときは、いわゆる買い取りで行っているという形のものでございます。それぞれのところで売ってしまう、相手に買い取っていただくというものでございます。

期限につきましては、いわゆるメーカーがつける賞味期限のほかに、卸売業者なり小売のところで、メーカーからの納入期限というものが自主的に設定されているというのと、今度は、売る際には独自の販売期限というものが設定されているというような状況にあるという

のが、ヒアリングに基づく調査結果の概要でございます。実際に、こういう買い取りがあるんですけども、何らかの要因で、小売さんからメーカー、もしくは卸さんからメーカーに何らかの返品が行われているというようなことが、まず問題意識としてございまして、こういう実態調査が行われたということでございます。

次のページを見ていただきまして、まず、メーカーがつける賞味期限の設定についてでございます。賞味期限の設定につきましては、皆様、御承知のとおり、平成 17 年 2 月に、厚生労働省と農林水産省において「食品期限表示の設定のためのガイドライン」というものをつくったところでございます。いわゆる客観的な指標で設定された。官能検査と微生物検査等、いわゆる客観的な指標に基づいて設定された期限に 1 未満 何カ月としたら、それに 1 未満の安全係数を掛けて賞味期限を設定することが基本であるというような書き方をしております。

下を見ていただくと、今回、菓子協会がおこなった検査によれば、0.6~0.7 というような設定をしている商品が多いわけですが、この 3 つの資料のうちの、まず左側の上を見ていただくと、いわゆる客観的指標に基づく設定期限としては、12 カ月を超えるものというのが 3 割程度あるわけですが、実際に賞味期限として 12 カ月を超えるものというのは 2% になる。何らかの形で賞味期限をかけることによって 1 年を切る、1 年以内の賞味期限が設定されているというのが、この表からおわかりになるかと思えます。1 未満の係数ということですが、これを見ていただきますと、0.6~0.7 が全体の 36%、0.7~0.8 が 30%、0.5 以下というものも、少数であるけれども、あるというような状況でございます。

これは、下に書いてありますとおり、菓子協会の会員企業及び会員団体に対するアンケート調査結果であった 45 社の 125 品目についての結果ということでございます。

次のページを見ていただきますと、今は全体でございましたけれども、商品別にどういふふうになっているかというものでございます。商品群ごとに、安全係数はいろいろ違うものがございます。例えば、飴であれば 0.8~0.9 が多い。チョコレートであれば 0.6~0.7 が多い。ビスケットであれば 0.7~0.8 の安全係数が多いですが、特に飴とチョコレートを見ていただくと、結果的には、その結果として賞味期限は 10 カ月から 12 カ月以下の間にはまるような形で設定されるものが多いということでございます。

これはどういうことかということ、次の 5 ページでございまして、そもそも安全係数というのは、もちろん、メーカーの方々がやったものを客観的な評価に基づいて係数を

掛けてということではございますが、実際には、やはり各社さまざまであって、いろいろ流通段階でどう保存されるかとか、そういうことをやるんですけれども、やはり他の商品との横並びとかもありますし、食品として安全かどうかと別に風味等、一番おいしいときというものを確保するというのもありまして、あえて厳しい安全係数を設定しているというケースもあるわけでございます。

あと、特に類似の商品で見ると、各社ごとに期限が大きく異なっているんですけれども、結果として賞味期限が同じようなところになってくるということでございます。まず、前段の風味等というのは、安全係数の考え方によってAからBまで、いわゆる米菓とか和菓子、スナック、かなり低い係数をとってありますけれども、これは、あえてこういう具合に低くしているのは、歯ごたえとか食感とか、他商品との横並びとかいろいろございます。それで、0.38 と相当低いものをとっておりますけれども、これは、いろいろこういうような理由があるということでございますが、類似商品における賞味期限がどうなっているかというのを見ていただくと、非常に美しく、例えば飴であれば、客観的指標に基づく期限は、17 カ月、18 カ月から 13 カ月まで差があるわけでございますけれども、安全係数がかかることによって、結果的な賞味期限が全部 12 カ月にそろってきているというような状況でございます。ほかのところも、チョコレートにしても、ビスケットにしても、大体 12~10 になるような安全係数がかけられている。それはどういうふうになっているか、結果的にこういうような数字が出ているというのが今回のアンケート調査の結果でございます。そうすると、まずメーカーの段階で、客観的なデータに基づく期限からこのくらい短く設定されるという状況があるということでございます。

今度は、それが卸さんなり小売さんに行ったときにどうなるかというのが次の納入販売期限の設定でございます。これは、いわゆるメーカーから見て自分たちが商売している小売業者さんが納入期限等を設定しているというふうに回答があった企業 6 社でございますけれども、この回答に基づく整理でございます。それによれば、やはり賞味期限の 3 分の 1 から 40% という形で納入期限が設定されている。それで、小売さんの販売期限については、おおむね賞味期限の 3 分の 2 となっているということでございます。

この販売期限が過ぎた後というのはどうなるかというと、もちろん、特価等の見切り販売もございますし、冒頭の資料で申し上げましたように、返品という形も出てきて、それが、いったん返品されてきたものというのは、廃棄等にもあるわけでございますが、やはり販売期限の設定というのが返品の大きな要因となっているのではないかという声も、今回、食品

菓子協会がやったアンケート結果の中ではあったということでございます。そうすると、まず賞味期限の段階で 0.6~0.7 がかかって、販売期限のところ、さらに何パーセントがかかるということになると、客観的な指標に基づいた期限からすると、相当短い期間だけ販売のところに乗っているのではないかというような問題が起こるのではないかということでございます。

それで返品でございます。7ページでございます。基本的には、買い取りでありますので、返品というのは余り起こらないのではないかとということではございますけれども、菓子メーカーからの聞き取りによりますと、製造メーカーから流通に出荷されたもののうち 流通というのは、小売さんなり卸さんでございますけれども 1%程度が返品される。これが多いか少ないかというのは、いろいろ御議論があらうかと思えますけれども、本来出るはずがない返品が1%でも出ている。それで、いったん返品されたものはなかなか、もう一回それを売るとか、何らかに使うというのは非常に難しいので、基本的には、返品されたものは、ほぼ100%廃棄されるというような状況にあるというのが聞き取りの状況でございます。

これは、実際にメーカーの段階まで戻ってきたものが1%でございます。例えば、小売から卸にだけ返品があったとしても、そこからどこかへ転売されたとか、いずれにしても、メーカーに戻ってこなかったものについては含んでおりません。あくまで、メーカーの段階まで戻ってきたものがこの程度あるというのが聞き取りの結果の状況でございます。

次のページを見ていただきますと、これはメーカーのほうを考える問題点というか、考えていきたい点ということではございますけれども、繰り返しになりますが、基本的には、取引というのは買い取りであるので、買い取りなんだけれども、やはり、何らかの理由で流通業者から返品が行われるという実態があるということについては、何か検討する必要があるのではないかとというのが、まず問題提起でございます。

それで、どういうものが返品になるかということにつきましては、いわゆる小売店のところで、春夏物とか秋冬物の定番カットされたものの売れ残り品であるとか、特売とか催し物のときの終了に伴って売れ残ったもの、それと納入期限を超過していたものが主なものでございます。

ただ、いずれにしても、それぞれ理由はあるんですけれども、やはりそもそも買い取りだったのではないかと問題意識があるということが、メーカーのほうからの声としてはあるというのが今回の回答結果でございます。

それで、流通業といってもいろいろあるわけではございますけれども、どこの取引の中で

返品がありましたかということについてお聞きしたのが9ページでございます。業態で見ますと、別に、どこからの特定の業態というわけではなくて、アンケート調査結果の回答にあった企業の回答によれば、スーパー、コンビニエンスストア、ディスカウントストア、卸さんを含めて、いずれの業界からも返品がありましたというのが今回の回答でございます。

それで、返品が生ずる要因といたしましては、これは取引でございますので、メーカーのほうから考えても、流通のほうの課題もあるでしょうし、製造メーカーみずからの問題もあるのではないかと、それぞれ回答がございまして、流通段階においては、やはり欠品とかがないように、多品目にわたって在庫を持つという傾向があるのではないかと。あとは、途中で申し上げましたけれども、過度に早い納入期限が設けられたり、過度に短期な販売期限が設けられることによって、販売できる期間というのが非常に短くなって、それで結果的に商流に乗れなくなって返品されるというものです。

逆に、製造段階においても、本来もっと長く賞味期限が設定されるものを、安全係数を高くすることによって、短い賞味期限になって販売期間が短くなってしまふ。あと、特に食品のお菓子とかになると、ライフサイクルが非常に早いというものがございまして、頻繁な新商品の販売があったりとか、下のほうにありますけれども、商品需要の予測というのは、これは大変売れるのではないかと、非常に売れるものだからということで、多く製造して強い売り込みをかけていったけれども、結果的になかなか売れなかった。そのものが返品という形で出てくるのではないかとというのが、それぞれ菓子メーカーが指摘する返品の生じた要因ということでございます。

これが資料3の御説明でございます。

最後でございますけれども、資料4でございます。我々といたしましては、今回、皆様方に食品ロスの削減に向けていろいろな観点から御議論をいただきたいと思っているわけでございますけれども、基本的には10月中・下旬ぐらいまでを目途に、やはりそれぞれの方々が具体的な行動に移っていくための論点の整理というのは、余り長々とやるということではなくて、集中的に御議論していただいて、こうした行動のための論点を整理したいと考えております。

これは、あくまで資料2の食品ロスの現状とか、菓子協会等のアンケート結果を踏まえまして、例えばこんなことがあり得るのではないかとということで、事務局のほうで考えさせていただいた論点でございます。これにつきましては、この検討会の御議論の中で、当然こういうものも 今日この後の御議論の中で、こういうものが必要なのではないかと、も

っとうこういうところは掘り下げてやるべきではないかということについて御提案いただければ非常にありがたいと思っております。

基本的には、今日の後、9月の上旬ぐらいに一度、いわゆる食品製造業のところの問題としての期限表示のところと、製造・流通の商取引の部分としての返品抑制等について御議論いただく。

次に規格外品とか、例えば返品されたものもそうでございますけれども、食品の品質として問題がないものについて、すぐ廃棄に回さずに、何らかもっと有効活用できるのではないかということについてのテーマと、これは、ちょっと質が違いますが、飲食店、外食産業等におけるサービスのあり方として、食べ残し等が減らせるようなことができないかということを御検討いただく。

それで第4回目といたしまして、今度は、やはり食品産業が変わっていくためには、消費者の意識が変わるとというのが非常に、それを促進するという点では大きな部分だろうと思えますので、消費者の意識改革の部分であるとか、表示に関する正しい理解、消費者啓発のあり方等について御議論をいただいて論点整理をさせていただければというのが、今、事務局のほうで考えさせていただいたことでございます。

また、いろいろ御議論いただければと思います。よろしく願いいたします。

私の方からは、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。

ただいまお聞きのとおり、ただいまの説明は、食品ロスの現状について、まずマクロ的な視点から全体の状況をお話いただきました。さらに、これはあくまでも一例ということで、お菓子という具体的な事例をお示ししていただきながら、食品をめぐる情勢報告をいただいたわけでございます。

以上、お聞き及びいただいた通り、話題について具体的なイメージをお持ちいただけたらうと思っております。

それで、我々の委員に課せられました仕事は、今の説明を踏まえながら、課題の整理につながる意見交換を行うということで、冒頭にも申し上げましたように、食品関連事業者、いわゆる製造、流通、外食、中食も含め、それから、消費者の代表の委員が意見交換をする場として、この場を設定しておるわけでございますので、これも先ほど申し上げましたように、建設的に今後、取り組みのヒントとなるような御提案をいただければと思います。

最終的には、先ほど御説明いただいた資料4に基づく本検討会の取りまとめ結果について

は、食品ロスの削減に向けて、国民一体となって取り組むための総合的メッセージ、それから、広く情報を発信するとともに施策の検討に反映をするという意味合いで、我々に課せられたところは非常に大きなところでございますが、いろいろな御議論を活発に、建設的にお願いをしたいと思います。

ただ、各委員が御発言の中で、発言する際に、立場上どうしても理由づけをして御発言をなさりたいというようなケースもありませんが、そういうことでありますれば、それも御説明をいただきながら議論を進めていくという手法をとりたいと思っております。

### (3) 意見交換

牛久保座長 委員には、各食品関連事業者及び消費者単位にわたって御出席をいただいております。第1回目でございますので、限られた時間でございますが、手短かに、委員全員から御発言をお願いしたいと思います。

まず、恐れ入りますけれども、名簿のあいうえお順ということで、青山委員のほうから順次御発言をいただければと思います。よろしく願いいたします。

青山委員 青山でございます。ここに会社名が書いてありますけれども、経歴でいきますと、35年間、環境系のコンサルをやっておりました。土木学会の地球環境委員長、廃棄物学会のリサイクル委員長などを務め、この検討会と一番関係のあるのは日本有機資源協会、バイオマス循環を進める協会の副会長を8年間務めさせていただいております。食品リサイクル法にも関係したということでこういう場に出させていただきますけれども、全体的に見ますと利害関係のない一人という立場だと思っております。今までは、主に食品ロスや食品廃棄物をいかに減らすか、あるいはこれを、カスケード的な利用を含めて、できるだけその価値を高めながら使っていくということに関わってきた者です。

その立場から、今お話があったことについて1～2発言してもよろしいですか。

やはりエンドユーザというのが、例えば外食産業さんですと、かなりエンドユーザに近い立場にいらっしゃると思いますが、流通・小売では、最終的に消費者がいます。そういう中で、家庭系の食品がこれだけロスがあるということも一つ大きい問題で、これは私自身もそうですけれども、賞味期限と可飲・可食期限というものがなかなかわからない。賞味期限と書かれてしまうと、それを超えるとどうなるのか。今日の御説明にあるような期限を、賞味期限と可食・可飲期限がもう少し消費者やエンドユーザに理解できるようになるといいので

はないか。これは他の場で十分議論された内容だと思いますけれども、もう一度ここでベースに置いていただければと思います。

それと、今日は製造業のお話がありましたが、製造にしても、流通にしても、それぞれ、自分の事業の裁量の範囲で、いかに経費節減あるいは経営リスクを下げるかということはやってきていると思います。安定的に安全な食品を提供するという責任と、いかに経営的なロスをなくすかという立場でいえば、ある意味でインターフェースのところ、ロスをなくすという意味で、できれば対等な契約関係があって、その契約関係の中でいかに減らしていくかを相互に努力することが必要ではないかと思います。これは建前論なのかもわかりませんが。

ただ、それは消費者と小売、あるいは流通・卸と製造業というところでも、やはり立場という、ある意味で決定権の違いというものがある、こういう問題が出てくる面もあると思うのですが、やはり基本的な約束事ができて、そのもとに、食品ロスと経費的なロスをお互いにどうやってなくすかを検討していただきたいということが1点です。

もう1点は、今日の議論の中で食品ロスということと価格ロスという話をどこかで区別すべきではないかと思いました。例えば、ある返品があっても、それが廉価で違うところに売られて、同じような食品として利用されるのであれば、それは経営的なロスであって食品ロスにはならない。それがカスケードで食料的な価値をなくす方に使われていけば、同じリサイクルでも問題で、やはり可食価値を活かしたリサイクルが評価されるべきと思います。

その意味で、リサイクル、あるいは食品ロスと経費ロスをお互いにどうやって持つのかという議論と、食料的な価値が落ちていってしまう、捨てられるというようなことをなくすという議論をどこかでしていただければと思った次第です。

以上です。

牛久保座長 ありがとうございます。

それでは、江口委員、よろしくお願いいたします。

江口委員 ライフコーポレーションの社会環境推進部というところで、環境関連法規に対応するための会社としての方針をつくったりしている部署ですけれども、まず、この食品ロスにつきましてはスーパーマーケットの利益に直結する問題でもありますので、常にこのロスを削減するというところで、永遠のテーマとも呼べるような取り組みですが、取り組んでいるところです。

特に、スーパーで食品ロスが出る最大の原因というのは、気温や天気によって、当然販売

数量等が大きく変動したり、特に季節の変わり目なんかは、気温差によって売れるものが大きく変わったりするような状況がございまして、そういう状況を、過去の経験やデータ等から予測して発注をするというようなことをやり、適時適量とよく言いますが、この実現に向けてシステマ的にも、あと担当者の能力を上げるということでも、いろいろ取り組みを行っております。

特に注意しておりますのが、捨てる前に、捨てるという行為をまずゼロにしたいというのが企業として当然のことでありまして、なるべく早目に売り切るために何段階かに分けて、見切り販売とよく言いますが、最初は20%引きで売ったり、次は30%引きみたいな形で、最終的には半額ぐらいで売り切るというような努力を単品ごとに繰り返してやってきているところです。

スーパーマーケットにおきましても、このロスの問題は非常に大きな問題で、常にこの問題には取り組んでおりますので、ぜひ、ここでいい案が出ればいいなということで考えております。

それと、これはちょっと個人的な感想で申しわけないんですけども、資料4に書かれている9月のテーマの中に入っている「返品抑制など適正な商取引のあり方」という、これがこういうところの議題に上るほど食品ロスに影響が、そんなに大きいのかなというような疑問もありまして、ここについては、どういう話が出るのか、ちょっと楽しみにしております。

以上です。

牛久保座長 どうもありがとうございました。

それでは、太田委員お願いします。

太田委員 森永製菓の太田でございます。

菓子業界のアンケートがありますと、一番注目をされる業界なのかなと思いますが、私どもは、実は菓子も食品も扱っておりますので、これは、少し誤解があるとまずいので、この菓子業界のアンケートというのは、ある意味、食品も共通の部分がございまして、菓子特有の商品が多いとか、そういう部分は多少あるにしても、これは菓子というよりは食品全体の問題というところをさせていただいたほうがいいかなと思っております。

私どもは、本当に多品種でございまして、社内でも、当然在庫の基準を持って、製造から、先ほど江口委員が言われました需要予測の世界になりますので、賞味期限1年の商品、半年の商品といろいろございまして、製造月から何カ月たつということで、在庫基準を相当厳し

く設定をして、早目に処分をするということも含めて、今コントロールをしているわけですが、なかなか読みの世界が難しいということもあります。

例えば、横にローソンさんがおられますが、コンビニエンスさんで、新製品が発売の週に10個売れたものが翌週に2個しか売れないというのが、こういう食品業界の特徴でございまして、逆もあるのですが、そういう中で、いかにむだを省いていくかということが課題になっております。

今、戻ってきたものを再販するということを一切やめておりまして、これは商品が戻ってきた状態、保管されている状態がどうだったかということがわからないということもありますし、特に今は、例えばこれだけ暑いとチョコレートなんかは、常温で輸送されますと溶けるということもございまして、基本的に、ほとんどゼロに近く廃棄せざるを得ないということがあります。あるいはまた、賞味期限が切れるまで在庫があると廃棄せざるを得ないということで、これは大変大きな問題というとらえ方をしておりまして、そういう意味では今回の検討会で、賞味期限の設定の問題も多分かかわってくるように思っておりますが、そのことも含めていろいろな議論があって、いろいろな提言ができればと思っております。

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。

続きまして、片山委員をお願いします。

片山委員 コンビニエンスストア・ローソンの片山でございます。

コンビニエンスストアにおきましては、食品ロスといいますと、ほとんどがお弁当やファーストフードが中心になっております。コンビニの場合に、ロスというのは2つ考え方がございまして、1つは廃棄することによるロスと、もう1つはチャンス（機会）ロスというもので、お客様がお店に買いに来られたときに商品がないという、売り逃しによるロスがチャンス（機会）ロスでございます。そして、いかに両方のロスをなくすかというのが、日々、加盟店のオーナーの努力するところでございます。これにつきましては、店舗情報システムを活用することは当然ですけれども、その他にも、店舗周辺いろいろな情報をとりながら毎日発注をしています。そして、いかに廃棄ロスを減らして、しかもチャンスロスをなくすか、ということについて、日々取り組んでいるところでございます。

また、廃棄ロスというのは、フランチャイズの場合、加盟店の負担でございますので、どうやったら減らせるのかというのは、非常に重要なところであります。

あと、食品リサイクル法がございまして、現在は、特に飼料化に向けて取り組んでいる

ところではございます。また、コンビニの場合は、例えばお弁当であれば消費期限の前に販売期限というのを設定しております。これは、例えば朝、お客様がお弁当を買われて昼食食べるということもありますので、消費期限の前に販売期限というものを設定しております。この、販売期限が切れてはいるけれども、消費期限前の商品を何とか活用できないかということを考えまして、これは本当にごく一部ですが、横浜のある食堂で食材として使うというような実験的なこともやっております。しかし、これには、やはりいろいろと法的な問題がございます。消費期限を過ぎたものは絶対に使えないであるとか、幾つかの法的な問題もあって、この取り組みが簡単に広がるかということ、非常に難しいところがあります。

以上、いかに食品ロスを出さないかということと、出たものをいかにリサイクルするか、また、出たものでも活用する方法はないかということで、検討しているところでございますので、今回の検討会の中でも、何かいい方向性が出ればいいなと思っております。

以上です。

牛久保座長 どうもありがとうございました。

続きまして、鬼沢委員よろしくお願いいいたします。

鬼沢委員 NPO法人持続可能な社会をつくる元気ネットの事務局長をしております鬼沢と申します。

このメンバーの中では、唯一消費者の代表だろうと思いますし、私も、毎日食品を購入してつくる立場で、一番消費者の気持ちがよくわかると思っておりますので、消費者の意見として発言をさせていただこうと思っております。

近くのスーパーを見ていても、スーパーの方で賞味期限が切れそうな、例えば惣菜を2割、5割というふうに段階的に値段を値引きして売っていらっしゃいます。消費者も、それを承知の上でちゃんと購入をされているんですね。だから、生鮮については、割とそういう形で、売る側も、買う側も、合意をして買っていると思うんですけども、やはり生鮮じゃなくてお菓子だったり、ほかのちゃんと封をされているものについての賞味期限、消費期限というのが、結果、家であけて、あと何日かというときに、何か、心配だから捨ててしまうというものが圧倒的に多いのだらうと思います

私も、これは、きのう切れているけれども、大丈夫かなと思うものがあるんですが、でも、大丈夫だろうと思って食べるものも結構あります。そういう意味で、その意識が多分、消費者の中で、迷うけれども、安全のことを考えたら捨ててしまうという方が圧倒的に多いと思うので、4回目のテーマにありますけれども、鮮度志向の見直しと消費者の意識というの

は、実はすごく大切で、そこが今、ものすごくあやふやだと思います。個人レベルで全然違っていると思いますし、賞味期限、消費期限のあり方も、もう一度考え直すいい機会なんじゃないかと思いますので、これから、消費者のいろいろな声を聞いて、活かしていきたいと思っております。よろしくをお願いします。

牛久保座長 どうもありがとうございました。

続きまして、篠倉委員よろしくお願いいたします。

篠倉委員 国分株式会社営業推進部の篠倉でございます。

国分株式会社は、メーカーさんと小売業さんとの間にあります流通業の間屋でございます。メーカーさんから仕入れたもの、小売業さんに合わせて加工しお届けしております。

手前共も返品に対しまして問題と対応ということを検討しており、業界の中でも議論しておりまして、その中で幾つか御報告したいと思います。今お話があったように、賞味期限と小売業さんが販売期間を設定され、お得意様にあわせた形でオペレーションしなければいけないということで、入荷の段階から出荷の段階まで日付管理を行っております。

その中で、また多発してくる新商品、新しい商品が出てくれば、売り場には並ばないので何かをカットする。もしくは季節にあわせた売り場にするということから商品の入れ替えをするということから返品が起こっております。そういったことに、問屋として返品削減のため、データを駆使しながら予測をたて対応しております。

生活者の鮮度志向は強くなるばかりであるが、加工食品が本質的に持っている商品の特性というものを、例えば缶詰であれば骨まで煮て食べられるという特性があって、賞味期限をより長く食べられることも生活者に認識していただきたいと思えます。

また、返品削減に取り組んでおられる小売業さんもございます。

最近ニュースにありましたように、ガソリン、原料の高騰から商品の値上げが広まり、生活者は 500g のマヨネーズよりは 200g の方が、単価はちょっと割高になるかもしれないけれども使い切ることができて安心だとか、醤油も 1 よりも 500ml のほう余らないのでいいと考える生活者意識が芽生えてきたようです。今後、家族の構成が変わることも予測をつけながらデータを駆使し、今後の生活者が選択幅のある、生活者の志向に合った売り場に変えていくということをお提案していきたいと思っております。

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。

続きまして、島委員よろしくお願いいたします。

島委員 キューピーの島でございます。よろしくお願いいたします。

私どもの会社は、どうしても調味料というイメージが強い企業に思われがちです。しかし調味料のウェートは現在3分の1もなく、それ以外の商品のウェートが圧倒的に高くなっております。最近では原資材というか、主用原料が高騰していて、コスト削減は避けてとおれません。中でも、生産から販売までを一つの流れとしてとらえ、トータルコストの削減を如何に進めていくかが最も重要な取組テーマになっております。

特に、私どもはその中でも、内食、中食、外食という分野に、バランスよく展開をしているということと、それから、加工食品と冷食・惣菜・カット野菜といった商品に幅広く対応しているものですから、先ほどから出てきている賞味期限とか返品とか、それぞれのカテゴリの中でいろいろな対応をしていかざるを得ない。この検討委員会でいろいろ発言をさせてもらいながら、自分たちの方向性を見出し、それが、ひいては業界そして消費者も含めた展開につながっていくようにしていきたい思います。まとまりましたら、それをできるだけ実行していきたいと思っておりますので、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、藤木委員よろしくお願いいたします。

藤木委員 こんにちは。私は、日本惣菜協会の常務をしております藤木でございます。

私どもの団体は、消費期限の商品の製造販売並びに製造卸をやっている企業でございます。したがって、今、いろいろ御発言があったお話のものとちょっと違ひまして、先ほど委員の先生もお話されていましたが惣菜の商品でございます。近年では惣菜の販売動向が変わっておりまして、いわゆるお弁当を含めて、中食全体の販売の実態は、そういう方向に今、どんどん移っている状態です。したがって、鮮度というものは、逆に小売の実態では競争が激しくなっておりまして、消費期限は短くなる方向で実際は進んでおります。それが、一概にいいとか、悪いとかは、別にしまして、実際のロスとしては、企業の方々も非常に努力をされておりまして、価格を下げ、先ほどから話があったように販売をし切ってしまうというような状況で進んでおります。

先ほど、ちょっとこのアンケートの中で、家庭内の廃棄が減ってきているというお話がありました。その分、内食を支えてきているのは今の中食の実態ですから、その分、私どもの業界が、今後、消費がますますふえてくるというような状況を考えると、今の段階で手を打っていきながら対応していかなければならない問題だと考えております。

私ども、そういった消費期限内の問題ですので、やはり生産者、加工業、流通、小売とい

う縦軸の中でこの問題に取り組んでいかないと、1業種1業態だけでは、なかなか解決できないところまで今来ているなと思われま。先ほど、まさに言われましたように、企業は1%が利益の根源ですので、そういう意味では、食品ロスを出したいというところはありませんので、我々の業界も、生産者も含めた中で、縦軸の中で智恵を出して、こういった問題に取り組んでいかなければならないところまで来ていると考えます。

この間、ちょっと話がありましたが、消費者の信頼を確保するための商品の表示問題についても我々業界としても、やはり小売業の方も、流通の方も含めて、そういう問題に対して、同じテーマで取り組んでいきたいというふうに考えておりますので、この問題もあわせて、ぜひ皆さんの御意見を聞いて、我々の業界にも参考にさせていただきたいと思ひます。

以上です。

牛久保座長 どうもありがとうございました。

それでは、藤田委員よろしくお願ひいたします。

藤田委員 藤田でございます。私どもは、スーパーマーケットを運営している会社でございますけれども、生鮮を中心に販売しておりますので、商品の廃棄ロスが非常に大きな課題となっております。

廃棄ロスは、先ほどありましたように利益に直結いたしまして、それに伴って、余分な発注作業であるとか、廃棄の登録作業であるとか、廃棄物の処理といった作業のロスも発生しますし、最終的には廃棄物の処理コスト、業者にお金を払うわけですが、そういったものがトータルでコストに直結するという形になりますので、それをいかに減らすかですね。

私どもですと、生ごみの全体の28%が商品廃棄ロスではないかというふうに想定しておりますけれども、私どもは生鮮品を扱っておりますので、水産、惣菜、農産のウェイト圧倒的に高くなっております。水産については刺し身とかお寿司、これは当日販売ですので、私どもはD-0商品と言っておりますけれども、その日に販売しなければいけない商品ですね。ですから、残れば当然、廃棄につながるという形になります。惣菜は当然、お弁当とか揚げ物はすべて廃棄になります。

それをいかに減らすかというのが、一番大きな課題でございますけれども、私どものほうはこれを半減しようという形に取り組んでいますが、なかなか進捗していないという状況です。方法的には、発注精度をいかに上げるかということと、時間帯別生産計画をタイムリーに行うということですね。

最終的には、先ほども資料がありましたけれども、いかに売り切る努力を行うかです。今

までは、20%、30%、50%の値引きで終わってございましたけれども、最終的には、例えば数パックをまとめて安く販売して残さないようにする。そのためには、ある程度人が張り付かなければいけないものですから、いろいろ作業の割り当ての仕組みであるとか、稼働計画とかを連動して、この廃棄ロスをなくす方向で今やっております。

それから、なくなれば当然、食品のロスについても削減につながると考えております。

今は非常に競争が激しくて、スーパーマーケットも鮮度志向という形で、いかに他社と比べて鮮度をアピールするかということが非常に大きな問題になっております。そのために販売期間がどんどん短くなっている状況でございますので、それが当然、廃棄ロスにもつながるとい形になります。そのためにはスーパーマーケットは、最終的には消費者に直結しているところですから、期限表示の正しい理解を、消費者の方にさせていただいて、正しい販売をしていかなければならないと思っております。今回、この委員会の中でいろいろ御意見を拝聴させていただくなり、私のほうは全国スーパーマーケット協会の代表という形で来ておりますので、中小のスーパーのいろいろな意見を述べていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいいたします。

牛久保座長 それでは、宮腰委員よろしくお願いいいたします。

宮腰委員 宮腰と申します。よろしくお願いいいたします。

私どもは外食産業で、実は「牛めし松屋」ということで全国に730店舗ほど店舗を展開しております。その中でエム・エル・エスというのは、実は自社クリーニングの工場なんですけれども、環境の部門を担当しております。本当は私どもが食品残渣からすべて扱って工場を立ち上げる予定だったのですが、法律の関係上、どうしても親会社じゃなくては堆肥工場とかをつくれなかった関係で、松屋フーズの一部と私どもエム・エル・エスが環境を分けて担当しています。

外食の現状の中でどんな感じなのかということだけをちょっと私どもは全然、お話の中でいうと違う部分に入るのではないかなと思うんですけれども、どんな感じで私どもがやっているのか、どうリサイクルしているのか、リユースしているのかだけ、ちょっと御説明させていただきます。

実は、松屋フーズの中でも工場を2社持っております。私どもの食肉を担当しております嵐山工場では、年間1200トンほどのごみが出ますが、このうちの大体92.2%は堆肥工場で堆肥しております。富士山のほうは野菜のカット工場を担当しております。これは、大体4000トンぐらいごみが出ます。これは野菜くずですが、100%飼料ですね。食べるほうと

して養豚業者さん等に販売しております。

そのほか店舗も、やはり 730 ありますと、年間約 4000 トンぐらい、残渣と言われるものが出ます。この中の 49.4%、企業全体で 75.4% ぐらい、実は堆肥にしたり、全部使っております。食品リサイクル法で、外食は今、大体 20~25 に上がったんですけども、私どもは、既に全社で 75.4% は堆肥にしておる。やり方もいろいろあるんですけども、大変苦労した中で法律の問題があって、私どもは東京都内 23 区と埼玉県の一部、730 のうちの 350 店舗は自社の車で全部回収しております。こちらは堆肥工場に持ってくるために冷蔵車を利用して、ごみをそのまま集めて嵐山の堆肥工場に入れる。そのときに、一緒にビニールからいろいろなものをすべて、お店のごみと言われるもの、それから、こういう食材も含めて全部回収しております。

そんな中で、外食の中でこれだけやっているのはなかなかないじゃないかなとは思いますが、そのほかにも、実は牛めしの鍋の中から出る牛脂についても年間 530 トンぐらいあるんですね。これを販売しております。一部は洗剤として利用して、私どもの会社でもその洗剤を利用している。じゃ、エム・エル・エスは何をするのかと。この中で食材、食べ物に関するものは全部法律の関係があって、ごみの問題があるものですから松屋フーズが担当。そのほかのリサイクル、リユースについてはエム・エル・エスということで、私どもは洗剤の容器をリユースしまして、全部の店の洗剤を私どものほうが個別に詰めまして回収しております。これが月に 2.3 トンぐらいあります。あと厨房機器、店舗で使うもの、それから、どんぶりだとかいろいろなものすべてあるんですけども、すべて松屋フーズで廃棄するものを私どもがすべて回収して、廃棄ではなくて再利用という形で店舗に全部出しております。

ということで、環境に対する取り組みということで、自社がクリーニング工場でありながら、これも 1 日 1 万 7000~1 万 8000 店ぐらい、実は毎日洗っているんですけども、こんなものを含めて、環境のすべての中の食品を抜かして私どもが担当する。食品も、実は私が担当の予定だったんですけども、そんなことで松屋フーズがやらなければならない。法律の関係で分けたという経緯があります。

外食の立場からいろいろ言わせていただきますので、どうぞよろしく願いいたします。

牛久保座長 どうもありがとうございました。各委員それぞれのお立場で御発言をいただきました。

それでは、前後いたしますけれども、先ほど御説明いただいた配付資料の中で質問等がお

ありの方がもしいらしたら、または他業種で発言なされました委員の中で御質問がありましたら相互で受けたいと思います。もちろん、行政関係のほうに御質問がございましたら、これも同時一括で受けたいと思いますので、挙手をしていただいて御発言をいただければと思いますが、ございますでしょうか。

青山委員、よろしくをお願いします。

青山委員 2点お願いしたいと思います。

1点は、食品ロスが生鮮食品が中心なのか、それとも、かなり賞味期限の長いものが多いのか。これは、調べること自体が非常に難しいと思いますが、定性的にでも、御参集の流通の方にお話をいただければと思います。今日も生鮮品はほとんど回っているのではという話もありましたし、一方では生鮮品が一番出てくるというお話もございましたので。

もう1点は、家庭でも使い残しというか、調理残渣が非常に多いですが、製造段階での残渣は、多分産廃という形で計上されて、肥料・飼料というような形でも使われているのだと思うのですが、調理の仕方とか、本来は使える、使う方法はあるけれども製品の価値ということでロスの方に回すということもあるのではないかと思います。やはり、ロスの発生構造を幾つか定性的でもいいので、報告いただければということで発言させていただきました。

牛久保座長 どうもありがとうございました。今の点は、一応御意見ということで受けとめておきますが、生鮮食品と賞味期限等の、いわゆる長期的な食品のすみ分けをした議論が必要ではなかろうかということと、ロスのいろいろな構造について、各委員の中で次回、宿題というような形になりますが、そういう実態を御報告いただければということのようです。

ほかにございますでしょうか。

青山委員 もう1点よろしいですか。

牛久保座長 よろしくをお願いします。

青山委員 私は廃棄物を対象とする事業や調査に関わっていますが、例えば飲料品でも、今日お話があったように、返品とか賞味期限物というのは捨てるというか廃棄することが多い。それは食品の価値も落として、さらに処理費を払うわけですから、ある意味で、一番経済的な負荷の大きいことをしてまで市場から消していくということをしているわけですね。多分、ある限定された市場があって、そこに余り安く出すよりも、消費者が望むものを、できるだけ付加価値をつけて出していこうという思考と裏表の議論もあるのだと思いますが。私自身は、できるだけ食品価値として活用し、飼料、肥料に行って、燃料と食品価値から離れた方に移っていくのだと思いますが、食品市場でもう少し回すことが可能なのか、あるい

は、いろいろな業を兼ねている方が中売りあたりのところで使えるとか、消費者は危惧を持つけれども、自分では製品の賞味度がわかっているわけですから使うこともできるのでは。

また、そういうことが報道されると全体の評判を落とすということで躊躇されることもあると思いますが、こうした可能性も、どこかでお教えいただければと思いました。

牛久保座長 ありがとうございます。

何か、御意見、御質問等ございましたらお願いいたします。

いかがでしょうか。食品リサイクル法でも、第一義的に発生抑制がありきとしております。いわゆる廃棄物の関係から言いますと3Rで、リデュースがあってリユース 食品でリユースというのは、この議論の中で活用できる部分があるのかなのかという議論も、含めて考えていかなければいけないかと思えます。それでリサイクルというのは当然、今、宮腰委員からもありましたように、いろいろな場面、場面で御努力をいただいているということですが、ただリサイクルというのは、いわゆる出てきてしまったものについてリサイクルするという議論ではなくて、発生抑制がありきということですので、その後の議論ということにもなろうと思えます。

そういう観点から、いわゆるロスを削減していく必然性について冒頭からお話がありましたとおりでございます。

例えば、一つきょう、期限表示に関するお話もありましたけれども、いわゆる商品の欠品というのは、結構問題だと考えます。食品の中で、欠品をすると消費者も離れる。ですから、製造・販売側も欠品をなるべくしないということになりますと、在庫を抱えるなどして、結局欠品をしない方策をとる。食品というのは、そういうものなんだというような議論も必要でしょう。このような欠品問題について、消費者も含めてどのように理解し、製造・販売側としても、どのようにすべきかというようなことも含めて議論があろうかと思えます。そういう面についても、またいろいろな事例がございましたら、この場面の中で御発言をいただければと思います。

ほかにございますでしょうか。

島委員、よろしく願いいたします。

島委員 今、欠品の話が出ていましたけれども、欠品というと、逆に納入期限というものを、意識しながらどう対応していくかということを考えねばなりません。それが欠品を減らしていくということに繋がっていくと思えます。

先ほど菓子業界のアンケート調査の結果にも出ていましたけれども、いろいろな納入期限

が設定される中で、その納入期限に対しては、どのように対応をしていくか、それに対応するためには、どうコストを下げていくか、ロスをなくしていくかということだと思います。納入期限というもの、ロスが発生し始める処分警告期限というもの、それから、出荷停止を出庫停止期限というものを設けて、それぞれ警告を発しながら、在庫管理をし、出荷をしています。直近では、それに対してもう少し厳しい基準をつくって、それに対応していくことがロスを少なくする。特に、得意先の納入期限に対する社内の基準が緩いと、どうしてもロスが発生しやすくなる。その基準により厳しい基準に設定し直して対応することによって、数字上でも間違いなくロスが減ってきている。加工食品、それから、家庭用、業務用、惣菜、その他、それぞれ違いますけれども、厳しい基準を設けて管理していくことで返品やロスを少なくすることが大事だと思っているというのが実情でございます。

牛久保座長 どうもありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

さらに、私のほうから発言をさせていただいて申しわけないんですが、先ほどの資料2の4ページで御説明がございました家庭、外食における食品ロスの中で、いわゆる外食関係で、結婚式場が非常に大量で19.2%、あと宴会その他、そういうところから非常に廃棄率が高いというのが実態という御説明がございました。今、日本では食べ残したものを、家に持ち帰って、食べるというようなことが、いろいろな意味で規制がされております。ですから、例えば事実上食べられるものを、気持ちとしては持って帰って食べさせたいと思っても、そこへ残して去らなければならないというような現実もあると思います。

そういう意味で、法律絡みの話も含めて難しいところもあるかと思いますけれども、日本は生鮮食料品的な、危ないものを持って帰るといのは、なかなかできないかもしれませんが、それ以外でも持ち帰れる可能性のあるものを対象にした議論もあり得るのではないかと思います。そのような観点も含め、もしいろいろな事例がございましたら、おいおい御披露をいただいて議論を進めていければと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

ほかにございませんでしょうか。

篠倉委員 先ほど、流通のロスの問題ということのお話が少し出たかと思うのですが、今までの問屋と、さらに進んだ流通のロス、例えばメーカーさんから出荷される、工場から出荷されるロット、もしくは新商品だったら、これだけで一斉出荷ですといった数の制限というものがあります。最低限、これだけないと運ばませんよというのは、当然、流通ですから、

そういったことというのはあります。

その中で、ロスにはつながらないといいますが、ロットを入れて消化するのにリスクが、ロスが起きない前の段階で、我々としたら問屋同士で、手前どもの倉庫間移動をして事前にロスを防ぐということは一つ行っておりますが、それ以外に卸の問屋同士で、メーカーさんからの入荷の部分と一緒にやりましょうということで菱食さんと、手前ども国分で、メーカーさんからの一たん受ける場所をつくって、それから卸に合った、それぞれデポに合ったいろいろなものを、一つのメーカーさんだけでなく複数アイテムの商品を、その時々によって、数を2トン、4トン、10トンというような状況に応じて分けて商品をデポに届けるというような流通の加工も行っております。

さらに、そういったことの加工、流通網の加工というものも進化させることも今後考えていくことが食品のロスにつながることもあると思います。

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。

関連で、御意見その他ございませんでしょうか。

宮腰委員、よろしくお願いたします。

宮腰委員 参考のために、私どもの食品残渣というか食べ残し、松屋フーズの食べ残しの現状というのが、実は、出店している地域で結構違うんですね。ですから、今後の御議論の中で、もし参考になればと思ひまして。

例えば、学生街へ出店しますと「大盛り」と言われるわけです。牛めしでいうと、御飯の多いものがたくさん売れて、実は食べ残しがものすごく少ないんです、ごみが出る量が。ところが、これが駅前出店になりますと全然違うんですね。大盛りの出る量は少なく、一般の、私どもでいうと御飯の量が270グラムになるんですけども、その中でも、食べ残しがやはり多いんですよ。

ですから、多分、私どもの戦略としては、小さなものも売ればいいんですけども、全国、大体同じものを売っている関係上、並み、大盛りという形になったときに、学生街は大盛りで、いわゆる食べ残しが少ない。そういうところには量の多いものを出していけばいいですし、また駅前とか住宅街になると割と少ない。住宅街は弁当のほうが多いんですけど。だから、地域別に売る量というか、大きさというのは何かの参考になるのではないかと。

特に、私どもは3カ月に一遍、本社であっても何であっても、全従業員がお店に入って皿洗いをしなければならないんですね。役員もすべてそうなんですけど。そのときによく、何

もできないので皿洗いをしていると、気がつくのは残飯量とか食べ残しの量なんです。結構それが出てきます。それともう1点、野菜の高い時期は野菜が最高に売れるんですね。私どもは100円を出しているんですけど。家庭で食べられないときには私どもが出るというぐあいで、そのときの野菜くずというのはものすごく少ないということで、意外と季節要因と地域要因と、出店している地域で、かなり食べ残しの量が変わってくるのではないかなということで、外食として参考になればと思ひましてお話をさせていただきました。

牛久保座長 どうもありがとうございました。一つの事例として御披露いただきましてありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

御意見等がないようですので、ちょっと時間的に早目でございますけれども、議事を終了したいと思います。活発な御意見をいただきましてありがとうございました。今ちょうだいいたしました御意見を踏まえまして、事務局において、関連の資料を集めたり、意見聴取、をしていただきまして、次回以降のテーマのための資料づくり、それから、最終的に取りまとめの方向性について整理の作業を行っていただくというふうをお願いをしたいと思います。

#### (4)その他

牛久保座長 以上で、本日の議論を終わりにしたいと思います。次回開催に予定について、事務局のほうから御説明をお願いいたします。

谷村食品環境対策室長 次回につきましては、先ほど申し上げましたように、9月上旬というふうに考えておりますので、また別途、こちらのほうから皆様の御予定をお伺いした上で、9月上旬の期間の範囲内で日程を設定させていただきたいと思っております。

それで、いろいろなテーマにつきましては、いろいろ御意見をいただいた中でも、今、宮腰委員からありました地域間での残渣の出方の問題であるとか、皆様から御意見がありました食品のロスと資源のロスだけでとらえるのではなくて、その他のいろいろな作業なり、発注に関するロスであるとか、食品がロスされることによって、その他のところにまでロスが及んで、それを全体としてとらえていろいろ考えていくべきではないか。あとは、発生させる業種だけではなくて、縦軸でいろいろ考えながらというような御議論がございましたので、そういうことも踏まえて、次回の議論のときに用意させていただきたいと思ひます。

その中で、座長からお話があったように、また委員の方々に、こういうようなことで資料

の御提案とか御意見を次までにいかがでしょうかということも、事務局からお願いをさせていただくこともあろうかと思しますので、その点については、大変お忙しいところを恐縮ですけれども、御協力をいただければ大変ありがたいと思っております。よろしく願いいたします。

## 閉 会

牛久保座長 それでは、第1回食品ロスの削減に向けた検討会を終了させていただきます。どうも御協力をありがとうございました。

了