

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

(第14回)

速記録

令和6年1月30日

東京都環境局資源循環推進部

(午後 1時3分 開会)

○座長 渡辺先生：ただ今から東京都食品ロス削減パートナーシップ会議第14回を開会いたします。委員の皆様にはお忙しい中、ご出席くださりありがとうございます。それではオンライン会議の注意事項と本日の出席状況について事務局から報告をお願いいたします。

○事務局：東京都です。よろしくお願いいたします。本日の出席状況についてご報告いたします。本会議における委員総数は20名。途中参加予定の方も含め、16名の方にご出席いただいております。

次に委員交代についてご報告いたします。お1人目は日本加工食品卸業界から三菱食品株式会社の松下様が変わりまして、同社経営企画本部サステナビリティグループSDGs推進ユニットリーダー内海義秀様が後任となります。内海様一言ご挨拶をよろしくお願い致します。

○三菱食品 内海委員：三菱食品の内海です。皆様と共にサプライチェーン全体で食品ロスを削減して参りたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

○事務局：2人目は公益社団法人日本消費生活アドバイザーコンサルタント相談員協会から大石様が変わりまして、当協会食生活委員会副委員長、東日本支部会副会長、武士俣淑恵委員が後任となります。

○武士俣委員：NACSは消費者庁が務める食品ロス推進削減サポーターの推進団体で、現在124名の食品ロス削減推進サポーターが全国で活躍しております。町会の勉強会から200名以上の視聴者が参加する県のウェブ講座まで、それぞれが様々な形で消費者啓発活動に取り組んでいます。また、全国の支部がご当地の食ロスを、食品ロス削減の取組を紹介する動画は、NACSのYouTubeチャンネルで公開しています。ぜひ皆様にもご覧いただきたいと思っております。大石が変わりまして、委員となりました武士俣と申します。よろしくお願いいたします。

○事務局：武士俣様ありがとうございました。また、都の幹部職員に人事異動がございました。資源循環計画担当部長の中島です。

○環境局 中島部長：東京都環境局資源循環計画担当部長の中島と申します。今年度から食品ロスの関係の仕事を担当させていただくことになりました。皆様と連携しながら、食品ロス対策を少しでも前に進めてまいりたいと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。

○事務局：事務局からは以上です。

○座長 渡辺先生：これより議事に移ります、今回の会議は、2021年3月に策定した東京都食品ロス削減推進計画に基づき、取組を進める上で引き続き関係する各主体との連携が必要であることから、当会議で情報交換や取組の進行状況などを図るために実施するものです。

東京都からは食品ロスの発生状況や直近の取組とともに、さらなる取組について議論したいと思います。一部の委員からも話題を提供していただく予定です。まず、議題1の食品ロスの発生状況および東京都の取組について、事務局よりご報告をお願いいたします。

○事務局：資料2「食品ロスの発生状況および東京都の取組」に基づきご説明をさせていただきます。東京都の食品ロス発生量は、令和3年度(2021年度)は36.8万トン、都内におきましては外食産業が多く、事業系ロスの割合が全体の6割と高いのが特徴です。推移をみていただきますと、2020年度よりも3%ほど微増しています。2020年度は、2019年度の44.5万トンと比較して大きく減少しています。この段階では、2030年半減目標である38万トンを下回っています。こちらは、コロナ禍による緊急事態宣言や時短営業の影響を受け、外食部門の大幅な減少が原因であると分析しており、国においても同じ傾向を示しています。令和5年5月の5類移行に伴いまして、街の賑わいも戻りつつあります。引き続き動向を注視しながら食品ロス対策に取り組むところです。なお、国内の食品ロス発生状況は、2021年度523万トンと推定されております。

続きまして、東京都の食品の削減対策です。2021年3月に策定した東京都食品ロス削減推進計画に基づき、都はさまざまな食品ロスに取り組んでまいりました。主な取組についてご報告させていただきます。

まず先進技術を活用した食品ロスの削減です。こちらは都内における食品ロスの削減を実現するための新たな仕組みや体制の構築につながる先導的事業で、新たなビジネスモデルを検証し、期待される効果を検証できる事業公募し、都との連携事業として実施しているものです。これまでもICT活用による小売店舗での需要予測、急速冷凍技術による食品のロングライフ化、アップサイクルなどをテーマにして様々実施してまいりました。今年度は、食の先進技術「フードテック」を活用し、スタートアップ等との連携により、サプライチェーン全体の最適化を図る連携事業を実施いたしました。2件採択されており、詳細は議題1の後半で各社様よりご発表いただきます。株式会社ローソン様、ネスー株式会社様におかれましては、店舗の売れ残り品を急速冷凍して寄贈、また食品をリサイクルすることで、食品廃棄物を一切排出しない食品廃棄ゼロコンビニと、食品寄贈による地域貢献を両立させる取組です。株式会社クラダシ様については、ロットが大きく食品ロスになる可能性がある業務用食品や食材を冷凍弁当などにアップサイクルしてオンライン等で販売する取組です。

これらフードテックの事業の連携事業につきましては、事業期間終了後も普及啓発を通じた横展開などを図っておりまして、社会実装化や好事例の蓄積が進んでいるところです。今年度、「フードテックを活用した食品ロス削減技術紹介集」を作成いたしました。過年度の事業の成果や今後のポテンシャル、その他食品ロス削減に効果のあるフードテックを、技術集としてまとめております。例えばAIによる需要予測や食のアップサイクルなど、企業と連携して取り組んだ5つの事業、そして8種類のフードテックの技術を掲載しており、都庁舎などで見本市を実施したところです。

続きまして、防災備蓄食品の積極的な有効活用としての未利用食品マッチングシステムですが、令和2年度から行っている事業です。防災備蓄食品は定期更新のタイミングでさばききれず、廃棄される可能性がありますため、都や自治体が保有する賞味期限の近い防災備蓄食品情報を登録し、食品を必要とするフードバンクとマッチングするというシステムを運用しております。今年度は184件(103,756食)のマッチングが成立しています。

続きまして、東京フードドライブの実施です。既に自治体様や企業様、学校様で活発

に実施されておりますが、都におきましても、食や環境のイベントの機会を捉え、自治体、企業様と連携してフードドライブを実施いたしました。10月の食品ロス削減推進月間を皮切りとして、11月、12月と東京味わいフェスタや、スポーツイベント、エコプロ2023などで寄付の窓口を設置いたしました。回収した食品は、セカンドハーベスト様、フードバンク調布様に寄贈いたしました。イベント会場となった千代田区様や江東区様には、同じくパネル展示やチラシ配布のご提供をいただき、一体的なPRに努めております。

続きまして、東京サーキュラーエコノミー推進センター(T-CEC)との連携です。昨年度、地域密着型サーキュラービジネスの創出・情報発信の拠点として、政策連携団体である東京都環境公社内にセンター組織を設置しております。多様な団体と連携しながら、循環型経済の実現に向けた事業を展開しているところです。例えば、補助事業や連携事業者様の紹介を行う相談マッチング事業、また、提案公募型のT-CECとの連携による社会実装化事業などがございます。食品ロス・食品リサイクル関連では、今年度、株式会社ドール様がバナナの量り売りやコンポスト作りのプロジェクト、またワタミ様と大田区様による外食産業での食品廃棄物の分別計量リサイクル推進事業などが採択されております。

情報発信としましては、特設のポータルサイトから、サーキュラーエコノミーに関する情報を定期発信しております。その他、オンラインセミナーやシンポジウム、ネットワークの場としてサーキュラーエコノミーサロンを実施するなど、環境整備にも力を入れています。また、この特設ポータルサイトでは、区市町村様が実施する食品ロスの取組、例えばフードドライブや食べきり協力店の紹介などを行っており、情報をまとめたページなども展開しております。

続きまして消費者向けの普及啓発事業です。消費者である都民向けの取組も重要でございます。食品ロスについて考え、削減に向けて行動するきっかけとして、東京食品ロスゼロアクションの啓発冊子及び動画を作成しました。買い物や内食、外食の際にちょっとした心がけで実践できるてまえどり、またはドギーバッグの活用といった食品ロスの削減活動を紹介しております。さらにメディアとも連携し、落語家や俳優の方をナビゲーターとした30分番組を二本制作いたしました。動画の中では、渡辺座長にも有識者インタビューとしてご出演いただいております。両番組ともジェイコムチャンネルで12月から1月にテレビ放映をしたほか、YouTubeでもご覧いただけまして、各動画それぞれ約1.3万回の再生回数と好評を博しております。

続きまして、都内小売業における食品廃棄の実態調査の結果についてです。昨年度第13回食品ロス削減パートナーシップ会議において、「賞味期限前食品の廃棄ゼロ行動宣言」を採択いただきました。都も実態把握のため、流通経済研究所に調査委託を行い、文献調査やアンケートを中心に、都内の小売事業者様に納品期限の緩和状況や食品ロス対策の課題などについて伺いました。そのうちご協力いただける事業者様にはヒアリングもさせていただきました。調査対象は、内訳にございます通り、アンケートの回答数としては約1,000社のうち約2割でございました。ご回答いただいた企業様の中で、食品をたくさん取り扱うスーパーでは、約5割の企業が何かしらの形で納品期限を緩和していることを確認しております。また、中小の小売様には、ルールを明確に定めてい

ないという企業もいらっしゃいました。納品期限の緩和は、大手を中心に取組が進まれており、ご回答いただいた都内企業の売上高ベースで8割を占めるところで納品期限の緩和を確認しております。また、食品ロスの取組につきましては、生鮮品、日配品などについては、期限までの売り切りを進めている一方で、お客様ニーズの多様化や、欠品リスクなど、少なからず売れ残りロスが発生しているということを確認しました。賞味期限の長い加工食品につきましては、賞味期間までに売り切ることが多く、ロスとなる量がまちまちになり寄贈に適したものが少ないといったご回答もいただいております。多くの小売企業の中では、食品リサイクルにも意欲がある一方で、コストやルートの開拓が足かせであるといったご意見も頂戴いたしました。

こちらはアンケート結果の抜粋ですけれども、実施中の食品ロス対策については、48.4%の方が値引きポイントを付与、43.9%の方が見切り品コーナーを設置しています。その他在庫管理水準の向上、てまえどりを促す表示、季節商品の予約販売を行っているといった取組が見られました。一方食品ロスの課題は、お客様ニーズや来客予測が難しいが44.5%、その他顧客の理解不足、鮮度志向、従業員の方の理解不足、ノウハウやリソースが不足しているといったご回答をいただいております。余剰食品のフードバンクへの寄贈状況は、59.1%の企業様が寄贈したことがないというご回答でした。また、対象食品を取り扱っていないといったご回答もございました。一方、「寄贈している」が6.1%。「現在寄贈していないが、今後寄贈予定」が2.8%いらっしゃいました。また、やむなく食品廃棄物になってしまった場合の処理先としては、42.9%の事業者様で清掃工場での焼却処理というご回答でした。その他飼料化施設、肥料化、またメタン発酵といった高度リサイクルに取り組まれている企業様のご回答も頂戴しているところです。

令和6年度の予算案につきましては、1月26日に公表されたところです。食品ロス対策につきましては、既存のこれまでの事業に加えまして、二つの新規事業を要求しています。一つが小売ロス削減総合対策ということで、廃棄の実態調査などを踏まえ余剰食品をフードバンクへ寄贈するための輸送費や需要予測に資するシステムの導入などのメニュー選択型の補助事業を行い、企業様の取組や食品の削減効果を広く発信する事業で、約1億円。二つ目がアフターコロナにおける食品ロス削減推進事業ということで、外食向けについてもスタートアップ等と連携し、コロナからの需要回復で増加が見込まれる外食産業等の食品ロス発生状況や発生量の予測特定になどの調査を行ってまいります。こちらは0.2億円の要求です。今後も都は様々な主体と連携しながら、食品ロス対策に全力で取り組む所存です。資料2についての説明は以上です。

- 座長 渡辺先生：ありがとうございます。続けて議題1の後半について、事務局から説明をお願いいたします。
- 事務局：都との連携事業を行う事業者様にご説明をいただきます。まず、今年度のフードテックを活用した食品ロス削減対策事業、一つ目の冷凍技術を活用した食品ロスの有効活用及び食の支援による地域貢献の実現について、株式会社ローソンSDGs推進室マネージャー山口様よりご説明をお願いします。
- ローソン 山口様：ローソンの山口と申します。我々のお店から出る食品ロスを、冷凍技術を活用してなんとか有効活用できないか？またそれを地域の食の支援につなげられないか？と考え、実は先行実験を去年の1月から実証しておりましたが、今期についま

しては、東京都様のご助力をいただき、その実現性、また拡張性の検証をしているという状況です。

ローソンは、2030年までに食品ロスを50%削減、そして2050年までに100%削減するという高い目標のもと取り組んでいます。ただ、基本的な取組は、3Rの考え方に沿っております。まずはリデュースです。AI等の活用によって、無駄なものを工場で製造しない、店舗でも仕入れない。それでもやむを得ず十分な商品価値を有しながら廃棄対象になってしまうものに関してはリユースをしていく。リユースできないものは、飼料や肥料、そしてメタン発酵などでリサイクルを進めると、こういった努力をしています。

今回の取組につきましては、このリユースとリサイクルを組み合わせまして実験店舗においては、単純焼却される廃棄物を出さない、食品廃棄ゼロモデル店舗を創出したい。そのモデル・店舗をさらに広げていくには課題は何なのかを検証しているというところ です。具体的には、十分に商品価値を有しながらもやむを得ず廃棄対象となるものをなんとか有効活用すべくフードバンク等々への寄贈を進めている。但し、それらは店舗に入る前物流センターにおいての商品がほとんどです。また、寄贈は常温のお菓子や加工食品といったものがメインとなってきますが、皆様もご存知の通りコンビニの食品ロスは日々排出される、お弁当やおにぎり、また揚げ物といったいわゆる消費期限が設定されているものです。これらは概ね消費期限の約一時間前には店頭から撤去をしています。なぜならば、お客様に販売してすぐ消費期限が切れるといったことを回避するためです。それらが店舗の食品ロスになっていますが、この消費期限まで約1時間しかない商品を、なんとかその商品の背景も含めて期限までにお召し上がりいただける方法がないかいろいろ考えておりますが、これといった正解がない状況です。そこで本実験におきましては、この消費期限一時間前に店頭から撤去した商品、こちらを、急速冷凍技術を活用して消費期限までの時を止めます。そしてその時を止めたまま、要は冷凍状態にて近隣の子ども食堂へ寄贈し、子ども食堂で加熱・再調理をして喫食をいただくという取組です。先行実験において、これらのスキームは確立できていますが、まだ店舗のオペレーションの負荷が非常に大きい点と、冷凍機器のコストが非常に大きな課題となっています。また、本実験用に特別に設定したルールが問題ないのかという、安心・安全の部分でも、会社全体のコンセンサスがなかなか得られておらず、今期の事業公募において東京都様のご助力をいただきながら検討を進めているところです。現状、実験の対象商品としては、さまざまな化学的検査の結果も踏まえ、からあげクンのみを対象として実験をしています。これらの販売期限を過ぎながらも消費期限まで時間があるものを急速冷凍し、現在は品川区内の一店舗（直営店）で実証しています。品川区内の子ども食堂様に週に2回取りに来ていただき、その子ども食堂さんで提供しています。具体的な提供メニューとしては、からあげクンを野菜と合わせ、甘酢あんかけで炒めるなど、食味についても非常に好評いただいています。残念ながらからあげクン以外の商品は今お渡しできていない状況ですが、それらは食品リサイクルに回すことで、単純焼却する廃棄物はおらず、現時点で食品廃棄ゼロモデルといえる状況です。この取組、私どもだけではなく、NESSーさんというスタートアップとの協業も想定して進めています。NESSーさんは、フードバンク事業に取り組んでいるベンチャーです。社会福祉協議会等々と連携をしながら、子ども食堂などに野菜や加工食品を供給されています。特徴としまして

は、既存の食品流通網を活用して、寄贈を行っているところで、こういった仕組みを持っている企業は、他にはないのではないかと認識しています。またフードバンク以外に、子ども食堂の運用も開始されています。昨年11月には、東京農大様と共同での子ども食堂を開催し、運用に関する体制を確立されています。そして満を持して世田谷区のオフィスに子ども食堂のスペースを開設され、自社内で子ども食堂が開催できるようにしていただいている状況です。今回の実証期間においては、私ども品川区のお店から出ている冷凍の寄贈品を、2月にてネッサーさんの子ども食堂で活用いただき、実際にお子さまに提供いただこうと考えています。品川区以外の子ども食堂でも問題なく活用いただけるのか。またその物流についてどのような課題があるのかを検証したいと考えております。現状、品川区1店舗と申し上げましたが、2店舗目につきましては、すでに豊島区内のグリーンローソンと呼ばれております環境課題解決型の店舗を想定し、凍結機器を設置しております。1月末より廃棄商品の凍結を始めており、寄贈先の子ども食堂様と細かい運用ルールを策定しているところです。2月中には、一度テスト運用で豊島区内の子ども食堂でお出しできるのではないかと考えています。それ以外の区につきましては、今回の事業公募の期間中の展開は少し難しい状況ですが、次年度以降は弊社の事業としてどこまで広げられるのかを検討していく予定です。これらの取組によって期待される効果ですが、品川区と豊島区の実験店舗2店舗と仮定し、それらが一ヶ月間の取組をすることで削減される食品廃棄で示します。ローソンの1店舗一日あたりの売れ残り食品は推計で7.4kgとなっております。2店舗で、30日分で計算すると、本取組みにより1ヶ月で444kgの食品廃棄が削減できるという試算です。その中でもからあげクンの構成比は、店舗全体の廃棄からすれば2%弱です。少ない数値ではありますが、全て食品リサイクルにすればいいのかというと、やはり口に戻せるものは何とかして食べ物として有効活用したいという想いで取り組んでいますので、経済合理性を鑑みながら継続するにはどうしたらいいのかを検討している状況です。

また、この取組に関しましては、私どもとネッサーさんに加え、機器についてはフクシマガリレイ、タカハシガリレイ様という凍結専門メーカー様に多大なるご協力をいただいています。また、その凍結メーカー様の紹介と様々な専門的知見において、三菱食品様にもご協力をいただいています。

本取組みに関する現状の大きな課題は三つです。まず一つ目は、この寄贈品の安全性の担保です。販売期限が切れて消費期限まで一時間しかないもの、これを店舗で時間内に凍結することは非常に難しい状況です。実は今回新しく採用する機器につきましては、どれも一時間以内で凍結できませんでした。故に取組を中止するのではなく、新しいルールを設けてなんとか実現できないかと、科学的な検査も踏まえ検討を進めているところです。今回の実験においては、からあげクンのみであれば新しい機器を使用してもなんとか実施可能と判断しました。時間に関しては社外秘ですので控えさせていただきますが、実験用の新しい運用ルールを制定し、なんとか実験継続しているところです。ただ、店舗全体の食品ロス効果としては2%弱であり、費用対効果として本当にこのスキームでいいのかという疑問は残っています。現状のままでは拡大展開していくことは難しいのではないかと、担当者としては考えております。

そして2つ目は、先ほどの安全担保と密接に関係する冷凍機器の問題です。

昨年の1月からの先行実験では、液体急速冷凍機を使っておりました。こちら、冷凍する時間は非常に早いですが、液体に浸すためのパウチやシーリングといった店舗オペレーションの負担が非常に大きい点。また、シーリングがうまくいかない場合、せっかくの寄贈品の中にアルコール溶液が入ってしまっていて、結局寄贈先で使えないものが出る、要は歩留まりが非常に悪い点。こういったオペレーション上の課題が非常に大きいということが分かっておりました。

今回、この公募事業の中ではエアーによる急速凍結、ブラストチラーや急速凍結庫など様々な機器を使って検証しました。結果、オペレーション負荷が一番軽い急速凍結庫での実験を決定しました。そして結果的に2024年1月に、先行実験中の品川区内の一店舗機器を変更しております。お店の従業員のヒアリング結果では、店舗オペレーション負荷は極めて軽減をされたとのこと。寄贈先においてもロス品が全くなくなったので、100%我々が寄贈したものが食材として活用できている状況です。ただ、業務用冷凍庫ほどの大きさがある凍結庫。コストに関しても小売価格で180万円程度と、ハードとコストの負荷に対し先ほど申し上げた食品ロスの削減効果を鑑みると、拡大展開していくのは難しいと考えます。我々のみが費用を負担する、お店のみがオペレーション負荷を負うといった誰かが我慢するスキームというのは継続性、拡張性において非常に厳しいと言わざるを得ない状況です。

最後、三つ目の課題としましては、こういった販売収益につながらないが素晴らしい取組だといって協力・共感してくれるお店をまず探さなければいけない点。そして、そういった商品を喜んで使っていただける子ども食堂様とマッチングさせる点。そして申し上げた通り、莫大なインシヤルコストがかかりますため何かしらの補助・助成をいただける自治体様の存在。そういったプレイヤーがいて、うまくマッチングができるエリアを探すことが非常に困難を極めております。こういった「仲間」を探す煩雑さが、3つ目の非常に大きな課題となっております。

申し上げた通り、大きな課題もあり、現時点のスキームでは拡張性は非常に困難とは思っておりますが、だからといってここで取り組みを止めるのではなく、代替案も含めて考えていかなければならない。我々としては引き続きチャレンジする精神で検討し続けていきたいと考えています。現時点で公募事業の進捗としては厳しい内容となっておりますが、ローソンからのご説明は以上です。

○事務局：続きまして、クラダシ中野様お願いいたします。

○クラダシ 中野様：どうぞよろしくお願いいたします。改めまして、株式会社クラダシの中野と申します。本日は令和5年度フードテックを活用した食品ロス削減推進事業で採択いただきました「デジタルマーケティング及び冷凍などの技術を活用した業務用食品などの食品ロス削減事業」についてご報告をさせていただきます。

まず簡単に会社概要についてお話をさせていただきます。株式会社クラダシは、2014年の7月に設立されたベンチャー企業です。現在10期目を迎えまして、インターン生やアルバイトなどの方なども含め70名弱で活動を行っております。ミッションをソーシャルグッドカンパニーでありつづけるということ。ビジョンを「日本で一番フードロスを削減する会社」ということで、まさしくフードロス削減を事業の根幹にして活動を行っております。具体的には、「楽しいお買い物でみんなトクするソーシャルグッド



マーケット『Kuradashi』』というECサイトの運営が主な事業になっておりまして、これは、食品メーカー様や卸売業者様の方で賞味期限が切迫をしていたり規格外というところであったりと様々な商慣習などの原因で本来であれば廃棄されるかもしれない、まだ食べられないかに関わらず捨てられてしまう可能性がある食品というものをお買取りさせていただいて、一般消費者の方々にお得な価格でマッチングをしていく、販売をしていくECサイトになっております。もう一つの特徴といたしまして、食品メーカー様からご賛同いただき、そういったフードロスになりそうな食品をお買取りさせていただいて、一般の方々に販売していく、そしてここで出た売上の1~5%、我々自身で活動を行っておりますクラダシ基金や、他環境保護や動物愛護、災害対策など様々な社会貢献活動団体さんに寄付・支援をしております、そこも社会貢献に間接的につながるような活動を行っているところがもう一つの特徴になります。そういった環境性、社会性というところとフードロス削減に向けた取組というところを評価いただきまして、各省庁はじめ様々な表彰をいただいております。また、直近で申し上げますとサービスとして2023年に、経済産業大臣賞にあたります、グッドデザイン金賞を受賞させていただきました。

ここから本事業について詳細をご説明いたします。まず背景と目的ですけれども、目的として我々が扱っている事業系の食品ロスのうち、特にサプライヤーの上流で発生いたしますメーカーさんやいろんなところで発生する規格外、輸送上の箱つぶれ需要予測を外したところによって在庫過多が発生しているが原因でロスになってしまうかもしれないものについて、食品ロスを削減していくことを目的にしております。

そしてこれを冷凍して、かつ食材を調理加工して食べやすい形にしていくことで改めて、食品の賞味期限を長く、ロングライフ化させていくことであったり、そのままの食材であれば普通の一般消費者の方々には買いづらい、そういったものが加工されていることによって調理が不要で手軽に食べられるといった付加価値を生み出していくというところを目的にしております。背景として、我々いろんな食品を扱って販売をしておりますが、どうしても、インスタント食品のような加工食品であれば販売がしやすいものの、材料になるような業務用の食品などというものであれば、ロットが大きかったり、梱包形態やJANコード、一括表示がなかったりなど、なかなか一般消費者向けに販売しづらかったといった背景があります。具体的には、そういった業務用食品、食材というものを集め、今回は冷凍スープという惣菜など食べやすい形に調理加工して、さらには冷凍することによって食べやすい形にして、一般の消費者向けに弊社のクラダシのサイトで販売を行っていくというところが取り組み内容の一つになります。

そしてもう一つが、ECという特徴を活かしまして、そういったところで得られた販売データやページの閲覧データを分析しまして、商品の最適化や発信の最適化を目指していくといった内容になっております。

体制といたしましては、食品事業者さんにいろんなロスになるような可能性がある食品というのを仕入れさせていただくのですが、それを加工調理していただく工場さんというところ。あとは、ABCスタイルさんというABCクッキングスタジオ運営するABCグループの一社にご協力をいただきまして、こういった初めての取組というところで、そのABCスタイルさんに商品の開発や、マーケティング、加工工場の選定調整などを実

施いただきました。

ここから進捗としまして、具体的にやってきたことについてお話をさせていただければと思います。まずどういった商品であればいいかというところの検討と開発をさせていただきました。ABCスタイル社と協力をしまして、いろんな食の専門家にアンケートを取り、クラダシが抱えている食品ロスに関心が高い、主婦層の方々を中心としたアンバサダーの方にヒアリングを行って、どういった食品であれば手が出しやすいか、買いたくなるかをヒアリングし、メニュー開発を行ってまいりました。そして冷凍の加工工場については、トーキョーベントーラボさんという、東京都の江戸川区に工場を構えられている加工工場さんに委託することに決まりました。スープのようなものに関しても調理加工が対応可能であるということ、冷凍技術が空気冷凍で見目の凍り方がきれい、といった理由で選定をさせていただきました。使用する冷凍技術は、コガサン3Dフリーザを使用しております。食材に関しましても色んな取引先にヒアリングを行いまして、東京湾で取れるコノシロという低利用魚や、様々な理由で在庫になったイカボール、スパイス、トマト缶等を材料にして使用することを徹底しました。最終的に色んな試作を重ねながら「つくってKuradashi 3種の冷凍スープ」という3種類の、コノシロボールカレーとベーコントマトスープ、酸辣湯。そういった3種類のスープを商品化して販売決定しました。

11月30日から一回目の販売として広報活動、広告宣伝・マーケティング活動、分析を行っております。広報に関しては、販売開始と同日11月30日にプレスリリース配信及び記者発表試食会の開催を実施しております。マーケティングに関しては、クラダシの会員に向けたメールマガジンの配信やSNSでの配信を積極的に推進しております。その後製造も進めております。現在ほぼ一回目の受注に関して製造が完了しています。まもなくクラダシの倉庫に納品し、順次配送される予定です。一回目11月30日から12月31日までの約一ヶ月間の販売実績というところが100件という形になります。本商品9食1セットで販売をしており、1セットで食品ロスの削減効果が1kg弱です。原材料比で申し上げますと半分強となります。材料が食品ロスになりそうな食品が約1kgに100件掛けてほしい100kgです。当初の目標としては、トン単位で食品ロス削減していくことを目指しておりましたので、比較すると小さい結果にはなってしまったかなというところではございますが、ボリュームとしては一定量、食品ロスになりそうな食材を活用することはできているので、ここからは販売数量を伸ばしていくことを目指して活動を行うところです。また、様々なデータ分析、マーケティング施策によってどういった効果が得られたのかという分析結果としては、いろんなマーケティング施策を行っていたことによって商品特設ページのページビュー（閲覧数）を通じて、ロス食材を活用した商品としての認知や、興味、そういったところを喚起することはできているのかなと認識しています。その一方で購買率については、他の商品に比べると低く、やはり比較的高価格帯などが原因になっているのかなと認識しております。詳細データを簡単にご紹介させていただきます。ページ閲覧数など一定確保できておまして、時系列で販売から12月31までの記録では、ページビューで申し上げても、いわゆるCV(購買数)に関しても、メルマガや、いろんな施策を打った時は一定跳ねるという形になっているかなと思います。また、購入者のセグメントに関しましては、新規、既存会員、ク

ラダシの元々会員だった方、新しく会員になってくれた方のボリュームで申し上げますと、既存が8割、新規が2割というところで、こちらは他の商品と大きくは変わらないかなという結果です。購入者のセグメントも、女性が約7割、年齢層では40代から60代というところがボリュームゾーンになりまして、傾向は通常のクラダシの会員のセグメントと変わらないかなと分析しております。

今後の予定は、2月の頭から配送を進めていくのと、1月24日より2回目の販売を行っております。1回目販売との違いとしては、オフライン店舗、横浜市のたまプラーザテラス店での販売開始や、ABCクッキングスタジオでのお試し会、SNSを活用したインフルエンサーマーケティングなどを実施しようとしており、ここでまた販売ボリュームを期待しています。最後に様々なメディアさんに取り上げていただきましたので、その一覧をご紹介します。また、先週の1月25日にフジテレビの「LiveNews イット！」という番組でSnowManの阿部さんがSDGsについて調べるといったコーナーに、「つくってKuradashi 3種の冷凍のスープ」についてご紹介をいただきました。これでご報告を終了させていただきます。ありがとうございました。

○事務局：議題1についての説明は以上です。

○座長 渡辺先生：ありがとうございます。議題1として前半に都の食品ロスの発生状況の報告がありまして、後半に東京都の取組ということで2事例のご紹介をいただきました。ご質問やご意見、アドバイスなどありましたら皆様からお願いいたします。

食品ロス発生状況については、コロナ禍の影響ということがあってこの数字自体はあまり増えた減ったで一時的にどうこう評価するというのは結構難しいですけれども。

○清水委員：こんにちは。日本生産性本部清水です。ご説明ありがとうございました。

前半の東京都さんのご説明についていくつかです。まず食品ロス発生量が2030年に50%削減というのがすでに達成できているということですので、とてもよいことですが、あと7年ぐらいあるわけですから、7割削減するとか議論してより良い方向に進めたら、目標値をあげるなどしたらどうかなと思いました。そうは言っても、2枚目のグラフを見ると、外食がやっぱり一番減っています。コロナの影響と、今先生もお話なさったように、外食がこれから戻ってくるということですので、食品ロス削減という意味で外食に対する対策をもっと強化した方がよいと思います。今日お話しいただいた内容では、小売で削減をするためのフードテックの活用やフードドライブなどの話が多くありました。また、家庭向けにも色々なイベントをやっているというのはお伺いしましたが、外食に関することはあまりやってないようです。東京都の円グラフでは三分の一ぐらいが一番数字が多いですので、外食に関して重点的にもう少し何かやったほうがよいと感じました。そういう意味で来年度の予算案の一番最後のページに「アフターコロナによる食品ロス削減推進事業（新規）」とあり、開始するのはよいことですが、基礎データを集めるだけではなく、実践的なことをやった方がよいと思います。スタートアップと連携して…というのも意味がよくわからなかったですが、データ実証だけではなく具体的な行動に移せるようなことに取り組んだ方がよいのではないかと感じたので発言させていただきました。以上です。

○座長 渡辺先生：ありがとうございます。目標値についてのご意見が一つと、外食の現在の状況を踏まえた上で今後の取組をどうするかというようなご指摘だったかと思いま

す。事務局からお願いします。

- 環境局 中島部長：東京都中島です。清水委員のご質問、ご意見ありがとうございます。まず一点目、目標値についてです。今おっしゃっていただいた通りですけれども、今回特に外食の部分がコロナの影響で、なかなか営業ができなかったような時期に該当していますので、今までの取組の延長線でどれぐらい減ってきたのか、それからコロナの影響がどれぐらいあったのか、数量で分析するのが難しい状況です。なるべく特に5類移行後の、いわゆる町が賑わいを取り戻している状況の中でどう反動してしまうのかというのは、我々もきちんと注視していかなければいけないなと思っております。目標については、一時的に半減目標を達成していますが、トレンド的にどうなっていくのかというのをきちんと見た上で目標がそれでもクリアできている、もしくはかなりいい方向に行っているのであれば、目標値を引き上げるというのも我々として考えていかなければならないと考えておりますので、こちらもう少しお時間をいただければと考えております。続きまして、食品ロス対策の中で東京都の場合は外食の占める比率は非常に高いということで、対策を強化すべきだという意見は、まさにおっしゃる通りだと思っております。外食の場合は、いわゆる食品ロスの発生がお客さんに提供する前か後かで大きく違いがあるかと考えております。お客様に提供する前であれば、比較的対策は取れる可能性は大きいのかなという部分がありますが、やはり加工食品と違っていわゆる生鮮品ですので、どういった形で減らしていくのか、外食産業でもお客様の需要予測ですとか、どういうメニューが売れるか販売予測をやられているような例もありますので、そういったものを広めることや、大きなところでお客様の食べ残しというのは、割合としても大きいと聞いています。方策としては、持ち帰りをするドギーバッグを進めていくというところがあって、国の方でも、今、持ち帰り推奨を後押しできないかということで様々な対策を考えられていらっしゃると思いますので、そういったものも東京都として取り入れながら、コラボして何かできないかなと考えております。

来年度の外食分野の予算ですが、コロナの反動というのはどれぐらい見込まれるのなるべく早く把握をしたい、それから今後の動向も把握したいということで、それだけにはとどまらず実際の現場における課題ですとか、どこがネックになって進まないのかといういわゆる検証みたいなものもやっていきたいと思っております。場合によっては小規模な実証というか、何かと組み合わせれば実施できればと思っております。いずれにしても、来年度の中でそういった方向性みたいなものを、今後、例えばどういう風に進めていくのか、どこに支援が必要だとか、そうしたことをきちんと分析した上で、さらなる取組につなげていきたいと考えております。

- 座長 渡辺先生：ありがとうございます。この件よろしいですか？

○清水委員：外食が戻ってきているからこそ、早めに積極的な手を打っていただければと思います。

○座長 渡辺先生：外食は、持ち帰りも大事だと思いますけど、その発生抑制という観点からは小盛メニューとか、そもそもそこで出さない、残さない分だけ注文できるような仕組みを残ってさせる必要があると思いますね。

○武士俣委員：今持ち帰りの話が出たので、申し上げたいんですけれども、消費者の意見として持ち帰りしたいという声がすごく多くて、ファミリーレストランのメニューブック

に20円のドギーバッグを販売しているファミリーレストランがありまして、そこが良かったという声もたくさんいただいております。その一方、持ち帰りたいた言っても、食中毒の心配があるので出来ませんというお店が多いというお声もいただいております。お店に対する働きかけですとか、アドバイスですとかは、都として行っていく予定はあるんでしょうか？

○環境局 中島部長：持ち帰りの促進については、食べきれないものはなるべく持ち帰りたいたと思っております。私自身もやっております。東京都としましては、そういった取組が進むように、今年度作った消費者向けの普及冊子でも「持ち帰る」ことをお店の方に相談してくださいということもご紹介をさせていただいております。委員がおっしゃられた通り、店舗側からすると、食中毒等の心配があるということで、積極的にお客様にお勧めできないというような状況もあると、私どもも聞いています。こういった形で行政として後押しできるか、国の方でもやはり考えていらっしゃるしまして、法制化まではなかなか一気に行かないようではすけれども、持ち帰りのガイドラインみたいなものを作って、店側の免責ということではないですけれども、安心して持ち帰っていただくような環境整備に取り組んでいくというようなお話を聞いております。東京都もそういったことを進めていきたいと思っております。

○武士侯委員：ありがとうございます。

○座長 渡辺先生：そうですね。持ち帰り外食については区市町村通じ、自治体が削減計画を立てたり、見直したりしている状況で、私も幾つかの話を聞いたことあるんですけど、区市町村でできることってそんなに多くないので、外食との対応みたいなものも都と連携してできると非常に身近な存在の多くなどが働きかけるといいのかなと思います。

○高取委員：意見です。東京都の方からご説明いただきました都内小売業における食品廃棄の実態調査のところですか。企業の約5割で納品期限の緩和が確認されたということで、東京都においてもこういったところが進んでいることが確認できたと、とてもいいことだなと思います。納品期限の緩和というのはやはり重要な取組だと思います。非常に難しさも伴う部分はあるかと思いますが、サプライチェーン全体で取り組むべきことでもあると思っております。小売業の大手様にぜひリードいただきまして中小でも十分に浸透することができるということが、望ましいなというふうに思っています。そういった意味でもですね、東京都でこういった定点観測をされて実態を調査されて、その状況、課題出しを発信されるというのは、とても重要なことだと思いますので、ぜひ継続いただければなというふうに思います。以上です。

○環境局 中島部長：ありがとうございます。おっしゃっていただいた通り、この商慣習の見直しにつきましては、今大手を中心に取組が進み始めたところではすけれども、中小も含めて取組が進むという形が社会的にも非常に重要なことというふうに考えております。昨年度パートナーシップ会議で宣言についてご採択いただきましたけれども、そこで終わらせずに実態調査、今年度は初めて実施しましたけれども、これを今後どういう風に進めていくかで、何らかの形で取り組んでいるという企業が増えてまいりましたけれども、全てのを切り替えているというところもある一方で、いくつか試行段階で、例えばある商品から、それから都内にいくつか店舗がある場合は、この店舗からというふうに始めていらっしゃる場所があります。その濃淡という部分もやはりあるかと思

ますので、それは今後様々な取組が進んでいくのだと社会的にも発信して、積極的に取り組んでいらっしゃる企業を後押しできればいいなと考えております。

○高取委員：どうもありがとうございます。

○座長 渡辺先生：それでは議題2、委員からの情報提供について3名の発表があります。まず、味の素株式会社高取委員からご説明をお願いいたします。

○高取委員：弊社でのフードロス削減の取組事例ということで、ご紹介をさせていただきたいと思います。味の素グループにおけるフードロス削減の目標は2つありまして、1つは、2025年までに足元生産から物流までこちらをフードロス半減するという。そして2点目がチャレンジングですが、2050年までに、バリューチェーン全体でフードロス50%削減するということを掲げております。サプライチェーン全体を見回しますと、課題に沿って様々な施策をしているところ。その中で今日は2つ、大きな取組をご紹介したいと思います。

1点目が食資源の有効利用です。商品で言いますとうまみ調味料味の素の例ですが、この味の素はサトウキビなど農作物を糖質源として発酵させて作っております。そしてこの発酵した後の絞りかすがございまして、これはまだまだ栄養分が豊富です。それを肥料として、原料となるサトウキビなどにやりまして、それで育てたえさとうきびキャッサバ糖をまた味の素の製品に活用していくということでロスを削減し、循環させるという取組を行っております。こちらは、ほんだしの鰹の原料の部分ですが、青いところが鰹からほんだしの原料になるというルートですが、その間様々な副生物が出てきます。頭や内臓、中骨、煮汁みたいなものです。それぞれを肥料飼料、発酵させて魚醤ですとか、骨はカルシウム食品にといったように活用しております。また、クノールカップスープ、これはコーンクリームスの例です。トウモロコシはこの粒の部分ですね。これをスープに使っていくわけなんですけど、葉っぱですとか茎ですとか、あと皮とか軸とかそういったものが出てきますので、それらは畑に肥料として、また飼料として活用しているところ。です。

次は生活者とのコミュニケーションの例です。こちらですね。びっくりマークはブランド「捨てたもんじゃない！～TOO GOOD TOO WASTE」ということで掲げておりまして、フードロス削減のブランドです。これまで無駄にしていたものを無駄にしないだけじゃなくて、さらに価値を生み出すことを取り組むんだということを、このロゴマークに込めております。具体的な取組の内容を次に示しております。これはまとめ購入した食材の保存術の紹介ということで、味の素パークというレシピサイトに載っているんですけど、生活者、消費者の皆様はこのまとめ買いした食材の保存術のアイデアを募りまして、このサイトでご紹介をしております。

次は、レシピです。余りがちな食材ですとか、食べていなかった部位の皮やブロッコリーの茎みたいなものですね。食材を丸ごと味わうレシピ、そして作りすぎてしまった料理を変身させていくレシピを作りまして、この味の素パークの「捨てたもんじゃないレシピ」で紹介しています。その捨てたもんじゃないレシピに、「デカボスコア」を導入しております。これEarth hacks様との協業ということになるんですけど、このレシピの右下にですね、デカボスコア76%オフというのを挙げておりますが、このスコアはお家で捨ててしまいがちな食材を使い切ることで、食材調達や廃棄時に発生するCo2排出を

減らすことができる。どのくらい減らせるんだ、ということを見える化をしたスコアです。こういったものを導入することで、生活者、消費者の皆様が、フードロス削減にご自身も参画している。どのくらい貢献してるんだ、というようなこともですね。見える化をして、実感をしていただいて、意識変容、行動変容をしていただけたらなというようなことで、活動しているものです。

○座長 渡辺先生：ありがとうございます。続いてオズマPR国友委員よりご説明をお願いします。

○オズマPR 国友委員：こんにちは。今日はわたくしがサステイナブルフードチェーン協議会サステイナブルフードチェーン協議会のアドバイザーをさせていただいております。そこでこどもスマイリング・プロジェクトという事務局を承らせていただいているので、そこでの事例をご紹介しますと思います。まず簡単にサステイナブルフードチェーン協議会の説明ですが、コロナが始まる直前に設立しまして、フードサプライチェーンの最適化、再流通寄贈、そして持ち帰りの促進というこの三つの柱を取組の柱といたしまして事業を進めております。その中の食のサステナビリティに関して連携で取り組むプロジェクトの一つとして、こどもスマイリング・プロジェクトこどもスマイリング・プロジェクトというものを2021年から始動しております。会員の皆さん、また今日ご参加いただいている企業の皆様方にも、日頃よりご参加いただいております。その中で未来のサステナブルな消費者を育てる食育を通じて食品産業の皆様方と子ども食堂をはじめとする子ども支援福祉団体を運営されている方々の関係構築をして、子ども支援につなげるプロジェクトとして推進しているのが、このこどもスマイリング・プロジェクトというプロジェクトになります。どんなことをしているかと言いますと、職業体験型の食育プログラムのご提供、それから企業の皆様方から余剰食品をお預かりして子ども支援団体に寄贈するハートドライブキャンペーン。それから、食品寄贈に関する事例の共有会ですとか、食品寄贈のガイドラインの策定に向けた検討会、物流ネットワークの実証、そして中間組織のネットワーク実証ということを中心に今まで4年間活動させていただいております。職業体験型の食育プログラムというのは、このプロジェクトが始まった当初は食品寄贈に踏み出せるのに法的な免責の問題や、物流コスト、人的コストの問題など様々なハードルがある中で、何か企業の皆様方にとっても参加しやすい枠組みが作れないかということで食品産業企業の皆様方の特徴を活かした食育プログラムを、独自に開発をして、それをお子さんたちが食の貧困だけではなく、関係性の貧困だったり、経験の貧困をお持ちでいらっしゃるごとの課題解決の一つとして、企業様から食育プログラムをご提供いただく際に、教材として食品をお渡しするというスキームで提供させていただいております。ワタミ様、ローソン様、セブン-イレブン様をはじめ多くの食品関連企業に参加をいただきまして、今までご提供させていただいております。

もう一つがこのハートドライブキャンペーンと名を打ちまして。夏休みと冬休みの給食がない期間にひどいとお子さんが5kgも痩せてしまわれるみたいな状況があるというふうに活動を通じて知りまして、少なくとも夏と冬、年に2回、こういった寄贈のモチベーションを企業の皆さま方に持っていただきたいということで始めたハートドライブキャンペーンになります。今日皆様にご紹介をさせていただきたいものがある。

なみに寄贈する時には転売や賞味・消費期限を守るなど事故がないように、受領書すとか、SNSで情報発信いただくときには、こういう内容でご紹介くださいみたいなこととか、寄贈に際しての合意書などのひな型も、サステイナブルフルチェーン協議会では弁護士先生に監修もいただいていますので、こちらはご要望がある企業様にはご相談いただいた上でご提供も進めております。当初活動を進めた時には加工食品、いわゆる常温で安心・安全に運べる食材の寄贈を中心にやらせていただいていたんですけど、今年度は、いわゆる日配品と言われるパンのご寄贈の実証だったり、あとはどうしても輸送の時に問題がある運送配送のところをクリアできないかということで、東大阪市で行いましたハートドライブキャンペーンでは物流実証をしましたので今日ご紹介したいと思います。このプログラムは、今日もご参加いただいておりますローソン様に食品のご提供をいただいたプロジェクトです。通常企業様が中間組織、例えばフードバンクさんだったり自治体・社会福祉協議会を通じて、最終受贈者にあたります子ども食堂だったり、最近ですと子どもの第三の居場所、社会福祉法人、フリースクールみたいなどころにご寄贈があるかと思うんですけど、このプロジェクトで実証したのは、よくラストワンマイルと言われている中間組織から、受贈者のところの配送部分こそ、誰も見れないという状況だったり、届けられないので取りに来てくださいというところまではできてるんですけど、ここの部分をどうにか回避できないかなど。海外の子ども食堂とか最終受贈者さんのところは車両を持っているところが多いんですけど、日本の場合、割と民間でおじいちゃん、おばあちゃんがやっている団体も多いので、車両を持ち合わせていなかったりすとか、5km圏内でいろんなことが完了することを目指してもうまくいかないというところが多かったので、ここを解消する何かスキームはないかなということで模索しておりました。今回やらせていただいた東大阪市の地域共生モデルには、社会福祉法人就労継続支援B型事業者の若草会というところがやっている若草工房のいわゆる障がいのある方々に仕分けの部分とそれから最後配送する時に福祉車両をお持ちでいらっしゃるんですので職員の方が運転されて通っていらっしゃる障がいのある方々が仕分けした食品を地域の子どもの食堂に手渡しするというスキームでチャレンジしてみました。東大阪市の方には趣旨にご賛同いただいて、子ども食堂とのマッチングの調整をしていただいたという仕組みになっております。その若草工房様の仕分け・配送部分を私どもの事務局の方と一緒に色々と協同させていただいて、主に車両で行って帰ってきて一時間以内のところ、子ども支援団体の拠点がありましたので、そちらに寄贈に際した合意書とか、既存のルールを私どもが先に回らせていただきご理解いただいた上で寄贈を進めております。実際にトラックでローソン様から寄贈食品を社会福祉法人までローソン様のご厚意で運んでいただきまして、その後食品を受け取って、ここに山口さんも写っていらっしゃるかと思いますが、ご寄贈をいただいて仕分けと一緒に私たちがサポートで入りながら行いまして、地元の農協さんからもお野菜をご提供いただいたので、こちらをそれぞれ皆さんに仕分けて運んでお渡しいただいたというスキームになります。

リリース配信などの広報活動などもさせていただきまして、各所からは地域共生モデルとして、とても参加して良かった、もっとこういう取組をしたいというようなお声を頂いた事案になっています。今回の成果として、私たちが見ているのは、やはり課題とか



ニーズは地域ごとに異なってしまいますので、地域のインフラをうまく活用した地域ごとの食品寄贈のあり方、誰も無理しないでサステナブルに回る仕組みを作ることが重要なんだなということを感じました。また寄贈先の団体へのラストワンマイルの担い手不足というところは引き続き課題で残るのですが、今回はその社会福祉法人との共働で一つのスモールサクセスということで実績は残せたかなと思っております。もう一個良かったなと思っていますが、普段支援を受けていらっしゃる就労継続支援B型事業者に通っていらっしゃる障がいのある方々が支援する方として、このプログラムに参加をいただき、彼らの社会的自立を考え工賃をお支払いすることができているというところに関しまして大きな意義があるのかなと思っております。ただ、そのコストを誰が負担するのかというところですが、今回は私どもの日本財団から助成いただいて進めているのですが、その事業費の中から捻出してお渡ししていますが、こういったことが地域共生社会の一つのスキームとして考えた場合には、地域からもしくは企業、善意の寄付から、お支払いいただくと、このスキームが回っていくのではないかなと思っております。なので、真ん中にどなたかいらして調整するんですけども、いろんな方たちを巻き込んでやったときに、環境問題の視点での食品ロス削減という問題が、一方で福祉の問題としてとらえた場合には、それが食の福祉につながっていき、かつ理想的な重層支援という形で言うといろんな地域でいらっしゃる住民の方ですとか障がい者の方ですとか、企業の皆さんが繋がれる素晴らしい媒介としての食が役立っているというところを、今回大きく学ばせていただいた事例だったので皆様に共有させていただきました。

○座長 渡辺先生：ありがとうございます。続きまして、私の方から大学提案事業についての報告をさせていただきます。

これは前回のパートナーシップ会議でもこれからやりますということで、ご報告をしているものですが、未来を担う子どもたちへの食品寄贈ということで食を満足に摂れない子供たちがいる一方で廃棄されてしまう食品がある中、寄贈する側受け取る側の双方が安心安全の食品寄贈の仕組みを作るということで、2023から25年までの三カ年のプロジェクトです。大学として受けているんですけども、サステナブルフードチェーン協議会SFAと連携し、NESSーさんという会社とエックス都市研究所さんのお力も借りながらプロジェクトを進めております。事業内容は、寄贈する側と受贈する側を一気通貫でものが動いていく仕組みを作りたいということで、寄贈する側につきましては、まず食品寄贈に関するガイドラインを策定し、原案を策定しながら、それを実際に動かしていく寄贈の実証実験などをしながら、安心安全に寄贈できる仕組みを作っていく。そして、受ける側につきましては、どうしたら食品をうまく受け取れるのか？現在も受け取ってる方たちがより多くしっかり受け取っていくためには、どうすればいいのか？それを考えるために、まず前段として都内のフードバンク、子ども食堂等に対するアンケート、ヒアリングを実施したのが今年度の取組です。

フードバンク子ども食堂、社協。社協さんの実態把握の為の調査を、今年度行っています。これと並行して食品寄贈に関するガイドライン研究会というのを、サステナブルフードチェーン協議会でかつて2022年の3月に報告書を一旦提出したガイドラインがあるんですけども、それをベースにしながら、より多くの関係者の方々の知見をいただいて食品寄贈に関するガイドラインの原案作りを進めています。

アンケートについてなんですけれども、都の社協さんという都内の区市町村の社協さんを取りまとめる社会福祉協議会があるわけなんですけれども、都内における食品寄贈の受ける側の実態のようなもの、中間支援組織と受贈する側の実態を聞いた上で、アンケート、やヒアリングを進めていくにあたって、どんな注意が必要かということの色々伺いました。先ほども国友委員から、環境問題、経済的な問題、環境問題という側面がありながらも、食品の受け渡しをするというのは福祉の領域の問題でありますから。非常にこう、様々なところに配慮が必要になってくるので、そこは慎重に取組をいたしました。その中で、やっぱり基礎自治体における社会福祉協議会の役割というのはかなり重要なあということが分かってきました。その社会福祉協議会のもとで食支援事業者子ども食堂のネットワークが組んでいるところもあればそうでないところもある。社会福祉協議会がフードバンク機能そのものを果たしていたり、フードバンクと連携をしているとか、そもそも地域で役割分担が異なっているということで、その実態を把握する必要があります。アンケート調査を実施しました。そこから、繰り返し重なる部分もありますけれども、いくつかのパターンですね。地域、基礎自治体によって中間支援組織これは社協であったり、フードバンクであったり、やっぱり受贈側の子ども食堂、パントリー、その他というのがさまざま果たしている役割を担っている。一概にはこういうやり方をすれば、うまく寄贈が進んでいくということを言いにくい、ということがわかりました。市区町村の社会福祉協議会さんが主導しながら、直接子ども食堂のネットワークを運営している。と言っても、この関わり方が様々で、単に名簿を作って名簿と地図を作りますというところもあれば、より中に入って連携した活動を行っているところもある。あるいは社会福祉協議会さんとフードバンクが地域にあって、そこは連携して事業者と支援をしている。社協さんではなく、フードバンクが活動を担っているとか様々なパターンがあって、パターンごとにどのような役割分担がされているのか、特に商品管理、温度管理を中心にした商品管理の問題や物流であるとか、利用者にどのような形で関わっているのか、一定の制限をかけているのか、かけてないのか、様々あります。そういった役割分担であるとか、実際に食品が提供される際の合意書を結んでいるところ、あるいはもう少し簡単な約束事で進めているところ様々あります。そういった実態を把握していくということをしながらかたや、寄贈側からのヒアリングも進めて参りました。その中で、先ほどもローソン山口さんからもご指摘あったと思うんですけれども、加工食品のような賞味期限が一定あるものについては、それぞれの企業さんがフードバンク等に寄贈が進んでいるということなんですけれども、それ以外の消費期限、賞味期限が短い加工食品であったり、消費期限のある日配品ですね。温度管理が必要な商品、そういったものについての寄贈がなかなか進まないの、リサイクルに回したり、やむを得なく廃棄をしたりということがあると、その課題をどう解決するのかというのは非常に大事な点ではないかと。地域で発生したものを地域で消費寄贈をする仕組みを作っていく必要があるんじゃないかということです。そういう調査をしながらガイドライン検討会というのを並行して行ってまいりました。この検討会では、食品の安全とレピュテーションリスク等を中心とした、寄贈のボトルネックになっている部分をどう考えていくのかということで、検討事項の整理をしております。今年度3回予定しているんですけれども、1回2回と皆さんからいろいろご意見をいただきながら、進めてまいりまして、来月、

3回目のガイドライン検討会を実施するんですけれども、そのちょうど中間のところ、2回目の検討会を12月の下旬に行ったんですけれども、ちょうど前後ぐらいに消費者庁から食品寄贈に関する政策パッケージというのが公表されまして、その中にガイドラインの策定ですね。食品寄贈に関わる免責をどの範囲まで行うかという検討をされてきたわけなんですけれども、今回一気に免責をするということではなくて、国としてのガイドラインを作りながら一步一步進めていくというような形の間段階の結論が出て、2024年中に国としてのガイドラインを作っていくということでしたので、我々としても、二重三重に違う部分がかかってしまうのは様々な方々にとって、良くないことだと思いますので、国レベルでのガイドラインと私たちがまずは都で実現していきたいと考えているガイドラインというのを擦り合わせながら、国の方で包括的総論的なものをするのに対して、策定していくものというように、検討会内では話をしましたので、今回、都で実行しようとしているものについては、より具体的方法論的な、あるいはマニュアル的なものを作っていくということ今動いています。そういった中で、実際に原案を作りながら、2月に予定している検討会で原案を作りながらそれに基づき、2024年、25年は寄贈の仕組みを動かしていく。寄贈者側と中間支援組織と受贈者受け取る側を繋いでガイドラインを結ぶのに基づく合意書を結びながら、どんな問題があるのかを検証しつつ、実際の寄贈につなげていく。かたや、寄贈と廃棄量の減少を実現しつつ、まだ食べられるものを有効活用し、食を必要としている人たちに分けていく。そういったことを行いながら、改善していこうと考えています。私から以上です。

では、三つ、委員からの報告ということで話がありました。様々な観点からの報告で、それぞれが重なっている部分も非常に大きいんじゃないかなとか思います。ご意見ご質問、あるいはアドバイスなどいただけましたらありがたいです。委員の皆様いかがですか？ 武士侯委員、お願いいたします。

○武士侯委員：私どもの会では、先ほど最初に自己紹介の時に申し上げた、124名の食品ロス削減サポーターが各地の講座で味の素さんの捨てたもんじゃない！ レシピと同じように、それぞれのアイデアレシピを紹介しているんです。その講座を聞いた方とか、会員の方は本当に食品ロス削減に取り組んでおり、野菜屑も捨てないようなレシピを一生懸命考えて実践しているんですけれども、そういった時に質問でいただくのがスーパーの今の時期ですとキャベツの外葉が捨てられていたりとか、あと大根の葉っぱやネギの青い部分がゴミとして捨てられているのを、自分は使っているのに、そういうのを見るととても忍びないという声をいただきまして。例えばパン屋さんだったら、パンの耳をご自由にお持ちくださいって言うと、すぐになくなって、もう朝イチに行かないとないみたいな時があるのに、スーパーではたくさんの野菜が外葉や食べられない部分、食べられるんでしょけどネギの青い部分なんか捨てられてもったいないというお声をいただいております。今日、せっかく流通の方々もみえているので、流通として取り組んでいることがあるのかどうか伺いして、私どもの会員や、一般の消費者の方に持ち帰ることができればと思ひまして、質問させていただきました。以上です。

○座長 渡辺先生：ありがとうございます。小売さんということ言うと、阿出川委員ご発言できますか？ 生鮮品の端材みたいなものというのは、パンの耳を皆さんに分けると同じような形でできないのか？ みたいな質問もあったんですけれども。ああいったも

のをどのような形で処理をされているのか。

- 阿出川委員：端材品について、例えば簡単な話すると、お魚ってありますよね、我々みたいなスーパーマーケットは頭付きのお魚を購入して、それをお店で職人が卸して販売しているケースが多いんですけど、逆に今は多分現地の方でもう全部フィレの状態、三枚おろしにみたいな形にして納品してるケースが多いんで、逆に例えば大きいスーパーさんですか？大手さんになってくると、端材はほとんど出てないような気がするんですけど、その辺大手スーパーさんと違う気がするんですけど、その辺どうなのかなというのが私の考えですね。
- 座長 渡辺先生：ありがとうございます。確かにパッケージされた状態で納品することが多いのかなと。いいですか？
- 武士俣委員：私が申し上げたのは、例えばキャベツ一玉ゴロゴロっと売ってますよね、そうすると消費者の多くの消費者のみなさんって、その外葉を何枚か剥がして買っていて、その外葉がキャベツ売り場の隣に結構ダンボールの中に山積みのようになっていることがありますして、委員の方では、毎回ウサギの餌って言って、それをもったいなから持って帰るのも恥ずかしいという声を受けています。例えば、消費者がこれいらないからって置いていくようなお野菜の外葉ですとかがたくさん溜まってた。溜まってしまったものを各店舗としてはどのように扱われているのかということをお伺いしたいと思ひまして。
- 座長 渡辺先生：阿出川さん、野菜はいかがですか？
- 阿出川委員：野菜ですよね。確かに一枚外をはがすんですけれども。今どうしてるかな。どうしても汚れたり切れてたりしてるから処分してるだろうなとは思ひますね。そこだけは。あと色が変わってたりして販売できないものはバックヤードで処理するとか。その有効活用とか再利用はしてないですね。
- 座長 渡辺先生：リサイクルでもしかしたらなんか使ってるかもしれない。
- 阿出川委員：肥料とか、そういうところに回してやってるところもあるんですけども、全部が全部やってるとは思ひえないですね。
- 座長 渡辺先生：店頭でというのは今確かに今あんまり見なくなりましたが、剥いてお捨てくださいみたいなダンボールが置いてあるようなスーパーも、昔は結構ありましたけど、そのお店によるって、企業によってそういうところもあるんですね。
- 阿出川委員：飼料とか、そういうところのしかやっぱり利用してないと思ひます。
- 座長 渡辺先生：むしろ持って帰ってうまく調理するという方がいいと思ひますけど、外側だって使い道はあるわけで。
- 阿出川委員：お店によってずいぶんその辺が違うかなって気がしますね。
- 座長 渡辺先生：そうですね。武士俣委員、そういうことだそうですが、ぜひ有効活用で外葉の美味しい食べ方とか共有してください。大根の葉っぱとか美味しいですものね。
- 武士俣委員：そうですね。私どもそこの有効活用は、啓発活動として行っているんですけども、をより多くの方に伝えるように努力をするよう、持ち帰って皆さんに伝えたいと思ひます。ありがとうございます。
- 座長 渡辺先生：店頭で調理方法や食べ方とか貼ってもらえるといいんですけどね。
- 武士俣委員：そうですね。捨てないで持って帰ってくださいみたいな。店頭でメッセー

ジがあると、これも美味しいですみたいなメッセージがあると、私たちが伝えるよりも直接お店にお買い物に来られた方に伝わると思っていますので、そういった努力もしていただきたいと今思いました。ありがとうございました。

○阿出川委員：ありがとうございます。

○座長 渡辺先生：他はいかがでしょうか。外食の話などの先ほど出ましたけど。百瀬委員、お話しできますか？今リサイクルループの取組なんかもやられているようですが、両方含めて外食、リサイクルの話とロス削減の話いかがですか？

○百瀬委員：現在はワタミというところで外食産業に関わっているんですけども、一つは外食産業の食品ロスというのは何を示すかということですけども、実は外食産業が出てくる食品廃棄は半分が厨房から出るもの、例えば材料の余りとか野菜くずですとか、そういう調理くずですね。でも半分はテーブルから出る方なんですよ。お客様が食べ残したものの。

それからメニューの開発をしています。特に最近居酒屋さんで見させていただきたいんですけども、大根のつまってみんな飾りだと思ってるんですけど。あんまり食べられないんです。ところが、その代わりにオニオンスライスにしてみました。刺身のつまにオニオンスライス。ほとんど残ることなく食べられています。だから何かそういう今まで、食べ残しがちだった食材を工夫して変えることによって、全部食べていただくということも大事なことなのかなと思います。それから、私は小売業で長いこと、例えばさっきのキャベツの葉っぱの話や、それから調理するときに出てくる魚の頭や皮や骨の話、そういったことについて関わってきたんですけども。食品を餌とか肥料に再利用する食品リサイクルループという仕組みは、そういったわりと人が食べられないキャベツの汚れた外葉ですとか、それから魚の頭、そういったものを肥料とか、それからエサにして飼料にしたりするんですね。それで新しい食品をそこからまた再生していくという考え方なんですけれども、キャベツの葉っぱも丸ごとそこで販売するというのも一つの手なんですけれどもお客様が外して売り場に放置されてしまうとなかなか、それはよくないことなので、ですから汚れている葉っぱを外しましょうと。ただし、その葉っぱはエサとか堆肥の原料に使いますということで再利用するのはいいかなと思います。食品は全部命ですから、キャベツの葉っぱだろうが魚の頭だろうが、やっぱり命なんですよね。それを廃棄物、ゴミにしないでもう一度食品に生まれ変わらせるということが食品リサイクルループの大事なところなのかなと思っています。それは外食産業で言う食べ残しなしということと、それから買って来た食材は全部食べきるというような、消費者の方と一緒に進めることなんじゃないかなと考えています。以上です。

○座長 渡辺先生：ありがとうございます。非常にわかりやすいご説明であります。

よろしいですか？時間も予定の時間もだいぶ近づいてまいりましたので、この辺で一旦議論を終了したいと思います、本日も様々なご意見いただきまして、ありがとうございます。最後に中島部長からご挨拶をお願いしたいと思います。

○環境局 中島部長：本日は渡辺座長をはじめとしまして各委員の皆様、ご多忙の中本会議にご出席いただきまして、誠にありがとうございました。本日議題1では、フードテックを活用した都の食品ロス削減事業で連携していただいている株式会社ローソン山口様、株式会社クラダシ中野様にそれぞれ現状などをご紹介いただきました。議題2につ

きましては、ご講演いただきました渡辺座長、高取委員、国友委員に、食品ロス対策についての最新のご知見をご提供いただきました。本日も報告させていただいた通り、令和2年、令和3年度における都内食品ロス発生量は、新型コロナウイルス感染症などの影響もありまして、大幅に減少しておりますが、5類移行後の経済活性化による反動にも、今後我々としては注視していく必要があると考えております。また、国におきましては昨年12月、先ほどもお話にございましたとおり、食品ロス削減に向けました施策パッケージが発表されまして、食品の寄贈ですとか、持ち帰り促進に向けた、様々な取組が進められると聞いております。都といたしましては、こうした状況や、本日もいただいたご議論を踏まえまして、より効果的な食品ロス対策を、委員の皆様、事業者、消費者、区市町村、そういった方々とうまく連携して進めてまいりたいと考えております。改めまして渡辺座長と委員の皆様、多様な状況共有ができましたこと、有意義な会議が開催できましたことを厚く感謝申し上げます、挨拶とさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。

- 座長 渡辺先生：ありがとうございます。では、また来年度、進捗報告などをさせていただいて、さらに都内における食品ロス削減を推進していければと思います。それではこれで第14回東京都食品労働削減パートナーシップ会議を閉会いたします。本日は長時間ありがとうございました。

(午後 2時55分 閉会)