

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

(第4回)

会議次第

日時 平成30年7月30日(月) 14時00分～16時30分

会場 都庁第二本庁舎 31階 特別会議室22

議題 (1) 委員の変更及び新任委員紹介

(2) 今後の会議の進め方

～食品ロス削減・東京方式の確立に向けて～

(3) 賞味期限の長い加工食品の取組の方向性について

(4) 外食の現状と課題

(5) 平成30年度食品ロス削減キャンペーン

～小売・外食における店頭キャンペーンの実施～

< 配付資料 >

資料1 委員名簿

資料2 今後の会議の進め方

～食品ロス削減・東京方式の確立に向けて～

資料3-1 食品ロス削減に向け協働していく取組1～5 (第三回提示)

～平成30年度の都の取組について～

資料3-2 食品ロス削減に向け協働していく取組1～5

～事業者・消費者の取組(案)～

資料3-3 平成29年度に実施した小売店舗における食品廃棄物組成調査結果

- 資料 4-1 東京都における食品ロスの発生と食品関連産業の状況
- 資料 4-2 (株)吉野家ホールディングスにおける食品ロスへの取組
- 資料 4-3 外食店舗における食品ロス実測調査の実施について
- 資料 4-4 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議設置要綱
- 資料 4-5 外食部会委員名簿
- 資料 5 平成 30 年度食品ロス削減キャンペーンの実施について
- 参考資料 1 食品ロス抑制に ICT を用いた情報共有の実証事業

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）
赤津 友弥	一般社団法人 新日本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
安東 迪子	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 事務局長
柿野 成美	公益財団法人 消費者教育支援センター 総括主任研究員
金丸 治子	日本チェーンストア協会 イオン株式会社 グループ環境・社会貢献部 部長
北村 成司	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
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 アカウントプランニング本部 副本部長
黒川 徹雄	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
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	公益社団法人 消費者関連専門家会議 事務局長
清水 俊樹	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 加食事業本部 商品オフィス室長
関口 努	一般社団法人 日本フードサービス協会 株式会社吉野家ホールディングス グループ管理本部 総務課長
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 生産戦略部
田中 弓雄	全日本菓子協会 江崎グリコ株式会社 グループ人事部 兼 渉外部 課長
中田 雅史	一般社団法人 全国清涼飲料連合会 専務理事
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 CSVマネージャー
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

今後の会議の進め方

～食品ロス削減・東京方式の確立に向けて～

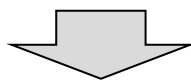
1 これまでの取組

都は、食品ロス削減に向け、これまで賞味期限の長い加工食品を中心に、会議で取組を議論し、食品ロスもったいないフェスタなどの協働の取組を行ってきたところである。

2 今後の会議の進め方

ステークホルダーとの議論や協働の成果を「食品ロス削減・東京方式」に反映していくため、都は今後、次のように会議を進めていく。

- これまで議論の対象としていない外食や日配品を追加し、食品ロス削減に向けた取組を議論し、協働内容を検討
- 店頭キャンペーンなどの機会を通じ、パートナーシップ会議における具体的な協働を推進

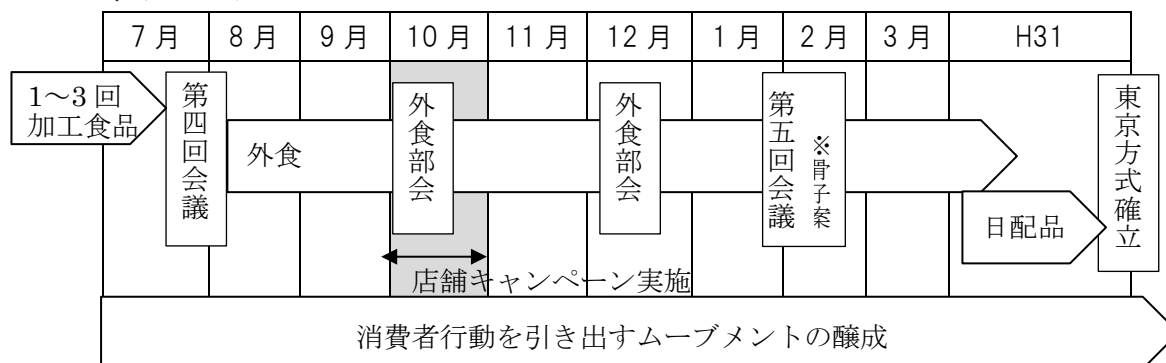


都は、パートナーシップ会議での議論や取組の経験を今後の食品ロス削減に活用するため、得られた知見をドキュメントにまとめていく。

3 食品ロス削減・東京方式の確立に向けて

都は、食品ロス削減に向けた消費者の行動を引き出すべくムーブメントを醸成していく一方、パートナーシップ会議の知見や都独自の実態調査などを行い、東京方式の核ともなる「食品ロス削減行動プラン（仮称）」を策定していく。

4 スケジュール



第5回会議を目途に「食品ロス削減行動プラン（仮称）」の骨子を示し、平成31年度末に策定し、「食品ロス削減・東京方式」を確立していく。

食品ロス削減に向け協働していく取組1～5（第三回提示）

～平成30年度の都の取組ついて～

都は、食品ロス削減に向けた取組の方向性（賞味期限の長い加工食品）で示した取組について平成30年度は次のように実施する。

取組 1 サプライチェーンにおける情報の共有化

都は、メーカーが発注量を予測して製造していた食品について、メーカーの見込み違いによる製造過多によって生じている食品ロスについて、予測精度の高い需要予測システムを活用し、予測情報をICTによってサプライチェーン全体で共有し、製造過多を抑制できるような仕組みを実証する。

公募により実証事業者を選定し、情報の共有化による食品ロス削減の効果を検証する。

取組 2 納品期限の見直し推進

都は、賞味期限の長い加工食品の一部の商品について納品期限を生産から賞味期限までの間の1/3以内とする期限から1/2以内までの間への緩和に積極的に取組む事業者をホームページで紹介するなどし、取組を後押しする。

取組 3 消費者の積極的な行動から引き出す広報展開

都は、消費者の食品ロスに関する認知を向上し、削減に向けた具体的な行動を引き出すために効果的な、食品小売や外食店舗における店頭キャンペーンを実施する。また、キャンペーンの趣旨を端的に表現するロゴやキャッチフレーズも作成する。

取組 4 余剰食品の有効活用を推進するための基準やルートづくり

都は、余剰食品の有効活用に資する新たなビジネスモデルの先行事例として実証事業を実施し、食品ロス削減の効果の検証を行い、先行事例として発信する。

取組 5 ICTを活用した特色のある施策の展開

都は、メーカーが発注量を予測して製造していた食品について、メーカーの見込み違いによる製造過多によって生じている食品ロスについて、予測精度の高い需要予測システムを活用し、予測情報をICTによってサプライチェーン全体で共有し、製造過多を抑制できるような仕組みを実証する。

公募により実証事業者を選定し、情報の共有化による食品ロス削減の効果を検証する。〈再掲〉

食品ロス削減に向け協働していく取組 1～5

～事業者・消費者の取組（案）～

食品ロス削減に向けた取組の方向性（賞味期限の長い加工食品）で示した取組について、今後、事業者及び消費者は、以下のように取組んでいく。

取組 1 サプライチェーンにおける情報の共有化

（事業者の取組）

食品のサプライチェーンに関連する事業者は、都が示したビジネスモデルなどを積極的に活用していくとともに、今後の販売管理システムの進展も視野に、一層の情報の管理や共有化を進めていく。

取組 2 納品期限の見直し推進

（事業者の取組）

食品小売事業者は、菓子類や清涼飲料など、家庭における保存期間が比較的短い食品から、食品小売事業者同士歩調を合わせることで納品期限の緩和による食品ロスの削減効果を高める努力をするとともに、段階的に納品期限を見直す食品を広げていく。

取組 3 消費者の積極的な行動から引き出す広報展開

（事業者の取組）

- 事業者は、都などが実施する食品ロス削減に関するキャンペーン等への積極的な協力を努めていく。
- 事業者は、消費者の食品ロス削減に寄与する行動を促すような販売方法やサービスの導入を検討し、導入に努めていく。
- 事業者は、食品ロス削減の重要な担い手である子供たちの社会教育に積極的に協力するとともに、消費者向けにも、食品事業や食品ロスについての理解促進にも努めていく。

（消費者の取組）

- 消費者は、都などが行う食品ロス削減に関するキャンペーン等に積極的に参加し、食品ロスの削減に関する意識を高めていく。
- 消費者は、店舗が提供する食品ロス削減に寄与するメニューを積極的に選択するとともに、店舗を選択する際には、こうした選択肢の充実や、食品ロス削減の取組なども勘案し、食品ロスの削減につながる選択に努めていく。

取組 4 余剰食品^{※1}の有効活用を推進するための基準やルートづくり

(事業者の取組)

- 事業者は、やむを得ず発生した余剰食品について安易に廃棄することなく、二次流通^{※2}の仕組みの活用を検討し、その活用に努めていく。

(消費者の取組)

- 消費者は、余剰食品の二次流通についての認知度向上とその必要性に関する理解の促進に努めていく。
- 消費者は、二次流通食品を理解し活用することで、食品ロス削減の貢献に努めていく。

※1 余剰食品とは、

この資料では、賞味期限又は消費期限に達していないが、出荷期限又は店頭での陳列期限を過ぎた食品のことをいう。

※2 二次流通とは、

この資料では、賞味期限又は消費期限に達していない食品で、出荷又は店頭での陳列販売などが困難になった食品を販売若しくは寄付することをいう。

取組 5 ICTを活用した特色のある施策の展開

(事業者の取組)

- 事業者は、あらゆる分野にICTを利用した効率化等の検討を行い、食品関連事業のICTの積極的な普及に努め、食品ロスの削減にも活用していく。
- 事業者は、SNS等を積極的に活用し、食品ロス削減に関する最新情報を収集し、自らの食品ロス削減に向けた取組の反映に努めていく。

(消費者の取組)

- 消費者は、SNS等を積極的に活用することで、食品ロス削減に関する情報の受け手だけではなく、積極的な情報発信者ともなり、食品ロス削減の貢献に努めていく。

平成 29 年度に実施した小売店舗における食品廃棄物組成調査結果

1 調査協力店

都内 4 店舗において調査を実施

2 調査概要

調査期間 平成 30 年 3 月 22 日から 28 日まで連続 7 日間

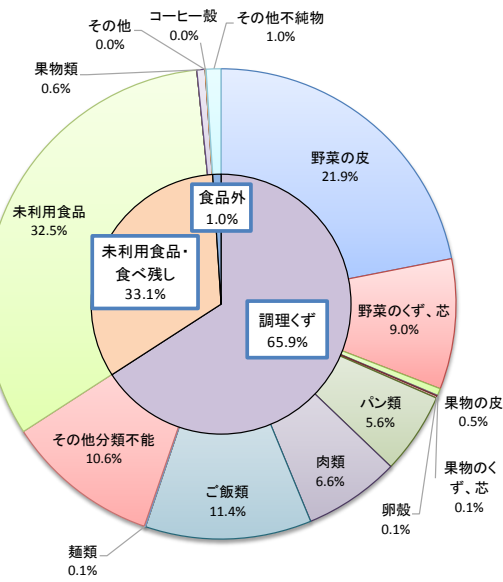
調査店舗 1 店舗は連続 7 日間、他各日 1 店舗

毎日 2 店舗 合計 14 検体について調査を実施

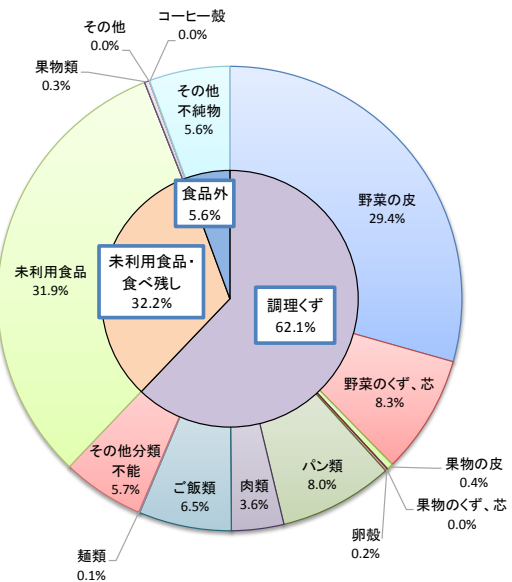
調査方法 店舗から調査検体を回収後、別紙の厨芥類の詳細分類項目に従い展開・分類し、重量及び容積を測定

3 調査結果の概要

調査 14 検体合計 約 1,125kg 延べ 14 店舗平均 80.4kg/日

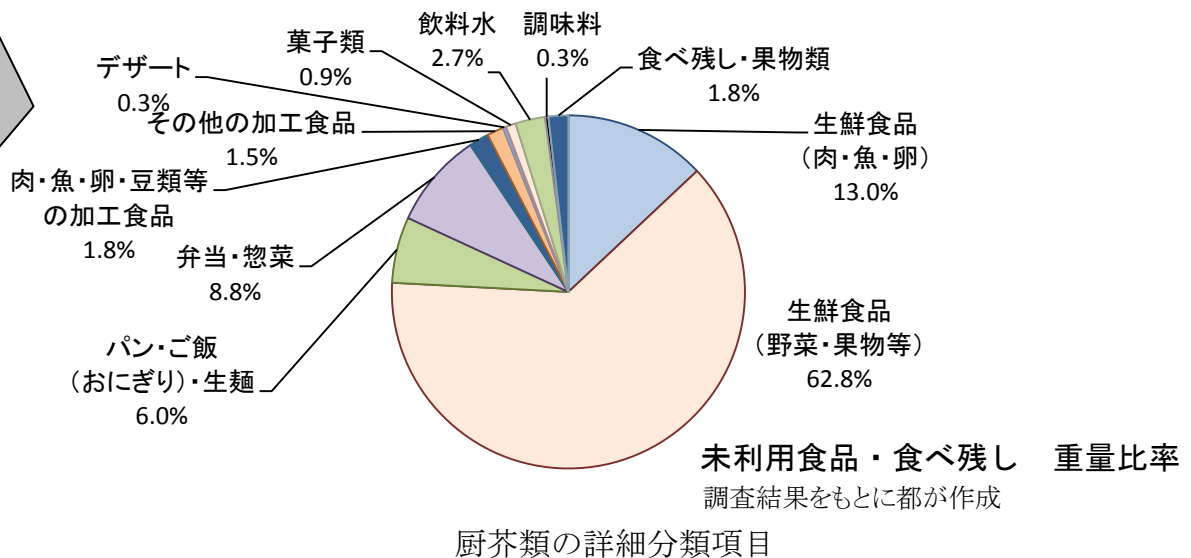


調査平均 重量比率



調査平均 容積比率

※重量比率は、調査店舗当たりの検体総重量を 100%、容積率は、同様に検体総容積を 100%としたときの比率

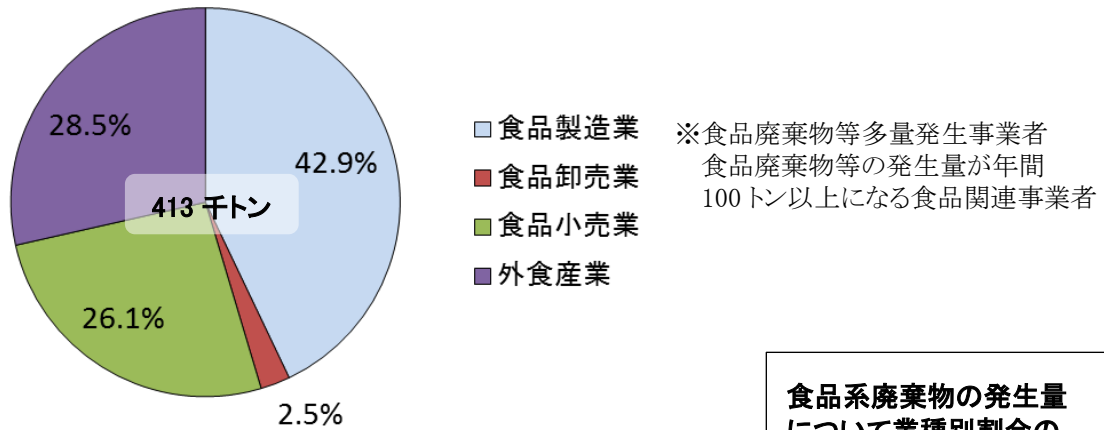


分類項目	詳細分類項目	
調理くず	野菜の皮	
	野菜のくず、芯	
	果物の皮	
	果物のくず、芯	
	魚の骨など	
	鳥獣の骨など	
	貝殻	
	卵殻	
	パン類	
	肉類	
	ご飯類	
	魚介類	
	麺類	
	その他分類不能	
未利用食品・食べ残し	未利用食品	
	【直接廃棄】	
	生鮮食品(肉・魚・卵)	
	生鮮食品(野菜・果物等)	
	パン・ご飯(おにぎり)・生麺	
	弁当・惣菜	
	肉・魚・卵等の加工食品	
	豆類・豆腐の加工食品	
	その他の加工食品	
	デザート	
	菓子類	
	飲料水	
	調味料	
	缶詰・レトルト	
	その他	
	【食べ残し】	
	パン類	
	菓子類	
	肉類	
	野菜類	
ご飯類		
魚介類		
果物類		
麺類		
その他		
食品外	ティーパック	
	茶殻	
	コーヒー殻	
	たばこの吸い殻	
	その他不純物(紙、容器包装、その他)	

東京都における食品ロスの発生と食品関連産業の状況

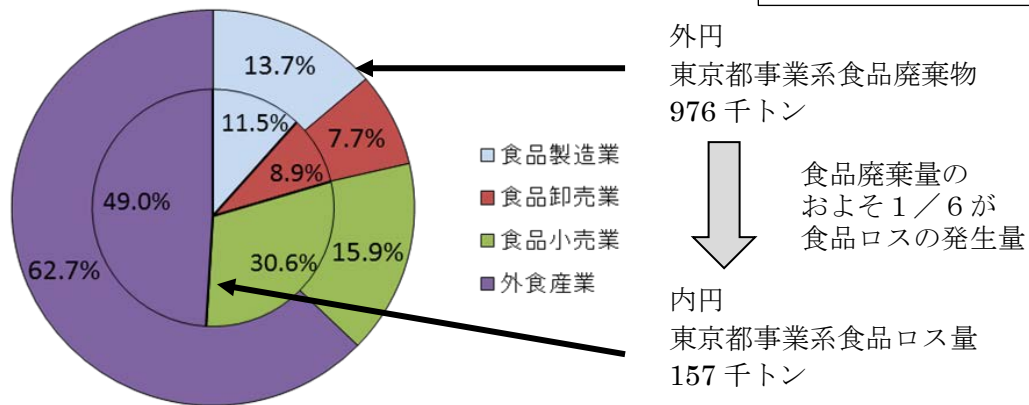
1 食品廃棄物の発生状況

図 3 - 1 食品リサイクル法に基づく食品廃棄物多量発生事業者の定期報告
(都道府県別発生量の東京都分) 平成 28 年度実績



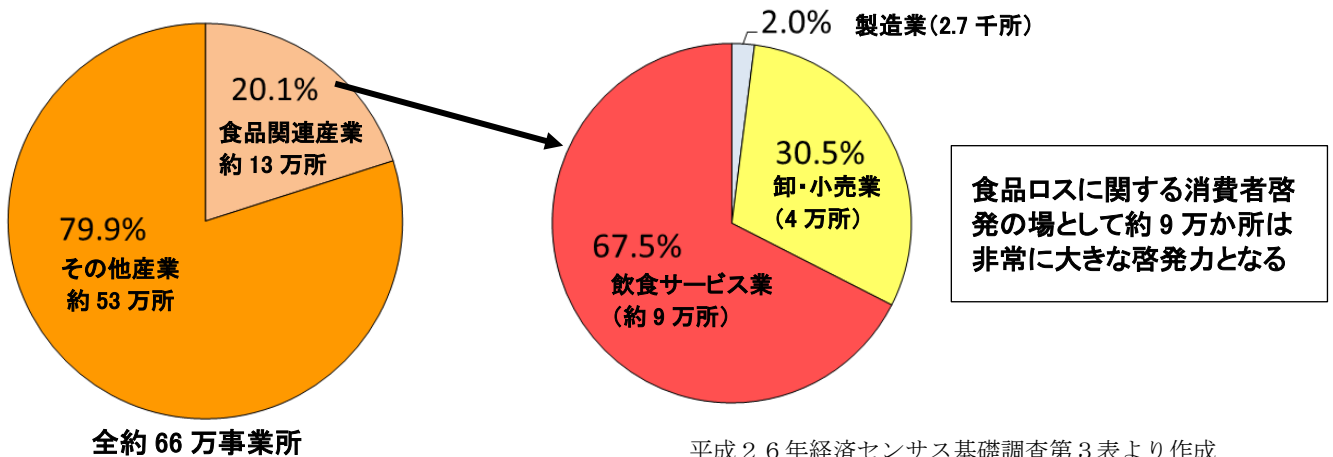
**食品系廃棄物の発生量
について業種別割合の
差異が大きい**

図 3 - 2 東京都事業系食品廃棄物推計 (平成 24 年度実績)



2 都内の食品関連産業の状況

図 3 - 3 東京都の産業分類別 (食品関連) 事業所数



平成 26 年経済センサス基礎調査第 3 表より作成

For the People

資料4-2

YOSHINOYA HOLDINGS



YOSHINOYA HOLDINGS

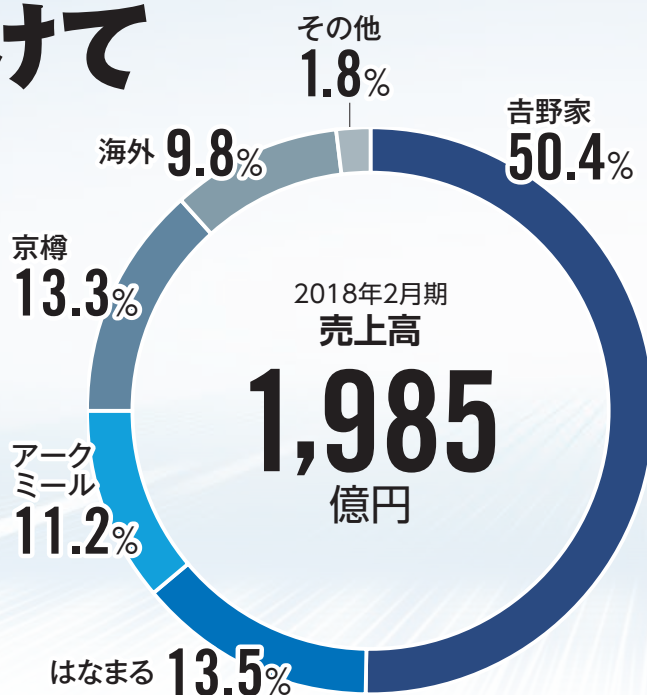
CORPORATE REPORT

2018

ビジネスアウトライン

確かな成長に向けて 多様な力を集結

固有文化を有した
多様な外食企業で形成される当社グループ。
それぞれのオリジナリティを活かした
ブランド価値を磨き上げながら、
グループシナジーを活かし、
他にない総合力を発揮していきます。



吉野家

P.11

創業120周年を迎える 老舗牛丼チェーン

日本国内で展開する牛丼の「吉野家」は、1899年創業の和のファストフードを代表する飲食店チェーンです。



売上高 **1,010** 億円 (前期比 3.9%増) 営業利益 **50** 億円 (前期比 32.1%増)

はなまる

P.12

すべてのお客様に 「おいしい驚き」を!

はなまるは、本格的な讃岐うどんをセルフサービスでご提供し、すべてのお客様に「おいしい驚き」を提供し続けます。



売上高 **270** 億円 (前期比 13.3%増) 営業利益 **12** 億円 (前期比 35.9%増)

アークミール

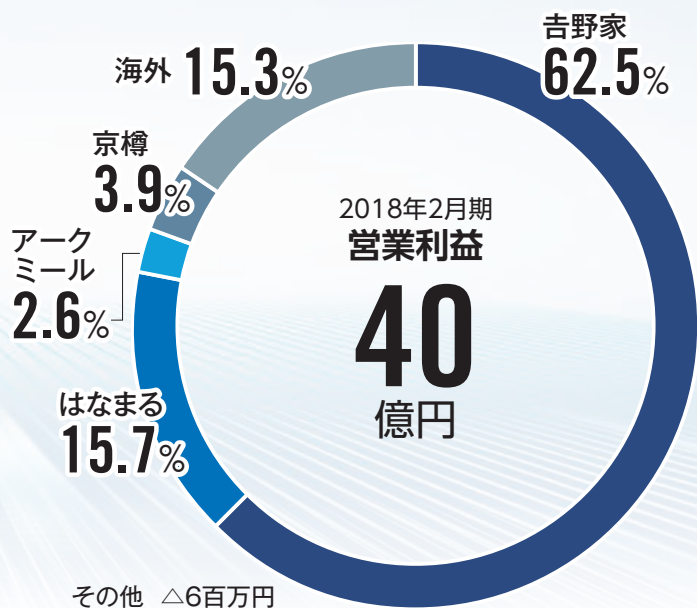
P.13

“ホスピタリティ”を追求する 肉料理レストランチェーン

アークミールは、ステーキレストランの「ステーキのどん」「フォルクス」、しゃぶしゃぶ・すき焼きの「どん亭」を北関東中心に展開しております。



売上高 **224** 億円 (前期比 2.2%減) 営業利益 **2** 億円 (前期比 54.4%増)



■2018年2月期 連結決算ハイライト (億円未満切り捨て)

業績データ (億円)	2017年2月期 (実績)	2018年2月期 (実績)	2019年2月期 (計画)
売上高	1,886	1,985	2,110
営業利益	18	40	41
経常利益	27	46	47
親会社株主に帰属する当期純利益	12	14	17

キャッシュ・フロー (億円)	2017年2月期 (実績)	2018年2月期 (実績)	2019年2月期 (計画)
営業活動によるキャッシュ・フロー	101	93	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	△65	△83	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	10	△42	—

1株当たりデータ (円)

1株当たり当期純利益	19.35	23.11	26.34
------------	-------	-------	-------

※連結売上高合計には調整額△20億円、連結セグメント利益合計には調整額△40億円が含まれております。

京樽

➡ P.13

真心込めた「すし」を
多様なニーズに応じてご提供

京樽は、上方鮎の「京樽」や回転寿司の「海鮮三崎港」のほか、ネットショップを運営する外商事業を展開しています。



売上高 266億円 (前期比 3.9%増)

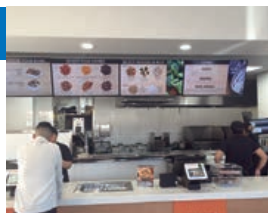
営業利益 3億円 (前期比 333.6%増)

海外

➡ P.14

海外1号店は1975年

海外では、主に「吉野家」と「はなまるうどん」ブランドの展開を行っております。



売上高 197億円 (前期比 18.8%増)

営業利益 12億円 (前期比 36.0%増)

その他

➡ P.14

せたが屋は国内外
21店舗を展開

世界のラーメンブームの先駆けとなった「せたが屋」をはじめとしたセグメントです。



売上高 35億円 (前期比 16.1%減)

営業損益 △0億円 (前期は)

当社グループの 環境への取り組み

グループ行動憲章の「社会への約束」に基づいて、循環型社会に適応した環境保全活動を通して、社会に貢献することを目指し事業活動に取り組んでおります。オフィスや工場、店舗におけるさまざまな活動を通じて、地球環境や資源の保全に配慮してまいります。

TOPICS 1 外食企業初の認定エコマーク取得

(株)吉野家の店舗では、LED照明の全店導入をはじめとして、使用する機器を新規購入・更新する際には、省エネルギー型機器を導入しています。また食器や箸などは、使い捨てではなくリユース可能なものを使用し、牛丼の調理工程で生成される牛脂は、堆肥としてリサイクルするなど、省エネルギー化・省資源化への多面的な取り組みを行っています。

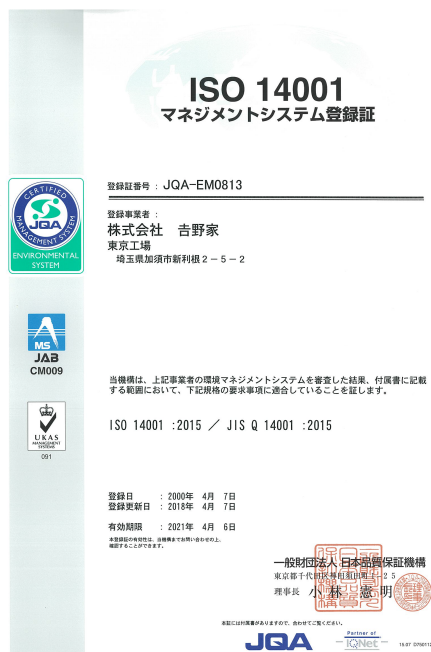
こうした取り組みが評価され、(株)吉野家は2017年10月、エコマーク「飲食店」認定基準において、外食企業で初めての認定を受けました。当社グループは、引き続き工場および店舗における環境負荷の低減に努めてまいります。



ISO14001の取得

取り組み会社 吉野家HD/吉野家

(株)吉野家では、2000年、東京工場（現・(株)吉野家ホールディングス東京工場）において、2001年には、本社・営業部・店舗においても、ISO14001認証を取得するなど、これまで積極的な活動を行ってまいりました。毎年、外部審査機関による審査を受けており、審査項目は、環境方針、目標および実施計画、教育訓練、記録の管理、内部監査など多岐に渡っています。



(株)吉野家 ISO14001 マネジメントシステム 更新登録証

研修・勉強会の実施

取り組み会社 吉野家

(株)吉野家では、新入社員および中途社員集合研修を通して、ISO14001の店舗における活動について、3時間の教育時間を設けています。

また環境問題の基礎知識から店舗での実践に即した環境保全活動まで多岐に渡る内容の研修を行っています。終了後に考査を実施して、知識の確認と定着を図っています。

.....
取り組み会社 吉野家HD/吉野家/はなまる/アー
クミール/京樽/グリーンズプラネット

循環型社会に適応した環境保全活動を通して環境負荷軽減を目指す上で、解決の糸口となるのが、リデュース (Reduce)・リユース (Reuse)・リサイクル (Recycle) という3つの「R」です。この「3Rへの取り組み」を通して環境に配慮した経営を行うことを基本的な考え方としております。

3Rへの取り組み

Reduce

テイクアウト用ポリ袋の薄肉化

.....
取り組み会社 吉野家

(株)吉野家では、テイクアウト用包材・ごみ袋などについて、必要最低限の機能を維持し薄肉化を図り、使用原料の低減で廃棄ゴミの削減に努めています。容器については、保温、断熱、勘合はもちろん剛性まで考慮して仕様を決定し、弁当袋については最大重量から必要強度を算出しています。2009年12月より、店内提供のサラダ容器の蓋を洗浄して繰り返し使用できるものに変更し、廃棄プラスチック量とコストの削減に努めています。また、ゴミ袋については、店舗から排出されるごみを想定した強度(引っ張り・突き刺し)を算出し、PB品については徹底管理しています。

(株)吉野家では、「九都県市容器&包装ダイエット宣言」に参加してい

ます。詳しくは、下記ホームページをご覧ください。

<http://www.diet-youki.jp/index.php>

天ぷら油の廃棄量削減

.....
取り組み会社 はなまる

(株)はなまるでは、現在214店舗(2016年1月現在)に、小型食用油精製装置を導入し、天ぷら油の廃棄量をほぼゼロにまで削減しました。

導入以前は、油の全交換・廃棄が約3日に1度の頻度で行われていましたが、導入以降は、約3カ月に1度となりました。天ぷら油の廃棄量だけでなく、新しい油の使用量も削減することで、廃棄物を抑制しながらコストの削減にもつながっています。



小型食用油精製装置「廃油ナイス君」(はなまる)

店舗での生ゴミ排出量の削減

.....
取り組み会社 吉野家

(株)吉野家の店舗では、生ゴミの排出量の削減に取り組んでいます。

- ①商品クオリティを向上させ、食べ残しを減らす。
- ②適正な食材準備量により、廃棄ロスを無くす。

③排水ネットを活用し、生ゴミを脱水する。

といった取り組みにより、2015年度の1店舗1日あたりの生ゴミ排出量は、7.8kg(前年比90.8%)となりました。



排水ネットを使用して脱水(吉野家)

工場での生ゴミ排出量の削減

.....
取り組み会社 吉野家HD

当社工場では、2014年7月、生ゴミ量の削減を目的とした「生ゴミ処理機」2台を導入しました。主に工場にて排出される野菜の芯や茎などの生ゴミを対象として使用しています。

仕組みは至って簡素で、生ゴミにバクテリアを使用して水分と気体に分解してしまうというものです。排水された水分は、工場内にある自社排水処理施設によって処理されま



生ゴミ排出量の削減に大きく貢献している生ゴミ処理機(東京工場)

社会への約束 環境編

す。使用するコストは、分解を促進させるために攪拌する動力のみであり、従来の搬出しての処理に比較して低コスト化にも貢献しています。

処理能力は、1日1台あたり約1.5トンであり、現在1日当たり3トンもの生ゴミ処理を実現しています。工場における生ゴミ排出量の削減に大きく貢献しています。

Reuse

野菜外葉のリユース

取り組み会社 吉野家HD

当社東京工場から出た野菜の外葉を埼玉県東武動物公園に寄付し、動物のエサとして使用してもらっています。

東京工場では、1日約190kgの主にキャベツを中心とした野菜の外葉を寄付しています。動物園までの運搬には、自社運搬車を使用して廃棄コストの削減にも努めています。



シカなどの草食動物のエサにリユース(提供先「ハイブリッド・レジャーランド東武動物公園」)

Recycle

食品残さのリサイクル

取り組み会社 吉野家HD/吉野家/京樽

当社グループでは、工場や店舗から排出される生ゴミのリサイクルに取り組んでいます。

(株)京樽の船橋工場では、2009年9月より食品リサイクル法登録再生利用事業者(千葉県市川市)と提携し、炊飯ラインで排出される食品残さ(ごはん・鰯シャリ)の再飼料化100%を達成しました。

(株)吉野家では、東京を中心とした店舗のゴミの自社回収を行っております。また自社およびお取引先を通して回収された食品残さは、リサイクルしています。主な内訳は、養鶏・養豚用の飼料化、堆肥化やメタンガス化など多岐にわたっています。

特に回収された食品残さは、食品リサイクル法に基づいたリサイクル施設に搬入しており、廃食用油を熱媒体として食品廃棄物に含まれる約80%の水分を乾燥処理した後、異物を除去する工程を経て養鶏・養豚用の配合飼料原料に生まれ変わります。



リサイクルされた成鶏飼育用飼料(右)と配合飼料(左)(撮影協力「(株)アルフォ」)

廃棄麺のリサイクル

取り組み会社 はなまる

(株)はなまるでは、製麺工場から出る廃棄麺(出荷不適合の麺)や打ち粉をリサイクルしています。リサイクルセンターに運ばれた麺は、水分調整などを行った後に発酵促進剤を加え、堆肥や完熟肥料、土壌改良材として農家などに運ばれます。栽培された野菜は東京都内の五つ星レストランでも使用されています。また、別のリサイクルセンターでは飼料化され、養豚場などで使用されています。



規定外の生麺をリサイクル(はなまる工場)

廃棄肉・廃棄油のリサイクル

取り組み会社 吉野家HD/吉野家

当社東京工場では、肉をスライスする際に使用する機材にたまった肉片や、軟骨が混ざっており出荷でき



規格外などで出荷しない肉をリサイクル(東京工場)

ない肉片、その他、規格外で出荷できない肉を有償リサイクルしています。これらは肥料へと生まれ変わります。

また当社工場と(株)吉野家の店舗では、廃棄油のリサイクルも行っています。

廃プラ・段ボールのリサイクル

取り組み会社 吉野家HD

当社東京工場では、食肉を包装しているポリ袋を、透明なものと同色のものに分別し、有償リサイクルを行っています。色別に専用の洗浄機で洗い、脱水を行った後にチップ状に粉砕した上で、リサイクルを行っています。

また段ボールは、使用済みの段ボールをプレス機にかけてまとめた上で、有償リサイクルを行っています。



プレスされリサイクルされる段ボール

LED (Light Emitting Diode 発光ダイオード) 照明の使用を拡大しております。当社工場では、室内照明に、(株)吉野家と(株)アークミールの店舗では、看板に使用しております。

また(株)吉野家では、店舗のエアコンに省エネ機能を搭載しており、お客様の少ない時間帯には省エネ運転機能を設定しています。この省エネ設定を通して通常時間帯の70～75%の電力で運転しており、電力使用量の削減に貢献しています。



LED照明を店頭看板に採用(吉野家)

水道使用量削減

取り組み会社 吉野家HD/吉野家

当社東京工場では、白菜漬けの重石として使用する水をポンプで抜き取り、清掃用水などにリユースしています。

(株)吉野家の店舗では、流水防止の取り組み、水をためる際の基準を設けるなどの取り組みを通して使用量の削減に努めています。

灯油使用量削減

取り組み会社 吉野家HD

当社工場では、2012年1月、排熱を利用して湯を沸かす「エコキュート」を導入しました。製造ラインにおける冷却水を作成する際に、熱交換して湯を沸かすことで、従来、ボイラーに使用していた灯油の使用量を削減しました。従来に比較して年間約69,000リットルもの使用量の削減を達成しました。



灯油使用量の削減に大きく貢献している「エコキュート」(東京工場)

エネルギー使用量

電気使用量削減

取り組み会社 吉野家HD/吉野家/アークミール

当社グループでは、使用電力、及びCO₂排出量の削減を目指して、

社会への約束 (環境編)

Focus!

食べ物を無駄にしない仕組み

「食」に携わる企業として、食品廃棄物の最終処分量を減らしていく取り組みは社会的な責務です。特に多くの食品づくりを担う工場では、発生する食品残さを再生資源化し、食物循環に資する仕組みを構築することが求められます。ここでは京樽による工場残さのリサイクル活動を紹介します。

炊飯と調理品の製造による食品残さを養豚飼料に100%リサイクル化

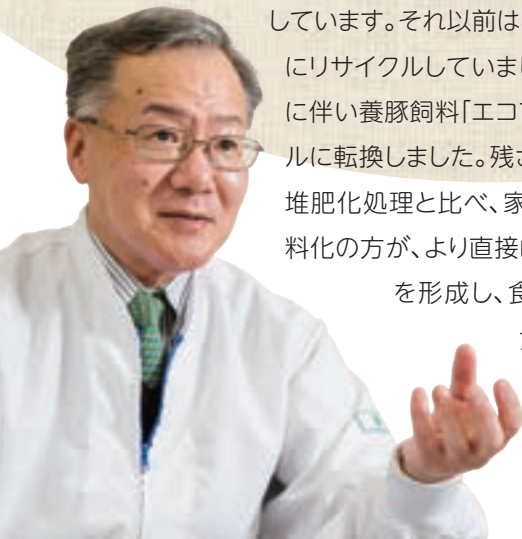
京樽船橋工場(千葉県)は、関東圏を中心とする京樽各店舗に供給する炊飯米(酢飯、白飯、茶飯)の製造を一手に担っており、その量は1日当たり約18tにも上ります。また調理部門では、押し鮎などの上方鮎を平日に1,500~2,000食(週末は約10,000食)、弁当類を平日に約3,000食(週末は約20,000食)製造し、おにぎりやいなり、惣菜なども手掛けています。

同工場では、2009年から登録再生利用事業者を通じて製造工程から出る食品残さを再生飼料に100%リサイクルしています。それ以前は、食品残さを再生堆肥にリサイクルしていましたが、100%再生化に伴い養豚飼料「エコフィード」へのリサイクルに転換しました。残さが大きく減容される堆肥化処理と比べ、家畜の食べ物となる飼料化の方が、より直接的・効率的な食物連鎖を形成し、食べ物を無駄にせず、食べ物に生かしていく

点で意義が高い再生利用であると考えています。

炊飯工程では、ガス炊飯ラインに必要な予備製造分が1日約40kg、蒸気炊飯ラインにおける炊き始め・炊き終りの品質ムラが1日約20kg、それぞれ残さとなります。調理工程では、加工における端切れなど1日30~40kgの残さが発生します。生産量と比較すれば大きな排出量ではありませんが、米の1人当たり月間消費量が4.5kg前後とされているので*、炊飯工程全体では1日に13人以上の月間消費量に相当する米が残さとなる計算です。その現場として食べ物の尊さを常に意識し、残さのさらなる有効活用を検討しつつ、残さの発生自体を低減していく努力も行っています。

* 出典:米穀機構「米の消費動向調査」



株式会社京樽
商品本部 製造物流部長
河田 和浩

食品残さ飼料化の流れ

- 1 船橋工場から米飯・惣菜の食品残さを登録再生利用事業者へ輸送
- 2 包装品の状態から、ビニール・プラスチックと食品(飼料化原料)に分別
- 3 飼料化原料に、小麦粉・パン粉等乾物の食品残さを粉体状にしたものを混合
- 4 加工・ふるい工程を経て飼料化
- 5 配合飼料メーカー、養豚家、農協等へ販売



飼料化原料
ビニール・プラスチック

包装品の状態でコンベア輸送し、袋破後、ビニール・プラスチック(右)と飼料化原料(左)に分別

分別された飼料化原料。さらに小麦粉・パン粉等乾物の食品残さを混合することで品質を均質化



ふるい工程



当社グループの 環境への取り組み

グループ行動憲章の「社会への約束」に基づいて、循環型社会に適応した環境保全活動を通して、社会に貢献することを目指し事業活動に取り組んでおります。オフィスや工場、店舗におけるさまざまな活動を通じて、地球環境や資源の保全に配慮してまいります。

工場・店舗の環境負荷を低減

当社グループでは、省エネルギー・省資源による環境負荷の低減を目指し、工場および店舗におけるLED照明の導入を進めています。当社工場では室内照明、(株)吉野家と(株)アークミールの店舗では看板照明をLED化し、(株)京樽の店舗では店内照明のLED化を完了しました。(株)はなまは、新店開設時と既存店改装時にLED照明を導入しています。

その他の対応として、(株)吉野家の店舗では、お客様の少ない時間帯にエアコンの省エネ運転機能を使用し、節電効果を上げています。また(株)はなまの店舗では、麺を湯がく際の水量を抑えるため、節水タイプの釜に切り替えを進めています。



LED照明を店頭看板に採用

容器包装ダイエツ宣言に参加



<http://www.diet-youki.jp/>



(株)吉野家では、テイクアウト用包材・ごみ袋などの薄肉化を図り、廃棄ゴミの削減に努めています。容器は、保温、断熱、嵌合、剛性といった機能面を維持できるように綿密に仕様決定し、ごみ袋も必要強度を算出した上で薄肉化を徹底しています。2015年度には、テイクアウト用ビニール袋のさらなる薄肉化と汁物用容器の統一により、資源の使用量を一層削減しました。

こうした取り組みの一環として、(株)吉野家は九都県市が進めている「容器&包装ダイエツ宣言」に参加し、環境のための努力を積極的に打ち出しています。



(株)吉野家の環境保全活動のあゆみ

活動項目を毎年増やししながら、環境保全に取り組んでいます。

- 1980年代 ● 店舗牛脂のリサイクル
- 1992 ● 東京工場にて障がい者雇用開始
● 一部の店舗においてガスヒーポンの検証を開始
- 1993 ● 店舗の割箸をアスペン材に変更(現在は、リターナブル箸に)
- 1995 ● コンピュータのストックフォーム紙をリサイクル
● 東京工場のダンボールをリサイクル
● 野菜加工センターの野菜くずをコンポスト^{*}化
- 1997 ● 店舗のトイレトーパーをリサイクル品に変更
● 店舗のペーパータオルの再生紙化
- 1998 ● 事務所の封筒に間伐材を使用
● 本社にリサイクルボックスを設置しリサイクル徹底
- 1999 ● 埼玉県の店舗で生ゴミ処理機によるリサイクル運用開始
● 中国における植林ボランティアの開始
● 店舗にロングライフ蛍光灯の導入
● 店舗の看板にソーラータイマーを導入
- 2000 ● 東京工場においてISO 14001認証取得
● 代替フロン機器の導入開始
● 横浜市の店舗で生ゴミのコンポスト化開始
- 2001 ● 店舗の液体洗剤を無リン洗剤に切り替え
● 本社・営業部・店舗においてISO 14001認証取得
● 社有車にハイブリッドカーの導入開始
- 2002 ● (社)日本フードサービス協会と協業にて茨城県内店舗のコンポスト化参加
● 店舗にてガスコージェネレーションの検証開始
● ユニットプレハブ工法の店舗を導入、建築廃材の減量を図る
● 京都市まちの美化推進事業団に参加
- 2003 ● 事務社員の制服をPET素材使用品に変更
● 店舗において節水型洗浄機の導入開始
● 店舗においてPET素材のトレイの導入開始
● 店舗に排水ネットを導入し、生ゴミの脱水減量化を開始
- 2004 ● 店舗の蛍光灯をより効率の高いHF蛍光灯へ変更
● 同業他社との協業にて横浜地区店舗でのコンポスト化拡大
● 野菜加工センターにて野菜外葉を動物園の飼料として提供開始
● 電子帳簿保存法の適用を受け、帳簿データの電子保存を推進

- 2005 ● 首都圏において新たに3箇所のプラントを利用したコンポスト化拡大
● 八都府市容器包装ダイエツト宣言に参加
● NPO国連世界食糧計画WFP協会に参加
● 災害時徒歩帰宅困難者支援活動開始
- 2006 ● 京都地区店舗におけるバイオマス^{*}利用のリサイクルを開始
● 三重地区店舗でコンポスト化を開始
● チーム・マイナス6%に参加
- 2007 ● リターナブル箸の検証開始
● ABS素材食器の導入
● LED看板の検証
- 2008 ● 地球温暖化防止活動環境大臣表彰受賞(対策技術導入・普及部門)
● LED看板の導入開始
● ペットボトルのエコキャップ収集活動開始
- 2009 ● リターナブル箸を全店舗に導入
● 全店舗を終日禁煙化
● オール電化店舗の検証開始(1店舗)
- 2010 ● 次世代型店舗への取り組み開始
● オール電化店舗の検証拡大(3店舗)
● 客席照明をLEDダウンライトと高効率照明に随時変更
- 2011 ● 産業廃棄物の電子マニフェスト検証
● テイクアウト包材の軽量化推進
- 2012 ● ポール看板・店頭看板にLED採用
- 2013 ● 弁当袋の規格変更(薄肉化)
● 店舗廃棄物の自主回収による、生ゴミリサイクル実施(124店舗)



※ コンポスト 生ゴミや汚泥などを発酵分解させ、堆肥にしたもの。
※ バイオマス 生ゴミなど生物に由来する有機エネルギーや資源のこと。

外食店舗における食品ロス実測調査の実施について

1 調査目的

食品ロス削減の取組を推進するため、外食産業の店舗における食品廃棄物の可食部及び不可食部の特定やその計量を行うことによって、外食産業の店舗における食品ロスの排出実態を調査し、食品ロス削減の取組の検討に資する基礎データとする。

2 調査概要

- 一般社団法人日本フードサービス協会のご協力を得て、会員企業の外食店舗 20 店ほどを対象に調査を実施
 - 調査は、都が委託により実施
 - 調査協力店舗において、連続した 7 営業日間、毎日店舗から発生する調査検体を収集
 - 収集当日に調査検体を可食部、不可食部等に仕分けし、計量
 - 実測調査を、店舗へのヒアリングにより内容を補足
- ※特に、可食・不可食部の量、客席・厨房別の発生の把握に注力

3 スケジュール



東京都食品ロス削減パートナーシップ会議設置要綱

(目的及び設置)

第1条 国連「持続可能な開発目標」に掲げられた、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る目標への貢献を目指し、東京都内のフードサプライチェーンにおいて、本来食べられるにもかかわらず捨てられてしまう「食品ロス」の削減を図るため、食品流通事業者、消費者団体及び有識者が一堂に会して検討を行い、連携・協働を進めていくことを目的とし、東京都食品ロス削減パートナーシップ会議（以下「会議」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 会議の所掌事項は、次の各号のとおりとする。

- 一 食品ロス削減に関する取組の検討及びその推進に関すること。
- 二 食品ロス削減に関する情報交換及び情報提供に関すること。
- 三 食品ロス削減に向けた普及啓発に関すること。
- 四 その他会議の目的を達成するために必要と認めること。

(構成等)

第3条 会議は、事業者、消費者団体、有識者等からなる委員により構成する。

- 2 委員の任期は、原則として1期2年とする。再任する場合は、連続する在任期間が8年を超えないこととする。
- 3 委員が欠けた場合には、新たな委員を選任できるものとし、当該委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 4 会議に座長及び座長代理を置く。
- 5 座長は委員の互選により選出し、座長代理は座長が指名する。
- 6 座長は、会議を代表し、会務を総理する。
- 7 座長代理は、座長を補佐し、座長に事故があるときは、その職務を代理する。

(招集及び運営)

第4条 会議は、座長が招集する。

- 2 消費者代表及び有識者以外の事業者委員は、会議に出席できない場合、代理者を出席させることができる。
- 3 座長は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴取できる。

(部会)

第5条 座長は、必要な事項を検討するため、部会を設置することができる。

- 2 部会は、座長が指名する者をもって構成する。
- 3 部会に部会長を置き、当該部会に属する委員のうちから座長がこれを指名する。
- 4 部会長は、部会を招集し、会務を総理する。
- 5 部会長に事故があるときは、あらかじめ当該部会に属する委員のうちから部会長が指名する委員がその職務を代理する。
- 6 部会長は、必要があると認めるときは、当該部会に属する委員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴取できる。

(開催方法)

第6条 会議は公開とする。

(議事録及び会議の資料)

第7条 会議ごとに議事録を作成することとする。

- 2 議事録は、公開とする。ただし、東京都情報公開条例第7条各号に掲げる非開示情報に該当する部分については、非公開とすることができる。
- 3 前項ただし書に基づく非公開は、その根拠を明らかにすることとする。
- 4 前2項の規定は、会議資料等について準用する。

(庶務)

第8条 会議の庶務は、東京都環境局資源循環推進部計画課において処理する。

(補則)

第9条 この要綱に定めるもののほか、会議の運営に関し必要な事項は、座長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成29年9月1日から施行する。

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
 外食部会 委員名簿

敬称略（五十音順）

氏名	所属（役職）
安東 迪子	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 事務局長
柿野 成美	公益財団法人 消費者教育支援センター 総括主任研究員
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 アカウントプランニング本部 副本部長
黒川 徹雄	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
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	公益社団法人 消費者関連専門家会議 事務局長
清水 俊樹	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 加食事業本部 商品オフィス室長
関口 努	一般社団法人 日本フードサービス協会 株式会社吉野家ホールディングス グループ管理本部 総務課長
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
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 CSVマネージャー
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
渡辺 達朗	専修大学 商学部長

平成 30 年度食品ロス削減キャンペーンの実施について

1 キャンペーンの実施趣旨

消費者が食品ロスのおかれた現状を理解し、削減に向けた行動へと誘導していくため、食料品小売や外食産業などと連携し、都民との接点になる店頭において食品ロス削減のキャンペーンを開催する。

キャンペーンの標語（案）

「もったいない食品ロス・削減キャンペーン」

2 キャンペーン概要

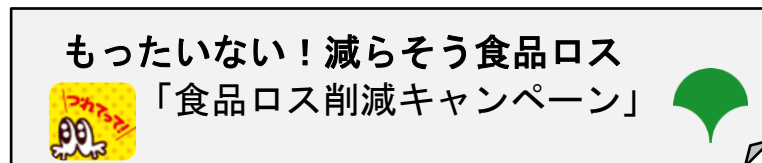
開催期間 平成 30 年 10 月 1 日～10 月 31 日までの 1 か月間

農林水産省の食品ロス削減の啓発月間とも連携

キャンペーン参加の方法

- ① 都が準備する食品ロス削減に関するシールを貼付して参加

シールのイメージ



原則として、座席又はレジ付近に貼付
消費者の目につく場所であれば、問題ありません。

⇒既に、国の啓発ポスター掲出を決定し、都のシールを貼付場所がない事業者様は、国の啓発ポスターの上に貼付ても構いません。

- ② 店頭イベントの実施

キャンペーン開催期間中の 3～5 日間、小売・外食の業態に応じて取組を大々的に展開するイベント実施店舗を募集し、集中的に取組を展開し、キャンペーンの啓発効果を増大

⇒食品ロスに資する取組であれば提案も含め今後実施店と相談

3 都の取組

都は、本キャンペーンの実施に際し次の取組を実施

○キャンペーンの告知（イベント協力店の告知含む）

○キャンペーン協力事業者の登録・公表

○登録協力事業者へのシール等の提供

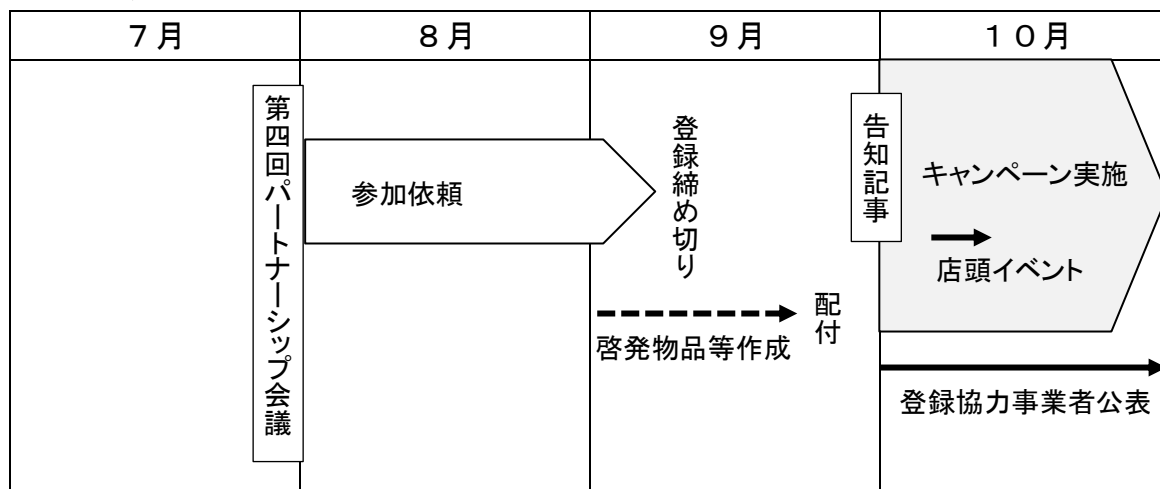
イベントに協力いただける店舗と協議のうえ、必要な支援を実施

4 キャンペーンの実施に向けたパートナーシップ会議委員の協力

パートナーシップ会議の委員は、キャンペーンの趣旨に賛同いただくとともに、キャンペーンの実施、又は効果的な展開に向け、積極的な協力・支援に努める。

⇒後日、個別に都が協力又は支援を依頼予定

5 スケジュール



食品ロス抑制にICTを用いた情報共有の実証事業【取組1】【取組5】

