

第8回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

速 記 録

令和2年1月24日（金）
都庁第二本庁舎31階 特別会議室22

(午後2時00分開会)

○渡辺座長 定刻となりましたので、「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」第8回を開会いたします。

委員の皆様方にはお忙しい中、御出席いただきましてありがとうございます。

それでは、本日の出席状況について、まず事務局から報告をお願いいたします。

○秋田資源循環計画担当課長 資源循環計画担当課長の秋田でございます。

本日は、どうぞよろしくをお願いいたします。着座にて、御報告させていただきます。

本会議における委員総数は20名で、ただいま15名の方に御出席いただいております、委員総数の過半数に達しております。

本日は、小林委員、辰巳委員、福井委員は御欠席でございます。

清水きよみ委員と柿野委員につきましては、所用につき後ほどいらっしゃる予定でございます。

金丸委員につきましては、所用のため途中で退席される予定でございます。

また、資源循環推進部長の宮澤が業務の都合により、30分程度遅れての参加となりますので、御理解いただけますようお願いいたします。

事務局からは以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

それでは、これより議事に移りたいと思います。

まず、議題1について、今日はまずと言いましても1しかありませんので、この議題について説明いただいた後、御議論いただくことになっておりますので、まずこの説明を事務局からお願いいたします。

○秋田資源循環計画担当課長 それでは、議題1「食品ロス削減に向けた提言について」御説明させていただきます。

初めに、前回の会議より、この間皆様に御意見を頂戴するために、直接お伺いいたしまして、いろいろ御議論させていただきました。誠にありがとうございます。

頂戴いたしました御意見も踏まえ修正を加えた「食品ロス削減に向けた提言」を御説明させていただきます。資料2-1を御覧ください。

こちらは、「食品ロス削減に向けた提言」の概要をお示したものでございます。

まず、こちらの提言の位置づけでございますが、今まで本会議におきまして様々な議論を頂戴してまいりました。そちらの議論を提言という形で意見を取りまとめて、各主体の着実な行動を推進してまいりたいと考えてございます。

また、この提言を受けまして、東京都は今後、それぞれ各主体の取組内容等を記載しました、法に基づく食品ロス削減推進計画を策定してまいりたいと考えております。

それでは、提言の概要について、御説明させていただきます。

まず、「～共通～」でございます。この事項につきましては、前回の提言においてはなかった事項でございます。

前回、事業者、消費者、行政・NPO等という主体別や事業者別のマトリックス表の中で食品ロス削減に向けた取組をお示したところでございますが、その際、各主体が連携するという大前提に立った上で、取り組まなければいけないという御意見を頂戴いたしました。

そこで、〈提言1〉、共通事項でございますが、食品ロス削減に向けた連携ということ

で、より効率的・効果的に進めていくために事業者、消費者、行政を含めて各主体が連携して取り組んでいく必要があると記載しております。以降、若干の変更はございますが、基本的に前回と骨組みは変わってございません。

「～事業者編～」につきましては、〈提言2〉で製造、卸売、小売、外食で発生する食品ロス。いわゆるサプライチェーンの中で発生する食品ロスに対する取組につきまして記載しております。

〈提言3〉では、事業者の取組の中でも、いわゆる商慣習の見直しについて記載しております。

次に、「～消費者編～」でございます。

〈提言4〉では、事業者と消費者の接点、例えば小売や外食の場面において、例えば小盛りメニューでの食品提供や、ドギーバッグでの持ち帰りなどの売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択について記載しております。

〈提言5〉では、「家庭における食品ロスの予防」ということで、これは家庭においてそもそも食品ロスの実態の把握や理解の促進を図ることや、例えば買い物前のストックチェックの習慣化などについて記載しております。

最後に、「～行政・NPO等編～」でございます。〈提言6〉では、事業者との連携、例えば行政における事業者支援ですとか、食べきり協力店制度などを設けている自治体もございまして、そういった事業者との連携等について記載しております。

〈提言7〉では、消費スタイルの転換に向けた啓発、例えばキャンペーンの実施ですとか、ウェブサイトによる効果的な情報発信等について記載しております。

〈提言8〉では、教育の場面に着目して環境学習ですとか、大学や教育機関と連携した取組について記載しております。

それでは、本編である「食品ロス削減に向けた提言」でございます。

まず、「I はじめに」ということで、食品ロス削減パートナーシップ会議において議論した上で、今後取り組むべき方向性について、提言として意見を取りまとめるという内容を記載しております。

次に、4ページになります。

東京都におきましては、2017年度に年間約50万トンの食品ロスが発生していると推計されており、食品ロス削減に向けて現在取り組んでいるところでございます。

昨年12月に東京都は「『未来の東京』戦略ビジョン」を発表いたしました。こちらで、2030年までに半減という目標を掲げさせていただいております。

さらに、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」を同時に発表いたしました。こちらにつきましては、近年の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等の発生、気候変動がもたらす影響、こちらに着目いたしまして、都は世界の大都市の責務として食品ロス削減により、資源流用に伴うCO₂削減に努めるなど、機構危機に立ち向かう行動を進めていくと掲げております。こちらのゼロエミッション東京戦略の中では様々な施策・取組が記載されておりますが、食品ロス対策としては、2050年までに食品ロス実質ゼロという目標を掲げております。

この目標については、もちろん達成は容易ではございませんが、今後食品ロス削減に向けた機運を醸成しまして、各主体が連携した取組をより一層加速させていきたいと思いま

す。

お手元に冊子として「ゼロエミッション東京戦略」の本誌があると思いますので、こちらについて補足で御説明させていただきます。

9ページを御覧ください。

世界は現在気候危機に直面しており、その要因といたしまして、気温の上昇ですとか、降水量の減少、熱帯低気圧の強化等々ございまして、最も差し迫った課題として一丸となって取り組んでいく必要があります。

12ページを御覧ください。

2015年にパリ協定が締結されまして、世界の共通の長期目標として産業革命前からの気温上昇を2度未満に保つ、加えて、1.5度に抑える努力を追求するという目標が掲げられておりまして、東京におきましても、この目標に向けて取り組んでいるところでございます。

18ページを御覧ください。

「『ゼロエミッション東京』を実現し世界の『CO₂排出実質ゼロ』に貢献」するためのキーポイントとして3つの視点を掲げておりまして、その一つに、「資源循環分野を本格的に気候変動対策に位置付け、都外のCO₂削減にも貢献」という視点を記載しております。

24ページをご覧ください。

本戦略の柱と施策・取組とございます。戦略Ⅰから戦略Ⅵまで掲げておりまして、「戦略Ⅳ 資源・産業セクター」の「政策7」のところに「食品ロス対策」を記載しております。

46ページを御覧ください。

現状、国内で約643万トンの食品ロスが発生する中で、食品ロスが気候変動に及ぼす影響としては、世界の温室効果ガス総排出量の約21%から37%を占めていると、IPCCの報告で言われてございます。

こういった気候変動の観点からも、食品ロス対策というのは必要に迫られているという認識でございます。

47ページを御覧いただきますと、2030年半減、それを経て2050年実質ゼロという中で、「2030年目標+アクション」では、食品ロス削減に向けた提言を骨組みとした取組を記載しております。食品サプライチェーンが協力した取組の推進、売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択、家庭における食品ロス予防といった内容になっております。

また、「2050年に向けたチャレンジ」としては、AI等を用いた需要予測システムの高精度化や、事業系食品ロスを最小化する仕組みの導入であったり、食品の品質を劣化させない新たな長期保存方法や加工技術・CO₂の排出が少ない食品等の開発等について記載しております。

食品ロス削減に向けた提言の本編に戻りまして、「食品ロスの削減の推進に関する法律」の概要でございます。こちらにつきましては、前回と変わらず、昨年10月に施行されました食ロス削減推進法に基づきまして、我々東京都も計画を策定していきたいと考えております。

次に、各主体の自主的な行動及び連携の促進に向けた提言でございます。

こちらは、概略図に若干、修正を加えました。先ほど申しあげましたとおり、基本的には「事業者」、「消費者」、「行政・NPO等」という主体の中で、【製】、【配】、【販】、【家庭】という時系列を考慮した構成となっておりますが、加えまして、「各主体の連携」を今回設けました。

まず共通理念としまして「各主体の食品ロス削減に向けた連携」があった上で、各主体のそれぞれの取組を進めていきたいと考えております。

以下、主に今回御意見を頂戴した内容を中心に、御説明させていただければと思います。

10ページの中段あたりを御覧ください。

「その他の取組として」、今回、御意見を頂戴した中で無断キャンセル問題、いわゆる「No show」の問題についても、結果的に食品のロスを生み出す原因となり得るので、こちらについても記載すべきではないかという御意見を頂戴いたしました。

次に、11ページの「主な意見」の【製造】の部分でございます。

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を削減するために、現在、事業者、消費者の理解の促進を図るような取組をしています、というお話を頂戴したので、ここの意見に記載させていただきました。

次に、〈提言5〉でございます。

こちらにつきましては、「主な意見」の下から2つ目のところで、経済的インセンティブによって食品ロスを減らすというのは、導入部分では必要不可欠なところではあるのだけれども、最終的には経済的インセンティブによってどうこうというよりは、食品ロス削減行動が当たり前になるような、ライフスタイルの定着を目指すべきであるという御意見を頂戴しております。

また、その下でございますが、今後、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、今、東京都でもプラスチックの排出総量削減の取組をしておりますので、プラスチックの排出総量の削減やリサイクルの徹底が推進されるべきという御意見を頂戴しております。

次に、〈提言6〉でございます。「主な意見」の一番下でございますが、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という御意見を頂戴しました。

次に、〈提言8〉でございます。

「主な意見」の最初のところで、普及、啓発はもちろん大事ではあるのだけれども、行政自らが率先して食ロス削減に取り組むということが必要不可欠であり、家庭や事業者の取組を先導していくような取組を自ら率先してやるべきであるという意見を頂戴いたしました。

それを受けまして、「方向性」の1つ目のところで、自治体職員自らがまず具体的な行動を起こすこととともに、例えば食堂における規格外野菜を活用したメニュー提供など、行政自らが率先して取組を進めていくべきであるという内容を記載しております。

そのほか、多くの御意見を今回、皆様から頂戴しております。今回できうる限り頂戴した意見を反映させたいつもりですが、改めまして本日御意見を頂戴いただけますよう、よろ

しくお願いいたします。

続きまして、今後のスケジュールでございます。資料2-3になります。

今月、10日に食ロスの削減の推進に関する基本的な方針(素案)が国から出されました。各地方自治体におきましては、この基本方針をもとに削減計画を策定するという運びになってございます。この基本方針について、2月1日までの予定でパブリックコメントが実施されております。

3月には基本方針が閣議決定される予定だと聞いております。

それを踏まえまして、パートナーシップ会議を4月中旬頃に開催させていただきまして、提言の取りまとめを図り、4月下旬に公表してまいりたいと、現在のところ考えております。

食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針でございますが、主に法で制定されている内容につきまして、それを横引いた形で基本的な指針、方向性について記載しているようでございます。

具体的には、例えば目標の考え方について国の削減目標を踏まえて目標設定をしていくべきであるとか、いろいろな主体と連携しながら取り組んでいく必要がありますとか、事業者の取組事例等について周知していくべきだというような内容が記載されております。

今後、こちらにつきましてパブリックコメントを得まして、先ほど申し上げたとおり、3月末に閣議決定される予定でございますので、そちらも踏まえて計画を策定してまいりたいと考えております。

説明は以上になります。

○渡辺座長 かなり大部にわたる資料で、何度か御覧いただいていると思うのですけれども、なかなか全体を理解するのは難しい部分もあるかと思えます。

この後、残りの時間全てを議論の時間に使うことになっておりますので、様々な角度から、ぜひ御意見をいただければと思っております。

話されていることは重要なことがありまして、といいますのは、ゼロエミッション東京の冊子を使いながら説明をいただいていた訳ですけども、この食品ロス削減パートナーシップ会議が始まってから3年目が終わろうとしている中で、確実にステージが変わってきたといいますか、国全体では食品ロス削減法が成立したことが背景にあるわけですけども、東京都の行政というと、2030年に半減が打ち出され、2050年にゼロというものが打ち出されましたと。では、それをどうやって実現するのですかというかなり深刻な、本当に真剣に考えなければいけないところに立たされていて、それを踏まえた上でこの2030年、さらに2050年を見据えてパートナーシップ会議として提言を出していく必要がある。その背景を考えた上で、この提言をまとめていく必要があるのだと考えています。

外を見ますと、春がすみのような天気で菜種梅雨が始まっている。「今日はコートを着なくてもいいような天気で過ごしやすくいいですね」などと言っているような場合ではなくて、明らかに温暖化は進んでいるのが身にしみて感じられるし、オーストラリアの火事はいつまでたっても止まらないし、2050年ゼロなどと言っているときに、もう2050年には日本でも火事が止まらなくなってしまうのではないかぐらいのことは、考えられるのではないかと思うのです。それぐらいの危機感を持って望む必要があるし、おそら

く都としても望んでくださっているのだらうと思います。

そういうことを踏まえて、いろいろ本編の中には細かいことが書かれていて、委員の皆様方からも御指摘いただいた点を反映されていると思うのですが、改めて2030年半減、2050年ゼロということ踏まえた上で、こういう骨子の組み立てでいいのか、中身の組み立てでいいのかということ、ぜひ御意見いただきたいなと思います。

ぜひこういうことを御理解いただいた上で、提言案ができていることを御理解いただきたいと思います。

いかがでしょうか。

変に、大上段に振りかぶって重くなってしまいますけれども、細部にわたるところでも構わないかと思ひますし、全体の構成に関わる部分でも構わないと思ひますので、どのような御意見でもよろしいかと思ひますので、ぜひお願いいたします。

お願いします。

○田中（清）委員 食産センター味の素、田中でございます。

非常に多岐にわたってまとめられていて、すごいなと実感しております。

やはり2050年の食品ロス発生量実質ゼロというのは、要するに東京都として実質ゼロということなのか、それとも今のこの社会全体の発生量をゼロにしていくという、どちらを目指されているのかということ、をまず伺いたいと思ひます。

○渡辺座長 よろしくお願ひします。

○秋田資源循環計画担当課長 最終的には東京都の取組が波及して行けばと思ひておりますが、そう安易な目標ではないと我々も認識してございしますので、まずは東京自らが実質ゼロを目指して取り組んでまいりたいと思ひております。

○渡辺座長 お願ひします。

○田中（清）委員 これはリクエストなのですけれども、やはり最初にスタートするときにレガシーをつくっていくということだったと思ひますね。

そうして考えたときに、やはりゴールは東京都で出たものが50%、ゼロということではなくて、東京都でやっていることがいろいろなところでのゼロにつなげられるようなものを、一つでも多く発信していくことのほうが、重要なのではないかなと思ひます。

確かにKPIとか、そういうところで進捗がどうだということでは、こういうことが必要なかもしれないですけれども、やはり目指すべきところは仕組みとか、意識をどう変えていくかをいろいろな形で発信できることが、一番重要なのではないかなと思ひますので、やはりアクションではそういうところが重視されるべきなのではないかなと思ひます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

多分、前提としては先ほどのゼロエミッションの冊子で言えば、18ページに「『ゼロエミッション東京』を実現し世界の『CO₂排出実質ゼロ』に貢献」と、世界をにらんでいる報告書ですよ。

食品ロスを半減するとか実質ゼロというの、CO₂との関連がかなり明確に意識して打ち出されているので、CO₂は都道府県境は関係ないわけで、東京発生源の食品ロスからCO₂が他県で発生してしまったらこれは東京の責任ということになってしまうわけで、やはり日本全体というのにはらまれているし、世界全体もにらまれているというのが、多分、都政の前提なのではないかなと思ひます。

いかがでしょうか。そういう理解でよろしいですか。

田中委員、いかがですか。

○田中（清）委員 はい。

○渡辺座長 そういう前提で、単に食品ロスというものの自体を都外に出すということでは決してなくて、世界というののもちょっと大げさなのですけれども、日本の中での食品ロスのゼロを目指していくと。それは、CO₂の排出量の実質ゼロ、実質というのは木を植えたり、プラスマイナスしてゼロにしていくということなのだと思うのですが、CO₂も排出量を実質ゼロにつなげていく、そういう議論とつながっているのかなと理解したいと思います。

その上で、いかがでしょうか。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 江崎グリコの田中です。ゼロエミッション東京という立派な冊子もできあがって、拝見させていただいて非常に、SDGs、多岐にわたる方面に対して包括的に、俯瞰的に記述されていて、大変短い時間によくこんなすごいものをつくられたなと驚きました。

47ページを見ますと、「2050年目指すべき姿」ということで、今は東京都内食品ロスの発生量約50万トンを実質ゼロを目指してやっていくんだということで、味の素の田中様がお話の中で触れられましたけれども、この中で「2050年に向けたチャレンジ」ということで、食品需給量のマッチングによる過剰供給を抑制していくんだという記述があります。

ここ1、2年、本当に恵方巻きであったりクリスマスケーキであったり、コンビニエンスストア様やスーパーマーケット様において、たくさん販売の用意をした。しかし、それが残念ながら余ってしまっていて廃棄されていく様子が、報道などで写真が出回ったりしました。この直近、つい1、2ヶ月前のクリスマス、結構多くのコンビニエンスストア様が、クリスマスケーキを予約制にしますよということで、予約表を先に提出して、それに基づいてとても手の込んだクリスマスケーキを受け取られるところが増えていたように思ったのですが、今日は西山委員もお見えになっていらっしゃるのも、もし情報をお持ちのようでしたら教えていただけたらと思います。

そういう予約販売によって、市場全体はシュリンクしてしまったのか、あるいはまだ前年並みだったねという御認識だったのか、逆に増えたねという状況だったのか。もし、そのあたり、予約販売によって結果的にどうなったのかということ。ちょっとクリスマスから1ヶ月しかたっていないので、私たちもどうなったのか分からなくて、速報値とかうわさとかお耳に入っているようでしたら、教えていただけると大変ありがたいなと思いました。

○渡辺座長 西山委員、いかがでしょうか。

○西山委員 フランチャイズチェーン協会西山です。

どこまで本音で話しているのか、ちょっと悩んでいるのですけれども、すごく難しいところがあって、昨年非常にフードロスの問題が表に出てくるようになって、一部のマスコミ等々で恵方巻きとかクリスマスケーキのことだけが、独り歩きをしたように報道のあったという経緯があります。

私の手元では自分のチェーンだけですけれども、全てのデータが単品まで全部見られま

す。その結果、数字は申し上げにくいのですが、トータルの恵方巻きの販売量という言い方をするとかなりシュリンクしました。前年を大幅に下降しました。ただ、個店によっては出たロスが減ったがために、利益で見たときに前年ととんとん、減っているほうが多いのですけれども、という結果は出ています。

ただ、報道に載ったのは本当にごくごく一部の極端にロスを出したところの写真だけが、一人歩きをただけであって、圧倒的多数の店はある状態にはなっていないので、そこが何か大きく誤解をされているなど。結果的には恵方巻きには行き過ぎた販売があったのも事実ですけれども、トータルで考えたときには恵方巻きのマーケットがシュリンクしてしまったなという思いはあります。

もう一方、クリスマスケーキについては、予約商品、予約限定とか、もちろんこれはこれでずっと過去からやってきていることではありますが、小売店として、商売人ですから、どこよりもおいしいクリスマスケーキができたなら、いろいろな人に勧めたくなるのは商売人の常ですので、予約だけでやっていくとこれはまたビジネスがシュリンクしていくのは間違いないと思います。

新しい商品が出ましたところよりも、こだわった商品をつくりましたということになったら、予約ではもちろん取りますが、お客さんに「こういうのができたんだけど、どう、食べてみない」というのは、これは商売人のさがというかDNAですので、ここをフードロスということだけで刈り取って行ってしまうと、本当にマーケットとしてはどんどんシュリンクしていくのではないかなという気がします。

恵方巻きで出るロスの量よりも、普段のおにぎりやお弁当で出ているロスのほうが当然ですけれども多いわけで、その一部のところだけが特化されて議論されているのはどうなのだろうなというのが、本音レベルで言うとそういう内容になっています。すみません。

とはいえ、ロスを出してもいいということではありませんので、そこは誤解のないようにお願いしたいなと思います。

○田中（弓）委員 どうもありがとうございます。

そのシュリンクしているケースがあったり、ロスが減っていくケースがあったりということだったので、今だと、写真だけ見て注文するような形になっていまして、恵方巻きもとてもおいしそうなお写真なのですから、どういうお味なのだろうとか、ケーキも本当に生クリームにこだわってつくられたケーキは、どういうお味なのだろうということが分からないまま注文をして、当日を迎えるということになってきているので、その辺の見込み発注といいますか、消費者側が想像力を必要とされるというか、何千円かするものを前もって買うに当たって、写真しか情報がない状態で判断しなければいけないことももったいないなと思っています。

食品ロス削減のために見込み発注というか予約発注をするのだけれども、そのためにお試し、試食セールみたいなものをつくって、当日だけの市場はシュリンクするかもしれないけれども、お試しセールみたいな期間を、SDGsを応援するような人たちがキャンペーンとして、コンビニエンスストア様、スーパーマーケット様のために前もって小さなミニチュアサイズでもいいから買って、実際に食べておいしければ当日にちゃんと発注しようみたいな、需要を創出するような企画であったり考えであったり、そういったものも一緒にこういう提案の中に取り組みると、協力してくれているコンビニエンスストア様であった

りスーパーマーケット様であっても、年間計画で見たら売上げが下がらないでいけるということであれば、みんなウィン・ウィンになれるのではないかなと思います。

自分自身が消費者として注文するときに、写真だけだと不安だなと思ったものですから、このような意見を申し上げさせていただきました。

○渡辺座長 ありがとうございます。

現物を見ることによって需要が想像されるというのは、どこの世界にもあることですので、無駄をそいでいくことももちろん大事なことだとは思いますが、それをすればするほどシュリンクしてしまう危険があるから、それとセットで需要をどうつくっていくのかという取組も必要ではないかという御意見かと思います。

ほかはいかがでしょうか。関連してでも構いません。

はい、西山さん。

○西山委員 実は、ホールケーキの需要というのはどんどん年々下がってきていまして、家族が少人数になっていることもあって、もしくは世帯数が増えていて1世帯あたりの人数が減っていることもあって、昔5人、6人で食べていたケーキは、今は実はほとんど売れなくなっていまして、3人とかもしくは2人とか、最近増えてきているのは1人で食べるケーキ。だから今、マーケットの中では、少なくともコンビニエンスストアのマーケットの中では主流になっています。

その傾向は昔から分かっていたので、過去10年ぐらい前に、コンビニエンスストアのクリスマスケーキの品ぞろえを見てもらえれば、圧倒的に小サイズのケーキの品ぞろえを増やしてきているところがありますので、フードロスと言われるようになってからホールケーキを少なくしていったということでは必ずしもないことは御理解いただきたい。

それから、今、試食のお話がありましたけれども、全てのチェーンかどうかは私は全部を周知していませんが、実は幾つかのチェーンは11月ぐらいからクリスマスケーキの試食をしています。これは現場の、お店からの要望があって、さらにおいしいものを売った場合から予約をしてもらうために味見をしていただくということで、随分昔は何種類も、幾つものケーキを試食サンプル用に用意していたのですが、そうすると逆にロスが工場に出してしまうので、今では特に売りたい、お勧めの商品2アイテムぐらいだと思うのですが、そこに限って試食を11月とか少し早いタイミングで、ちょっと店舗によって差はあるかも分かりませんが、そういう工夫もしているところはお伝えさせていただければと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ほか、いかがですか。

阿出川さん、今ちょうど目が合ってしまったのですけれども。

○阿出川委員 手前どもは、スーパーマーケットですので、コンビニエンスストアさんと考え方が非常に似ているとは思いますが。

西山さんがおっしゃったように、我々は売ってなんぼだと思っておりますので、売れないものを無理して売るという形は、今はなかなか企業はしなくなっております、お客様のニーズが多いものを積極的に売っていくのが一般的な考えだと思っています。

ただ、クリスマスとか恵方巻きというのは、本当に特異日で1日しかなくて、次の日になつてしまうとそれが全く売れないものになるので、それが非常に我々スーパーマーケッ

トとか商いをやっているものにとってみると、稼ぐときなのですからけれども、天候が、雨が降ってしまったとか土砂降りになってしまった瞬間に、計画は全部なくなってしまうぐらい売れなくなってしまうと。だから、そういったロスというものが、物すごく年間通して、最近このゲリラ豪雨とかが発生して、本当にその1日しか売れないものが大変難しい状況になっています。

ですので、このゼロエミッションを見ていて、気候と食品というのは大変リンクしているように感じるというのですかね。最近やはりどうしても日本は高齢化になっていますので、本当に天候が悪くなってしまうと、雨が降ってしまったとか風が強かったりとかというと、なかなかお客様が家から出て来てくれなくなっている時代ですので、その辺を踏まえて今後どういうふうにやっていくのか、多分、我々スーパーマーケットもコンビニエンスストアさんも大きな課題ではないのかなと考えております。

あともう一つなのですからけれども、例えば冷凍の技術がすごく上がっているのですね。

例えばクリスマスケーキですと、私が子供の頃というのは、町のケーキ屋さんで前日から徹夜で職人さんがつくるとというのが一般的な考えだったと思うのですけれども、今そんなことをやっているところは本当に少なく、前もってつくって冷凍する。それを徐々に解凍するという販売がととも増えています。

そういった冷凍の技術がすごく増えたことによって、つくれる量も物すごく増えてしまったと。逆に、それをつくってしまったから販売しなければいけないというのも、今の時代の背景なのかなと思っています。

以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

阿出川さんの、全国スーパーマーケット協会の団体との関連で御出席いただいていると思うのですけれども、全国スーパーマーケット協会さんの会員者さんのようなスーパーさんでも、食品ロスの問題というのはかなり深刻に受け止めているところが増えているのですか。

○阿出川委員 増えていますね。

やはりそれが利益に直結してしまいますので、なかなか昨今、前年売上げをキープさせるというのが、スーパーマーケットもどの業界も大変厳しい時代だと思っていますので、それプラス、ロスが増えてしまうというのはかなり大きな痛手になる。

逆に言えば、さっき西山委員がおっしゃっていたのですけれども、売上げがちょっと落ちてしまっても、ロスが全然違ってくるとこれは経営的にもよくなりますので、その辺の判断が今、問われているのではないかなと。

これは手前どものお店もそうですし、全スパの会員の社長さんたちも、同じようなことをおっしゃっていますね。ロスはとても気にしています。

かといって、余り絞ってしまうと今度は逆に言えばチャンスロスが出てしまいますので、その辺が非常に今、難しいと思っています。

○渡辺座長 半減するとか、ゼロにするとかという大きな目標の中で考えると、こういう食品ロスへの取組の裾野をどう広げていくかというのが、すごく大事なところだと思うのですけれども、やはり全スパさんをはじめとして、多くの小売業の方がそういう意識を持ってもらって、利益と直結するという観点からまずは取り組まれるというのは、非常に期

待されるのかなと感じました。

ありがとうございます。

ほか、いかがでしょうか。お願いします。

○河野委員 河野と申します。

清涼飲料の業界団体なのですけれども、お客様まで含めたサプライチェーン全体で食品ロス削減していくということの重要性の一つの例として、申し上げさせていただければと思うのですが、先ほど秋田課長から11ページのちょうど真ん中のあたりで段ボールの外箱の傷やゆがみを原因とした返品による云々と、食品ロスの削減という御説明がありましたけれども、清涼飲料が今、日本ですと赤ちゃんから高齢者までお一人が1日1本、365日御利用いただくだけの量が国内で販売をされております。

現実の問題として、飲料の外装、段ボールの外側に軽微な傷があったりゆがみがあったりしたことによって、物流段階でそれを受け入れていただくことができなくてのロスというものが、現実には発生しております。

ただ、これに関しては、物流段階で振動等、どうしても発生して影響が出るわけなのですけれども、外の段ボールというのは中身を守るためものなのですけれども、その外側に軽微の傷等があったときに、お客様に受け入れていただけないから販売される企業さんもNG。そうすると、卸さんもNGみたいな形で、そこで一つのロスというのが発生して、これに関しては国交省さんをはじめ、1年以上にわたって私どもの団体も含めて議論をしてきて報告書の中で、ここに出ているようなことも一つとして取りまとめられたのですが、お客様に対してのこういった理解を小売業さんの店頭でポスターで掲示したりとか、そういった製造からお客様に至るまで、全てのサプライチェーンでの理解がないと、この削減が進まないというものも多々あるのではないかと。

その一つの例として、申し上げさせていただきました。

○渡辺座長 ありがとうございます。

それは、消費者が多分これは嫌がるだろうからという、いわゆる付度的なものがあるって、正規の流通経路から外されてしまうのか、それとも本当に買わないのかという調査というか実態というのは、そもそも調べられているのですか。

○河野委員 そこは具体的には調べないと思いますけれども、段ボールのケースのまま販売される商品というのも一部ございます。

当然、何らきれいなものをやはり販売したい、またもちろんメーカーとしてもそういうものを供給したいということは当然なのですけれども、実際は商品は中身なので、中に対して影響がないものに関しては、やはりそれを許容するような社会というのですか、そういったものがいろいろな商品であっても、ほかの商品でも食品でもそうだと思うのですが、あるのではないかなと思っております。

○渡辺座長 それは消費者として、どうですか。そういう配慮がサプライチェーン側ではされているのですけれども。

○河野委員 そういうことがあること自体、なかなか御存知ない、普通は分からないことだと思うのですが、

○安東委員 本当に、完全に個人的な一消費者としての意見になるのですが、個人的には何というのですか、中身に問題がなければ全く気にならないといえますか。

これは本当に個人差があると思うので、私の意見が消費者代表の意見だとはもちろん思わないのですけれども、やはり私と同じように「そんなの全然気にしていません」という人も、それなりの数いらっしゃると思うのですね。

本当にどれぐらいの人が、そういう中身には問題がないけれども、パッケージに傷があるようなものを嫌うのか、あるいは気にせず買うのかというのを実験的に出してみても反応を見られるお店とかがあるといいなという気がします。

本当に、皆さんがどういう反応をするのか。多分、地域によっても違うでしょうし、店舗によっても違うと思うので、幾つかのところでそういうことがもしできるとすてきだなと思います。

○渡辺座長　そういう御意見はいかがですか、金丸委員。

○金丸委員　そうですね、正直、実態のところは私も詳しくは存じ上げておりませんが、訳ありで値下げ、ではないですけれども、お客様のうち、傷がついているものとか、包装が汚れているものに対して、それを同じ正規の値段で販売することに対しての御意見をお持ちの方は結構いらっしゃるのではないのかなと思います。

そういった点があるので、価格を一部見直しをして販売します、というセールはあると思います。

傷とか汚れとかがどこまでのものなのかというレベル感とか、店の判断があると思いますし、どうしてそのような仕組みになってしまったかということ、今までの事件、事故があってそこに何らかの安心安全に関わるような危害が加えられていないかということ、店舗としては一番気にしている点が大きな理由ではないでしょうか。

明らかに汚れとかごみとかであればいいですけれども、その結果、中身に対して表面上は分からないけれども、何らかの悪意のある危害がないかどうかの確認が、やはり外側からの傷や汚れが判断の一つとして、今、おっしゃったようなことがあるのかと思っています。

ただ、実態としてそれがどのぐらいあって、どういう基準なのかというのは、すみませんが、私自身も正確には知らないもので、今のは私の個人的な意見も含めてということになります。

○渡辺座長　ありがとうございます。

あくまでも個人的な意見ということで、安全の問題というのもあるので一概には言えないのかもしれないのですけれども、消費者が、本当に外見だけの傷であれば許容する人もいるし、気にする人もいるという中での判断なのかなと、それしかなかなか言いようがないとは思いますが。

○金丸委員　弊社も含め、一部のディスカウントストアでは、それだから価格を下げて販売しているというのはあると思います。

○渡辺座長　日付が近いものもあったり、外見の傷があったり、そういうものでもいいという方がそういうところで買うと。それは合理的な判断なのだと思います。

少し、話題がここに集中してしまいました。

ほかの観点からも、御意見をいただければと思うのですけれども。

全体的な提言の枠組み自体であるとか、目標に向けてこれで本当にいいのかというようなことであるとか。

骨子としては、先ほどのゼロエミッションの報告書の47ページに書かれていることというのが、今回の提言の内容がかなり先取的に表現されているということですよ。

ある意味、パートナーシップ会議の提言が47ページの都のゼロエミッションの目的に書かれた、何というか報告書的というのか、このペーパーの中に取り込まれているというのか、追い越されてしまっているというのか、逆に書かれている以上、具体的にこれをどうやっていくのかということ、より詰めていく必要があるのかということなのだと思います。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 今、渡辺先生から御指摘のありました、ゼロエミッションの47ページの「2050年に向けたチャレンジ」ということで、AI等を用いた需要予測システムの高精度化とか、需要予測の精度を上げていくとか、そういう文言というのはよく耳にしますので、では具体的にどういうふうにしたらいいのか、今はR言語を使って過去のアルゴリズムを見つけて気温がどのように変動していくのかがまだ議論不足と感じます。需要予測の精度を上げる取組というものは個社に全部委ねられていて、ITの技術を取り込むことにとっても熱心な小売業さんであったり、メーカーさんであったりの一部、その高度な需要予測の実現に向けて技術をどんどんためていって、そうでないところは鉛筆をなめてやっているところもあって、大きな欠品を起こしてしまったり、あるいは商品が足りなくなって休売ということになってしまったりしていると思いますので、そういった需要予測の精度を上げていくことはどういうことなのかというところまで突っ込んだ話し合いが、なかなかちょっとまだ微妙なところがあるのかなと思っています。

小売業様によっては、POSデータをメーカーと共有して、お互いに勉強しようというところもあれば、逆にPOSデータはあげますけれども、そのためにはデータ料をお支払いくださいというようなところもあつたりします。

本来、公益性の極めて高い食品ロス削減のために需要予測精度を上げよう、そのために必要なデータがどこにあるのか。そのデータは公益性が非常に高いので共有化しましょうという動きなのか、それともまだ、全体ではそうではないのか。そういった勉強をみんなで行きましょうとか、そういう動きというのはまだあまり見られないような気がいたします。

ですので、需要予測とは何なのかとか、それを実際生産の需給にどう活用すれば、どういう過剰生産を防げたり、どういう欠品を防げたり休売を防いだりできるのかとか、そういうプロジェクトといいますか、そこも食品ロス削減の製造業に求められている非常に大きなウェイトを占めている部分がそこだと思つるので、セグメント化されてより深掘りをしていくような機会とか制度とか仕組みとか、そういったものも合わせてつくっていくべきではないのかなと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。

47ページの下側で言えば、2030年の下から2つ目の事業者との連携というところですかね。「AI・ICTを用いた新しい技術の活用」というところと、2050年に向けたチャレンジでは先頭に「AI等を用いた需要予測システム」と。

これを具体的にどうやっていくのだということだと思つたので、都でも限られているのだと思つたので、ただ挑戦、チャレンジとしては去年から気象協会さんに委託をされていますよね。あのあたりはどんな成果が出ているのでしょうか。

○秋田資源循環計画担当課長 座長から御指摘いただきました、気象協会との連携でございますが、昨年実証事業を実施いたしまして、気象情報やPOSビッグデータ等を活用した食品の需要予測モデルを構築し、日配品の発注量等の適正化が図られるなどの成果がありました。

また、今、田中委員並びに座長から御指摘いただきました、AIやICTを活用した今後の取組についてですが、東京都では来年度、AI・ICTを活用した先駆的な取組につきまして、モデル事業を実施することを検討しております具体的話はこれからでございますが、需要予測をはじめ、今後キーとなるような先進事例等につきまして、取組の底上げを図ってまいりたいと考えております。

○渡辺座長 ということだそうですねけれども、モデル事業を応援するのも一つ大事なことからと思いますけれども、そこで得た知見をどう共有するか、広げて普及していくかということもぜひセットでやらないと、広がりが出てこないことになりますので、お願いしたいと思います。

柿野委員、教育面の話が結構出てきていて、この提言の中にも取り込まれていますし、47ページの上の「2050年に向けたチャレンジ」で言えば「環境に配慮した食環境の充実」といったところで家庭の話が出ていたり、下の2030年で言えば「自治体等との連携」で「成長段階に応じた子供たちへの食品ロスに関する学習機会創出」という話が出ていますけれども、今回のこの提言を読んで食育、教育面ではいかがですか。読まれての感想、十分書き込まれていますか。

○柿野委員 教育面については、ところどころで出てきていて、非常に重要な課題であるというような御説明も先ほどあったように思います。

子供たちがどれだけ主体的にこの問題に関わって、自分ごととして解決に向かって行動できるかという、そこをどう促していくかということが非常に重要だと思うのですが、ちょっとここでは具体的なことまで踏み込むのが難しいのかなと思いながら、私自身は拝見したところです。

いずれにしても、この食品ロス、子供の発達段階に応じて様々な場面で自治体とも連携して行うというような方向性は示されているかなと思っています。

以上です。

○渡辺座長 田中委員、お願いします。

○田中(清)委員 やはり教育というか、見せていくことが必要ではないかなと思います。

やはりこの東京都というのは、このビルだけでも何千人という人がいる。それから、食事をする。その中で、食事の仕方、あるいは食堂とのやり取り、まさに食べきれぬ量というのはどんなものなのかということを実例として示していくことが、1つでも2つでも発信できていれば、このぐらいでいいんだということは定食屋さんの何かでもコミュニケーションとして考えようとか、実際に考えてやってみてよかった、悪かったというものを1つずつ出していくと、やはりそれがこの東京都でやっている発信の意義だなどできるのではないかなと。

この内容でどうこうと言われても、あまりにも漠としたものでもありますし、これは今までも言われていることですから、これは正しいのだと。どうするのかというところで、やはりあまりにも大きくするよりも、身近でもっとできることでつくっていくことが、こ

れだけの大きな組織ですからそれなりの影響力が出てくるのではないかなと思うのです。

○渡辺座長 ありがとうございます。

外食関連の話に、今、少し触れていただいたのですけれども、関口委員、御社ということと言うといろいろやられているのでしょうかけれども、外食全体で見ると特に東京都内には中小の外食店がいっぱいあって、そういったところも含めて、どう普及啓発してこの食品ロス削減、ロスの大きな発生源の一つには当然あるわけなのですけれども、それをどうしていくというのは何かいいアイデアとか、今回あまりそこまで書き込まれてはないと思うのですけれども、御意見とかアイデアとかありましたらお聞かせいただけないでしょうか。

○関口委員 そうですね。外食としては、先ほど来お話があったように、特に初めて行くお店だとメニューはあってもどのぐらいの量なのか分からないというのは、皆さん御経験があると思います。

今、各社で変わってきたなというのは、カロリー表示はされるようになってきたなというのが一つ、ボリューム感という部分で、カロリーの表示が少しされるようになってきたので、一つの指標にはなっているのかなとは思いますが。

また、カロリーと実際の重量というのは別だとは思いますが、そういうような形でちょっとずつ、商品の見せ方、お伝えの仕方というのも文字から写真になってとか、サンプルを置いてとかいろいろあると思うのですけれども、あとはメニューサイズのバリエーションを広げるといったのもいろいろなところではされてきていると思うのですけれども、そういうような取組が今の段階でいくと、取り組まれているのかなと感じます。

あとは個人的には、半減とゼロというのはかなり考え方を変えなければいけないところがあるのかなと。半分にしようと思えば、どういう風に予測をしようとか準備しようかだと思ってしまうものが出てくる、ではそれをどう処理していこうという取組も、今後テーマとして考えなければいけないのかなという、2050年に向けてということで、半減とはまた別軸でも考えていかないといけないなと今回感じました。

ちょっと、お答えになっていないとは思いますが、一応そんなようなところでは。

以上です。

○渡辺座長 ぜひ、外食の業界の中でも、小盛りとかカロリー表示とかロスが出ないような取組を広げていただければと思います。

後半の1点、非常に重要な御指摘で、半減とゼロというのはかなり次元が違う取組を迫られているということで、単に発生を抑制していただくだけではなくて、出たものをどうリサイクルする、再利用するという取組とセットでないと、実質ゼロは難しいということ。

そのプロセスの中でCO₂をゼロにするという目標もあるわけですから、単に廃棄物をゼロにするだけではなくて、ゼロにする中でCO₂も出さないと、それをどう達成していくのかというのはすごく問われるところなのかなと、本当に深刻な問題提起を東京都自らがされているということだと思います。

お願いします。

○阿出川委員 食べものの考え方から申し上げたいのですけれども、ゼロにするということは今、関口委員がおっしゃったように、つくる側はという話だとは思いますが、

やろうと思えばできると思うのですね。

ただし、そうすると全部が全部、多分、売れるものしかつくらなくなると思うのですね。要は、一般的にこれは人気があるからこれをつくろう。例えば食べものでしたらカレーライスが家庭でも子供たちも好きだし、ではカレーばかり売ればいいのかという話になってくると思うのですけれども、それですと全然やはり、何と言うのですか、食べものの世界で言うと面白みがなくなってしまうと。

今、タピオカが大変なブームになっていると思うのですけれども、そのタピオカをつくっている方の会社というのが、18年間ずっと赤字でしたと。ここに来て、ようやくブームが来て黒字になりましたと。だからその18年間ずっと赤字で、ということは多分売れなかったのしょうからロスもかなり出ていたと思うのですけれども、それがずっと続いているから今のブームができあがったというのですかね。

その辺が、大変難しい議題だと私は思うのですけれども、本当に売れるものだけ売ってればいいのかというと、多分食べものの文化としたらだんだん右肩に下がっていってしまう。ただし、いろいろなものが世界中にあって、それを輸入して販売して、だから我慢していた部分が多分いっぱいあったと思うのですけれども、それがあるから日本の、今この東京にいろいろな世界中の食べものが集まって、それを提供して、誰かがツイッターでつぶやいてしまうと物すごく売れてしまう時代になってしまっていますけれども、そういった背景をなくしてはつまらない食生活になっていく、食文化になってしまおうと思うので、その辺の見極めというのですかね。誰が判断していいかというのはできないとは思っているのですけれども、それはやめられない環境なのかなとは思っています。

○渡辺座長 そうですね。

そこも非常に重要な御指摘で、食生活であり文化であり、教育の側面ともすごく関連していることで、健康問題にも関係することですから、やみくもにゼロにするという問題でもないというのは当然のことで、あるいは経済という観点からしても、シュリンクするだけでもよくないということなのだと思います。

山田委員、お願いします。

○山田委員 これはあくまでも私見であり、ちょっと暴論かなという気もしないでもないのですけれども、ゼロエミッション東京宣言の食品ロス対策において実質ゼロと言って、「飼料化・肥料化により廃棄をゼロにする」というその文言があるので、例えば極端な話、つくり手側は要は廃棄になるものを全部この堆肥化、飼料化に回してしまうと。生活者はごみや生ごみの分別を徹底化してコンポストを自宅につくる、あるいは東京都が助成を出して、水とガスに分解する機械とかがあったりするので、そういうものを助成して各家庭に入れる。そうすると実質ゼロというのはできるのではないのかなというのは、すごく素朴な素人な考えなのですけれども、本当にゼロということとはまた違う。実質ゼロであれば、今の技術でも、技術的には可能なのかなというのはちょっと感じました。

○渡辺座長 ありがとうございます。

肥料化、飼料化を促進するというのはすごく大事な指摘だと思います。今、ここにも書かれていることなのですが、この議論をすると必ず出てくるのが、とは言っても現状だと捨てるほうが安いという、一般廃棄物の処理コストが安いから気楽にと言うとちょっとよくないかもしれないのですけれども、捨てるしてしまうと。

では、消費者も含めて廃棄物の費用をどうするのだ、上げる、あるいは分別についても金額という側面だけではなくて、より肥料化、飼料化につながりやすいような分別の仕方にするとか、そういうことに踏み込んでいかないと多分、実質ゼロという目標はできないのかなと。

そこも含めて、提言の本編の中に少し書き込んでいただいているのですけれども、そのあたりはどのようなのですか。廃棄の処理を上げるという部分については。

例えば、ごみ問題をどうするかと言ったときに、よく学生などとも話して出てくるのは、まず分別してプラスチックごみだったらプラスチックのごみ箱にぽんと入れれば、それで終わりましたと。私はプラスチックの処理をちゃんとしました、だからペットボトルはそういうところにちゃんと分別していれば、ペットボトルを幾ら使ってもいいんだぐらいの、そこまではちょっと言い過ぎですけども、リサイクルの箱に入れた先に実際何が起きているかというのが、あまり理解できていないという、多分日本の中で多くのところで起きていることで、そういうところの教育も含めて、廃棄、分別して結局燃やしてしまったらCO₂が発生してしまうよとか、リサイクルと言っても、ちゃんとリサイクルはされていなくて熱回収されているだけですよとか、だったらどうするのだという議論も絶対必要、実質ゼロということを考えてときには必要なのかなと思います。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 その3Rの考え方で、リデュース、リユース、リサイクル。その辺の流れも、プラスチックにしても全国清涼飲料連合会とかが力を入れてやっているようなのですけれども、その議論になる前の外食で吉野家さんのお話が出ていて、僕もここに来る前に吉野屋さんの牛丼を食べてから来たのですけれども、「とろだく」のメニューがあったり、赤多めとかいろいろな裏メニューがある。アタマ大盛りとか、僕も分からなくて店員さんに「このアタマ大盛りってなんなんですか」と聞いてから頼んだのですけれども、先ほど阿出川さんからおっしゃられたカレーが売れるならカレーばかり売っちゃうかもしれない。吉野家の牛丼なので、牛丼のメニューしかないからということでしたけれども、同じ原料でも例えば脂を多めに食べたい人は脂身多めのメニューができるとか、あるいは脂身はちょっと減らしたくて赤身ばかり食べたいなとかそういう場合には、赤身多めの積み方をお米にしてくれるとか、カスタマイズが、一つ食べ残しを減らすヒントになるのではないのかなと。

お肉が食べたいけれども、炭水化物を減らしたい。でも大盛りだとご飯も多いし、肉だけ多くしてご飯を減らせるメニューが新しくできたとか、そういうカスタマイズの工夫によって、結局食べ残しを減らすことができている事例というのは結構あると思うのです。

だから、3Rの、まず発生させないという原則に基づいて、外食産業さんができることは、もちろんつくるメニューは限られるかもしれないのですけれども、つぎ方に工夫をすることでそのお客さんが全部食べたくなくなるとか、食べられるようになるとか、本来であれば食べ残していたものが、結局ごみにならなくて食べられるとか。そういうところにもヒントがあるのではないかなと思うのですけれども、アタマ大盛りとかそういうカスタマイズされたことによって、食べ残しの数が最近減ったんだとか、逆に多めに入れたもんだからやはりお客さんが食べきれなくて残してしまっているとか、そのあたりの実態についてもし情報をお持ちのようでしたら、そのカスタマイズが結果的に食品ロス削減に対してよかつ

たのか悪かったのかとか、そんな情報をもしお持ちでしたら教えていただけるとありがたいなど。

○渡辺座長 お願いします。

○関口委員 弊社の場合、もともとは牛丼のサイズというのが「大盛」と「並」の2種類しかなかったのですが、現在ですと同じ食材、同じ牛丼という部分でいくと6種類のサイズに増えています。

今、御紹介いただいたように、ご飯を少なめにしてくれとか、肉はいっぱい食べたいのだということで、ご飯と肉のボリュームバランスを変えて6種類という形で、現在やらせていただいています。

直近、昨年から「小盛」メニューというのも導入させていただいて、世間的には「超特盛」のほうが話題にはなりましたが、同時期に小盛メニューも入れさせていただいて、弊社の食べ残しの中でいくと、ご飯の食べ残しというのが一番重量が多かったものですから、ご飯を少なくすることによって、全体の食べ残し残渣を減らしていくという取組もやって、実際に若干ですが減ってまいりました。

また、あとは食べ残しの計量をすることによって実際に何が、量は量っているのですがどれがというのは見た目の印象論にはなってくるのですけれども、例えば弊社でカレーを販売してまして、昔は福神漬けをつけていたのですが、今は福神漬け自体はなくして牛丼用のショウガがあるだけなのですけれども、それも実際に提供していた福神漬けが、結構、半分以上の方が残される、福神漬けの提供後戻ってきた食べ残しが多いということで、では弊社のカレーを食べる方には福神漬けはそんなに重要ではないのだなど。カレーショップの福神漬けは重要なアイテムなのかもしれないのですけれども、弊社の場合であったらそんなに重要ではないのだなどという、弊社としたら、お客様の食べ残しをなくすことによって、その分を今度価格でお客様にお返しできるような形にしようと。

そういう形で戻ってきた食べ残しから、いろいろ量が多いのか少ないのか、必要があるのかないのかを見極めながらメニュー開発をしていて、現状、今年度でいくと一昨年よりも食べ残しの量、残渣、食品ロスは減少しているというのが1人当たりのお客様の食べ残される量というのは減っていますし、メニューバリエーションを広めたことというのは、そういうようなところで効果はあったのかなと思っております。

○渡辺座長 ありがとうございます。

食べ残しから、それを計量するあるいは組成を分析するというのか、どういうパターンで食べ残されているかということから提供の方法を考えるというのは、すごく重要なことなのかなと思います。

そういうのが中小の外食店でも勘と経験でやられているのだと思いますけれども、ぜひシステムとして広がっていくといいなと思います。

三田委員、すみません、お願いします。

○三田委員 今までの議論とはちょっと違うかもしれないのですけれども、せっかくまとめていただいて、次のステップとしてこれをどう連携していくのかというのがすごく大事で、それについてはどこにもないのですね。

例えば生産者側、それから私どものような販売者側、消費者側なのか、あとは行政のところ、一つの課題についてどういうふうに連携していくのか。例えばさっき、学習をす

るといのがたしかあったかと思うのですけれども、だとすると小売業側で学習する場所というか、そういったものを提供します、あるいは商品についてそれで提供します。メーカー様には、生産工程だとかそういったものについてビジュアルでより分かるようにしていただくとか、あるいは消費者側でいうと、そういうところに参加を呼びかけていただくとか、あるいはそういった媒体と連携して情報提供していただくとか、どう連携していくのかというのがちょっとここでは見えなくて、せっかく東京都さんが入っていただいているので、そこをどうするのかというのはもっと議論するべきだし、大事にしたいなと思うのと、それぞれのレベルのところでも生み出した成果について、どういうふうに情報の共有化だとか、成果の共有化を継続的に進めていくのかについても、もっともっと深掘りするべきなのではないかと思っています。

特に私どもでいうと、例えばフードバンクなどについて、行政がコーディネートしていただけるかどうかというのがありますけれども、やはり出るものは出るので、それを有効活用するときにはどういうふうに、一元的にかどうかは分かりませんが、あっせんしていただけるのかだとか、そういったことも具体例としては出てくるのかなと思っています。

せっかくまとめていただいたのはいいのですけれども、まだまだ縦割りというか、それぞれの事業者さんで頑張ること、目指すこと、生産者さんで目指すことみたいにぶつ切れになってしまっているの、そこをどういうふうに考えていくのかというように、ちょっと踏み込みたいなと思っています。

あと余計な話ですけど、例えば50ページのところでいくと、地産地消みたいなことを言われていらっしゃるのですけれども、生産県ではない東京都で本当にこれをするのですかみたいなことも、実はあります。家庭の近くでつくられたものだとCO₂排出が少ないですよ。配送がかからないからということだと思えるのですけれども、ではこれを実現するのだとしたときに、都内の自給率をどうやって上げていくのですかという話になってしまうと思うのですね。

別にだめだと言っているのではなくて、そういう意味で目指すものについて、それぞれの4社なり5社が連携をしていくこと、どういうふうに連携していくのかみたいなのが、枠組みとしてこれで分かってくるとうれしいな、あるいはそうありたいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。

重要な御指摘かと思えます。

タブレットで言えば骨子版、資料2-1という51分の3ページが骨子になっていますけれども、そこで見ると提言1がまさに「各主体の食品ロス削減に向けた連携」というキーワードで、ずっと下に来て提言6、提言8いずれも連携というのがキーワードになっている。それを具体的にどうやっていくのだというのが今後のスケジュールであまりに行政的な手続、パブリックコメントがこうあって何があってみたいところで終わってしまっているの、多分心配になってしまうということだと思えるのですけれども、具体的なせっかくこういうパートナーシップ会議というような、消費者も含めてサプライチェーンと消費者が向かい合う場ができていの中で、次のステップ、実際にどういうところに落とし込んでいくのかという御指摘だと思います。

地産地消というのも、東京に限定ということではなくて、連携ということという水平

的な連携というのか、各地方との連携とか、産地と消費地との連携であるとか、そういったことも含めての連携という言葉はそういった方向でも使えるのではないかなと思って聞いておりました。

事務局としてはいかがですか。何か、今の御指摘について今後の方向としてお考えのことはありますか。

○秋田資源循環計画担当課長 連携の具体的な方法等については、これから詰めていかなければいけないと認識しております。

そういった御意見は前回の会議でも頂戴したところでもございましたので、今回、共通理念である提言1として各主体の連携を記載いたしました。

我々も決して目標について、容易に達成できるものではないという認識のもと、一つの主体の取組のみで全て物事が解決するとは考えておりませんので、今後、サプライチェーン全体で取り組んでいけるよう工夫してまいりたいと思います。

○宮澤資源循環推進部長 若干、ちょっとよろしいですか。

○渡辺座長 お願いします。

○宮澤資源循環推進部長 各主体の連携、これを提言1として特出ししたのは、前回までの皆様の御議論の中で、やはりそれぞれの主体がそれぞれ取り組んでも意味がないと、全体として流れで見ようと、それをお互いに理解した上でよりよい行動につなげていこうということがありましたので、この形で抜き出させていただきました。

国で今パブリックコメント中の「食品ロス削減の推進に関する基本的な方針」の「求められる役割と行動」というタイトルのところですが、
「消費者や食品関連事業者等が以下に掲げる『役割と行動』を理解し、実践すると同時に、食品関連事業者等からは食品ロスの削減のための課題と自らの取組を消費者に伝え、消費者はそれを受け止めて、食品ロス削減に積極的に取り組む食品関連事業者の商品、店舗等を積極的に利用する、といった双方のコミュニケーションを活性化していくことが重要である」と記載があります。

このコミュニケーションにそれぞれが参画をして、それぞれの役割を果たしながら協働して食品ロス削減に取り組む先駆的・意欲的な取組事例を創出していくことが期待されるというまさに、今、委員がおっしゃったことがそのままここに書かれているのかなと思っております。

ここは我々の提言1とも共通する部分でございますので、ここら辺を今までそれぞれの主体ごとの、もしくは個別の取組にとどまっているものをどうつなげて、どう相乗効果を上げて、それをどう行政として後押ししていけばいいのかというところを今後考えていく必要がございます。現時点ではまだ明確な解はないのですが、先ほど申し上げましたモデル事業的なところから始めた上で、それを横展開してつなげて広げていくような流れを、本提言をいただいた計画でも書き込みますし、来年度の予算でも盛り込んでいるところがございますので、どう施策に落とし込んでいくか、具体化していくかというところをお知恵をいただきながら、進めていきたいなと思っております。

○渡辺座長 ぜひ、この連携の手法を推進していただく。そのためにも、この会議体があって、その進捗はこういう形で共有できる場がやはりあったほうがいいのかなと思います。

国友委員、いかがですか。

○国友委員 何を話せばいいかというのを、何を議論しているのだからかというのを、皆さ

んのお話を伺って繰り返し思ったのですけれども、前回お出しいただいたものに対して、私、自分でちゃんと発言したので責任を持って覚えているのですけれども、残念ですと申し上げて、議論の中身が全然入っていないではないですかというお話をした後に、多分いろいろなところの皆様が、それぞれ御意見、おっしゃったことが全部載せで入っているのがこの資料なのだろうなど。ですので、提言の方向性のところよりも、主な意見というところを見たほうが、私たちの提言になっているのではないかと私は感じて拝見していました。

この提言書自体のゴールをどこに置くかだと思うのですけれども、渡辺先生が冒頭おっしゃっていらした、今、東京都としてはゼロエミッションを発表している中で、食ロスの目標を2030年までに半減、2050年までには実質ゼロというのをおっしゃる3年前からこの議論をしていて提言をつくっていたのが、多分これは発表してしまった後の提言なのでどうするのというお話の点においては、一旦、2030年の半減を目指しましょうというところを、多分冒頭から、3年前の議論を始めたところからあったと思いますので、別にこの提言に書いてあること自体は、私は個人的な意見としていいかなと思っています。

ただ、半減するときも提言はしているのですけれども、具体的に本当に半減できるのかまで突っ込んだ、具体的なアクションプランを考えていただく上までの提言というのが、今、皆様が今日、御意見をおっしゃっていらしたり、さまざまな意見のところに書いてあることが、要素として入り込めばいいレベルでいいのか、いやもっとここまではやっておかないといけないですよねということも、ここのパートナーシップ会議として提言の中にもう具体的に入れるのかによっても、議論する中身も変わってきますし、どのレベルのことまでこの提言書に入れるのかということが分からない中で、あるところだけはすごく具体的な、「今こんなことが起きていて、こういうふうにしたほうがいいと思います」みたいな話が入り、教育のところだけばやっとしているとか、そういう濃淡が出るのではないかなと思ったので、どう発言しようかなと思って黙っていたのです。

ただ、私としては、前回から今回のところではすごく納得したし理解しているのですけれども、それに足りないことを足して、それを2030年半減に向けては、パートナーシップ会議としては、こういうことをしたほうがいいと思いますということによろしければ、多分これの延長でもうちょっと精査していけばいいと思うのですけれども、2050年にゼロというところまで含めて考えたらというところと言うと、私の理解だとこの提言があった後に、東京都としての実際のアクションプランの計画を立ててからの実際の実施だと思います。

アクションプランはこういう考え方を入れたほうがいいですよみたいな要素を、入れるとことぐらいまでしか、多分この提言の中には入れられないのではないかなと思ったときに、東京都ってすごいなと改めて、今大阪にいるので余計思ったのですけれども、やはり日本を代表する都市であるので、日本のことを語っているのか東京都のことを語っているのかが、混在しやすいなと思うのですけれども、ただその中でも東京が率先して早くこれを発表しなければよかったのに、先に国が出してしまったからあちゃちゃという感じになっているのだなど、私は率直に思っています。

逆に、国の人にこんなのを私たちがつくっているのですよと、東京都が先にやってたでしよと言えたらよかったのになと思いつつ、ずっと今日はお話を伺っていました。すみ

ません。

○渡辺座長 すみません。なかなか進行が難しくて、やはり全体の提言の本編を見ると、それぞれのお立場から、こういうこともある、ああいうこともあるというのがあって、全部入りの、全部は入っていないと思うのですけれども、盛りだくさんのメニューが並んでいますと。

その中で、骨子の部分というのが先ほどの51分の3ページか、あるいは51分の8ページに全体像が描かれていますけれども、その中にどこを、この本編全体の中でどこをより強調することによって2030年の半減ということが具体化されていくのか。あるいはさらに2050年のゼロを見据えた目みみたいなものが、見せられるのかというところがすごく大事なところなのかなと。

分厚い冊子を出しても、見ない人は見ない。見る人はやはり、骨子なり51分の8ページの全体像のところですから、そこにどれだけきりりとしたものを、東京らしさというのか、明確な方向性を打ち出していけるのかなという、そこがすごく大事なのではないかなと感じております。

そういう観点からしたときに、こういう並びあるいは項目で本当によろしいでしょうかという確認をさせていただいているということです。

お願いします。

○宮澤資源循環推進部長 補足をさせていただきます。

こちらのお手元にお配りいたしました冊子の21ページを御覧いただきたいのですが、今回、私ども東京都がゼロエミッション東京を打ち出した基本的な全体の考え方とその位置づけというものを書いているページですけれども、基本、2050年にゼロを目指すという大きな方向性を示した上で、今後10年間、できることは全てやり、現時点で想定できる技術、施策については全て実施した上で2030年を目指そうというものになっております。

ただ、それでも2050年ゼロに向けては全然足りない。まだ、何をやったらいいかということについては相当な技術革新もなければ達成できませんし、先ほども実質ゼロということで絶対数としてのゼロではないわけですので、そこら辺も達成できないということになりますので、そういう意味ではまずは2030年を目指す。その上で、2050年に向けて現時点ではまだ芽出しぐらいしかできていないけれども、こういうことももしかしたら想定できるのではないかと、こういうことにも先導的に取り組んでいけばいいのではないかと、ことがもしあれば、そういったものも皆様のそれぞれの専門分野ごとの、現時点での新しい芽出しみたいなものをいただけますと、非常にありがたいと思っている次第でございます。

つまり、今回の提言は2030年までということを中心に、それぞれのお立場からいただいたものを取りまとめ、全部盛りにしたという内容になっておりますけれども、さらにこれに加えて、2050年にこういう技術が生まれればこういうことも可能になるかもしれないとか、さらにこういうことをすればさらなる上乗せができるのではないかと、もう一歩先の視点で何か盛り込むべきことがあれば、確実に何かに落ち込んでいる必要はないのですけれども、その視点だけでも頂戴できるとありがたいというのが、今回のこのゼロエミッション戦略を出した後の新たな動きということで、考えております。

そういう意味では、視点を若干広げてしまって大変申し訳ないのですけれども、先とい

うことも一つ、視野に入れて御意見をいただけるとありがたいと思っております、そういった趣旨で今日この冊子もお配りした次第です。

以上でございます。

○渡辺座長 いかがですか。

長い目で見ると、多分教育というのがすごく大事なところで、子供、小学生、中学生からこういった意識を持ってもらって、逆に大人を啓発してもらおうというのが1つ大きな観点でしょうし、先ほどの御指摘にもありましたが、47ページに実質ゼロには「飼料化・肥料化により廃棄をゼロにする」ということですから、飼料化・肥料化を進めていくには何が課題で、何が障害かということを考える必要があるでしょうということなのだと思うのですけれども、関連してほかに何か御指摘がありましたら。

西山委員、お願いします。

○西山委員 2050年ということと言うと、少しぼんやりしてしまうところがあって、当面は2030年で具体的に半減させていくという、担保できるものももう少し明確に入ってきたほうがいいのだろうなという気はします。

冒頭、渡辺座長が温暖化の話に関して、緊急というかまさに今、起こっているというすごく緊張感あふれる思いをお話しいただいて、そこから比べると少しこのまとめの中に目の前の課題だという差し迫ったものがなくて、そこがもう少し明確になってくればいいのかなという気がしました。

今のお話をいただいて、例えば2030年までに具体的に半減をしていくということになってくれば、さっきの肥料化、飼料化ということからいくと、例えば廃棄物の扱いをされている以上はこれは絶対に進んでいけません。肥料化、飼料化するこの食品のリサイクルをするものについては、廃棄物の対象から外すぐらいの思い切ったことをやっていただかないと、なかなか進んでいかなさうなと。

その具体的なことをこの提言の中に入れられるかどうかということだと思います。例えば、フードバンクの活用がなかなか進んでいかなさうなということであれば、加工食品だとか鮮度の日持ちのするものについては、フードバンクの利用というのはそんなに大変ではないのですけれども、我々コンビニエンスストアとかスーパーが日々、日販品といいますか、こういうものはなかなかフードバンクには提供ができないということもありますので、例えばこういうものについては、ちょっとすみません、思いつきで言いますが、完全に冷凍したものを移動して、そこで解凍して使ってもらうとか、何か今の技術と違うところで物事を、方針というか方向性というか夢というか、立てていかなさうなといつまでも念仏を唱えて終わっちゃいましたみたいな形になるのではないかなという危惧を持っています。

そういう意味から言うと、国の案が先ほど御説明がありましたけれども、何ページだか忘れましたが、この中に消費者の取り組むべきというか、期待されることの中で「手前取り」という言葉が具体的に載っています。この「手前取り」というのは、要は前から順番に取ってくださいねという話なのですけれども、これは今回おまとめいただいた18ページのアンケートの中にも、細かい消費者アンケートを取っていただいて、一番多いのが「買い物に行く前に、家にある食品・食材を確認する」と、確認するのはいいことです、これが62%ありました。

その次に多いのが41.5%の「店で買い物をしながら、その日の献立を考える」、これも

いい意味もあれば半分計画性に欠けるという見方をされるところもあるでしょうからどちらか分からないですけれども、その次が「棚の奥から商品を取るなど、期限がより長いものを買う」。これは、家庭で食品ロスが出ないようにしようとしている行為なのでしょうけれども、当然小売のスーパーさんとかコンビニからしてみれば、この前から取っていただけないことが食品ロスに圧倒的につながっているという事実はあるわけです。であれば、もう少しこういうことは、なかなか小売の立場で言いにくいので、お客さんに「前から取ってくださいよ」と言いにくいので、こういうことを少し啓発というか、かっこいいとか何とかと表現しておりましたけれども、ではなくて具体的に前から取りましよう的なことを言ってもら。そういうダイレクトなメッセージの発信のほうが、より緊張感というか、伝わってくるのかなという気がしました。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。

2030年に向けて、まずは地に足のついた具体的な取組が必要だという観点からも幾つか御指摘いただいたと思います。

廃棄物の扱いというのが、2050年も含めて考えると一つ大きな課題ですね。

処理費用の問題であるとか、肥料化、飼料化するものについて扱いをしないとか、廃掃法の問題なのであるとか、あるいはフードバンク関連で言えば再流通・寄贈で言えば、免責の問題というのも大きな問題として常に言われていることで、善意で寄贈したものについて責任を問われないような仕組みがつかれないのかというのは、よく言われていることです。そういうところに踏み込むのかどうかであるとか、消費者の啓発で言えば前から取るということをもっとストレートに言ってほしいという御意見だったと思います。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 今、西山委員から前取りで後ろにある新しい商品を取ってしまう消費者がいらっしゃるとか、いろいろな賞味期限をめぐっての消費者の行動についての御指摘とかがあったのですけれども、最近では、今まで賞味期限がなかったカテゴリーで、マイナス18度以下で保存されているので、細菌も発生しないから賞味期限がなくても大丈夫だということです。ずっとやってきた世界があるのですが、これから、賞味期限をつけますというところが出てきました。これから、アイスクリームのショーケースをよく見て、新しいものから買うお客様が増えたり、賞味期限の迫ったものがまた廃棄になったりするのかなと思いつつニュースを拝見しました。

まだまだ私たち、このパートナーシップ会議の中ではこれで常識だよなと思っていることが、世間に出ると全然まだ共有、共感されていなかったりすると思うので、やはり情報発信とか、今、私たちが目指しているのは2030年に廃棄物を半減させていくために、あるいはゼロにするためにこういう活動をしているわけですが、それに対していろいろな考え方があるわけですね。

現時点でこういうことが発表されたということは、僕個人としては随分衝撃的だったのですけれども、そういうところに対してどういう意見交換を今後していくかですね。あるいはこのパートナーシップ会議でも、いったいどうしてそうされたのですかと、その方に聞いてみるとかですね。

いろいろ議論って大事だと思うので、私たちが常識で右だと思っているのにも左に行か

れる方がいらっしやったとき、どうして左に行かれるんですかと、どういう理由なのかということを知って、議論を深めていって、少しでも地球を守ることに対して興味を持ってくださる方を増やしていくということが、教育レベルを含めて大事なのかなと、今先取りはまだ難しいんだというお話を伺いながら、思ったりいたしました。

○渡辺座長 ありがとうございます。

私もそのニュースはすごく衝撃的で、教育現場などでもこの商品、例えばアルコール、お酒のこういう商品にはないよとか、塩には賞味期限はないよとか、そういうことが常識でいろいろ言われてきている一つの商品がアイスクリームなわけで、教育現場も多分混乱していて、アイスの中でもあるものとないものがあるよという話になっていいのかなと思いました。

卸さんなども、取り扱いも大変困ってしまうのではないかなと思うのですが、ついでにあるものについていないものが出てきてしまうというのは、聞いたら発言しづらいですか。

清水委員、どうですか。

○清水（俊）委員 三菱食品、清水でございます。

今日は、朝ちょうど今、話のあったメーカーさんと商談をしまいたところなのですが、メーカーさんがお客様にアンケートを取ったら70%ぐらいの方は、賞味期限がないと困るということに対応した形になっています。

ただやはり、賞味期限があるもの、ないものこれを区別して、基本的にはうちは単品管理ができていますので、できなくはないのですが、ここから小売業様がどういう対応をされるのかにも関わってくるかと思っておりますので、基本的には賞味期限があるものについては、そのとおりに出荷をするという形になるかと思っております。

○渡辺座長 すみません。

今のかかわらず、花澤委員、ほかにも含めて何かありましたらお願いします。

○花澤委員 何で食品ロスが発生するかというと、需給バランスが崩れるから食品ロスが発生するのであって、先ほど、田中委員からPOSデータの共有についてのお話もございましたが、サプライチェーン全体でデータを共有することがポイントかと思っております。需要予測の研究では国や自治体が予算をつけ、コンソーシアムで共通のプラットフォームの検討を行ってきました。経産省の研究会もそうだったのですが、そこそこ、成果が見えると、そこで研究会が終わってしまうのですね。そこに参加していた企業・団体も、省庁が旗を振ってくれているときはみんな協力するのですが、予算がつかなくなってしまうと、全部止まってしまう。せっかくつくり上げたものがそこで終わるようなことになってしまっていて、もったいないなという気がしました。

去年の10月から暮れにかけて民間でそれをやろうとしているニュースが随分出ていますね。大手商社やデータ会社が、需要予測の可能性にビジネスチャンスを見出し、参入しようとしているのだけれども、その部分は業界みんなで使えるものだから、そこを何かうまく共有できるように国なり自治体が、できあがったものを公開していくとか、完全につくり上げるまでやり通すとか、方向性をしっかりと定めて進めていただけると非常にいいのではないかと思います。

それから食品ロスの部分は、今の生活をベースに語られていると思うのですがけれども、

おそらく50年後には家で食事なんて作らないかもしれない。東南アジアでは、家で食事をしていないですよ。例えば、今の家庭に缶切がなくなるように、包丁とまないたがなくなるかもしれない。そうすると食品ロスの問題は、今の延長線上だけで、考えていたのでは、解決できないような気がするのです。

これからは、夫婦で働くのは当たり前だと思いますし、食事を家で作るというのも趣味みたいな形で作るのはあるかもしれないけれども、ウィークデーは安くて、おいしくて、体によくて、そういうものが売っていたら、もう家で食事はつくらないかもしれない。そうすると食品ロス自体の出方というのが全然変わってくるような気がするのです。

2030年まではこの方法でやらないといけないと思うのですけれども、2050年を考えると、従来の方法では答えにならない、そんなふうに思いながら聞いていました。

○渡辺座長 ありがとうございます。

多分、日本が亜熱帯化していけばライフスタイルは確実に変わっていきますから、食生活もどんどん変わっていく、食べられるものも変わっていく、摂れるものも変わるわけで、それを2050年と考えてしまうと本当にそういうものを含めて検討していかないとけないのかなと感じました。

○清水（き）委員 大幅に遅刻をして参りましたので、議論が終わってしまっていることかもしれませんが、少しだけ述べさせていただきます。

全体としては皆さんの意見を盛り込んで充実してきたとは思いますが、途中で御説明に来ていただいた東京都の方にも申し上げたのですが、〈提言〉と書いてあってそれぞれに、「現状と課題」「主な意見」「方向性」となっているので、どれが提言なのかすぐく分かりにくいというのは申し上げました。

それが、この1枚にまとめた概要に書いている、ということなのかもしれないのですが、今日いただいたゼロエミッションの冊子に、2030年の目標らしきものが入っていますので、我々は何を提言しているのかという感じがします。皆さんから出ていた具体的な意見、もっと都はこうしてほしいとかいろいろ意見があったと思うのです。学校や流通、飲食店でもっとこうしてほしいとか、積極的にはっきり言っていたのが、かなり和らいだトーンになって書いてあるので、ゼロエミッション東京戦略が先に出たからこそ、今、私たちが出す提言としてはもっと具体的にこうしてほしいところを強く書いてもらって、その後、都が受けるのかやれるのかやれないのかはそちらで考えてもらうというスタイルにしたほうが、パートナーシップの会議としてはいいのかなと思いました。

それから提言1と共通事項を前出ししていただいたのはとてもいいと思いますが、先ほどから連携の具体的な進め方などがよく見えないという御意見がありました。提言1だけが、具体的な内容がなく5行ぐらいだけで終わってしまっています。ここをもう少し充実させて、問題となっていることとか、やるべきことを加えるのとよいと思いました。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ほかの委員からも御指摘がいろいろありますように、資料2-1の骨子をせめて要旨版のような、エグゼクティブサマリーのようなものにして、これに具体的な提言を入れていくということとしても、多分2、3枚ぐらいのペーパーで、これが今回の提言の一番、中核部分なのだという形を出していただくと、より分かりやすくなるのではないかなと私も

思います。

本編と要旨版のセットでという、皆さんに見ていただく、都の方に見ていただいて、次のステップを具体化していただくということができればいいのではないかなと思います。

藤田委員、聞かれていますか。

○藤田委員 皆さんそれぞれ立場を代表して来ていらっしゃる方ばかりなので、私とは皆さん考え方が違うなと思いつつ、それでもこの会議に参加してから大分、自分では変わったと思っております。

今日も聞いていて思ったのですけれども、もっとお店でお買い得コーナーみたいなものを設けていただいて、例えばパンが後2日で期限が切れるとか、牛乳などもその2、3日前で期限が切れるというのをどこのお店も置いてくれたらば、もっと買うのではないかなと思うのです。お友達はわざわざそういうのを狙って買物に行って、4人家族だからパンを1斤食べるのも、2枚ずつ食べれば終わっちゃうのよと言っていましたから、そういうふうにお店でやってくれるともうちょっと、いろいろな食品ロスとかは減ってくるのではないかなと思っております。

私としては、できるだけ作り過ぎないとか、そういうことを考えながらやっていきたいと思っております。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。

やはり、このパートナーシップ会議の一つの大きな意義は消費者の方にも参加していただいて、現状を理解して、消費者目線での提言をしながらより普及、啓発していくような理解をしていただく、あるいは逆に消費者の方に引っ張っていただくと、サプライチェーンの在り方を変えていくと、その両面を消費者に果たしていただきたいのがすごく大きな狙いだと思っておりますので、ぜひこの成果を広く伝えながら、都のまとめの中に消費者の声をより反映させていただければと思います。

ほかはよろしいでしょうか。

今日は、まとめの議論になりますので、本当は収束させていかなければいけないのですが、様々な観点からいろいろ御意見をいただきましたので、それをさらに次のステップに反映させていくということにさせていただければと思います。

先ほど、今後のスケジュールについてお話がありましたけれども、この提言は今日いただいた御意見を反映したものを次回もう一度、4月に会議を予定しているということで、そのあたりの今後のことについて、また事務局から御説明をいただくということで、よろしく願いいたします。

○秋田資源循環計画担当課長 本日も、熱心な御議論を賜りまして、誠にありがとうございました。

今、座長からお話がありました本提言につきまして、次回予定しております4月の会議までに頂戴した御意見を反映したものを、取りまとめてまいりたいと考えております。

また、本日御出席いただけなかった委員の方や、追加の御意見につきましては事務局までメール等にて御連絡いただきますようお願いいたします。

次回の会議の日程調整、議題の詳細につきましては、調整の上、委員の皆様へ御連絡を差し上げる予定でございます。

最後に1点、お知らせでございます。今年度、食ロス対策集を作成するに当たりまして、企業様の優良事例のヒアリング調査を行っているところでございます。委員の皆様にも委託会社を通じて御協力を仰ぐことがあるかと思っておりますので、こちらから御連絡があった際には何とぞよろしくお願ひ申し上げます。

事務局からは以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ほか、よろしいでしょうか。

それでは、これで第8回「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」を閉会いたします。ありがとうございました。

(午後4時04分閉会)