

食品関連事業者等へのヒアリング調査（課題・ニーズ）

- 1 対象 ① 食品関連事業者（13 件）
 ② 再生利用事業者、廃棄物処分業者（6 件）
 ③ 農畜産業者、消費者団体（3 件）
- 2 期間 ①② 平成 28 年 2 月～
 ③ 平成 28 年 10 月～
- 3 結果（主な意見等）

ア 排出量の把握

（1）食品関連事業者

（食品製造業：5 件、食品小売業・外食業：6 件、その他：2 件）

- ・ 受け入れ先（リサイクル業者）がない、又は、新規受入を拒否する事業者が多い。
- ・ リサイクル費用が高い。リサイクルに取り組むメリットがない。
- ・ 生ごみの分別に手間がかかる。
- ・ 食品リサイクルを促進するため、行政に発信源になってもらいたい。
- ・ 企業が食品リサイクルなどに取り組んでいることを行政が証明するようなステッカーのような象徴があるといい。
- ・ リサイクルと廃棄の処理費用の差がなくなるよう、行政から再生利用事業者へ助成金があるといいと思う（が、税金はより公共的な事業に使ってほしいとの意見もあり）。
- ・ 排出者として、再生品（肥料・飼料）の利用先の確保まで見通してから、リサイクルに取り組むべき（利用状況の把握が必要と考える）。
- ・ 分別を店舗に徹底しているつもりでも、楊枝やフォーク、ナイフが入ることがある。
- ・ 回収用の容器を置くスペースが無く、食品リサイクルの取組を止めてしまう店舗もある。
- ・ 生ごみ処理機を使用しても、できた堆肥をどうすればよいかわからない、堆肥を使ってくれる農家を探すのが難しい。臭いが気になる。
- ・ リサイクルに適さない残渣を処理するために、生ごみ処理機の導入を進めている（生物分解型、消滅型）。
- ・ 収集ルートをあわせるなど、他社と「協調」することで、環境コストが下がっていいと考える。
- ・ フードバンクについては、衛生面を考慮する必要がある、また、ブランドイメージが傷つく可能性もあり、検討していない。
- ・ 市町村施設から民間施設に熱供給するなど、連携した取組があればよい。

(2) リサイクル事業者・廃棄物処分業者

- ・ 自治体の処理費用がリサイクル費用より安いので、環境意識の高い事業者以外はリサイクルを選択しない。
- ・ 堆肥製造者には、堆肥が残ってしまうところが多い。
- ・ 食品リサイクルを促進するには、行政から食品リサイクル自体の周知や先進事例のPRのほか、リサイクル事業者の工夫や苦労などもアピールしてほしい。
- ・ 食品循環資源に対する消費者の認識を変えるため、行政からの協力がほしい。
- ・ 神奈川県内の処分業者は十数者だが、処分業者が抱えている課題は大きく3つある。一つはリサイクル品の出荷先の確保であり、肥料を買ってくれる農家などを探す苦労があり、（植木などの肥料として）官公庁が積極的にリサイクル品を使うようにしてほしいとの声がある。次に、事業を行う場所の制約で、臭いの問題から近隣住民の理解が得られにくいため、事業を行える場所が限られる。あとは、処理料金だが、市町村の処理手数料が目安となることから、かなり低い価格設定をしなければならず、そうすると、受入を多くしなければ、事業として成り立たない。
- ・ 食品リサイクルの難しさを知っているので、これから事業化を考えている処分業者はいないのではないかな。
- ・ 食品関連事業者から突発的な依頼も多く、自社の処理能力では対応できないため、受入を断ることも多い。肥料なら肥料、飼料なら飼料のリサイクル事業者間でもっと情報共有や連携ができれば、受入量が平準化して、対応できるようになるのではないかな。
- ・ 農家が肥料を必要とする時期、量が限られている。

(3) 農畜産業者

- ・ 発生抑制が重要であり、リサイクルも含め、まずは、消費者にも理解を求める必要がある。
- ・ 肥料・飼料へのこだわりは相当なものがあり、「良質でない肥料を使わされる」「畑はゴミ捨て場」と思われないように、農畜産業者側の要望に再生利用事業者がどれだけ答えることができるかが課題。
- ・ 小売業や外食産業からの廃棄物は組成が単一でなく、また、分別も徹底されないことが多いため、ループに乗せるにはハードルが高い。
- ・ 関係者がお互いの立場を理解し、それぞれが努力しなければ、リサイクルループは不可能である。

(4) 消費者団体（NPO神奈川県消費者の会連絡会学習会（H28.11.10））

- ・ 食品関連事業者の取組を評価・PRして、消費行動に結びつける仕組みが必要である。

- ・ 市町村が先進的な取組（戸別収集、ごみ収集の有料化）を実施しても、ごみ減量の効果は一時で継続していない（生活に定着させることが課題）。
- ・ 県の取組は、消費者に伝わっていないのではないか。周知方法を工夫する必要がある。
- ・ 消費者自身も賢くならなければならない。そのために団体として何をすべきか考えていく必要がある。
- ・ 提供する食事の量と料金を合わせれば、食べ残しは減るはず（シルバー料金の設定など）