

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。