

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2年1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	SDGs-持続可能な開発目標-と各国の対策事例	P 4
IV	「食品ロスの削減の推進に関する法律」の概要	P 7
V	各主体の自主的な行動及び連携の促進に向けた提言	P 8

【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予防

【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

VI	おわりに	P 28
----	------	------

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食品ロスの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。

そこで、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方向性を明示するため、提言として意見を取りまとめた。

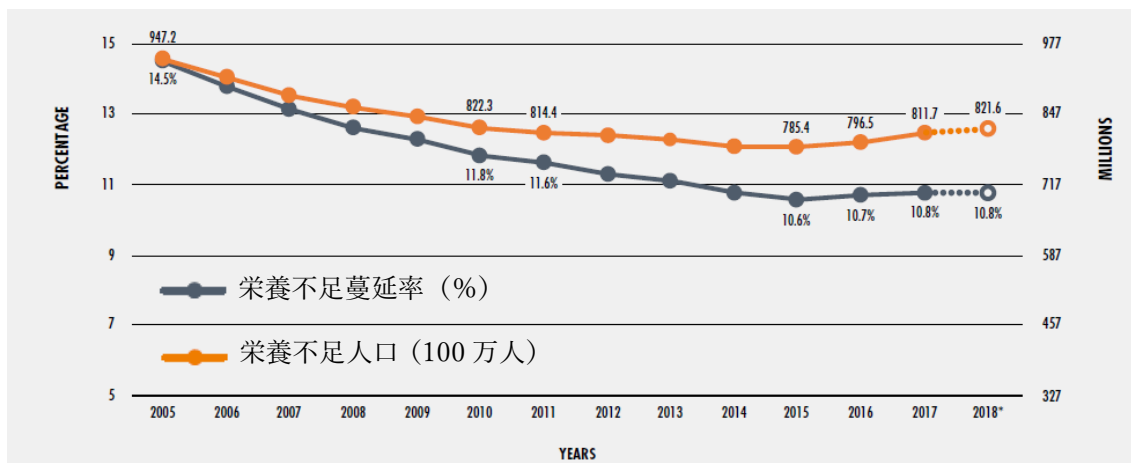
II 食品ロスの現状

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、2018年は推計8億2000万人が十分な食料を得ることができておらず、これは、2017年推計の8億1100万人から上昇し、世界の飢餓人口は3年連続で増加している。²

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

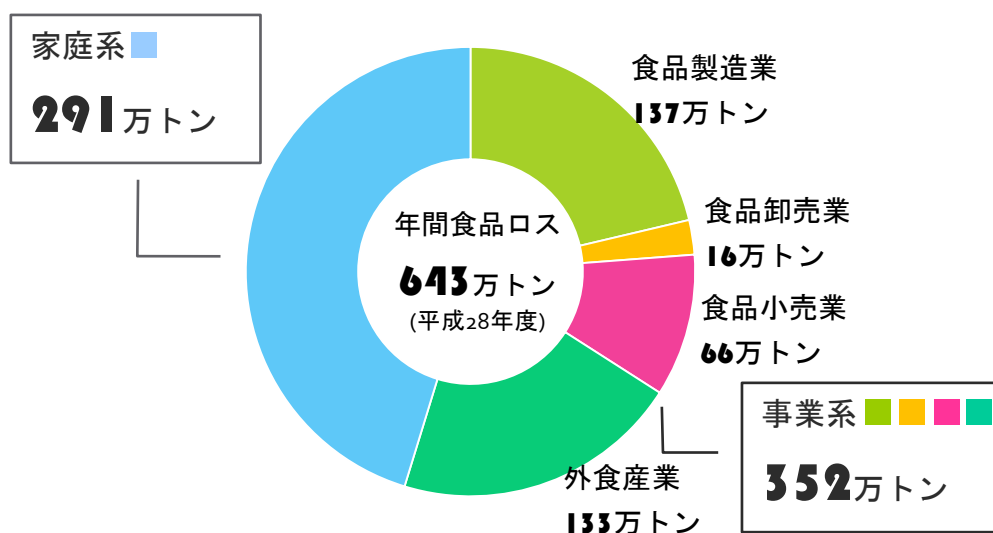
² FAO,IFAD,UNICEF,WFP,WHO：The State of Food Security and Nutrition in the World（2019）



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643万トン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390万トン)の1.6倍に相当する。

また、国民1人あたりに換算すると、1日約139g(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 (2019)

⁴ 農林水産省,環境省 : 平成 28 年度推計

⁵ WFP : Annual Performance Report for 2018

東京都においては、年間約 50 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、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 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、

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）

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

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、調査・研究を進めるべきである。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



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

IV 「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。

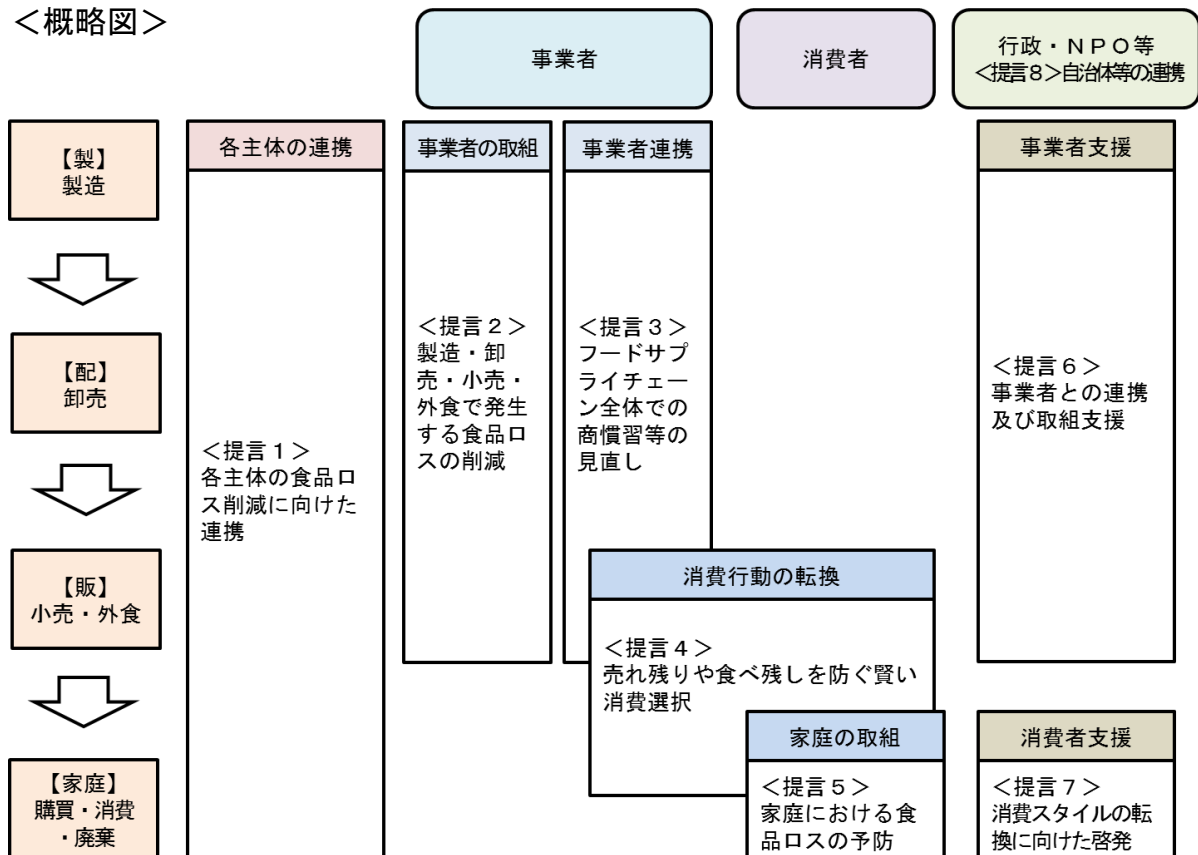
（関係者相互の連携及び協力）

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。

V 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、食品流通過程に応じた、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

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。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、特定の分野への規制を設けることで解決する課題ではない。よって、各主体が実践する優良事例等を共有し、消費者や行政等を含めた各主体の連携の元、更なる食品ロス削減に向けた取組を推進していくべきである。

【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¹²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を目指し、平成30年度にRFID（電子タグ）¹³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

¹² 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）

¹³ 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「リーダライタ」で電子情報を読み込むシステム

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)による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。

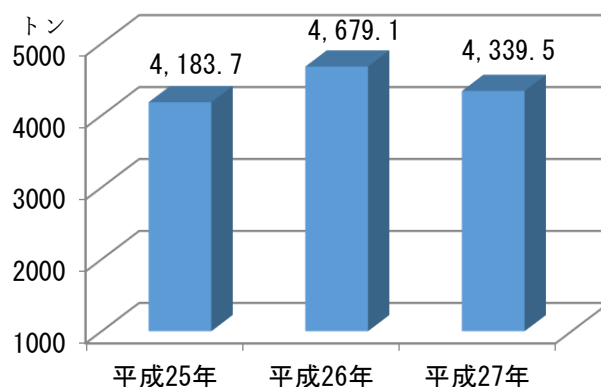
一方、製造段階における需要予測による商品の納入調整、流通段階における商慣習の改善、小売段階における見切り販売や小分け販売等、それぞれの段階に応じた発生抑制に向けた取組が行われているが、それでも消費者に提供されない食品は発生してしまう。

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。こうしたサービスを活用することにより、廃棄から消費への転換を図っていく必要がある。

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。

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643万トンのうち、食品関連事業者から発生した食品ロスは約352万トン(平成28年度)と推計されているが、農林水産省の調査報告¹⁴によると、フードバンク45団体の食品取扱量の合計は4339.5トン(平成27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。

＜フードバンク食品取扱量＞



¹⁴ 平成28年度農林水産省食品産業リサイクル状況等調査委託事業「国内フードバンクの活動実態把握調査及びフードバンク活用推進情報交換会実施報告書」

(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利用が将来的に見込まれるので、食品ロス削減に向けても活用を図るべきである。

(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しっかり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を削減するため、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。
- 需要予測の活用による食品ロス削減を徹底するため、気象情報の精度を高める必要がある。
- 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。
- 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。

(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】

- 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。
- 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。
- 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。
- 製造、卸売、販売の各段階で食費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ため、将来的な導入も視野に入れるべきである。

【製造】

- 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、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】

- 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】

- 販売段階では、見切り販売や小分け販売、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などの商品をインターネットで販売するサイト等を活用するとともに、販売の際に調理や保存等に関する情報を提供するなど、消費者も安心して買物ができ、食品ロスを減らしていける工夫をするべきである。

【フードバンクの活用】

- 農林水産省の調査報告によると、フードバンク 45 団体の食品取扱量の合計は 4339.5 トン（平成 27 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

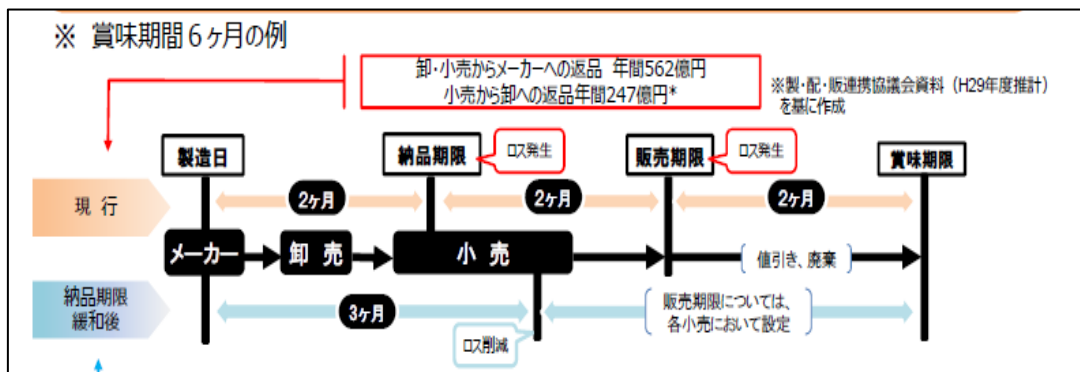
(1) 現状と課題

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¹⁵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 日以上の菓子等について、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」

¹⁵ 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。
- 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

- 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、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。
- 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進めるとともに、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 億円に上ると言われており、準備した料理が廃棄されるといった実態がある。

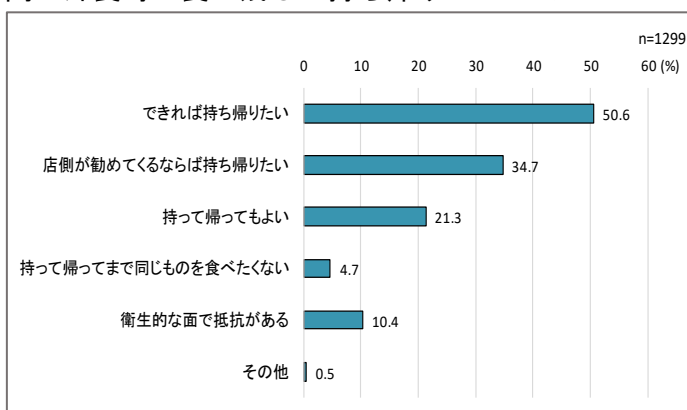
その他、平成 29 年度に都が実施した消費者アンケート調査によると、外食時の食べ残しの持ち帰りについて、「できれば持ち帰りたい」との回答が最も多く約 5 割を占め、次いで、「店側が持ち帰りを勧めてくるならば持ち帰りたい」との回答が多かった。

食べ切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。

＜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



＜飲食店用お持ち帰りステッカー¹⁶＞



出典：ドギーバッグ普及委員会

¹⁶ 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。
- 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上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変な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。
- ドギーバッグの活用が進むなど持ち帰り文化が醸成されるべきである。

(3) 方向性

- 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等の取組が始まっている。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。
- 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。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。
- 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。

＜提言5＞ 家庭における食品ロスの予防

（1）現状と課題

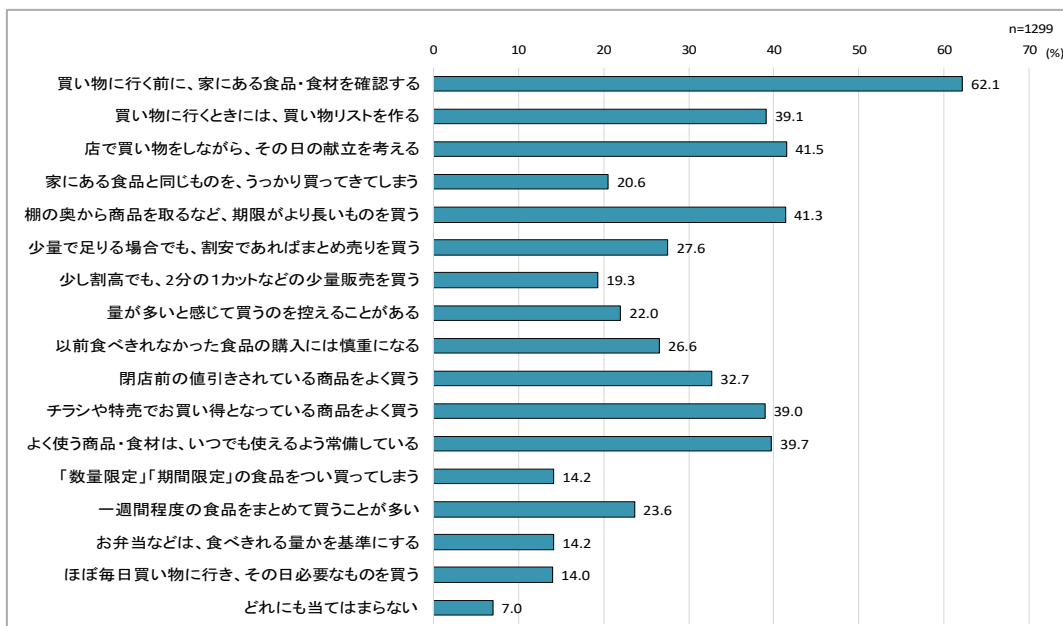
日本で1年間に発生した食品ロス約643万トンのうち、一般家庭から発生した食品ロスは約291万トン（平成28年度）と推計されており、全体の約半分は家庭から発生している。金額にすると、4人家族の1世帯当たり毎年約6万円相当の食品を捨てていることになる。¹⁷

そのような状況の中、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」

¹⁷ 環境省：食品ロスを減らすために、私たちにできること

(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、賞味期限間近の商品や必要な量を見極めて買うことが格好いい、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。

(3) 方向性

- 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。
- 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、賞味期限間近の商品を買うことが格好いい、楽しいといった消費者の機運が醸成されるなど、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。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。

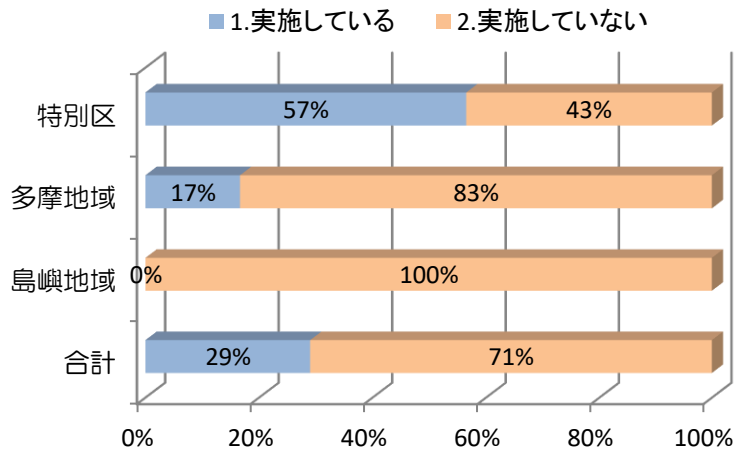
また、自治体と飲食店等が連携し、食べ残しの削減等に取り組む店舗を登録・紹介する「食べきり協力店」の実施も図られている。

「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。

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

- 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。
- 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政策を展開していくべきである。
- 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。
- 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。

- 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

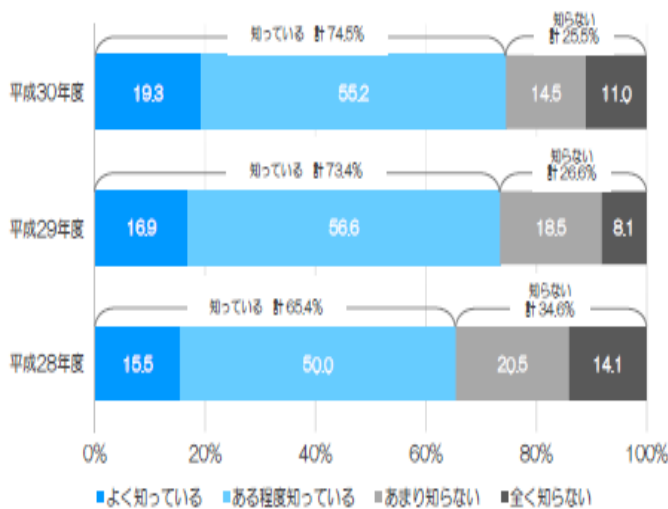
(1) 現状と課題

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。

そうした状況を踏まえ、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。

＜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

(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、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。

(3) 方向性

- 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。
- 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できる機会を創出していくべきである。
- 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。
- 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、ホームページによる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¹⁸における食品ロス対策事業の採択、「チームもったいない¹⁹」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。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、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²⁰」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²¹」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。

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。

＜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>

¹⁸ 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）

¹⁹ 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

²⁰ 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

²¹ 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

(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、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

- 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。
- 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。今後とも各主体の着実な行動を促進するためには、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。
- 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。

- 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など、積極的に有効活用を図るべきである。

VI 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」²²によると、グローバルフードシステム²³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、2020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。

今後、事業者、消費者、行政やNPO等の各主体が食品ロス削減に向けて、更に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。

都においても、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。

²²IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change

Special Report Climate Change and Land August 2019

²³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	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 代表理事
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	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
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~)	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
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

任期中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