

【活動報告】2023年度 WE DO KYOTO! ユースサポーター 食品ロスチーム

2023年度 WE DO KYOTO! ユースサポーターは、学生各々が興味のあるテーマに分かれて、それぞれのチームで企画運営に取り組みました。その中で、私たち食品ロスチームは、食品ロス削減に関する京都府内に店舗や工場を構える事業者の取り組みに注目し、活動を行いました。今回はそのまとめとして作成したポスターの紹介も兼ねて、食品ロスチームメンバーが活動報告をします！

最初に

食品ロスに注目したのは、学生たちの身近な気付きがきっかけでした。スーパーで値引きシールが大量に貼られた商品を見たり、店頭に並ぶ食材が無駄なく使われているかを考えたりする中で、チームの皆が食品ロスについて問題意識を感じていました。また、大学の授業で将来の食糧不足について学び、食品ロスに興味を持った学生もいました。

そこで、私たちは食品ロスの中でも「事業者が行う取り組み」に注目することにしました。その経緯として、

- ・個人ができることは知られている一方で、事業者がどのように食材を扱っているかについては、知らない人が多い
- ・チームメンバーの1人が、アルバイト先で大量の食材廃棄を目にし、衝撃を受けた
- ・過去に事業者による食材廃棄が社会的な問題として取り上げられたことがある

以上の点が話し合いの中で話題になり、「事業者」の「食品ロス」に着目したテーマとなりました。

調査依頼・ポスター作成

私たち食品ロスチームは、以上の経緯で決定したテーマについて調査を行い、その結果を①京都環境フェスティバル②ラジオ番組で府民の皆さんに報告することとしました。

まずは、京都府内に店舗や工場を構える複数の事業者を対象に、下記の方法で取り組みを取材しました。

- ①公式HP閲覧
- ②メールによる問い合わせ
- ③オンラインでのヒアリング

調査の中でも特に印象に残っているのは、京都の老舗漬物メーカーである「京つけもの

西利」さまへのヒアリングです。西利さまは、賞味期限間近の商品を3割引で販売したり、野菜残渣(ざんさ)の堆肥化に取り組んでいらっしゃるとのことでした。割引販売については、「すぐに食べるから期限が近くても問題ない！」というお客様も多く、人気のイベントだと伺いました。

その他にも、身近なスーパーなどさまざまな事業者の方々が快く取材を引き受けてくださり、魅力的な取り組みを知ることができました。

活動の発信について

続いて、2024年2月3日に京都パルスプラザで開催された京都環境フェスティバルでのブース出展に向けて、取材の内容をポスターにまとめる作業を行いました。素敵な取り組みばかりで、ポスターのサイズ上載せきれず嬉しい悲鳴が上がるほど、盛りだくさんの内容となりました！

このような活動を経て、こちらのポスターが出来上がりました！

WEDOKYOTO! ユースサポーター 食品ロスチーム We Do Kyoto!
環境にいいことしています

京都府内の事業者による食品ロス削減に関する取り組み

はじめに

なぜ「食品ロス」に注目したのか?

—真剣に考えるべき私達に身近な問題だから—

- 閉店間際のスーパーで値引きのシールが大量の商品に貼られている様子を見たり、お店に沢山並ぶ食材は、無駄なく使われているのかを考えたりしながら、売れ残った商品の廃棄量に問題意識を持っていました。
- 大学の授業で、将来耕地が少なくなり食糧不足に陥るかもしれないという話を聞きました。

なぜ「事業者の取り組み」に注目したのか?

—多くの食材を扱う立場にある事業者の取り組みを知りたいから—

- 個人ができることはわかる方も多いと感じます。一方で、多くの食材を日々扱う事業者の取り組みを知る機会は少なく多くの人に知られていないのではと思いました。
- アルバイト先で仕入れた食材を廃棄する場面を見ました。
- かつて、事業者の食品廃棄が社会的な問題として、大きく取り上げられた時期もありました。

日本の食品ロスの現状と今回の活動について

1年間の日本での食品ロス (2021年)

523万トン

日本人全員が毎日お茶碗1杯分のご飯と同量の食品を捨てている計算に・・・!

国は、事業者から出る食品ロスを2030年までに2000年比で半減させるという目標を掲げています。

今回の活動

京都府内に店舗や工場を持つ事業者は、食品ロス削減についてどのような取り組みを実施しているのか、以下の方法で情報収集しました!

- 公式HP閲覧
- メールによる問い合わせ
- オンラインでのインタビュー

※参考文献
・環境省「食の国の食品ロスの発生量の現状(令和3年度)」https://www.env.go.jp/press/press_028823.pdf
・消費者庁「食品ロスとは?食品ロスの削減の推進(令和3年度)」https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/education/
・農林水産省「食品ロスの現状を知る」https://www.maff.go.jp/j/aff/2020/tpet_01.html

ユースサポーターから府民のみなさまへ

事業者の活動を参考に学びを深め、発信することで、多くの方々に知ってもらうことには大きな意味があると考えました。私達、食品ロスチームは、食品ロスの現状と共に、その課題解決に取り組む府内の事業者の活動を多くの府民の方に知っていただきたいと思い、このポスターを作成しました。

このポスターが、府民の皆さまの「ちょっと環境に良いことしてみようかな」という行動のきっかけになれば嬉しいです!

取り組みの一例

渡辺製菓株式会社 保津川あられ本舗

あらゆる作りに「割れ」は切っても切り離せないもの、割れを生かした「あられ」や「焼」にできない材料がもったいないと注目されました。

「もったいない」は、食品ロス削減の観点から、製造工場直売店、アルファート市場で流通し、約40%の割れを生かしたあられを毎月約200kgに販売。

割れ販売により増加した来店客数 約100名増加

450人/月

割れを生かしたあられを毎月約200kgに販売

割れを生かしたあられを毎月約200kgに販売

割れを生かしたあられを毎月約200kgに販売

NPO法人 日本もったない食品センター

まだ食べられる物が廃棄されている一方、食費が買えない人がいる。こうした現状から、食品衛生上問題のない廃棄予定の商品を事業者から引き受け、eCoastで販売する活動を行っています。

事業者 → NPO法人 日本もったない食品センター → 食品ロス削減活動

2019年 取り組み開始
2021年 団体設立

食品ロス削減の観点から、eCoastで販売する活動を行っています。eCoast+松井山手店は京都府で唯一の店舗です！

2022年 食品ロス削減値 **2110.24t**

賞味期限切れや賞味期限切れ、パッケージミスといった細粒の商品を全て取り、食品ロス削減に貢献されました。

京つけもの 西利

「旬おいしく、やさしく。」の経営理念の中にある「お客様の助力によって新たな価値を創造する」という考えに基づき、消費者と一体となり食品ロス削減に取り組まれています。

①賞味期限間近の商品を **3割引き**で販売

「すぐ食べるから期限が近くてもいい！」というお客さんも多く人気商品に！

②野菜残渣の減量・削減 + 堆肥化

あじわいの園工場から出る野菜残渣

野菜残渣とは？ 漬物の製造過程で発生する食品の残渣や「おとし」のこと。

2002年以降の年間削減率

2022年以降の削減率に比べて

「循環型農業」に取り組んでいる

スーパーAの取り組み

創業時から食品ロス削減に力を入れていることに着目し、食品ロス削減に取り組むためです。

約5年前、土用の丑の日のうなぎや鰻の恵方巻き

の廃棄が社会問題になりました。

そこからさらに食品ロス削減に力を入れられるようになりました。

5年前と比べて **30%** 食品廃棄量削減

クリスマスケーキ廃棄量

- 予約数を増やすために宣伝に力を入れる
- 予約100%で販売し廃棄を出さないようにする

スーパーBの取り組み

食品ロスへの取り組みは、社会問題の解決だけでなく、創業の地への恩返しという意味もあるそうです。

2019年11月から取り組まれています。

- 販売基準を満たさなかった商品の格安販売
- 自社製品で販売できない廃棄部分を加工して商品化
- 製造工程でできてしまうパンやプリンなどの「不揃い品」をプレミアム商品として手頃な価格で販売

京都府が推進する府民運動

きょうとのごちそう、残さずいただきます。

京都府食品ロス削減推進計画

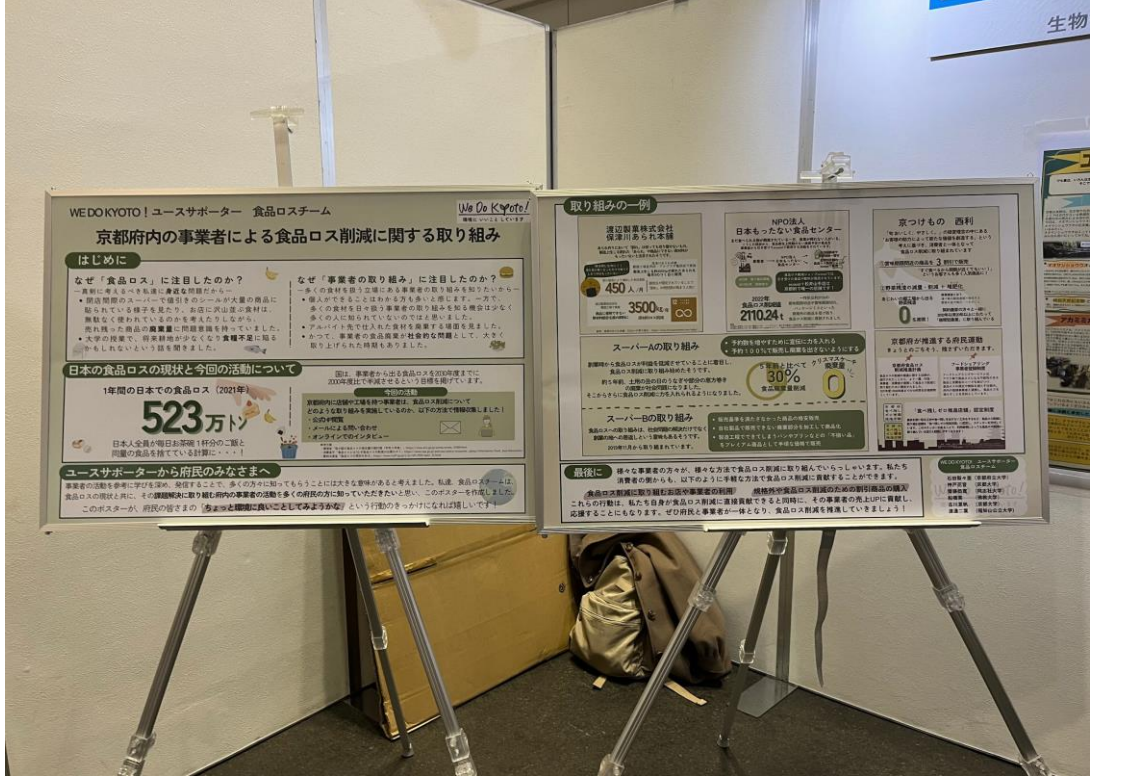
フードシェアリング事業者登録制度

「食べ残しゼロ推進店舗、認定制度」

WE DO KYOTO! ユースポーター 食品ロスチーム

石田梨々香 (京都府立大学)
神戸花音 (京都大学)
齋藤裕寛 (同志社大学)
船橋実 (佛教大学)
吉川夏帆 (京都大学)
渡邊二葉 (福知山公立大学)

環境フェスティバル当日は、小さなお子さんから大人の方まで、多くの方にポスターをご覧いただきました。会場で、ポスターを見た方に感想を言っていただけたりして、少しでも私たちの取り組みが人々を動かしていると感じることができました。



また、全3回のラジオ収録にも参加し、食品ロスチームの活動について紹介しました。



活動を通しての学び

今回の活動を通して、食品ロス削減のため様々な取り組みが行われていることを知りました。取り組みを行う事業者にとどまらず、消費者やその地域の方などの多くの協力や理解があって、成り立っているものもありました。今回は、事業者の取り組みに注目する活動でしたが、私たち消費者も食品ロス削減に向けて、今後、何が出来るかを考えさせられる機会となりました。

一口に「食品ロス」といっても、生産・加工・販売・消費などさまざまな段階の中で発生していることがわかりました。食品を扱う以上、食品ロスは切っても切り離せない問題ですが、食品業者の皆さんはそれぞれのアプローチで解決を試みています。ポスターをご覧になったみなさんが、食品ロスについて考えるきっかけを提供できていましたら嬉しいです。

この記事を読んでいる皆さんも、今日行ったコンビニやスーパーでふと目に入った食材が、その後はどうなっているのだろう？など、考えてみませんか？