

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
(第9回)
会議次第

日 時 令和2年9月11日(金) 13時30分～15時00分

会 場 東京都庁第二本庁舎 31階 特別会議室 22

議 題 新型コロナウイルス感染拡大による食品ロス削減への影響と
提言への反映について

<配付資料>

資料1 委員名簿

資料2 新型コロナウイルスによる社会経済及び食に係る状況の変化

資料3 食品ロス削減に向けた提言(案)概要

資料4 食品ロス削減に向けた提言(案)

資料5 今後のスケジュール

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議 委員名簿

敬称略（五十音順）

氏名	所属（役職）
阿出川 光俊	一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 株式会社アデカワ 常務取締役
有元 伸一	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 株式会社ローソン 事業サポート本部 環境社会共生・地域連携推進部 部長
柿野 成美	公益財団法人 消費者教育支援センター 専務理事
金丸 治子	日本チェーンストア協会 イオン株式会社 環境・社会貢献・PR・IR担当付 担当部長
国友 千鶴	公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会 株式会社オズマピーアール 関西支社 支社長 関西本部 部長
河野 敦夫	一般社団法人 全国清涼飲料連合会 専務理事
小林 富雄	愛知工業大学 経営学部経営学科 教授
清水 きよみ	公益財団法人 日本生産性本部 生産性総合研究センター部長・SDGs推進室長
清水 俊樹	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 加食事業本部 商品オフィス室長
関口 努	一般社団法人 日本フードサービス協会 株式会社吉野家ホールディングス グループ管理本部 総務課長
高取 幸子	一般財団法人 食品産業センター 味の素株式会社 サステナビリティ推進部長
辰巳 菊子	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 顧問
田中 弓雄	全日本菓子協会 江崎グリコ株式会社 グループ人事部 兼 渉外部 課長
土井 暁子	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 事務局長
花澤 裕	一般社団法人 日本加工食品卸協会 国分グループ本社株式会社 経営企画部 副部長
福井 聡	一般社団法人 日本フードサービス協会 ワタミ株式会社 SDGs推進本部部長
藤田 静江	特定非営利活動法人 東京都地域婦人団体連盟 監事
三田 謙二	コープデリ生活協同組合連合会 商品業務管理 統括部長
山田 博成	日本チェーンドラッグストア協会
渡辺 達朗	専修大学 商学部長

社会経済状況の変化

食に係る状況の変化

<経済情勢の変化>

○世界的な経済の低迷

- ・日本の20年4-6月期実質GDP▲27.8%（年率）

○社会の仕組み・産業構造の変化

- ・これまでの常識の激変（通勤・会議・現金等）
- ・リモート・オンライン・分散化・自動化の流れ
- ・サプライチェーンの再構築

○社会的格差の拡大

- ・雇用調整による解雇見込み者数の増加

<安全・安心志向の高まり>

○外出自粛

- ・自宅で過ごす時間が増加
- ・ソーシャルディスタンスの確保

○働き方

- ・テレワークの増加（6月の実施率67%）
- ・オンライン化に伴い業務効率化が重要に

○暮らし方

- ・感染防止や非接触志向の高まりへの対応
- ・オンラインによる診療・会議・授業、キャッシュレス化
- ・オンライン販売の利用増加

<社会意識の変化>

○サステナビリティ意識の高まり

- ・貧困問題や環境問題の重要性を再認識

○社会協調

- ・苦しい状況にある人を助けたいという社会貢献意識の高まり

○外食含む企業業績が悪化（参考資料1、2）

- ・外食に加え、生産・製造、卸売へも影響

○食の物流の合理化・効率化の要請（参考資料3）

- ・家庭用需要増等による物流負荷が増大

○生活困窮者等の増加（参考資料4、5）

- ・未利用食品の需要増加。フードバンク関連の報道の増加

○自宅の料理・食事の機会が増加（参考資料6、7）

- ・生鮮食品（肉・野菜等）の消費が約1割増（7月前年比）

○食料品の備蓄ニーズの高まり

- ・レトルト食品や缶詰の需要増加

○ネット販売や宅配等の利用が増加（参考資料8、9）

- ・ネットショップ作成サービスの盛況
- ・ウーバーイーツ等の食事宅配アプリのユーザー数が増加

○テイクアウト利用が増加

- ・テイクアウト専門店も出現（ハンバーガーチェーン店）

○食品ロス問題の関心の高まり

- ・営業自粛や学校の休校等で「食品ロス」問題が注目

○困っている生産者・事業者への支援の広がり

- ・マッチングアプリや産地応援企画など

<共通>

- 新たな社会経済の中で、食品ロス削減の取組の推進には、サプライチェーン全体での取組が欠かせない

<事業者>

- 安全・安心志向の高まりを踏まえ、デジタル化等新たな技術導入による対応が期待される
- コロナ禍での経験を踏まえ、効率性と安全・安心を両立したサプライチェーンの構築が必要

<消費者>

- 余った食材をオンラインを通じて購入する助け合いの流通モデルの定着が期待される
- ネット販売やテイクアウトなど、今後も利用拡大が見込まれる新たな消費スタイルへの対応が必要
- 家庭での食事の機会の増加により、家庭における食品ロスの増加が懸念

<行政・NPO等>

- イノベーションが加速する中、効果的な削減手法の掘り起こし、社会実装することが求められる
- 感染リスクを伴う従来型のイベント開催が困難
- 経済情勢から食を通じた社会的連帯や支え合いの醸成が求められる

<提言 1>

- 各主体の食品ロス削減に向けた連携
 - ・コロナ禍による新しい生活様式の転換を踏まえ、各主体が連携を一層強化

<提言 2>

- 製造・卸/小売・外食で発生する食品ロス削減
 - ・電子タグなどの先進技術は食品ロス削減とともに、非接触や密集回避にも効果が期待されるため、導入を視野

<提言 3>

- フードサプライチェーン全体での商習慣等の見直し
 - ・コロナ禍においても更なる物流の効率化が求められることを踏まえ、サプライチェーン全体で食品ロス対策を実施

<提言 4>

- 売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択
 - ・行き場を失った食材のオンライン等の活用による消費拡大

<提言 5>

- 家庭における食品ロスの削減
 - ・新たな生活様式における食品ロス削減の必要性を理解の上、具体的行動へ移行

<提言 6>

- 事業者との連携及び取組支援
 - ・デジタル技術等による新たなビジネスモデルの創出

<提言 7>

- 消費スタイルの転換に向けた啓発
 - ・オンラインなど感染防止に配慮した効果的な情報発信

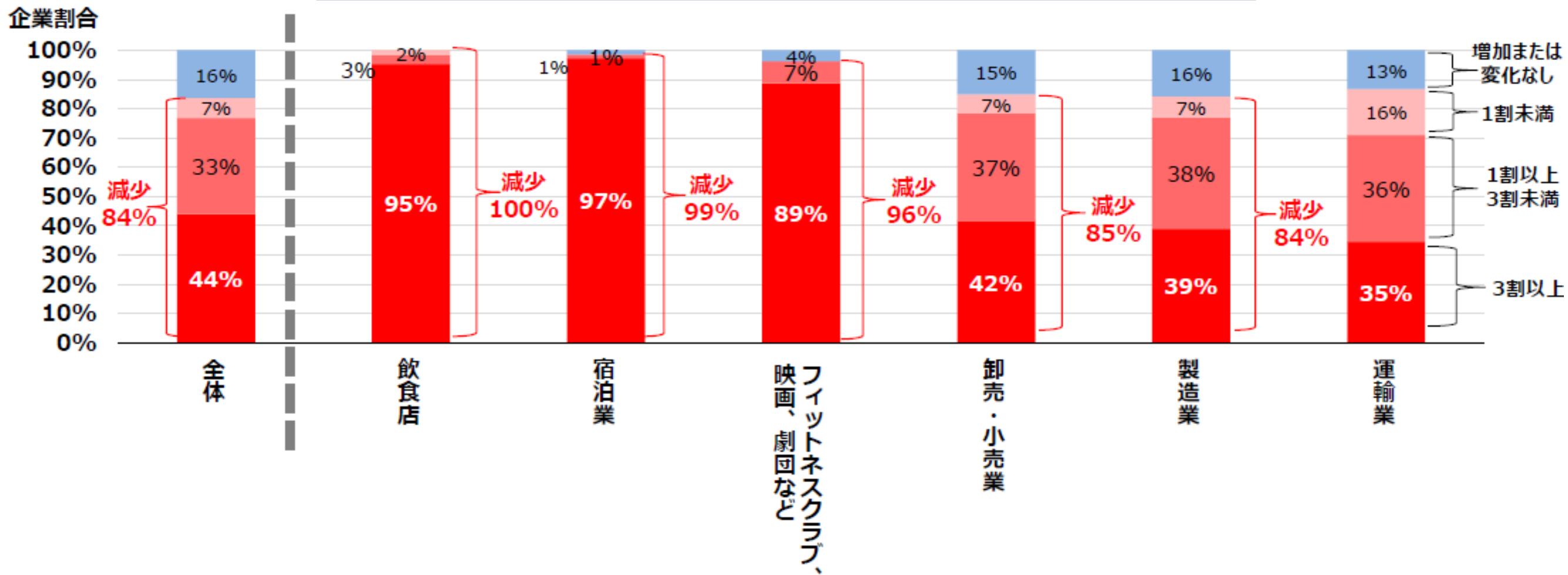
<提言 8>

- 自治体等の連携
 - ・区市町村と連携したフードバンクの利用促進

新型コロナウイルスによる企業業績への影響

○2019年4月と2020年4月を比較すると、売上が減少した企業の割合は全体の84%。
○特に、飲食、宿泊、フィットネスクラブ・映画・劇団等では、売上が減少した企業の割合が95%以上。

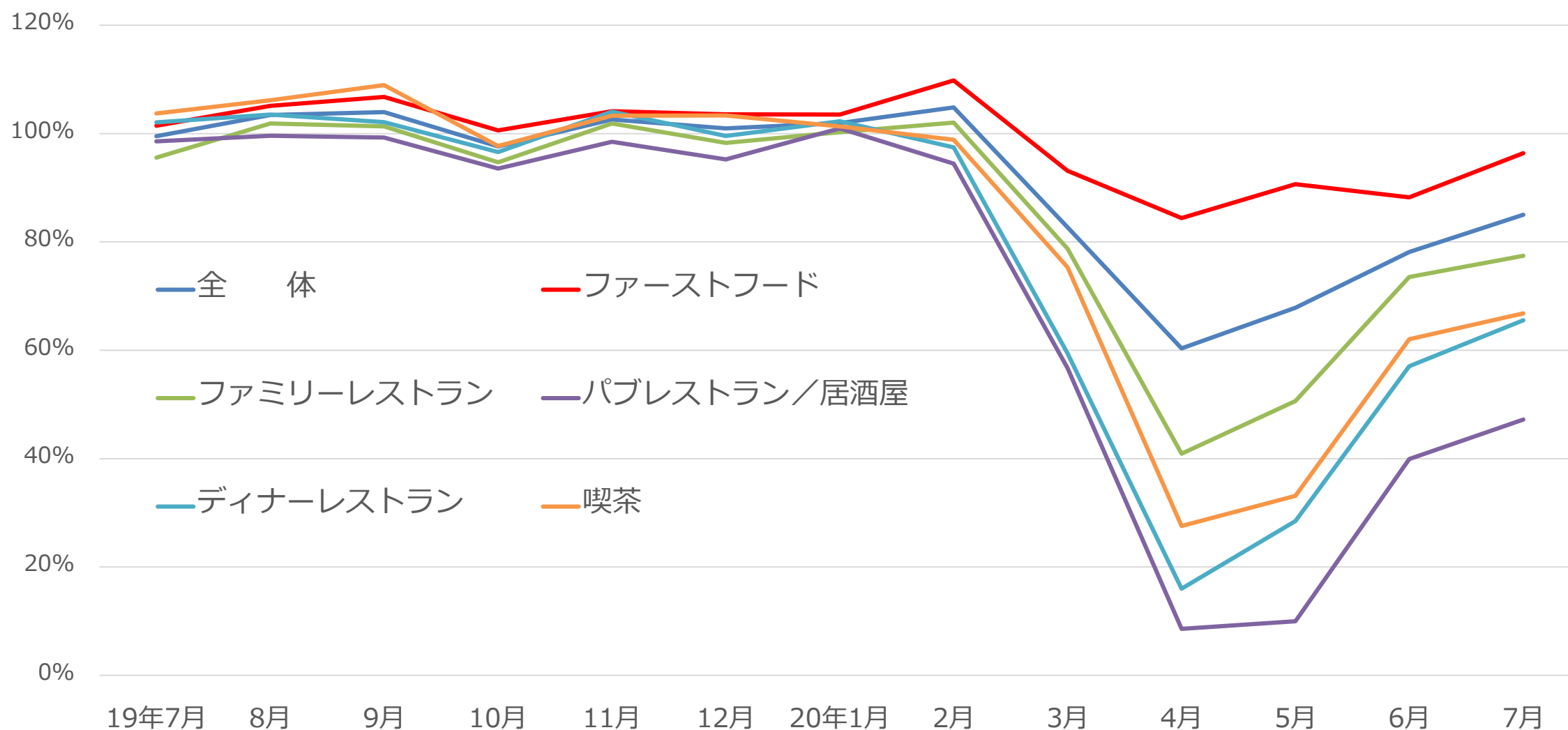
2020年4月の売上が減少した企業の割合（対前年同月比）



新型コロナウイルスの外食産業業績への影響

- ファーストフード等のテイクアウト需要の伸びとあいまって、令和2年7月の外食全体の売上は前年比85.0%まで回復。
- 立地・業態間で回復にばらつき。住宅地に近い郊外立地の店舗は比較的回復しているが、繁華街立地の店舗や飲酒を伴う業態は回復に遅れが見られる。

業態別売上高前年同月比の推移



- 外出自粛に伴う「家庭用の需要増加」により、出荷・配送等のオペレーションの負荷が増大。取引先・納品先における車両待機や持ち戻り等の問題も発生。
- 「業務用の需要減少」により、配送会社等の事業継続への懸念等に伴う安定供給リスクが増大。

外出自粛による家庭用商品の需要増、業務用商品の需要減

《受注》

調整業務、緊急対応による負荷の増加

受注センターのデジタル化の遅れ

業務用商品の在庫

滞留と物流コストの

圧迫

《配送》

納品先の物量キャパオーバーによる

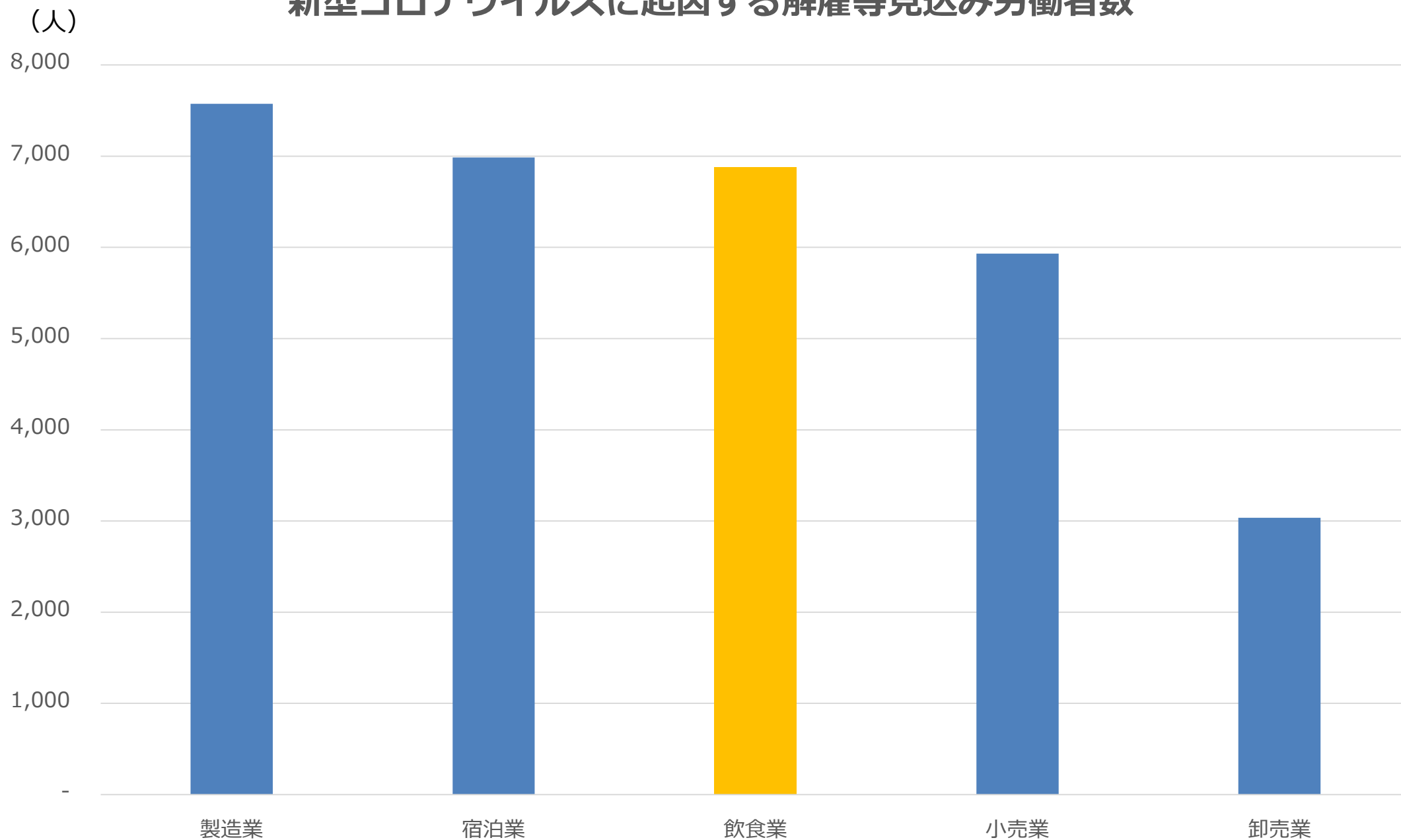
長時間待機

業務用配送を委託する協力会社の物量激減、
事業継続の懸念も発生。通常とは異なる商品・

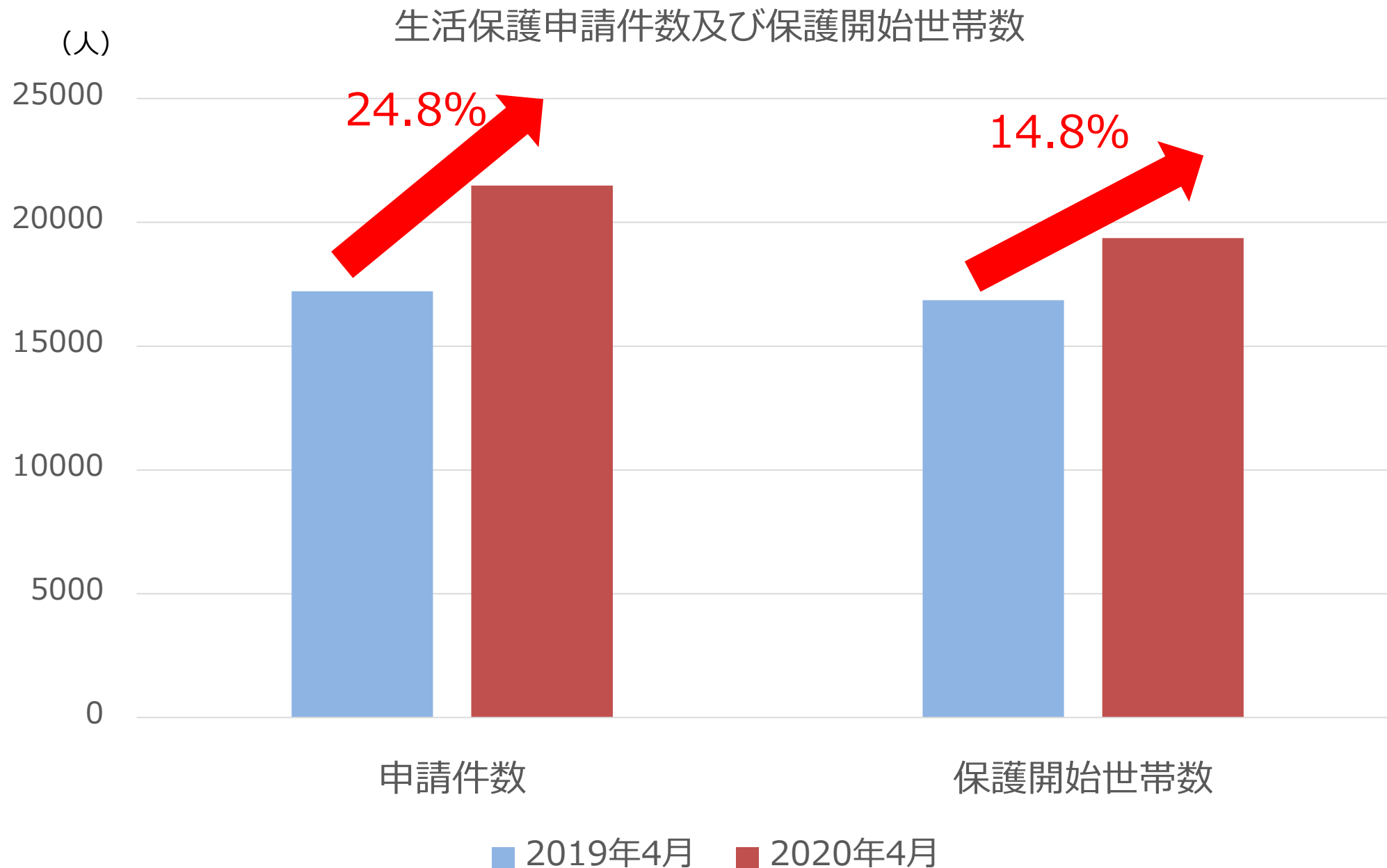
エリアの配送を委託する等で対応

○飲食業における解雇等見込み労働者数は、約7,000人に達している。
(令和2年8月21日集計時点)

新型コロナウイルスに起因する解雇等見込み労働者数

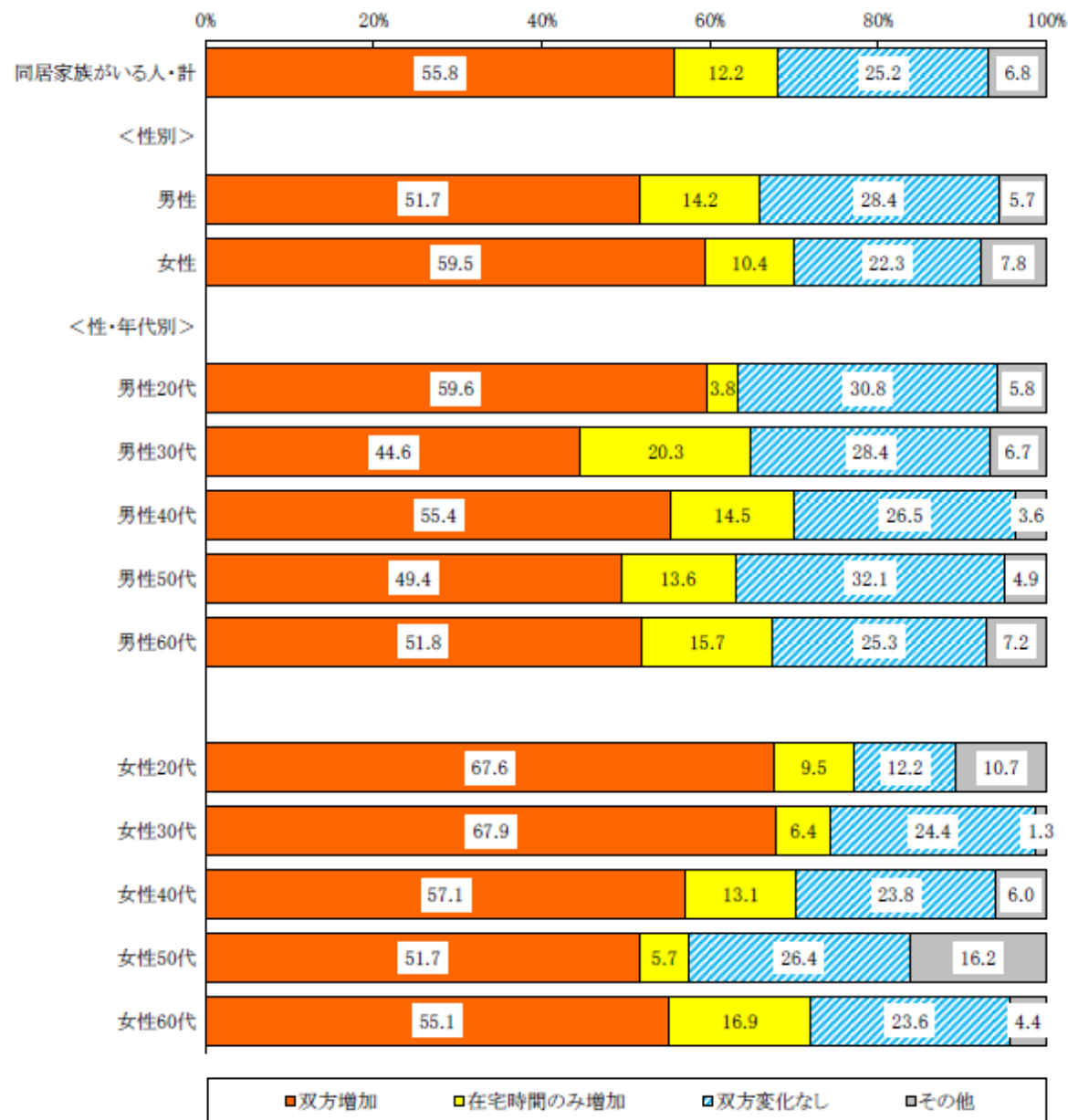


- 生活保護の申請件数は21,486件となり、前年同月に比べて24.8%増加。
- 生活保護開始世帯数は19,362世帯となり、前年同月に比べて14.8%増加。

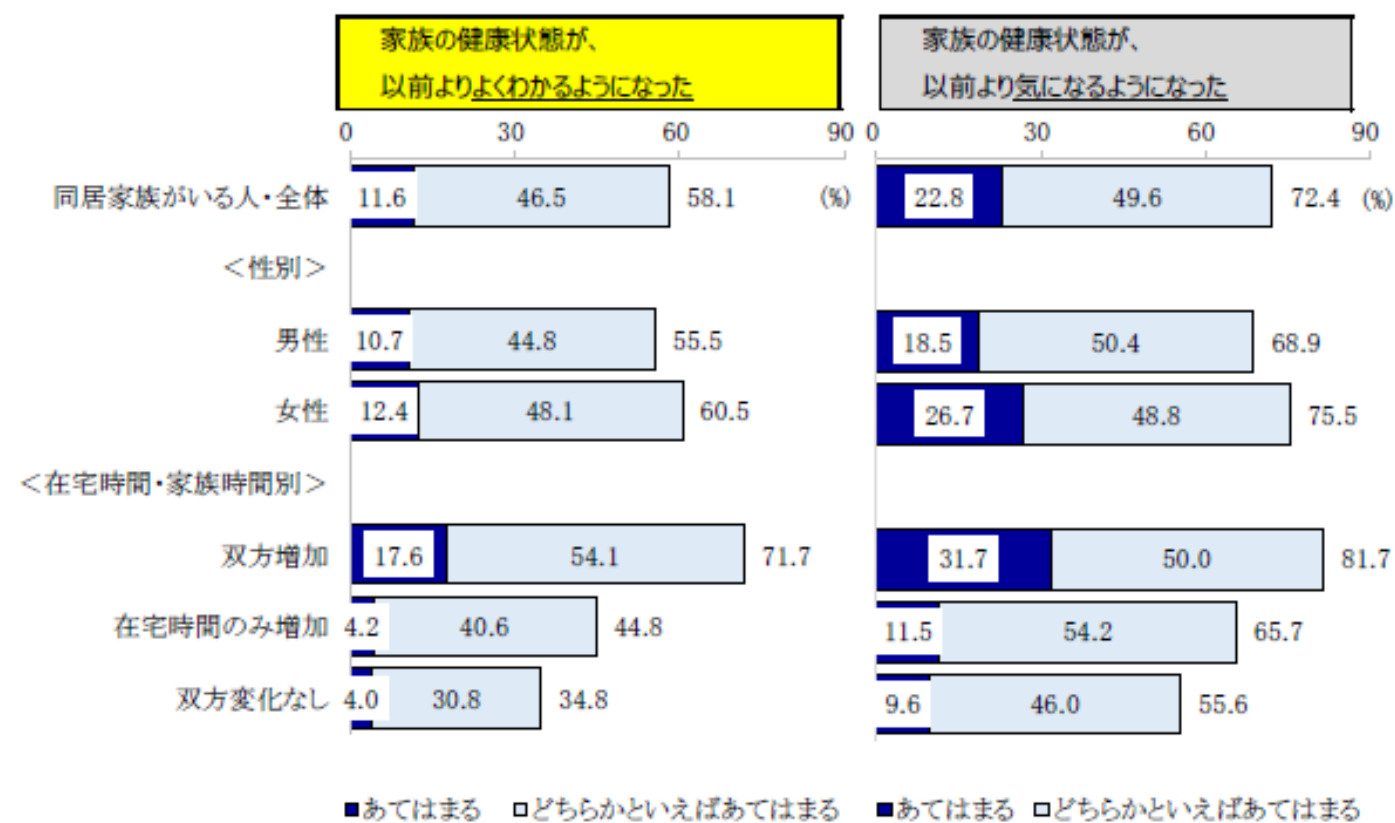


- 緊急事態宣言が発令された4月中旬頃に比べ「自宅で過ごす時間」と「家族と一緒に過ごす時間」がともに増えた「双方増加」の人は6割弱を占める。
- 家族の健康状態が以前より『気になるようになった』と答えた人は、「在宅時間のみ増加」や「双方変化なし」の人でも6割弱～7割弱を占める。

＜4月中旬頃に比べた「自宅で過ごす時間」と「家族と一緒に過ごす時間」の変化（性別、性・年代別）＞



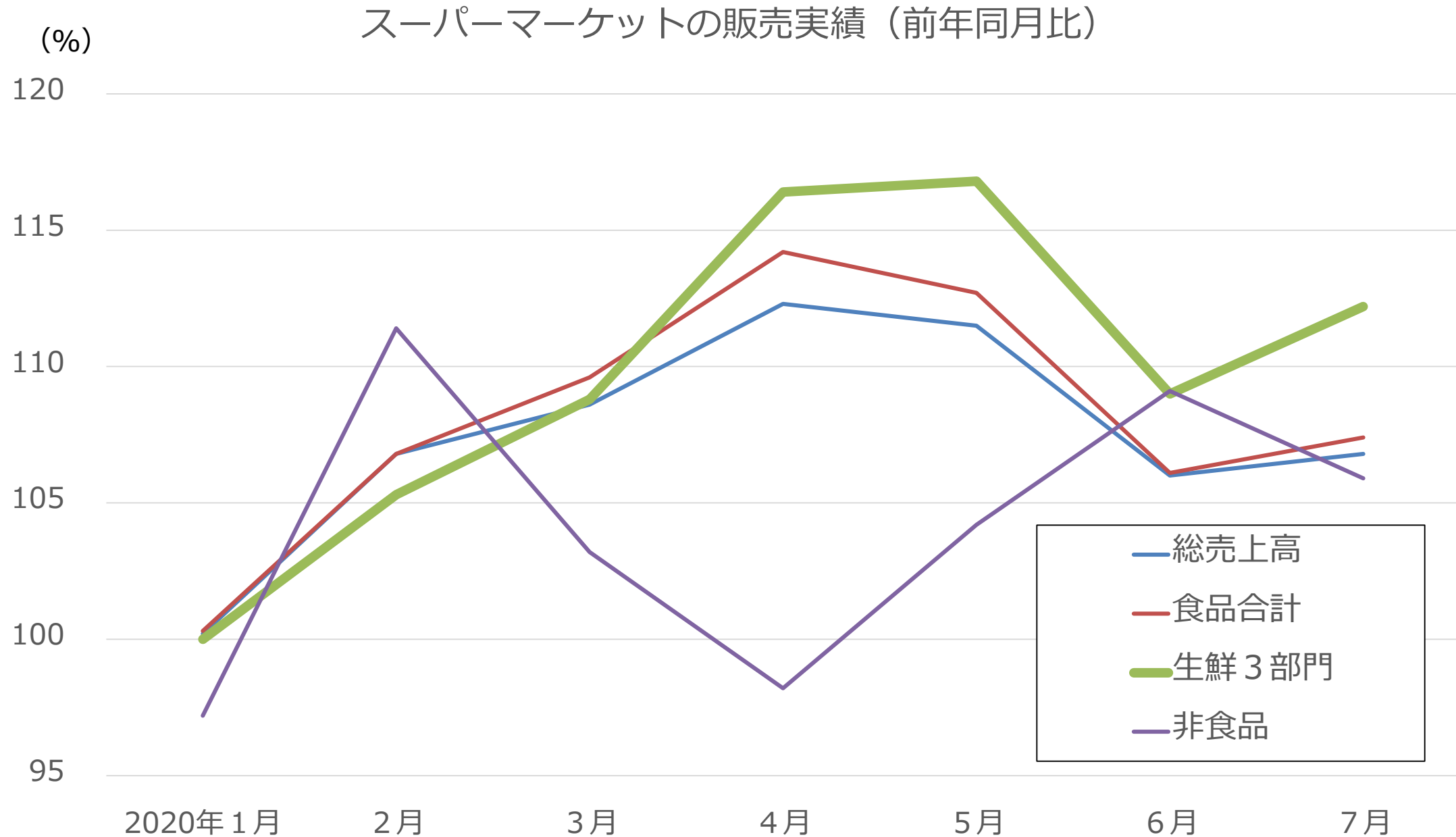
＜同居家族の健康への意識＞



資料：第一生命経済研究所「第2回 新型コロナウイルスによる生活と意識の変化に関する調査」（2020年5月実施）

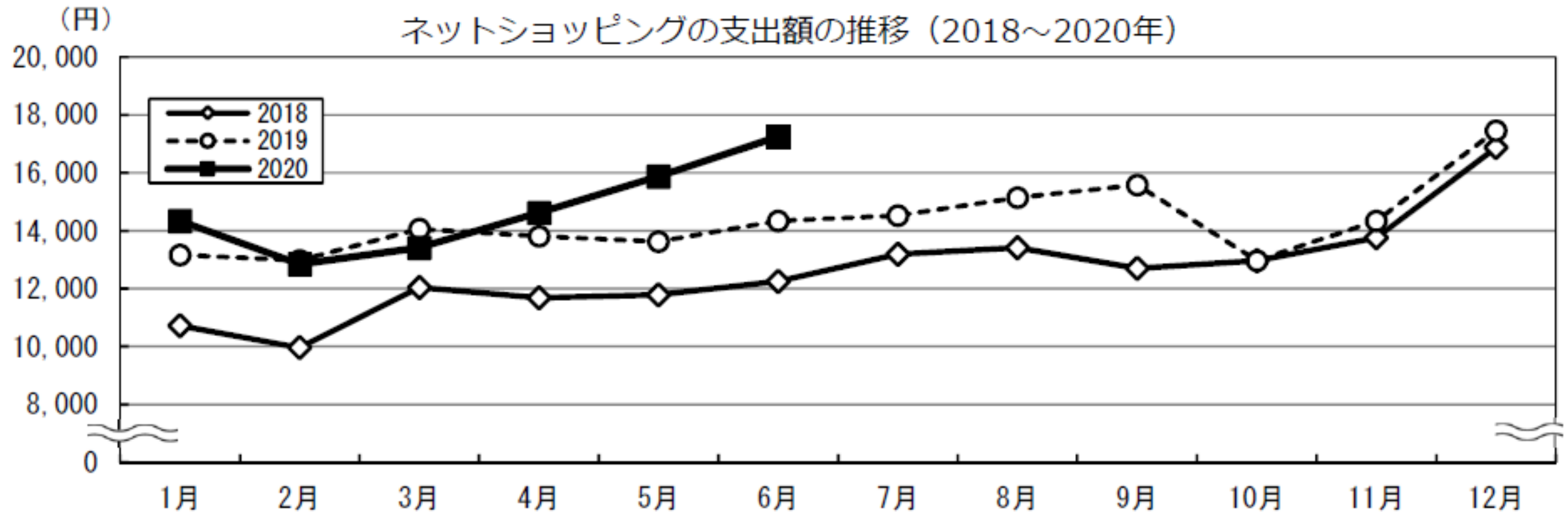
スーパーマーケットの販売実績

- 緊急事態宣言下において、食品関係の売上が前年同月比10%超を記録。
- 緊急事態宣言解除後も生鮮3部門を中心に、引き続き食品需要は高い状況が続いている。



資料：一般社団法人全国スーパーマーケット協会「スーパーマーケット販売統計調査資料」を基に作成
※データの都合上、令和2年1月から6月は確報値だが、7月実績のみ速報値である。

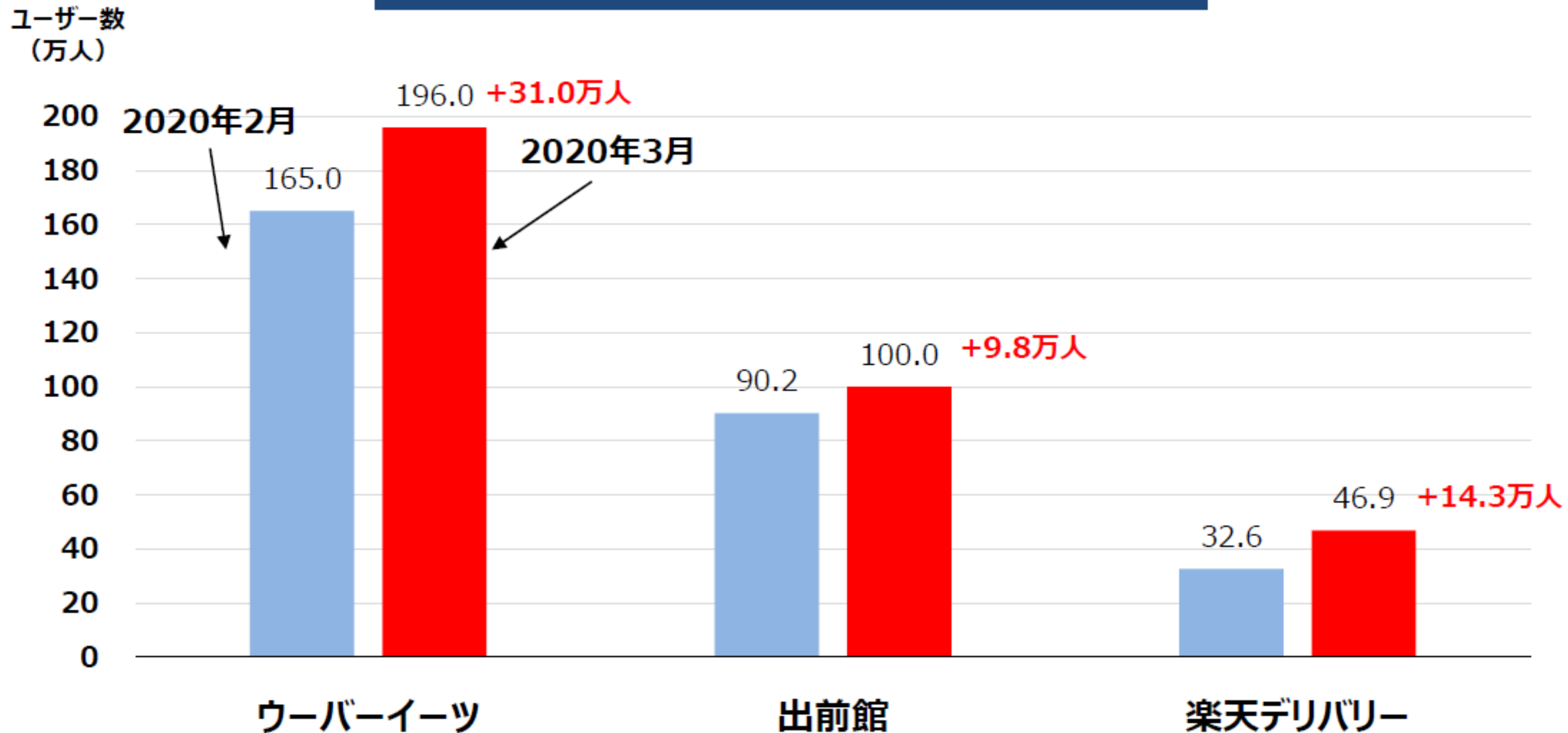
○令和2年6月分のネットショッピング支出額は、1年前に比べ約2割の増加。対前年増減率に寄与した主な項目は、「食料」の9.87%と「家電」の6.85%。



	寄与度
食料	9.87%
家電	6.85%
衣類・履物	5.14%
家具	2.41%

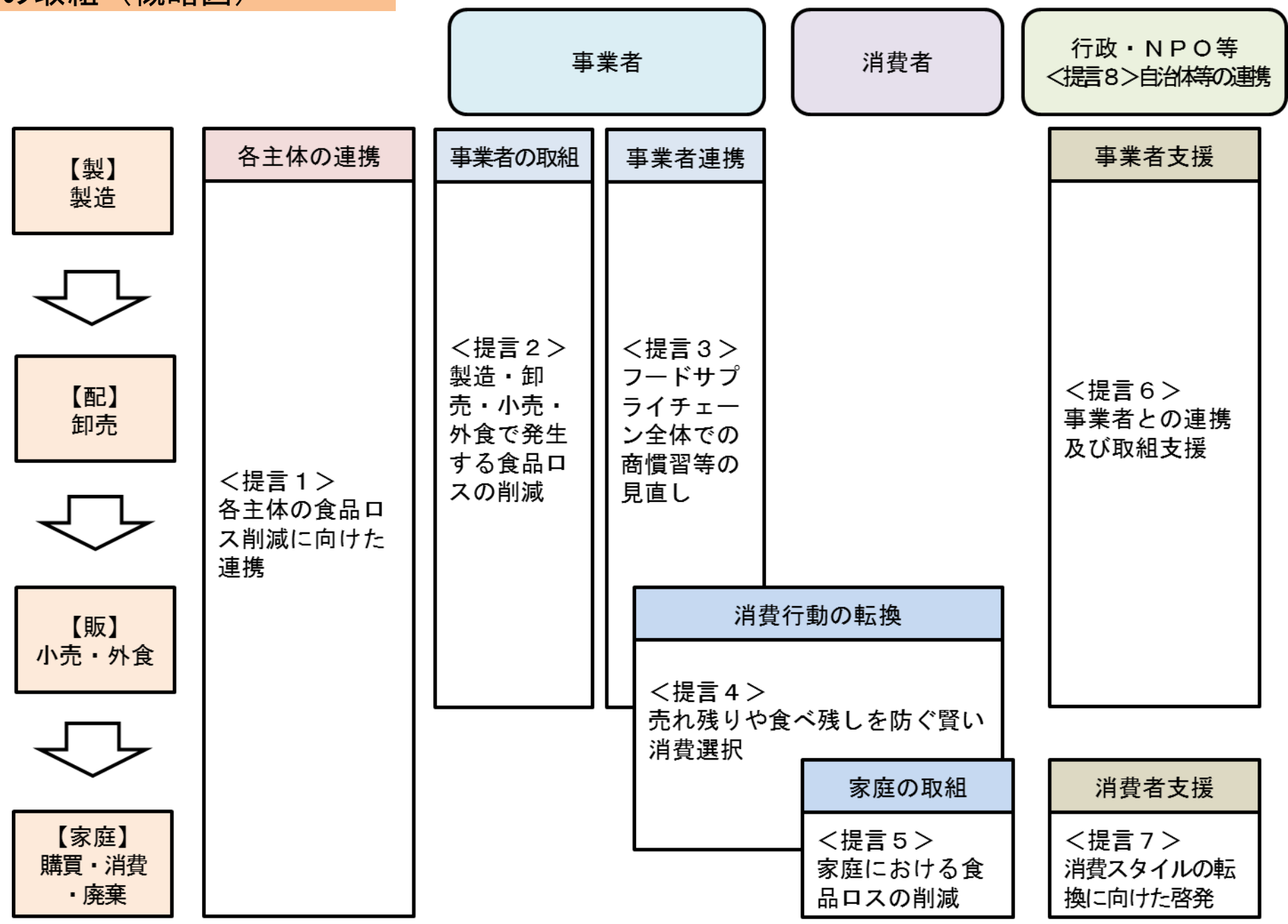
○日本国内の食事宅配アプリのユーザー数は、2020年2月から3月にかけて、ひと月の間に、大きく増加。

食事宅配アプリの国内ユーザー数



- 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議における議論を整理し、事業者、消費者、行政・NPO等が自主的かつ連携して食品ロス削減に取り組むべき方向性を明示するため、「食品ロス削減に向けた提言」として意見を取りまとめ、各主体の着実な行動と連携した取組の推進及び加速化を図る
- 本提言では、きめ細かな食品ロス対策を推進するため、次の概略図のとおり、フードサプライチェーンに応じた、事業者、消費者、行政・NPO等の各主体の食品ロス削減に向けた取組について、現状及び課題を整理するとともに、具体的なパートナーシップ会議における主な意見と取り組むべき方向性を明示

各主体の取組（概略図）



食品ロス削減に向けた提言の概要（案）

【共通】

<提言 1> 各主体の食品ロス削減に向けた連携

- **各主体の連携**
食品ロス削減をより効率的・効果的に進めていくため、食品ロス削減に関する理解を深化させるとともに、**コロナ禍の影響による新しい生活様式の転換を含め**、消費者や事業者、行政等を含めた各主体の着実な行動と連携した取組を推進し、加速化を図る必要がある。
- **協働による取組や優良事例の共有**
各主体間での協働による取組や優良事例の共有などがより円滑に進むよう、都としても先導的に取り組んでいくべきである。

【事業者編】

<提言 2> 製造・卸売・小売・外食で発生する食品ロスの削減

（サプライチェーン全体）

- **需要予測情報の共有化**
サプライチェーン全体で需要予測情報を共有化することで、無駄のない効率的な生産や流通を促進し、全体最適化を図るべきである。
- **過剰生産・過剰発注等の防止**
AI等を用いた販売・来客予測の活用や地域のイベント情報等の把握により、過剰な生産や発注等を防止するべきである。
- **創意・工夫による取組の推進**
スマートフォンアプリを利用してポイントを付与する仕組みの活用など民間事業者の創意・工夫による取組を推進するべきである。
- **先進的技術の導入**
電子タグなどの先進的な製品・サービスを活用することで、売れ残り防止やダイナミックプライシングによる賞味期限が迫った食品を手間なく割引できるなどの効果が期待される**だけでなく、非接触や密集を回避する観点からも、将来的な導入を視野に入れるべきである。**
- **飼料化、肥料化等によるリサイクルの推進**
発生抑制に最大限努めた上で、それでも発生する食品ロスについては、飼料化、肥料化等のリサイクルを実施するべきである。

（製造）

- **需要予測、先端技術等の活用等**
気象情報等を用いた食品の需要予測等を活用するとともに、賞味期限の年月表示化や包装技術・冷凍技術等の更なる革新により食品ロスの削減に努めるべきである。

（卸売）

- **在庫情報等の共有**
卸売が抱える納品期限が近い商品等の在庫情報を共有することで、未利用食品の廃棄を積極的に防止するべきである。

（販売）

- **安心して買い物ができる工夫**
賞味期限が近い商品**などをインターネットで販売するサイト等はコロナ禍において利用が拡大しており、有効に活用するとともに**、消費者が安心して買い物ができ、家庭における食品ロスを減らせるよう、販売の際に調理や保存等に関する情報を提供するなどの工夫をするべきである。

（フードバンクの活用）

- **フードバンクの積極的な活用**
発生抑制に努めた上で、それでも消費者に提供されない食品については、フードバンク等を積極的に活用し、徹底した未利用食品の有効活用を図るべきである。

<提言 3> フードサプライチェーン全体での商慣習等の見直し

- **商慣習等の見直し**
賞味期限が長い加工食品の一部については、更なる納品期限の緩和に努めるとともに、賞味期限の延長や年月表示化と合わせて、**コロナ禍で更なる物流の効率化が求められている状況にあり**、フードサプライチェーン全体で食品ロス対策を実施するべきである。
- **削減効果等の情報発信**
商慣習の見直しや食品ロスの削減に取り組んでいる状況を消費者にも積極的に啓発し、その削減効果なども発信していくことで、一層の取組を推進するべきである。

【消費者編】

<提言 4> 売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択

- **アプリ等のサービスの活用**
コロナ禍で一定程度活用は進んでおり、価格や引き取り期限をアプリにより情報発信し、消費者に商品を店舗に取りに来てもらうサービス**や行き場を失った食材のインターネット販売等**を積極的に活用することで食品ロスの削減に繋がる消費行動を実践するべきである。
- **賢い消費選択**
買い物前に冷蔵庫をチェックし必要な分だけ食品を購入することや、外食店舗では小盛メニューも上手に利用するべきである。また、事業者側も行動経済学のナッジの手法を用いるなど、消費者の賢い選択を促進するべきである。
- **持ち帰りの定着**
消費者が食品の飲食について自ら判断する意識が育成されることで、食品衛生に関する知識が向上され、ドギーバッグの活用が進むなど持ち帰り文化が更に醸成されるべきである。

<提言 5> 家庭における食品ロスの削減

- **正しい知識と理解による直接廃棄等の削減**
賞味期限と消費期限の違いや、食品の保存方法などに関する知識、事業者が発信する取組についても理解するなど、正しい知識と理解のもと、直接廃棄や食材の過剰除去等を防止するべきである。
- **食品ロス削減行動の習慣化**
食品に合わせた保存や余ってしまった料理のリメイクなどの工夫が、楽しい格好いいといったライフスタイルや、食品ロスの削減を前提とした食文化の形成といった観点から食品ロスを捉えて行動するべきである。
こうした取組の重要性は、コロナ禍においても同じであり、自宅で料理する際は作りすぎない、食材を使い切る工夫をする、インターネット販売を利用する際も実店舗の買い物と同様に買いすぎない、テイクアウトでも店舗での飲食と同様に食べ残さない、といった具体的な取組が浸透していくが重要である。

食品ロス削減に向けた提言の概要（案）

【行政・NPO等編】

＜提言6＞ 事業者との連携及び取組支援

- **事業者と連携した取組の推進**
食べきり協力店の実施や、共同でのイベントの開催、事業者による先進的な取組に関する実証事業等、事業者と連携した取組を継続的に推進していくべきである。
なお、こうした連携した取組は、コロナ禍においても重要であり、オンライン等の活用など、創意工夫しながら実施すべきである。
- **エビデンスベースでの施策展開**
今後の更なるICT技術の発展等により得られる、より詳しい食品ロスの発生状況や傾向等の実態に応じた対策を講じるなど、エビデンスベースで施策を展開していくべきである。
- **発生抑制、リサイクル等の促進**
食品廃棄物の発生抑制やリサイクル等へのインセンティブが働くよう、廃棄物処理の費用等の点からも区市町村と連携しながら取り組んでいくべきである。
- **新しいアイデアの後押しと活用**
アプリによる情報発信やポイント還元による食品ロス削減の取組など、新しいアイデアの普及を行政としても後押しするとともに、事業者も積極的にアイデアを取り入れていくべきである。
- **新たなビジネスモデル創出の推進**
コロナ禍の影響により社会全体でデジタル化による効率化が一層求められる中で、ICTやAI等を用いた先駆的な取組や新たなビジネスモデルの創出を推進し、事業者の取組の底上げを図るべきである。

＜提言7＞ 消費スタイルの転換に向けた啓発

- **消費スタイルを変えるムーブメントの醸成**
食品ロスについても、環境に配慮した個人の取組が定着するよう、消費スタイルを変えていくムーブメントを醸成していくべきである。
- **実践機会の創出**
エンターテインメント性を取り入れ、楽しみながら学ぶことができるイベントを開催するなど、食品ロス削減を実施できる機会を創出していくべきである。
- **イベント内容の工夫による理解の促進**
気候変動や飢餓人口の増加等の様々な問題と関連しており、食品ロスの基礎的な内容から、こうした問題の本質を理解する内容まで、対象や理解度に応じたイベントを展開するべきである。
- **理解促進に向けた効果的な情報発信**
新たな生活様式に転換する中においても、イベント開催や冊子作成のほか、感染防止に配慮するため、ホームページ等オンラインを活用した情報発信などを通じ、食品ロス削減に向けて、現状や必要性を効果的に示していくべきである。

＜提言8＞ 自治体等の連携

- **行政自らの率先行動の取組**
食堂における規格外野菜を活用したメニュー提供や防災備蓄食品の有効活用など、行政自らが率先して取り組んでいくべきである。
- **事業者や消費者等を巻き込んだイベント展開**
オンラインの活用など手法を創意工夫し、事業者、消費者、九都県市や区市町村等の食品ロス削減対策も参考に、優良事例の紹介や事業者や消費者を巻き込んだイベントを展開するべきである。
- **食品ロスに関する教育の充実**
子どもたちが、小・中・高・大と成長段階に応じて、食品ロスに関して体系的に学べる教材の開発や知識を得られる機会をより多く創出するべきである。
- **防災備蓄食品の積極的な有効活用**
ローリングストック方式による備蓄量の平準化を図るとともに、一定の賞味期限前に買い替えた備蓄食品をフードバンク等へ提供するため、利用の際の留意点等を参考として示すなど積極的に有効活用を図るべきである。

- 食品ロス削減に向けては、事業者、消費者、行政やNPO等の各主体が、能動的かつ協調して取り組んでいくことが必要不可欠である。東京都においても、本提言を受け、2030年の食品ロス半減を達成するとともに、2050年の食品ロス実質ゼロに向けて、将来を見据えたロードマップを示し、食品ロス削減の具体的な施策を展開していくとともに、食品ロス削減推進法に規定する食品ロス削減推進計画を策定し、着実に実行していくことを期待する。

食品ロス削減に向けた提言

～各主体の自主的な行動及び連携の促進に向けて～

(案)

令和 年 月

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

目次

I	はじめに	P 2
II	食品ロスの現状	P 2
III	新型コロナウイルス感染症の拡大による影響	P 5
IV	SDGs-持続可能な開発目標-と各国の対策事例	P 7
V	「食品ロスの削減の推進に関する法律」の概要	P 10
VI	各主体の自主的な行動及び連携の促進に向けた提言	P 11
	【共通】	
	＜提言 1＞ 各主体の食品ロス削減に向けた連携	
	【事業者編】	
	＜提言 2＞ 製造・卸売・小売・外食で発生する食品ロスの削減	
	＜提言 3＞ フードサプライチェーン全体での商慣習等の見直し	
	【消費者編】	
	＜提言 4＞ 売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択	
	＜提言 5＞ 家庭における食品ロスの削減	
	【行政・NPO等編】	
	＜提言 6＞ 事業者との連携及び取組支援	
	＜提言 7＞ 消費スタイルの転換に向けた啓発	
	＜提言 8＞ 自治体等の連携	
VII	おわりに	P 38

資料

- 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議委員名簿
- 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議開催実績

I はじめに

食品ロスとは、本来食べられるにもかかわらず、生産、製造、販売、消費等の各段階において日常的に捨てられる食べ物のことである。食品ロスの問題については、その削減が国際的にも重要な課題となっているだけでなく、国内においても、令和元年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行されるなど、食品ロスの削減は喫緊の課題となっている。

東京都では、食品製造から卸売業、小売業までの各事業者団体、消費者団体、有識者が一堂に会して2030年の食品ロス半減に向けた削減策について検討を行い、連携・協働を進めていくことを目的とした「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」を平成29年9月に設置した。

これまで、賞味期限の長い加工食品や外食産業等の食品ロス削減策について議論を重ね、キャンペーンなどの機会を通じて具体的な協働を図ってきた。

こうした中、2020年に入り新型コロナウイルスの感染拡大の影響が社会経済活動や日常生活に及ぶ中、食の生産・製造から消費に至る各段階にも様々な状況変化がもたらされた。

そのため、コロナ禍における状況変化についても、パートナーシップ会議において課題や対応を議論の上、事業者、消費者、行政・NPO等が自主的かつ連携して食品ロス削減に取り組む方向性を、提言として取りまとめた。

II 食品ロスの現状

国連食糧農業機関（FAO）によると、年間で世界の生産量の3分の1に当たる約13億トンの食料が捨てられている。¹

さらに、世界には安全で栄養がある食べ物を十分に得られていない人が数多くおり、「世界の食料安全保障と栄養の現状」報告書によると、2014年以降再び増加に転じ、2019年には世界の人口の8.9%に当たる約6億9000万人以上に達したと推定している。²

¹ FAO：Global Food Losses and Food Waste（2011）

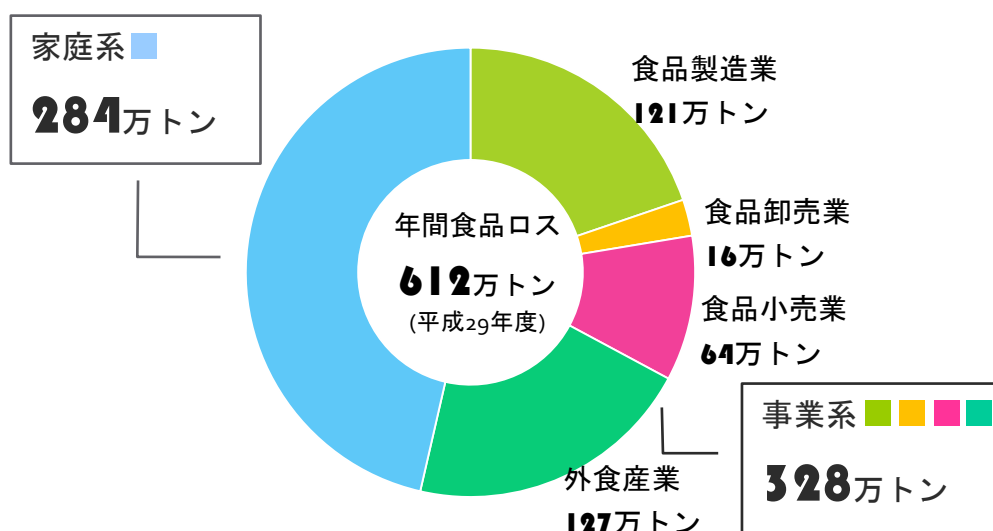
² FAO,IFAD,UNICEF,WFP,WHO：The State of Food Security and Nutrition in the World（2020）



世界の栄養不足人口と栄養不足蔓延率³

一方、国によると、日本で1年間に発生した食品ロスは約612万トン⁴と推計されており、この量は国連世界食糧計画（WFP）による食糧援助量⁵（約420万トン）の1.5倍に相当する。

また、国民1人あたりに換算すると、1日約132g（お茶碗1杯分のご飯の量）のまだ食べられる食品を廃棄していることとなる。以上のことから、食品ロス削減は取り組むべき喫緊の課題である。



日本の食品ロスの内訳（農林水産省、環境省）

³ FAO,IFAD,UNICEF,WFP,WHO : The State of Food Security and Nutrition in the World (2020)

⁴ 農林水産省,環境省 : 平成 29 年度推計

⁵ WFP : Annual Performance Report for 2019

東京都においては、年間約 51 万トン（2017 年度推計）の食品ロスが発生しており、都は、これまで「持続可能な資源利用」に向けたモデル事業や各種イベントの開催等、食品ロス削減に向けて取り組んでいる。

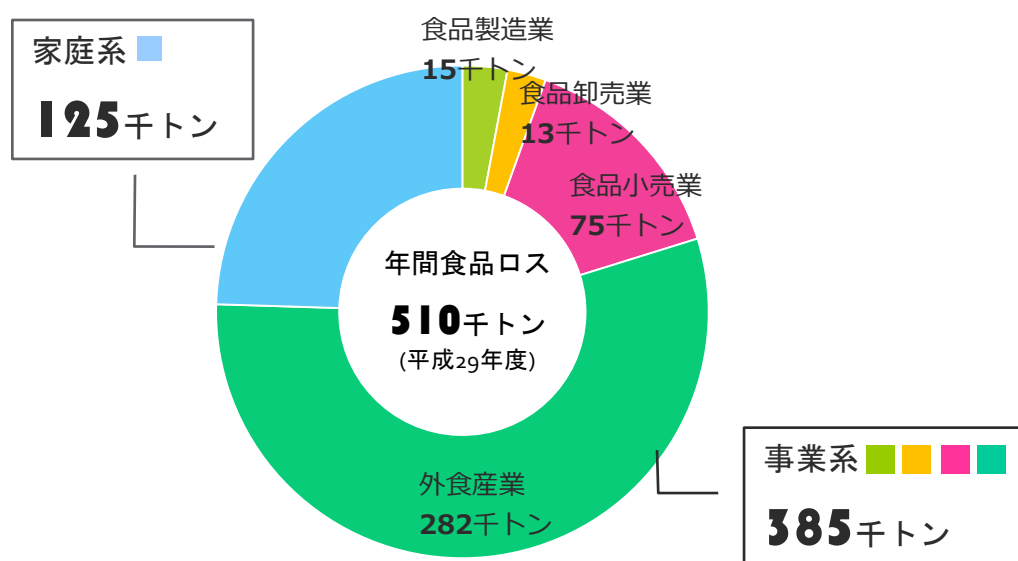
また、都が 2019 年 12 月に策定した「『未来の東京』戦略ビジョン」⁶において、「2030 年度までに 2000 年度比（約 76 万トン）食品ロス半減」という目標を掲げている。

さらに、同時に発表した 2050 年に CO₂排出実質ゼロに貢献する「ゼロエミッション東京戦略」⁷において、その実現に向けたビジョンと具体的な取組の一つとして、「2050 年までに食品ロス実質ゼロ」という新たな目標を掲げた。

近年、記録的な猛暑や経験したことのない豪雨による土砂災害の発生等、気候変動がもたらす影響は深刻さを増しており、今、世界は、かつてない変革が求められる歴史的転換点を迎えている。

都は、世界の大都市の責務として、食品ロス削減により資源利用に伴う CO₂削減に努めるなど、気候危機に立ち向かう行動を進めていく必要がある。

こうした目標の達成は、容易ではなく、食品ロス削減に向けた機運を醸成し、



東京都の食品ロスの内訳

⁶ 東京都が策定した 2040 年代に目指す東京の姿「ビジョン」と、その実現のために 2030 年に向けて取り組むべき「戦略」（2019 年 12 月策定）

⁷ 東京都は、2019 年 5 月、U20 東京メイヤーズ・サミットで、世界の大都市の責務として、平均気温の上昇を 1.5°C に抑えることを追求し、2050 年に CO₂排出実質ゼロに貢献する「ゼロエミッション東京」を実現することを宣言し、その実現に向けたビジョンと具体的な取組・ロードマップをまとめた（2019 年 12 月策定）

食品ロス実質ゼロに向け、事業者や消費者などあらゆる主体が連携した取組をより一層加速させていくべきである。

Ⅲ 新型コロナウイルス感染症の拡大による影響

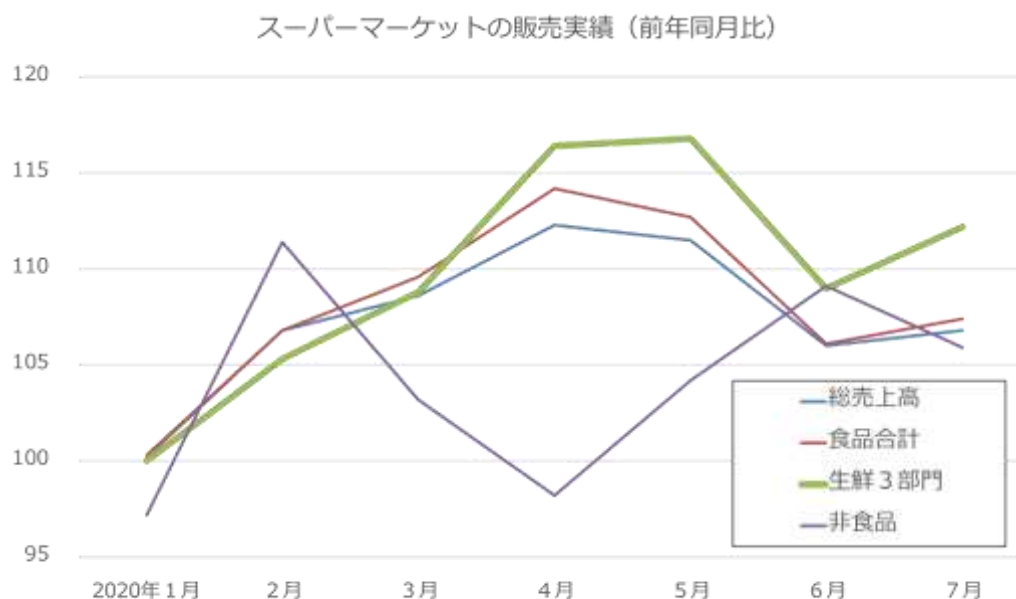
新型コロナウイルスの感染拡大は、日本のみならず世界経済の低迷を招き、社会生活においてもテレワークやオンライン会議が当たり前になるなど、これまでの常識では考えられない変化を引き起こしている。

新型コロナウイルス感染症の影響は、食の各分野にも及んでおり、食品ロス削減の取組に当たっては、コロナ禍に伴う状況の変化を的確に捉え、対応していくことが求められる。

(1) 社会経済情勢が変化する中のフードサプライチェーン

食に係る状況変化の第一は、食のインフラであるサプライチェーンについて重要性が再認識される一方で、更なる合理化・効率化の必要性が改めて認識されたことである。

フードサプライチェーンは、コロナ禍で家庭用の食品等の需要が急増するなど需給バランスが激変する中においても安定して食料を供給するという重要な役割を果たした。しかし、厳しい経済情勢を背景として、日本社会全体でデジタル化、ICT活用等による合理化・効率化といった構造的な課題が浮き彫りになる中、こうした流れはフードサプライチェーンにも及んでおり、サプライチェーンの各段階における過剰生産、期限切れ、売れ残りなどの課題に有効な先進技術の導入や取組を進めていくことが重要である。



一般社団法人全国スーパーマーケット協会「スーパーマーケット販売統計調査資料」を基に作成

(2) 安全・安心志向の高まり

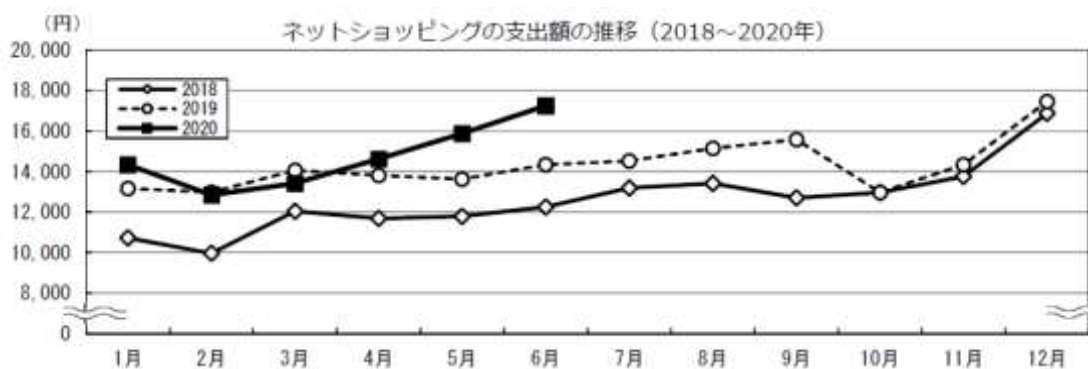
状況変化の第二は、安全・安心志向の高まりに起因する消費行動の変化である。

外出自粛やテレワークにより自宅で過ごす時間が長くなったことで、自宅で料理をしたり食事をする機会が増加しているほか、消費者は密な場所に抵抗を感じるなど、新型コロナウイルス感染症が発生する前とは意識が変わっており、買い物や外食店の利用方法にも変化が見られる。

従来、食品の買い物といえば、実店舗で物の鮮度等を確かめて買うのが当たり前だったが、既に家電や衣類等で浸透しつつあるオンライン消費が食の分野にも広がりを見せている。

また、外食店の利用方法については、店内利用に抵抗はあるものの、その店の料理を手軽に楽しみたいという需要は高く、テイクアウトやデリバリーの利用が多くなった点も見逃せない。

こうした消費行動の変化は、毎日の生活の中のことであり、食品ロス削減に向けては各家庭や一人ひとりの心がけによるところが大きいことから、従来の集客型のイベントによる普及啓発だけでなく、オンライン等を有効に活用した実効性のある普及啓発への転換も重要である。



出典：総務省「家計消費状況調査」

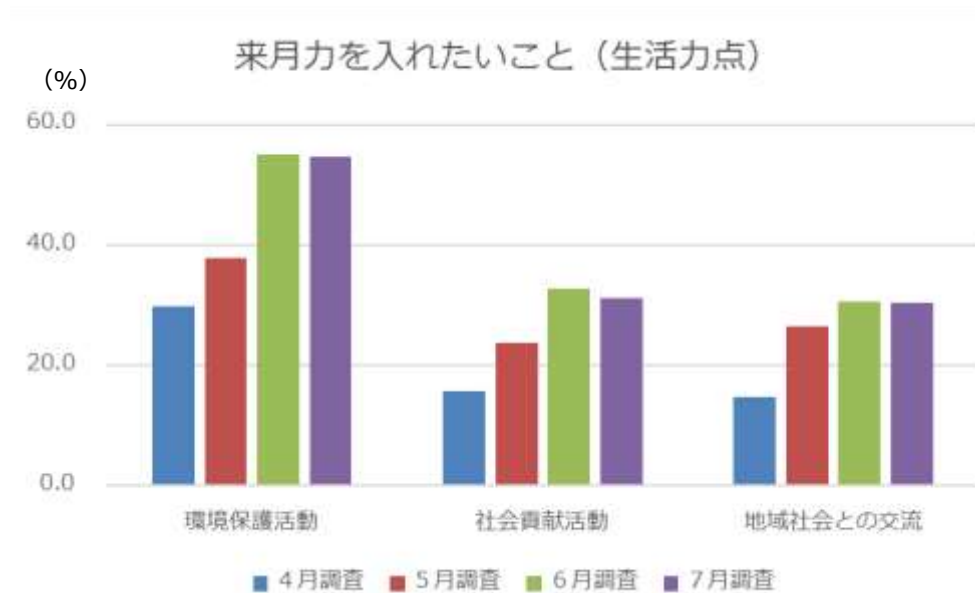
(3) 社会貢献意識の高まり

状況変化の第三は、社会貢献意識の高まりとともに食品ロス問題への関心が高まっていることである。

新型コロナウイルス感染症の拡大による学校の休校等による給食用食材の注文キャンセルの影響は広く報道され、食品ロス問題への関心を高め、困っている生産者等の支援の輪が広がった。学校給食用の牛乳や全国各地の観光客用の果物などのスーパーでの販売や、居酒屋のお弁当のコンビニでの販売のほか、せっかく生産・製造したのに廃棄せざるを得ない食材をオンラインを通じて購入する助け合いの流通モデルが生まれたほか、外食店の利用減少の状況を見て、困っている人を助けるだけでなく、まだ食べられる食材を廃棄せずにすむよう

シェアリングアプリの活用も広がった。

また、経済情勢の悪化に伴い生活困窮者が増加する中で、フードバンク活動への期待は高まっており、食を通じた社会的連帯、助け合いを醸成させていくことも重要である。



博報堂生活総合研究所「第4回新型コロナウイルスに関する生活者調査」を基に作成

このように、新型コロナウイルス感染症の拡大は、新たな生活様式に転換する中で食品ロス削減に向けて取り組むべき課題を改めて浮き彫りにするとともに、社会全体に食品ロス問題の関心を高めた。このことを契機として、各主体が自主的かつ連携した取組を加速していかなければならない。

IV SDGs-持続可能な開発目標-と各国の対策事例

2015年9月に国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」では、貧困を撲滅し、持続可能な世界を実現するために17のゴール（目標）が設定された。

食品ロスについては、目標12「持続可能な消費と生産のパターンを確保する」において、「2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる」としている。

海外の取組に目を向けると、フランスでは、2016年に食品廃棄物削減に関

する法律⁸が施行された。店舗面積が 400 平方メートルを超える大型スーパーを対象として、賞味期限切れなどの理由による食品廃棄を禁じるものであり、事前に契約した慈善団体に寄附するか、肥料化又は飼料化することを義務付け、違反した場合には罰金が科せられる。

同様にイタリアにおいても食品廃棄禁止法が施行されているが、フランスの法律とは異なり、罰則規定はなく、税制上優遇措置や寄付手続の簡素化等によって、寄付を促進するものとなっている。

アメリカでは、認定された非営利組織に対する食品の寄付を促進するため、善きサマリア人の寄付法⁹があり、過失または故意の違法行為ではない限り、寄付を行った団体は、寄付を受けた相手が被った損害の責任を負わないこととなっている。

また、イギリスやデンマークでは、賞味期限切れの食品や、包装に傷や汚れがある食品等を扱うスーパーマーケット¹⁰がオープンしており、日本をはじめ他国にもこのような動きが広まっている。

このような諸外国の事例も参考にしながら、東京都は日本を代表する都市として、食品ロス削減を更に推進するための今後の制度のあり方について、**新型コロナウイルス感染拡大後の情勢を含めて調査・研究を進めるべきである。**



⁸ LOI n° 2016-138 du 11 février 2016 relative à lutte contre le gaspillage alimentaire

⁹ The Bill Emerson Good Samaritan Food Donation Act

¹⁰ イギリスの East of England Co-op やデンマークの We Food

【FAOにおける Food Loss と Food Waste の用語の定義¹¹】

食料ロス (food loss) : もともと人の消費向けに生産された食料の量 (乾物質量) あるいは栄養価 (品質) が減少することをいう。こうしたロスが発生する主な原因は、インフラや物流システムの不備、技術不足、サプライチェーンにおけるアクターの技能・知識・管理能力の不足、市場アクセスの欠如など、食料サプライチェーンにおける非効率である。この他、自然災害も食料ロスが発生する一因となっている。

食料廃棄 (food waste) : 人の消費に適した食品が捨てられることをいう。消費期限を超えて保管されたり腐ったりした食品が捨てられる場合もあれば、そうでない場合もある。廃棄される理由の多くは食品が傷んでしまったことであるが、市場の慣行、個人消費者の買物習慣や食習慣などによる買い過ぎなども原因となっている場合がある。

¹¹ JAICAF : 世界の農林水産 Summer 2014 通巻 835 号

V 「食品ロスの削減の推進に関する法律」の概要

「食品ロスの削減の推進に関する法律」（令和元年法律第19号）が、令和元年10月1日に施行された。

本法律は、食品ロスの削減に関し、国、地方公共団体、事業者等の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他食品ロスの削減に関する施策の基本となる事項を定めること等により、食品ロスの削減を総合的に推進することを目的としている。

また、基本的な視点として、①国民各層がそれぞれの立場において主体的にこの課題に取り組み、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図っていくこと、②まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用するようしていくことが明記された。

これを踏まえて、自治体として各主体と連携を密にしながら、食品ロス削減推進計画を速やかに策定していくべきである。

各主体の責務と連携について（法律抜粋）

（地方公共団体の責務）

第4条 地方公共団体は、食品ロスの削減に関し、国及び他の地方公共団体との連携を図りつつ、その地域の特性に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（事業者の責務）

第5条 事業者は、その事業活動に関し、国又は地方公共団体を実施する食品ロスの削減に関する施策に協力するよう努めるとともに、食品ロスの削減について積極的に取り組むよう努めるものとする。

（消費者の役割）

第6条 消費者は、食品ロスの削減の重要性についての理解と関心を深めるとともに、食品の購入又は調理の方法を改善すること等により食品ロスの削減について自主的に取り組むよう努めるものとする。

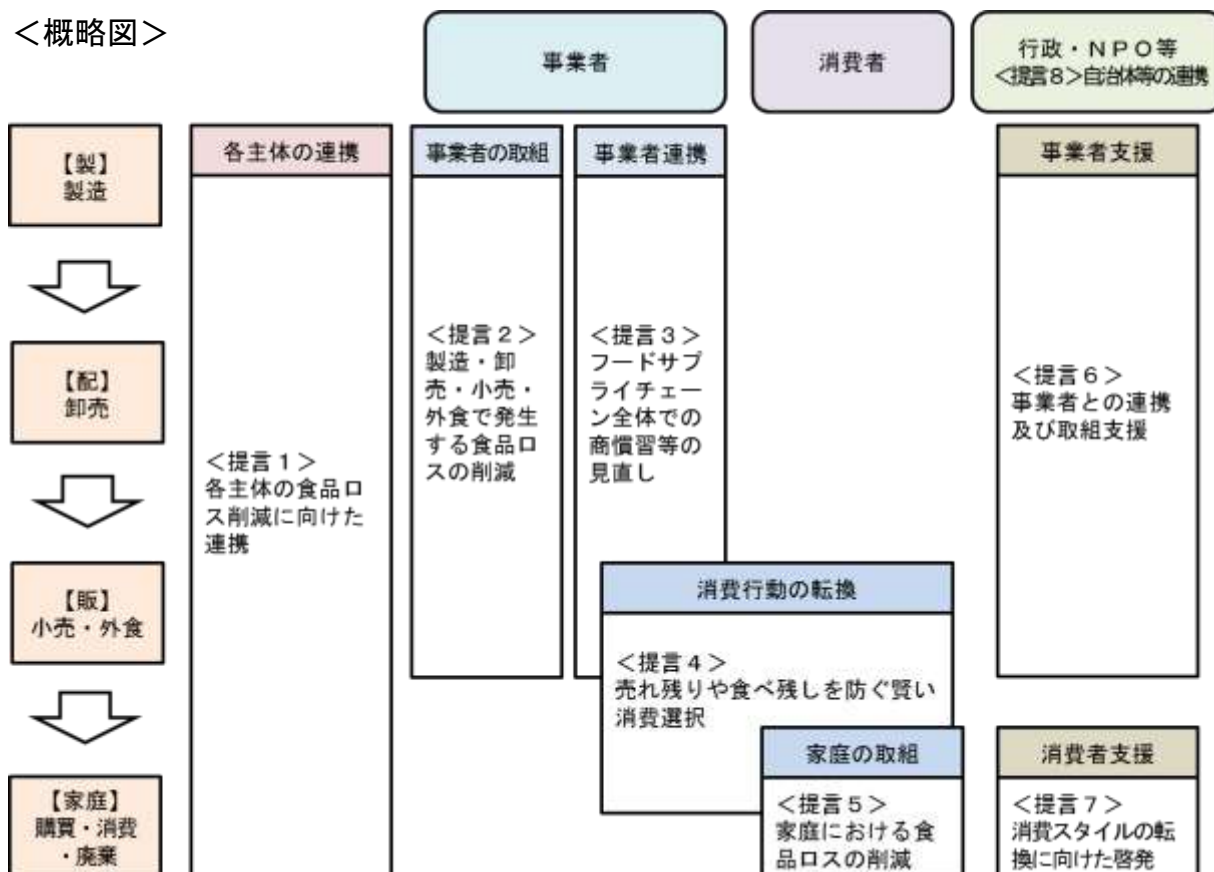
（関係者相互の連携及び協力）

第7条 国、地方公共団体、事業者、消費者、食品ロスの削減に関する活動を行う団体その他の関係者は、食品ロスの削減の総合的かつ効果的な推進を図るため、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。

VI 各主体の自主的な行動及び連携の促進に向けた提言

本提言では、きめ細かな食品ロス対策を推進するため、次の概略図のとおり、フードサプライチェーンに応じた、事業者、消費者、行政・NPO等の各主体の食品ロス削減に向けた取組について、現状及び課題を整理するとともに、具体的なパートナーシップ会議における主な意見と取り組むべき方向性を示す。

<概略図>



【共通】

<提言 1> 各主体の食品ロス削減に向けた連携

(1) 現状と課題

食品ロス削減をより効率的・効果的に進めていくためには、個々の取組のみならず、事業者や消費者等の双方向の対話を通じて、食品ロス削減に向けた連携・理解を深化させ、各主体が協調して取り組んでいく必要がある。

東京都においては、事業者団体、消費者団体等からなる「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」を平成29年9月に設置し、各主体との連携の元、食品ロスの削減策等について議論を重ねるとともに、イベントの開催等により具体的な協働を図ってきた。

「食品ロス削減の推進に関する法律」においても、関係者相互の連携及び協

力に関して、「国、地方公共団体、事業者、消費者、食品ロス削減に関する活動を行う団体その他の関係者は、食品ロスの削減の総合的かつ効果的な推進を図るため、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。」と規定されている。

また、食品ロスの削減に関する施策の総合的な推進を図るため政府が定める「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針¹²」においても、「それぞれの役割を果たしながら連携・協働し、食品ロスの削減に取り組む先駆的・意欲的な取組事例が創出されていくことが期待される。」と規定されている。

新型コロナウイルス感染拡大の影響が様々な形でフードサプライチェーンへ及んでおり、食品ロス削減に向けて、各主体の連携は一層必要不可欠なものとなっている。

(2) 主な意見

(各主体の連携について)

- 食品ロス削減を効率的・効果的に進めるためには、事業者、消費者、行政・NPO等が連携した上で、各主体がそれぞれの取組を実践していくべきである。
- 各主体の役割等も踏まえた上で、具体的な連携手法等について工夫していくべきである。
- 食品ロス削減の場面によって効果的な連携手法は異なるので、各場面に応じた連携をしていくべきである。
- 学校休校時の給食用牛乳や全国各地の観光客向けの果物や物産などコロナ禍の影響で出荷が困難になった食材について、小売各社の店舗で生産者の応援販売が実施された。また、外食店で利用されなくなった食材について製造、卸、運送等のサプライチェーンが協力して、冷蔵・冷凍保管・利用調整するなど、食品ロス削減につながる取組が見られた。

(3) 方向性

① 各主体の連携

フードサプライチェーンが複雑に絡み合う過程で発生する食品ロスは、特定分野へ規制を設けることで解決する問題ではないため、**コロナ禍の影響**

¹² 食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号）第11条第1項の規定に基づき、政府が定める食品ロスの削減に関する施策の総合的な推進を図るための基本方針であり、都道府県及び区市町村は、本基本方針を踏まえ、削減推進計画を定めるよう努めなければならない。

による新しい生活様式の転換を含め、事業者、消費者、行政・NPO等が抱える課題や役割を理解し、各主体が一層連携して取り組むことで、食品ロス削減を効率的・効果的に進めていくべきである。

② 協働による取組や優良事例の共有

更なる食品ロスの削減を推進するためには、各主体間での協働による取組や優良事例の共有などがより円滑に進むよう、都としても先導的に取り組んでいくべきである。

【事業者編】

＜提言2＞ 製造・卸売・小売・外食で発生する食品ロスの削減

(1) 現状と課題

食品ロスを削減する上で、まず、製造・流通段階での発生抑制に努めることが重要である。

その上で、ビジネスの分野において、食品ロス削減に資する事業が登場している。BtoCのサービスではPCやスマートフォンのアプリを活用し、消費者個人にきめ細かい情報を提供する新しいサービス¹³などや、BtoBでは、気象情報やPOSデータ等を用いた需要予測システムが台頭し始めている。

＜一般財団法人日本気象協会「売りドキ予報」当日予報画面イメージ＞



東京都食品ロス抑制のためのICTを用いた情報共有の実証事業

また、経済産業省は、在庫の可視化や食品ロスの削減などの社会課題の解決

¹³ EcoBuy（東京都の「持続可能な資源利用」に向けたモデル事業で採択した賞味期限等が近い食品を購入するとポイントを付与する食品ロス削減アプリ）、TABETE（飲食店等で発生してしまう余剰食品をユーザーとマッチングするフードシェアリングサービス）

を目指し、平成 30 年度に R F I D（電子タグ）¹⁴を用いた情報共有システムの運用の実験をするなどの動きも見られる。今後の普及に向けた課題はあるものの、電子タグの活用で、商品の移動履歴、販売機会のロス防止、過剰在庫による食品ロス削減、機動的な値引きによる消費者サービス向上を図り、サプライチェーン全体の効率化を目指すとしている。

こうした製品・サービスを積極的に活用することは、食品の売れ残り予防やダイナミックプライシング（需要と供給の状況に応じて価格を変動させる価格戦略）により賞味期限が迫った食品を手間なく割引できるため、サプライチェーン全体や消費者個人も積極的に利用することで、食品ロス削減への効果が期待される。

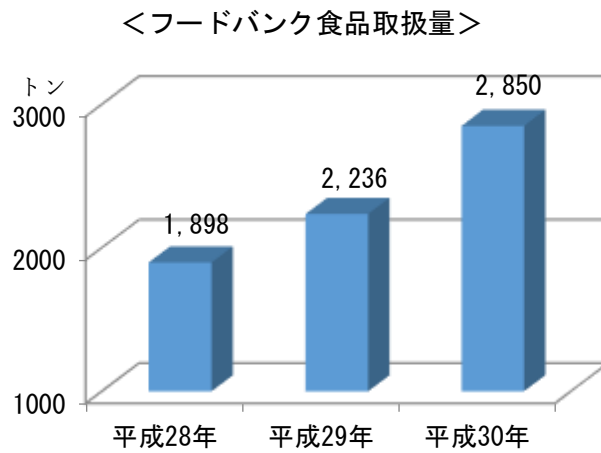
一方、製造段階における需要予測による商品の納入調整、流通段階における商慣習の改善、小売段階における見切り販売や小分け販売等、それぞれの段階に応じた発生抑制に向けた取組が行われているが、それでも消費者に提供されない食品は発生してしまう。

最近では、商品自体に問題はないが出荷ができない食品を販売者・消費者の理解のもとインターネットで販売するサイトなど民間でのサービスも開始されている。また、コロナ禍において、せつかく生産・製造された食材が行き場を失う状況がクローズアップされたことで、こうしたサービスの利用が加速しており、廃棄から消費への転換を図っていくためにも、更なる普及が期待される。

その他の取組として、例えば飲食店の予約全体の 1%弱を占めていると言われている無断キャンセル（いわゆる「No show」）について、ITベンチャー企業が対策サービスに乗り出しており、ウェブでの予約時に前受金（保証金）を預かるデポジット機能や、予約のキャンセルで生じた空席の情報をメールで配信するサービスなど、食品ロス削減はもとより、食材費、人件費等の損失を防ぐ取組として注目されている。

¹⁴ Radio Frequency Identification の略称。商品や食品などに電子情報（名称、値段、製造年月日などの情報）を入力している「RF タグ」を貼り付け、読み込み装置の「リーダーイタ」で電子情報を読み込むシステム

また、食品企業の製造工程で発生する規格外品などを引き取り、福祉施設等へ無料で提供するフードバンク活動により、食品を廃棄することなく活用する方法がある。現在、日本で1年間に発生した食品ロスの約612万トンのうち、食品関連事業者から発生した食品ロスは約328万トン（平成29年度）と推計されているが、農林水産省の調査報告¹⁵によると、フードバンク76団体の食品取扱量の合計は2,850トン（平成30年）に止まっており、フードバンク等へ食品を提供することにより消費機会を確保する余地は十分あると言える。また、新型コロナウイルスの感染拡大の影響による経済情勢の悪化から、生活困窮家庭等における未利用食品のニーズは高まっており、フードバンク活動の重要性は高まっている。



¹⁵ 平成31年度 持続可能な循環資源活用総合対策事業「フードバンク実態調査事業報告書」公益財団法人 流通経済研究所

(2) 主な意見

(新たなビジネスモデルについて)

- 期限間近の商品を買うことで割引や寄付が行われる仕組みなどを活用し、食品ロス削減に努めるべきである。
- 電子タグや画像認証技術などの新しい技術は、**非接触や社会的距離を保つ側面からも効果が期待されるため、**買い物の際の食品ロス削減に向けても活用を図るべきである。
- **コロナ禍で、安全・安心のため密集を回避することのできるインターネット販売が増加しており、今後も新たな生活様式の 1 つとして定着していくものと考えられる。**

(サプライチェーンの各段階における削減の工夫について)

【製造】

- 市場の需要に応じて製造することが食品ロス削減に向けて必要である。
- インターネットの販売サイトを活用するなど、製造業者から期限間近の食品の販売が促進されれば、消費者も買いやすくなる。
- 段ボール等の外箱の傷やゆがみを原因とした返品による物流段階でのロス削減のため、事業者や消費者の理解を促進していく必要がある。

【卸売】

- 複数の小売事業者が、汎用倉庫を共有している場合、納品期限を最も厳しい小売事業者に合わせるため、納品期限緩和には汎用倉庫を活用している全ての事業者の協力が必要である。

【販売】

- 売り方の好事例（調味料と生鮮品を絡めて販売するといった手法等）を活用し、販売の際の食品ロス削減に役立てるべきである。
- 買物の際に店頭で調理法や保存方法に関する情報があると、消費者も安心して買物ができ、家庭での食品ロスを減らしていける。
- 気象情報や販売データ等のビッグデータを活用して、食品ロス削減に取り組むべきである。
- 気象情報や消費者動向等の情報がより細かい地域や店舗形態に合わせて分析されるなど精度の高い予測が求められる。
- 季節商品等から発生する食品ロスの削減に向け、予約販売や試食等の販売手法を活用するべきである。
- 外食店でのいわゆる No show 問題について、対策サービスの利用や消費者への呼び掛けなどの工夫が必要である。
- **コロナ禍で安全・安心が求められる中、外食店における予約制は、三密を回避できるだけでなく、食品ロス削減に資する 1 つの方法である。**

- 食品ロスの削減に十分取り組んだ上でも生じる食品廃棄物については、飼料化、肥料化等のリサイクルを実施する必要がある。

(フードバンクの活用について)

- フードバンクへの寄付を今以上に促進するためには、食品の衛生管理に十分注意する必要がある。

(3) 方向性

【サプライチェーン全体】

① 需要予測情報の共有化

サプライチェーン全体で連携した製造・仕入・販売を実施する必要があり、各段階での需要予測は実施されているが、需要予測情報を共有化することで無駄のない効率的な生産や流通を実現し、全体最適化を図るべきである。

② 過剰生産・過剰発注等の防止

PCやスマートフォンのアプリを活用し、消費者個人にきめ細かい情報を提供する新しいサービスや気象情報やPOSデータ等を用いた需要予測システムが台頭し、食品ロスの削減にも資するビジネスモデルが登場している。このようなAI等を用いた販売・来客予測の活用や地域のイベント情報等の把握により、過剰な生産や発注等を防止するべきである。

③ 創意・工夫による取組の推進

食品ロス削減に向けて、販売段階における見切り販売や小分け販売等取組が行われているが、それでも消費者に提供されない食品は発生する。こうした状況を踏まえ、賞味期限、消費期限間近の商品を購入した場合に、スマートフォンアプリを活用してポイントを付与する仕組みの活用が図られている。民間事業者の創意・工夫による取組を推進するとともに、食品ロス問題について消費者の意識向上を図り、また廃棄量の削減を促すことによって、食品ロス問題の継続的な解決を図るべきである。

④ 先進的技術の導入

製造、卸売、販売の各段階で食品ロスが発生している現状を踏まえ、電子タグの活用により、商品の移動履歴の把握、販売機会のロス防止、過剰在庫による食品ロス削減、機動的な値引きによる消費者サービス向上を図り、サプライチェーン全体の効率化を目指す動きが見られる。こうした製品・サービスを積極的に活用することは、食品の売れ残り予防やダイナミックプライシングによる賞味期限が迫った食品を手間なく割引できるなど、食品ロス削減への効果が期待されるだけでなく、**コロナ禍で求められる非接触や密集を回避する観点からも、将来的な導入を視野に入れるべきである。**

⑤ 飼料化、肥料化等によるリサイクルの推進

発生抑制に最大限努めた上で、それでも発生する食品ロスについては、飼料化、肥料化等のリサイクルを実施するなど廃棄ゼロに向けて取り組んでいくべきである。

【製造】

⑥ 包装技術・冷凍技術等の技術革新

製造段階において、市場の需要に応じて製造することが食品ロス削減に向けて重要であり、包装技術・冷凍技術等の更なる革新により食品ロスの削減に努めるべきである。

⑦ 需要予測の活用

気象情報等を用いた食品の需要予測等を活用することで、生産・仕入れ・販売等の工夫を推進するべきである。

【卸売】

⑧ 在庫情報等の共有

農林水産省が公表している食品ロス削減に向けた小売事業者の納品期限緩和の取組によると、コンビニエンスストアや総合スーパー等を中心に飲料及び賞味期限 180 日以上菓子等について、納品期限緩和の取組が一定程度進んでいる一方、卸の汎用倉庫では、店舗ごとに棚を設けていないので、納品期限の最も厳しい小売店を基準にして、全ての在庫を管理せざるを得ず、フードチェーン全体で食品ロス削減効果が発揮できていない状況にある。賞味期限が長い加工食品の一部については、業界を挙げて更なる納品期限の緩和に努めるとともに、卸売が抱える納品期限が近い商品等の在庫情報を共有することで、未利用食品の廃棄を積極的に防ぐべきである。

【販売】

⑨ 安心して買い物ができる工夫

販売段階では、見切り販売、小分け販売、予約販売、外食では商品の提供・調理方法の工夫等、発生抑制に向けた取組が進められており、最近では、商品自体に問題はないが出荷ができない食品を販売者・消費者の理解のもとインターネットで販売するサイトや、飲食店の無断キャンセルにより生じた空席情報を配信する取組など民間でのサービスも開始されている。こうした賞味期限が近い商品などをインターネットで販売するサイト等はコロナ禍において利用が拡大しており、有効に活用するとともに、消費者が安心して買い物ができ、家庭における食品ロスを減らしていけるよう、販売の際に調理や保存等に関する情報を提供するなどの工夫をするべきであ

る。

⑩ 納品期限緩和の取組

製造メーカーの賞味期限の年月表示化の推進と併せて、卸売・小売業への納品期限について、現行の商習慣である 1/3 ルールを見直し、1/2 以上に向けて納品期限緩和の取組みを推進するべきである。

【フードバンクの活用】

⑪ フードバンクの積極的な活用

農林水産省の調査報告によると、フードバンク 76 団体の食品取扱量の合計は 2,850 トン（平成 30 年）に止まっているため、フードバンク等へ食品を提供することにより消費機会を確保する余地は十分あると言える。発生抑制に努めた上で、それでも消費者に提供されない食品については、フードバンク等を積極的に活用し、徹底して未利用食品の有効活用を図るべきである。

＜提言3＞ フードサプライチェーン全体での商慣習等の見直し

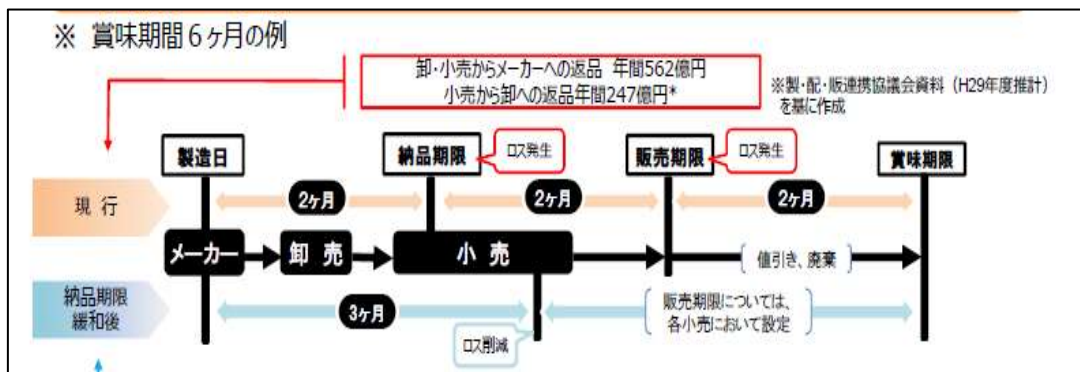
(1) 現状と課題

農林水産省が公表している食品ロス削減に向けた小売事業者の納品期限緩和の取組¹⁶によると、コンビニエンスストアや総合スーパー等を中心に飲料及び賞味期限 180 日以上菓子等について、納品期限緩和の取組が一定程度進んでいる。

一方、納品期限の緩和に取り組んでいる企業の年間売上業態別シェアは、総合スーパー：売上シェア 81% (10 社)、食品スーパー：売上シェア 16% (19 社)、コンビニエンスストア：売上シェア 93% (8 社) となっており、更なる納品期限の緩和に向けて、地方の食品スーパー等が一層取組を拡大させることが今後の課題となっている。

＜食品製造業、卸売・小売業における商慣習（3分の1ルール）＞

3分の1ルールとは、商品を賞味期限の3分の1以内でスーパー等の小売店に納品するという食品業界の商慣習のことで、納品が遅れた商品は店頭に並ばず、返品や廃棄処分となってしまう。



出典：農林水産省「食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢」

また、複数の小売事業者の商品を共有して取り扱う卸の汎用倉庫では、店舗ごとに棚を設けていないので、納品期限の最も厳しい小売店舗を基準にして、全ての在庫を管理せざるを得ず、フードチェーン全体で食品ロス削減効果が発揮できていない状況にある。納品期限緩和には汎用倉庫を活用している全ての小売事業者の協力が必要である。



出典：農林水産省「食品ロス及びリサイクルをめぐる情勢」

¹⁶ 農林水産省：食品ロス削減に向けた納品期限緩和の取組の進捗と今後の展開について（平成 31 年 4 月 12 日）

(2) 主な意見

(情報の共有化等について)

- メーカー、卸、小売が情報を共有し、在庫を減らす、余りを作らない等の工夫をするべきである。
- 卸が抱える納品期限が近い商品等の在庫情報を共有することで、未利用食品の廃棄を防ぐべきである。

(納品期限の見直しについて)

- 賞味期限が長い加工食品の一部については、更なる納品期限の緩和に努めるべきである。また、賞味期限の延長や賞味期限表示の年月表示化も並行して進めるべきである。
- 汎用倉庫では最も短い納品期限に全企業の納品期限を合わせる管理手法を取っているため企業が一齐に緩和する必要がある。
- バラバラに納品期限を緩和すると、率先して納品期限を緩和した企業に古い食品が集まる可能性があるため、一齐に緩和する必要がある。

(3) 方向性

① 商慣習等の見直し

卸の汎用倉庫では、店舗ごとに棚を設けていないので、納品期限の最も厳しい小売店を基準にして、全ての在庫を管理せざるを得ず、フードサプライチェーン全体で食品ロス削減効果が発揮できていない。また、コロナ禍では更なる物流の効率化が求められている状況にある。賞味期限が長い加工食品の一部については、更なる納品期限の緩和に努めるとともに、未利用食品の廃棄をなくすため、製造技術や包装技術の向上による賞味期限の延長や賞味期限表示の年月表示化に努めるなど、フードサプライチェーン全体で食品ロス対策を実施するべきである。

② 削減効果等の情報発信

食品製造業、卸売・小売業等における商慣習である3分の1ルールの見直しや、賞味期限の年月表示など、創意・工夫により食品ロス削減に向けた事業者の取組も進展を見せている。都としてもそうした商慣習の見直しや食品ロスの削減に取り組んでいる状況を消費者にも積極的に啓発し、併せてその削減効果なども発信していくことで、一層の取組を推進するべきである。

【消費者編】

＜提言 4＞ 売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択

（１）現状と課題

食品ロス削減に向けて、まずは、食品ロスの実態把握や理解促進を図るとともに、食品ロス削減に寄与するサービスの活用等、賢い消費選択に努める必要がある。

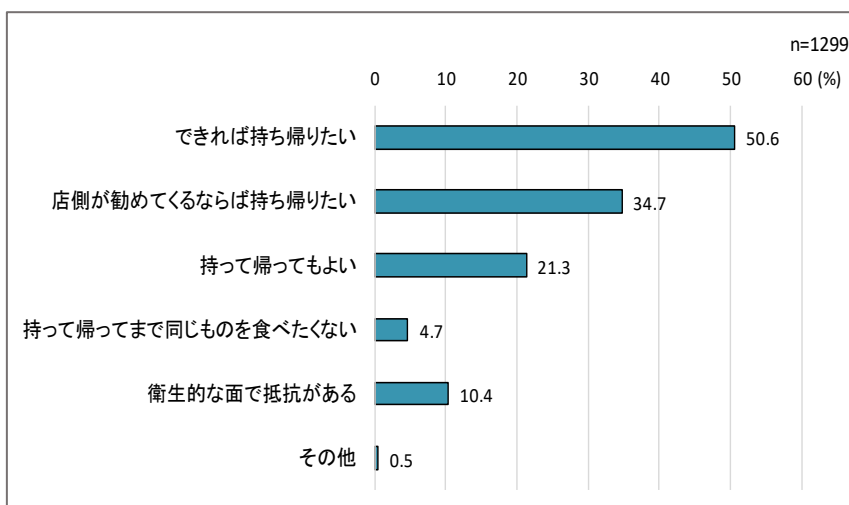
例えば、まだ食べられるが、閉店間際や商品入れ替え時など、店舗のオペレーション上廃棄せざるを得ない料理について、価格や引き取り期限をユーザーに情報発信し、店舗に取りに来てもらう仕組みを提供するアプリなどのサービスが登場している。新型コロナウイルス感染拡大を契機に、アプリを活用したサービスが広まっており、売れ残りの防止に向けてそうしたサービスの利用拡大が今後一層求められる。

また、飲食店における無断キャンセル（いわゆる「No show」）について、経済産業省が発表した対策レポートによると、経済的損失は推計 2,000 億円以上と言われており、準備した料理が廃棄されるといった実態がある。

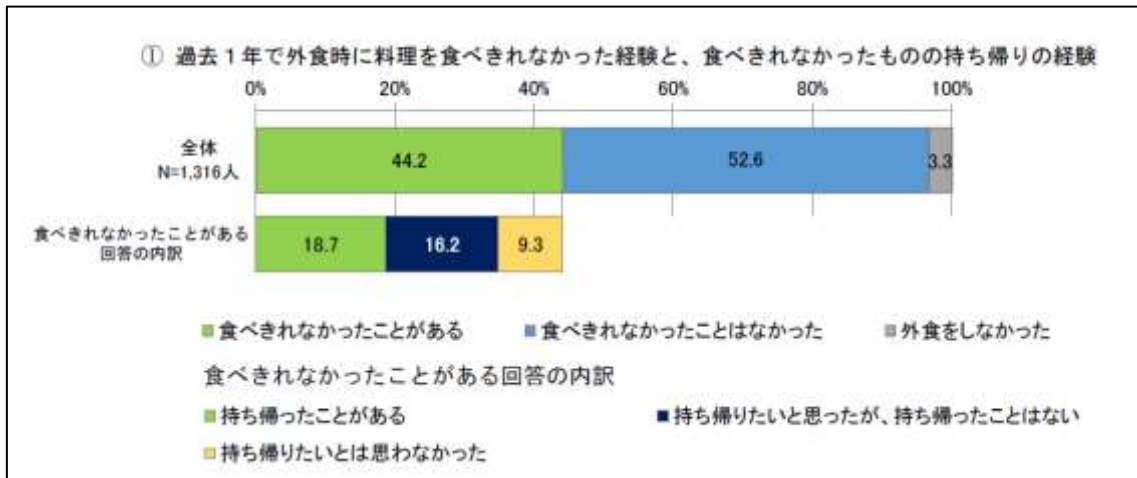
その他、平成 29 年度に都が実施した消費者アンケート調査によると、外食時の食べ残しの持ち帰りについて、「できれば持ち帰りたい」との回答が最も多く約 5 割を占め、次いで、「店側が持ち帰りを勧めてくるならば持ち帰りたい」との回答が多かった。また、消費者庁が物価モニター調査の一環で実施した外食時の持ち帰りに関する意識調査によると、過去 1 年で外食時に料理を食べきれなかった経験がある人は 44.2%おり、そのうち食べきれなかった料理を持ち帰ったことがある人は約 4 割であった。

＜平成 29 年度東京都「消費者アンケート調査」＞

問：外食時の食べ残しの持ち帰りについて



< 外食時の持ち帰りに関する意識調査 >



出典：消費者庁「令和2年1月物価モニター調査結果（速報）」

食べきれなかった料理を持ち帰ることができるドギーバッグの活用は、自己責任による持ち帰りが原則であるが、食べ残しを防止する上で効果的である。一方、持ち帰りに伴う衛生面や店舗での利用可否が分からないなどの課題が残っている。

< 飲食店用お持ち帰りステッカー¹⁷ >



出典：ドギーバッグ普及委員会

¹⁷ ドギーバッグ普及委員会が考案した自己責任で持ち帰りができることを明示した店舗ステッカー（2019年5月作成）

(2) 主な意見

(消費行動について)

- 食品ロス削減に向けて、必要な物を見極めて購入するべきである。
- 消費者の積極的な行動が食品ロス削減に向けたサプライチェーン全体の取組に繋がるため、事業者側も行動経済学のナッジの手法を用いるなど、消費者の賢い選択を後押しするべきである。
- 消費者が欠品を許容できる文化が醸成されるべきである。
- No show 問題について消費者が正しい知識を持つことが重要である。

(外食の持ち帰りについて)

- 持ち帰りは自己責任だが、持ち帰り時に、期限の目安を提示するなどの一定のルールの基に実施されるべきである。
- 食べ残しに対する観点も重要だが、注文時に量や食材を確認するなど食べきれ的分だけ注文するべきである。
- 消費者の方からニーズを醸成していくことが大事だが、少数派だと、食べ残しを持ち帰ること自体を奇異の目で見られてしまうことがある。
- 食べきりやドギーバッグの活用促進に向けて、消費者庁が作成した「外食時のおいしく『食べきり』ガイド」等を活用し、利用方法や衛生面での理解を深める必要がある。

(3) 方向性

① アプリ等のサービスの活用

店舗では、食品ロスの発生抑制に努めており、最近では、価格や引き取り期限をアプリにより情報発信し、消費者に商品を店舗に取りに来てもらうサービスや行き場を失った食材のインターネット販売等の取組が始まっている。コロナ禍で一定程度活用は進んでおり、消費者もこのようなサービスを積極的に活用することで食品ロスの削減に繋がる消費行動をとるべきである。

② 賢い消費選択

購入する食材やその量と、食べ切れる食材やその量とのミスマッチにより、食品ロスが発生することがある。そのため、必要な物や量を見極めた上で消費行動をとる必要があり、買い物前に冷蔵庫をチェックし必要な分だけ食品を購入することや、外食店舗によっては小盛メニューが設定されているので量や食材を確認し、食べられるかどうかを判断するべきである。事業者側においても、ちょっとしたきっかけを与えることで消費者の行動変

容を促す「ナッジ¹⁸」の手法を用いるなど、消費者の賢い選択を促進するべきである。また、飲食店における無断キャンセルについて、正しい知識と理解のもと行動するべきである。

③ 持ち帰りの定着

外食時の持ち帰りを定着させるには、持ち帰り環境を整えることはもとより、消費者の食品の保存に関する知識の普及啓発を併せて行う必要がある。消費者が食品の飲食について自ら判断する意識が育成されることで、食品衛生に関する知識が向上され、ドギーバッグの活用が進むなど持ち帰り文化が更に醸成されるべきである。

¹⁸ リチャード・セイラーとキャス・サンステイーンが提唱した手法で、「肘でそっとつく」と訳されるように、人々が強制によってではなく自発的に望ましい行動を選択するよう促す仕掛けや手法

＜提言5＞ 家庭における食品ロスの削減

（1）現状と課題

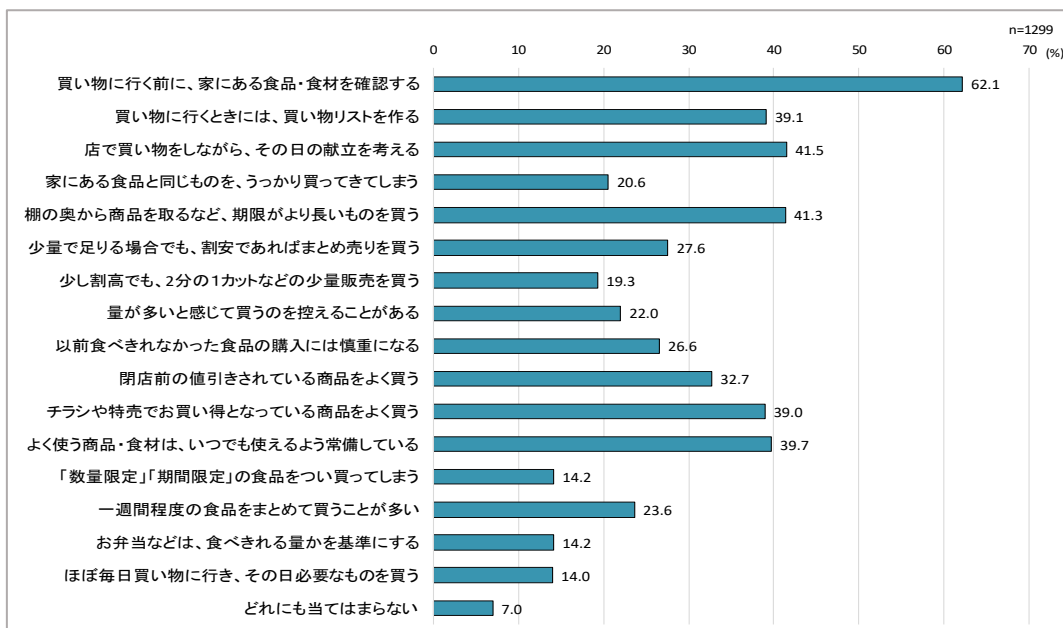
日本で1年間に発生した食品ロス約612万トンのうち、一般家庭から発生した食品ロスは約284万トン（平成29年度）と推計されており、全体の約半分は家庭から発生している。金額にすると、4人家族の1世帯当たり毎年約6万円相当の食品を捨てていることになる。¹⁹

そのため、家計の負担軽減の観点からも、必要以上の買物、保管したまま期限切れ、不必要品の贈呈などから発生する食品ロスの削減を促進していかなければいけない。

また、平成29年度に都が実施した消費者アンケート調査においても、「買い物に行く前に家にある食品を確認する」との回答は62%で最多だったが、「買い物時に、商品を奥の方から取るなどして、より期限が長いものを選択する」との回答が41%と3番目に多いことから、食品ロスを意識した消費行動の浸透が課題となっている。

＜消費者アンケート調査＞

問：食品を購入する際、どのようなことに留意しているか。



平成29年度東京都「家庭系食品ロス発生要因等調査」

¹⁹ 環境省：食品ロスを減らすために、私たちにできること

また、新型コロナウイルスの感染拡大を契機として、在宅時間の増加に伴う家庭での料理の機会が増えているほか、密集回避などのためオンライン販売や宅配の活用も拡大している。

(2) 主な意見

(理解の促進について)

- 賞味期限や消費期限等に関して消費者の理解が更に促進されるべきである。
- 家庭における食品ロス削減に向けて、インターネットや書籍などの有用な情報を積極的に活用するべきである。

(消費スタイルの転換について)

- すぐ食べる場合など利用時期によっては、期限が近い商品を積極的に購入する、棚の前から商品を取るなどの消費スタイルが定着されるべきである。
- 食品ロス削減に向けて、食品に合わせた保存や余ってしまった料理のリメイクなどの工夫が格好いい、楽しいといった消費者の機運が醸成されるべきである。
- ライフスタイルの変化や、食文化をつくるといった観点から食品ロスを捉えて行動するべきである。
- 経済的インセンティブに頼らず食品ロス削減行動が当たり前になるライフスタイルの定着を目指すべきである。
- 食品の鮮度維持や衛生的な持ち運び等のために不可欠な最低限の容器包装を除いては、プラスチックの排出総量の削減及びリサイクルの徹底が推進されるべきである。
- コロナ禍の影響で食生活を取り巻く状況にも変化が見られることから、その変化に着目した取組を進めるべきである。

(3) 方向性

① 正しい知識と理解による直接廃棄等の削減

食品ロス削減に向けて、事業者は削減の取組を積極的に情報発信するとともに、消費者は食品ロスの実態把握や理解促進に努める必要がある。賞味期限と消費期限の違いや、食品の保存方法などに関する知識をインターネットや書籍等を積極的に活用し情報把握に努め、正しい知識と理解のもと、調理されずに捨てられる直接廃棄や食材の過剰除去等を防止するべき

である。

② 食品ロス削減行動の習慣化

食品ロスの削減に向けた行動が特別なことと認識されている状態では、取組として継続性を確保できない。食品ロス削減が特別なことではなく当たり前のこととなり、例えば、買物前のストックチェックの習慣化や、食品に合わせた保存や余ってしまった料理のリメイクなどの工夫が格好いい、楽しいといったライフスタイルや、食品ロスの削減を前提とした食文化をつくるといった観点から食品ロスを捉えて行動するべきである。こうした取組の重要性は、コロナ禍においても同じであり、自宅で料理する際は作りすぎない、食材を使い切る工夫をする、インターネット販売を利用する際も実店舗の買い物と同様に買いすぎない、テイクアウトでも店舗での飲食と同様に食べ残さない、といった具体的な取組が浸透していくことが重要である。併せて、食品の容器包装についても、分別を徹底するなどリサイクルを促進していくべきである。

【行政・NPO等編】

＜提言6＞ 事業者との連携及び取組支援

（1）現状と課題

食品ロス削減に向けて需要予測に応じた生産・発注の管理、包装容器の技術開発や冷凍技術の進化による賞味期限の延長など、個々の事業者の取組は一定程度進んでいる。更に食品ロス削減の取組を加速させるためには、個々の事業者の取組に止まらず食品サプライチェーン全体での取組となるよう行政も後押しし、ICTを用いて在庫情報を共有するなど、新しい技術を主体間で連携して活用していく必要がある。

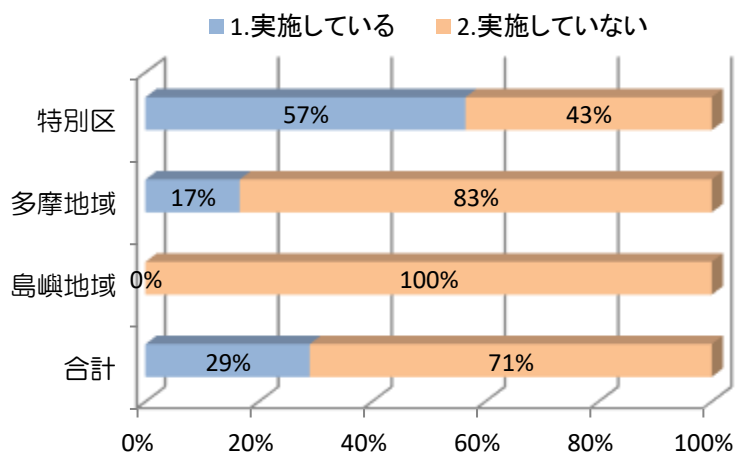
また、自治体と飲食店等が連携し、食べ残しの削減等に取り組む店舗を登録・紹介する「食べきり協力店」の実施も図られている。

「今後の資源循環施策に関する区市町村と都との共同検討会」において都が実施したアンケート調査では、約30%の自治体で食べきりを推奨する飲食店や小売店の登録を実施しており、更なる取組の広がりが課題である。

コロナ禍における人々の意識や行動の変化を踏まえつつ、それらの取組がより一層促進されるよう、情報提供や意見の交換を徹底するなど、事業者との連携を強化していく必要がある。

＜区市町村食品ロス対策等アンケート（令和元年度）＞

問：食べきりを推奨する飲食店や小売店の登録の実施について



今後の資源循環施策に関する区市町村と都との共同検討会

(2) 主な意見

(行政と企業との情報共有について)

- 事業者の食品ロス削減の取組を一層推進するため、消費者の意識の変化を把握し、その情報を事業者へフィードバックするべきである。
- 食べ残しの廃棄を防ぐため、食品ロスの発生状況を調査し、結果を事業者と共有するべきである。

(行政と企業との連携について)

- 新たな技術の導入に当たっては、事業者の活動がスムーズに行われるかの視点を入れるべきである。
- 事業者の製品リサイクル等も視野に入れた賞味期限延長等の新しい技術開発の取組を後押しするべきである。
- 一社ごとではできない取組でも、地域や行政等と連携を図ることで実施していくべきである。
- 事業者等から排出される食品廃棄物について、発生抑制やリサイクルの取組がより促進されるよう、廃棄物処理費用の価格設定の見直し等が将来的に図られるべきである。

(3) 方向性

① 事業者と連携した取組の推進

行政が食品ロス削減をより効率的・効果的に進めていくためには、事業者と密接に連携しながら、取り組んでいく必要がある。そのため、食べ残しの削減等に取り組む店舗を登録・紹介する「食べきり協力店」の実施や共同でのイベントの開催、事業者による先進的な取組に関する実証事業等、事業者と連携して削減に向けた取組を継続的に推進していくべきである。
なお、こうした連携した取組は、コロナ禍においても重要であり、オンライン等の活用など、創意工夫しながら実施すべきである。

② エビデンスベースでの施策展開

食品ロスの抜本的な削減に向けては、実測調査や国・区市町村等の情報を精査・分析することが必要不可欠である。今後、更なるICT技術の発展等により得られる、より詳細な食品ロスの発生状況や傾向等の実態に応じて食品ロス削減に向けた対策を講じるなど、エビデンスベースで施策を展開していくべきである。

③ 発生抑制、リサイクル等の促進

食品ロスの削減に向け、従来ごみとして捨てられていた食品廃棄物に関して、発生抑制やリサイクル等へのインセンティブが働くよう、廃棄物処理

費用の価格設定の見直し等について区市町村とも連携しながら取り組んでいくべきである。

④ 新しいアイデアの後押しと活用

民間事業者においても、例えば、店舗で廃棄せざるを得ない料理について、価格や引き取り期限をアプリにより情報発信し、店舗に取りに来てもらうサービスや、大手コンビニエンスストアによる販売期限の迫った弁当やおにぎりの実質的な値引きなど、食品ロス削減に向けた動きは広がりを見せている。今後こうした取組や新しいアイデアの普及を行政としても後押しするとともに、事業者も積極的にそのアイデアを取り入れていくべきである。

⑤ 新たなビジネスモデル創出の推進

コロナ禍の影響により社会全体でデジタル化による効率化が一層求められる中で食品ロス削減の取組を加速させるためには、個々の事業者の取組に止まらず食品サプライチェーン全体での取組となるよう、ICTを用いた在庫情報の共有など、新しい技術を主体間で連携して活用していく必要がある。そのため、ICTやAI更には5Gの活用を見据え、食品ロスに関する先駆的な取組や新たなビジネスモデルの創出を推進し、事業者の取組の底上げを図るべきである。

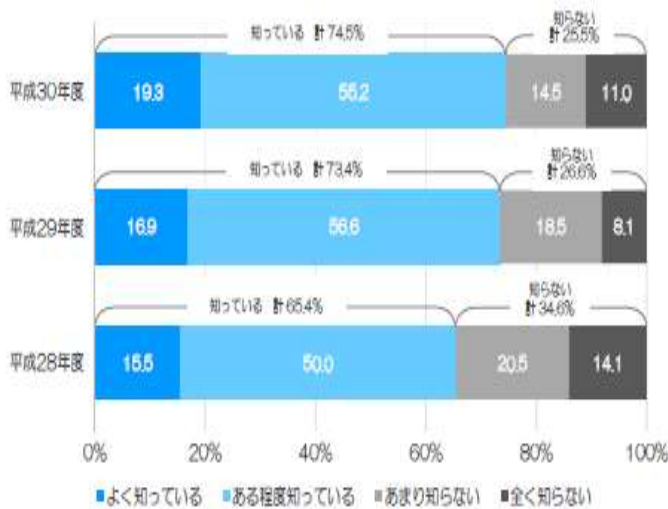
＜提言7＞ 消費スタイルの転換に向けた啓発

(1) 現状と課題

国や地方自治体において、3010運動（宴会等から出る食べ残しを削減するため、開始後30分と終了前10分は、席を立たずに食事を楽しむ運動）の促進や、フードドライブ（家庭で余っている食べ物を持ち寄り、それらを福祉団体や施設、フードバンクなどに寄付する活動）の実施など具体的な取組が広まっている。

一方、平成30年度に消費者庁が実施した消費者の意識に関する調査結果によれば、食品ロス問題の認知度は74.5%となっており、前回調査より認知度は微増したものの、「あまり知らない」14.5%、「全く知らない」11.0%という消費者もいる。

＜食品ロス問題の認知度＞



出典：平成30年度消費者庁「消費者の意識に関する調査」

＜3010運動普及啓発用チラシ＞



出典：環境省

また、コロナ禍の影響でせっかく生産・製造された食材が廃棄されるケースが相次いだことにより食品廃棄や食品ロスの問題を意識するきっかけとなったことを踏まえて、食品ロス削減の正しい知識と理解を深め、より能動的な行動を促していく必要がある。

(2) 主な意見

(啓発について)

- 食品ロスの現状や賞味期限・消費期限の違いなどに関する消費者への啓発、ウェブサイトによる情報発信、イベントの開催等により、更なる食品ロス削減を推進していくべきである。
- 子供たちへの食育や食べ物の大切さを伝えることで、家庭における食品ロス削減の取組がより一層促進される。
- イベントを開催する際は、楽しくかつ学ぶことを意識し、食品ロス削減の目的や効果といった本質を伝えるべきである。
- 楽しく買い物や消費することで、結果として食品ロス削減に繋がるというような、消費活動を抑制しない広報を展開するべきである。
- 総菜や生鮮品の売れ残ったものをリサイクルするプロセスを見せることで、食品廃棄の実情を知る機会を設け、食品ロス削減を推進するべきである。
- 資源循環の観点から食品ロスの削減のみならず、食品の容器包装のリサイクルの促進も含めた啓発が実施されるべきである。
- **コロナ禍で、日常の食生活にも様々な変化が見られることから、その変化に応じた取組を分かりやすく伝えるべきである。**

(3) 方向性

① 消費スタイルを変えるムーブメントの醸成

マイバッグやマイボトルの持参など環境に配慮した個人の取組が、一定程度社会に定着している。食品ロスについても、自分にできることを考えるきっかけとするイベント等の開催により、個人の消費スタイルを変えていくムーブメントを醸成していくべきである。

② 実践機会の創出

最近では、残った食材を持ち寄ってチームに分かれて料理の腕を競うなど、エンターテインメント性を取り入れたイベントが開催されている。こうした楽しみながら食品ロス削減を実践しながら学ぶ機会を創出していくべきである。

③ イベント内容の工夫による理解の促進

食品ロスは、単に食べ物がもったいないというだけでなく、気候変動や飢餓人口の増加など様々な問題と関連している。食品ロスを気軽に知ることから、こうした食品ロス問題の本質を理解するような内容まで、対象や理解度に応じたイベントを展開するべきである。

④ 理解促進に向けた効果的な情報発信

新たな生活様式に転換する中においても、食品ロス削減に向けて、食品ロスの実態把握や理解促進を図る必要がある。賞味期限と消費期限の違いや、食品の保存方法などに関する知識をインターネットや書籍等を活用し積極的に情報把握に努め、併せて、食品の容器包装の適正なリサイクル等についても正しい知識と理解を得る必要がある。そのため、イベント開催や冊子作成のほか、感染防止に配慮するため、ホームページ等オンラインを活用した情報発信などを通じ、その現状や必要性を効果的に示していくべきである。

＜提言 8＞ 自治体等の連携

（１）現状と課題

食品ロスの削減に向けては、都において、食品ロスを広く都民に啓発するイベントの実施や、「持続可能な資源利用」に向けたモデル事業²⁰における食品ロス対策事業の採択、「チームもったいない²¹」への参加募集による行動変容の促進等を実施してきたが、国及び区市町村においてもそれぞれ独自にイベントや環境学習等を実施している。感染症への感染リスクを避けつつ、より効率的・効果的に食品ロスの削減を促進していくためには、国や区市町村との連携のもと、オンラインを活用した共同したイベント開催や未来を担う子どもたちへの学習機会等の更なる創出が欠かせない。

自治体間の連携により、情報発信や共同のキャンペーンが図られている事例もある。例えば、「全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会²²」では、外食時の「おいしい食べきり」全国共同キャンペーンの開催や参加自治体間で食品ロス削減の施策内容とノウハウを「施策バンク」として共有している。また、「九都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会²³」では、動画「食品ロスを考えよう」やマンガでわかる「食品ロスについて」の作成による食品ロス問題の理解促進を図ってきた。

＜食品ロス削減全国大会の開催＞



主催：徳島県、徳島市、
全国おいしい食べきり
運動ネットワーク協議会

＜動画「食品ロスを考えよう」の作成＞



九都県市首脳会議廃棄物問題検討委員会作成
<https://tokyodouga.jp/id4q70EtUC0.html>

²⁰ 採択事業：フードロス・チャレンジ・プロジェクト（平成 27 年度）、防災備蓄食品を物流センターを利用して減量・リサイクルし、食品ロス削減に寄与する事業（平成 28 年度）、福祉現場に食品を寄贈するリデュースモデルの構築（平成 29 年度）、EcoBuy 実証実験（平成 29 年度）

²¹ 食品ロスやレジ袋の削減、省エネなどの取組や行動を通じて、一人ひとりの「もったいない意識」を高め、消費行動を変えていくことを目的とした東京都の取組

²² 地方公共団体により、広く全国で食べきり運動等を推進し、以て 3 R を推進すると共に、食品ロスを削減することを目的として設立された自治体間のネットワーク

²³ 埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・横浜市・川崎市・千葉市・さいたま市、相模原市により組織され、廃棄物問題を解決するためのシステムづくりや市民への啓発を実施

また、行政が抱える防災備蓄食品については、有効活用し切れていないため、賞味期限前に買い替えを実施することで有効活用することが必要である。

(2) 主な意見

(自治体の取組について)

- 行政自らが率先して食品ロス削減に取り組み、家庭や事業者の取組を先導していくべきである。
- 食品ロス削減を効果的に進めるため、**オンラインの活用など感染リスクを避ける方策を取りつつ**事業者、消費者も巻き込んだイベントを開催するべきである。
- 食品ロス削減に向けた積極的な取組に対し、優良事例の公表や表彰などを実施するべきである。

(教育との連携について)

- 食品ロスの実態や削減に向けた具体的な行動について、子どもたちの理解が更に深まるよう取り組むべきである。
- 食品ロス削減を効果的に進めるため、小学生などを巻き込んで食品ロス削減の取組を実施するべきである。
- 子ども向けにSDGsも絡めながら、食品ロスについて教育していくべきである。
- 教育部局との連携により、高校生や大学生に向けた環境学習やイベントの開催を実施するべきである。
- 若い世代の人たちを巻き込みながら、持続可能な社会の実現に向けて、その担い手を育てていくという観点を持つべきである。

(3) 方向性

① 行政自らの率先行動の取組

食品ロス削減に向けて、自治体職員自らが具体的な行動を起こすとともに、食堂における規格外野菜を活用したメニューの提供や他自治体と連携した防災備蓄食品の有効活用など、行政自らが率先して取り組んでいくべきである。

② 事業者や消費者等を巻き込んだイベント展開

国及び地方自治体において、それぞれ食品ロス問題を啓発する広報やイベントが実施されており、事業者等との連携により官民が共同した取組も行われている。**コロナ禍においても**、各主体の着実な行動を促進するためには、**オンラインの活用など手法を創意工夫し**、事業者、消費者、九都県

市や区市町村等の食品ロス削減に向けた取組も参考に、優良事例の紹介や事業者や消費者を巻き込んだイベントを積極的に展開するべきである。

③ 食品ロスに関する教育の充実

食品ロスの問題は、子どもにとっても身近で理解しやすいことに加え、SDGsとの関連などから多面的かつ総合的に考え、実践できる力を養う題材である。子どもたちが、小・中・高・大と成長段階に応じて、食品ロスに関して体系的に学べる教材の開発や知識を得られる機会をより多く創出するべきである。

④ 防災備蓄食品の積極的な有効活用

賞味期限間近の行政が抱える防災備蓄食品において、防災訓練等での利用や職員等への配布などの事例も見受けられるが、有効に活用されていないケースがある。こうした現状を踏まえ、ローリングストック方式による備蓄量の平準化を図るとともに、一定の賞味期限前に買い替えた備蓄食品をフードバンク等へ提供する**ため、利用の際の留意点等を参考として示す**など積極的に有効活用を図るべきである。

VII おわりに

世界では、人の消費向けに生産された食料の約3分の1が生産過程で喪失又は、消費段階で廃棄されている。

また、栄養不足や飢えに苦しむ人々は世界で約8億人、世界の9人に1人にのぼり、安全で栄養価の高い食料を定期的に入手できない人は20億人を超えていると言われている。

こうした問題に加え、食料生産に費やされた膨大な量の資源が無駄に使われ、また、廃棄された食料を生産するために発生した温室効果ガスもまた無駄に排出されている。気候変動に関する政府間パネル（IPCC）「土地関係特別報告書²⁴」によると、グローバルフードシステム²⁵における、食料生産・製造の前後に行われる活動に関連する排出量は、人為起源の正味の温室効果ガスの総排出量の21～37%を占めると推定され、食品ロスは気候変動の要因にもなっている。

こうした観点からも、食品ロス削減は解決すべき喫緊の課題であり、2021年に開催される東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機として、東京都が先導して食品ロス削減に取り組み、それをレガシーとして継承していくべきである。

また、2019年12月に発表した「ゼロエミッション東京戦略」では、2050年に食品ロス実質ゼロという目標を掲げており、これを達成するためには、2030年をターゲットとした本提言を着実に実行するとともに、2050年に向けた検討の開始が必要である。コロナ禍で社会構造や日常生活が転換する中にあっても東京都のリーダーシップのもと、各主体がデジタル技術の活用、新たな発想によるイノベーションの検討、連携した取組の推進などにより世界のリーダー都市東京として世界に先駆けて目標達成することが求められる。

よって、都においては、本提言を受け、将来を見据えたロードマップを示し、食品ロス削減の具体的な施策を展開していくとともに、食品ロス削減推進法に規定する削減推進計画を策定し、着実に実行していくことを期待する。

²⁴IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change

Special Report Climate Change and Land August 2019

²⁵食料の生産、加工、流通、調理及び消費に関連するすべての要素（環境、人々、投入資源、プロセス、インフラ、組織等）及び活動、並びに世界レベルにおける社会経済的及び環境面の成果を含む、これらの活動の成果

【資料】

● 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議 委員名簿

氏名	所属（役職）
赤津 友弥 （～第六回）	一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 日東燃料工業株式会社ベニースーパー 取締役
阿出川 光俊 （第七回～）	一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 株式会社アデガワ 常務取締役
安東 迪子 （～第九回）	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 代表理事
土井 暁子 （第九回～）	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 事務局長
柿野 成美	公益財団法人 消費者教育支援センター 専務理事 首席主任研究員
金丸 治子	日本チェーンストア協会 イオン株式会社 環境・社会貢献・PR・IR担当付 担当部長
国友 千鶴	公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会 株式会社オズマピーアール 関西支社 支社長 関西本部 部長
中田 雅史 （～第五回）	一般社団法人 全国清涼飲料連合会 専務理事
河野 敦夫 （第六回～）	一般社団法人 全国清涼飲料連合会 専務理事
小林 富雄	愛知工業大学 経営学部経営学科 教授
清水 きよみ	公益財団法人 日本生産性本部 生産性総合研究センター一部長・SDGs 推進室長
横瀬 吾郎 （～第三回）	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 加食事業本部 商品オフィス室長
清水 俊樹 （第四回～）	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 加食事業本部 商品オフィス室長
関口 努	一般社団法人 日本フードサービス協会 株式会社吉野家ホールディングス グループ管理本部 総務課長
辰巳 菊子	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 常任顧問
田中 清 （～第八回）	一般財団法人 食品産業センター 味の素株式会社 理事 環境・安全・基盤マネジメント部長
高取 幸子 （第九回～）	一般財団法人 食品産業センター 味の素株式会社 サステナビリティ推進部長

梅崎 信彦 (～第三回)	全日本菓子協会 江崎グリコ株式会社 執行役員
田中 弓雄 (第四回～)	全日本菓子協会 江崎グリコ株式会社 グループ人事部 兼 渉外部 課長
北村 成司 (～第四回)	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 株式会社セブン-イレブン・ジャパン 商品本部飲料・酒・加工食品シニアマーチャンダイザー
西山 純生 (第一回小売部会 ～第九回)	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 株式会社セブン-イレブン・ジャパン サステナビリティ推進室 総括マネジャー
有元 伸一 (第九回～)	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 株式会社ローソン 事業サポート本部 環境社会共生・地域連携推進部 部長
黒川 徹雄 (～第五回)	一般社団法人 日本加工食品卸協会 国分グループ本社株式会社 経営企画部 企画一課長
花澤 裕 (第六回～)	一般社団法人 日本加工食品卸協会 国分グループ本社株式会社 経営企画部 副部長
福井 聡	一般社団法人 日本フードサービス協会 ワタミ株式会社 SDGs 推進本部部長
藤田 静江	特定非営利活動法人 東京都地域婦人団体連盟 監事
三田 謙二	コープデリ生活協同組合連合会 商品業務管理 統括部長
山田 博成	日本チェーンドラッグストア協会
渡辺 達朗	専修大学 商学部長

任期途中で交代された委員の所属及び役職は交代当時のもの

● 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議開催実績

平成 29 年 9 月 29 日 (金) 第一回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
平成 29 年 11 月 20 日 (月) 第二回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
平成 30 年 3 月 28 日 (水) 第三回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
平成 30 年 7 月 30 日 (月) 第四回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
平成 30 年 10 月 12 日 (金) 第一回外食部会
平成 30 年 11 月 16 日 (金) 第一回小売部会
平成 30 年 12 月 10 日 (金) 第二回外食部会

平成 31 年 3 月 4 日（月） 第五回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
令和元年 5 月 31 日（金） 第六回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
令和元年 10 月 11 日（金） 第七回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
令和 2 年 1 月 24 日（金） 第八回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

今後のスケジュール

令和2年度

【東京都】

9月11日 第9回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
・「食品ロス削減に向けた提言（案）」検討

【東京都】

10月下旬 第10回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
・「食品ロス削減に向けた提言」決定

【東京都】

1月中下旬 第11回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
・「東京都食品ロス削減推進計画（案）」意見聴取

【東京都】

1月下旬～ パブリックコメント実施

【東京都】

3月下旬 「東京都食品ロス削減推進計画」決定・公表