

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

(第13回)

速記録

令和5年2月3日

東京都環境局資源循環推進部

(午後 1時1分 開会)

○渡辺座長 定刻となりましたので、ただいまから東京都食品ロス削減パートナーシップ会議第13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、事務局から報告をお願いします。

○荒井資源循環計画担当課長 資源循環計画担当課長の荒井でございます。本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

出席状況について御報告いたします。本会議における委員総数は20名で、16名の方に出席いただいております。

まずは委員の交代について御報告いたします。日本フードサービス協会からワタミ株式会社の福井委員に代わりまして、同社執行役員SDGs推進本部本部長、百瀬則子委員が後任となります。百瀬様、一言御挨拶をよろしくお願いいたします。

○百瀬委員 皆様、こんにちは。日本フードサービス協会から参りましたワタミ株式会社SDGs推進本部長の百瀬でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

私どもの企業は外食産業で居酒屋事業をやっております。食品ロスの多くがお客様の食べ残しなのではないかということが課題になっています。そして、この食品ロスを削減するために、私ども会員企業と一緒にフードバンクをお客様に提供したり、それでも残ってしまったものを食品リサイクルグループという形で、食品の資源循環に努めております。どうぞよろしくお願いいたします。

以上でございます。

○荒井資源循環計画担当課長 どうもありがとうございました。

また、都の幹部職員に人事異動がございました。資源循環推進部長の志村でございます。

○志村資源循環推進部長 志村でございます。皆様、よろしくお願いいたします。

○荒井資源循環計画担当課長 続きまして、資源循環計画担当部長の村上でございます。

○村上資源循環計画担当部長 資源循環計画担当部長の村上でございます。よろしくお願いいたします。今日はありがとうございます。

○荒井資源循環計画担当課長 また、私、資源循環計画担当課長の荒井でございます。

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。私はパートナーシップ会議の座長を務めております専修大学の渡辺達朗です。よろしくお願いいたします。

それでは、議事に入ります。

今回の会議は、2021年3月に策定した東京都食品ロス削減推進計画に基づく取組を進める上で、引き続き関係する各主体との連携が必要であるということから、パートナーシップ会議で情報交換や取組の進行管理などを図る、そういう目的のために実施するものです。東京都からは、食品ロスの発生状況や直近の取組の報告とともに、さらなる取組について議論をしていきたいというふうに思っております。それから、一部の委員から、現在の取組についての話題を提供していただく予定です。

まず、議題(1)ということで、「食品ロスの発生状況及び東京都の取組」について、事務局から説明をしてもらいます。よろしくお願いいたします。

○荒井資源循環計画担当課長 資源循環計画担当課長の荒井から説明させていただきます。

議題の「食品ロスの発生状況及び東京都の取組」につきまして、資料2で御説明いたします。

東京都の食品ロス発生状況でございますが、まず国内の食品ロスの量でございます。年間522万トン、2020年度推計値でございます。東京都におきましては2019年度推計44.5万トンで、過去最低になっております。

東京都の食品ロス削減対策の進捗状況等でございますが、2021年3月に東京都食品ロス削減推進計画を策定しました。2030年に食品ロスを2000年比で半減することを目標に設定を掲げております。

それに向けまして、2019年度の値は右下のほうを御覧いただければと思いますが、約41%の削減ということで、順調に進んでいるところでございます。

ただ一方で、内訳として家庭系ロスが2018年度から微増しているところです。外食につきましてはいろいろな施策もあって減少しているところでございます。

また、食品小売業からの食品ロスにつきましては、現在7.6トンから7.5トンということで横ばいの状況が進んでいるところでございます。本日は委員の皆様のご交代もございましたので、改めまして東京都の食品ロス削減推進計画の施策の全体内容について、簡単に説明を申し上げたいと思います。

まず左方の上のほうに書いております。こちら発生抑制を軸に置きつつ、家庭系・事業系削減に向けた取組を総合的に推進している計画でございます。特にボリュームゾーンでございます、事業系のロスの削減が、2000年度76万トンから2030年度に38万トンという、発生量半減の達成に向けたカギでございます。そういったところで、発生抑制をまず重点に置きつつ、様々な取組を展開しております。

こちら計画には、発生抑制、有効活用といったところを優先的に取り組みまして、その上で食品リサイクルと、優先順位を掲げているところでございます。

この発生抑制の右の中で、本日東京都のほうで紹介するところを赤字で書かせていただいておりますが、先進技術を活用した食品ロスの削減ということで、フードテックを活用した食のアップサイクル促進、こちら今年度実施している内容でございます。

また、フードサプライチェーンにおける取組の推進というところで、事業者の食品ロス削減の取組の情報発信というのでも取り組んでいるところです。

さらに、有効活用におきましては、防災備蓄食品の積極的な有効活用、またフードバンクの活用等の優良な取組の共有ということも努めているところでございます。

先ほど申し上げました先進技術を活用した食品ロスの削減の対策でございます。こちら都内におけます食品ロスの削減を実現するための新たな仕組みや体制構築、そういったことにつながる先進的な事業で、新たなビジネスモデルを検証し、効果も期待できる事業を公募しております。都と連携した事業を実施しています。

過年度まで、これまで、「ICT活用」「食品のロングライフ化」「フードテックを活用したアップサイクル」などのテーマを実施しております。今年度につきましては、フードテックを活用したアップサイクルの事業というテーマを掲げて事業を進めているところでございます。

この下のほうが先進技術を活用したスケジュールでございます。現在もアップサイク

ルの実証事業ということで、実際の採択、本日これから説明申し上げますが、この事業を進めているところでございます。

次のページにいきます。こちらがアップサイクルの現在の促進事業のところでございます。フードテックを活用し、新たな付加価値を生み出し製品のアップサイクルをする、そういった実証事業を進めているところでございます。

まず1点目としましては、クラフトビールの技術を活かしたアップサイクルという形で、都内で廃棄間近のパンや賞味期限が近い災害備蓄食品、乾パンとかアルファ化米とかといった、そういったものをクラフトビールにアップサイクルして、醸造、販売することで食品ロスの削減を進めていく、そういった事業でございます。2点目は、企業と食品工場をマッチングし、アップサイクル食品の商品開発や食材の調達など、食品の製造工場、販売先の確保やブランディングまで一気通貫して、食のアップサイクルビジネスモデルを構築するという事業でございます。

次に、東京都が委託事業を進めます、ベストプラクティス展開事業でございます。小売、外食の現場等で発生する食品ロスの課題を洗い出し、オンサイトで解決策を実施するとともに対応策を標準化して、その取組や成果をセミナー、冊子などで発信して、横展開を図る事業でございます。

改善の方法ですが、ステップ1で問題の明確化、現状把握、現場で出ている現状のロスから目標設定を行い、問題点を洗い出します。ステップ2では要因分析と対策立案、対策実施という形で様々な角度から真因を追求し計画と役割を決めていきます。対策を実施したら次に効果を測定いたします。定量・定性的な効果と付随効果を確認して、継続した食品ロス削減の効果を生み出すように標準化を進めるものです。

次に、東京都が行っています防災備蓄食品の有効活用、未利用食品マッチングシステムの運用でございます。こちら令和2年度からスタートしまして、令和3年度、令和4年度にかけてマッチング件数が増えております。寄贈元、寄贈先とユーザー数も増え、食品の有効活用を図っているところでございます。

次に、これは今年度からの取組ですが、東京都、フードドライブに取り組んでまいりました。都の施設のイベントや、そういった機会を捉えまして、寄附窓口を設置し、自治体、企業、メディアを通したフードドライブ活動というのを普及啓発していたところでございます。また、実際に寄附された食品についてフードバンクに寄贈する、そういった取組でございます。

実施した場所につきましては、10月下旬の東京味わいフェスタでは、東京駅の近く、丸の内行幸通りでブースを設置しました。また、東京食育フェア、こちら代々木公園のほうで、同じようにブースを設置しました。

さらに、12月の上旬には東京ビッグサイトで開催されたエコプロ2022にもブースを設置しました。これは環境に関する官庁や自治体、企業、業界団体が一同に介する日本最大の環境展示会です。ここで東京フードドライブと銘を打ちまして、実際に食品を集めた活動をしていることを普及啓発したところでございます。こういった区市町村や企業と連携して食品を回収し、パネル展示、チラシ配布等々を行いました。次のページが実際のブースの写真でございます。

最後に今年度からの取組として、プラスチックの有効利用と食品ロス削減を進めるた

め、東京サーキュラーエコノミー推進センターの取組を紹介いたします。これは東京都環境公社内に4月に設置し、食品ロス、プラスチックなどの相談をワンストップで受け付けるとともに、具体的な方策や手段等の情報発信する拠点を整備したところがございます。以上、前半になりますが、私からの説明はこれで終わります。

- 渡辺座長 ありがとうございます。今の説明についてのご質問やご意見など、おありかと思いますが、この後、四つの事例を紹介していただいた後、まとめて時間を取ることになっていますので、先に事例の説明を進めさせていただきます。

では、最初の議題1の後半について説明をお願いいたします。

- 荒井資源循環計画担当課長 議題1の後半では、四つの事業について、実際に事業を行いました各会社様より御説明をさせていただきます。

まず、今年度フードテックを活用した食のアップサイクル促進事業について、一つ目の「クラフトビールを活かしたアップサイクル事業」について、株式会社Beer the First 坂本様よりご説明いただきます。

- Beer the First 坂本様 よろしく申し上げます。私たちBeer the Firstと申しまして、廃棄間近な食材をクラフトビールにアップサイクルをしております。主に事業系の食品ロスを扱っております、事業系の食品ロスに関して共通点があると思っております。一番左側が食品の製造業、メーカーさんですけれども、赤枠で囲っているところに関しましては、売上高ランキングのトップ10になりますが、その中でも赤枠が糖や炭水化物を扱っている企業になっていまして、中心は、小売業さんの商品カテゴリー別のロス率ですが、赤枠で囲ってあるのが総菜になっていまして、御飯だったり総菜系になっております。外食産業に関しましても、こちら売上トップ10になりますが、全てのメーカー、会社さんが炭水化物を扱っているというところから、でんぷんや糖を含む食材、炭水化物等が大きなウエイトを占めているんじゃないかと思っております。

実際にどういうふうにアップサイクルしていくかという、今までは廃棄間近のフルーツをビールと割ってフルーツビールという形で提供していたところが多かったですけれども、今回私たちは原料の部分から炭水化物を扱うことでアルコールと炭酸を生成できるやり方で、アップサイクルをしました。

商品が完成するまでのプロセスですが、こちらはパンのビールを作ったときの写真になります。副原料を調達して、仕込み、熟成というところで液体が完成するまでが約4週間になっておりまして、そこからラベルを貼って充填して納品するという形で、約6週間、1か月半ぐらいで商品が出来上がってくる形になっております。

実際に商品を作りました。一つ目ですが、こちらは横浜高島屋さんのベーカリースクエアという神奈川県のあるパン屋さんを40店舗分集め、パンを販売する売り場があるのですが、そこで出てしまう廃棄間近のパンを活用したクラフトビールです。麦芽の20%をパンで代用して、賞味期限を約8か月にさらにロングライフ化させた商品になっております。こちらは廃棄間近のパンを約20キロ使って、3種のビールを作りました。

もう一つの商品の実績ですが、災害備蓄品を使ったビールです。こちらはそれぞれ、アルファ米と乾パンを使いました。アルファ米に関しましては、都庁さんで備蓄している商品も使わせていただいて、商品化を進めました。約30キロのアップサイクルがで

きました。

続いて、こちらは廃棄間近の麺です。製麺所でどうしても最初のほうに製麺する部分は長さが違ってきてしまうので、毎回廃棄してしまうのですが、それを活用して麺からビールを作らせていただきました。こちらはクラウドファンディングもさせていただきまして、目標費に対して209%で着地をしてアップサイクルの量も15キロ、フードロスを削減した形になっております。

もう一つICS-netさんと一緒に取り組んでおります長野のお土産屋さんのロスになってしまうウエハースを使ったビールになります。こちらでも麦芽比率の10%をウエハースで代用して、商品化に進みました。

こちら参考ですが、今クラフトビール市場はすごく伸びておりまして、こちらの青い線は大手のビールで、赤線がクラフトビールの図ですが、出荷量でいうと大手は減ってきているもののクラフトビールはすごく伸びているような形になっております。

このクラフトビールにアップサイクルを持ち込むことで、僕たちは三つの効果が得られると思っております。一つ目が、フードロスの削減に直接アプローチできますよということと、二つ目は本来、焼却してしまうものを燃やさなくて済むというところでCO₂の排出量削減にも間接的にアプローチできるということ、三つ目は廃棄で出てしまう食べ物は家庭ごみとは違って、回収業者さんに回収してもらって廃棄をする形になるので、実はお金をかけて捨てているところをカットして、新しい商品価値をつくることのできるのです。飲食店さん、小売店さんの経営改善にもアプローチできることです。さらにビールは原価がいろいろ高騰している中、アップサイクルを行うことで原料の代替えという役割を果たすこともできる形になっております。

クラフトビールを活かしたアップサイクル事業の影響度というところで、今回、僕たちは約75キロの廃棄間近な食材をクラフトビールにアップサイクルしました。こちらは下のほうは今後僕たち工場を構えたいと思っておりますので、もし仮に構えた場合に関しては、年間約2.8トン削減できるのではないかとということ、僕たちの活動が東京都のブルワリーに広がり、みんなが同じやり方をしていくと、大体158トン減っていきますということ、全国的に行った場合は1,583トン、フードロスを削減することのできるのではないかとと思っております。今回の僕たちの事業として、より多くのブルワリーさんにこういうやり方があるよとお伝えしていくことができたらいいなと思っております。

○荒井資源循環計画担当課長 坂本様、どうもありがとうございました。

続きまして、「食品原料のロス削減を目的とした食品企業と食品工場のマッチングによる食品アップサイクルについて」について、ICS-net株式会社の森田様より説明をお願いいたします。

○ICS-net 森田様 よろしくお願いたします。御紹介いただきましたICS-netの森田と申します。それでは、食品原料のロス削減を目的とした食品企業と食品工場のマッチングによる食品アップサイクルについて、説明させていただきます。

まず初めに、弊社は事業者間の食品のマッチングを行うプラットフォームを運営しております。そのほかに東京都さんをはじめ官公庁の皆さんとこういった食ロスの啓発活動を進めさせていただいております。

具体的に我々はスタート時には食品原料と食品製造業のマッチングを行っておりまして、事業系の食品ロスの削減を進めさせていただいております。

本事業ではアップサイクル事業としまして、商品企画から、アップサイクル用の未利用品などの食材の調達、そして、マッチングによって作りたい側と作れる工場をマッチングさせていただいて、最終的に商品を販売まで結びつかせるように仕組みを整える取組を行いました。

その中でも、実際にアップサイクル特集としまして、規格外商品等の原料を写真とともにプラットフォーム上で公開をしております。今までアナログで見えなかったものをデジタル化して、しっかり見える化をしていこうという主旨です。その中でマッチングを促進して、アップサイクルにつなげていくという取組になっております。

今回スタートさせていただいているものを紹介します。実際に作りたいユーザー側と作れる工場側のマッチングをさせていただいております。操作画面としましてはこのようになっております。プラットフォーム名はシェアシマOEMという名称になりまして、作りたい側の企業さんがこういった形で工場を探していただきます。そして工場側は資料請求していただいて、実際に工場の商品等をデータに乗せていただくという形になっています。こういった工場を検索していただくと、工場で作れる商品が見える化させていただいておりますので、視覚的に分かりやすく提供させていただいております。

その中で実際に利用したい、この工場に依頼したいということになれば、今は見えない状態になっていますが、こういう形で会員登録から実際に商品のお問合せまでさせていただくような形のプラットフォームを運営させていただいております。

前に戻ります。このマッチングを行って、実際に商品を販売までつなげていくということで、今回は余剰食材として、鶏肉のレバーを缶詰にしまして計6商品、ウエハースはビールとして2商品を展開させていただきまして、2月20日に販売を開始させていただきます。

こういった形で一気に通貫型のシステムを進め、食ロスの効果を発揮したいなと思っております。

そのためにも今会員数が約2,500になるのですけれども、マッチングを促進するためにはですね、会員数をまず増やすこと。あとは先ほどの未利用品等のデータをお見せしましたが、そのデータをしっかり増やしていくことによって、マッチングが行われていくという流れになっていますので、会員数を増加させて、工場側の商品だったり、工場側のできる商品のデータをしっかり提供させていただいて、マッチングを進めて、より食ロスの効果が発揮できるように進めたいと思っております。

○荒井資源循環計画担当課長 森田様、御説明ありがとうございました。

続きまして、都内でフードドライブ事業を展開しております「ファミマフードドライブ」の取組について、今年度、東京都とワイドコラボ協定を締結したファミリーマート株式会社の大澤様より御説明お願いいたします。

○ファミリーマート 大澤様 株式会社ファミリーマートの大澤です。弊社はファミマフードドライブと称しまして、2021年からこのフードドライブを始めさせていただいております。

ちょっと前段に、少し話が長くなってしまって恐縮ですけれども、どうしてフードド

ライブを始めたかという経緯ですけれども、このフードドライブを始める前に、弊社はお子様向けの取組というものを様々やらせていただいております。その中で、写真でいきますと左側にごございますファミマこども食堂という取組を実際に店舗に、イートインというお食事をしていただくコーナーがございますので、このイートインのコーナーを使った子ども食堂という活動を続けてきたのですけれども、御存じのとおり、コロナウイルスの感染拡大ということで、このイートインコーナーを使った子ども食堂ができなくなってしまいました。あわせて、世の中でも広く活動されているNPOさんがやっていらっしゃるような一般の子ども食堂も、同じように影響を受けているということで、何かしら我々も子ども食堂の中間ということで、お助けできること、何か支援できることはないかということで考えて始めたという経緯があります。

我々ファミリーマートという名前のおり地域のお客様、住民の皆様を家族というふうに考えて、何とか社会課題の解決につながるようなことをしたいということで、始めさせていただきました。

非常に我々の取組はアナログな部分がございます、テクノロジーというところではないのですけれども、特徴としましては、御存じの方もいらっしゃるかと思いますが、コンビニエンスストアの事業というものは基本的にはフランチャイズの加盟店様がほとんどでございます。言い方に少し語弊があるかもしれませんが、ファミリーマートという看板は同じでも、店舗を運営していただいている経営者の方、加盟者の方というのは実は店舗ごとにそれぞれいらっしゃいます。中小の小売店の集合体というふうにお考えいただければよろしいかと思いますが、そういう意味では、ファミリーマートという看板はついてはいますが、実は地域に根差した非常に小さな商売をさせていただいているということがございます。地域密着、地域に貢献したいという思いを持った加盟者の皆様、経営者の皆様、非常に多くいらっしゃいます。その一方で、やはりコロナということで、困っていらっしゃる方もその地域の中にいるということで、思いを持った加盟店さんがこのフードドライブに協力をしてくださっているということでございます。

ただ、一方で、やはりコンビニもそんなに豊富に人手はおりませんので、人手不足の中でどのように、このフードドライブを成り立たせるかというところで、御協力をいただいたのが、こちらに書いてあります協力パートナーと私たち呼ばせていただいておりますけれども、その地域で活動されているNPOさんで、ここの中には子ども食堂を実際にやっていらっしゃるNPOさんもいらっしゃいますし、フードパントリーをやっていらっしゃるような肉屋さんもいらっしゃいますし、ほかにも社会福祉協議会様ですか、自治体様、こういったところに協力パートナーさんという形で入っていただいて、弊社の店頭でフードドライブの寄附を入れていただく箱が設置されているのですけれども、その箱に入った寄附された食品を回収をしていただく役割がございます。この役割をこの協力パートナーの皆様をお願いをさせていただくということで始めさせていただいたところ、開始から今、約2年というところなのですけれども、全国でこのフードドライブ実施店舗が2,000店舗、今ございます。協力をしていただいているパートナー様、大体310ほどのパートナー様に御協力をいただいている状況です。

加盟店さんの協力と、このパートナー様の協力、どちらもないと、これは成立しない

という意味で、我々はこれをマッチングと言わせていただいているのですけれども、全国で2,000店舗、310団体ほどとマッチングをさせていただきまして、直近の数字が今ちょうど集計中なのですけれども、少し古いですが、半年前までの段階ですと50トンほど、食品の寄附を頂戴したという実績がございます。

こちらは、受付をさせていただく食品のルートということで、この辺りは本当にいろんなフードドライブを参考にさせていただいて、勉強させていただいた部分ということでございます。

先ほど申し上げましたとおり、この仕組みは非常にシンプルなのですけれども、協力パートナーさんの御協力がないと設置しないということで、始めるに当たっては、パートナー様への御説明ですとか、あるいは御質問等には、丁寧にお答えをさせていただいたということがございます。

そして本当にありがたいことに、先ほど東京都様からも御紹介いただいたとおり、各種のイベントにお招きいただいて、出張でフードドライブをやらせていただくという機会も今増えています。非常にB to Cのビジネスということで、お客様と近いということと、コンビニエンスストアということで非常にたくさん身近な、生活圏内に拠点がある、お店がある、しかも長時間営業させていただいているということで、なかなかほかのフードドライブではやりにくいことを、気軽なコンビニエンスストアで御参加いただけるというメリットを生かして、今後もこのフードドライブの取組は強化をしてまいりたいと思っております。

東京都内でも非常に多くの店舗が今このフードドライブに参加をしてくれておりますけれども、まだまだたくさんのお店とパートナー様に御参加いただきたいと思っておりますので、その辺り、ぜひ今後ともワイドラボ協定という御縁を生かして、お客様と御一緒に取り組んでいければと思っております。

非常に簡単で申し訳ありませんけれども、弊社からの紹介とさせていただきます。

○荒井資源循環計画担当課長 大澤様、どうもありがとうございました。ファミリーマー
トの大澤様につきましては、業務の都合により途中退席されますので、御了解いただければと思います。それでは最後に、「食品ロス0ベストプラクティス展開事業」について、株式会社エスアイ総合研究所の吉田様より御説明いただきます。

○エスアイ総合研究所 吉田様 ただいま御紹介にあずかりました本事業受託会社の株式会社エスアイ総合研究所、副主任研究員の吉田と申します。私からは令和4年度食品ロス0ベストプラクティス展開事業について御報告いたします。

本事業では事業系における食品ロス削減に向けたベストプラクティスの構築と、その発信による横展開を狙って実施しており、昨年度は小売業の分野で事業を実施いたしました。今年度は外食分野において実施しております。昨年末からモデル事業者の支援による食品ロス削減対策の取組モデルの蓄積、ベストプラクティスの構築を開始し、取り組んでいるところでございます。調査実施体制を整え、現在はモデル事業者の選定をしながら協力の得られる店舗から順次訪問、電話指導を行い、ベストプラクティス構築に向けた取組を進めております。

2月上旬から横展開の取組を併せて開始いたしまして、現場における食品ロス削減事例紹介セミナーの開催と、現場における食品ロス削減事例についての小冊子の作成を並

行して準備を開始しているところでございます。いずれも、3月の下旬頃までには実施を完了し、3月中旬までに報告書を取りまとめ、事業を完了させることを予定しております。

取組モデルの蓄積・ベストプラクティスの構築に関しまして、現在までにモデル事業者の1件について調査を実施しておりますので、御紹介させていただきます。

モデル事業者として選定したのは、はなの舞、下赤坂店です。当該モデル事業者は板橋区にあるフランチャイズの居酒屋で、宴会などで利用され、刺身、やきとりなどを提供しております。ヒアリング調査の結果、店舗側の発注と消費者の注文のミスマッチから食材が余るということを確認いたしました。そこで、食品ロス対策の取組として、余ってしまった食材を有効活用し、お通しとして活用する取組を実施いたしました。

1月17日から23日の一週間で、余り食材から何皿のお通しを調理できるかを数えた結果、56皿のお通しを調理することができ、野菜類を中心に計5.6キログラムのロス削減効果がありました。店舗側のメリットとしては、少しの工夫で食品ロスが発生しないことに加え、料理人が個性を発揮できることを楽しんで調理ができるといった声がございました。また、消費者のメリットとしては、「毎回違うお通しが出てくるので飽きない」といった声がございました。

本事業につきましては、3月中旬の事業完了を目指し、引き続き取組モデルの蓄積・ベストプラクティスの構築共に横展開の取組を進めてまいります。

○荒井資源循環計画担当課長 吉田様、どうもありがとうございました。

我々からの説明は以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。議題（1）ということで、東京都の食品ロスの発生状況についての説明と東京都の取組ということで、今年度取り組んだ事例を四つ、報告をいただきました。ここから若干時間を取って皆様からの御質問、御意見を伺いたいのですけれども、いかがですか。

○大石委員 ありがとうございます。どなたも発言がないようなので、すみません。僭越ながら発言させていただきます。

最初に東京都から御説明がありました今年度の食品ロスの状況についてです。残念ながら家庭からの排出は微増してしまったというお話でした。今日は事業者さんからの創意工夫された取組が中心ということなので、少し外れるかもしれませんが発言いたします。現在、食料などが大変値上がりしている状況ですので、もちろん事業者さんも同様だと思いますが、一般家庭の消費者としても、やはりできるだけ無駄を省いて節約したいという気持ちは昨年以來どんどんと高まっているのではないかと思います。

そういう意味で、ぜひこのような消費者のマインドをうまくつかんで、家計が助かるだけではなく、さらにCO₂の削減、温暖化防止にもつながり、社会貢献にもなるということで、工夫できる例などを、ぜひ多くの都民、消費者に伝えていくということが必要かと思われましたので、一言発言させていただきました。

○渡辺座長 ありがとうございます。事務局から説明がありますか。

○荒井資源循環計画担当課長 大石委員、御意見、アドバイスありがとうございます。冒頭申し上げましたとおり、都内の食品ロス削減状況の推移は、2018年度と2019年度を比べまして家庭部門で少し増加しているところです。2019年度は御承知のとおり、ま

だコロナの影響がそれほどなかったはずだと思いますので、今後、2020年度に向けて、推計する際に、その推移等を見極めながら、当然、普及啓発についてはより一層進めつつ、実際にどういった形で増えていったかというところを分析して、しっかりした対策を検討していきたいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。コロナ禍での発生の状況というところもありますので、それ以降、どうなったのかというのを、データをしっかり取りながら研究するということだと思います。

○高取委員 高取でございます。先ほどの大石委員の御意見に近いところで発言をさせていただきます。やはり家庭系の食品ロスが増加、そもそもボリューム自体も、構成比も高いというところで、私ども企業のほうも取組を強めてきております。

弊社の例を御紹介させていただきますと、やはり家庭の中で、どうしても食材によっては余りがちな食材というのもあると思いますし、家庭で作り過ぎてしまった料理というのもあると思います。あとは皮や茎とか、どうしてもおいしくないと思われて、廃棄してしまうとか、そういうパターンも家庭の中での廃棄というのはあるかと思えます。そういったものを使いこなして廃棄を少なくするレシピを、弊社の味の素パークというサイトで御紹介をしてくれております。ロゴも「捨てたもんじゃない! TOO GOOD TO WASTE」とおいて啓発を進めていっているところでございますが、ぜひ、東京都でも、そういった食材や料理の廃棄、ロス削減に向けても、活動を推進し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。事務局からよろしいですか。

○荒井資源循環計画担当課長 高取委員、ありがとうございます。そういった企業の皆様の取組についても、毎年、削減事例集ということで取りまとめて公表しておりますので、ぜひそういったよい事例を都民の皆様に御紹介させていただきたいと思えます。

○渡辺座長 ありがとうございます。ほかいかがですか。よろしいですか。

ここはこういう報告だということで、家庭系の数字についてはかなり注目されているのだなというのを改めて感じましたので、これが事業系から家庭系に寄っていただけなのか、それとも家庭系の問題として考えないといけないことというのは当然あるわけで、そんなことを引き続き検討していくということだと思います。

では、よろしいでしょうか。引き続きまして、議題2ということで、「委員からの情報提供」ということです。3名の発表があります。イオン様、ローソン様、それから僭越ですけれども、私からということで、順番に発表をしていただきます。

では、イオン鈴木委員から御説明をお願いいたします。

○鈴木委員 イオンの鈴木でございます。私のほうからは、食品ロス削減の中で、発生抑制に努めるという観点の中で、我々、今店頭で各社小売が、値引きをするわけですけれども、そのいかに効率的な値引きによって最終的なロスのゼロと、経営的に見て適切な価格で売り切ると、そういったことを追求すべきというところの観点から、今イオンが導入している、A I 価格というものについて御紹介をさせていただきます。

こちらの上を書いてあるとおり、今回のこのA I 価格というものは、IBMさんと一緒に、ソフトの開発に着手し、自動的に、これまでどうしてもある一定の時間に何%を貼っていくという作業的な部分、もしくは、そこにある在庫を数えながらカウントして、

何%ということをやっていくわけですが、そういった人的なスキルに頼る部分から、AIが、例えばこの後どれぐらいの客数が来て、どういう天候の中でどれだけ売れるのかと、そういった過去の販売実績や、この環境状況を学習しながら、自動的にこの商品の割引の段階で適切な価格を提示していきます。その出てきたシールの値引きを貼っていく、こういうことに変えていくということによってやっております。

対象商品については、ここにあるとおり、お弁当やお総菜等の、いわゆるデリカという商品と、パンやデザートを中心としたデイリーをやりながら、イオンリテールという、いわゆるGMS（General Merchandise Store）と言われている業態の、全店でこの運用を進めております。

今申し上げたようなところが、このAI価格の仕組みということになりますけれども、これまで経験とか勘も含めた従業員のスキルによって割引していたもの、もしくは一律に割引をされていて、結果として、もしかすると、そこまで下げなくてもよかったもの、そういったものに対しても、今適切な価格で提供できるようになって、無駄な値引きロスが減っております。

この値引きによる効果を、公表できる範囲でのお話になりますけれども、2020年から導入をして2021年の数値が実際どうだったかというところ、売価変更率、廃棄率共に約1割強の改善効果が見られたということがあります。

加えて、適量製造ということで、大きく割引率が提示されるものというのは、そもそも作り過ぎだということもあって、製造過多の自覚を調理部門等に促して、適量製造につなげていくこともやっております。

そして、割引業務の作業自体の軽減ということで、小売からすると、非常に多くの人数を投入して値引きという作業をやっている中で、ここを下げっていくということは非常に経営的にもメリットがあることで、時間の削減でも効果が出ています。具体的な定量的な数字については、今は取りまとめている最中になりますので、以上、イオンとして今進めている状況について御報告いたしました。

○渡辺座長 ありがとうございます。

続いて、ローソン有元委員から説明をお願いいたします。

○有元委員 ローソンの有元と申します。本日は協会の取組ではなくて、弊社がやっている内容について、簡単に2点、共有をさせていただきます。

ちなみに、これグリーンローソンということで、グリーンではないのでイメージが違ってもいいのですが、取り組んでいる内容になります。

一つ目です、販売期限切れ商品の再販になります。昨年の12月から、弊社の芝浦にある店舗、ナチュラルローソンになります。販売期限切れになったデザート10品について、大幅な値引きで販売する実証実験を始めております。ここで言う販売期限というのは、お客様が御購入された後に食べたり飲んだりする時間を想定して、賞味期限や消費期限よりも、手前に設定した期限のことを指しております。したがって、通常、店舗においては、まだおいしく食べられる状態にあるにもかかわらず、この販売期限の時点で売場から撤去し、破棄しているというような状況です。

この取組の中でお客様が商品を手にするまでのフローといたしましては、まずはクックパッド、このアプリから御注文、決済いただき、その後、店舗にある専用の冷蔵庫か

らQRコードを使って商品を取り出すといった流れになります。お客様には事前にアプリ内で、この取組の趣旨、これに同意していただいた上でお買上げいただいております。これ正直、通常の売場でやってしまうと、かなりクレームもあると認識をしています。ここが結構課題だと思っております。したがって、このようなアプリを使っているといった側面もあります。こちらがロスから再販への取組となります。

そして2点目が、寄贈の取組となります。こちらは今年の1月から品川区と連携している内容となります。対象としている商品については、カウンターで販売しているファーストフードになります。具体的には、からあげクンや、あるいはフライドチキン、そしてコロッケやメンチといったものになります。先ほどの取組と同様に、販売期限が切れたものですね。これを液体の急速冷凍機で冷凍し、週に1回、品川区の子ども食堂、子どもゆめ食堂「だんらん」さんに寄贈しているという内容です。お子さんたちには、加熱調理した上で提供されているという状況です。

以上2点が食品ロスと貧困の課題解決に向けて直近で活動している内容となります。

簡単ですが、私からは以上となります。

○渡辺座長 ありがとうございます。

最後に私から大学提案ということで、取り組む事業について御紹介させていただきます。この大学提案というのは東京都が毎年数件、東京都の施策に関わる大学からの提案を受けて、それに対して、比較的まとまった金額の事業費を提供してくれるという制度で、今回右側にありますように事業期間3年間という形で、私ども専修大学からの提案ということで、採択をしていただきました。

未来を担う子どもたちへの食品寄贈というテーマです。環境局を事務局に、都側の事務局として担当していただくことになりましたので、このパートナーシップ会議においても、この事業の進捗などについて並行して御報告したり、いろんなアドバイスをいただいたりできればと考えています。

この、もともとの問題意識なのですが、都道府県の中には自治体単位、都道府県単位で子ども食堂フードバンクであるとか、子ども食堂に対する食品寄贈のネットワークを既に持っているような都道府県もあるわけですが、東京都の場合、都が非常に大きいということもありますし、区市町村に分かれて、様々な取組、仕組みができているところ、できていないところというふうにはばらばらありますので、それをできるだけまとめて全体として提供できるような仕組みをつくるような方向を目指せないかということで、この間、様々なところで議論をしてきたものを提案という形で出したところ、採択いただいたというものです。

この真ん中にありますけれども、未来を担う子どもたちへの食品寄贈との仕組みを構築するというのが狙いで、まずはその下側にフードバンク等、子ども食堂にアンケート、ヒアリングを実施するのと、専門家派遣による物流、物をどう動かすかということが非常にネックになりますので、そのネットワークをどうつくるかを検討するというのを、二つの大きな柱として来年度考えています。

その中で、下に行きますけれども、食品寄贈に関するガイドラインを今まで私ども検討してきたものをさらにブラッシュアップして、ガイドラインをつくっていきます。安全に寄贈できるような、寄贈する側が安心して寄贈ができる、提供を受ける側も安心し

て提供を受けられると、そういうガイドラインをつくるということと、それと裏腹の関係にあると思うのですけれども、食品寄贈に関してどこであれば、どこのフードバンク、子ども食堂などの福祉団体であれば安心して提供ができるのかという、それぞれの状況を主張させた上で、ここの子ども食堂であれば、こういう形で食品の寄贈を受けている、あるいは食品の保管をしっかりとやっているよということが、認証するというところまでいけるかどうか分かりませんが、実態を見える化して安心して提供できるような仕組みをつくっていくという、その二本柱です。そのための食品の企業の側の寄贈に関する機運を醸成するのと、自治体、子供、福祉関係者、あるいは消費者の理解を促進していくというのが全体像です。

次のページを見ていただくと、事業内容と同じようなことが書いてありますので、ここは御覧いただければと思います。

次のページで来年度の事業ということで、専修大学、私の研究室と食品産業関係者、行政専門家とのネットワークを有するサステナブルフードチェーン協議会（SFA）とが連携して事業を実施していきます。まずはアンケートであるとかヒアリングをフードバンク、子ども食堂等にかけていくということと、並行して3の食品寄贈に関するガイドラインの策定ということで、こんなことを考えていますということはパートナーシップ会議の皆様にもぜひ御意見いただきたいと考えていますので、何らかの形でこの会議の、特にサプライチェーンに関わる企業様と連携、意見交換できるような仕組みを環境局の担当の皆さんと協議しながら進めていければと考えています。

次のページを見ていただくと、先ほど紹介、言及しましたサステナブルフードチェーン協議会というのが一般社団法人の組織として、ここが連携する対象になっていますということです。最後のページを見ていただくと、どんなメンバーが参加しているかということで、書かれています。ぜひ、こういったところで事業を進めてまいりますので、皆さんとコミュニケーションしながら、いいものができればなというふうに考えています。私からは以上です。

それでは、ここまでの事例の紹介について、議論の時間を取りたいと思います。御意見、御質問のある方、いらっしゃいますでしょうか。

なかなか、こういう事業をやっていますということに対しての質問というのも難しいところもあるかもしれないけど、冒頭の東京都からの説明も含めて、ここまで通して何か御意見、御質問ありましたらお願いします。

○山田委員 質問よろしいでしょうか。

○渡辺座長 山田委員、お願いします。

○山田委員 貴重な発表ありがとうございます。イオン様、ローソン様、それぞれの発表は大変、非常に先進的な事例で参考になるのですけれども、一方でサステナブルという点から見ると、非常にやっていることに対するコストがものすごくかかっているんじゃないかと思うのですが、例えば継続的な事業ですとか、仕組み化するというところについてはどのようにお考えなのか、差し支えない範囲でお聞かせいただくと助かります。

○渡辺座長 ありがとうございます。非常に重要な御質問かと思います。イオン様、ローソン様ということで、順番で鈴木委員からお願いしてもいいですか。

○鈴木委員 御質問ありがとうございます。イオンの鈴木です。

当然ですね、経済合理性の観点というのは非常に重要だというふうに考えておりました、今、先ほど申し上げたとおりですね、私ども今デリカとデイリーというふうに対象の拡大をしてきています。それは、やはり先ほど申し上げたとおり売価変更率、廃棄率共に、1割強の改善ということで、最終的にこの廃棄率がなくなれば、利益が残っていくという、そこも含めてのトータルで考えたときにメリットであると今は想定しております。ですので、具体的なコスト感について、なかなかお伝えするのは難しいのですが、効果が大きいですし、取扱いの対象についてはこれからも広げていくと今踏んでおります。

○渡辺座長 ありがとうございます。有元委員、お願いいたします。

○有元委員 二つ事例を御紹介させていただいたと思うのですが、基本的には商品廃棄するのにも結構コストがかかります。したがって、そのコストの見合いの中で、極端な話、寄贈してしまったほうがいいのではないかとといったところを、きちんと算出して対応しています。ただ、それだと、当然企業の成長や、プラスで浮いたものをさらに社会貢献などに使えるといったところの視点で考えると、足りないと考えていますので、先ほどお話ししたように、再販することで、少しでもそれを底上げして、さらなる事業や、そういったところに拡大していきたいというところですよ。

○渡辺座長 ありがとうございます。どちらもコストとの見合いで、こういった仕組みを入れることによって、どれだけコスト的にも節約できるかということと、対外的な効果等をお考えだということだと思います。

○渡辺座長 山田委員、よろしいですか。

○山田委員 ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。田中委員、お願いします。

○田中委員 皆さん、大変貴重な情報を、どうもありがとうございます。

ダイナミックプライシングの導入や、いろいろなハイテクノロジーがこの食品ロス削減の世界にも入ってきているのだなというようなことを非常に強く感じて、頼もしく思いました。

一方で、サプライチェーンマネジメント、あるいはデマンドチェーンマネジメント、そういうのを考えますと、受け取りになられる消費者の人たちの動きというものも、一般の通常の世界というか、経済の世界では、当然にコスト分析とか、そういった形で行われていくわけなのですが、子ども食堂で提供される食事や、あるいはフードバンクで提供される、本来であれば捨てられたかもしれないものが救済されたということで、今この時点で非常に価値がある、社会的な価値のある行動ができているなというふうに思うのですが、一方でバランスのいい栄養が取れているのかどうか、あるいは、血糖値をコントロールしなければいけない人が、残念ながらそういう炭水化物の多いもの、あるいは糖類の多いものを引き続き食べざるを得ない環境にいるのか。あるいは、血圧を下げなきゃいけない人が、節塩ではない非常に高い塩分濃度が含まれている食品を食べざるを得ないとか、生活習慣病の観点であったり、持病の観点であったり、そういった人たちがある程度自分が食べるものを、お金がないという理由だけで、本来お金があれば食べないよなと思うようなものも食べざるを得ないようなケースも、もしかしたらあ

るのかもしれない、受け取ってお召し上がりになられた方々が、本来こういうのもあったら助かるのですが、フードバンクやそういった子ども食堂などの実際に消費されている人たちの分析というのは、まだまだ何も行われていない状態だと思うのですが、未来のほうを見ていくと、いつの日か食品ロス削減という大きなテーマと、生活困窮者の人たちの健康を維持するための栄養バランスの取れた食事の提供、その媒介というか、ここのエリアではこういうものが足りなくて困っているのだから、そういう塩分の少ないものを優先的に回していこうとか、あるいは血糖値を下げたい人たちがこのエリアにはいらっしゃるの、その人たちにはこういうものを送りましょうとか、今は食べられればよいという状態かもしれないのですが、そこに栄養という新しい価値観も、この先入れていかれたらいいのではなかろうかと思えます。東京都の将来的な政策を立案するに当たって、そういった観点も入れ込んでいただけると、私たち一般国民としてはありがたいと思ったので、意見としてコメントさせていただきます。

○渡辺座長 ありがとうございます。お願いします。

○有元委員 子ども食堂さんやフードバンクにお話しさせていただくと、正直食べられるものだったら何でも欲しいと、本当に困窮な状態です。

我々としては、当然弊社で扱っている商品をより健康的にしていくというのは、これはもう当然やらなくてはいけないというのが1点ですね。

あわせて、先ほどアドバイスなどいただきましたが、やはり今フードバンクや子ども食堂というのは、かなり零細でやられているところも、小さくやられているところが多いので、そういったところが、例えば冷蔵施設がきちんとあるか、保管するところがあるのか。ちゃんとした状態で食べられて、調理できているのかというものが、可視化されていないのですよね。

したがって、こういったものを、まさに先ほど渡辺座長がお話しいただいたように、可視化して、そこをテクノロジーで結びつけて、欲しい人に欲しいものをあげるといったものを、きちんと国と一緒に食育といった観点からやっていくということは次の課題だと思っていますので、きちんと進めていきたいと思えます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

確かに寄贈して一番喜ばれるという、言い方がいいかどうか分かりませんが、その場ですぐ食べられるパンとか菓子パンなどが結構喜ばれるという話をよく聞くのですが、菓子パンだけ食べて健康を維持できるかというのは問題ですし、あるいは貧困や社会的孤立と健康状態というものに、相関関係がある、貧困や社会的孤立が高まれば、健康が悪化するという、そんな因果関係もある程度の研究が欧米ではかなり盛んに行われています。日本でもおそらくそういう栄養学の分野などで行われていると思えますけれども、そういったこともこの問題を含めて考えていくというのは、すごく大事なことなのかなと思えます。

よろしいでしょうか。また後ほど議論の時間がありますので、また思いついたことがありましたら、その時点でまた御発言いただければと思います。

それでは、続きまして、議題の3、「賞味期限前食品の廃棄ゼロ行動について」ということで、取り上げたいと思えます。

この論点ですけれども、食品ロス削減に向けて、コロナ禍や物価高の影響を受けて、

さらなる取組の加速が重要だということで、食のサプライチェーンの主体が一堂に会するこの会議において、何かできないのかということで、事務局と私とで、この間議論を重ねてきまして、今回こういう形の提案ということにさせていただいております。

パートナーシップ会議ということで、取組強化の宣言をするという提案になります。

まずは事務局から、説明をお願いいたします。

- 荒井資源循環計画担当課長 賞味期限前食品の廃棄ゼロ行動宣言の案につきまして、事務局案として御説明させていただきます。

東京都ではパートナーシップ会議の提言を受けまして、2021年3月に東京都食品ロス削減推進計画を策定したところでございます。計画には、賞味期限前の食品だけでなく、安全に食べられる期限である消費期限の食品とか賞味期間の短い日配食品、そういったものの発生抑制、有効利用、また外食、家庭での取組全般を掲げているところでございます。

昨今の物価高騰等を踏まえまして、食品ロスを抑制するフードサプライチェーンの取組やフードバンク等での有効活用が可能な賞味期限前の食品の廃棄抑制に資する取組強化に向けて、座長のご発意を受けつつ、事務局で案を考えましたので、説明させていただきます。

「賞味期限前食品の廃棄ゼロ行動宣言」というタイトルでまとめました。

(宣言を読み上げ)

第1段落では、このパートナーシップ会議の皆様の自主的な取組で、連携・協働した施策に加え、事業者、消費者、東京都、行政、また区市町村の皆様と一緒に連携・協働した取組が功を奏して、着実に食品ロスが進んでいったというところで、まず成果を挙げさせていただいたところでございます。

第2段落では、物価高騰の中での商慣習について言及しております。まだ消費者に届いていない、賞味期限前の食品を廃棄するというのは非常にもったいないことです。また、そういった食品につきましては、渡辺座長からもご発表ありましたが、フードバンクや子ども食堂に寄贈するなど、活用が必要です。そうした意味で、社会全体で必要な行動だと、取り上げさせていただいたところでございます。

第3段落では、会議としてこの取組、賞味期限前の廃棄につなげない事業者や消費者の行動を列記していますが、これ以外にも、効果的なものはあるかと思えます。

- 渡辺座長 ありがとうございます。ここで今の議題3の宣言、行動宣言についての議論の時間を取りたいと思えます。御意見、御質問のある方はお願いいたします。

冒頭説明がありましたように、今回は様々な問題、課題がある中で、取りあえず、まず合意できそうなところということで、賞味期限食品にするということで、その賞味期限前食品の廃棄の問題を取り上げています。

主として、サプライチェーンの事業者側の課題という形で取り上げていて、消費者の家庭における行動というのが、今回は直接は入っておりません。そういう限定の中での今回の宣言だということの説明があったと思えます。

- 清水委員 清水でございます。

御説明をありがとうございます。

行動宣言ということで、この会議体からこういうものを出すというのは、とてもいい

ことだと思しますので、御提案いただきましてありがとうございます。

その上でちょっとコメントさせていただきます。都からの先ほどの御説明でも、全国と都内の食品ロス、ごみの発生量の比較グラフで、都内が際立って多いのは外食で、一番多いとなっていました。今回の行動宣言は外食ではなく賞味期限前食品を先にやるわけですね。

という辺りで、何でこれをするのかが、口頭では御説明に加えていただいていますけどこの文章からあまり読み取れません。理由として、物価が高騰していることがすごく際立った書き方になっていますが、物価が高騰しているという意味では、一番最初に大石さんもおっしゃいましたけど、消費者は、いろんな面で削減したい、節約したいという話もありますので、物価の高騰と賞味期限前食品の結びつきがちょっと分からないという感じがいたしました。

その上で、私が思った御提案としては、パートナーシップ会議体としては初めて行動宣言を出すわけですから、「食品ロス削減の行動宣言」として、その第一弾ということで、2023年版であるとか、パート1として、「賞味期限前食品の廃棄ゼロ」というテーマをつけるなら理解できます。毎年これからテーマアップして宣言を出していくのであれば、そのほうが取組もより進みます。初めて出すのにいきなり「賞味期限前食品」がどんと出てくると、何でこれが一番なのかなと疑問を感じたということで、工夫をしていただけたらと思いました。以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

それでは事務局から説明をお願いいたします。

○荒井資源循環計画担当課長 清水先生、ありがとうございました。

まず、このターゲットにしたのが、小売から発生する賞味期限前の食品ということで、当然ながら都内は一番外食産業からの食品ロスが多いということと、次に家庭部門ということになっております。

2020年以降はコロナ禍の関係で、外食産業がどういった推移になっていくかというところがまだ見えない中で、やはりそういったところも清水委員がおっしゃった必要な視点として、今後実態をしっかりと把握した上で、どういった食べられる食品が捨てられているかという点、そこをまずは見極めて、次のステップに進めて検討していきたいというところがございます。

また、家庭部門におきましても、今回の東京都の推移では2019年度の推移ということで、微増しているという形で、その原因を追究していかなければいけないというところもございますが、どうしても2020年度以降のコロナ禍における影響がどのような形で出ているのかというところをしっかりと把握した上で検討を進めなければいけないと思っています。

今回、初めての行動宣言になりますが、この宣言に掲げている取組内容自体は東京都食品ロス削減推進計画策定時にパートナーシップ会議からいただいた提言に含まれるものでございます。

計画策定時は、SDGsの視点、また、食糧危機の関連から、そのときの食品ロスにおける課題というものも踏まえており、今回、物価高騰の中で家庭部門や外食については、今、コロナ禍でどういう様相になっているかという点では、まだ押さえられており

ません。ただ、それを待って、取組を強化していくのかというところを踏まえると、やはり今、物価高騰の中で食品が高騰していて、いかにロスを減らすかということに着眼して、こういった宣言を考えさせていただいたところでございます。

私からの、事務局からの説明は以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

清水委員、よろしいですか。よろしいかということ、はいというわけじゃないと思うのですが。

○清水委員 御説明は承りました。

○渡辺座長 また、何かありましたら、また御発言ください。

○百瀬委員 百瀬です。

委員がおっしゃったとおりに、宣言ということであれば、食品関連事業全体が入っているものがよろしいかと思えます。

特に物価が高騰すると、多分高いものを買うのですから、消費者はちゃんと食べ切るようになるのではないのでしょうか。

外食事業は、賞味期限、消費期限が、直接消費者に関係ないので、多分今回の宣言対象事業者から外れていると思うのですが、ぜひ、消費者に対する行動宣言であれば、「食べ残しをなくす」ということも入れていただきたいと思えます。

特にお客様が注文されて、テーブルに届いたもののその後の食べ方については、私たち事業者はなかなか消費者に「食べ残ししないでくださいね」とは言いづらいところがあります。ですが、お客様とのコミュニケーション、例えば「御飯の量をどれくらいにしますか」ですとか、それから何個盛りみたいなお料理でしたら、「人数分の盛り合わせにしましょうか」ですとか、いろんな形でのコミュニケーションで食べ残しが減っていくと考えています。

また、昨今宴会はあまりありませんけれども、3010運動ですとか、お客様と事業者との間で「食べ切る」ための働きかけは、食品ロス発生抑制にかなり効果があるように思っています。

ですから、今回この宣言に、もう一つ「食べ残しをなくす」ということも入れてください。

再度申し上げますが、物価が高騰して、お買物のときに価格を注意深く見て、それから買い過ぎないように、食べ残しが出ないような量を買っていくという、消費者が賢いお買物行動に変容すれば、多分消費者の家庭から食品ロスは減っていくのではないかと思います。それよりは、どちらかといえば外食のほうが今までの習慣上、「食べられる分だけ食べますが残した分は廃棄します。」、のような形になることを抑制するというところに意味があると思えますので、ぜひ「食べ残しを無くす」を加えてほしいです。

○渡辺座長 ありがとうございます。では、事務局からお願いします。

○荒井資源循環計画担当課長 百瀬委員、貴重な御意見をありがとうございます。

委員がおっしゃるように、やはり消費者からのそういったロスの発生抑制という視点、これは計画の中でもしっかり掲げておりまして、そういった普及啓発なども進めているところでございます。

今回、行動宣言の中でまとめさせていただいたのは、事業者からの行動、いわゆる賞

味期限前食品の廃棄ゼロをしていこうという視点でまとめさせていただいたところでございまして、確かに各家庭から、また外食産業での食べ残しがロスにつながるというところもございますが、そこまで含めると、より卸・小売や外食産業の取組という形、全般的なお話になってしまうというところです。今回この宣言の事務局案で考えたのは、小売事業者から賞味期限前食品の廃棄防止という観点であれば、フードバンクへの有効活用とか、そういった視点にもつながる取組ができる内容を整理した上で、それらを取り上げて強化するところ考えたものです。

百瀬委員がおっしゃっているように、買い過ぎないような行動、また、消費者の視点に立って、食べ残しの抑制、そういった普及啓発についても、しっかり我々は進めていく所存でございます。

また、コロナ禍で外食の様相も取組も変わってきていると思いますので、そういったところもしっかり実態を把握して、どういったものが廃棄されていっているのかというところも踏まえながら、また新たな行動というのを、今後も検討を進めていきたいと思えます。

この宣言案について、事務局として考えたのは、以上の内容でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

○有元委員 すみません。私、小売なんですけども、今のお二人のお話を聞かせていただいて、やはりSDGsもそうですけど、どんな姿になっているのが理想なのかというところからバックキャストして、単年計画というのを積み上げて考えていくべきだと思っています。そのほうが消費者にも分かりやすいですし、我々企業も分かりやすいと思っています。したがって、先ほど言ったとおり、この2023年度に関しては、小売中心とか、ほかのところを中心になるのかもしれませんが、その次のステップとして、外食産業などになるというのをストーリーで見せるというのがないと、何となく積み上げで、何かその場その場に応じているように思えるので、そこはフローで考えて、あるべき姿というのを分かりやすく伝えるというのが、こういう計画を立てる上では大事ではないかなというふうに思いました。無茶を言ってすみませんが、お願いします。

○渡辺座長 ありがとうございます。

事務局から、いかがですか。

○荒井資源循環計画担当課長 有元委員、貴重な御意見をありがとうございます。

そういった意味で、全体的な食品ロス削減の進め方につきましては、計画に定めたところでございます。

2030年度半減という形で、当然、賞味期限前食品をターゲットにしているのではなくて、全体のところを進めていっている流れでございます。

その中で、今回、賞味期限前食品の廃棄ゼロに向けた強化という形で掲げさせていただいているところがございますが、今後、外食産業からもどういったものの廃棄が出てくるのか、また、当然ながら賞味期限の短い日配食品とか、安全に食べられる期限である消費期限より前の食品とか、ローソン様の取組のようなものもございまして、そういったところを総合的に、しっかり状況を、コロナ禍の後の状況を踏まえた上で、また、新たな重点する施策というのでも検討していきたいと思っております。

今回は、その流れをつくるべきではないかというご意見について、実態をしっかりと

踏まえた上で、物価高騰の中で賞味期限前に捨てられている食品は有効活用につなげていく必要があるということもございまして、こういった宣言の内容にまとめさせていただいたところでございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ほか、いかがですか。

土井委員、お願いします。

○土井委員 「販売できない賞味期限食品をフードバンク等へ寄贈し、有効活用する」というふうに書いてありますけれども、何か販売できないものをフードバンクに渡すというのは、イメージがあまりよくないと思ったので、何かもう少し言葉を変えたほうがいいのかなと思ひまして、商慣習上販売できないとか、もしくは十分食べられるということを書いたほうが、フードバンクに、言い方がすごい悪いですけど、ごみをあげているようなイメージには私にとってしまいました。だから、その辺のところを、細かいですけど、変えていただけたらなと思ひました。

○渡辺座長 ありがとうございます。事務局、いかがですか。

○荒井資源循環計画担当課長 土井委員、ありがとうございます。

そういう意味で、販売できないというところについては、パッケージが破損したなど、御承知のとおりまだ食べることが可能な賞味期限前食品という形で、整理させていただいたところでございます。

ただ、賞味期限前の食品自体はまだ食べられるという意味合いもあって、販売できない、まだ食べることができる賞味期限前食品という定義で整理しております。そもそも賞味期限前の食品というのは食べられるものだという理解の中で、販売できないという形で整理しました。

また、販売できないというものの中には、賞味期限前でも品質上、駄目になったものについては当然廃棄せざるを得ないと思ひますので、そこは販売できず食べられない賞味期限前食品という形で除かれていると、我々はこの案としては理解しているところでございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

大石委員、お願いします。

○大石委員 ありがとうございます。大石です。

私も先ほどの清水委員や百瀬委員に大変賛同するところではあるのですが、さらに、今回、御提起いただいた内容について1点意見を述べさせていただきます。この消費者のところに、消費時期を踏まえ「てまえどり」等、できる限り賞味期限間近の食品を選択する、と書いてありますが、先ほどの説明の中にもありましたように賞味期限に対する消費者の認識が間違っていることも多いと感じています、期限と書いてある場合には、消費期限なのか、賞味期限なのかに関わらず、とにかく期限なので、そこまでしか食べられないと認識してしまい、本来であればまだ食べられるものを廃棄する消費者がまだ多いのではと思ひます。消費者教育がかなり浸透して、家庭科などでも違いについて教えるようにはなっていますが、それでも期限という言葉の持つ意味として、消費者に与える影響は大変大きいと思ひます。

ですので、消費者庁では、賞味期限の代わりに言葉を公募し、「おいしいめやす」と

言い換えて、「てまえどり」と同じように「おいしいめやす」という言葉で表示することによって、食べられなくなったのではなく、あくまでも「おいしいめやす」なので食べられるという意味ですよ、とこの言葉を普及させようという動きがあります。それが、今どのくらい普及しているのかは分からないのですが、食品売り場で、消費者への普及啓発を行うということで、賞味期限と消費期限の違いを啓発するのであれば、「おいしいめやす」の表示を、ぜひ店舗で表示していただければ、賞味期限前の食品の廃棄というのは減らせるのではないかなと思いましたので、発言させていただきました。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。事務局から何か。

○荒井資源循環計画担当課長 「おいしいめやす」という表現は、すごく柔らかくていい表現だということを感じました。そういった視点を踏まえまして、この行動宣言に関連する普及啓発について、しっかり取り組んでいったらいいと思っているところでございます。

先ほどの「販売できない」というところを、もう少し詳しく説明申し上げたいと思います。よろしいでしょうか。

こちらは、先ほど賞味期限前で、まだ当然食べられるという表現になりますが、どちらかというところ商慣習上で発生するところもターゲットにしておりまして、そういったものをフードバンクでの利用へつなげていきたいという、そういった思いもございます。

全然品質が悪いとか、そういった意味合いは全くございませんので、その表現が「販売できない」となっておりますが、その上につながる商慣習の中で発生するようなものについて寄贈して活用ということも念頭に入れているところでございます。以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ほか、いかがですか。

では、今出た意見を中間的に集約させていただきますと、外食の廃棄が多いにも関わらず、今回入っていない。家庭系も入っていないということで、そういう御指摘が幾つかありました。家庭系、家庭でのロス削減の問題ですね。

そういう問題について、有元委員からの御提案もありましたけれども、今回の宣言が今後どうつながっていくのかというのが、なるべく見える化していけるような形で、まとめて宣言できないのかという形で、先ほどの外食や家庭でのロスの問題をないがしろにしているわけではないというか、ないがしろにはしないですけれども、置いているわけではなくて、次の課題として考えているというのをしっかり見える化できるような文案にできないかということかと思えます。

それと、今の「販売できない」というところの表現を、このままこの言葉の意味はこうですよというのをいうのか、それとも文案そのものを変えるのかということになるかと思えます。

それから、「賞味期限間近」というところを「おいしいめやす」という消費者庁の言葉を借りながらここに入れるのかどうか。できる限りおいしいめやすである賞味期限間近をどうかというふうに入れるということもあるかと思うのですけれども、これはそういう意味です、ということをして残しつつ、説明するという形にするのか、というこ

とになるかと思うのですけれども、今まで出てきた御意見は以上かと思うのですけれども、何か漏らしているものであったり、新たに「ここもあるのでは」というようなことがありましたら、お願いいたします。

- 有元委員 すみません。追加というわけではないのですけれども、改めてということなのですが、「販売できない」という表現というのが、やはり変えたほうが良いとすごく思っています。

というのは、寄贈する際に子ども食堂であったり、あるいはフードバンクを通じて、いろんな形があるのですけれども、ローソンで一度そういった商品をお客様に無償で提供しようという話があったときに、やはりお店にこういったものを取りに来ると、お子さんが例えばいじめられるとか、ほかの家庭から違うように見られてしまうとか、そういった意味で、欲しくてもなかなか取りに来られないという実態もあります。子ども食堂に行きたくても行けないとか。

そういったところもあるので、かなりそういった方たちがセンシティブになっているので、こういった、そういうふうに見えてしまう偏見であったりとか、そういったところを変える意味でも、やはり言葉というのはすごく大事なもので、すごく慎重に扱ったほうが良いのではないかと思います。東京都が出すのであれば。

- 渡辺座長

ありがとうございます。

ここは非常に僕も大事な点だと思います。

このままではないほうが良いとは思っているのですけれども、どうしますかね。

- 荒井資源循環計画担当課長 誤解を招くことは良くないので、「販売できない」の表現は適切ではないと思います。

- 渡辺座長 清水委員、お願いします。

- 清水委員 追加ですけれども、最後のところに、「廃棄ゼロに向けた行動を強化することを宣言する」と書いてあります。この行動宣言をリリースすると思いますが、宣言して、その後どうします、これをやりますなどセットで発表はしないのでしょうか。

それから、この文章の最初のほうにも、「パートナーシップ会議の構成団体の各主体による行動や取組で成果を挙げた」という書き方になっていますが、宣言すると、パートナーシップ会議に入っている団体さんは、これを全力でやるということをやめられたとか何とか言いませんか、宣言に基づいてそれぞれの団体は「うちはこれをやります」「うちはこれをやります」みたいなことが、この後セットになるのでしょうか。

東京都としては、宣言に対するプラスオンで見える化できるものというのが予定されているのでしょうか。

- 渡辺座長 ありがとうございます。事務局からお願いします。

- 荒井資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

この宣言での取組強化について、後ほど来年度の主な予算概要の中で、こういった取組を後押しできるような事業を紹介したいと思います。

また、成果のところについては、第一段落のところに書いています「パートナーシップ会議での各主体による自主的な行動と連携・協働」という中には、当然ながら消費者、NPO団体、また我々行政と、会議体と一緒に連携・協働した取組、そういったことの

総体と成果として、過去最低の数値まで食品ロスが削減されたという、そういう認識で
ございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ということで、都としてやることについては、この後説明があるということと、宣言
する主体である皆様、我々が、より強化することを宣言するということとセットで動く
ということだと思えます。

○清水委員 言葉では今おっしゃったように、「等」にいろいろなことが含まれていますと
いうことだと思えますけど、「都民の皆様の御協力により、着実に成果を挙げた」みた
いな書き方のほうが、読み手にとってはすんなり入るような気もいたします。

○渡辺座長 そうですね。

では、どうですかね。今のところは、それはよろしいですか。

○百瀬委員 私が勘違いしていたらごめんなさい。

この東京都食品ロス削減パートナーシップ会議のパートナーシップの主体というのは、
ここに書いてあるように消費者も入っているわけですよ。ですから、今の清水委員が
おっしゃられたように、事業者と、それからそれを消費する消費者も一緒になってとい
うような、そういうニュアンスが入ってくるとよろしいかと思えます。

また、しつこく言いますが、外食事業の内容が全く入っていないというのは、
本当にパートナーシップ会議のあるべき宣言なのかなと思えますので、ぜひ何らかの形
で、賞味期限前食品だけではなく、「事業者が消費者と一緒に食品ロスを減らす取組を
していく」というような文言を入れていただければと思えますので、よろしくお願
いいたします。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。

では、まず一つは、冒頭のところの第一段落のところ、「都民の皆様の御協力によ
り」という言葉を入れるということですかね。

それから、「販売できない賞味期限前食品」の表現をどう変えるか。

それから、「おいしいめやすである」という言葉を入れる、「である賞味期限間近」
と入れると。

それと、一番大きな課題。これは文言の修正、修文で済むのですけれども、外食、家
庭の問題をどうするかで、今回はこの賞味期限前食品に限定しているけれども、外食の
問題、家庭系の問題は非常に大事な問題であって、その第一弾として今回は賞味期限
前食品を取り上げているのですよという、そういう趣旨をにじませて、外食も当然取り
上げますということのニュアンスを入れるということに、そういう方向でまとめていき
たいと思えます。

今、いろいろ建設的な御意見をいただきましたので、せっかくですからしっかりした
ものをつくりたいということで、10分ほど、15時5分まで一旦休憩をさせていただ
いて、文案を作り直して再開したいということなのですけれども、次の会議予定など、御
予定などおありの方も多いかと思うのですけれども、事務局からの提案で、ぜひそうさ
せてほしいということなのですけれども、せっかくここまでまとまってきたので、
そうさせていただけないかと思うのですが、いかがでしょうか。よろしいですか。

10分ほどお待ちください。

(休憩)

○渡辺座長 大変お待たせしました。

皆様方、準備はよろしいでしょうか。

今、画面に修正したものを共有させていただいています。

○荒井資源循環計画担当課長 冒頭の着実に成果を挙げているという部分ですが、この会議だけでこの成果を挙げたのではないというところをもう少ししっかり説明すべきだということもありましたので、変えております。「都民や事業者等の協力によって着実に成果を挙げている」という形で、文章を追加させていただきました。

また、その下、ウクライナ、コロナ、物価高騰を踏まえて、どちらかというところと外食も含んで産業の食品ロスの削減、当然それも重要性は一層高まっているというところもございまして、そちらについてはしっかりと丁寧に食品製造、卸、小売、外食、消費で発生する食品ロス削減に向けた取組の重要性は一層高まっているという形で、プラスさせていただいております。

ただ、今回の賞味期限前食品については、すぐに取り組むべきだということもございまして、そこを「特に」という形で新たにさせていただきました。

また、取組例のところでございますが、食品、小売、卸事業者のところ、「販売できない」というと、食べられないものを思わせるのではないかとご意見を賜り、デリケートな文言だったということでございましたので、上の「厳しい納品期限を設定する場合」、こちら商慣習のことを指しておりますので、そのまま続きで「賞味期限前の食品をフードバンク等へ寄贈」という形で、文章を修正いたしました。

また、最後の消費者のところにつきましては、御提案いただきましたとおり、できる限り「おいしいめやす」であるという形で、賞味期限間近であってもおいしいというところを、説明に加えさせていただいたところでございます。

文案の修正については以上でございます。

○渡辺座長 ということですか。いかがでしょうか。

何か御意見、御質問はございますか。

○清水委員 すみません、何度も。いろいろ直していただいて、ありがとうございます。

「特に賞味期限前食品の廃棄防止は社会全体で求められる」と、「特に」というふうになさったということですが、けれども、「特に」というとまたさっきの話に戻って、これが一番問題なのかとなるので、「今回は」とか「まず初めに」とか、いろんな問題があるけど、今回はこれですよ、という書き方にしたほうがよいと思いました。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。

そうですね、今回は。

○荒井資源循環計画担当課長 そうですね。「今回は」という形のほうが次に続くという意味合いもございまして、ありがとうございます。

○村上資源循環計画担当部長 「今回は」という表現ですが、また文章的に「今回は」という文言があると、来年はどういう宣言にするかとか、どういう内容にするかというのを、今後の実態調査を含めて、どういう形で取り組んでいくか検討が必要になります。

したがって、この宣言自体が尻すぼみになってしまうということではなく、やはり今回重要だということで行動宣言しています。そのような意味ですので、「今回は」という言葉は、取ってもいいのかなという気もありますけど、宣言だけではなく、施策自体はいろんな施策を今、外食産業向け等も含めて、先ほど申し上げた東京都の取組もいろいろやっていますので、一応最初に修文のところ、商品の製造とか、卸とか、小売とか、外食というところの重要性が高まっているというところも入ってはいますので、外食については、ここでも受けているかというところはあるとは思いますが。その中で賞味期限について、全体でも求められているという表現のほうが、という感じはあるのですが。

○荒井資源循環計画担当課長　そうですね。こちら、外食も含めてそういった重要性が高まっているというところは、全体を通して必要なところだと思います。

そういう意味で、つなぎのところを「特に」とつなげてしまうと特別に何かするように見えますので、そこは並列して「また、賞味期限前食品の廃棄防止は社会全体が求める行動である」という形ではいかがでしょうか。

○渡辺座長　はい。「てにをは」とか接続詞については、最終的な修文が多分必要になると思いますので、最後の「おいしいめやすである賞味期限間近」と続いていいのかというのも書いてみて気になったのですが、そういったところは今回「てにをは」、接続詞は修正の可能性があるけれども、全体としての趣旨として、これで御理解いただいて、できるだけ早く最終文面を、これで一旦御承認いただいて、最終文面を皆様方に提示するというところで、いかがでしょうか。よろしいですか。（委員からの意見なし）

では、この趣旨で基本御承認いただいたということで、最終文面、この趣旨を変えない形での「てにをは」、接続詞等の修正が入る可能性があるということで、御承認いただければと思います。

最終的なものができた段階で、この宣言について、各業界関係者の皆様にこんなことをやっているということ、ぜひ共有していただけると、ありがたく存じます。

この宣言に向けた取組を都として後押しするという趣旨から並行して、パートナーシップ会議でこれを宣言し、都との事業としてこんなことをやるということで、都の予定されている事業について説明がこの後ありますので、お願いいたします。

○荒井資源循環計画担当課長　時間を押してしまいまして、申し訳ございません。

この宣言に関連しまして、来年度の予算要求の概要について、御説明させていただきたいと思います。

まず、「フードテックを活用した食品ロス削減推進事業」ということで、こちらにつきましては事業系ロスの特に発生量の多い小売、外食産業を共通のターゲットとしながら、新しいトレンド、関心企業、一般社会実装化を支援する、そういったものを今回考えております。約0.4億円の予算要求となっております。

次に行動宣言に関係するところがございます。賞味期限前食品廃棄ゼロ行動促進事業ということで、商慣習等により発生しているロスに対して、こういったゼロに向けた行動を促進していく、そういった事業を予定しております。

また、冒頭渡辺座長のほうから説明がありました、未来を担う子どもたちへの食品寄贈事業ということで、こちらは内容については先生から説明済みでございますが、認証機関や仕組みづくりのための予算ということで、0.3億円を要求しております。

最後にフードバンク寄贈促進事業ということで、賞味期限前であっても廃棄せざるを得ない、そういったものを廃棄しないでフードバンクや子ども食堂に寄贈できる、そういった輸送コストを補助することによって寄贈ルートの開拓につなげていく。これが約1億円でございます。

これらの事業につきましては、東京都の一般会計予算が可決された場合に、事業として来年度実施していく予定でございます。

さらに、来年度普及啓発を掲げる事業におきましては、この宣言にからめた取組を進めている企業等の公表についても、検討してまいりたいと思っております。

今後、このような事業実施に当たりまして、各委員の皆様と連携していきたいと思っておりますので、引き続きの御協力と御指導をお願いいたします。

私からは以上でございます。

○渡辺座長　ということで、先ほどの宣言と並行して、こういった事業を進めていくということですか。よろしいですか。

本日用意させていただいた議題等は以上になります。

皆様方から様々御意見をいただきまして、ありがとうございます。議事の不手際もあり、時間を超過してしまい、大変申し訳ありませんでした。

最後に村上部長から御挨拶をいただけるということですので、お願いいたします。

○村上資源循環計画担当部長　村上でございます。

本日は渡辺座長をはじめとしまして、各委員の皆様、本当にお忙しい中本会議に御臨席をいただきまして、食料削減に向けた質の高い議論ですとか、貴重な知見なども賜りまして、誠にありがとうございます。

特に議題1では、都の各事業で連携していますBeer the Firstの坂本様、ICS-netの森田様、ファミリーマートの大澤様、エスアイ総合研究所の吉田様にそれぞれ現状なども御紹介いただいたところございまして、議題2においては、御講演いただきました渡辺座長、鈴木委員、有元委員には貴重な情報を提供していただきましたことを、感謝申し上げます。ありがとうございます。

そして、今回、例年の会議ではない宣言などにつきましても、皆さんから貴重な御意見を賜ったところでございます。

今後、都としては、本日の宣言ですとか、いただいた貴重な御意見、御要望なども踏まえまして、皆様と連携をし、さらなる一層の食品ロス削減に向けまして、取組を加速してまいりたいと考えております。

改めまして、渡辺座長と委員の皆様、傍聴での御出席の皆様と、多様な情報共有などができましたこと、有意義な会議が開催できましたことを、厚く感謝を申し上げたいと思います。

長くなりましたが、都の食品ロス削減に対する御理解、御協力をお願いしまして、挨拶とさせていただきます。

本日はありがとうございます。

○渡辺座長　ありがとうございます。

ほか、事務局から何かございますか。よろしいですか。

それでは、本日も本当に貴重な御意見を皆様方からいただきました。ありがとうございます。

います。

画面をにらみながら話をしていると、眉間にしわが寄ってすごい顔で話しているのではないかと思うのですけれども、本当に皆様方から御意見をいただいていることを感謝しております。

次回もまた、こういった活発な御議論ができればいいなと思っておりますので、引き続きお願いしたいと思います。

それでは、これで第13回の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。

本日はありがとうございました。

(午後 3時17分 閉会)