

# 第4回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

## 速 記 録

平成30年7月30日（月）  
都庁第二本庁舎31階 特別会議室22

(午後2時02分開会)

○渡辺座長 それでは、皆様、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4回を開会いたします。

委員の皆様方におかれましてはお忙しい中、またお暑い中、御出席くださり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いたします。

○松永資源循環推進部長 4月より、資源循環推進部長を務めております松永でございます。どうぞよろしくをお願いいたします。着座にて、失礼します。

後ほど御紹介申し上げますけれども、今回より委員にお二方、新たにお加わりいただきまして、本会議における委員総数は20名でございます。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、柿野委員、黒川委員、山田委員、それから新委員でございます福井委員は御欠席でございます。

中田委員は、14時30分ごろから御参加の予定でございます。以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

それでは、これより議事に移ります。まず、事務局より新しい委員の方の御紹介をお願いいたします。

○松永資源循環推進部長 それでは、新しい委員の方の御紹介をさせていただきます。

資料1の委員名簿をご覧ください。

まず、社内での人事異動がございまして委員交代された方がいらっしゃいます。御紹介いたします。

全日本菓子協会江崎グリコ株式会社、田中委員でございます。

○田中(弓)委員 江崎グリコの田中でございます。どうぞよろしくをお願いいたします。

○松永資源循環推進部長 一般社団法人日本加工食品卸協会三菱食品株式会社、清水委員でございます。

○清水委員 三菱食品の清水です。よろしくお願いします。

○松永資源循環推進部長 次に、今回より外食業界の委員として、一般社団法人日本フードサービス協会から2名の方に加わっていただきますので御紹介いたします。

株式会社吉野家ホールディングス、関口委員でございます。

○関口委員 株式会社吉野家の関口でございます。よろしくお願いします。

○松永資源循環推進部長 もうお一方、ワタミ株式会社、福井委員は本日御欠席でございます。以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

続きまして、議題2について事務局より資料の説明をお願いいたします。

○藤井資源循環推進部計画課長 計画課長の藤井でございます。どうぞよろしくをお願いいたします。お手元のタブレットで操作させていただき、資料の説明をさせていただきます。

冒頭、開始前に御案内させていただきましたけれども、皆様方のタブレットは私どものほうと通信ができるようになってございます。画面左下に「同期」という形になっていれば、こちらで操作するとおり画面があわせて皆様方のところも動く仕掛けになってござい

ますが、もし先生方がそれぞれページを確認される場合は、左下の「同期」のところを1回クリックしていただいて「非同期」にしていただくと御自身の端末でページを変えていただくことができますので、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、資料2について、まず「～食品ロス削減・東京方式の確立に向けて～」ということで説明をさせていただきます。

今後のこの会議の進め方というところでございますけれども、これまで東京都では食品ロス削減に向けて賞味期限の長い加工食品を中心にこの会議で皆様方に来ていただきまして取組を議論し、また委員の皆様方にも御協力をいただいて、食品ロスもったいないフェスタを開催させていただきました。そういった形で、事業者の皆様、消費者の皆様の協働で取組を行ってきたというところでございます。

これからでございますが、各ステークホルダーの皆様との議論や、協働での取組の成果を「食品ロス削減・東京方式」という形で、これは知事の小池が食品ロス削減に向けてSDGsの食品ロス半減の達成に向けて「食品ロス削減・東京方式」をまとめていくという形で宣言しているところでございますけれども、それに向けましてこの会議を資料に示したとおりに進めていきたいと思っておりますが、2つ「○」がございます。

これまでの議論の対象としていない外食、さらには日配品を今後追加いたしまして、食品ロス削減に向けた取組を引き続き議論いただきまして、協働して取り組める内容を検討していくということと、あとは皆様方の御協力をいただきまして、店頭キャンペーンなどの機会を通じて、今ここで様々な御意見をいただいていることの具体的な進展ということでの協働事業を推進できたと考えているところでございます。

そして、私も東京都といたしましては、この会議でいただいた御議論や協働でのイベント等の取組の経験を今後の食品ロス削減に活用するため、そういった知見をドキュメントにまとめていくと書きましたが、仮に3番のところでは仮称でございますけれども、「食品ロス削減行動プラン」というようなものを策定していくことになると思っております。

スケジュール感としましては、その下に図を示してございますけれども、本日、当初は6月ごろに開催をさせていただこうと思っておりましたが、今後の進め方の話とか、様々事務局のほうで検討させていただきまして、外食の方にも今日から加わっていただいて第4回をやり、できましたら第4回会議の本日を踏まえて、このパートナーシップ会議の下に外食部会というものを設けさせていただきまして、そこで集中的に外食の取組を2回ばかり行って、年度末、1月か2月ごろ第5回の会議を開かせていただきまして、これまで主にここで御議論いただきました話、本日の資料もそうなのでございますけれども、様々ないただいた話を「食品ロス削減行動プラン（仮称）」の骨子のような形で皆様方から御意見をいただき、議論を深めていくという場を年度内につくりたいと考えているところでございます。

昨年度から賞味期限の比較的長い加工食品で、今年度は外食という中で、来年度に関しましては日配品の取組ということも視野に入れてやっていきたいと思っております、平成32年、東京2020大会に向けて一つのレガシーとなるような東京方式を確立していき、2030年の食品ロス半減という一つの大きなSDGsの目標に向けて、東京として取り組んでいけたらと思っております。

本日も、様々な先生方から議論をいただくことを踏まえて、今後こういった形で展開し

ていきたいと思っているところがございます。どうぞよろしく願いいたします。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ここで、まず資料2の「今後の会議の進め方」について御意見、御質問をお受けしたいと思えます。東京方式ということで、名札を立てて意思表示をしていただきたいということです。

では、田中委員お願いいたします。

○田中（清）委員 外食とか、日配品とか、広くやるというのはあるべきと思うんですけども、今までのこの加工食品の中がどういうふうにとまって方向性みたいなものがあるかという、必ずしもそうじゃないので、そこら辺のところはどうやっていくのかというところをちょっと伺いたいんですけども。

○渡辺座長 ありがとうございます。事務局から何かお答えいただけますか。

○藤井資源循環推進部計画課長 ありがとうございます。確かにおっしゃるとおり、これまで何か一定のものをまとめたという形ではございませんが、この後、資料の説明でもさせていただこうかと思っておりますけれども、ちょうど3月のときに幾つかの方向性ということで案を示させていただきました。それについて、本日少し議論を深めていただきたいと思います。

これまでのところで、一定の結論が出たとはこちらも思っておりませんが、様々な角度から、外食も含めて議論をいただく中で、これまでペンディングになっているところも含めて、それぞれ各事業者の皆さん、消費者の方々に取り組んでいただけたらいいなことを引き続きこの親会議の場でも議論いただきながら、やれること、皆様方に取り組んでいただけることの議論を少し深めていけたらと思っております。

これまでの加工食品の話について今日まで議論が終わりということでは毛頭ございませんので、引き続き御意見いただければと思えます。どうぞよろしく願いいたします。

○渡辺座長 ありがとうございます。ほかはございますでしょうか。

辰巳委員、お願いします。

○辰巳委員 今回、新たに外食や日配品ということが追加というお話なんですけれども、外食の場合は一般の小売店よりもとても消費者に目につきやすいということで、ぜひうまく進めていっていただきたいというふうに、応援のメッセージなんですけれども思っております。

それで、東京方式ということで、東京都内というのが基本だと思うんですけども、今日御参加いただいているようなお店などは全国のチェーン店と申し上げたらいいのか、そういうことなので、そのあたりはどういうふうに今後進んでいくかわからないから今、改めてここで聞きするというわけじゃないんですけども、やりにくさがないかとか、そんなことが気にはなるなとちょっと思っているだけです。

でも、ぜひやっていっていただきたいと思っております。

○渡辺座長 ありがとうございます。事務局から特にコメントはございますか。

東京都がやるので、東京以外というわけにもいかないのですが、まずは冠としてはついていますが、それぞれチェーンの方は東京を超えて店舗等を展開されている企業の方がほとんどですので、別に東京に限ってということではないということになるとは思うんですけども、ほかはいかがでしょうか。

ちょっと漠然とした話なので、なかなかここで御質問というのもしづらいかもしれませんが、東京方式というのは1年近く前に都知事がこの会議の第1回にいらしたときに、東京方式を打ち上げてというふうにおっしゃっていたのですが記憶はあるんですけども、果たしてそれが実態として何なのかというのがなかなか見えてこない中で、加工食品の議論をし、外食をし、日配品の議論をまた次の年度にしてということで、ウイングを広げていくんですけども、どういうふうに落ち着けていくのか、これから皆様方の御協力を得ながら議論を詰めていくことになるんだと思います。

よろしいですか。とりあえず進めて、多分これは全体にかかわることですので、ここで各論的な議論、御質問もしづらいし御意見もしづらいかと思しますので、進めてまたここに立ち返って、ではこの食品ロス削減行動プランとは一体何なんだとか、最終的に目指している東京方式というのは何なんだ、SDGsの半減の目標とそれはどう関係するのかとか、そういうことにもまた立ち返っていければと思います。

では、ちょっと時間が早くなりますけれども、次に議題3についての説明を先に事務局よりお願いいたします。

○藤井資源循環推進部計画課長 では、お手元の資料の3-1を表示させていただきました。これは第3回の会議のときに、今年度の東京都の取組について「取組1」から「取組5」という項目を、まず食品ロスの今後の対策ということで、食品ロス削減に向けた取組の方向性ということで5つ示させていただきました、それぞれの取組に関して東京都が今年度の予算でどのように取り組むのかお示したものを再掲させていただきました。

もう一回繰り返しになりますが、「取組1」から「取組5」の方向性でございます。

まず、1が「サプライチェーンにおける情報の共有化」。

2が「納品期限の見直し推進」。

3が「消費者の積極的な行動から引き出す広報展開」。

「取組4」では、「余剰食品の有効活用を促進するための基準やルートづくり」。

さらには全体にかかるような話になりますけれども、「ICTを活用した特色のある施策の展開」というような5つの柱を前回提示させていただきました御議論いただいたところで

す。そこで、その中で、東京都といたしまして、まず「取組1」の「サプライチェーンにおける情報の共有化」につきましては、これは日配品を主に担うところもありますけれども、メーカーの見込み違いによる生産の過多によって生じている食品ロスについて、ある程度の予測の精度の高いシステムをつくって、そのシステムの中で全体で情報を共有化いたしまして、つくり過ぎない製造過多を抑制できるような仕組みということで、今年度、今後、年度後半になりますけれども、公募を行う予定でございます、その中で参加いただける実証事業者を決めさせていただきます効果を検証したいと思っています。

見込み違いということですので、ある程度、賞味期限の短いような話を中心になるかと思っております、来年度、日配品をこの会議で扱わせていただきたいというところの一つのたたき台になるようなものがここで成果として得られたらと思っております。

2点目の「納品期限の見直し推進」でございます。東京都といたしましては、今後様々な広報展開をしていく中で、1つはその納品期限をこれまでの3分の1ルールから2分の

1 以内のように緩和などに積極的に取り組んでいただく方を特に紹介するなど、そういった意味で納品期限の見直しが全てではないというとか、この会議でも様々な議論があるところがございますが、納品期限の見直しに取り組んでいただける方を東京都が紹介するなどの広報展開ということを考えていきたいと思っているところがございます。

さらに「取組 3」の広報に関しましては、後ほどまたこれは資料で御説明させていただきます。消費者の方に、食品ロスの問題でどういったところが課題なのかということを変更して気づいていただく。前回、皆様方の御協力もいただきまして、3月に東京国際フォーラムでフェスタをやったところがございますが、その際に、要は棚の奥のほうから取ると食品ロスが出てしまうんだというようなことを気がついたとか、様々な消費者の皆様の声を私も直接聞く機会をいただきまして、皆様方のおかげで実りある会議ができたと思っておりますが、そうした消費者の方に食品ロスというのは単に全部食べ残さないで食べるというだけではない、この問題の本質に気がついてもらえるようなキャンペーンをまた考えていけたらと思っているところで、今年度も広報に関して必要な予算を計上しているところがございます。

さらに、「取組 4」でございます。余剰食品の有効活用、これに関しましては新たなビジネスモデルの先行事例として実証事業と書きました。これまでも、防災備蓄食品の有効活用など、様々取り組んできたところがございますけれども、また先行事例になるようなものの効果検証を行って情報発信ができたらと思っているところがございます。

さらに、ICTに関しましては「取組 1」のところで紹介させていただきましたけれども、こういうシステムを使って情報の共有化ということで取組を推進していくとともに、先ほど広報のところでも紹介させていただきましたが、先日のフェスタで、フェイスブックで様々な広報をした結果、かなりフェイスブックの閲覧者に参加、取り組んでいただくきっかけができたかなと思っております。様々なSNSの活用ということもやっていけたらと思っているところがございます。

続きまして、3-2でございます。本日、東京都としてはこういう予算を組んでいるところがございますが、事業者の皆様、消費者の皆様それぞれの項目についてこのような取組をしていただくことができるかどうかといったことで、忌憚のない御意見をいただければと思います。

「事業者の取組・消費者の取組」と、括弧書きで一方向的にこちらに書かせていただきましたけれども、事業者の皆様方でこういったことが取り組めるのか。さらには、消費者の方々に事業者の皆様方がどういう働きかけができるのか。それを受けて、消費者の皆様としてどういう取組がとれるのかというようなことで、事務局のほうで仮にまとめてみたことを御紹介させていただくところがございます。

「取組 1」の「サプライチェーンにおける情報の共有化」に関しましては、東京都のほうでも実証実験をやりますけれども、都の示したビジネスモデルなどを積極的に活用いただくことや、販売管理システムの進展ということで、情報管理の共有化等に積極的に取り組んでいただけたらということを書かせていただきました。

さらに、納品期限の見直しに関しましては、家庭における保存期間が比較的短い菓子類や清涼飲料など、小売の事業者の皆様方同士で歩調を合わせることによって納品期限の緩和ができるかということで、段階的にそういった取組を広げていっていただけたらという

ことで書かせていただきました。

「取組3」は、広報のところでございます。事業者の皆様方はぜひ積極的に東京都の広報に参加いただければということと、あとは消費者の皆様への食品ロス削減に取り組む行動を促すと書いてしまいましたけれども、消費者の方々に伝わるような販売方法やサービスなどをぜひ検討していただけたらと思っております。

さらには、食品ロスの問題と食育の問題というのは切っても切れない関係だと思えますが、お子様方に社会教育という観点から、積極的に子供たちの教育に協力いただき、消費者向けの理解促進ということもやっていただけたらと思っております。

消費者の皆様方には、そういった事業者の取組も踏まえてということも含まれますが、キャンペーンに積極的に参加いただき、食品ロスの削減の大切さに気づいていただくということと、あとは店舗から提供いただく様々な食品ロスにつながるメニューですね。そういったものを積極的に選択し、食品ロスの削減につながる行動をとっていただきたいというふうに書いたところでございます。

「取組4」は、余剰食品の有効活用のための基準、ルートづくりということですが、実は、少し資料をつくっている際に気になったのは、余剰食品ということの定義がはっきりとしないです。使ってしまうと混乱があるかなということで、注で「※1」と書きましたが、余剰食品というのはここでは賞味期限や消費期限に達していないけれども、出荷期限や店頭での陳列期限を過ぎたものでございますが、これが二次流通の仕組みで、二次流通というのはそうした賞味期限、消費期限に達していないものが出荷や店頭での陳列販売ができなくなったものが販売や寄付されることというふうに整理させていただきました。そうした二次的な販売や寄付の仕組みを、ぜひ検討していただいて活用にも努めていただく。それについては、東京都のほうでもその寄付の基準云々という話がございましたが、そういったことも都として連携してやっていただけたらと思っております。

消費者の皆様にも、その余剰食品の二次流通について実態をよく認知していただきながら理解の促進にも努めていただきたいということと、食品ロスの削減に向けた貢献という形でそこを活用していただけたらと考えているところでございます。

さらに、全体にかかわるICTの関係でございます。事業者の皆様方には、食品ロスの削減に関してですけれども、あらゆる分野でICTを活用する効率化ということに積極的な展開、普及に努めていただきたいということと、SNSを使った積極的な広報にも取り組んでいただけたらということで書かせていただきました。

消費者の皆様方も、そうした企業の皆さん、事業者の皆様方のSNSなどを通じて、積極的に食品ロスの削減の輪を広げていくという中でSNS等の活用、また自らの発信によってこういった運動が広がることを期待するものでございます。

資料の説明は以上でございます。若干、東京都側の事務局の思いを一方的に書いてしまったところがありますので、本日は様々な事業者の皆様方からこういった取組ができそうかということの御意見を頂戴できたらと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○渡辺座長 ありがとうございます。

資料3-1と3-2、非常に似た資料があって見づらいというか、行ったり来たりしている感じになるんですけれども、資料3-1というのが前回まで、第3回に提示されて基

本的にこの会合で合意をした枠組みであります。それに基づいて、資料3-2で、この枠組み、5つの取組というフレームに基づいて今年度、あるいは今年度以降、実際に都として、この会合として取り組んでいこうという具体的なアクションプランに当たるものになるかと思えます。

紙の資料だと両方見比べながら見られるんですけども、行ったり来たりしながら見ていただければと思います。

ただ、似たようなことが書いてあって、若干わかりづらいかというのが心配なんですけど、基本は3-2で今回やろうとしていることということで御確認いただきながら御意見いただければと思います。

では、また御意見等ございます方、御質問等ございます方は名札を立てて御発言の意思表示をお願いいたします。

では、清水委員からよろしいですか。

○清水(き)委員 今おっしゃったように、都の取組の3-1と3-2を見比べながら拝見しましたが、都が取り組むことと事業者が取り組むところのリンクといたしますか、ばらばらにやるということではなくて、都が何か後押しをしてやることと、その辺がちょっとわかりにくいと感じました。

ビジネスモデルですとか、いろいろなICTですとか取組を行ったものについては後で御説明いただければ結構ですが、例えば「取組3」でいいますと資料3-2の「事業者の取組」に子供たちの社会教育のこととかも結構書いてありますが、これは都も当然やるべきことだと思います。都のほうは店頭キャンペーンとか、ロゴとか、キャッチフレーズみたいなことしか書いていないので、もっと都内の学校を使って積極的に子供向けにSDGsなども絡めながら食品ロス削減などについて学校教育を含めて進めることができるのではないかなというあたりが疑問に思いました。

○渡辺座長 ありがとうございます。私の説明がわかりづらかったかもしれませんが、3-1は前回の3月に合意した事項で、その3-1に基づいて今回アクションプランとして提示いただいたのが3-2です。

それで、3-2に事業者は、消費者はと書かれていて、都は何するかが書いてないというのは確かにそうなんですけれども、都もやらないということでは多分ないと思いますので、その仕分けをもう一度、特に消費者のところを御説明いただけますか。

○松永資源循環推進部長 申しわけございません。3-1の資料は、30年度、今年度予算で東京都が予算化しているものを記載させていただいております。

それで、3-2のほうは、東京都もこの30年度予算を踏まえて今後、31年度以降も予算化するものは予算化してまいりますけれども、3-2の資料は30年に限らず、今後、事業者の皆様、消費者の皆様が将来にわたって取り組んでいただけるものという整理になっております。

そういう意味で、今おっしゃられた社会教育などにつきましても、東京都も30年度は予算はないものですからここには記載されておられませんけれども、31年度以降はもちろん取り組んでいかなければいけない課題だと思っております。そのような整理になっております。

○渡辺座長 ありがとうございます。予算の裏づけがあるかどうかということですね。失

礼しました。

そういうことで、予算の裏づけということではないけれども、この「取組3」のところでもっと都としてやるべきことがあるんじゃないかという御意見ですね。

○清水（き）委員 教育的なことは予算がなくてもできることはたくさんあると思いますので、予算がなくても今の活動に加えられるものはどんどん加えていただければと思います。

あとは、事業者のほうは、都には予算はないけれども、事業者の予算でやるということになるんですか。

○渡辺座長 お願いします。

○藤井資源循環推進部計画課長 申しわけございません。若干、3-1と3-2で時間軸がずれているところがあるかと思います。清水委員から御指摘がありましたとおり、今年度も教育との連携ということは全くゼロではございませんので、やれることについて、食育の場面などにも私たち参加させていただいていますので、そういったところも通じて様々やっていけたらと思っております。

それで、3-2のほうは先ほどの資料2と連動するところでございまして、今後「食品ロス削減・東京方式」の確立に向けて推進計画をつくっていく中で、事業者の皆様方、消費者の皆様方にどういう取組をやっていただけるのか。できましたら、こういうことがやれるんじゃないかというようなことを皆様から本日御意見をいただきたいんですけれども、そのたたき台になるようなものを書いてみたところでございます。

こちらで勝手に書かせていただいたんですけれども、そういった視点から見ていただければ助かります。どうぞよろしく願いいたします。

○渡辺座長 ありがとうございます。

そういうことで、3-2で都の事務局側でこういうことができるんじゃないかということを書いているということですが、それ以外にもこういうこと、ああいうこと、できるんじゃないでしょうかというような御提案をいただければということだと思います。

では、さっき手を挙げておられた田中委員お願いします。

○田中（清）委員 まず、5つ取組を出されていたとすっかり忘れていまして済みませんでした。

3-2の中の取組で、1、2、5というのは、やはり事業者側としては国とも一緒にやっているようなところなんですけれども、そこと都のやることというのはどういうふうに区別していく、あるいはプラスオンさせてやっていくのかということが1点です。

それから、「取組3」のところは、さっき清水さんがおっしゃったような点で、例えば都が夏休みに企画しているような小学生向けのイベントの1こまを使うとか、夏休みだともう入っていますから、冬休みとかということであれば何かできるものもあるのかなと思うので、そういった意味でやはりお子さんを使ってというところと恐縮ですけれども、そういうことは知恵で何かできるんじゃないかと思います。そのほうが、子供プラス親というような影響はあると思うんです。

4つ目ですけれども、まず二次流通の定義です。この中でも出ていたと思うんですけれども、食品を販売もしくは寄付をするということにプラスしてちゃんと消費してもらおうということが確約できないと、これは非常に危険性を秘めていると思うので、そこまで確

約したものでないとやはり前に進めないんじゃないかと思います。

それから、やはりこの取組はネガティブなイメージを持たれたらいけないと思うんです。余剰食品というような表現とか、いろいろな言葉がポジティブに捉えられるような言い方、省エネルギーとクールビズの違いみたいなもので、本家本元ですからそういうところも期待して、何か話題性になるようなものがあるんじゃないかと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。今、大きく3つの御質問だったと思うんですけれども、事務局から何か現時点でお答えできるものはございますか。

○藤井資源循環推進部計画課長 ありがとうございます。いただいた意見はしっかり踏まえてやっていきたいと思っていますけれども、国のほうとの関係というところで若干お答えさせていただきますと、既に製・配・販で様々な取組が国を中心に動いていることも承知しているところでございますので、何かその上に東京都が狙っていくということではなくて、国でのこれまでの検討の取組を踏まえながら、また今回このパートナーシップ会議に消費者の皆様も加わっていただいていますので、そういう意味では広報とか、そういった観点でもプラスで何かできるのかということを考えているところですので、東京都らしい特殊な取組を皆さんにお願いするというよりは、これまでの積み上げの中で、また消費者の方にも様々そこに加わっていただくという中で何かできないかと考えているところですので、ぜひよろしくお願ひしたいと思います。

○渡辺座長 では、辰巳委員お願ひします。

○辰巳委員 ありがとうございます。3-2の資料の「取組1」というのは、私もずっと昔からこういうお話を聞いていたような、例えば日配品でお弁当みたいなものだったらお天候の様子を見ながら調整するとか、そういうお話はもう全くビジネスでやっておられると思っていたんです。だから、逆に言うとそういうふうにごく進んで取り組んでおられるような事例などは多分、力のある事業者がやっておられるのかもしれないと思いますので、それを広げるという意味では、そのあたりのノウハウなどがもう少しわかるといいなとちょっと思ったんです。

例えば、この土曜日もすごい雨が降ったのでいろいろなイベントが中止になって、恐らくそういう中で、大騒ぎで皆さんこういうことをなさったんじゃないかとちょっと思いますもので、そういうのを私はわからないけれどもわかる方に出していただいて、こんな効果があつてこういうふうにごく非常に良かったというものが事例としてわかるといいとすごく思いました。

それで、当然ですけれども、消費者の取組のところは、目に見えれば消費者は必ず反応する。特に、もったいないという発想からは反応すると思いますもので、今回どういうふうに進むかはちょっとわかりませんが、お店のメニューなどにちゃんと書いてくださって、これを選べば食品ロスに貢献できるとか、すごくわかりやすくメニューとかに書いてくださったりすると、結構反応をちゃんとしてくださるんじゃないかというふうには期待します。

SNSの話がちょっとあつて、やはりこのあたりはついていける人とついていけない人と、高齢化が進んでおりますものでそこら辺もあります。教育という意味ではついていける人たちを対象にちゃんとやっていくということも有効だと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。今の「取組1」のサプライチェーンのお話は、参考資料1の御紹介というのをどこかでやられる予定ですね。ICTを用いた情報共有の実証実験ですが。

○藤井資源循環推進部計画課長 それでは、参考資料1をお手元の端末で開かせていただきました。本年度取組もうとしているもののイメージでございます。

まず、メーカーから商品が卸を通していく中で日配品のようなもの、消費期限の短いものであれば受注生産では間に合わないということで見込み生産をされているというところがございます。

それに関して、実証事業のイメージといたしましては、需要予測の会社を中心に、そこに小売での売り上げや在庫の状況などの情報を提供していただきまして、天候やイベントの動向などの様々な外的要因を加えて需要予測を行い、メーカーのほうに卸を通じて発注という形をとる。そうした疑似的な受注生産と書きましたけれども、ある程度の精緻な予測をした上で納品をしていただくと、比較的需要に対する供給、それにマッチした供給ということが実現できるのではないかとございまして、できるだけ正確な需要予測を行い、その情報を卸さんを通じての発注という形で一本化して最適な生産に結びつけ、メーカーの段階での食品ロス削減をやっていけるような実証事業ということで、今後公募して取り組んでいけたらと思っております。

事務局のほうでは、こういったイメージを今年度取組みたいと思っておりますけれども、三菱食品さんからこの会議でもこれまでの様々な取組のところ御紹介いただいた資料を頂戴いたしておりますし、様々な先駆的な取組があるかと思っておりますので、この場でも御紹介いただくと大変ありがたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○渡辺座長 ありがとうございます。

清水委員、よろしければ御紹介いただければと思います。

○清水（俊）委員 三菱食品の清水です。製・配・販の配・販の取組ということで、情報共有の在庫適正化というところで今、取組をさせていただいております。

今、卸のほうはお得意先の特売情報ですね。これは、非常にリードタイムが短いということもあって、大体見込みの数量で発注をメーカーさんのほうにするという形になっております。その見込み数量は、天候であったり、いろいろな要因で欠品だとか過剰在庫が発生してしまうということで、今は個別の取組としてお得意先から個店別のデータを提供いただいて、それに発注と在庫をあわせて管理をして発注と在庫のコントロールをしているという形になります。

これに基づいて、メーカーさんのほうの発注を前週の実績であったり、月の実績であったり、あとは前年特売をやったときの実績、この辺をあわせて全て連携をさせて需要予測を立てているという形になります。

これをやることによって、三菱食品側の在庫の減少であったり、あとはメーカーさんへの返品削減が今、図られているところがございます。

簡単ですが、以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。今回の実証実験の目玉としては、需要予測会社をひとつかませ、その予測のシステムに基づいて現状のやりとりをより精度を上げるというんでしょうか、需要予測の精度を上げるというような取組が想定されていると聞いており

ます。気象協会さんの気象データに基づいてなどというのは一番よく聞く話なんですけれども、今回はどういう形になるのか、これからも公募をかけるということだそうです。

このあたり、北村委員はいかがですか。一番お得意な分野だと思うんですけども。

○北村委員 前回済みませんが、欠席をさせていただきました。

ちょっと具体的な例になるかもしれませんが、この東京の暑さも既に逆ですね。例えば飲料でありますと、より足りなくなってきたという状況もあって、ではこの酷暑を予測できたかという、これはできなかった。

さらにいうと、物の問題ではなくて、今はどちらかという物流ですね。車の問題も含めて、物があるけれども運べないという問題も出てきているというのが実態だと思っています。需要予測というのが未来に対する予測だとすると、どんどん環境が変わっている中で、本当にその予測が正しいかどうかというのはすごく難しい問題だと思います。

2020年のオリンピックで同じような酷暑があったとき、トラックがそのまま本当に日常のように運べるかも含めて、いろいろな意味で考えないといけないと思っています。

済みません。少し論点がずれたかもしれませんが、やはり一番効果があるものをきちんとやっていくということが需要予測にもプラスになると考えています。具体的に申し上げますと、ちょっと繰り返し申し上げますけれども、「取組2」の納品期限の見直し、ここをしっかりと強いメッセージですべきではないかと思っています。

家庭における保存期間が比較的短い食品というのは、あくまでも決めるのはお客様ですから、これを言い切ってしまうのはどうなのかなと思います。逆に清涼飲料水で水の保存を家にしておいてくださいというメッセージを流している中で、ちょっとこの文面はどうかと思いますけれども、もともと第3回の議論にあったとおり、賞味期限が長い加工食品の一部はルールを2分の1までにするというのを都のほうから強いメッセージを出すということが重要ではないかと思います。いわゆる今までの環境の仕組み、今まで決まっていたルールを変えた上で需要予測をする。これが、やはり一番有効で効果があるのではないかと思います。

ちょっと答えになっていませんけれども、需要予測というのは非常に難しいというのがあって、なくなるか、残るかというのは、間があるというのは非常にないというのが今、現実です。

ただ、日進月歩進んでいる需要予測を有効に活用していくというのは本当に必要なことだと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。賞味期限の長い食品については、需要予測でできることというのは相当限られているというか、長期的な予測ですから、夏の気候がどう変動するかというシーズンごとの予測みたいなもので、なかなか当たらない。それは、この「取組2」の納品期限の見直しと組み合わせながら考えるべきものであって、「取組1」についてはもうちょっと賞味期限の短い、あるいは消費期限の世界の食品、日配品のようなものを対象にすると、より有効に短期的な気候の変動みたいなものを予測しながら需要予測につなげていくということになるのか。そういう対象によってやり方が違うのかなということだと思います。ほかにいかがですか。

中田委員、どうぞ。

○中田委員 全清飲の中田でございます。おくれたの参加、申しわけございませんでした。

今、北村委員からもお話がございましたけれども、飲料の話になりますが、需給の精度については非常に困難な問題ということの認識は共通でございます。おっしゃったとおりです。今、目の前の状況を見ればまさにそのとおり、こういうことでございますが、非常に難しいのですが、今回の御提案のこの内容のことをやっていくのは、現状よりも少しでもプラス材料をみつけるという視点ではやはり意義深いところになるのではないかと感想として思っております。

ただ、絵としては先ほどお示しいただいたとおりのものになると思うんですが、その情報のリードタイムなり、情報開示レベルなり、その辺のところはちょっと詰めていく必要があるのかなということは感じるところでございます。

それ以外にも大きな要因として気象、気候情報というのがあるんですが、これも以前ちょっと申し上げたことがあります。気象庁さんとの取組も今までやってきまして、本年もやるということになりました。

ただ、ここの気象予測スパンが2週間で、2週間予報については広報的にも気象庁が出されたように、非常に精度の高い情報を出されるということになりましたが、できれば最低でも1カ月とか、さらにできればもっとということを目指してございまして、やはり製造とか物流の早い段階での在庫レベルまでいくと、そういった気象情報をもとに卸さん、小売さんとのいろいろな情報共有をした中で、より精度の高いものができていくのかなと思います。

ただ、これでも完璧はなかなかないので、現状よりも一歩でも二歩でもよくなるという視点でやっていけるのではないかと思います。

それともう一点、納品期限の見直しということで2番目に書かれているところがあるかと思えます。納品期限の見直しについてはぜひとも御推進をお願いしたいところですが、その前に飲料の事業者として賞味期限延長を含めた年月等の表示化の推進というところがまず私たちのやらなければいけないことというふうに認識しております。

全清飲でも、それを進めてきました。賞味期限1年以上のものにつきましては、全清飲加盟者の9割ぐらいは年月表示に変わっている、あるいは変えていっている最中というところまでできています。それで、1年未満のものについてもこの取組を始めていっているということになっております。

といいますのも、これをワーキングチームをつくってどんどん推進をやるということで、大手7社中心にやってまいりました。大手7社が進むと全体に構成比が高くなるというところは御承知おきのとおりに思いますが、それを進めていく中、今度はそうではなくて全清飲以外の方々の会員さんにも参画をしていただくということで、実は勉強会みたいな形を開いて、大手が成功事例をいろいろつくってききましたので、要はこうやったらうまくいく、あるいはこうやったら会社としてメリットが具体的に生まれるというようなことを上位の成功した各社から今までやられていない、これからやろうとしている会員各社さんに情報開示をしていただいて勉強会をした。

勉強会には十何社の会社さん、会員さんが入られまして、構成比の非常に高いところまで皆さん取り組むということになりましたので、実は全清飲としても年月等表示について取り組んでいきますというガイドラインを今度公にすることにしました。秋以降ということ、全体としても取組をさらに推進をしていく。それで、その対象商品と幅を広げ

ていくということを進めてまいります。これは、御報告までということでございます。

あわせて小売の流通さんにもお願いはしっかりとしていこうと思っておりますので、御協力のほどよろしくお願いいたします。

○渡辺座長 ありがとうございます。後半のお話は、納品期限の見直しというものと、メーカーさんサイドでの賞味期限の延長と年月表示化というのはセットで、3つが実施されることによって、より相乗効果が上がるというお話だったと思います。

1つ伺いたいんですけども、賞味期限延長とか年月表示化というのは品質に当然影響がないような形でやられていて、消費者に対してもすごく配慮しながらやっているというふうに聞くんですが、ただ、なかなか消費者の理解が得られにくい部分もあるのではないかと。賞味期限延長をしたというのが、単に今までと同じものを延ばしただけで安易な方法なんじゃないとか、極端な意見としてはそんな意見があったりするかと思うんですけども、その辺の消費者さんの理解を得るような努力というのはどんな形で行われていますか。

○中田委員 賞味期限延長については、正直言ってできているものと、できていないものがあります。

できていないものについては、それが短い中でどういう形で回していくかということをやっております。

できているものに関しては、当然のことながら各社ごと、それぞれブランドごと、商品ごとに基準値というものを物理的に持っておりますので、それをこの期限以内だったら大丈夫とやっていたものを、さらにここまで延ばしたときに大丈夫かということで問題がなければ、実証実験を具体的にやってみて問題がなければ、当然のことながら品質は担保されているということでやっていますし、それで問題がある場合は何らかの処方の変更みたいな形で対応されているケースも中にはあるかと思っておりますので、当然のことながらメーカーが消費者の方に御理解をどこまでどうしていただくかという方法については非常に難しい問題だと思っておりますが、それを世の中に出した以上は責任を持ってやっていくということで解決していくことが根本かと考えております。

○渡辺座長 ありがとうございます。

辰巳委員、お願いします。

○辰巳委員 私はまさにそのお話で、なぜこういうふうにならなくなったんだろうと気がついてる人も、表示をきちんと見ているか、見ていないかは別にして、見ている方では気づいている方もいると思うんですけども、そういうときにこれはこういう価値があるんだということをやはり伝えていかなければいけないと思っておりますもので、「取組2」のところに、これは事業者の取組でももちろんそういうふうに進められていくんですけども、消費者に効果を知らせる。

消費者の方は、逆に消費者の取組としてその効果を早く認知した人はちゃんと広めて、自分の友人とか何でもいいですけども、これはこういうことだよと伝えていくとか、そういう消費者の取組も、一方的に事業者だけじゃなくてここへ加えてもいいような気がします。

1番に関しても、グッドプラクティスがあれば、これはこういうことでこういう効果があるんだというようなことを知らせていくことで広がると思うので、事業者だけじゃない

ような気がしました。

○渡辺座長 ありがとうございます。消費者の中でも、インフルエンサーみたいな影響力のある人が発信することによって、広く広がっていく可能性もあるのではないかということかと思います。ほかはいかがですか。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 サプライチェーンにおける情報の共有化ということで資料3-2でお示しいただいて、清水委員や北村委員からいろいろと御意見をいただいたんですけども、私もサプライチェーンマネジメントを担当する部署にかつていた時期がありまして、そのときSCMの失敗というのは2つ出てくるんですね。

1つ目の失敗は、欠品です。つくる量が足りなくて、お客様の需要についていけなくなって欠品してしまう。この中には、北村委員が先ほどお話しいただいた車が確保できなくてお届けできなかったこともありますし、原材料が足りなくて結局つくれなかったこともありますし、それから日産可能数量、1日で何ケース生産できるか。これは、物によって全然違うんですね。

効率のいいものは1日あれば山のようにつくれるんですけども、効率の悪い商品、例えば手詰めでやらなければいけないとか、そういう日産の効率の悪い商品についてはとても作りだめをするのに時間がかかるので、結局お客様が欲しいというふうにおっしゃっていただいたタイミングでも生産が間に合わなくて、ひどい場合にはそのまま終売してしまうということも、例えば当社でいうとムースポッキーとか、かつて随分売れ行きが爆発しまして供給に追いつくことができなくて、発売後わずか1日で終売を決定せざるを得ないというような情けない状態にもなってしまったことがあります。そういった形で、SCMの失敗はまず欠品という1つ目の大失敗を巻き起こす。

2つ目の失敗は、今回のテーマになっている余剰食品と呼ぶべきなのか、過剰在庫ですね。山のように作り過ぎてしまった。たっぷり在庫はある。だけど、お客様は全然買ってくれない、あるいはお店で扱っていただけないということで、結局大量に余ってしまった製品を処分しないといけない。豚の餌にするのか、焼かなければいけないのか。非常に生々しいですけども、苦しい判断をSCMの世界ではしなければいけない。

では、この2つの非常に大きな欠品か、非常に大きな過剰在庫をどういうタイミングでメーカーとしてはやってしまうのかということ、大体1つ目は清水委員のほうから御指摘いただいた特売の前後ですね。

この特売にも、私たちのメーカーの目から見ると2つありまして、1つは本部送り込みと呼ばれる数カ月前から何万ケース、全国のお店さんに送り込みますよということで数字をフィックスいただいているケースの特売というのがあるんです。これはとてもわかりやすく、事前に準備ができますので、この場合にはその日にちまでに数量を生産してお届けをして無事に特売は終わるんですが、ただ、その場合だとお店側の事情によってこの商品を本部が決めてこれだけ送り込んできたけれども消化できないかもしれないとか、これでは足りないからもっと足したいかもしれないからということで、お店の事情によって少し変えるようなケースも出てくるんですね。

これの一番極まったやり方が、店吸い上げと私たちは呼んでいますけれども、各店舗が自由にこの特売が何月何日から何日まで入るから何ケース欲しいですかというようなこと

を自由に本部に言って、本部のほうは各店から吸い上がったその数字を各店に対して送り込む。このタイプの特売だと、これがメーカーから見るととても難しく、一体幾つ商品を生産して御用意したらいいのかというのがわからないんですね。ですので、この吸い上げの後の在庫というのは、欠品しているか、過剰在庫になっているかということが多いのが実際のところかと思えます。

特売がまず1つ目のSCMの失敗を巻き起こす起因で、あと2つあるかなと思っていて、2つ目は新商品です。これから秋の新作チョコレートの時期を迎えますけれども、大昔は夏の間はお店側の空調の関係で随分気温が高くなるので、チョコレート類の発売をとめていた時期がかつてはあった。私どもが生まれる前かもしれませんけれども、あったというふうに聞いております。

それで、秋になって気温が涼しくなって秋の一斉出荷ということで、様々な種類のチョコレートが秋口になると発売されるのが、いまだに名残としては秋の一斉出荷というような形で残っているんですけども、このタイミングでどの商品がたくさん売れて、どの商品は余り売れないのかというのがやはり読みにくいですね。

例えば、つぶつぶいちごポッキーという商品がありますけれども、これと並行してつぶつぶレモンポッキーとか、つぶつぶメロンポッキーとか、つぶつぶサクランボポッキーを仮につくったとします。では、何ケースずつつくったらいいいのかというのはわからないんですね。ですので、何かは足りなくなるし、何かは余るし、こういう形でSCMの失敗というのは新商品の発売の前後で起きるのかなと思っています。

それからもう一つ、SCMの失敗をやらかす時期としましては長期休暇ですね。お盆とか、お正月とか、5月の連休とか、あとは今回みたいに台風が来たり、あるいは地震がきたりという災害の前後ですね。これもやはり物流が途絶えるんですけども、こうなると今までずっと毎週、毎週、1月、2月、3月、4月と十分にとれてきていた需要予測がびたっととまって、連休の間、1週間分まとめて納品しなければいけないとか、ちょっと時期的にずれる。長期休暇の前後に、やはり欠品か過剰在庫というのは起きてしまうんですね。

ですので、今回資料でいただいた、需要予測会社さんがかんでいただいているいろいろな実証事業のイメージをくださるというようなことなんですけれども、私たちとしては通常売り続けているポッキーとか、プリッツとか、ジャイアントカブリコといった商品は多分私たちの力でやっていけるのだろうと思うんです。

難しいのは、この店吸い上げと本部発注の特売のときにどういうふうになるかとか、あるいはこの新商品、このつぶつぶレモンポッキーというのは何人ぐらいの人がおいしいと言ったから何万ケースぐらい売れると思うよというようなアドバイスをもしこの需要予測会社がくれるならば本当に欲しいですね。

それと、長期休みのとき、このときは気温が何度ぐらいになるからどれぐらいの需要が要るかもねとか、これぐらい在庫を置いておかなければいけないかもねとか、そのあたりまで踏み込んだ需要予測会社の提案がいただけるのであればとてもありがたいと思っています。

通常どおり今までわかっているもの、通常どおり気温が高いからたくさん売れるだろう、気温が低いから余り売れないだろうというのは私たちでもできるので、そこのところをぜひお力添えをいただけると大変ありがたいなと思いつつ、このSCMの失敗については考え

ました。以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。余剰といいますか、売れ残りがどうして発生するのかという、その辺のメカニズムを詳しくお話しいただけたかと思います。ほかはいかがですか。

金丸委員、お願いします。

○金丸委員 済みません。私も第3回を欠席したもので、今、皆さんのお話を聞きながら追いついていたところなんですけれども、1つ納品期限のところなのですが、チェーン協として考えれば、現状、国の実証事業のほうに参加をさせていただいている会社が幾つかあるかと思しますので、そことの連携は必要だと思っています。今年そういった取組を推進するということですね。

ただ、その次の段階については、まだ実際の効果検証ができていないとは私自身は認識していないんです。物によってもいろいろ考え方がありますので、その確認をお願いしたいと思っています。

それから、年月表示については飲料だけではなくて既に加工食品についても進んでおりますし、私どももプライベートブランドで一部進めてきているところなので、それをどうやってお客様にうまく伝えていくか、ですね。

それぞれの食品についてはその月末までの品質確認は必ずされていると思います。感覚的にはお客様も1年以上のものに対して日付までは余りに気にされていないという印象も持っておりますので、年月日から年月に変えたというところに対してはスムーズに移行されているという印象も持っております。以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。前半御指摘いただいた、国がやっている、農水省などがやっている納品期限見直し等の商慣行関係ですね。そことの連携、あるいは関係の整理というのか、そのあたりはぜひ事務局としてお願いしたいと思っています。私も関係はしているので、人ごとみたいに言っていますけれども、ぜひ連携していくようにしていきたいと思っています。

それでは、まだ御意見はありますかと思いますが、時間も押しているといえますか、かなり議論が活発になってきましたので、次の説明をいただきながら、また行きつ戻りつ御意見をいただければと思いますので、平成29年度に都が実施した小売店舗における調査について、資料3-3の説明をお願いいたします。

○藤井資源循環推進部計画課長 これは昨年度、生活協同組合、コープみらいさんに御協力いただきまして、都内の4店舗で実際に小売店を出てくる廃棄物の実態を調査させていただいたものでございます。

今年の3月22日～28日までの連続7日間でございます。傾向が偏らないようにということで、連続で取らせていただきました。

それで、上の円グラフが実際に廃棄されたもの、店頭で不要となって店頭から出てきたものということでございますが、左側が重量比、右側が容積比という形になってございます。重量、容積、ほぼ同じような傾向でございます。32%程度が未利用食品ということで、いわゆるこの部分が食品ロスということになります。

その内訳が下にございますけれども、生鮮食品（肉・魚・卵）が13%、さらには野菜、果物が62.8%ということで、ここら辺のいわゆる日配品対策等も狙っていかなければいけ

ないかということでございます。

そこに次ぐものとして、パン・御飯、弁当・惣菜とありまして、比較的賞味期限の長い加工食品に関しましてはおおよそ7～8%程度という形での結果となっているところでございます。

昨年度実施した調査結果を報告させていただきました。

○渡辺座長 ありがとうございます。これは、三田委員は直接関与されてはいないですか。何かコメントなどありますか。いきなり振って申しわけないです。

○三田委員 関与しておりません。

○渡辺座長 これが店頭の実態、実感ということですね。

○三田委員 見ていただいたとおりでと思います。

○渡辺座長 金丸委員、お願いします。

○金丸委員 コープみらいさんの販売の方法を教えてくださいまして質問ですが、販売者はどちらもそうだと思いますが、売り切るといことが営業的には非常に強く言われていると思います。その中で特に日の早いものとか、あるいはそうでないものに関して、売り切するためには一定の期間を見ながら、価格の見直しもしながら、お客様に提供するという方法もとっていますが、コープみらいさんでもそれはやられているのでしょうか。

○渡辺座長 お願いいたします。

○三田委員 私どもも来店客数というか、どのタイミングで来るかにもよるので、全店舗共通ではもちろんないですけども、時間だとか、あるいは賞味期限の3分の2を経過したのものについては例えばマークダウンするとか、それについてはやらせていただいているので、同じだと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。何か違和感があったというわけではないんですね。確認ということですか。

○金丸委員 こちらの中身について、お弁当とか、惣菜とか、晩御飯とかどのぐらい、弊社の数字が頭の中に入っていないんですが、いわば私どもISOの全社共通目標としては、食品の売価変更を低く抑えるということで売り切るとい努力をしています。そういう見直しのタイミングはされていないのかどうかを質問しました。

○渡辺座長 ありがとうございます。食品の店頭からの廃棄というのは、赤津委員も小売りの店頭にかかわられていらっしゃると思いますけれども、ご覧いただいて何か御感想なり御意見なりございますでしょうか。

○赤津委員 当社の場合ですと、売り切りに関してはやはり力強くやっていかないと利益が出ませんのでやっていますけれども、この構成比で見させていただくと、私どもの場合は地場スーパーですと惣菜とか、そういったもののほうが若干構成比が大きくなるかと思えます。惣菜化等々にできる肉、魚に関して減らせられるか。野菜・果物に関しては次の使い道というのはなかなか難しいので、ここの構成比は高くなってくるのかなというふうには考えております。

ただ、やはり飲料、調味料、菓子類、構成比はわからないんですけども、かなり全体から見るとこの割合というのは小さいんじゃないかと思えますので、近似値になっているんじゃないかと思えます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

事務局からお願いいたします。

○藤井資源循環推進部計画課長 調査に当たりまして、本当に生活協同組合コープみらいさんには多大なる御配慮をいただきまして本当に助かっているんですけども、実際に今回コープみらいさんに御協力いただいてこういう形で調査できましたので、コープみらいさんの状況がどうか、特定の事業者がどうというつもりで考えてしまうと申しわけないかなと思うところでございます。

できれば様々な形で小売店さんでこういう形の測定をされて、食品ロスの実態はどうなっているのかということを広く消費者の皆さんに伝えていただけたらやっただけると非常にありがたいと思っております。

今回は御協力をいただきまして、事務局としては感謝しているところでございます。ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。私も、ちょっと変な質問をしてしまって申しわけありませんでした。

三田委員お願いします。

○三田委員 どういうデータでとったのか、私もちょっとわからないんですけども、金額ベースと重量ベースで多分違ってくるんだと思います。

金額ベースでいくと、グロッサリー類はこんなに高くないです。日配のほうが金額ベースで4%ぐらいで、グロッサリーでいくとお菓子類などは典型的で0.9%、多分1ぐらいだと思います。余り言っちゃうと合っているかどうかわからなくなりますけれども、重量ベースと金額ベースだと多分、取り方が違うのかなということは思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。これは当日量ったので、乾燥させたりはしていませんよね。重量もかなり変わりますよね。

○藤井資源循環推進部計画課長 これは、都内のリサイクル工場のほうに運んだ段階で、そこで荷を開けて重量を量ったということでございますので、若干、水分の関係とかで変動があるかと思っております。

○渡辺座長 いずれにしても、食品ロスをどう削減するかということでいろいろな文献を見ますと、まずにやることは計測することだというのがよく出ていますので、小売店さんでこういうような努力をされているということを消費者の側が認識いただくと同時に、小売店の方々、メーカーさん、卸さんもこういった計測することの努力を継続的に行っていただくことがこの会議でのメッセージだというふうに御理解いただければと思います。

では、続きまして、議題4について事務局から説明をお願いいたします。外食の話になります。

○藤井資源循環推進部計画課長 ありがとうございます。

それでは、新しい議題として外食の話でございます。まず、本日、外食の新たな委員の方に加わっていただいておりますけれども、その前の段階といたしまして、東京都における食品ロスの発生状況を簡単におさらいさせていただければと思っております。

まず、図の3-1の上でございます。食品リサイクル法に基づく報告でいけば、食品製造業、食品卸業、食品小売業、外食産業という内訳のところでございますけれども、約28.5%という形で3割弱を占めているということで、比較的大きな割合を占めているものでございます。これは、全国でございます。

それで、東京都の推計値、24年度の実態でいえば、やはり全国値に比べまして食品の外の円が食品廃棄物全体で、内の円が食品ロスに限った数でございますけれども、外食が最も大きな割合を占めているということでございます。

産業別で見ましても、全東京都内の68万事業所のうち食品関係が2割を占めてございますけれども、その内訳でも飲食サービス業をされている方が67.5%ということで、かなり東京都内における主要な産業であることは間違いないので、そうした形で外食の方にしっかき今回、外食を通じて、消費者の方も含めてなんですけれども、食品ロス対策ということをしっかきやる意義があるかということで、まず全体を紹介させていただきました。

○渡辺座長　そういうことで、今年度は外食について取り上げるということで、今回より冒頭御紹介いただきましたように外食の委員の方に加わっていただきました。日本フードサービス協会の環境委員も務めていらっしゃる吉野家グループホールディングスの関口委員です。外食産業における対策の実態を知るために、まず吉野家さんで食品ロスへの取組について御紹介いただきたいと思っております。

関口委員、よろしくお願ひいたします。

○関口委員　では、改めましてよろしくお願ひします。

まず、私どもの会社のことから御紹介させていただきたいと思っております。

こちらのページに、まず企業理念としまして「For the People」ということで、私たちの企業活動の目的というものは、それにかかわりある全ての人々が幸せに暮らせるために企業活動をしようということを経営理念としてやらせていただいております。

まず、会社の概要としましては全国で昨年の売上が2,000億にちょっと欠ける程度で、そのような規模の飲食グループです。

主なブランドとしましては、牛丼を販売している「吉野家」、セルフうどんをやらせていただいている「はなまる」、あとはステーキ、しゃぶしゃぶというような業態を展開している「アークミール」です。

持ち帰りずしや回転ずしを中心にした「すし」を販売している「京樽」、あとは海外であったり、その他ラーメンチェーン、チャーハン等々ということをやっております。

外食産業と一言でくくりましても、個人の経営者、一店舗でやっているところから、私どものように製造工場まで持っているチェーンという部分で、かなり内容も異なってくるかと思っております。

また、中にはわかりやすくいうと売れば売るほど食品廃棄物が出る。例えばコンビニさんなどでもそうですけれども、コーヒー豆というのはそれを使った後はかすになって食品廃棄物という扱いになる。売り上げが上がれば上がるほど、そういうような食品廃棄物が増えるという業態も中にはありまして、一概に食品廃棄物といっても各社、個人経営のお店からチェーンのところに関して扱い方というのが大きく異なってくるということをまず皆様に御理解いただきたいと思っております。

その中で、私ども吉野家ホールディングスとしての取組を少し御紹介させていただきます。まず、私ども吉野家としましては外食企業初となりますが、昨年エコマークの認定をいただきました。企業理念にあるように、全ての人々が幸せになれるようにということで、環境に関しても積極的に取組をさせていただいております。環境といいましても、エネルギーを使う量を減らすということと、企業活動の後の廃棄物を減らすということと両方あ

ろうかと思いますが、まずその入り口のところのエネルギーを減らすという部分では、このような活動を通してエコマークの認証ということで御評価いただいている。

あとは、出口のところの廃棄物を減らすという部分では、2000年に私どもはISOの14001を取得して環境保全に対するような活動の取組をさせていただいています。その中で、ごみを減らすという部分で、まず初歩的な全店でごみを量りましょうというところから始めまして、何が無駄なのだろうという部分での取組ということで、御家庭ではよくやられる家計簿をつけるということと同じかと思うのですが、そういうような取組の中でまず無駄を把握しようということです。それで、今度はその次の段階で、ではそれを発生させないためにどうしようというようなことを繰り返し活動するというような形でやらせていただいております。

具体的にはということで、これは吉野家だけでなくほかのはなまるであったり、京樽であったりというような業態もそうなのですが、まずごみを量りましょうということでごみを量るということを始めました。

そのほかにも、天ぷら油を使うような業態では、その油のリサイクルということで活動をしています。その中には、地域の教育機関と連携しまして、天ぷら油からろうそくをつくるというような、食育の外側の部分には当たるかもしれませんが、そういうような活動でやってきたり、あとは生ごみ処理機というものを導入して生ごみ自体を減らす。これは、工場を持っているからできるという部分もありますけれども、そういうような活動でごみを減らすということと、容器を含めたリサイクル、リユース、減量化という部分の取組もやってきております。

あとは製造部分のほうの話になりますが、食品の製造過程の中で出てくる野菜の外葉であったり、うどんをつくったときのうどんのリサイクル、製品にできないようなものについてもリサイクル施設を使った活動というのをやっています。工場のように大量にそういうものが出てくるところについては、リサイクル施設まで持ち込むということもできるのですが、現場の店舗、飲食店の段階でいきますと、一店舗当たりの出る生ごみの量というのは非常に少なく、施設までが遠いということでリサイクルしづらい環境があるということも現状かと思っております。

あとは、その立地環境にもよるのですが、私ども吉野家の工場のそばには動物園がありまして、そちらのほうに餌として提供させていただいたり、これは立地的な部分でできる、できないということがありまして、たまたまできたという部分ではありますが、そういうような形で活用させていただいております。

そのほかにも、リサイクルという部分では食べ物以外のところもやらせていただいたり、先ほど言ったような省エネの取組についても少し紹介をさせていただいております。

「食べ物を無駄にしない仕組み」ということで、これはブランド各社それぞれ同じような思いで、私たちは限りある資源を使ってお客様に提供していく中で、最大限食材を活用しようということを理念に基づいていろいろなことに取り組ませていただいております。

最後のページになりますが、こちらについては環境負荷を軽減するとか、容器包装ダイエット宣言に参加するというような活動もあわせてやらせていただいております。

このような形で、私ども外食の中で取組をさせていただいておりますが、一言で外食といっても先ほど少しお話しさせていただいたように、食品ロスにつながる過程でいくと、最

初のお店に食材がくるまでに発生するロスの部分があって、今度はお店に食材がついてからお客様に提供するまでに出てくる調理くずであったり、もっといえば先ほど来問題になっている期限の問題で、お店には納品したけれども提供する前に期限を迎えてしまったという部分の食品ロス問題であったり、先ほど少しお話しをしたような調理過程で出てくるコーヒーの豆かすであったり、天ぷら油のような調理上出てくる食品廃棄物、最後にはお客様に提供した後、食べ残しで出てくる食べ残しの部分というように、食品廃棄物の中にもいろいろな過程で出てくるものがあります。

ですから、どこをどうなくしていくのかというのが、それぞれいろいろな業態によってできることとできないことの違いがあると思いますので、そのあたりを少し整理しながら全体で何か取り組めればというような形で思っております。

簡単ではございますが、私から外食産業の現状ということでお話をさせていただきました。

また、昨年になりますが、フードサービス協会としまして、食品ロスをなくそうということで、協会としてマニュアルをつくって、そちらを協会加盟の企業に配布をして、どのような取組をすれば食品ロスを減らせるのかというようなことを周知しながら啓蒙活動を行っているというのが現状の協会としての取組になります。以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。関口委員への御質問もあろうかと思っておりますけれども、議題4ということでまとめて質問時間を後ほど設けさせていただきますので、まずは次の資料4-3の説明を事務局からお願いいたします。

○藤井資源循環推進部計画課長 それでは、4-3を開かせていただきました。

先ほど、コープみらいさんの御協力をいただいた昨年度の食品ロス実測調査に続きまして、今年度は外食店舗における調査を実施しようかと思っております。

調査概要といたしましては、一般社団法人日本フードサービス協会さんの御協力をいただきまして、20店舗ほど対象とした調査を実施いたします。8月に入札を行う予定でございます。店舗との調整をさせていただきまして、先ほど外食部会を設置させていただくという話を御提案させていただきましたが、そちらに調査結果の内容等報告をしたいと思っております。先ほどのコープみらいさんの小売店舗と同様に、連続した7営業日間、毎日店舗で発生する調査検体を収集いたしまして、可食部と不可食部に分けて計量を行うというものでございます。状況に応じて、またヒアリング等もさせていただくというふうに考えてございます。よろしく申し上げます。

○渡辺座長 ありがとうございます。今のは、資料4-3で実測調査を実施するということです。

続きまして、資料4-4で本会議の設置要綱の第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」という、この文言に基づきまして資料4-5、外食部会を設置しますということになります。部会の委員のメンバーのリストがここに書かれているかと思っておりますけれども、この12人の方々が外食部会という形で今後2回程度、部会を開く形になるということでもあります。

まず、この外食部会を設置したいということで御了解いただきたいということです。部会の委員になられる委員の皆様、どうぞよろしく申し上げます。そういうことで、この部会を設置するということを含めて議題4、先ほどの関口委員の御説明も含めて御意見、

御質問のある方、お願いいたします。

では、田中委員お願いします。

○田中（清）委員 今の関口さんのお話、それから先ほどのコープみらいさんの話にもつながるのですが、食品ロスとして幾ら出たという話をしなければいけないのですが、ただ、膨大な数量の食材をいろいろ処理した中で、恐らくその中のパーセンテージとしてはすごく少ないと思うのですね。やっていることは、要するにそうやってすごく努力をしているのだけれども、もっとチャレンジングなことをするのだということで伝えていかないと、何か無駄遣いをしているような感覚で捉えられるのは本意ではないと思うので、そこら辺の伝え方、見せ方というのはあるのではないかと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。

金丸委員、お願いします。

○金丸委員 変な質問をしてしまって申しわけありませんでしたが、私もそれが趣旨ではなく、個別に数字が出てしまうとそこだけがクローズアップされてしまう気がして、その扱い方を注意しなければいけないと思います。まだ食べられるのにこんなというようなところだけがパーセントで、どこかの小売の例という形で出るとよくないのではないかと考えています。

そのために質問をしたのですが、うまく伝わらなくて申しわけなかったです。コープみらいさんの考え方とか、小売はみんないろんな形で売り切るための努力をしているので、多分飲食店もみなそうだと思います。数字の取り扱いについては慎重にしないといけないと思っています。

○渡辺座長 ありがとうございます。例えば、先ほどの資料3-3で個別の企業名というか、協同組合の名前が出ていて、コープみらいさんの名前が出ていますけれども、こういうのも慎重な扱いがもしかしたら必要かもしれないですね。

○松永資源循環推進部長 この会議は公開のものですから、一応これはこれとして出させていただきますけれども、最終的に先ほど申し上げました骨子案の作成等につきましては配慮させていただきたいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。ほかに、外食に絡めて御意見、御質問等ございますでしょうか。

小林委員、お願いします。

○小林委員 今のお話の補足になるかどうかわかりませんが、やはり田中委員がおっしゃったように数字がひとり歩きするということは多分にあるかと思っています。

そのときに、外食は私はすごく危険だというか、慎重にやる必要があると思っているのが、小売さんだと売れるか、売れないかというのはすごく消費者の判断ということで、ある種押しつけられるというか、そこで割とはっきりするのですが、外食というのはその上でさらに食べる、食べないという判断があって、私は日本的な食文化の部分をかなりインクルードしていかないと正確な議論はできないと思っています。

要するに、何を言いたいかという、例えばお刺身のつまを食べるかどうかというようなところはある程度のコンセンサスを持っておかないと、物すごい食べ残しが出るよね、それはつまだったよねと、これをどう考えるかという議論は日本でなかなか成熟していないというところがあって、環境問題に余り突っ走ってしまうとそこが業種間のある種の反

発というか、あそこばかり大変だとか、あそこばかり得しているとか、公平性に欠けるところもちょっとあると思うので、その辺は慎重にしなければいけない。

この場で言うのはあれですけれども、牛井チェーンさんなどだと紅ショウガがすごく残ったりすることがある。こういうものをどう考えるのかということもあるので、そこはやはり数字が変にひとり歩きしないようにということをちょっと思いました。以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。

関口委員、フードサービス協会の中でその辺は何か議論されているところはありますか。

○関口委員 今、御指摘いただいたような業態による廃棄物の発生というのが極端に違っていて、特に居酒屋業態などでいくと宴会があるか、ないかでごみの量というのが大きく変わる。

では、それはコントロールできるのかといわれると、はっきりいって私どもの中ではコントロールは厳しいというのが大半の意見なのですが、では我々としては何ができるのか。最低限、お金もかけずにできる部分でいくと、まずは量りましょうということで、量ってまず自分たちのごみの原因は何なんだ、どういうものが出ているのか。組成であったり、重量であったりを把握しながら、その中でできることは何かあるのか。実際の量を減らすというよりも、できることは何かということでの議論が今、中心になっております。

それで、目標といっても先ほど言ったような居酒屋チェーンの問題であるとか、コーヒーショップのように売り上げが上がればごみの量も必然的に増えるところなどでいくと、では量についても全体を通しての目標設定というのはなかなか厳しい。業態が余りにも違い過ぎるので、個別の目標で頑張るのが求めている本筋に近いんじゃないかということで、協会の中では今そのような議論の展開になっております。

○渡辺座長 すごく素朴な質問なんですけれども、調理過程から提供前に発生した廃棄物と、提供後に食べ残した廃棄物を分けて計測というのは可能なんですか。

○関口委員 実際問題、できる場所もありますけれども、なかなか厳しいというところも業態によってかなり違いはあります。同じような居酒屋業態でも、組織が比較的しっかりされているところはそういうところに踏み込んで取り組まれているのですが、なかなか個人経営のような居酒屋さんの場合ですとそこまでできないというのが現状です。

○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。

○藤井資源循環推進部計画課長 今の座長からのお問い合わせの補足でございますけれども、今、資料の4-3を開かせていただいておりますが、今年度外食の皆さんに御協力いただいて食品ロスの実態調査をやるに際しましては、2の4つ目の「○」に書きましたけれども、可食部と不可食部とに分けるとということと、あとは客席と厨房とに分けて何らかそういった把握ができないか。なかなか通常のオペレーションでは難しいところを、あえて今回御協力いただいてこういう形でやろうかと思っております。その得られた数字の取り扱いについては十分気をつけたいと思いますので、よろしくをお願いします。

○渡辺座長 ありがとうございます。

辰巳委員、お願いします。

○辰巳委員 例えば、お客様に牛井ならば御飯の量をちょっと少な目にしてくださいとか、お客様のニーズが反映できるようなことはやっておられるのかどうかということのも関係する

と思うんです。お客様との協力のもとに、そういうふうなこともぜひチェックできればいいなというか、見せていただきたいと思ったんですけれども。

○関口委員 私ども吉野屋の会社の例でいきますと、もともとの発祥が築地の魚市場の中でやっていた、来られるのはクローズマーケットで限られていたお客様が中心だったので、その当時は個人経営の店と同じで、お客様と従業員が顔なじみになっているので、一人一人のわがまを聞くというのが文化の中にあって、御飯の少な目がいいんだとか、たれを多くしてくれとか、肉を多くしてくれとか、いろいろな部分で御要望がありました。

その中でメニュー開発というのに進んでいまして、今、全体の中でいくと弊社の場合ですと「あたまの大盛り」というのが正式メニューにはなったんですけれども、もともと市場で働かれています方なので大盛りを中心に売っていたものが、今、言われたように御飯は少なくていいんだよという部分から、大盛りの御飯を少なくしたというのを社外の用語で「あたまの大盛り」といいます。

いわゆる裏メニューだったんですけれども、今、外食業界全体でそうなのですが、飲食を含めてお米の御飯を食べる量が減ってきているという部分で、では裏メニューではなく表メニューということで、御飯を減らしたメニューをオープンにしてやろうじゃないかというような取組もさせていただいています。

○渡辺座長 ありがとうございます。御飯の大盛りとか、少な目とかを認めるお店は大分増えてきていますよね。むしろケータリングのお弁当とかだと、こういう会議で出るお弁当も選べないかなと個人的に思うんですけれども、それはともかく、ほかにいかがでしょうか。

では、安東委員をお願いします。

○安東委員 いろいろお話を伺っていて、大変勉強になります。ありがとうございます。

お話を伺う中で、小売などの加工食品の部分と外食の部分で、それぞれ扱いたい食品ロスをどういうふうに定義づけているのかというのがだんだんわからなくなってきてしまったんですけれども、先ほどの資料4-3の可食、不可食部に分けて外食店さんでは計測をしますということだったのですが、この場合、例えば先ほど関口委員がおっしゃられたコーヒーのかすだとか、そういったものは不可食部として食品廃棄量としては計算するけれども、食品ロスには含めないという理解で合っていますでしょうか。

それから、小売店さんのほうに戻ってしまうんですけれども、資料3-3の「調査結果の概要」のところで、未利用食品・食べ残しというのがクローズアップされているのですが、そのほかの調理くず、これは多分お惣菜などをつくられたときのくずのことなのかと思ったんですけれども、この場合は食べられるものがあっても食品ロスとしては考えないということなのか。その辺が伺っていてわからなくなってきてしまったので、一回整理をしていただければと思いました。

○渡辺座長 ありがとうございます。非常に重要な問題だと思いますが、結構わかりづらい問題だと思うんですけれども、くずといっても人によって主観が違うんじゃないかというのがあるので、でも今回は事務局としてどういう定義のもとで進めるかをお願いします。

○藤井資源循環推進部計画課長 今、資料3-3が表示されていますが、調理くずというところはやはり仮に食べられるものであっても食品ロスではないカウントなのかなと理解して、未利用食品・食べ残しの部分に着目して食品ロスとして考えているところです。

それで、刺身のつまがどちらなのかという細かいところの議論は確かに重要でございますが、なかなかどういうふうに整理したらいいのかというところにはありますけれども、少なくとも例えば外食の皆さんであれば調理くずが結構出てくるという中で、正確に食品ロスがどの程度出てくるのかというところの分析が要るのではないかとということで、そこはできる限り緻密にやってミスリードにならないように配慮したいと思っています。

○渡辺座長 基本的に食べられる可食部分のロスというのが一番問題で、非可食部分は出ても仕方ない。でも、何が非可食かの定義は非常に難しいということなんだと思います。大体、そんな理解でよろしいですか。

では、清水委員からお願いします。

○清水（き）委員 4の外食を今年加えるということから、資料2の「今後の会議の進め方」に戻りますが、今年外食を取り入れるということでやるのが食品ロスの実態調査、実測調査だけのように見えます。キャンペーンは置いておいてですね。それだけではなくて、東京方式と言えるようなネタ集めというか、そのためにはいい事例をもう少し何か集めたいかがでしょうか。

先ほどの吉野家さんのご発表でも、様々な取組により減りましたよという例がありましたが、そういういろいろな企業さんのいい事例を集めて横展開するようなことですね。ただ単にごみを20店舗で調査しただけのところから何が後に言えるものにつながるんだろうというところちょっと苦しい感じがしますので、いい事例を集めるということをご希望したいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。その方向はどうでしょうか。

○藤井資源循環推進部計画課長 ありがとうございます。資料2の説明の仕方は私が適切でなかったのかもしれませんが、先ほど座長から外食部会の設置についていただきましたので、外食部会という形でやらせていただく中で、本日は吉野家さんから情報提供いただきました。

本日、御欠席のワタミの委員の方からも、さらなる取組ということでできたら発表していただければと思っていますけれども、そうした先進的な事例の中で横展開ということは確かに清水委員がおっしゃるような非常に重要でございます。そこに、消費者が単に食べ残さないというだけでどういことができるのか。例えば、メニューに写真が表示されているとイメージが湧くとか、カロリー表示があればどの程度食べた方がいいのかとか、そこら辺でお店側と消費者のお客様との中でうまくコミュニケーションができれば食品ロスを減らすことができるのではないかと、様々な視点があるかと思っていますので、そうしたものに取組んでいきたいと思っています。

あとは、来月から知事の小池のほうから先日、国際会議があった際に「チームもったいない」という取組が大事だという話がございまして、これから環境局といたしまして「チームもったいない」の取組をしっかりとっていききたいと思っています。その中で、消費者の皆様、事業者の皆様、様々なコミュニケーションをする中でどういった食品ロス、あとはごみを出さないといった取組ができるかということを経験局としても考えていきたいので、状況に応じてこの部会でも紹介させていただきながら御意見を賜ればと思っています。

決して実測調査だけの話ということで考えているわけではございませんので、どうぞそこから御理解いただければと思います。

○渡辺座長 冒頭にも、書いてあることは予算がついているけれども、書いていないことは予算がついていないというような話もありましたが、それとは別にしまして今、御指摘のようなことをぜひやっていくということだと御理解ください。外食部会にも御参加いただけるので、そこでぜひいろいろ御指摘いただければと思います。

では、辰巳委員をお願いします。

○辰巳委員 資料4-3の調査の中身についてもう少し知りたいと思います。「調査概要」で「会員企業の外食店舗20店ほど」と書いてある、この20店の店舗の外食の種別の違いというのはどういうふうに考えておられるのかということがまず1つ知りたいと思ったことです。

それから、チェーン店などの場合には、例えばキャベツを炒めるというときのキャベツをある工場ですべて廃棄部分は切り取ってしまって、店舗でするものだけが流通してきて、それが全部調理されるという仕組みになっているところが結構多いかと思っております。そうすると、店舗でするような廃棄物はほとんど出ない。逆に、工場というところで一括して何らかの形で処理されているという話を聞いたこともありますもので、お店の種類によって違いがあるかと思うんですけれども、そのあたりも少しバラエティーがあるといいなと思いました。

○渡辺座長 ありがとうございます。店舗の業態の違いであったり、あるいはセントラルキッチンのありなしのようなことだと思うんですけれども、そこら辺は調査設計として事務局として何か現段階でお考えのことはありますか。

○宇田資源循環推進部計画課統括課長代理 その点につきまして、今フードサービス協会さんとお話をさせていただいております。何分御協力がないとできないものですから、フードサービス協会さんのほうもこの分野は御関心があるということで、調査に御協力的です。それで、今、バランスよく調査できるように、ロードサイドとか、テナント系であるとか、選んでいただいております。今回の調査対象20店舗についてはうまくバランスのいいように御配慮いただいているところです。

それで、先ほど関口委員のほうから業界は様々なタイプがあるようにおっしゃっていたんですけれども、確かに辰巳委員がおっしゃったように工場でするような作業をするようなお店もあるようなお話は聞いております。ただ、今回はあくまでも店舗から出てくる部分の調査になるので、その業態の違いなどもヒアリング等を含めて少し状況を把握して、例えば今、辰巳委員がおっしゃったように工場でするような場合にはぐっと少ないということであれば、その状況が多分見えてくるので、その場合にはまた工場サイドのほうでの取組というのも確認していければというふうに捕捉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。工場の状況などはフードサービス協会さんでも把握されていらっしゃる部分もあると思いますので、適宜補足していただいて全体像が見えるような調査をしていただければと思います。

小林先生、お願いします。

○小林委員 加えてお願いなのですが、国の検討会とかでもやはり外食の搬出量の格差、これはもう本当に大問題というか、進め方を考える上で非常に重要なポイントになっているのですが、その場でする推計をちょっと思い出しますと、業態によって30倍ぐらい違うというような推計もあるので、ぜひ外していただきたいのはホテル業態ですね。

やはり宴会の食べ残しは物すごくあるというところもありますので、フードサービス協会の会員様かどうかはちょっとわかりませんが、ぜひお願いいたします。

○渡辺座長 ちょっと事務局がざわついていますけれども。

○藤井資源循環推進部計画課長 ホテル業界をどうするかも含めて、今後の対象も検討させていただきます。よろしく申し上げます。

○渡辺座長 食べ残された、その先はどういうふう処理をしているのかということも関心がありますね。ほかはいかがでしょうか。

では、議題4につきましては外食の部会を設置することと、調査であったり、どんな知見が得られるかとか、この調査以外の部分についても様々な情報を集めていくということで、外食の検討を本年度進めていくということで合意をさせていただきます。

では、議題5、最後の議題になります、食品ロス削減のキャンペーンについて、ということで事務局から御説明をお願いいたします。

○藤井資源循環推進部計画課長 お手元に、資料5を表示させていただいてございます。

今年度の食品ロス削減キャンペーンの実施の予定、事務局のほうで考えているものでございます。昨年度はフェスタを含め、様々な形で御協力いただきましたが、本年度もぜひよろしくお願いしたいと思っております。

農水省の方の食品ロス削減の啓発月間と連携いたしまして、キャンペーン期間といたしましては平成30年、今年の10月1日～31日まで1カ月ということをご予定させていただきます。

標語は案でございますけれども、「もったいない食品ロス・削減キャンペーン」というような形で都がシールを準備して、今日お持ちしていますのはイメージでございますけれども、お客様の目につくような形で張っていただくなり、ポスターを掲出いただくなりしていただければと思っております。

それで、2の②のところですが、キャンペーンの開催期間中の3～5日間、それぞれの業態の皆様方に応じてイベントをしていただければということであれば、こちらとしてキャンペーンの啓発効果を高めていければと思っております。

都といたしましては、次のページでございますけれども、キャンペーンの実施に際しましてイベントの告知とか、キャンペーンに協力いただける事業者の皆様を公表させていただくとか、シールの提供等をさせていただきたいと思っております。

なお、委員の皆様方にはこの趣旨にぜひ御賛同いただきたいということと、効果的な広報展開に向けて引き続き個別になると思っておりますけれども、こちらのほうから依頼させていただきますので、御協力いただければと思っております。

主なスケジュールは、5番のところ概略を書かせていただきました。来月に入りまして参加依頼を具体的にさせていただきます。ちょっと直前になってしまうところはあるかと思っておりますけれども、啓発物品等を作成いたしまして配布する等していきたいと考えているところでございます。よろしく申し上げます。

○渡辺座長 ありがとうございます。この議題5のキャンペーンについて御意見のある方はお願いしたいのですが、いつも申しわけないんですけれども、国友委員にキャンペーンのテーマについて御発言をいただいているんですが、キャンペーンに限らず、全体の議論を受けてお考えをお聞かせいただければと思っております。

○国友委員 このシールを配ったから食品ロスが削減されるというのは、本当に申しわけないのですが思えず、何のためにこのキャンペーンをやるのかということとちゃんと明解にしたいということと、大分キャンペーン実施時期が迫ってございますので、具体的にどう進められるかということにつきましては、どうしたものかなというふうには、率直なところ思っております。

ただ、今まで第3回まで討議をさせていただいた中で、今日の議論でも委員の皆様方がおっしゃっていたかと思うのですが、消費者に対して何を伝えるべきなのかを整理して、今でも伝えたほうがいいのかと思うことはやはり伝えたほうがいいのかと思っております。

ただ、各皆様方のそれぞれの業界でマイナスになるようなことを広めても意味がないと思いますので、基本的に前向きなメッセージ発信ができるような認知拡大のためのキャンペーンと位置づけた場合、何ができるのかということにフォーカスをして、一旦、今回のキャンペーンは実施されたほうがいいんじゃないかと個人的には思っております。

全体的なところのお話をさせていただくときに、今、加工食品の討議をさせていただいて、これから外食のお話をして、この先もうちょっと期間の短い食品に関しての討議をして、2020年に東京方式を確立し、どうするのかという最終的な目的をもう少し明確にしたほうがよいのではないかと思います。東京都としては2020年までに東京方式を発表して、わかりませんが、例えば食品ロスを何%削減しますという目標をこのパートナーシップ会議でのゴールにするのか。そうではなくて、都のゴールにするのか。

この会議体では、東京方式をつくるのが目的なのか、そうではなくて東京都の食品ロス削減を目的にするのかを今一度整理したほうがいいのかといいますか、確認したほうがいいのかとすごく個人的には思っております。

その中で、できることは何でも御協力できればと思っている次第でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。このパートナーシップ会議で最終的にというか、方向性としては東京方式の確立に向けて検討を進めていくということだと思っておりますけれども、その全体の目標の中で今回のキャンペーンをどう位置づけていくのかというような話なんじゃないかと思います。

シールを張ってどうこうということだけではなくて、ゴールに向けてこの秋、何をしていくのか。それによって、そのゴールにどう近づいていくのかということと、より明確にしていきたいというような御趣旨だと思っておりますけれども、事務局として今お考えをお聞かせいただければと思います。

○松永資源循環推進部長 国友委員、ありがとうございます。

最終的な東京方式が確立した後の目標としましては、国連のSDGsのほうで2030年に食品ロス半減という目標がございます。我々も、その目標に向かって進んでいくべきと考えております。

そうした中で、その一つの手段として東京方式の確立があるかなと思っております。その東京方式の確立の一つがやはり食品ロス削減行動プラン、この仮称をやはりドキュメント化して、それに賛同していただける皆様と一緒に取り組んでいくことかと思っております。

それで、先ほど課長のほうから申し上げましたけれども、この会議は食品ロス削減なのですが、この8月1日に小池知事が発案しました「チームもったいない」というものが発足いたします。これは、食品ロスだけではなくプラスチックごみの削減、あるいはエネル

ギーの問題であるとか、いろいろな分野でSDGs、持続可能な成長に向けた環境局としての取組を幅広い主体の方に参加していただいて皆で取り組んでいこうという動きで、今度8月から発足するわけです。

10月のキャンペーンも、「チームもったいない」にこれから参加していただく企業さん等を募集しますけれども、そういった運動と一緒にしながら、10月は食品ロスは食品ロスとしてやりますが、また1つ別のほうでプラスチックごみの問題等もいろいろありますので、消費者に何を訴えていくかを明確にした上で、あらゆる主体の方と一緒に取り組んでいきたいと考えてございます。

○渡辺座長 国友委員をお願いします。

○国友委員 すごくすばらしいお取組だと思っているので基本は賛成なんですけれども、そうであれば東京都の「チームもったいない」のプロジェクトの1個にこのキャンペーンが入っていますという形になるのであれば、このキャンペーンだけでロゴをつくるとか、シールをつくるとかではないかなと改めて思っておりまして、そこをどう整理していくかというところがすごく重要になってくるのではないかと思います。

私も、いろいろな自治体様の入札案件をやらせていただくのでいつも思うんですけれども、単発で終わってしまうものに予算を特化していただくのはすごくもったいないなと思います。

○藤井資源循環推進部計画課長 貴重な御意見ありがとうございます。今、このシールのイメージもとりあえずという形になってはいますが、その辺の全体像の中で検討していきたいと思えます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

では、グリコの田中委員をお願いします。

○田中（弓）委員 いろいろな「チームもったいない」というのができて、これからいろいろなもったいないがなくなっていくのはすごいことだと思います。

資料5の食品ロス削減キャンペーンの実施について、今、国友委員がおっしゃったとおりに、例えば分散していくことがとてももったいないかと思うんです。もったいないを減らすために、いろいろ農林水産省もロスノンというキャッチフレーズのマークをつくって展開をしていますし、東京都としてもパートナーシップ会議でももったいないをどんどん推進しようとしているんですけれども、例えばこのキャラクターのシールですが、右側のイチョウは東京都の象徴としてとても納得ができるなと思うんですが、左側のマークは例えばロスノンというマークを公募して決めたり、いろいろしている流れもありますので、そういった集約すべきところは集約して、分散してしまうとこれは何のマークだったって国民のみんなも覚えられなくなりますので、せつかく農水省がロスノンというのを決めた以上は、もったいないをなくしていこうというようなキャッチコピーでつくられているマークですので、そういうものをどんどん活用していったらいいんじゃないかと思いました。

あとは、展開の時期も8月に参加依頼をかけて、9月に登録を締め切って、10月から実施というようなスケジュールなんですけれども、私たちメーカーが例えば大規模な組織の小売業さんに催事の御提案を差し上げるときというのは、8月はお盆休みもあつたりして、なかなかお店の方とコミュニケーションがとりにくい状況になります。ですので、8月を挟むときはもっと9月に膨らませて、コミュニケーションをする間というのは8月を避け

て通らないと、お盆期間中でコミュニケーションがとれない、物理的に会えないということが予想されるので、この参加依頼の時期というのはとても難しいんじゃないかと思っています。

10月も、例えば食品業界でいうならばハロウィンが間もなく控えていまして、催事場で御提案申し上げたとしてもなかなか場所をとったりするのが難しいかと思っていますので、お店で一般の消費者に向けてこういうキャンペーンをやるというようなやり方も1つなんですけれども、例えばもう一つ、私たちは社員食堂とか、カフェライブラリーとか、そういうところがありますので、都内にある企業の総務の人たちに呼びかけて、都内で私たちがやっている社員食堂とか、都庁さんにも食堂がありますけれども、そういった食堂でこういうものを立てて、食品廃棄ロスキャンペーンを10月末までやるので、皆さんお弁当の食べ残しをやめてみませんかとか、御飯は何気なく今までは1杯を弁当箱に入れていたけれども8掛けにしてみませんかとか、いろいろなそういう呼びかけを具体的にやってみるとか、消費者に対して直接目に触れる場所としてお店はとても大切なチャンネルではあるんですけども、こういう短い時間にすばつとやろうと思ったら目に見える、管理下にある、例えば産業労働局と協力してやるとか、そういったやり方も1つあるのかなと思ったので提案させていただきます。

○渡辺座長 ありがとうございます。大学の学食もありますので、使えるかと思います。最近の学生はぜいたくなので、残します。余計なことを済みません。あとは、ハロウィンの御指摘は確かにそうですよね。10月は、売り場はハロウィン一色になってということもあるかと思うんですけども、今の御指摘に事務局として何か今お答えいただくことはありますか。

○松永資源循環推進部長 貴重な御意見ありがとうございます。我々も、社員食堂というのが一番取つきやすいところかなと思って検討はしているところでございます。ありがとうございます。

○渡辺座長 ほかはいかがでしょうか。今、御指摘のロゴのつれてってマークというのは、東京の。

○藤井資源循環推進部計画課長 3年前に、私どものモデル事業で使ったものです。これはまだイメージですのもう少し中身を入れなければいけないですけども、モデル事業で使ったキャンペーンキャラクターを、仮にちょっと置いてみたものです。

○渡辺座長 清水委員、お願いします。

○清水(き)委員 田中委員がおっしゃったように、いろいろなところでやるのはすごくいいと思い、大賛成です。

あとは、お店屋さんでやる時、例えば居酒屋とか食べ残しが宴会ですごく多いというようなところで御協力が得られれば、全然食べ残しをしていなかったらスタンプか何かを押してくれて、何個かためたら次は割引になるとか、例えばお子さんなどが、集めたら都の公園とかがただで入るとか、何か楽しんでできるようなキャンペーンになると、よりいいのではないかと思いましたので、ぜひ御検討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。そういう楽しめる要素を入れるというのは、ぜひ。

○松永資源循環推進部長 御意見ありがとうございます。検討させていただきます。

○渡辺座長 三田委員、お願いします。

○三田委員 農水のほうにも私は出ているのであれなんですけれども、同じような取組をなぜポスターを2種類に分けてやらなければいけないのかというのが、売り場からするととても不思議なんです。

このシールをポスターの上に張ってくればいいですよと言うんですけれども、要はデザインがぐちゃぐちゃになっちゃうので張りたくないなというのと、あとは私どもはイオンさんとかヨーカ堂さんみたいに広域ではないですが、東京都外もエリアに入っていますので、そのときに東京都のマークが入っていることについてどうなのか。初めの話になっちゃうんですけれども、そういうこともあるので、現実問題としてなかなかやりづらい提案だなと、なるべく御協力したいとは思っているんですけれども、提案自体やりづらいなというのがあります。

あとは、キャンペーンについても、すごく大ざっぱという大ざっぱで、何でもいいんだらうなという気はするんですけれども、これをただ告知されたときにどうするんだらうというところもあって、なおかつ10月ですと先ほどありましたけれども、今はもう8月に入る直前ですからスケジュール的にもかなりタイトなので、実現する方向で何とか頑張りたいと思うのですが、なかなかバーが高いというのが実情かと思います。

○渡辺座長 率直な御意見ありがとうございます。確かに業界の方は、うんうんという感じでおっしゃっているようですね。

では、国友委員をお願いします。

○国友委員 何度も済みません、矢継ぎ早に思いついてしまうので言うんですけれども、例えば事業者様の御協力は難しそうであれば、こんなこともできるのかどうかわからないですが、私もボランティアでもお手伝いできればと思いますので、東京都のほうで例えばハロウィンが終わった時に店頭ですとか卸様ですとか、余ったハロウィンのお菓子を販売なのか、もしくは差し上げる。

あとは、それこそ小林先生が本業だと思いますけれども、季節柄だんだん涼しくなってもございますので、ドギーバッグを象徴的にどこかで使用する実証実験をやってみる。例えば、都庁の食堂ですとか、それこそ学校の食堂ですとか、直接フードロス削減に結びつくような都主導のものをやるというほうが現実的ではないかというのと、やはり東京都がやることの意義というのがすごくあるのではないかなと。

できる限り私もボランティアでお手伝いさせていただく前提で申し上げているんですけれども、東京都様だけに御負担があるということではいけないとは思っているのですが、そういうほうが皆さん御協力いただきやすいんじゃないかと思ったりします。

○渡辺座長 非常におもしろいアイデアだと思うんですけれども、いかがですか。

田中委員、お願いします。

○田中（清）委員 大々的にやるのが難しかったら、例えば都庁の職員さんたちが宴会キャンペーンじゃないですけれども、実際に残りが出ない宴会というのはどんなものなのか競い合うとか、それをまたホームページに上げるとか、要するにこの環境局資源循環推進部だけでやっているんじゃないかと、東京都が全体で取り組んでいるんだ、これが東京方式だということもあるんじゃないかと思うんです。しかも、楽しい。

東京都の中で一番いっぱい食べて、残さずにお金もかからずという人に賞をあげるとか、そういうのだったら自分たちの中でできるので、そんな制約とかなないんじゃないかなと思

うんですよね。だから、もっと都のみんなを利用することを考えてもいいんじゃないかと思えます。

○渡辺座長 おもしろいですね。ユーチューブで上げたら是非、見たいなと思えます。

事務局からお願いします。

○松永資源循環推進部長 貴重な御意見ありがとうございます。都庁にも食堂がございますので、都の食堂と連携しながら何ができるか。販売できないような野菜を使ったメニューであるとか、いろいろなやり方があると思えますので、検討していきたいと思えます。

○渡辺座長 ほかはいかがですか。

ドギーバッグについては、100人ぐらいの学生にドギーバッグのことを当然知っていると思って話をしたら、半分ぐらいがびんときていなかったというのがありますので、それも改めて若い人に伝えるというのも一つの手かなというのがあります。そんな便利なことがあるんだったら、ぜひやりたいとか言っていました。

ほかはいかがでしょうか。よろしいですか。

キャンペーンについて、これから本当に時間がない中、8月に入ろうとする中で10月にどれだけできるのか、あるいは時期を再設定したほうがいいのか、関係される業界の委員の方々を中心に御検討いただいて、どういうところで何ができるのかを改めて検討いただければと思えます。

それでは、一応議題としましては以上で今日の予定を終わったんですけれども、全体を通じて改めて冒頭の議題の1から振り返りまして、何かございましたら御発言いただければと思えます。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 最初に戻ります。会議次第のほうなんですけれども、食産センターの田中委員からも御指摘がありましたように、議題3の「賞味期限の長い加工食品の取組の方向性について」というようなことで、結局、今後は例えば入荷許容期限、小売業では3分の1ルールから2分の1ルールに緩和していくんだ。それで、今度は中間卸の問題で、例えば専用センターであれば小売業が3分の1から2分の1に緩和した場合に、きっちりメーカーに対しての発注も3分の1から2分の1に緩和することができるわけなんですけれども、汎用センターですね。例えば相模原支店があったとして、相模原支店からAという小売業、Bという小売業、Cという小売業に出ているとき、Aは2分の1に緩和してくれたけれども、BとCがまだ3分の1になったままなので、結局相模原支店でメーカーから入荷する商品というのは3分の1の厳しいルールのままでなければならないとか、専用センターと汎用センターで、汎用センターの問題というのはまだ取り残されているのかなというふうにメーカーとしては感じているわけです。

そういった2分の1の緩和に協力してくれたところをホームページに掲載していくというようなアイデアも出ていましたけれども、では具体的にどの小売業さんをどのようなホームページに載せていくのかとか、出てきたアイデアを具体的に形にして詰めていくプロセスも、今後外食については2カ月に1度ほど分科会をやっていくというようなことなので、そういう議論をする場というのはあるんだなという認識でいるんですが、加工食品に関してはまた次の第5回のパートナーシップ会議まで時間が空いてしまうのかなというような印象も受けます。

そこで、加工食品について何となく今まとまりつつあるアイデアをしっかりと形に落とし込むところまでやる分科会みたいなもの、あるいはそのように東京都さんのほうでやっていかれるのか、あるいは民間企業も巻き込んでやっていかれるのか、業界団体も巻き込んでやっていくのか。

そういったところも、ぜひとも交通整理いただけたらありがたいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。加工食品の部分について、資料3-1では納品期限の見直しを行った企業をホームページで紹介するなど、取組を後押しすると明記されているんですけども、この辺はどう具体的にしていくのかという御質問だと思います。

○藤井資源循環推進部計画課長 済みません。まだ具体的なところが固まっていないところがありますので、分科会という御提案がありましたけれども、形はどうするか今後考えますが、委員の皆様方といろいろまた意見交換をさせていただく場は設けたいと思いますので、よろしく願いいたします。

○渡辺座長 それから、先ほど田中委員から御指摘がありました汎用センター、専用センターの問題ですが、前回の3月までの都の事務局スタッフの方は皆さん見学を実際にして、よく違いがわかったというふうにおっしゃっていてこの場でも共有をしたんですけども、汎用センターは難しいのでそれをどう乗り越えるかというのは大きな課題なのかなと思います。

田中委員、お願いします。

○田中（弓）委員 農林水産省の商慣習ワーキングチームのほうでも、その汎用センターをどういうふうにしていくのか。まだ2分の1に御理解いただいていない小売業さんに関しては、実証実験という形でエリアを絞って、このエリアに関しては小売業さんに対して農水省から直接説得に行くとか、そういったこともやり始めようとしているんですね。

ただ、やはりちょっと距離がある。例えば、北海道エリアを選んでいるとか、いろいろ距離の問題もあったりするので、東京都の場合、本当にお膝元で東京都23区内でやるとか、実験店舗を選んでやるとか、そういうようなことはできるかとも思いますので、ぜひとも農水省に負けないスピードで実施に向けて一つ一つ固めていただけたら、私たちもありがたいというふうに思います。よろしく願いしたいと思います。

○渡辺座長 ありがとうございます。どうこの国との役割分担をしながら、うまく切磋琢磨していくかということが課題かと思います。ほかはよろしいですか。

では、安東委員お願いします。

○安東委員 いろいろ先ほどキャンペーンのお話を伺って考えながら、ちょっと考えがまとまらないままこの時間になってしまったので、余りまとまっていないまま発言をさせていただくんですけども、先ほどキャンペーンの参加の方法という部分ですとか、社員食堂を対象にするのか、消費者の方を対象にするのか、いろいろな御意見が出ていたかと思うんですが、社員食堂を対象にされる場合、私たちはTABLO FOR TWOというNPO法人で、社員食堂にヘルシーメニューを導入してくださいというのを常に呼びかけているんですが、ちょうど10月16日が国連の定めた世界食料デーという食の記念月間になっていまして、その期間中に普段よりももっとヘルシーに食べましょうというような呼びかけを私たちのほうでもキャンペーンとしてやっていく予定でありますので、うまく連携できる場所があればぜひ御協力させていただきたいなと思いつつ、シールを張ってもいいですよとか、そ

ういう話になってくると、社員食堂だと少し参加を皆さんされづらいのかなと思いますので、わからないですけれども、何か別のマークがあって、データをもらえて、それを掲出できるとかなのか、何か社員食堂で参加しやすい参加方法が出てくれば、ぜひそこは御相談させていただきたいと思いました。

あとは、対象を消費者の方にされる場合、個人的な印象なんですけれども、食品ロスのロスという言葉は若干ネガティブな響きがあると思うんです。削減という言葉はかなり硬い印象を受けるのと、減らすという文字がやはり何となく個人的にはネガティブな印象を受けて、ロスと削減という2つのネガティブワードが入っていることで、何となく主体的にかかわりづらいなという印象を一個人としては受けてしまうので、そのこの標語の部分だとか、そういったところで、ポジティブなワードをもう少し考えると、ちょっと工夫があるといいのかなというふうには思いました。

○渡辺座長 ありがとうございます。前向きな御提案だと思います。どう受け入れてもらえるようなコピーをつくるかというのは非常に難しい。都知事が一番好きなのか、お得意な分野かもしれないですけれども、ほかに藤田委員、せっかくですので何か御発言ございますか。いきなりで申しわけないですけれども。

○藤田委員 今日、たくさん勉強させていただいてありがとうございます。

私たちは消費者なんですけれども、例えばお店に行って食べたときなど、宴会みたいなきときですね。それは3010運動とって、30分以内で、もう30分になったから少し食べて、最後の10分で食べ残しのないようにしようとか、そういう運動は前からやっているんですけれども、でも、今日お昼に私は食品ロスを出してしまったなと思ったのは、おうどんが食べ切れなくて残してしまったんですね。

もったいない、申しわけないなと思いつながら、ごめんなさいと言って出したんですけれども、やはりこういうのはちゃんと食べなくちゃいけないなと反省しながらここへ歩いてきたところですよ。ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。ほかはよろしいでしょうか。

では、どうぞ。

○辰巳委員 私は、ドギーバッグの話が今日出てきて、とてもいいなというふうに思っていて、例えばアメリカなどで断られたことはないし、日本でも最近はお断りになるところは少ないような気がするんですね。

もちろん自己責任という前提で頼むわけだから、これは学生さんが半分しか知らないとおっしゃったんですけれども、キャンペーンとして広げてもいいと思います。単語がいいかはちょっとわかりません。ドギーバッグだけでわかるのかどうかかわからないんですけれども、そういうキャンペーンもぜひキャンペーンの中に含めていただけると、消費者は参加しやすいんじゃないかとちょっと思いました。

○渡辺座長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

今後の予定ということなんですけれども、事務局提案としましては、今後、外食部会を何度か開催して、年明けに第5回の会議を開催するという事になっているかと思つきます。

ただ、このキャンペーンの問題であったり、あるいは加工食品の扱いを今後どうするかなどでいろいろ御指摘がありますので、こういう部会のような形で開催するかどうかは別としまして、委員の皆様方との連携をしっかりとっていただいて、しかるべき形で情報

共有しながら進めていただければと思います。

それでは、最後に和賀井環境局長から御発言を一言お願いいたします。

○和賀井環境局長 約2時間半にわたって、精力的に御議論いただきましてありがとうございます。

最後のほうに、いろいろなキャンペーンのお話で厳しい御意見もいただきましたけれども、ちょっと会議の日程設定を間違えたかなと思うのですが、実はさっきから話が出ている「チームもったいない」のオープニングのキックオフというのはあさってを予定しているんです。

その中で、まさに食ロスの話も入っていますし、それからプラスチックごみの話、省エネの話、全部ひっくるめて東京都全体として、自治体でも当然オーケーですし、NGO、NPO、あるいは企業、そして個人も参加して、我々の考えに賛同している方は全部参画してください。その中で、いろいろな取組をやってきましょうというような緩い連携体をつくりたいと思っているんです。

それで、今お話が出ている、例えば社食の中でいろいろなフードロスの取組をやりましょうというのも非常にウエルカムですし、例えばグリコの社食で、ではグリコはドギーバッグをやってみますよという話も当然あるでしょうし、あるいは専修大学でやっていただいても結構ですし、うちの第二本庁舎の4階にも食堂がありますので、そこでもやってみよう。あるいは、アイデアとしては規格外の野菜を食堂でどんどん使いましょう。だから、農家からもごみを出さないようにしましょうという取組もあるだろうと思っています。

食品だけじゃなくて、今日お配りしているこのストローも、先ほどお話があったかもしれないけれども、これは紙でできているストローですから、プラスチックごみをなくすために今、世界中で話題になっていますので、よろしければぜひお土産に持って帰っていただいても結構です。6時間ぐらいは大丈夫だという話です。

そういうことで、東京都全体としてやはりキャンペーンだけじゃなくていろいろな成功事例も集めた上で、またこちらの会議体のほうにもフィードバックしながら、全体で東京ルールをつくっていきたいと思っています。

先ほど、外食産業だけじゃなくて加工食品の部会もやればいいのかという話がありましたので、ちょっと前向きに考えます。確かにおっしゃるとおりだと思いますし、「チームもったいない」との連携も含めて、この中でいろいろな企業さん、あるいは団体さんの成功事例が集まってくると思いますから、それをフィードバックして、それだったらこういうやり方があるよねというのも当然あると思いますので、また先生方に御議論いただいて前向きなルールをつくっていきたいと思っています。

今日は非常に貴重な御意見をいただきましたので、これを東京都全体、食品だけではなくてほかにもいろいろな無駄なことをやっていますので、その削減につなげていきたいと思っています。本当にありがとうございました。

○渡辺座長 ありがとうございます。環境局長から非常に前向きな御発言をいただき、感謝申し上げます。

最後に、事務局から連絡事項をお願いいたします。

○松永資源循環推進部長 本日も、熱心な御議論、誠にありがとうございました。

今後のこの会議の進め方でございますが、現在のところ、次の会議は年明けの1月ごろ

としておりますが、今、局長から申し上げましたように、加工食品については分科会を設けるなり、何らかの方法でまた議論を深める場を設けていきたいと思えます。

また、次回の部会、また会議の日程、その他キャンペーン等につきましては個別に御相談させていただきたいと思えますので、何とぞよろしくお願ひいたします。

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。ほかに、特に御発言ないでしょうか。

それでは、これで第4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。

本日は、ありがとうございました。

(午後4時32分閉会)