

第 19 回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 株式会社アデガワ 常務取締役
小野 郁	一般財団法人 食品産業センター サステナビリティ委員会委員 味の素株式会社 執行役 サステナビリティ推進部長
柿野 成美	法政大学 大学院 政策創造研究科 准教授 公益財団法人 消費者教育支援センター 理事 首席主任研究員
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 社会コミュニケーション推進室 室長
小林 富雄	日本女子大学 家政学部 教授
小山 遊子	日本チェーンストア協会 株式会社イトーヨーカ堂 サステナビリティ推進部 総括マネージャー
清水 きよみ	公益財団法人 日本生産性本部 SDGs 推進室長・経営アカデミー 特別参与
鈴木 一十三	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 環境委員会 委員長 株式会社ローソン 理事執行役員 サステナビリティ推進室長
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
高田 あかね	一般社団法人 日本フードサービス協会 株式会社アレフ SDGs 推進部 部長
田中 健太	一般社団法人 全国清涼飲料連合会 企画部 主任
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タレントマネジメントグループ人材育成チーム兼グループ渉外部 課長
土井 暁子	NPO 法人 TABLE FOR TWO International 事務局長
中山 有	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 サステナビリティ推進部 副部長
西沢 仁	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 経営企画本部 サステナビリティグループ サーキュラーエコノミー推進ユニット ユニットリーダー
藤田 静江	NPO 法人 東京都地域婦人団体連盟 理事
武士俣 淑恵	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 食生活委員会委員長 東日本支部食部会副会長
三田 謙二	日本生活協同組合連合会 コープデリ生活協同組合連合会 商品業務管理 執行役員
山田 博成	一般社団法人 日本チェーンドラッグストア協会 事務局 マネージャー
渡辺 達朗	専修大学 商学部 教授

第 19 回東京都食品ロス削減 パートナーシップ会議

東京都環境局
令和 7 年 9 月 12 日

第19回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

1. これまでの議論の全体像

2. 施策強化の方向性と主な意見に対する対応

- 基本的な方針
- 柱1 発生抑制の強化・徹底（リデュース）
- 柱2 有効活用方法の拡大（リユース）
- 柱3 資源の循環利用の促進（リサイクル）
- 施策の進め方 等

3. 今後のスケジュール等

「食品ロス及び食品リサイクル施策について」 (概要)

「食品ロス及び食品リサイクル施策について」（概要）

- 2050東京戦略において、**新たな食品ロス削減目標を設定**（2000年度比2030年60%減、2035年65%減）
- 目標達成に向けての**課題や施策強化の方向性**について、2025年5月以降、食品関連団体や消費者団体等により構成される「**東京都食品ロス削減パートナーシップ会議**」にて**集中的に議論**



重点課題として抽出した**家庭系・外食産業を中心とした発生抑制**、日配品等の**食品寄付促進**、2050年実質ゼロも見据えた**再生利用の促進**を強化する13の主要施策と、これらの施策を後押しする取組等に関する議論を整理

概要		
背景・課題		■ 食品ロス・食品リサイクルをめぐる動向・対策の必要性 ■ 食品ロス等の発生状況・要因 ■ 都のこれまでの取組 ■ 東京都の新たな目標
施策展開の 3つの柱	柱1 発生抑制の強化・徹底	①【家・事】消費者の行動変容の促進 重点施策 ②【家・事】消費者向けの新たな先進技術・サービスの利用促進 重点施策 ③【事】先進技術等を活用した食品ロス削減 ④【事】商慣習の見直しの促進 ⑤【家・事】消費者の小売店舗における食品ロスの削減行動の推進 ⑥【事】インバウンドを含めた外食時における食品ロス対策の推進 重点施策
	柱2 有効活用方法の拡大	⑦【家・事】国のガイドラインを踏まえた食品寄付の促進 ⑧【事】温度管理が必要な日配品等の寄付の促進 重点施策 ⑨【事】防災備蓄食品の積極的な有効活用
	柱3 資源の循環利用の促進	⑩【家】家庭で排出される生ごみの分別収集・資源循環の促進 重点施策 ⑪【事】地域性を踏まえた面的な食品リサイクル・廃棄ゼロの推進 重点施策 ⑫【事】食品廃棄物の再生利用を促進する施策の強化 ⑬【家・事】小規模事業者等でも取り組みやすいリサイクルルート構築 重点施策
各主体の役割と施策の進め方		■ 各主体との連携・協働による施策の推進（パートナーシップ会議、区市町村、T-CEC等） ■ 事業者等を評価する仕組みの検討 ■ 都による率優先的な取組の推進

主な意見に対する対応

主な意見に対する対応

凡例	内容	開催日
①個	第16回会議資料（個別ヒアリング結果）	令和7年5月30日
①16	同会議での主な意見等	
①17	第17回会議での主な意見等	令和7年6月26日
①18	第18回会議での主な意見等	令和7年7月24日

項目	頁	主な意見等
第 1 章 はじめに（基本的事項・背景）		
第 2 章 食品ロス・食品リサイクルに関する現状と課題、新たな目標		
1 食品ロスの現状	5	2023年度食品ロス発生量（速報値）を追加
第 3 章 目標達成に向けた施策展開		
1 基本的な方針	8	①17消費者への啓発は非常に重要であるが、これまでの都の発信が都民にどのくらい届いているかが分かりづらいため、消費行動等のK P Iを設定して取り組むことが重要

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
2 2035年目標達成に向けた主要施策		
柱1 発生抑制の強化・徹底（リデュース）		
ア 家庭系の食品ロス削減		
1) 消費者の行動変容の促進	10	⑩ 若い世代の方が、ミールキットや宅配等を活用してロスが出ない傾向が強い ⑩ 普及啓発に当たっては、どの年代・属性がロスを多く出しているのかやどのようなチャネルから情報へアクセスするのかを意識した方が良い ⑩ 中高年層に対しては、企業内教育の一環として啓発していくことが有効ではないか ⑩ 学校教育の中で子供へ啓発活動を実施することで、親世代へ共感を広めていくことも可能 ⑩ イベントで訴求できる人数には限りがあるため、既存のアプリ等を通じて情報発信するのがより効果的ではないか ⑩ 子育て世帯については、ゲーム感覚で取り組める削減行動等により子供に興味を持って取り組んでもらうことが有効 ⑩ 食品ロスを多く出している年代・世帯やタイミング等の実態を把握した方が良い ⑩ 実態把握と行動変容の促進を同時に行うことは有効であり、その上で、アンケート調査等で食品ロスの要因を深掘りすることが必要。また、経年でモニタリングすることも重要 ⑩ 食品ロスダイアリーは、夏休みの宿題での活用など、子供に使ってもらうことが有効。また、日常的に使うには少し煩雑なため、調査や啓発等での活用を想定

主な意見に対する対応

項目		主な意見等
柱 1 発生抑制の強化・徹底（リデュース）		
ア 家庭系の食品ロス削減		
2) 消費者向けの新たな先進技術・サービスの利用促進	10	⑩ AI冷蔵庫等の先進技術を活用することで食品ロス削減効果が期待できる ⑩ 食品ロスを削減することにより、環境への好影響に加え、消費者自らにもメリットがあることを発信すべき ⑪ フードシェアリングアプリについては、若い世代でも認知度は低い ⑪ 知っている人でも、スーパーの値引きやE Cのセールなど、他の手段で安価に食品が手に入るため、利用が進んでいないことから、普及に向けては、アプリの魅力も発信していくことが重要
3) 消費者の小売店舗における食品ロスの削減行動の推進	11	⑩ てまえどりの発信に取り組んでいる事業者が増えているが、実際に実践している消費者は少ない ⑫ 事業系の削減に向けては、各事業者の工夫もさることながら、消費者への教育も重要
イ 事業系の食品ロス削減		
1) 先進技術等を活用した食品ロス削減	12	⑩ AI需要予測や自動発注については、人間の確認等は必要となるものの、食品ロス削減や人的コストの低減につながっている
2) 商慣習の見直しの促進	13	⑩ 1/3ルールの見直しは大手を中心に進んできているものの、事業者によってばらつきがある ⑩ 日本の消費者は規格外品等を忌避する傾向にあり、価値観の変容を促すことが必要 ⑫ 賞味期限の1 / 3ルール以外にも、発注から納品までの期間が極めて短いものがあることや欠品ペナルティ等、食品ロスの要因となりうる商慣習の改善が必要

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
柱 1 発生抑制の強化・徹底（リデュース）		
イ 事業系の食品ロス削減		
3) インバウンドを含めた外食時における食品ロス対策の推進	14	⑩ 小盛メニュー等食べきれる量の提供などにより食べきりを促すことが最優先。次に持ち帰りを促していくべき ⑩ 外国人観光客への対応は重要。日本の文化として「食べきり」を発信していくこと ⑩ 発信の方法としては、旅行会社によるもののほか、事前の情報収集手段として多用されているSNS・アプリ等による発信が有効 ⑩ 味・食感・量のイメージできるメニュー表示等の工夫が必要 ⑩ エリア別や業態別など、発生の傾向をブレイクダウンするとより有効な取組につながる ⑩ 大消費地である東京において、インバウンド対策は不可欠 ⑩ これまでの事業系のロス削減は外食産業の寄与するところが大きかったため、有効な取組をより深堀していくことが有効 ⑩ 食べ残しが多く出るシチュエーションを分析することが重要 ⑩ 外食の食べ残しが多いシチュエーションを想定した分析方法の具体化が必要 ⑩ 外食での食べ残し持ち帰りは、持ち帰った人が食べるとは限らないため、利用客に容器を渡す際に食中毒等に関する注意書きを紙ベースで渡すことが有効

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
柱 1 発生抑制の強化・徹底（リデュース）		
イ 事業系の食品ロス削減		
4) 消費者の行動変容を促す事業者の対策の推進	14	④ 家庭系との共通の課題として、大容量パックやバンドル販売等、販売の仕方にもロスの要因があると考えられるため、量り売り等、必要な分だけ購入できる販売方法の促進も有効。また、消費者に対しても、適切な量の購入を促すことが必要 ④ 全国規模に店舗を構える事業者と一部地域のみ店舗を構える事業者では取組に差があるケースが多い ⑩ 大容量パック等の販売方法を採用している小売店では、ロス無く食べ切ることができるよう、消費者に対して調理・保存方法、消費の仕方の工夫などを併せて発信することも必要

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
柱2 有効活用方法の拡大（リユース）		
1) 国のガイドラインを踏まえた食品寄付の促進	16	⑩ 物価高の影響により寄贈に回るものが少なくなるため、継続的・効果的な普及啓発が必要 ⑩ スーパー等の身近な場所に寄附窓口を設置することは有効 ⑩ 寄附ガイドラインの活用にあたっては様々な課題があるため、活用している事例等を発信することが有効 ⑩ 国のガイドラインでは事故の責任を寄贈元が負うことになっている場合も多く、寄贈に二の足を踏む要因になっている ⑩ 信頼できる寄贈先（フードバンク等）を見つけるにも労力がかかる。フードバンクの紹介やマッチングなどがあるとありがたい ⑩ 食品寄附にあたっては一部の損金算入が可能だが、より強いコストメリットがあると良い ⑩ 提供先が見つからずに寄付が進まないケースが多いため、提供先に関する情報共有が有効 ⑩ フードドライブ促進に向けてはトレーサビリティの体制整備も含めて支援することが必要 ⑩ 寄付元の免責や保険などの環境整備も必要

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
柱2 有効活用方法の拡大（リユース）		
2) 温度管理が必要な日配品等の寄付の促進	18	⑩ 温度管理が必要な食材や日配品等の寄贈が今後の大きな課題の1つ ⑩ 寄贈する側・される側双方にとって配送の負担が大きいため、共同回収のようなスキームがあると良い ⑯ 温度管理が必要な冷凍・冷蔵食品等は寄付が難しく、必要とする人が直接受け取れるシステムがあると良い
3) 防災備蓄食品の積極的な有効活用	18	⑯ 防災備蓄食品の開放時期が年度末に集中する傾向がある。無駄なく寄贈に回すためには時期の平準化が必要。また、受け取り易い食品を備蓄することも有効 ⑯ 防災備蓄食品の開放時期、食品種類を広域的な自治体で調整することも有効ではないか

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
柱3 資源の循環利用の促進（リサイクル）		
1) 家庭で排出される生ごみの分別収集・資源循環の促進	20	⑩ リサイクルの効果が見える化（堆肥を用いた農園等）することで分別への意識が高まるのではないかと ⑩ 通常の焼却よりも費用がかかる場合があることがネック ⑩ 家庭でコンポスト化したとしても使いきれないケースが多い ⑯ 生ごみ処理機の購入費用など、食品リサイクルにつながる自治体への補助が効果的 ⑰ マンションや町会単位等、面的なリサイクル促進に資する生ごみ保管設備の設置等を進めることも有効
2) 地域性を踏まえた面的な食品リサイクル・廃棄ゼロの推進	20	⑯ 複数の飲食店や小売店等が営業する商業施設全体で生ごみの分別方法を統一化してリサイクルに取り組むなど、面的な取組を支援していくことが有効 ⑰ ビルのテナントに入っている店舗などで、建物の管理会社が廃棄物を管理している場合には、入居事業者の意向だけでは再資源化の実施ができないことが課題

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
柱3 資源の循環利用の促進（リサイクル）		
3) 食品廃棄物の再生利用を促進する施策の強化	21	④ 容器に入ったままの弁当やペットボトル飲料の飲み残し、外食における食べ残しへの混入物など、プラスチック対策などにも密接にかかわるため、一体的に考える必要がある
4) 小規模事業者等でも取り組みやすいリサイクルルート構築	22	④ 都内の場合、対応しているリサイクル施設が近くにないケースも多く、遠方に運びこむことになるため、収集運搬コストが割高となる ④ そもそも対応している収集運搬業者が少ないため、依頼できる業者を探すことも困難 ⑦ 家庭系だけでなく、事業系についてもルートが見つからない、コストが割高、市区町村をまたぐ収集運搬許可業者を確保することが困難などの多くの課題が存在 ⑧ 家庭の生ごみと事業系の生ごみを一緒に収集するスキームが出来れば、外食産業のリサイクルが大きく前進する可能性があり期待できる

主な意見に対する対応

項目	頁	主な意見等
第4章 各主体の役割と施策の進め方		
2 各主体との連携・協働による施策の推進		
(4) 東京サーキュラーエコノミー推進センター	25	⑰ 食品寄付が進まない課題としては、どこに寄付すべきか分からないことが挙げられるため、中立的な立場から寄付元・寄付先をマッチングするプラットフォームなどが有効 ⑰ スマートフォンをもたない高齢者等、幅広い人々に寄付が可能なスキームの検討が必要 ⑱ マッチングのシステムを用意するだけでなく、それを機能させるためには、相談してくる各主体が自走できるまで寄り添える専門家を置くことも必要
(5) 子供、教育機関等との連携	25	⑱ 庁内各局や社会福祉協議会、自治体等と連携した体制作りが重要

食品ロス及び食品リサイクル施策について

2025（令和7）年9月12日

目 次

第1章 はじめに（基本的事項・背景）	- 1 -
1 背景（食品ロス・食品リサイクルをめぐる動向・対策の必要性）	- 1 -
1)食品ロスについて	- 1 -
2)食品リサイクルについて	- 2 -
2 都のこれまでの取組	- 4 -
第2章 食品ロス・食品リサイクルに関する現状と課題、新たな目標	- 5 -
1 食品ロスの現状	- 5 -
2 食品リサイクルの現状	- 6 -
3 東京都の新たな目標設定	- 7 -
第3章 目標達成に向けた施策展開	- 8 -
1 基本的な方針	- 8 -
2 2035年目標達成に向けた主要施策	- 9 -
柱1 食品ロスの発生抑制の推進	- 10 -
ア 家庭系の食品ロス削減	- 10 -
1)消費者の行動変容の促進（重点施策）	- 10 -
2)消費者向けの新たな先進技術・サービスの利用促進（重点施策）	- 11 -
3)消費者の小売店舗における食品ロスの削減行動の推進	- 11 -
イ 事業系の食品ロス削減	- 13 -
1)先進技術等を活用した食品ロス削減	- 13 -
2)商慣習の見直しの促進	- 13 -
3)外食時における食品ロス対策（インバウンド対策を含む。）の推進（重点施策）	- 15 -
4)消費者の行動変容を促す事業者の対策の推進	- 16 -
柱2 未利用食品の有効活用の推進	- 17 -
1)国のガイドラインを踏まえた食品寄附の促進	- 17 -
2)温度管理が必要な日配品等の寄附の促進（重点施策）	- 19 -
3)防災備蓄食品の積極的な有効活用	- 19 -
柱3 食品廃棄物の再資源化の推進	- 21 -
1)家庭で排出される生ごみの分別収集・資源循環の促進（重点施策）	- 21 -
2)地域性を踏まえた面的な食品リサイクル・廃棄ゼロの推進（重点施策）	- 21 -
3)食品廃棄物の再生利用を促進する施策の強化	- 22 -
4)小規模事業者等でも取り組みやすいリサイクルルート構築（重点施策）	- 23 -
第4章 各主体の役割と施策の進め方	- 24 -
1 各主体の役割	- 24 -
2 各主体との連携・協働による施策の推進	- 25 -
3 食品ロス削減・食品リサイクルに取り組む事業者等を評価する仕組み	- 27 -
4 都による率先的な取組の推進	- 28 -

第 1 章 はじめに（基本的事項・背景）

1 背景（食品ロス・食品リサイクルをめぐる動向・対策の必要性）

1) 食品ロスについて

食品ロスとは、本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品のことをいう。

食品ロスの問題については、2015 年 9 月の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」においても言及され、「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廃棄の半減」が目標設定されるなど、その削減は国際的にも大きな課題である。世界中で飢えや栄養不足の状態にある人々が多数存在する中、大量の食料を海外から輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、食品ロスは真摯に取り組むべき重要な課題である。

国は、2019 年に「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。以下「食品ロス削減推進法」という。）を施行し、取組を進めている。家庭系・事業系それぞれの食品ロスを 2000 年度比で 2030 年までに半減させるというこれまでの目標に対し、事業系の目標を 8 年前倒しで達成したことや経済成長・インバウンドの拡大、物価高騰、デジタル化の進展等社会情勢の変化を考慮して「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」を 2025 年 3 月に変更した。そこでは、新たな事業系の目標として 60%減を設定（家庭系の目標は据え置き）したほか、国民一人ひとりが食品ロス問題の理解だけでなく食品ロス削減に向けた行動に移すことを求め、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進していくとしている。また、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の変更に先立つ 2024 年 12 月には、食品寄附の信頼性向上に向けた「食品寄附ガイドライン」及び外食時の食べ残しを削減するための「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」を策定している。

全国の食品ロスの発生量は、年間 464 万トン（2023 年度）と推計され、このうち、食品関連事業者等から発生する「事業系食品ロス量」は約 231 万トン、一般家庭から発生する「家庭系食品ロス量」は約 233 万トンである。食品ロスは、まだ食べられる食品が廃棄されているということに加え、その食品が製造・販売される過程で投入された資源が無駄になるという点でも問題である。消費者庁と農林水産省、環境省の推計結果によると、2022 年度の食品ロスによる経済損失は年間約 4 兆円、温室効果ガス排出量の合計は約 1,046 万 t-CO₂ にも上る。

食品ロスの削減は、家計負担や地方公共団体の財政支出の軽減、CO₂排出量の削減による気候変動の抑制につながり、食品の生産や廃棄に関わるエネルギー等の無駄が減らせることや、生物多様性の保全等にも貢献するものであり、取組を着実に進めていかなければならない。

我が国には、「もったいない」という意識を始め、「いただきます」「ごちそうさま」など食べ物、食べ物を育んだ自然の恵みや作ってくれた人への感謝の気持ちなどが込められた言葉がある。食品ロスを削減する取組は、食に関わる文化を再確認することにもつながる。

食品ロス量と削減目標（全国）



出典：2023（令和5）年度食品ロス量推計値の公表について（消費者庁）

食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量の推計結果（全国）



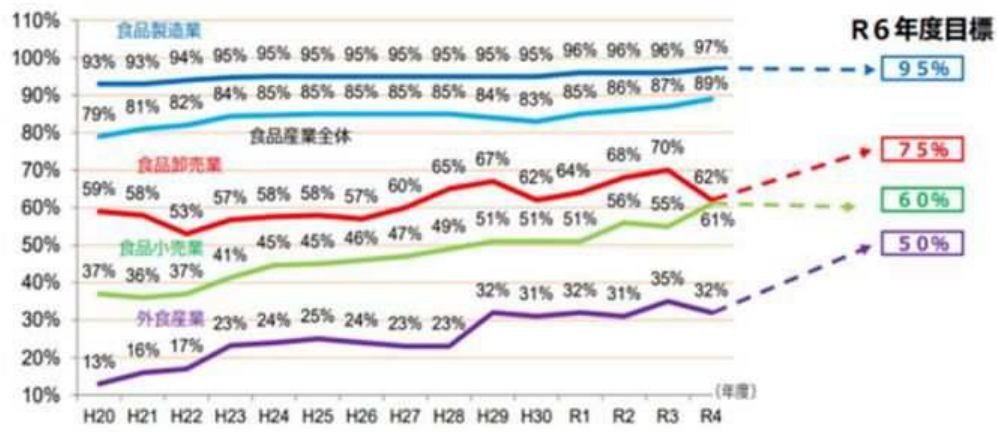
出典：「第2次食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に関する説明会（2025年6月 消費者庁資料）

2) 食品リサイクルについて

国は、食品関連事業者（製造、流通、外食等）による食品循環資源の再生利用等を促進するため、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」（平成12年法律第116号。以下「食品リサイクル法」という。）に基づき取組を進めている。

2025年3月、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針」を改定・公布した。そこでは、基本理念として、食品の製造・流通・消費・廃棄の各段階で、食品ロスの削減と廃棄物の発生抑制に優先的に取り組んだ上で、再生利用（飼料・肥料など）を推進し、それが困難な場合は熱回収を行い、やむを得ず廃棄処分を行う食品廃棄物等は減量を推進することを掲げている。また、食品リサイクル法に基づく再生利用等実施率の目標（全国）のうち、食品小売業については、2024年度目標である60%の達成に伴い、2029年度目標を65%に引き上げた一方、食品卸売業（75%）、外食産業（50%）は目標未達成のため、据え置きとし、取組を一層推進することとしている。

食品廃棄物の再生利用等実施率の状況（全国）



出典：今後の食品リサイクル制度のあり方について（中環審 食品リサイクル専門委員会）（R6.12.16）

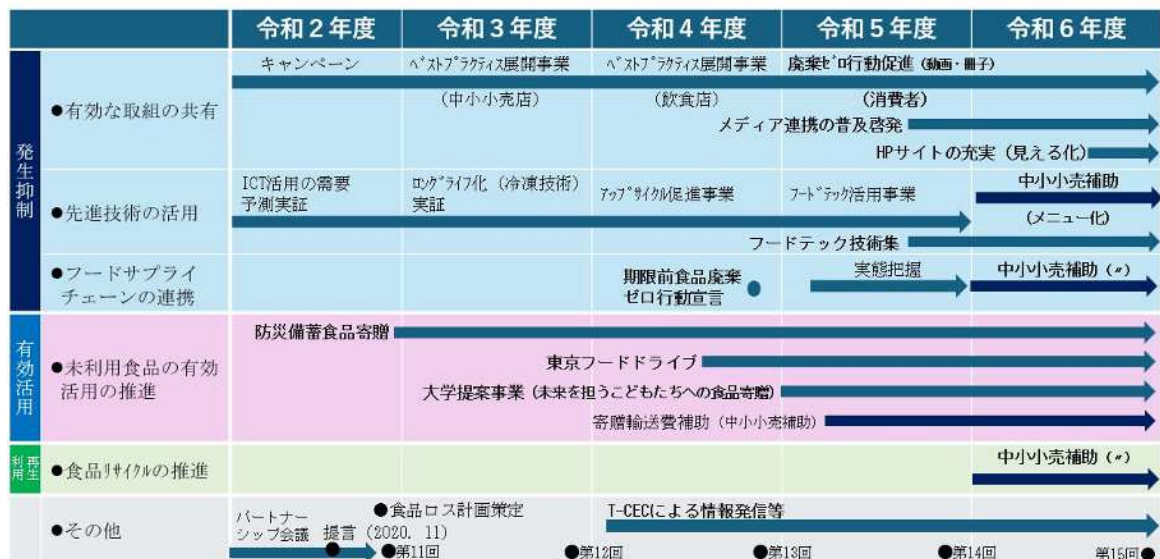
2 都のこれまでの取組

都は、食品ロスの削減は喫緊の課題であると捉え、製造、卸、小売、外食の各関係団体、消費者団体、有識者が一堂に会して対策の検討を行い、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」（以下「パートナーシップ会議」という。）を2017年9月に設置した。以降、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るとともに、キャンペーンなどの機会を通じて、事業者の取組の発信や消費者への普及啓発について、協働して取組を進めてきた。

都は、2021年3月、食品ロス削減推進法に基づく「東京都食品ロス削減推計計画」（以下「都計画」という。）を策定し、2050年の目指すべき姿である食品ロス実質ゼロの実現に向け、2030年目標（2000年度比半減）をマイルストーンとして掲げた。計画期間である2021年度から2025年度までの5年間、多くの主体と連携しながら、発生抑制を最優先に、不要となった食品もできるだけ食品として有効活用し、それでも発生する食品ロスについては再生利用（食品リサイクル）を推進してきた。

具体的には、計画策定後、消費者向けの普及啓発や、事業系（外食産業・食品小売業）の発生抑制対策を中心に有効な取組の共有、先進技術の活用、期限前食品廃棄ゼロ行動宣言などのフードサプライチェーンと連携した取組を進めるとともに、未利用食品の有効活用や中小食品小売店向けの再生利用に係る支援等、順次様々な施策を展開してきた。

東京都食品ロス対策のこれまでの取組 ～主な食品ロス対策～



出典：第16回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議資料

第2章 食品ロス・食品リサイクルに関する現状と課題、新たな目標

1 食品ロスの現状

都は、都計画の目標値として掲げた食品ロス半減（2000年度比）を2020年度の時点で10年前倒して達成した。一方、新型コロナウイルスの5類移行後の外食産業の回復やインバウンドの増加等により、2023年度の都内の食品ロス発生量*では事業系のリバウンドが発生し、前年度比約10%の増加となった。また、家庭系は2017年度以降、増減はあるものの概ね横ばいが継続している。

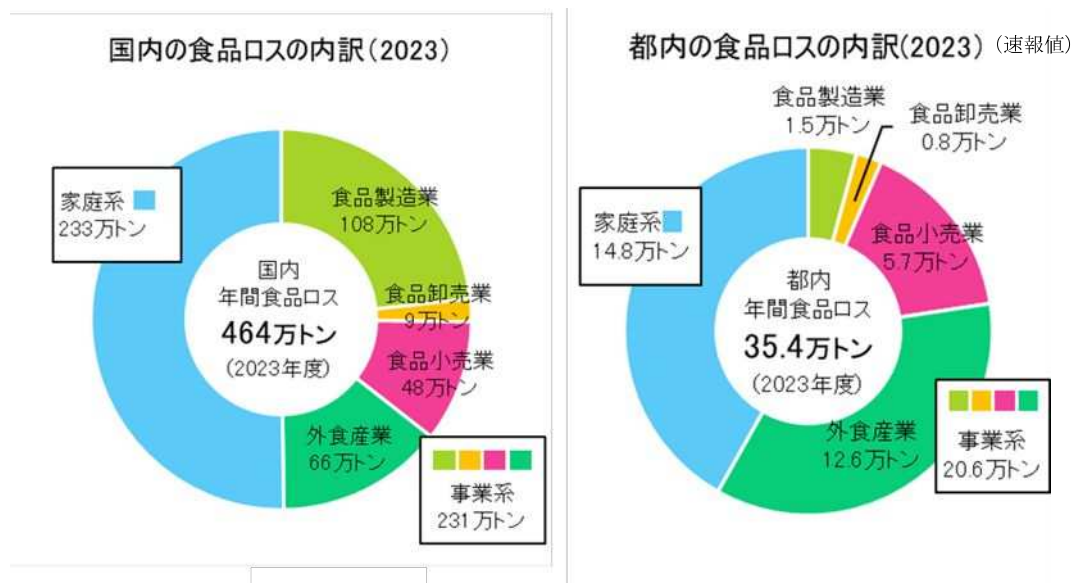
※2023年度の値は、速報値である。

東京都の食品ロス発生量の推移



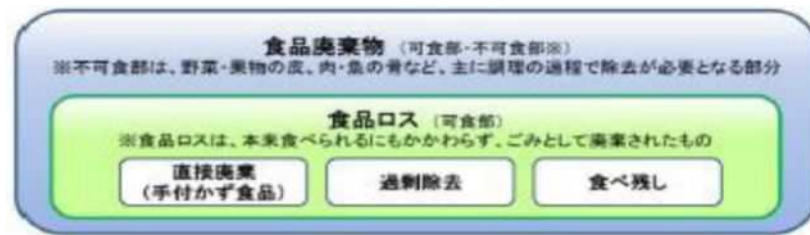
都内の食品ロス発生量の内訳を見ると、全国は家庭系が半数を上回っているのに対し、都内では事業系の方が多い。さらに事業系の中では、全国と比較して製造業が少ない一方、外食産業における食品ロスの割合が高い。

全国・東京都の食品ロスの内訳（2023年度）



食品ロスの主な発生要因としては、食品製造・卸売業では「規格外品」「製造工程の原材料端材」「返品」、食品小売業では「売れ残り」「破損・汚損」「販売期限切れ商品」、外食産業では「食べ残し」「作りすぎ」等が挙げられる。家庭系食品ロスはその性状から、「直接廃棄」「食べ残し」「過剰除去」に分けられる。

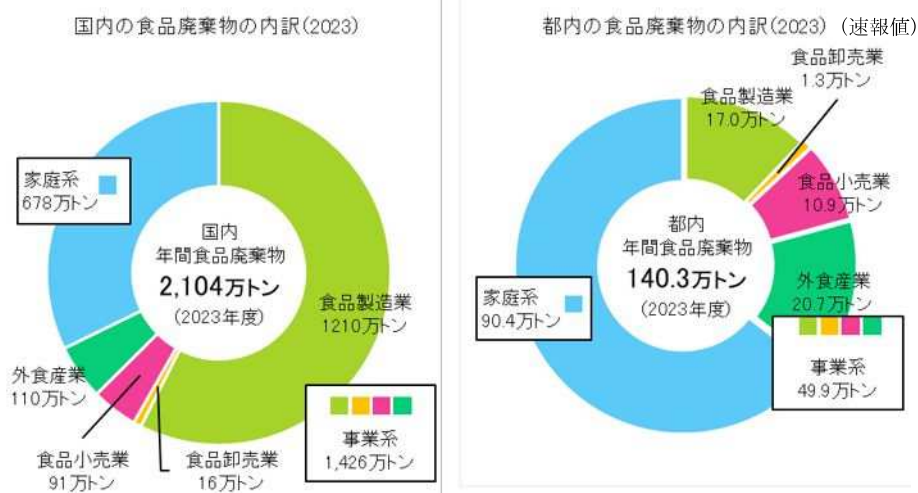
なお、下の図のとおり、食品ロスは、まだ食べられるにもかかわらず捨てられたものであるのに対し、食品廃棄物には、食品ロスに加え野菜・果物の皮、魚や肉の骨など食べられない部分が含まれる。



2 食品リサイクルの現状

事業系の食品廃棄物の多くを占める食品小売業及び外食産業では、食品リサイクル法に基づく食品廃棄物等多量発生事業者には位置付けされていない、排出量 100t 未満の事業者（以下「中小食品関連事業者」という。）においては、リサイクル費用の高さやルート開拓が困難であることなどから、再生利用率が低調となっている。全国では食品廃棄物の約 6 割が食品製造業から排出されているのに対し、都内では食品廃棄物の約 7 割が家庭系を占めている。都内の一部の自治体においては家庭系食品廃棄物の一部の堆肥化やバイオガス発電等が実施されているものの、再生利用量はごくわずかであり、大半が焼却されている状況である。

全国・東京都の食品廃棄物発生量の内訳（2023 年度）



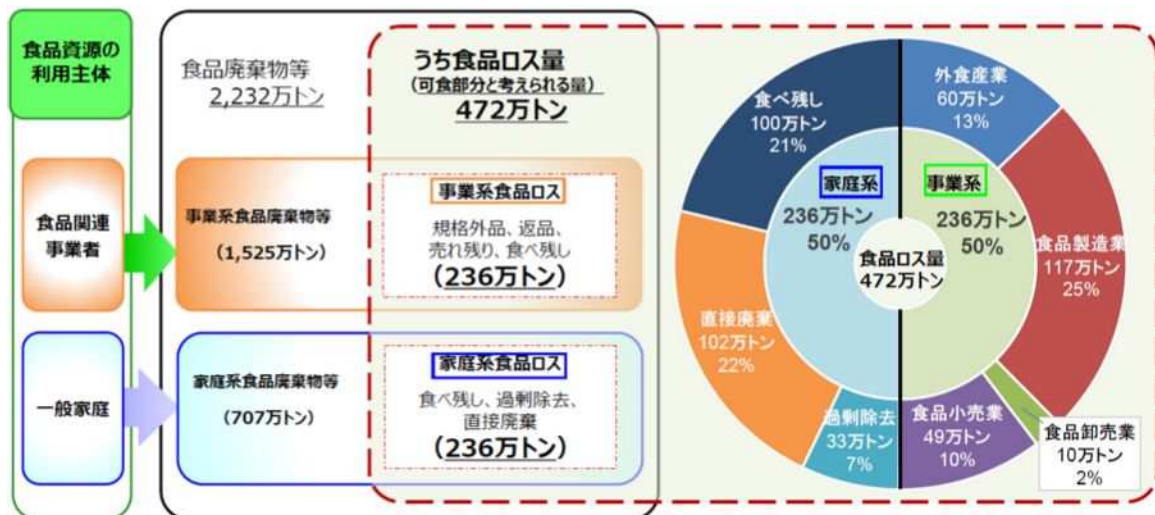
食品産業における再生利用等実施率（全国）

※2029年度目標については60→65%に引き上げ

	食品 製造業	食品 卸売業	食品 小売業	外食産業
100t以上	97	74	64	50
100t未満	60	38	26	15
全体	97	62	61	32
2024年度 までの目標	95	75	60※	50

出典：食品循環資源の再生利用等実態調査（令和4年度）（農林水産省）

全国の食品廃棄物等の発生状況と割合（概念図）（令和4年度推計）



出典：食品ロス削減関係参考資料（2025年6月）（消費者庁）

3 東京都の新たな目標設定

都は、2019年12月に策定した「ゼロエミッション東京戦略」において、2050年の目指すべき姿として、食品ロス発生量の実質ゼロを掲げ、さらにこの戦略を踏まえて2021年3月に策定した都計画に基づき着実に取組を進めてきた。この結果、当初の目標としてきた2030年食品ロス半減（2000年度比）を前倒して達成したことから、2025年3月に策定した「2050東京戦略」において、2030年度食品ロス削減目標を60%削減に強化するとともに、10年先となる2035年度の目標として65%削減を新たに設定した。

第3章 目標達成に向けた施策展開

1 基本的な方針

都は、これまで、パートナーシップ会議等を通じ、施策検討や協働した取組を推進してきた。都内の食品ロスについては、事業系が占める割合が高いことから、食品小売業・外食産業を中心に、好事例の発信や先進技術の導入支援等の取組を展開してきた。また、家庭系については、冊子や動画、Web サイト等を用いた普及啓発や大学、業界団体等と連携した安心・安全な食品寄附スキームの構築等に取り組んできた。こうした成果もあり、都内の食品ロスは事業系を中心に概ね順調に減少してきた。特にコロナ禍においては、外食産業の食品ロスが大きく減少した。

しかし、コロナ禍の収束に伴う外食産業の回復やインバウンドの急増等により、2023年度の食品ロス発生量は、前年度より増加した。また、食品の有効活用については、加工食品の寄附の仕組みは徐々に活用され始めているが、期限の短い日配品等の寄附は進んでいない状況である。さらに、再生利用（食品リサイクル）については、事業系では中小食品関連事業者の再生利用等実施率が低調となっている上、家庭系の食品ロスを含む食品廃棄物の大半は焼却されているなど、依然として様々な課題が残されている。

こうした課題を踏まえながら、新たな目標である10年先の2035年度65%減をターゲットに、食品ロスの発生段階に応じた多面的な施策を強化していく必要がある。

削減対策の推進に当たっては、第一に食品ロスを発生させない、発生しているものは減らししていく「発生抑制」を最優先とし、様々な理由で不要になったが食べることのできる食品は、それらを必要とする場所において食品として可能な限り喫食する「有効活用」を図り、それでもやむを得ず発生する食品ロスは、飼料化や肥料化等の「再生利用」に努めていくことが求められる。

具体的には、家庭系については、食品ロス量の見える化やターゲットごとの特徴等を捉えた普及啓発・先進技術の利用促進等による削減対策の推進、事業系については、国のガイドラインの活用や業界団体との連携等による、インバウンド対策を含めた外食における食べきり・食べ残し持ち帰り促進のほか、先進技術の導入に向けた伴走型の支援等を通じた食品ロス削減の促進が有効だと考えられる。また、事業者の寄附から消費者が受け取るまでのリードタイム短縮につながる地域密着型の寄附の仕組みの普及促進や、家庭系や排出量が少ない事業者から排出される食品廃棄物の再生利用促進に向けた、コンポスト等を活用しながらのリサイクルルートの構築も必要である。

また、食品ロス削減に当たっては、消費者等の行動変容が重要なことから、適切なKPIを設定し、経年でモニタリング等を実施することも有効である。

2 2035 年目標達成に向けた主要施策

目標達成に向けて、3つの柱建てに対し、7つの重点的に取り組むべき施策を含む13の主要施策と、これらの施策を後押しする取組を取りまとめた。

目標達成に向けた施策強化策の全体像

計画の柱1 発生抑制の強化・徹底	【家・事】消費者の行動変容の促進 重点施策 【家・事】消費者向けの新たな先進技術・サービスの利用促進 重点施策 【事】先進技術等を活用した食品ロス削減 【事】商慣習の見直しの促進 【家・事】小売店舗における食品ロスの削減行動の推進 【事】外食時における食品ロス対策（インバウンド対策を含む。）の推進 重点施策
計画の柱2 有効活用方法の拡大	【家・事】国のガイドラインを踏まえた食品寄附の促進 【事】温度管理が必要な日配品等の寄附の促進 重点施策 【事】防災備蓄食品の積極的な有効活用
計画の柱3 資源の循環利用の促進	【家】家庭で排出される生ごみの分別収集・資源循環の促進 重点施策 【事】地域性を踏まえた面的な食品リサイクル・廃棄ゼロの推進 重点施策 【事】食品廃棄物の再生利用を促進する施策の強化 【家・事】小規模事業者等でも取り組みやすいリサイクルルート構築 重点施策
3つの柱における 施策推進を後押しする取組	様々な主体と連携した取組の強化（パートナーシップ会議・T-C-E-C等） 食品ロス削減・食品リサイクルに取り組む事業者等を評価する仕組み 都による率先的な取組の推進

柱 1 食品ロスの発生抑制の推進

ア 家庭系の食品ロス削減

1) 消費者の行動変容の促進（重点施策）

都は、これまで、消費者の行動変容の促進に向け、手軽に実践できる食品ロス削減アクションをまとめた冊子・動画の作成や、メディアと連携した特別番組の放映、Web サイトによる情報発信など、広く都民への普及啓発を実施してきた。

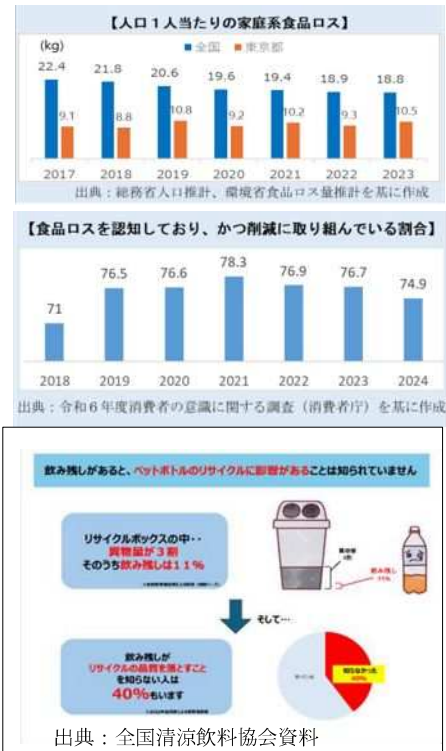
国の調査によると、都内における人口一人当たりの家庭系食品ロス量は、全国と比べて半分程度であるものの、全国では減少傾向であるのに対し、都内では増減はあるものの概ね横ばいで推移している。これまでの普及啓発等により、食品ロスの認知度は高まったものの、削減の行動につなげている消費者の割合は頭打ちとなっている。

また、食べ物だけでなく飲み物についても食品ロス対策は重要である。業界団体の調査によると、リサイクルボックスに清涼飲料水等の飲み残しがあるペットボトル等を捨てることで、リサイクルにも悪影響を及ぼすことを認識していない人が4割に上っている。

各家庭での食品ロスの発生状況については、食品ロスを多量に出している世帯もあれば、ミールキットや宅配等の利用によりロスが少ない世帯もあるなど様々である。このため、年代・世帯構成・地域・場面等の実態を把握・分析し、ロス削減に有効なターゲットとなる対象・行動を特定した上で、適切なチャネルや広報ツールを用いた効果的な普及啓発を行うことが有効である。その際、必要な食材を必要な量だけ購入し使い切ることが経済的であることや安売り等で多めに購入しがちな食材や消費期限の短い食材の上手な調理・保存方法等を発信することが有効である。また、家庭での食品ロス量を実際に計測・見える化する「食品ロスダイアリー」等の手法を、例えば子供の夏休みの宿題の題材として紹介することなどが考えられる。

さらに、より効果的に都民の行動変容を促進するため、自治体・企業による出前授業等の後押しや、子供が興味を持って身近にできる食品ロス削減行動をクイズ感覚や五感を刺激しながら学べる環境学習のコンテンツ、高齢者向けの動画等の充実を図ることに加え、メディア連携、SNSや既存アプリの活用等による情報発信の強化も重要である。

加えて、ペットボトルの飲み残しは、再びペットボトルにするリサイクル（ボトル to ボトル）を阻害する要因となっており、飲み切ることも併せて発信していくことが有効である。



2) 消費者向けの新たな先進技術・サービスの利用促進（重点施策）

都は、家庭の脱炭素化の推進に向けて、東京ゼロエミポイントの活用による省エネ性能の高い冷蔵庫等の普及を進めている。近年は、冷蔵庫内の食品の賞味期限等の管理をサポートすることで食品ロス削減効果も期待されるAIスマート冷蔵庫等が登場してきている。また、自治体とスタートアップ等が連携して、小売店や外食店において発生した売れ残りを安価で消費者に販売するためのフードシェアリングアプリ等を活用する事例が見られるようになってきた。

民間研究所の調査によれば、フードシェアリングアプリの内容まで知っているのは約1割であるものの、約6割は「利用してみたい」と考えており、今後、DXを活用したサービスの利用促進の余地はあると見られる。

このため、今後、家庭の食品ロス対策として、AIスマート冷蔵庫等の先進技術や、期限間近の食材を活用したレシピを提案するアプリの活用等により、食材の買い過ぎの防止や使い切り等を促進することを検討していく必要がある。加えて、食品ロス削減につながる購買行動の促進に向けて、フードシェアリングアプリやスマート販売機[※]等の活用事例等を発信するとともに、経済的なメリットやCO₂排出量等の環境への影響などを見える化する機能も備えたアプリの魅力を発信することも有効である。

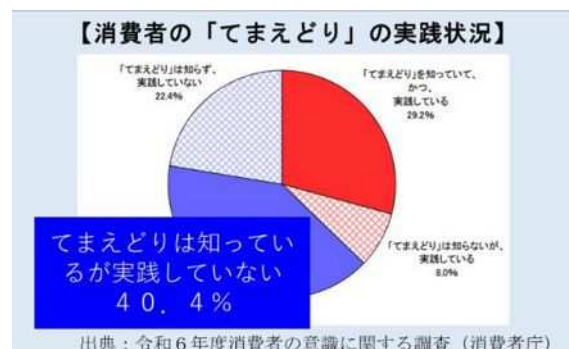
※スマート販売機：AI・IoT・自動化技術を活用して、無人で商品販売・在庫管理・決済を行う次世代型の自動販売機。従来の飲料中心の自販機とは異なり、食品や日用品など多様な商品を取り扱えるのが特徴



3) 消費者の小売店舗における食品ロスの削減行動の推進

都は、食材の適量購入・期限表示の正しい知識の理解や購入後すぐ食べる商品のてまえどり[※]の普及等に向け、消費者を対象に啓発冊子・動画の作成や九都県市との連携事業、都庁舎内でのキャンペーン実施等により広く発信してきた。

国の調査によると、家庭系食品ロスの内訳としては、直接廃棄が高止まっている状況である。これは、買い物の際に家庭で消費し切れない過剰な量を購入する消費行動等に起因しているものと考えられる。また、国の別の調査によると、小売店での食品ロス削減につながる消費者の購買行動であるてまえどりを認知している消費者のうち4割は実践していないと回答している。これは、消費・賞味期限等の理解



1 が不十分であることや鮮度志向の意識等も相まって、行動につながっていない消費者が一定数
2 いるものと考えられている。

3 このため、年代・世帯構成等ごとの消費者意識、実践状況、実践意向の有無等の詳細な実態を
4 把握し、消費のタイミング等との整合が取れた適量購入やてまえどりなどの消費行動を促進す
5 るために、効果的な対策を検討していく必要がある。

6 ※てまえどり：購入してすぐに食べる場合に、商品棚の手前にある商品等、販売期限の迫った商品を積極的
7 に選ぶ購買行動

イ 事業系の食品ロス削減

1) 先進技術等を活用した食品ロス削減

都は、ICT を活用した需要予測や食品のロングライフ化等、様々なフードテックを活用した食品ロス削減に関する連携事業を実施するとともに、その成果等の横展開を図るため、「食品ロス削減技術紹介集」を作成し、広く発信してきた。また、小売店舗に対して、ベストプラクティス集の作成・周知や中小小売事業者の発生抑制等に係る費用への補助等により支援してきた。



こうした取組や都が実施した調査を通じ、中小小売店舗等でも取組が進んできた急速冷凍機の導入等は外食店等でも有効であることや、小売・外食店ではAIを活用した需要予測が食品ロスの削減に効果的な取組であるものの、中小店舗等においては、導入時や運用の手間・コスト等の理由から導入が進んでいないことなどが分かってきた。

今後、先進技術等の普及に向けて、食品ロス削減に資する新たな技術・サービスの掘り起こしを進めるとともに、徐々に社会実装が進みつつある技術等については、導入した事業者等の事例を収集し、Web サイト等で広く発信していくことが必要である。加えて、各業種・店舗のロス削減に効果的な機器等の導入を目指す事業者等に対して、計画策定から導入、運用、自走化に至るまで寄り添う伴走型の支援により好事例を創出し、他事業者等へ波及させることも重要である。

2) 商慣習の見直しの促進

食品業界にはいわゆる「3分の1ルール」など独特の商慣習があり、食品ロスの発生に影響している。

【消費者の意識と商慣習の関係】		
消費者意識	商慣習	概要
鮮度志向	1/3ルール	製造日から賞味期限までの期間を3分割し、最初の3分の1以内に小売店舗に納品しなければならない
欠品への寛容度	短いリードタイム	当日発注・当日納品などの短納期発注に応じることを当然の前提とされる
	欠品ペナルティ	製造・卸売業者が欠品した場合に、小売業者に対し、補償金の支払などに応じなければならない

出典：「フードサプライチェーンにおける商慣行に関する実態調査報告書」（公正取引委員会）をもとに作成

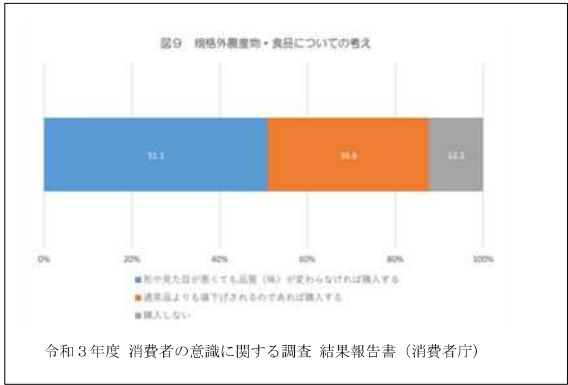
厳しい納品期限の見直しや賞味期限の年月表示化等に向けては、2023年2月に開催した第13回パートナーシップ会議において「賞味期限前食品の廃棄ゼロ行動宣言」が採択され、食品関連事業者等の自主的な行動の強化を促進してきた。国が毎年公表している調査によれば、納品

期限の緩和や賞味期限表示の大括り化等に取り組む事業者は年々増加している。

このように取組の一定の浸透が見られる一方、「フードサプライチェーンにおける商慣行に関する実態調査報告書」（公正取引委員会、2025 年 5 月）によると、依然として食品ロスの原因となり得る商慣習に従って取引をしている事業者が存在するとされている。これらの商慣習は、事業者だけの問題ではなく、鮮度志向の強さ、欠品や規格外品への寛容度等、消費者の意識・行動に密接に関係していることから、消費者に対するロス削減への理解促進も重要である。

そこで、都民や事業者等における消費行動や商慣習の実態等を把握するとともに、パートナーシップ会議や各種広報媒体等を通じて実態・事例等を積極的に発信することで、消費者の意識やライフスタイルの見直しを促進し、商慣習の改善につなげていくことが必要である。また、多様なライフスタイルの中では、買い物頻度が少なく、一度に多量の食品を購入する消費行動にも着目し、例えば、まとめて購入する場合には、期限の短いものと長いものを併せて選択するなど、家庭と店舗双方で食品ロス削減につながる行動等を促進していくことも重要である

また、規格外農産物・食品については、国の調査によれば、半数以上が「形や見た目が悪くても品質（味）が変わらなければ購入する」と回答していることから、サプライチェーン全体でのこれらの取扱いについても再度見直していくことが有効であると考えられる。



3) 外食時における食品ロス対策（インバウンド対策を含む。）の推進（重点施策）

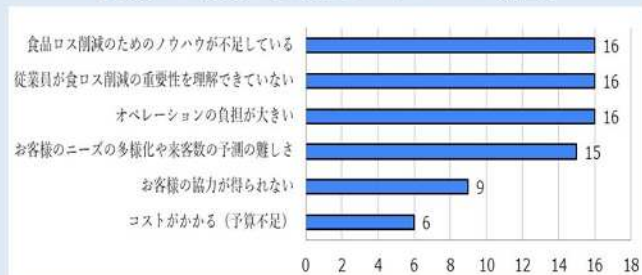
新型コロナウイルス感染症の5類移行後、国内の外食の客数は徐々に回復傾向にあることに加え、インバウンドも急増していることから、2023年度には事業系の食品ロスが前年度比約10%増加に転じた。また、国は、食べ残し持ち帰りの促進を目的として、法的及び衛生的なリスク低減を図り、食中毒対策も含めた事業者の対応事項や消費者に求められる行動等を整理した「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」を2024年12月に策定した。

都が行った外食産業の食品ロスの調査では、飲食店等が食品ロス削減に取り組む上での課題として、ノウハウが不足していることや従業員の食品ロス対策の重要性への理解不足を挙げる声が多い。また、日本人よりも外国人観光客の方が食べ残しが多い理由として、「味付けが口に合わなかった」「食べきれない量を注文した」など、意図しない注文に起因する理由が多く挙げられている。

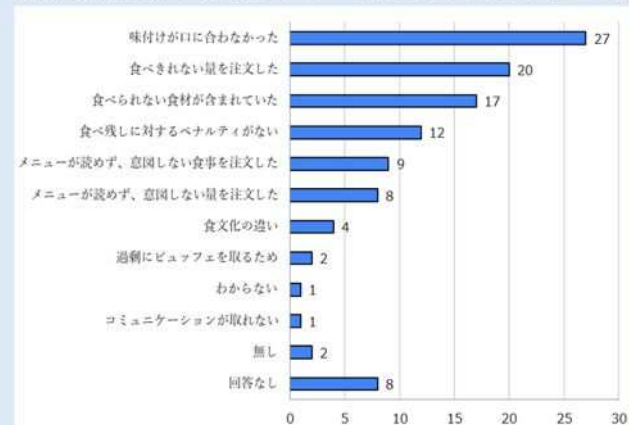
今後は、江戸時代から受け継がれてきた文化である「もったいない」という意識を基に消費者の行動を変容していくことが有効である。例えば、業界団体・自治体等との連携により、飲食店等でキャンペーンを一齐に実施し、その際、消費者の食べ切りを最優先に促すとともに、それでもなお残ったものは持ち帰り容器等を活用し、国のガイドラインを踏まえた持ち帰りによる食品ロス削減を促進していくことが有効である。キャンペーンの周知等に当たっては、店頭でのポスター等の掲示やSNS等の活用に加え、インバウンド向けに観光案内所等と連携した広報展開も有効であること、また、キャンペーンで得られた消費者の行動データ等に基づき、更なる削減が見込まれる、ナッジを活用した取組等の深掘りを進めていくことも考えられる。

さらに、外食事業者を対象に、飲食店とインバウンドが全国一多い大消費地である東京の地域特性や飲食店の業態・料理の提供方法等の違いを踏まえながら、味覚・食感・量等をイメージしやすいメニュー表示のノウハウ、食べ切りやすい少量メニューや多様な料理のお試し盛りの設定など、高齢者等や外国人観光客も含めた食べ切り・食べ残し持ち帰りの促進策などを盛り込んだテキスト等のコンテンツを作成して講習会等を開催し、広く普及していく必要がある。加えて、飲食店と地元自治体とで連携した取組として、例えば、食べきり協力店制度等による自治体との連携などを促進していくことが重要である。

【食品ロス削減に取り組むに当たっての課題】



【外国人観光客の食べ残しが多い理由として考えられること】



出典：アフターコロナにおける外食産業の食品ロス削減推進事業最終報告書（東京都）

4) 消費者の行動変容を促す事業者の対策の推進

小売店舗におけるてまえどりの促進や外食における食べ切り・持ち帰り等事業系の食品ロスの削減対策の促進に際しては、消費者の理解と行動が重要である。

小売店舗における大容量パックやバンドル販売※は、小売店の食品ロスの削減に有効な手段である一方で、消費者が過剰に購入することにより、例えば安価な野菜や果物などを多数のまとまった量

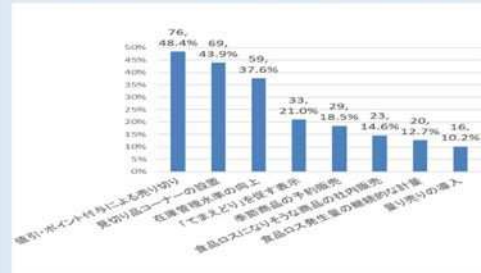
で販売する方法は、逆に家庭での食品ロスを増やしてしまうリスクもある。さらに、クリスマスケーキやチキン、お節料理、恵方巻などの季節商品は、その時期が終わると急激に需要が落ちるため、売れ残りの発生が問題となっている。

このため、今後、使い切りの工夫の発信に併せた大容量販売や、高齢者向けに消費しやすい小分けパック等を束ねた販売、バラ売り・量り売り等による必要な量の販売、季節商品の予約販売、総菜弁当や日配品等の予約・注文販売や冷凍商品化、ロス削減に貢献してもらうためのお買い得な値段設定、規格外品の積極的な販売（例えば、自然災害の影響で落下してしまった規格外のりんごをPRして販売する）など、好事例の発信等により、消費者の理解の下、家庭・店舗双方でのロス削減につながる事業者の取組を促進していく必要がある。

加えて、小売事業者等と連携した消費者への情報発信の強化を図るため、小売店舗でのロス削減につながるてまえどり等の更なる普及・定着に向け、消費者の実態を踏まえて啓発ターゲットや効果的な発信方法等を分析することなどにより、効果的な啓発活動を小売店舗等と連携して進めていくことも有効である。

※バンドル販売：複数の商品やサービスをセットにして、ひとつの価格で販売する手法のこと。

【小売店舗における食品ロス削減行動の実施状況】



出典：令和5年度 食品廃棄の実態把握調査報告書（東京都）

柱2 未利用食品の有効活用の推進

1) 国のガイドラインを踏まえた食品寄附の促進

食品ロス削減推進法においては、食品ロスを削減していくために、「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、貧困、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない人々に提供することを含め、できるだけ食品として活用するようにしていくことが重要」とされている。さらに、こうした未利用食品等を、食品関連事業者その他の者から無償で提供を受け、貧困、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない者にそれを提供するための活動（以下、こうした活動を「食品寄附」という。）を促進することは、資源の有効活用や温室効果ガス削減といった環境面のみならず、生活困窮者支援や食品アクセス確保の観点、さらには地域資源の有効活用という観点からも望ましいものである、としている。

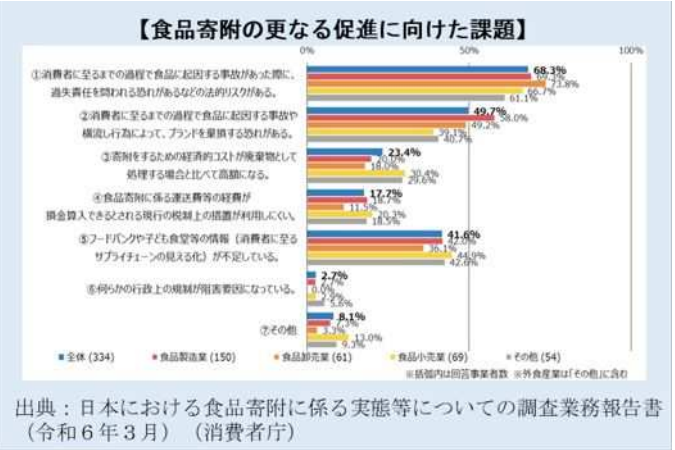
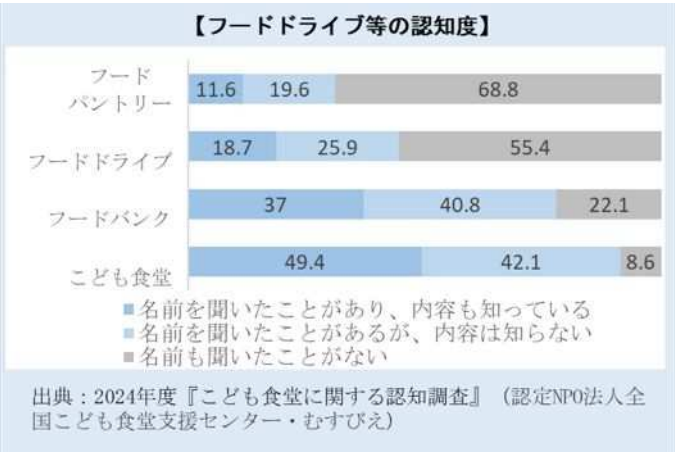
食品寄附を推進するに当たっては、フードバンク※やフードパントリー※、こども食堂※等が果たす役割は大きい。しかし、民間が行った食品寄附先の認知度調査によると、こども食堂は49%と半数近く認知されているのに対し、フードバンクは37%、フードドライブは18%、フードパントリーはわずか11%の認知度にとどまっており、認知度向上に向けては更なる周知・広報等を推進する必要がある。

また、国が行った食品寄附の実態調査によると、多くの食品寄附事業者は、食品寄附に起因する事故が発生した場合の法的リスクやブランドを毀損するおそれの他、フードバンクやこども食堂等に関する情報不足等を食品寄附に当たっての課題として挙げている。

家庭では、年末年始に買い過ぎてしまった食材や菓子、お歳暮やお中元でいただいたものの持て余している缶詰や飲料などはフードドライブの対象となり得る。

こうした中、国は、未利用食品等の更なる有効活用を図るため、食品寄附者やフードバンク等の食品寄附関係者向けに、安全管理や提供時の注意、トレーサビリティ、事故時の対応等を詳述した「食品寄附ガイドライン」を2024年12月に策定した。

このため、今後、自治体や小売店舗等と連携した情報発信やイベントにおけるフードドライ

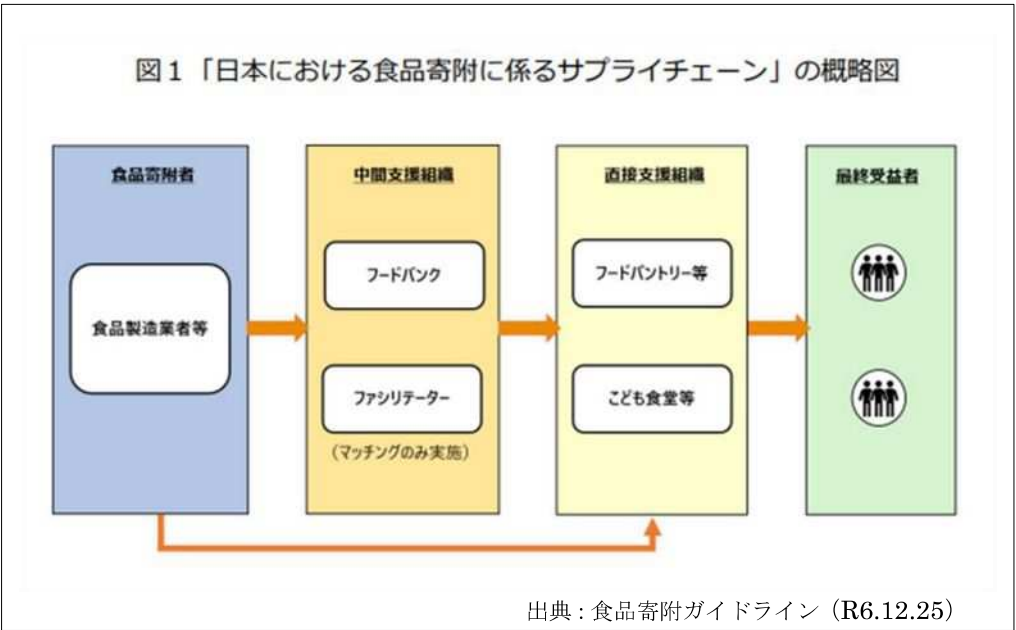


1 プの開設等により、消費者等の食品寄附への理解を促していくことが重要である。また、国の
2 ガイドラインを踏まえた事業者等の取組につなげていくよう、寄附の冷蔵・冷凍での保管が可
3 能な事例、寄附先等や寄附に関するリスクを低減するための保険商品等に関する情報を発信す
4 ることが有効である。また、寄附者等からの相談・マッチングにも対応していくことや、寄附
5 者や寄附を受ける者の双方に寄附食品の保管や輸送方法、有償・無償といったコストの負担方
6 法等、マッチングの促進につながる知識や知見等を共有することなどで、双方で安心して食品
7 寄附ができる環境の充実を図っていく必要がある。

8 また、食品寄附に当たっては一部の損金算入が可能であるが、国において更なるコストメリ
9 ットが出る支援策を講じることが期待される。

- 10
- 11 ※フードバンク：食品寄附者から寄附された食品を受け取り、輸送・保管して、福祉施設やフードパントリー、
12 こども食堂等、提携している団体に提供する場合の者をいう。
- 13 ※フードドライブ：家庭で余っている食品を集め、食品を必要としている地域のフードバンク等の生活困窮
14 者支援団体、こども食堂、福祉施設等に寄附する活動を指す。
- 15 ※フードパントリー：フードバンク、食品寄附者等から直接寄附された食品を受け取り、食品を小分けにす
16 るなどして最終受益者に提供する場合の者をいう。
- 17 ※こども食堂：フードバンク、食品寄附者等から直接寄附された食品等を加工・調理して、食事の形態で最
18 終受益者に提供する場合の者をいう（炊き出しや、弁当として配布する場合、飲食店が安価又は無償で提
19 供する場合も含む。）。
- 20
- 21
- 22

図1 「日本における食品寄附に係るサプライチェーン」の概略図

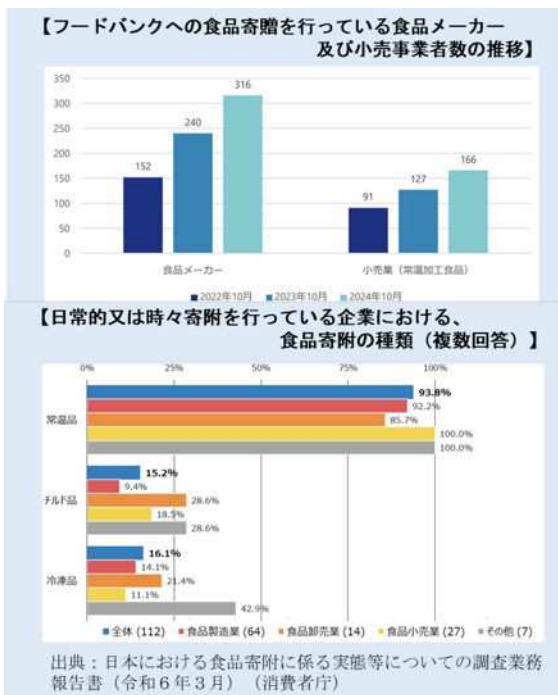


2) 温度管理が必要な日配品等の寄附の促進（重点施策）

都は、大学提案事業により、各地域で食品寄附の受け皿となるフードバンク設立のサポートや食品寄附の実証事業等を行ってきた。国の調査によれば、食品を寄附する製造者等は増加傾向であるものの、寄附される食品の多くは常温品であり、温度管理が必要なチルド品・冷凍品は少数となっている。

消費期限や賞味期限の短い生鮮食品・日配品等については、マッチングから消費までの時間を短くする必要があるため、フードバンク等を経由した寄附や遠方の寄附先では迅速な対応が困難な場合があることなどから、寄附が進んでいない。

このため、食品寄附を推進する団体等と連携して、スーパー等の食品提供者とその近隣の需要者等をつなぐ、DXを活用した地域完結型寄附スキームの構築を通じて、日配品等の寄附による食品ロス削減を推進することが有効である。

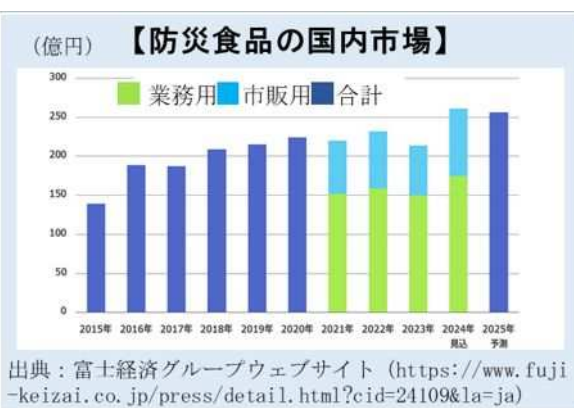


3) 防災備蓄食品の積極的な有効活用

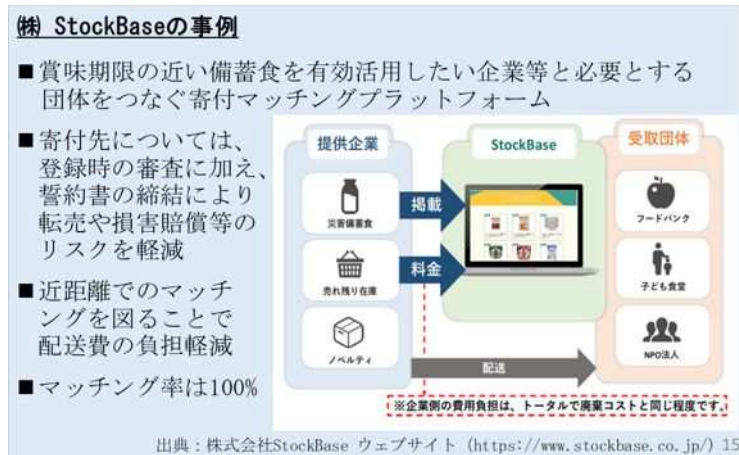
都は、都及び区市町村が保有する賞味期限の迫った防災備蓄食品をフードバンク等へ提供するため、2020年度からマッチングシステムを運用している。このシステムによるマッチング食数や登録区市町村・フードバンク等は増加傾向であり、取組が定着してきた一方、防災備蓄食品の入替え時期に偏りがあり一度に大量の登録がされることや食品の種類によってはフードバンク等のニーズと一致しない場合があることなどから、年間を通じた安定した寄附に向けては課題がある。

また、防災食品の国内市場規模は年々増加しており、そのうち約7割を業務用が占めていることから、民間企業等の防災備蓄食品の有効活用の促進も重要となっている。

このため、防災備蓄食品の着実な寄附を実施していくために、都・区市町村やフードバンク等への更なる周知等によりマッチングシステムを通じた寄附を着実に実施するとともに、有効活用を見据えた調達時期の平準化や平常時でも好まれる品目等への切換え等を進めていくことが必要である。



1 加えて、企業等の防災備蓄食
2 品をマッチングする民間シス
3 テム等による防災備蓄食品の
4 有効活用の促進に向けて、防災
5 備蓄食品を扱うマッチングサ
6 イトの運営事業者や好事例等
7 の情報を発信していくことが
8 重要である。また、都のシステ
9 ムの更新時に、防災備蓄食品の
10 マッチング実績が豊富な民間
11 システム等の活用も検討して
12 いくことが有効だと考えられる。



柱3 食品廃棄物の再資源化の推進

1) 家庭で排出される生ごみの分別収集・資源循環の促進（重点施策）

都内の家庭系生ごみの再生利用率はごくわずかで、大半は清掃工場で焼却されている。

家庭ごみの収集が有料化されている地域において、生ごみを無償で回収しリサイクルする場合は、経済的なインセンティブが働くため、住民からニーズが高い。既に都内自治体の一部の地域では、生ごみの分別収集を希望する世帯向けに、公共施設での拠点回収や近隣の複数世帯を対象にした収集を実施し、事業系を主に対象とした食品リサイクル施設で堆肥化を進めており、都は、こうした自治体の食品廃棄物のリサイクル等の取組に係る経費に対し財政的に支援してきた。

自治体による家庭の生ごみの分別収集・リサイクルを拡大するに当たっては、収集運搬車を可燃ごみとは別に手配することや堆肥化等の費用を確保することが課題である。加えて、2022年度における都内の家庭系の生ごみの焼却量は、約3,300トン/日であるのに対し、民間の食品リサイクル施設の処理能力は約670トン/日と大幅に不足しているため、拡大に当たっては、収集量に見合った処理能力を確保する必要がある。

また、家庭での再生利用の手法の1つとしてコンポスト等の活用があり、可燃ごみの減容化等を目的として導入支援を進めている自治体もあるものの、特に集合住宅等において生成された堆肥を使い切ることが難しい場合がある。

このため、区市町村等に対する支援策として、家庭系生ごみの再生利用に係る費用への支援に加え、リサイクル事例の発信や事業化に向けた助言等による技術的な支援を実施するとともに、複数自治体で生ごみ（使い切れなかった堆肥等を含む）の収集車両を共同利用する回収ルート構築や、リサイクル施設の整備に向けて自治体と共同で検討を進めていくことが考えられる。併せて、家庭におけるコンポスト等の活用促進についても検討していく必要がある。

2) 地域性を踏まえた面的な食品リサイクル・廃棄ゼロの推進（重点施策）

食品ロス削減・食品リサイクルの取組の拡大に向けて、都は、これまで、様々な事業者等と連携した実証事業に加え、社会実装に向けた自治体・事業者などに対する支援や、自治体を通じた事業者のコンポストの設置の後押し等を順次展開するなど、「点」による対策を推進してきた。一方、単一の事業者等では、排出量が少なく収集運搬コストが割高になるなど、取組



【食品ロス削減に係る主な実証事業と後発事業等】

実証事業	支援・定着に向けた後発事業等
ICT等を活用した先進的な食品ロス削減に向けた新たなビジネスモデル事業 食品のロングライフ化による食品ロスの削減 フードテックを活用した食のアップサイクル促進事業 フードテックを活用した食品ロス削減推進事業	● 小売ロス削減総合対策 ● 外食ロス削減推進事業 等

が困難な場合も多いことから、更なる拡大・社会実装に向けては、ビルや一定エリア内で様々な主体を巻き込む「面」での取組を進めていくことが必要となっている。

加えて、複数のテナントが入るビル等においては、建物管理者がテナントからの委任を受けて廃棄物処理等の実務を一括して実施しているケースが多く、焼却処理からリサイクルへ切り替える際にはテナント・建物管理者等の合意形成が必要な場合がある。また、面的な取組の効果を最大化するために



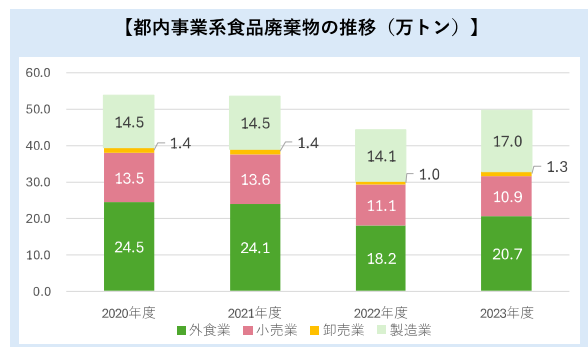
は、食品廃棄物を飼料化・堆肥化するための冷房室での一時的な保管による腐敗・害虫の発生等の防止策や、DXを活用したテナントごとの計量・課金システム等の先駆的な発生抑制等の取組の導入に加え、食品リサイクルだけにとどまらず、プラスチック等の包装容器の水平リサイクルなどの分野横断的な取組も重要である。

このため、一定のエリア・ビル等において、食品・プラスチック等を中心に、先駆的・分野横断的なごみ減量・リサイクルの取組等を集中的に実装する事業のコーディネートの後押し、その取組を都民・事業者等へPRすることで横展開を図ることが有効であると考えられる。

3) 食品廃棄物の再生利用を促進する施策の強化

食品製造業等から出る産業廃棄物の食品廃棄物は混合物が少なく、広域的な処理も可能となることから、大半が飼料化・堆肥化されている。

一方、小売店や外食店等においては、包装された食品の売れ残りや混入物が残っている食べ残しなど、食品廃棄物とプラスチック等が混合して排出されることが多く、飼料化・肥料化等の再生利用を図るには、異物を除去することなどが求められるため、店舗側の負担が重く、多くは可燃ごみとして清掃工場で焼却されている。



このため、都内事業系の多くを占める食品小売業や外食産業から排出される食品廃棄物については、包装された状態等で受け入れ、プラスチック等の分別が可能な施設での再資源化が有効である。これらの処理に併せて、分別後のプラスチック等は、水平リサイクルを促進する必要がある。

また、事業系の食品廃棄物については、再生利用よりも清掃工場での焼却処理の方がコスト面で有利な場合は、排出者が再生利用する経済的なインセンティブが働かないことや、都内に数多くある小売店や外食店から排出される食品廃棄物量に対して、都内のリサイクル施設の処理能力が不足しているという課題もある。

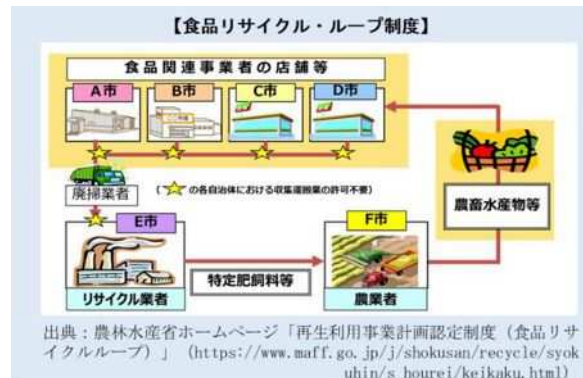
このため、国の食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針（2025年3月14日告示）において、清掃工場における持込み手数料などの処理料金については、原価相当の料金徴収が

望ましいと示していることから、食品リサイクルを促進する観点からも、自治体に検討を促していくことが重要である。また、リサイクル施設の整備を促進するため、小売店・外食店等からの食品廃棄物を取り扱うことができる再資源化事業者等による施設新設や能力増強等の際における財政的支援の拡充を国に働きかけていくことが考えられる。

4) 小規模事業者等でも取り組みやすいリサイクルルート構築（重点施策）

先述のとおり、事業系食品廃棄物については、小売業及び外食産業、特に中小食品関連事業者の再生利用率が低調である。

こうした要因としては、都内における食品リサイクル施設の所在地は偏在していることから、施設からの距離が遠い事業者等にとっては収集運搬コストが割高になることや、中小規模の小売・外食事業者等からの食品廃棄物は、特に飲食店等ではオーダー方式、バイキング方式、セントラルキッチン方式など提供方法によって出す頻度や量等が違って少量の排出になる場合もあり、単独で収集運搬事業者等を見つけることが極めて困難なことなどが挙げられる。



また、自治体を横断して収集運搬を行う場合、通常、食品廃棄物を収集する排出場所が所在する全ての自治体での許可が必要となる。加えて、ドライバー不足等や食品リサイクルに係る委託料の費用負担、冷蔵保管庫や温度管理のできる保管場所の確保等の様々な課題がある。

そこで、食品関連事業者の店舗等が排出する食品廃棄物について、食品リサイクル・ループ制度※等を活用した広域的なリサイクルルートの構築に向けたコーディネーターによる伴走型支援等が有効であると考えられる。

また、更なるスケールメリットの確保や効率的な収集運搬体制の構築に向けては、家庭系生ごみと事業系食品廃棄物の一括回収も併せて検討することも考えられる。

※食品リサイクル・ループ制度：食品関連事業者が、リサイクル業者等と連携し、再生利用実施や得られた肥料等の利用などに関する計画を作成し、大臣の認定を受けた場合、廃掃業者の収集運搬業の許可が不要となる制度

第4章 各主体の役割と施策の進め方

1 各主体の役割

食品ロスは、消費者及び事業者双方から発生しており、サプライチェーン全体で取り組むべき課題である。同時に、消費者の行動が事業者における発生要因になり、また逆に事業者の行動が消費者（家庭）における発生要因になり得ることを認識した上で、両者が相互に力を合わせて食品ロスの削減に取り組む必要がある。

このため、消費者や食品関連事業者が、以下に掲げるような役割を理解し行動すると同時に、消費者団体・NPO等による普及啓発活動や、行政による総合的な食品ロス削減施策の推進及び自らの率先行動が求められる。

【消費者の役割】

消費者は、食品ロスが社会的な課題であることへの理解を深めた上で、日常生活における買い物や料理、食事等の場面で一人ひとりができることを考え、具体的な行動に移していくことが期待される。また、消費者の過度な鮮度志向などが起因の一つとなって、サプライチェーンの中で食品ロスが発生していることを認識し、食品ロス削減や食品リサイクルに取り組む事業者のサービスを積極的に活用する等、事業者の取組を支援することが求められる。

【食品事業者、食品業界団体の役割】

自らの事業活動における食品ロスの発生状況を把握した上でその削減を図るとともに食品リサイクルの取組を進める。また、事業者は、サプライチェーン全体における食品ロスの状況とその削減の必要性、食品リサイクルについて理解を深めるとともに、自らの取組状況等について情報発信し、消費者の理解と協力を得ながら取組を進めていくことが求められる。加えて、都や区市町村等が実施する食品ロス削減や食品リサイクルの取組に積極的に協力するよう努めることが求められる。

また、業界団体から各事業者への食品ロス削減や食品リサイクルの取組を促すことも期待される。

【消費者団体、NPO、情報産業等】

消費者や事業者による食品ロス削減の取組が広がるよう、セミナー・イベント等の企画や好事例の紹介など積極的な普及啓発活動を行うことが期待される。

【都の役割】

都は、各施策が着実に進むよう、消費者、事業者、関係団体等と連携を図りながら、食品ロスの削減・食品リサイクルを推進する。また、地域ごとの特性に応じた取組や工夫を凝らした取組を展開する区市町村を支援するとともに、連携した取組を進めていく。

【区市町村の役割】

区市町村は、国の「食品ロス削減の推進に関する基本的な方針」や都計画を踏まえ、当該区市町村の区域内における食品ロス削減の推進に関する計画（食品ロス削減推進法第13条に定める「市町村食品ロス削減推進計画」）の策定に努めるとともに、地域の特性に応じた食品ロス削減や食品リサイクルの施策を都や企業等と連携を図りながら積極的に実施していくことが求められる。

2 各主体との連携・協働による施策の推進

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、特定の分野へ規制を設けることだけで解決する問題ではないため、その削減に当たっては、事業者、消費者が相互の理解を深め、共通の問題意識を持って対応していくことが重要である。

また、食品ロス削減・食品リサイクル施策の推進に当たっては、食品の生産から、製造、販売、消費、再生利用、廃棄に至る一連の過程において多くの消費者、事業者に関わる課題であるため、行政内関係部署と緊密に連携を図るほか、様々な工夫を凝らした取組を重層的に展開していく必要がある。また、行政間の協力体制として、国はもとより区市町村や九都県市等との連携も重要である。

(1) 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

食品製造業から卸売業、小売業、外食産業までの各事業者団体や消費者団体、有識者等で構成される「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」において、サプライチェーンの各段階で発生する食品ロスの削減策について議論を重ねるとともに、協働した取組を推進してきた。今後も引き続き、食品ロス削減に当たっては、サプライチェーン横断的な課題に対し、各業界との更なる協働した取組が不可欠である。

そのため、サプライチェーン全体での取組を一層推進していくため、パートナーシップ会議による連携の強化を図っていく必要がある。

(2) 区市町村

食品ロス・食品廃棄物対策は、多くの消費者や事業者が関わる問題であるため、様々な創意工夫を凝らした取組を積極的に展開していくことが重要である。そうした中、区市町村においても、SDGs の気運の高まりなどから独自の工夫された食品ロス削減・食品リサイクルの取組が進められている。

都は、これまでも、区市町村が実施するワークショップ開催、地域での食べきり協力店との協働、出前授業、フードドライブ等、様々な食品ロス削減・食品リサイクルに係る取組を支援しており、今後も地域特性に応じた効果的な取組を支援していくことが求められる。

また、賞味期限の迫った防災備蓄食品について、マッチングシステムを通じてフードバンクでの有効活用を図るほか、食品ロス削減月間には、地域の食べきり協力店やフードドライブ等の取組状況を発信するなど、効果的な取組を協働しながら進めていくことが有効である。

(3) 九都県市等

首都圏では、通勤・通学等で多くの人たちが毎日相互に行き来しており、食品ロス・食品廃棄物対策を効果的に進めるためには、首都圏 9 つの自治体で構成する九都県市首脳会議における広域的な連携した取組が有効である。

九都県市では、これまで子どもから大人まで分かりやすい食品ロス問題のPR動画を作成し、オンライン配信やトレインチャンネルの活用により都内外の広域の気運醸成を図ってきた。さらに、事業者の率先した食品ロス削減の取組を促進するよう、消費者に地球に優しい企業であることをアピールする「チャレンジ省資源宣言」をスタートしており、引き続き広域的に連携した取組を進めていくことが必要である。

(4) 東京サーキュラーエコノミー推進センター

食品ロスを含めた地域密着型サーキュラービジネスの拠点として、2022年4月に東京都環境公社内に「東京サーキュラーエコノミー推進センター（通称“^{ティ}ー^セック”という。）」を設置し、都民・事業者等からの相談・マッチング対応のほか、ネットワーキングの場を提供するなど、幅広く取組を推進してきた。例えば、小売店舗でのフードライブの常設窓口を掲載している区市町村の一覧をホームページ上で公表するなど、食品ロス削減の発信拠点としての活動も実施している。

こうした取組を進めている一方、事業者等の多様な主体の連携を促し食品ロス削減に向けた新たなソリューションの芽を創出するためには、高い専門性を備えた体制の整備やマッチング機能の実効性向上が重要となっている。

今後、更なる戦略的な広報の展開を図るため、都民・事業者・自治体やNPOなど各主体のニーズに応じた情報発信を強化する必要がある。

多様な主体との連携を促進していくために、デジタル技術の活用により、食品ロスの削減対策や防災備蓄食品の有効活用等に取り組む事業者等を効率的・広範にマッチングする仕組みの提供や、食品ロス削減に資する補助事業等も含めた具体的なソリューション等を提案できる専門人材によるアウトリーチ活動の充実を検討していくことも重要である。

加えて、高齢者に対して、講習会等での啓発動画等による発信や、デジタルツールがない場合でも電話などの多様な手段によってコミュニケーションを図り、幅広い人々にも対応できるよう進めていくことが求められる。

(5) 子ども、教育機関等

持続可能な資源利用の実現に向けて、食品ロスの削減が大切な取組であることを、将来を担う子どもや若い世代の人たちが学ぶことは重要である。

食品ロスの問題は、子どもたちにとって身近で理解しやすいSDGsともつながりの深いテーマであり、多面的かつ総合的に考え、行動できる力を養える絶好の題材でもある。都は、これまで、教育関係部署と連携しながら、教員等を対象とした体験型プログラムを通じ、子どもたちに食品ロスに関する学習の機会を提供するほか、親子や地域向けの埋立処分場見学会において、食品ロス問題をテーマとして開催するなど様々な形で環境学習の推進に取り組んできた。今後も、家族、学校、地域等の中で食品ロス削減のため自らできることを一人ひとりが考え、具体的な行動に移していけるよう多様な環境学習を推進しながら、子どもたちが成長段階に応じて体系的に学べる教材の開発や知識を得られる機会を創出し、食品ロスに関する教育環境の充実を図っていくように教育関係部署との連携を強化していくことが重要である。

加えて、食育基本法に基づく東京都食育推進計画の中でも食品ロス対策は施策の柱の1つに位置付けられており、子どもから大人まで幅広い世代のライフスタイルに応じてSDGsの達成にも貢献する食品ロスの削減の理解を深めていくこととしており、当該計画を所管する部



署とも連携を図りながら、食育を通じた食品ロス削減を推進していく必要がある。

(6) その他

都では、食品ロスやレジ袋の削減、食品リサイクル、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する「チームもったいない」という枠組みを活用し、食品ロスの削減行動等の取組を実践しているメンバーの活動発信等に加え、家庭向けの普及啓発などを推進していく必要がある。

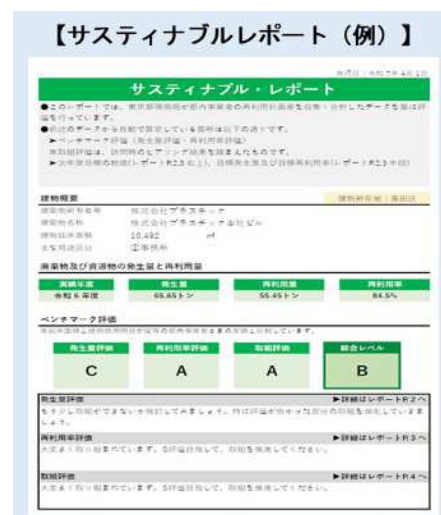
また、食品ロス削減に積極的に取り組むスタートアップの事業を活用するとともに、削減活動に取り組む若者や学生団体等ともコミュニケーションを図っていくことが重要である。

3 食品ロス削減・食品リサイクルに取り組む事業者等を評価する仕組み

都は、Web サイトやT-C E Cのアクションサイト等を通じ、積極的に食品ロス削減を進める食品関連事業者等の取組を発信してきた。また、大規模オフィスビルや商業施設等に対しては、3 Rアドバイザーを派遣し、取組状況の確認や助言、食品リサイクルも含めた3 Rに関する事業者の取組レベルを可視化した上で、派遣後にはレポートも発行している。こうした取組を進めている中において、食品関連事業者等が、取り組んでいる食品ロス削減行動レベルを把握することで、より効果的な取組を促すため、優良な行動を客観的に評価し、見える化する仕組みが必要となっている。

また、食品ロス削減の取組には、経費の増や運用変更の手間などの負担が懸念され、実施が躊躇される場合があることから、持続的な取組につなげるための導入コスト等への支援に加え、事業者のモチベーションの維持・向上に資する制度的な施策等も重要である。

今後、排出事業者等の自主的な行動につなげるため、自らの取組状況や食品廃棄物を含むごみの排出量等をオンライン上で入力することにより相対的な評価の確認が可能な「診断ツール」の活用を推進するなどにより、取組レベルの見える化を進めていく必要がある。さらに、食品ロス削減行動の促進に向けた環境整備に向けて、現在進められている ISO（国際標準化機構）における国際規格の策定動向等も注視しながら、意欲ある事業者に対する支援や各企業の取組の好事例の発信、表彰制度などにより、自主的な行動レベルの強化と企業のブランディング・価値向上の好循環を促すための方策を検討していくことが求められる。



4 都による率先的な取組の推進

都は、多量の資源を消費する一事業者として、食堂等におけるご飯の量の選択やポスター等による啓発活動、防災備蓄食品のマッチングシステムを活用した有効活用など、食品ロス削減に資する率先的な取組を実施している。また、2025年3月には、都の事務事業活動に伴う温室効果ガス削減などの都の率先的な取組を示した「ゼロエミッション都庁行動計画」を改定し、「食品ロスの削減」の分野においても2つの2030年度目標を設定した。

今後、都民や事業者等の更なる行動変容に向けては、職員だけでなく一般利用客も多い庁舎内の食堂・売店等でロス削減の取組を推進することや注目度の高い都主催イベント等での取組も一層推進していくことが重要である。

そこで、都庁舎内の食堂・売店等における発生抑制・再生利用を推進していくため、食品ロス削減キャンペーン等の機会を捉えた啓発活動や、オフィスを含む全ての食品廃棄物の再生利用等を実施する必要がある。また、都民・民間事業者等への取組の普及促進として、都主催イベントにおいて、飲食提供の際の量の調整など、東京都グリーン購入ガイドに基づく率先した取組を推進するとともに、東京2025世界陸上・デフリンピックのような、都内の注目度が高い大規模イベントにおける食品ロス削減行動を働きかけていくことも有効である。

【「ゼロエミッション都庁行動計画」における目標(2030年度)】

- 都庁舎の食堂や売店等における全ての食品廃棄物を食品リサイクルへ
- 都が保有する防災備蓄食品の廃棄が最小化されている

出典：ゼロエミッション都庁行動計画（東京都）

【東京2025世界陸上における主な取組】

主な取組

■ ボトルtoボトルの実施

- ・ スポンサーと連携し、使用したペットボトルを回収して新たなペットボトルに再生する、水リサイクル(ボトルtoボトル)を実施します。

■ 持続可能な調達、廃棄物の削減

- ・ 持続可能な調達計画を作成し、備品等の調達では、リース・レンタルを積極的に活用し、物品等の購入では環境に配慮するなど、持続可能な調達を進めています。
- ・ 競技用備品は、適正な財産処分手続きを経て、大会後に譲渡して活用することを検討します。
- ・ 観客へマイボトルの持参を呼びかけていきます。
- ・ 一部で、繰り返し使えるリターナブル瓶についての活用を検討します。
- ・ 飲食料品の容器包装について使い捨てプラスチックの利用抑制を検討します。

■ 食品ロスの削減

- ・ ボランティアへの食事提供について食費相当分のプリペイドカードを配布します。
- ・ 大会関係者への食事提供については、食数精査のほか、冷凍食材などを活用し、食品ロスの発生抑制に最大限努め、それでも発生するものは再生利用を目指します。

出典：東京2025世界陸上サステナビリティプラン（World Athletics）

今後のスケジュール（予定）

回数	日程	議題
第 1 6 回	令和 7 年 5 月 3 0 日 1 0 時～1 2 時	・施策強化に当たっての課題 ・施策強化の柱建て ・個別ヒアリング概要 等
第 1 7 回	6 月 2 6 日 1 4 時～1 6 時	目標達成に向けた施策強化策（骨子案）の全体像 各施策強化策の方向性①
第 1 8 回	7 月 2 4 日 1 4 時～1 6 時	各施策強化策の方向性② 施策推進を後押しする取組
第 1 9 回（本日）	9 月 1 2 日 1 0 時～1 2 時	施策全般に係る意見徴収
（座長（有識者等）の改選）		
第 2 0 回	令和 8 年 2 月 頃	・新座長の選任 ・今年度の事業報告 ・来年度予算案説明 等