

食品ロス等の削減に向けた県関連事業

食品ロス・食品廃棄物削減対策事業(21,330 千円)

農産食品課

1 趣 旨

平成 28 年 5 月に本県において開催された先進 7 カ国(G7) 富山環境大臣会合において、「富山物質循環フレームワーク」が採択され、この中で、食品ロス・食品廃棄物の削減促進、食品廃棄物の効果的なリサイクルなどの取組みを着実に実施していくこととされた。

これを受け設置した有識者や関係団体の代表等で構成する「富山県食品ロス・食品廃棄物削減推進県民会議」を核とし、県民総参加の運動(とやま食ロスゼロ作戦)を展開する。

2 事業概要

①(1) 事業系食品廃棄物等実態調査事業 2,700 千円

R2.4 策定の県食品ロス削減推進計画が R6 に中間年となることから、これまでの施策効果の検証を図るための調査を実施する。

(2) フードバンク活動促進事業 2,100 千円

食品関連事業者から発生する未利用食品の有効活用を促進するため、提供事業者の確保に向けた普及啓発やマッチングの推進を通じて、県内のフードバンク活動の拡大・定着を図る。

(3) フードバンク活動支援事業 11,500 千円

設立初期のフードバンクに対する人材育成・生鮮食品の取扱拡大支援に向けた取組みや広域的連携等の先進的取組みに対して支援する。

(4) 「食べきり 3015」推進・「食べきりサイズメニュー」の導入 1,100 千円

宴会参加者の「食べきり 3015」運動の取組みを促進するため、ポスターや三角柱等の啓発資材の設置やお客への運動の呼びかけをホテル・居酒屋等に依頼し、全県的な運動の普及を図る。

飲食店での食べきを推進するため、お客が食事量を選択・調節可能なメニューの導入を飲食店に働きかけ、全県的に「食べきりサイズメニュー」の導入促進を図る。

(5) 期限間近商品の優先購入促進キャンペーンの実施 1,350 千円

県内小売店で消費者に期限の近接した商品を優先的に購入することを啓発するポスターやのぼりを掲示する。

(6) 食品ロス・食品廃棄物削減に関する WEB サイトの管理 630 千円

食品ロス等関連情報を一元的に集約、発信する Web サイトの管理を行う。

(7) 県民会議等の開催等 1,950 千円

食品ロス等削減県民運動を着実に実行するため、県民会議や商慣習検討専門部会等の会議を開催する。また、食品ロス削減に顕著な功績がある者に対し、表彰を行う。

令和5年度事業 エシカル消費PR事業

県民生活課

1 事業の趣旨

近年、消費者を取り巻く課題として、持続可能な消費行動が求められているなか、人や社会、環境に配慮する「エシカル消費」を県民に浸透させるため、県内の小売事業者との連携によりエシカル消費をPRするほか、エシカル消費に関するシンポジウムの開催や、大学生によるエシカル消費普及活動等により普及啓発を図る。

※エシカル消費 環境、人や社会に配慮した消費行動の推進
具体的な消費行動の例として、エコ商品、寄付付き商品、フェアトレード商品、被災地産品、障害のある人の支援につながる商品の購入、地産地消 など

2 事業内容

(1) 小売事業者等によるエシカル消費PR

①時期等：令和5年9月～令和6年2月

②内容：

- ・啓発用のぼり、ポスター、チラシ、ポップ等の設置
- ・エシカル関連商品を集めた特設コーナーの設置
- ・エシカルクイズ等啓発イベントの開催
- ・新聞、テレビ、ラジオ、HP、SNS等によるPRなど

(2) エシカル消費に関するシンポジウムの開催

①時期：10月（於）富山県民共生センター

②内容：課題、必要性、将来あるべき姿等について、消費者や事業者、専門家等によるシンポジウムを開催する。また、県内の大学生がエシカル消費の普及に有効的な取組みを企画・実践し、発表する。

(3) 消費生活研究グループによるエシカル消費に関する研究・実践

県消費者協会が育成し、地域で活動する「消費生活研究グループ」がエシカル消費についての調査研究を行い情報発信する。

3 予算額

5,300千円

⑨ 家庭系食品ロス実態調査事業

1 目的

県内家庭から排出される食品ロス・食品廃棄物について、今後の取組みの基礎データとするため、実態調査を実施する。

2 概要

家庭系食品ロス・食品廃棄物実態把握調査を実施する。(コンサルに委託)

(1) 家庭系廃棄物の組成調査

焼却施設に搬入されてくる可燃ごみの内訳や重量を調査

対象：富山地区広域圏事務組合に搬入される可燃ごみ

時期：春・夏・秋・冬の4回

(2) 食品ロス・食品廃棄物に関するアンケート調査

家庭や外食時における排出状況についてアンケート調査

対象：単身、核家族、3世代家族など

方法：郵送・オンライン調査(対象4000世帯)

(3) 組成調査の代替調査方法の検討

(1)の調査結果と広域圏が通常実施している組成調査との差異を評価し、次回以降県の組成調査の実施を省略し、広域圏の組成調査の結果の活用など代替方法を検討

3 効果

- ・ 調査結果をもとに家庭系食品ロスの発生状況を推計することにより、新型コロナウイルス感染症流行後の県内の食品ロス・食品廃棄物の現状を把握
- ・ 本県の食品ロス削減に関して効果的な手法の検討材料となる

4 予算要求額

9,540千円(1/2 地方消費者行政強化交付金)

令和5年度 家庭系食品ロス削減対策関連事業

1 目的

食品ロス削減の取組み検討の基礎データとするため、県内の家庭で発生する食品ロス・食品廃棄物について実態調査を実施するとともに、県内で開催される食育推進全国大会においてイベントや啓発を実施する。

また、家庭由来の食品ロスについて、本県は全国より「手付かず食品」の割合が大きいため、手付かず食品の有効活用策であるフードドライブ^{※1}やサルベージ・パーティ^{※2}の普及を図り、家庭における食品ロス削減の取組みを促進する。

※1 家庭で余っている食品を集め、福祉団体・施設へ寄付する活動

※2 家庭で余っている食材を持ち寄って料理するイベント

2 内容（【 】は予算額）

① (1) 家庭系食品ロス実態調査事業【9,540千円】

家庭系食品ロス・食品廃棄物実態把握調査を実施する。

- ① 家庭系可燃ごみの組成調査（富山地区広域圏事務組合で年4回）
- ② 家庭や外食時における排出状況に関するアンケート調査（対象4000世帯）
- ③ 組成調査の代替調査方法の検討（広域圏の組成調査の結果の活用等）

② (2) 食育推進全国大会普及啓発事業【500千円】

- ① 大会でサルベージ・パーティ及びフードドライブの開催
- ② パネル展示等による普及啓発

(3) フードドライブマッチング推進事業【400千円】

フードドライブ実施団体に対し、次のとおり技術的支援を行う。

- ① フードドライブ実施に関するノウハウの提供（2年度作成の手引きの活用）
- ② 提供先とのマッチング
- ③ 資材の貸出し（コンテナ、のぼり旗、啓発パネル等）
- ④ HPへの実施情報等の掲載

(4) サルベージ・サポーターマッチング事業【680千円】

サルベージ・パーティの企画・進行を行う「サルベージ・サポーター[※]」と、開催を希望する団体等とのマッチングを行う。

※ 飲食店シェフ、料理教室の講師、食育インストラクターなど、R1に28名を認定

3 予算額

11,120千円（地方消費者行政強化交付金（国1/2））

フードドライブマッチング推進事業（令和5年度）

1 目的

家庭由来の食品ロスのうち本県で割合が大きい「手付かず食品」の有効活用策としてフードドライブ*の普及を図り、家庭における食品ロス削減の取組みを促進する。

※ 家庭で余っている食品を集め、福祉団体・施設へ寄付する活動

2 内容

フードドライブ実施団体に対し、次のとおり技術的支援を行う。

- ① フードドライブ実施に関するノウハウの提供（2年度に作成した「フードドライブ実施の手引き」の活用、常設窓口（無人）設置への助言）
- ② 提供先とのマッチング
- ③ 資材の貸出し（コンテナ、のぼり旗、啓発パネル等）
- ④ HPへの実施情報等の掲載

3 予算要求額

400千円（地方消費者行政強化交付金（国交付率1/2）を活用）

（参考）県内でのフードドライブ実施状況（実施件数は県が把握した数）

年度	実施件数	備考
R1	4件	
R2	10件	うち県モデル実施3件
R3	64件	うち県キャンペーンとして57件
R4	71件	うち県キャンペーンとして64件（予定含む）

食の健康づくり推進事業（健康寿命日本一応援店）

1 趣 旨

食を通じた健康づくりを支援するため、生活習慣改善の意欲がありながら、まだ改善に取り組めていない人を対象として、健康的な食事の提供に積極的に取り組む飲食店等（健康寿命日本一応援店）をWEBサイトやリーフレットで広告し、普段の食事を健康的な食事へと置き換える行動変容を促進するもの。

2 現状・経緯・事業の必要性

- ・ H28 より、野菜たっぷり、減塩、シニア向け（小盛）などのメニューを提供する県内飲食店を「健康寿命日本一応援店」として登録（R4.10月現在 216店舗）
- ・ 食生活改善の意欲がある群において、約45%がまだ取り組めていない。
- ・ 1日の食塩摂取量が8g以上の群において、約6割は食生活改善の意思がない。
- ・ 食生活改善の妨げの理由として約50%の人が「仕事・家事・育児等が忙しいから」もしくは「面倒くさいから」と回答。

3 実施内容

(1)「健康寿命日本一応援店」の普及・啓発(2,000千円)

- ・ 野菜たっぷり、減塩、シニア向けなどのメニューを提供する県内飲食店・企業を「健康寿命日本一応援店」として登録、外食・中食での食生活改善に向けた環境づくり支援。

(2)健康寿命日本一応援店推進サポーター実践活動(800千円)

- ・ 未登録飲食店等を訪問し、応援店の普及・登録を推進。
- ・ 登録後の応援店を訪問し、制度に関する意見等のヒアリングやメニュー作成支援等、取組み内容のフォローアップ
- ・ サポーター講習会を年2回開催し、サポーターの資質向上を図る。

4 実施方法

(1)委託、(2) 富山県栄養士会に委託

5 事業により見込まれる効果

- ・ 健康寿命日本一応援店のメニューをPRすることにより、外食時・中食時にも健康的なメニューを選択しやすくなり、食生活の改善を促すことができる

6 予算額

2,800千円

令和5年度 HACCP 普及指導事業

生活衛生課

1 概要

平成 30 年 6 月に食品衛生法等の一部を改正する法律が公布され、HACCP に沿った衛生管理をすべての食品等事業者が導入することが義務付けられた。

県内事業者に対し HACCP に沿った衛生管理の定着を図るため、HACCP 普及指導者等による事業者への助言指導事業を実施する。

2 事業概要

(1) HACCP 普及指導者による助言指導（(一社)富山県食品衛生協会に委託）

(一社)富山県食品衛生協会に業務を委託し、食品衛生指導員のうちから養成した「HACCP 普及指導者」が、飲食店事業者に対し、HACCP の導入や HACCP に沿った衛生管理に係る助言等を行う。

対象：小規模な飲食店

内容：HACCP の考え方を取り入れた衛生管理計画の作成方法等について
助言

(2) HACCP 未導入事業者への導入支援

対象：HACCP 未導入の食品事業者（新規事業者含む）

内容：研修会や立入検査時等における HACCP 導入支援

(3) 予算額

2, 900 千円

こども食堂設置拡充促進事業（令和5年度）

1 概要

こども食堂の設置拡充が促進されるよう、支援体制を整備するもの。

2 事業内容

こども食堂統括支援コーディネーター等の設置

地域から他地域へのこども食堂の輪が広がるよう、富山県子どもほっとサロンネットワークに、①統括支援コーディネーター、②地域推進アドバイザー、③フードバンク連携コーディネーターを設置する。

① 統括支援コーディネーター

従来のネットワーク事務局の業務に加えて、新たに、こども食堂未設置地域の掘り起しや各種団体との連携に取り組む。

② 地域推進アドバイザー

各地域に出向き、こども食堂の新規開設に向けて普及啓発や相談支援等を行う。

③ フードバンク連携コーディネーター

- ・食材提供側と受入側（こども食堂）とのマッチング
- ・フードバンク活動コーディネーターとの連携
- ・各こども食堂への食材提供（保管・仕分け・配送）

3 予算額

3, 920千円

【拡】 「とやまのエコフィード」 利用畜産物ブランド化推進事業 (R5:5, 650 千円)

農業技術課畜産振興班

1. 背景・目的

畜産農家における飼料自給率の向上及び地域内未利用資源の有効活用を推進するため、エコフィードを核とした資源循環に向けた取り組みを推進し、畜産物の新たなブランド化を図る。

2. 事業内容

(1) エコフィード需給マッチング推進事業 (予算額: 450 千円、事業主体: 県)

- ・食品事業者と畜産農家との需給マッチング
- ・エコフィードの栄養価や安全性分析の実施
- ・県指導機関による技術指導



【組新】 (2) 「とやま和牛 酒粕育ち」ブランド化推進事業 (5, 200 千円)

(5, 000 千円、地方創生推進交付金 1/2、200 千円企業版ふるさと納税 1/2)

令和4年7月にデビューした、新たなブランド牛「とやま和牛 酒粕育ち」のさらなるPR活動や収益力の向上、生産拡大の取組みへの支援を行うことにより、全国に誇れる一層のブランド力強化を図る。

① 「とやま和牛 酒粕育ち」普及・定着支援

【予算額: 3, 800 千円、補助率: 定額、事業主体: 「とやま肉牛」振興協議会】

ブランドの普及・定着に必要な経費、活動への支援

② 「とやま和牛 酒粕育ち」ブランド力向上対策

【予算額: 1, 000 千円、事業主体: 県】

飼養管理研修会の開催や技術指導

出荷牛肉のオレイン酸分析、肉質向上研修会の開催 等

③ 「とやま和牛 酒粕育ち」生産拡大支援

【予算額: 400 千円、補助率: 1/3、事業主体: 生産者】

新規飼育や飼養頭数増に必要な施設改修等の支援

3. 期待される成果

- ・付加価値化による収益向上
- ・ブランド力による生産拡大
- ・資源循環の仕組みの構築

