

NO	項目1	項目2	委員からのご意見	県の考え方
1	総論	計画策定の考え方	高知県の特性を生かした取組を盛り込むことで県民に食品ロス削減に取り組んでもらうような計画を策定したい。 食品ロスの削減に向けた広報啓発で重要なのは「当事者意識を持ってもらう」こと、未利用食品をゼロにするのは非常に困難であるため「未利用食品を利用できる方法を考える」、大きくこの二本立てと考える。	<ul style="list-style-type: none"> ・「高知県の特性を生かした取組」については、引き続きご意見をいただいて検討していきたいと考えています。 ・「当事者意識を持ってもらう広報啓発」「未利用食品を利用できる方法を考える」については、考え方を削減施策に反映します。
2	総論	計画策定の考え方	店舗というのは「ついで買い」の仕組み。「ついで買い」で商売が成り立っている面があり、「ついで買い」が消費者の冷蔵庫にたまる。そのため消費者にばかりアプローチするのも、事業主にだけアプローチしても駄目。象徴的に「こういうところを目指そう」というものを計画の中に盛り込んでいくとうまくいくのでは。	食品ロスを削減するための取組の「目指す姿」としてお示しします。
3	総論	計画策定の考え方	この計画の内容の中に、「今、豊かな食文化、食べ物があふれている社会、時代だからこそ、もったいないという再認識をみんなにしてもらい、行政、民間、県民とともに持続可能な社会をつくる取組をしていきたい」ということを入れていただきたい。	食品ロス削減推進計画は「持続可能な開発目標」(SDGs)の達成を目指す我が国の取組の一環であり、計画素案の「策定の背景」や「食品ロス削減の意義」の記述にあたってご意見を反映しています。
4	総論	消費者教育としての食品ロス削減	消費者教育は家庭教育が重要で、大人をしっかり教育しないと子どもにはつながらないと思う。計画にはぜひそういう切り口を持っていただきたい。計画の具体化の段階では、そういう仕掛けがあれば、未来につながると思う。	食品ロスの削減は人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費の一環であることから、次年度策定予定の「高知県消費者教育推進計画」にも位置づけ、理解と関心を深めていきます。
5	現状値把握	実態調査	家庭系食品ロス量の推計を出す手法が高知市・四万十町で異なっている。家庭系の食品ロスの実態把握手法は統一すべき。	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭系食品ロス量の推計に係る実態把握手法は本来統一すべきものですが、高知市の組成調査の値で県全体の推計を行った場合、実態と大きく乖離するおそれがあるため、やむなく市部は令和元年度の高知市の組成調査、郡部は令和2年度の四万十町のモニター調査と、異なる調査手法による数値で推計を行いました。計画策定にあたっては現時点で可能な限り実態に近いと考えられる考え方で推計を行いますが、現状把握の方法が進めば、推計値の見直しを行うことも検討したいと考えています。 ・次年度以降は、統一した手法(組成調査)により食品ロス削減量の推移を把握していきます。
6	現状値把握	事業系食品ロスの推計の考え方	食品廃棄物排出量100t未満事業者からの食品ロス量の推計の部分で、国が29年度実績から30年度値を推計した際の調整値を使って県の30年度値を推計できると考える。	ご意見のとおり推計方法を見直しました。

NO	項目1	項目2	委員からのご意見	県の考え方
7	現状値把握	現状値算定方法の精査	都道府県別の食品ロス量のデータが示されていない中で、事務局がいろんな数字から推計という形で出しているが、今後啓発していったときに、本当にそれで消費者が自分事として捉えられ、今後につながるか。もう一度精査をして、具体的な啓発にあたってはもう一度再考することが重要。	<ul style="list-style-type: none"> 達成目標となる量（案）を、より身近に捉えられるよう「県民一人当たりの削減量」に置き換えると、例えば「1日当たりニラ一本(4.6g)」「1か月当たりお茶碗一膳(138g)」「1年当たり白菜一玉(1,679g)」などが考えられます。 実感の湧く示し方を検討し、自分事と捉えられる広報啓発の工夫を行います。
8	目標設定	目標値算出方法の適否	<p>目標値の「4年間でマイナス6.8%」という設定について、国目標では「2030年の食品ロス量を2000年度比で半減させる」とあるところ、県の2000年度の数値が出ていない。2000年度に対して半減と言っている（国基本方針に基づく）計画の目標数値として、6.8%でいいのか。</p> <p>今回示された数字が、2000年度比に対して30%強削減できている数字なのかを明確にしていきたい。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 国では2000年の食品ロス量が推計されており、それを2030年までに50%減らすということで具体的な削減量を明確に示していますが、県は2000年当時の県内食品ロス量数値を算定する根拠を持っていません。 そうした中で目標値の設定であるため、県においても国全体と同じペースで食品ロスの削減が進んでいるものとして、2030年度に食品ロス量を半減させるための目標となる削減割合を算定することとしました。（算定方法については資料2参照）
9	目標設定	1.7%は目標設定が高すぎないか懸念	家庭系食品ロスは既に16.8g全国より少ない。この現状値をどう評価するのか。さらにここから毎年1.7%削減するポテンシャルがまだあるという評価か、既に相当に取組が進んでいるという評価かによって、設定する目標値が変わる。（高すぎる目標値にならないか心配）	<ul style="list-style-type: none"> 本県の県民一人当たり家庭系食品ロス量は全国に比べて40%程度少なく、令和3年度県民世論調査（速報値）においても県民の食品ロス削減に関する意識、食品ロス削減の取組を実践する者の割合が全国より高くなっています。 既に取組が進んでいると考えられますが、2000年当時の県内食品ロス量が把握できない中での目標設定にあたっては、国全体の削減状況を基準にして検討したいと考えています。
10	目標設定	人口一人当たりで数値を示すことの適否	人口減少が見込まれるため、家庭系について一人一日当たりベースで数値を見ていくのは良いが、事業系については人口減少で変動しない部分がある。事業活動による食品ロス量を人口一人当たりベースで算定していくと、人口が減った分一人当たり食品ロス量が増えたように見えることも懸念される。	<ul style="list-style-type: none"> 県民に食品ロスの削減を「我が事」として捉えてもらうためには、一人一日当たりの食品ロス量の推計を示すことが効果的と考えられることから、計画には一人一日当たりの数値を示し、広報にも活用していきたいと考えています。 一方、事業系の食品ロス量について、食品ロス削減の進捗によってはご指摘のような現象が生じる可能性があります。取組の評価にあたっては、事業系食品ロス総量の削減状況を踏まえた分析を行います。
11	目標設定	事業系の目標値設定についての留意点	削減目標の6.8%を考えると、食品の再生利用がどこまで進んでいるかとの兼ね合いになる。「再生利用等実施率が50%を超えていれば次年度の基準実施率は増加ポイント1%で足りる」というのが事業者の目標になるので、事業活動としては食品ロスの削減より食品の再生利用実施が優先した目標になる。事業系で食品ロスが削減できる余地が少なければ家庭系で大きく削減しなければならないので、（再生利用等実施率の状況から）試算して根拠を出してはどうか。	<ul style="list-style-type: none"> 農林漁業者・食品関連事業者は「食品ロス削減の活動を行った上で発生する食品ロスについて、適切に再生利用を行う」ことが求められており（「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」）、食品ロスの削減は食品の再生利用に優先することをご理解いただけるよう情報提供を行います。 また、再生利用等実施率から事業系食品ロスの削減の余地を求めることは困難です。

NO	項目1	項目2	委員からのご意見	県の考え方
12	目標設定	家庭系・事業系それぞれに根拠を示して目標設定すべき	目標数値を明確にコマまで掲げる場合に、レイアウト（家庭系・事業系がどの割合で削減を目指すか）をちゃんとして県民に訴えないと、どこがどう頑張った方がいいのか分からなくなる。2000年時点の数字がないということだったので、「4年分を掛け合わせてこのパーセントになった」という根拠は作り込む必要がある。	<ul style="list-style-type: none"> ・国は家庭系・事業系食品ロスについて、ともに2000年度比で2030年度までに半減させるという目標を掲げており、県としても同様に削減目標を設定したいと考えています。 ・目標設定の根拠については計画に明示します。
13	広報啓発	業種の特徴を踏まえた広報啓発	事業系食品ロスには製造業・卸売業・小売業・外食産業と業種別があり、それぞれに特徴があるのではないかと。高知の地域特性を踏まえて作成するという点を踏まえると、特に削減の余地がある業種を見極め、重点的に広報・啓発する施策がいいのでは。	<ul style="list-style-type: none"> ・本県の事業系食品ロスの業種別の発生量を全国との比較で見ると、ご指摘のとおり業種による特徴はありますが、食品ロスの発生には事業所規模等の要素も大きいことを見込まれ、現時点で「特に削減の余地がある業種」の見極めは難しいと考えています。 ・まずは各業種毎に有効な食品ロス削減の取組事例を情報提供して削減を働きかけ、取組を評価したうえで重点的な広報・啓発について検討したいと考えています。
14	広報啓発	消費者への啓発	どのような方法で「食品ロス削減に向けた広報・啓発」を行うのか。消費者への啓発として、年齢別のアンケートを取るとか、家族数に比して大きすぎる冷蔵庫は奥に商品が残ることになるので購入を控える、買物の日を週に2日にする、余った食材を使った料理をする、未利用食品は子ども食堂へ提供する、衛生的なことにも留意して外食で食べ切れなかった分をドギーバッグで持ち帰るなど、細かい方法の啓発もある。	ご意見は取組事例として計画案に反映します。
15	広報啓発	てまえどり	食品ロス発生抑制の広報として、消費者には「てまえどり」、事業者には「商品を並べすぎない」を広報することを議論の対象にしてほしい。	<ul style="list-style-type: none"> ・「てまえどり」については計画素案に反映しました（コラムとして紹介）。 ・「商品を並べすぎない」については、販売機会の逸失との兼ね合いも考えられますので、引き続きご意見をいただきたいと思います。
16	広報啓発	てまえどり	お客様の選択になるので、「てまえどり」を食品ロス削減対策として県が推奨しているということになればやりやすいが、企業としては「手前の商品から取ってください」というような姿勢は打ち出せない。県に「てまえどり」を推奨していただければ非常にやりやすい。	計画素案に反映しました（コラムとして紹介）。
17	広報啓発	モニター調査を通じた広報啓発	記録調査は、実態把握をするだけでなく、調査自体に食品ロスを削減する効果があると言われている。記録をすること自体が、いわゆるナッジ政策としても有効ではないかと思う。実態調査という位置付けだけではなく、食品ロスの削減の普及啓発というツールとしても検討いただけないか。	ご意見を計画素案に反映しました（削減施策（消費者に向けた普及啓発）として記載）。

NO	項目1	項目2	委員からのご意見	県の考え方
18	未利用食品の有効利用	事業者の食材提供(マッチング)	基本的に食品ロスが出るのは需要と供給のミスマッチ。一番大事なのは、どうマッチングさせて食品ロスを少なくするか。マッチングの段階でロスが出ることもある。大量に余っている食材をもらったが持って行く先がない場合、一定保管も必要になるが、「こうち食支援ネット」も冷蔵庫、冷凍庫がないなどいろんな課題がある。需要と供給のミスマッチを防ぐための施策が計画の中に織り込めれば、それは有効な手段になる。	<ul style="list-style-type: none"> ・フードバンク活動の一番重要な課題は需要と供給のミスマッチを減らすことと理解しました。まずは計画策定にあたって関係者の聞き取り等を行い、課題の整理に努めます。 ・フードバンク活動に対しては国(農林水産省)において支援制度が講じられており(冷蔵庫・冷凍庫のリース料含む)、ミスマッチの解消に活用いただける既存の制度について情報提供していきます。 ・ミスマッチを減らしていく方策については、フードバンク活動の経験を積む中で改善できるもの、既存の支援制度が活用できるものも見込まれます。量販店を拠点にミスマッチを解消する取組が既に始まっており、こうした先進事例を拡げていくことも有効です。 ・計画にこうした先進事例を記載して周知を図るとともに、計画策定後も引き続き県内のフードバンク活動の現状を把握していきます。
19	未利用食品の有効利用	フードバンク(マッチング)	未利用食品をいかに必要なところに渡せるか、ミスマッチングをいかに減らしていけるかが非常に大きな課題になっている。計画を策定するに当たって検討が必要。	<ul style="list-style-type: none"> ・計画にこうした先進事例を記載して周知を図るとともに、計画策定後も引き続き県内のフードバンク活動の現状を把握していきます。
20	未利用食品の有効利用	フードドライブ	フードドライブについて、困っている方、子ども食堂、困窮者へのつなぎのところも必要。防災備蓄の活用も一つの考え方。	計画案の策定にあたって引き続きご意見をいただき、担当課と協議します。