

# 第12回東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

## 速 記 録

令和4年1月28日（金）  
都庁第二本庁舎31階 特別会議室22

(午後1時00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12回を開会いたします。

委員の皆様方には、お忙しい中、御出席くださりありがとうございます。

それでは、まずオンライン会議の注意事項と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。

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

今回もウェブ開催となりますので、まず委員の皆様には御発言される際の手順を御説明いたします。

まず、会議中は通信負荷を下げるため、マイク及びビデオをオフにしてくださいようお願いいたします。

御発言するには、マイクボタン、ビデオボタンをクリックしてから、それぞれのボタンがオンに変わったのを確認してから御発言ください。

なお、発言終了後はそれぞれのボタンをまたオフにしてくださいようお願いいたします。

また、御発言に当たってはチャット機能を使い、お名前と発言希望等を入力して送信してください。進行側で発言希望を確認して、順次御指名いたします。

そのほか、事務局宛て連絡事項がございましたら、このチャット機能にてお知らせください。

なお、傍聴の方は発言やチャット機能のボリュームを控えていただきますようよろしくお願いいたします。

次に、本日の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、ただいま16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、小林委員、山田委員は御欠席でございます。また、三田委員は所用のため、14時までの御出席となります。

次に、委員交代について御報告いたします。

日本消費者生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会の辰巳委員に替わりまして、同協会副会長の大石美奈子委員が後任となります。

本日は、大石委員の代理として藤原様に御出席いただいております。藤原様、一言御挨拶をよろしくお願いいたします。

○藤原様（大石委員代理） よろしくお願ひします。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

次に、全国清涼飲料連合会の河野委員に替わりまして、大江恵里委員が後任となります。大江委員、一言御挨拶をよろしくお願いいたします。

○大江委員 全国清涼飲料連合会の大江と申します。皆様、御指導をどうぞよろしくお願いいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

次に、日本チェーンストア協会から、イオン株式会社の金丸委員に替わりまして、同社環境・社会貢献部、部長の鈴木隆博委員が後任となります。本日は、鈴木委員の代理として塚田様に御出席していただいております。

塚田様、一言御挨拶をよろしくお願ひいたします。

○塚田様（鈴木委員代理） イオン株式会社の塚田と申します。本日は、鈴木様の代理で出席をさせていただいております。いろいろと御指導のほど、よろしくお願ひいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

次に、日本加工食品卸協会から三菱食品株式会社の清水委員に替わりまして、同社経営企画本部SDGs推進オフィス、課長の松下絵美様が後任となります。本日は、オブザーバーとして清水様にも御出席いただいております。

松下委員、一言御挨拶をよろしくお願ひいたします。

○松下委員 皆様、はじめまして。三菱食品の松下と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

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上林山でございます。

○上林山資源循環推進部長 資源循環推進部長の上林山でございます。よろしくお願ひいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 続きまして、資源循環推進計画課長の堀でございます。

○堀資源循環推進計画課長 計画課長の堀と申します。よろしくお願ひいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 事務局からは以上でございます。

○渡辺座長 それでは、これより議事に移ります。

私は自己紹介が後先になりましたけれども、本会の進行役を座長として務めております専修大学の渡辺と申します。よろしくお願ひいたします。

会場に来ていますので、マスクをつけたままの発言となりますが、お許してください。

それでは、まずこの会議の趣旨について改めて確認をさせていただきます。

この会議は、パートナーシップ会議として食品ロス削減の低減を東京都に対して行った。それは一昨年の3月に提言を行い、それを受けて東京都のほうで東京都食品ロス削減推進計画を策定しました。それが昨年3月です。

その策定計画に基づいて、様々な取組を東京都さんが行ってきているわけですが、それを進めていくに当たって、食品ロス削減に関わる様々な主体の方々と連携し、意見交換をしていく場が必要であろうということで、もともと提言をつくったパートナーシップ会議を継続して皆さんと連携し、情報交換をする場とする。それとともに、東京都の行っている取組の進捗管理などを行っていくというような趣旨で開催しているものです。

そういうことですから、東京都からこの1年間の食品ロスの発生状況の報告や、どのようなことを行ってきたのかという取組の報告などをしてもらいながら、今日の場合は一部の委員の方々から話題を提供していただいたりするということで、関係する主体の皆さんと連携をさらに深めていくという趣旨で開催をしているものだとすることを改めて確認をさせていただきます。

では、まず議題に入っていきます。今日は議題1と議題2ですが、東京都からの報告ということで議題の1が報告となっています。「食品ロスの発生状況及び東京都の取組」について報告をいただきますけれども、量が多くてバラエティーに富んでいる部分もありますので、前半部分と後半部分とに分けて説明をしてもらいます。

まず前半の説明を事務局からお願いいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 それでは、資料2の「食品ロスの発生状況及び東京都の取組」について説明をいたします。

まず「東京都の食品ロスの発生量推移」でございます。

2018年度の東京都の食品ロス発生量は45.5万トンということで、2017年と比べまして全体で5.5万トンの減少となっております。家庭系は微減となっております。事業系は大きく5.2万トンの減少という形になってございます。事業系が減少したのは、外食での削減が進み、5.1万トン減少したといったところになってございます。

なお、2019年度分につきましては、昨年11月に国のほうの統計が出てございまして、それを基に今年度中に集計する予定でございます。

東京都の発生量の推移で、2030年に半減という目標を掲げてございますので、それとの比較が次の資料となります。

計画における目標は今、申し上げたとおり、2030年度までに2000年度比で半減させるということで、76万トンから38万トンとを目指しています。2018年度の食品ロス発生量は2000年度比で30.5万トンの削減で、現在は40%減となっております。2017年から2018年にかけて、削減率がそれぞれ7%上昇して、2030年度半減に向けては順調に推移しているといったところになってございます。

また、減少の大きな要因として外食産業のところがございましたけれども、農林水産省の調査では外食産業における発生要因としてはやはり飲食店舗でのお客様の食べ残し等が大きく占めているといったところでございます。

そうした中で、飲食店では食べ切りの促進ですとか、または持ち帰り等に取り組むお店が増えたりとか、あるいは調理の際の食べ残しの対策とか、いろいろな効果が発してきたと考えられてございます。

実際には下の表のとおり、国のほうで3年に1度実施する調査では、外食産業の食品廃棄物中の可食部割合が大きく改善しているといったところになってございます。都の発生量調査についても本調査を用いるということで、外食産業の削減が大きくなっているといったところになってございます。

次に、「全国の食品ロス発生量推移」でございます。

2018年度は前年度から全体で12万トン減らしてございます。それから、2019年度は前年度から全体で約30万トン、2017年対比で42万トン減少し、現在は食品ロス発生量は日本全体で約570万トンといったところの数値が出てきております。

内訳は、事業系が19万トン減、それから家庭系が23万トン減といった形になってございます。やはり国のほうでも事業系で減少が多いといったところになってございまして、その中でも特に外食産業といったところは2017年から2018年、2019年となった中で、トータルで24万トンの減少となっております。

また、国も2030年目標を掲げてございまして、2030年度までに国においては2000年度比で半減ということなので、約489万トンといったところを目指してございます。これまでに2000年度比で約410万トン削減してきてございまして、国のほうも削減率が4%上昇してきてございまして、2030年半減に向けて順調に推移してきているといったところになってございます。

また、足下でのコロナの影響のほうも国の調査がありますので御紹介させていただきたいと思っております。

コロナ禍の影響について外食産業は減少したとの回答が7割、それから小売も約3割を占めておりました、コロナの影響というのはやはり外食、小売に大きく影響しているといったところになってございます。

外食産業では減少の要因として、やはり外出制限とか、いろいろ行政からの「営業時間の短縮・休業」、それから「来客数減少に伴う食べ残しの減少」、それから「仕入れ・仕込みの減少」といったような回答が出てございます。

小売業では減少の要因として、逆によく売れたといったところで「売上の増加」、それから「営業時間の短縮・休業」「予約販売」といったところの回答が出てきてございます。

それから、同じコロナの影響で家庭系の調査も国のほうでは出しております。下の表にあるとおりでございますけれども、家庭では直接廃棄、食べ残しも大きな変化がないというのがほとんどではあります。

ただ、一方で直接廃棄、食べ残しが10%以上増加の回答が3%から4%に対し、10%以上の減少という回答が7%から8%で若干上回っているといった分析も出てございますが、大宗は大きな変化はないといったところが9割となっております。数値的なところは、そういったことになってございます。

続きまして、都の取組でございます。この後、一緒を取組を進めている事業者さんからの御説明もあるのですが、まずは都の普及啓発といったところになってございます。食品ロス削減、いわゆる行動変容を促す普及啓発でございます、こちらは今月の16日まで実際にキャンペーンを行っていたものでございます。20代、若手を対象にできることからやってみるということで、プラスチック対策も入っているのですが、食ロス、プラスチックで、何気ない食品ロス対策、自身が行える何気ない取組を投稿してもらうといったようなことで、特設サイトで情報も発信してきているところでございます。

2つ目として、これも普及啓発になりますけれども、動画の作成を食品ロス対策について作成中でございます。昨年は小中学生をターゲットにした動画でしたけれども、今年についてはもう少し上の世代の20代をターゲットとした動画を作成しているところでございます。

また、来月の26日になりますけれども、ウェブでセミナーを開催し、8大学の学生さんに参加いただきながら、専門家やインフルエンサーとともに食品ロスの普及啓発を進めていこうといったことを予定しているところでございます。

次に、東京都の防災備蓄食品の有効活用の取組を御紹介させていただきたいと思っております。都内の区市町村や、あるいは東京都が抱えます、いわゆる行政が抱えます防災備蓄食品につきまして、フードバンクさんへ橋渡しして有効活用を図っていただくようなシステムを今年度から運用を開始しているところでございます。

現在、区市町村さんは23団体が登録していただいております、フードバンクさんは12団体が登録をしているところでございます。こちらは、ウェブ上でどんな備蓄食品が登録されているのかが見られる形になっていまして、ウェブを使って申し込む形でマッチングを整理するといったものになってございます。

具体的にこれまで毎月、下の表のあるとおり注文を受け付けて、合計で約3万8000食が

マッチングしております。やはりアルファ化米ですとか缶詰、ビスケットといったものは活用されやすい一方で、保存水ですとか白粥などはなかなか子ども食堂さんやフードバンクなどでの活用が難しいといったところもございまして、そういったものにつきましては大学さんとも協力しながら食料配布イベントなどでの活用を図っているところでございます。

来年度の主な事業予定でございます。

1つが「先進技術を活用した食品ロス削減」の取組として【フードテックを活用したアップサイクル促進事業】といったものの取組を進めていきたいと考えてございます。これまでもICTを活用した需要予測などの取組を進めてまいりましたけれども、今度はフードテックということで、廃棄された食品等に新たな価値をつけて再度、製品化をして有効活用を図っていくといった取組を来年度に進めていきたいと考えてございます。

それから、今年取組を進めております優良事例の共有ですね。ベストプラクティス展開事業ですが、今年は小売業を中心に対象にして進めてきておりますけれども、来年度は外食店舗を対象に実施していきたいと考えてございます。実際に現場にアドバイザーを派遣して、低コストで簡単に取り組めるような事例を共有していきたいと考えてございます。詳しいことにつきましては、改めてまた御報告をしていきたいと考えてございます。

それと、食品ロス削減対策集の充実を図っていききたいということで、削減計画と同時に対策集というものも昨年つくってございまして、また最新の取組を加えて改訂していきたいと考えてございます。

例えば、子ども食堂応援団、子ども宅食というイオンさんですとかローソンさんの取組、それから下にあるようないろいろな取組がございましてけれども、こういったものを集めて対策集として増やしていきたいと考えてございます。

委員の皆様におかれましては、ここ1年程度で新たな食品ロスの削減の取組事例があれば、情報提供いただければありがたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

都の取組といたしましては、ここで一旦区切らせていただきまして、次に実証事業の取組を都と連携している事業者さんと一緒にやってございまして、事業者さんから改めて説明をさせていただきます。

一旦、以上になります。

○渡辺座長 ありがとうございます。

前半の説明ということで、東京都さんから資料2に基づきまして、食品ロス発生量の現状と、この1年間取り組んできた取組内容の御紹介をいただきました。

食品ロス発生量については、都は2018年度まで、全国では2019年度までということですので、コロナの影響はこの数字自体には加味されていないわけですがけれども、2020年度において事業者、消費者が家庭でロスが増えたか、減ったかという若干定性的な調査は行われているので、その両者を加味して御判断いただければと思います。

それでは、少し議論の時間を取りたいと思います。皆様から御発言などありましたら、チャットで書き込んでいただいたり、挙手機能を使っていただいたり、声を直接出していいただいてもいいかと思うのですけれども、何かありましたらお願いいたします。いかがですか。

では、私から1つ簡単な質問をしますが、最後の食品ロス削減の事例集、対策集のFood

Loss Reduction Tokyoという格好いいロゴがありますけれども、これは今後こういうロゴを使っていくということですか。結構、東京都さんはいろんなロゴをあちこちで使っているのですけれども、これは単に表紙のデザインみたいなものですか。ちょっとつまらない質問ですけれども。

○茂野資源循環計画担当課長 今、座長がおっしゃっていたとおりでして、この事例集のこの表紙、それから中身につきましてもホームページで公表させていただいてございますので、恐らく先頭のページのロゴというか、デザインになるかと思えます。

○渡辺座長 ほかはよろしいですか。こんな質問で何か気になることがあればということでもっと私が聞いて見ましたけれども、皆さんからもこういうようなことで何かありましたらお願いします。

○田中委員 江崎グリコの田中と申します。お世話になります。

御説明どうもありがとうございます。ページで言いますと、東京都の資料の14ページ中12ページの【防災備蓄食品の積極的な有効活用】ということで、マッチングシステムについての御説明をいただいております。私どもも5年間、賞味期限がある防災用の食品として、缶詰に入れたビスケットであったり、キャラメルであったり、そういったものを発売しているのですけれども、やはり賞味期限切れを起こしてしまった在庫をどうするかということでいろいろな取引業者様と打合せをすることが多くなっています。

一番大がかりな例では、船で海外に運んで行って海外の方にそれを差し上げるとか、そのようなことをやっているのですけれども、私たちメーカー側としては賞味期限切れを起こしてしまった商品もきちんと召し上がっていただけるということは大変ありがたいと思っているのですが、それも残念ながら国内ではかなわなくなっているケースもあつたりするので、賞味期限の残りですね。

例えば、お店の小売業のほうでは入荷許容期限が今は3分の1ルールだったものが2分の1ルールというようなことで呼びかけをしておりますけれども、非常に長い賞味期限のある防災備蓄品についても、ある程度のところがきたらみんなで食べましょうというような啓発活動ができるように、このシステムの中にも例えばK区のビスケットが20箱ありますけれども、注文月にもよりますが、賞味期限がいつぐらいまでなのかというところと一緒に表記しておいて、賞味期限がある程度のパーセンテージを超えたら積極的にそれを使って食べていくというようなアクションにつなげられるといいのではないかと思ったので、コメントさせていただきます。

以上です。ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

事務局から何かございますか。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

賞味期限が切れてしまうと、その先の利用、活用というのでしょうか、国内ではなかなか難しいというところがございます。今回の防災備蓄食品も、期限が長いとはいえ、最終的には入れ替えて使わなくなったら廃棄してしまっているというところから、なるべく有効に使っていただきたいというところで、載せるときもどういう種類のものか、例えばアルファ化米なのか、缶詰なのか、ビスケットなのか、それで、賞味期限がどれくらいなのかといったような情報も記載しています。フードバンクさんが扱いやすいようなるべく情

報を増やしてシステムを運営する形を取っております。なかなか賞味期限が切れてしまったものというのは難しいのですけれども、そういうふうにならない形でシステムも有効に使いやすいように引き続き改良を重ねていきたいと思っております。ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

注書きのような形でも書かれています。保存水、白粥をうちの大学で欲しい学生にということで呼びかけたところ、かなり来てくれまして、わざわざ取りに来てくれました。ほかの食品なども合わせてセットにして配ったのですけれども、フードバンクに向いているようなものもあるでしょうし、学校に向いているものもあるでしょうし、そういう使い分けをしていただくと、より廃棄が減るのではないかと思います。ぜひお声がけいただければ大学等で配るようなことを、ほかの大学にも声がけしていきたいと思っております。

それでは、清水委員が挙手をされていると思っておりますので、お願いいたします。

○清水委員 皆さん、お久しぶりです。こんにちは。せっかくの機会ですので、感想、コメントを少し述べさせていただきます。

最初のほうの東京都と国の食品ロス発生データを再確認いたしまして、やはり東京は外食がとにかく多い。あとは食品小売ですね。ここがやはりポイントなんだなということを確認しました。全国では家庭からが一番多く、次に食品製造が多いということでした。東京は今コロナでかなり難しいところはありますけれども、外食からの食品ロス削減をさらに進めていくと、もっとどんどん減るのかなと感じました。

それから、今もお話が出ていました未利用食品のマッチングのところ。これについては3万8000食をマッチングと書いてありますけれども、かなりまだ捨てている分が多いということなのではないでしょうか。

なぜかという、ちょっと例はあれですけれども、アベノマスクもかなり人気はなかったけれども、捨てますよと言って配ると言ったら物すごい申込みがあったということがございましたが、もう少し配り先を考える。登録を増やすとともに、登録したところ以外にも学校や民間など配り先を考えるですとか、白粥などですと、例えば1月だったら七草粥で、東京都の七草と合わせてお粥を配って七草粥をしましょうねというようなキャンペーンですとか、やり方はいろいろあると思っておりますので、捨てることなく全部うまく使えるような方策をもう少し考えたらどうかと思われました。

それから、啓発について御紹介いただいた11月のキャンペーンがございましたけれども、実は、ぼつと暮らしていたからか、全然気がつきませんでした。このパートナーシップ会議での提言、それから東京都の計画でも、本会議とも連携しながら皆さんで進めていきたいと思いますということでしたが、こういう企画がありますよという御連絡もいただかなかったので、委員としてあちこち周知することもできなかったのは少し残念です。

後半でご説明予定の事業者さんと組んだ取組が具体的にどんどん進んでいるというのは認識しておりますが、この啓発のような事例についても、これだけ様々な立場の方がネットワークになっておりますので、うまく活用いただければと思われました。

以上でございます。ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。確かに普及啓発のこういう連絡は、いろんな省庁とか関係していると、こういうのをやりますという連絡は来るので、同じようにやっていた

だくといいいのかなと思います。

では、挙手されている方がいらっしゃるので一通り伺っていきます。

それでは、柿野委員お願いします。

○柿野委員 ありがとうございます。御無沙汰しております。消費者教育支援センターの柿野と申します。東京都は、特に外食産業で精力的に食品ロスを削減されているというご報告を聞き、すばらしいと思いました。

スライドの5枚目について、少し教えていただきたいと思って発言しました。国全体の数字で、2017年度から2019年度にかけて食品ロス全体が612万トンから570万トンに大きく削減しているのですが、その一方で食品製造業の食品ロスが増えているように数字を読むことができます。この理由についてどのように考えたらよいか、教えていただけたらありがたいと思いました。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。

一旦質問をためて、まとめて後でお答えいただこうと思いますが、藤原様から挙手がありますのでお願いいたします。

○藤原様（大石委員代理） こんにちは。先ほどはちょっと戸惑って短かったですけれども、NACSという団体から大石副会長に代わって参加させていただいております。

こうした食品ロスの会議とか、いろいろな調査とかを拝見しておりまして感じたことなので、この資料では13ページのフードテックを活用したアップサイクルのところなどにも見られるのですけれども、事業系と家庭系という食品ロスの分類の仕方を基準にしますと、生産地というものが入ってこないのですが、消費者としてやはり自分の行動が生産地の規格外商品を買わないとか、それからいろいろな隅々のところに影響しているということも、私たちの団体はよく啓発のときに申し上げているのですけれども、東京都の場合、生産地の割合というのは他県に比べてすごく少ないと思うのですが、そのアップサイクルのときに製造業者さんが生産地と連携して行うというようなことはあるのでしょうか。それは質問でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

それでは、一通りまとめて事務局からお答えいただこうと思います。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

季節ごとに使えるような食品、備蓄食品があれば、併せてフードバンクさん、あるいはフードバンクさん以外にも社協さんとかに登録をいただいておりますので、そういったところに活用を選択肢の一つとして情報提供していきたいと思ってございます。

それから、キャンペーンにつきましては大変申し訳ございませんでした。連携を図らなければいけないところでございまして、今後委員の皆様にも情報をいろいろ連携していきながら進めていきたいと思ってございます。

それから、国の調査のところは今、手元に資料がぱっと出てこないのですけれども、国の調査も可食割合の率が年によって変わったり引っ込んだりすることもあるので、全体的には減ってきているのですけれども、製造業については詳しく精査しないと分からないのですが、そういったところも要因としているのか。これは後ほど分かれば改めて委員のほうにはお話をさせていただきたいと思っております。

それから、フードテックのお話がありました。こちらについては、これから詳細は詰めて、今日は実は東京都の予算の概要が発表される日なのでございますけれども、生産地、規格外

品というところではそれが製品として、あるいは新たに生まれ変わってそれが都内で消費されるということであれば、東京都内に限らず、生産地は周辺以外のところでも対象になるのかなと思っております。

また、生産地に着目した取組としては発生量自体には含まれていないのですけれども、例えば規格品外でまだ食べられるのになかなか商品にならないといったものを取り扱うような最近ではECサイトとかといったものが出てきておまして、直接消費者の方にそれをつないで有効活用を図るような取組もごございます。

そういったものは、まさにいろいろな消費者の方に知っていただくという意味でも、対策集とか事例を載せているような形で広く情報発信してその取組を後押ししていきたいと考えてございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。よろしいですか。

若干補足をしますと、まず最初のマッチングシステムについては実際にどういうマッチング先に届けるかというようなことは市、区が実際にやられていることですね。それで、このプラットフォームの運営自体は都がつくったプラットフォームで、実際に動かしているのは市、区なので、そこでどれだけ細かい相手先とうまくつないでいくかということが考えられていると思うんですけれども、市、区と都が連携しながらうまく活用できるような仕組みというか、知恵を絞っていくということが必要なのかなと聞いていて思いました。

それから、フードテックに関連して産地における未収穫、未出荷の問題ですけれども、皆さんも御承知だと思いますが、食品ロスの統計の中にその部分が入っていないのが日本の統計で、個人的にはそこはちょっと問題だなと思っているところなんですけれども、実際にその活用というのは非常に重要な部分になると思いますので、こういうアップサイクル等を取り組むに当たってはそこも意識して取り組むべきかと思います。

時間の関係がありますので、特段御発言がありましたらお願いしたいのですが、いかがですか。

藤原さん、特に発言されますか。何か押し切ってしまうようで申し訳ないですが、また時間は最後にあると思いますので、その際にでもお願いします。失礼しました。

では、ちょっと予定を超過して、久しぶりということもあって皆さんいろいろ御発言はおありかと思いますが、大変申し訳ないですけれども、議事を先に進めながら議題に戻っての御質問、御意見等もいただければと思いますので、まずは進めさせていただきます。

では、後半の御説明をお願いいたします。

○茂野資源循環計画担当課長 4つの事業について、この後、事業者さんのほうから御説明をさせていただきます。

まず、昨年度ICT等を活用した先進的な食品ロス削減事業について、株式会社シノプスの岡本様と、実証現場として御協力いただきました株式会社東急ストアの山口様から御説明をいただきたいと思っております。

よろしく願いいたします。

改めまして、株式会社東急ストア、デジタルマーケティング部DX推進課長の山口と申します。本日はよろしく願いいたします。

弊社からは、シノプス社と取組みをした「sinops-CLOUD 惣菜における実証実験結果」に関する御報告をさせていただきます。

まずは、ありきたりで申し訳ございませんが、会社概要になります。弊社、株式会社東急ストアは、東急グループの生活サービス事業の一つである総合スーパーマーケットとして、東急線沿線を中心に87店舗を展開しております。

昨年度の売上は、約2,000億円の企業でございます。

○株式会社シノプス（岡本様） 弊社は、株式会社シノプスと申します。よろしく申し上げます。

本社は大阪にごさいまして、需要予測を中心として自動発注や様々な店舗業務の効率化、サプライチェーンの全体の物流改善などに取り組んでいる会社でございます。お願いします。

○株式会社東急ストア（山口様） では、まず結論から申し上げますと、今回取組みをしたAIを使った需要予測数の算出、並びに最適値引きアラートなどの対応で、これはコロナ禍もありますが、売上が約8%向上しました。また、ロス、廃棄が金額ベースで約10%の削減、廃棄量 につきましては2021年11月から2022年の年明けまでの約2か月間の集計で、当社の店舗の3分の1の実績となりますが、約0.33トンの廃棄削減を実現いたしました。これを1店舗当たりでいいますと、月間約50キログラムの廃棄削減になると思います。

また、昨年2月の東京都との実証実験の時点では、1店舗当たり月間36キログラム程度と御報告させていただきましたので、さらに改善が進んだこととなります。

単純計算にはなりますが、東急ストア全店で1年間で換算すると約54トンの廃棄削減効果という形で算出をしております。

それで、このページですが、事前に皆様のほうにお配りしている資料に一部誤りがございました。申し訳ございません。具体的に申し上げますと、この約2%と記載しておりますが、皆様のお手元の資料は18%になっていると思います。ですので、現在画面にて共有している資料を最新版として御参照ください。

仮にですが、日本全国約2万2000店舗のスーパーマーケットで同様の効果が出たとすると、年間1万2000トンの削減効果になるかなど、これはもう単純な計算になります。これは食品スーパーで発生しているフードロスが年間約64万トンとのデータもありますので、その2%という形で算出をしております。ざっくりとした計算にはなりますが、この取組みがSDGsの観点からも社会貢献につながる取組みだと我々は感じております。

本日は、5分という非常に短い時間ですが、この取組みについて御説明をさせていただきます。

○株式会社シノプス（岡本様） 今回使用したAI及びロジックについてでございますが、非常に簡単に申し上げますと、各総菜のカテゴリータータルの需要予測を行いまして、当日の特売に加える数を補正し、定番の販売力を算出いたします。それで、その販売力を各単品に案分するといったことを自動的に行っております。

そして、当日は時間帯別の天気予報、及び、15分ごとの在庫の残数を計算しまして、適切なタイミングでの値引き率を現場にアラートとして通知し、最小限の値引きで廃棄が起きないように、運用を支援しております。

また、ロジック以外のポイントですが、日別の品ぞろえを定義する必要がございます。東急ストア様では該当の仕組みが当時なかったため、去年の9月までに当社で構築し、横展開に間に合わせております。

○株式会社東急ストア（山口様） 横展開の現時点の状況です。一般的に言われるアウトパック品は現在58店舗に展開をしております、本年2月には全店稼働の予定となっております。

また、店内加工するインスタ加工品については、小型店のみ現在は展開しております、中型、大型店については引き続き導入を検討するといった状況でございます。

現場のリアルな反応となります。

値引きについては、従来、値引き業務が集中する19時以降には、働き方の改善で社員がいない場合も現状増えてきております。その際に、経験の浅いアルバイトの方ではやはり一律の値引きしかできないため、現場でも非常に課題感がありました。この部分が最適化されるということで、今後一層システムの重要性が増すと期待されております。

これは店舗全体としての課題になりますが、我々が今、取組みをしている総菜の値引きが従来よりも早く発生する場合が出てきたときに、例えば水産とか畜産のロスが上がってしまうという事象が発生しました。現状は、総菜しか値引きアラートの対象にしていなかったため、他部門への影響が出てきたということです。ここは確かにそうだということで、水産や畜産のカテゴリーも含めて今後検討すべき課題だと認識しております。

最後は、さらなる向上を図りたいということで、これからの取組みになります。現状は、値引きのアラートには、タブレット（iPad）を使っております。値引きのアラートがタブレット上に表示され、それを基に値引き指示をラベルプリンターに入力するという運用をしております。この2つの端末をもつての運用というのは、現場の負担が大きいという形の声が出てきました。

そこで、商品をスキャンするだけで対象商品の値引きシールが自動で発行されるようにシステム改修を今後行っていきます。本年の2月から実証実験をすることになっているのですが、かなり手間の削減になりそうだという期待が高まっております。

5分ということなので、非常に駆け足の御説明になってしまい恐縮ですが、弊社、東急ストアが食品廃棄ロスの削減をテーマとして掲げ、取組みをした実証実験の結果報告を終わらせていただきます。

御清聴ありがとうございました。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございました。

続きまして、食品のロングライフ化技術を活用した食品ロス削減事業の一つでございます。「時をとめるベーカリー」について、株式会社ハットコネクトの中島様より御説明をお願いいたします。

○株式会社ハットコネクト（中島様） 株式会社ハットコネクト代表取締役の中島と申します。どうぞよろしく申し上げます。

では、「時をとめるベーカリー」について御説明をさせていただきます。

まず簡単な概要の御紹介になりますが、弊社はパン業界に対してのソリューションを提供しております、簡単に会社のやっている主軸事業について申し上げますと、弊社は横浜高島屋等で町のベーカリーさんからパンを買い集めて、セレクトショップという業態でパンを販売しているという事業を主軸としてこれまでやってまいりました。

その中で、弊社が買いそろえた町のベーカリーさんのパンの中で結構なフードロスが当然出てしまうということがございまして、それを何とか解決していきたいところか

らこの時をとめるベーカリーのビジネスが生まれております。

そもそも今回我々が提供しているソリューションというのは、どちらかといえば大手に出ているロスをばんとたたくというより、細かく町の中に散ってしまっているフードロスを集めて一斉にたたくというタイプのソリューションでございます。

パン業界というのは全国で大体1万件のベーカリーの店舗さんがあるんですが、実に90%以上が小さい町のベーカリーさんで構成されています。やはりこの中で出ているフードロスの量というの、かなり半端じゃない量になっている。さらに、なかなか個別の店でフードロスを削減していく流れをこれだけの数のパン屋さんが連携してやっていくというのも実際難しいので、我々が一斉にそれを担ってフードロスをたたいていくという事業体を検討しているという形でございます。

パン屋さんという業態というのは、簡単に言っても大きく2つのフードロスというのが存在していると考えております。これは先ほどの東急ストアさんのほうで数字の指標が出ていましたが、物理的なフードロス、そもそもトンとかの単位で捨てちゃう、ごみ箱にいつっちゃう。さらに値引きロス、これは円で換算した場合のフードロスということになります。

一見、今回の話はCO2の削減なので物理的フードロスが重要になるのですが、やはり値引きロスが大量に出ることによって経営的な悪化を引き起こして、それがひいては間接的に物理的なフードロスにつながっているということもあるかと思っています。今回のビジネスは、この2点のそれぞれの指標としてフードロスを同時にたたいていこうという考え方でございます。

弊社の今回の時をとめるベーカリーの簡単に事業スキームを申し上げる前に、まずこういった形だという計画の内容を御説明します。

1点目として、これは東京都ではなくて恐縮なのですが、横浜市にございます相模鉄道、相鉄線の瀬谷駅の改札の中に、9月1日から、実は今日閉店なんですけれども、1月29日まで敷地を借りて時をとめるベーカリーというお店を展開します。ここは、神奈川県、東京都、一部海外とかの常温パンを我々が集めてきて、お店の中で冷凍加工をして販売する。実際に取り扱っているのは、50店舗ほどのベーカリーさんのパンを冷凍して販売するお店となっております。それにより、本来、消費期限1日だったパンが実に90日の賞味期限が取れるということで、実質的にほとんどフードロスが出ないというお店となっております。

2点目です。このビジネスがさらにいろいろなところでスポット的に展開できるかどうかの実証実験ということで、これもそろそろ迫っておりますが、2月3日から6日まで、調布にございます調布パルコさんというところで、時をとめるベーカリーの催事をやってみます。これでそもそも機動力のある販売方法ができるのか、あとはちょっと過剰になってしまったロスを別の場所で販売することで在庫の平準化を図れるのではないかとという想定の下での実験という形になります。

3つ目です。さらにいろいろな平準化を図っていく方向で、いろいろなベーカリーさんのパンを冷凍加工したものeコマースで全国で販売していく。これが狙いでございます。

この3つがそれぞれ成立することによって、大幅な町のベーカリーのフードロス削減に寄与できるのではないかと考えております。

それで、「実際の店舗」の御紹介です。もう今日この店はなくなってしまうので写真で

の御紹介になってしまいますが、瀬谷駅にできた時をとめるベーカリーというお店がございます。大体スペックでいいますと34坪、うち54坪がおよそその冷凍を加工する工場区域という形になります。10時から21時まで冷凍パンを販売しております、冷凍ケース8台、オープンケース3台ということで、かなりの冷凍庫直品専門店の面構えという形になっております。

ちょっと今日と昨日の数字が取れていませんが、大体、日販平均で10万から18万円ぐらいの間を推移してまして、通常のベーカリーさんと遜色ないような売上げをたたき出しています。

それにより、実はこれはマーケティングの観点からいいますと、消費者は冷凍のパンでもかなり喜んで買っていかれる。コンテンツ性があれば買っていかれるということが実証できておりますので、この店が将来的にいろいろ展開していくことになれば、ベーカリー業界のフードロスというのも大きく削減されていくのではないかと期待を持っております。

「冷凍技術」についての御紹介をさせていただきます。

弊社が今回採用させていただきました冷凍技術というのは、テクニカンという会社さんの「凍眠」という冷凍機を採用いたしました。水冷による冷凍機でして、アルコール液ですね。不凍液と言われる凍らないアルコールの水のようなものに、空気を抜いたラッピングしたパンを沈めます。30分ぐらい漬けておくとがちがちに固まって、そのまま封入できるような仕組みを使っています。

ですから、どちらかといえばロスになってしまったものを冷凍するというより、パンのリードタイムの中で過剰発注されてしまった部分を冷凍化して、それをロングライフ化された中で販売していくということで、どちらかといえばフードロスを冷凍しているというよりは事前にたたくというスタイルを取っています。その代わり、焼きたてからそんなに時間なく冷凍状態になりますので、かなり高い品質での商品が売れるということになります。

これによって、値引き販売そのものがなくなって、フードロスが付加価値に変換するということができますので、もともと廃棄、フードロスで出ていたコストと冷凍にかかるコストは今のところトレードオフになっています。将来的にもっと冷凍を効率化することで、こちら辺はさらに利潤を生むことができると思いますので、よりこのビジネスを発展させていくことができるのではないかと考えております。

実際にもう一つこの水冷機のいいところがありまして、いろいろな冷凍機を試したのですが、総菜パンとか、食パン、菓子パン、ピザ、いろいろありますけれども、ほぼ全てのパンに品質を落とさない冷凍が実証できたというのがかなり大きいところだと思います。従来の技術だと、やはり適用できないパンというのは結構あったので、この技術は少なくともパンにおいては高い信用性を示したということでございます。

スキーム図ですが、これが実施以前、今までのやり方です。小規模・中規模ベーカリーから、我々は常温のパンのセレクトショップを運営しているというふうに先ほど申し上げましたが、そこで仕入れて消費者に販売してフードロスを解消している。これが今までのスキームでした。

これを、今回の時をとめるベーカリー事業をやることによって、一回パンのセレクトシ

ショップに運ばれたパンを、今日は売れ残りそうだとおぼやかし、それを我々のセレクトショップに卸さずそのまま冷凍加工場に持って行ってしまいます。そういうことで、まずパンのセレクトショップの時点でのロスが改善します。

さらに、小規模・中規模ベーカリーさんも朝の時点で、今日は雪が降った、雨が降った、残りそうだというものに関しては、我々の物流に乗せて時をとめるベーカリーに持ってきていただくという形を取ります。それによって、時をとめるベーカリーでロングライフ化をして、それを当然店舗でも売りますし、先ほど申し上げたように催事ですとか、eコマースということに転換していくことによって、この複雑に大量にある細かいパン屋さんのロスというものを、消費者にメリットがある形でまとめて一網打尽にたたくということができるとは思いませんかと考えております。

「期待される効果」の御説明です。ここまで説明した内容とかがぶるのですが、物理的フードロスはもちろんのこと、ロングライフ化によって値引きロスを削減することができます。

さらに、これはちょっと付加的な要素になりますけれども、ロングライフ化が前提となっている商品の割合が増えてくると、1日に例えば10種類のパンを全部つくっていたものを、月曜日はA、B、火曜日はC、D、水曜日はE、Fみたいな感じでつくって行って、全部冷凍して販売する。そんな未来が起きることによって、実は結構苦しいといわれているパン屋さんの労働環境からの低減というか、解放みたいなものを実現したいと我々は考えております。

さらに、町のベーカリーさんというのは基礎商圏が大体2キロほどということになっていますが、こうやって間接的な冷凍技術を提供することによって商圏の拡大が行えますので、売上げの向上ですとか、いろいろなことを目指せるようになるのではないかと考えております。

スライドはここまでですが、ちょっと未来の話をしていただきたいと思います。我々は最終的にこの常温パンのビジネスモデルと、冷凍加工をしてフードロスをたたくモデル、この連結帯を、今は横浜ですけれども今度は千葉で展開することになっております。

さらに、その後、埼玉を経由した上で、物件等は今、打合せ中ですが、一都三県と全てのパンをこのスキームに乗せて2024年に新宿駅のほうで展開したいということで、今デベロッパーさんと打合せが進んでいるところです。それが実現できれば、東京を中心とした商圏の中でパンのフードロスを大きくたたくことができるのではないかと期待をしております。

あとは生産地の話で、先ほど最初に議題に出ていましたけれども、パン工場の中で出てしまうデニッシュの切れ端とかは結構大きなものもあります。例えば、デニッシュの切れ端などは一度クロワッサン化してクロッフルに変えることによってもう一度販売できるとか、さらに冷凍できるとか、今こういった取組にも少しずつ取り組んでおります。

これは具体的にどういうことかという、デニッシュ生地を一件、一件だとアップサイクルに乗せるのは難しいんですけれども、切れ端を何件分も大量に集めてある程度ぐちゃっとさせても問題がないような商品にアップサイクルすることで、一件、一件だと大したことないフードロスを集めてアップサイクルに乗せるというサイクルも今後期待できるのではないかと。この辺は余談ですが、我々で検討している最中です。

長々と御清聴ありがとうございました。以上でございます。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

続いて、もう一つのロングライフ化技術を活用した自動販売機の販売実証について、株式会社三菱総合研究所の大野様と、ダイブレイク株式会社の松本様より御説明をお願いいたします。

○株式会社三菱総合研究所（大野様） 三菱総研の大野と申します。「急速冷凍食品の自動販売機の販売実証」について御紹介させていただきます。

まず、取組の全体概要です。今回の取組は、東京都様でも特に食品ロスの発生が多い外食店をターゲットとして、何か新しい取組ができないかというところからスタートしております。食品ロスとなる食材を活用した商品を自動販売機で販売するという取組をしております。

今回の実証では、東京都にあるすし店でどうしても出てしまう食品ロスとなってしまう食材を使って、おにぎりや総菜といったものに加工をしました。そうして加工したものを、すし店にあります急速冷凍機で急速冷凍をいたしまして、冷凍したまま実証パートナーでありますダイブレイク様の本社に運搬をしております。

ダイブレイク様の本社は天王洲アイルにありまして、こちらの自動販売機を天王洲アイルの改札前に設置しておりますので、ダイブレイク様のほうでそういった商品の保管、または自販機の補充といったオペレーションをしていただいております。

また、弊社のほうではそういったところを踏まえて、食品ロスの削減効果について検証しております。

実証実験に関しましては先週末で終わっております、非常によく売れたという状況になっております。本日はまだ販売の詳細についてはお伝えできないのですが、取組内容について御説明できればと思っております。

どういった商品をつくったかというところで、自動販売機で4種類の商品を販売しております。

まず1つ目が、表示しております「極みおむすび」セットというところですね。鯛のあらから取った出汁、またはあらの端の身を使ったおむすびをつくっております。

背景としては、おすし屋さんで鯛からおすしはつくるんですけども、残りの骨ですとか、あらについている身が残っているというところをもったいないねということで、そういったものを使っておいしいおむすびをつくっております。

また、提供しなかった酢飯とズワイガニを使ったおむすびというところで、おすし屋さんのほうである程度まとめてその日使う御飯を炊くんですけども、酢飯がどうしても残ってしまう部分があるというところで、その酢飯を活用してズワイガニおにぎりとして握っております。

次に、「イカゲソ大根」です。こちらも、すしネタとしてイカは提供するのですが、イカの足の部分、ゲソがどうしても余ってしまうということで、それを利用した「イカゲソ大根」としてつくりました。

次に、「ブリ大根」です。ブリもすしネタとしては使っているのですが、血合いがどうしても余ってしまうというところで「ブリ大根」としてメニューをつくっております。

最後は、けんちん汁ということです。これは食品ロスというわけではないんですけれども、おすし屋さんのほうが非常に環境意識も高く水産資源を有効に使いたいということで、残ってしまったあらですね。骨なので非可食部に当たるんですけれども、そういったところも水産資源を活用したいということで、そういった食品を有効に活用してけんちん汁をつくりましたといった取組として商品を開発しております。

こういったPR資料もつくりまして、消費者に対しても、高級店なんですけれども、麻布の大将が握ってくれたおむすびを販売しましたというPRをしております。

次のページからは、ダイブレイクの松本様より御説明いただきます。

○ダイブレイク株式会社（松本様） ダイブレイクの松本と申します。よろしくお願いたします。

弊社では、特殊冷凍機の販売及び特殊冷凍技術のソリューション提供を行っております。私たちの冷凍機のお客様である「鮭心」様に協力をいただいて、一緒に共同開発をした冷凍食品を販売させていただきました。

弊社のほうでは日々、冷凍の研究を行っていきまして、どの冷凍機がその食材に対して適切なのかですとか、解凍方法、保管方法なども研究しております。今回の商品に関しましても、パッケージの選定ですとか、あとは解凍方法に関して私たちのほうで検証した内容を御案内させていただきました。商品に一つ一つどういうふうな解凍方法が適切かという内容を記載したものを同梱して御案内をさせていただいております。

PRに関しては、プレスリリースの配信と、あとは各種メディアでの掲載というところで発信を行いました。

昨今の食品ロス削減の意識の高まりですとか、冷凍技術に対する最近の話題、あるいは冷凍自販機の話など、昨今の潮流も合わさって数多くのメディアで御紹介いただきました。こういった報道を御覧になって訪問されるお客様もたくさんいらっしゃいまして、非常に興味を持っていただくきっかけになったのかなと思っております。

次のところで、その特殊冷凍に関して、先ほど時をとめるベーカーリー様からも御案内がありました。簡単に御案内させていただきたいと思っております。

特殊冷凍技術に関しましては、食品の細胞膜の破壊を極めて少なくすることによって、冷凍前の品質に限りなく近い状態に再現できるような技術になっております。

左下の細胞の写真を御覧いただくと、一番左が冷凍前の細胞です。真ん中が特殊冷凍をした状態の細胞、一番右が一般的な冷凍庫で冷凍した場合の細胞です。細胞膜の状態、あるいは細胞の中の水分の結晶の小ささなどに大きな違いがあることが御覧いただけだと思います。

この違いの部分が味の品質の違いに大きく現れてきまして、右側の写真を御覧いただくと、ブリのお刺身でいうと色の違いですとか、角の立ったさばきたての状態を解凍後に急速冷凍、特殊冷凍の場合は再現できるような品質になっております。

最近ですと、出来たてのあつあつの例えば揚げ物ですとか、今回の商品でいうとけんちん汁のような汁物に関してもつくりたてをすぐに冷凍することができますので、解凍して召し上がっていただいた際に、お店の味をしっかりと召し上がりいただけるような品質をお届けさせていただいております。

こういった冷凍をすることによってロングライフを実現できるのはもちろん当然のこと

だとは思いますが、これまでは冷凍することで品質が劣化する、あるいはおいしくなくなるというような課題があったかと思えます。それが、特殊冷凍の優れた技術を使うことによって、ロングライフと高品質というところを兼ねそろえた商品の製造につながっていくのかなと考えております。

今後、弊社の冷凍機を導入されるお客様に対して、こういった食品ロス削減の手法があることも発信していきますし、自販機に限らず、こういった冷凍技術と食品の削減の処方というところで、食品ロス削減に寄与していきたいと考えております。

○株式会社三菱総合研究所（大野様） 御説明は以上になります。

○茂野資源循環計画担当課長 ありがとうございます。

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OJTソリューションズの中木戸様より御説明をいたします。

○株式会社OJTソリューションズ(中木戸様) OJTソリューションズの中木戸と申します。よろしく申し上げます。

では、OJTソリューションズの中木戸から「食品ロス0 ベストプラクティス展開事業について」の御報告を申し上げます。

この「実施目的」でございますが、事業系におけます食品ロスの削減に向け、中小の事業者様でも取り組みやすく、高い効果を発揮する食品ロスの削減の好事例（ベストプラクティス）というものを構築しまして、効果的な発信により、取組の横展開を図るということで、業界全体での食品ロス削減の実践を促していくということを目的といたしております。

このスライドにトヨタ自動車の問題解決STEPとございますが、弊社はトヨタ自動車とリクルートの合弁で、改善ですとか問題解決ということを通じました企業様の人材育成をメインとしてやっております会社でございまして、このトヨタが持っておりますSTEPを活用しながら事業をつくっていくということを今回やらせていただいております。

この問題解決STEPの手法でございますが、現場で起こる様々な問題を効率的に解決し、再発を防ぐ効果的な対策を打つために、トヨタ自動車において現在実施活用されています問題解決手法というところでございます。

このSTEPは大きく8つございますが、まず最初に問題を明確にしていく。なぜそれが問題なのか、食品ロスの何が問題なのかというのを定量的に示していくところからスタートしまして、現状把握ということで、その問題を定量的に分類・層別して取り組む問題を特定してまいります。

店舗におきます食品ロスといっても、いろいろなものがございます。その中で何が大きく影響しているのか、何が大きな問題なのか、そういったところを層別していった問題を絞り込んでいくというプロセスを取っております。

次のSTEPで目標設定するということを取りまして、その次の段階で要因解析ということで、問題の原因を現場の実証を基に様々な角度で真因、本当の原因という意味になりますが、追及していくということをやっております。その上で対策を立てまして、対策を実施していく。こういう流れでロス削減を目指していくという取組でございます。

「スケジュール」でございますが、当初、10月から研修をスタートできればと考えていたのですが、この10月から12月というのが食品小売業様の繁忙期と重なっているというこ

ともございまして開始が遅れまして、12月から1月にかけて受講企業におきまして研修を開始しております。来月上旬にオブザーブの企業様向けオンデマンドの動画を配信させていただきまして、3月上旬、現在は10日を計画しておりますが、オンラインセミナーを実施して横展開していくという流れを今は取っているところでございます。

実施いただいております企業様と取り組むテーマでございます。

株式会社塩田屋様、こちらは新宿にある会社様でございますが、「牛タンの廃棄ロスの削減」というテーマで今、取り組んでおります。

株式会社信濃屋食品様、世田谷区にある会社でございますが、「弁当食品廃棄ロスの削減」というテーマで今、取り組んでおります。

日東燃料工業株式会社様（ベニースーパー様）、こちらは足立区になりますが、「総菜部門食品ロスの削減」ということで、揚げ物を中心としたもののロスの削減に取り組んでいただいております。

株式会社アデガワ様（エスカマーレ様）、練馬区にある店舗でございますが、こちらのほうでは「日配品におけるロスの削減」というテーマで取り組んでいるというところでございます。

実際の風景でございます。このように知識学習をして基礎的な知識を入れた後、討議をして、実際に現場で起こっている問題というのを絞り込んだり、なぜ起こっているんだろうというようなところの討議を行ったりしております。

それに加えて現場観察ということで、調理の場ですとか、あとは店舗の陳列などを受講している方と一緒に見ながら問題を探っていくということをしております。

現在、進めている最中ではございますが、ここまでのところをやっていく中で、店舗の実際に第一線の方が食品ロスに関するデータを絞り込んで取っていくということで、新たな気づきが生まれて、ロスの削減の動きが出たりですとか、実際に置き場を変えることで売れ残っていた商品が減ったとか、そういった話も聞こえるようになってきております。この活動を今、進めている最中というところでございます。

今後の予定としましては、3月上旬、10日を予定しておりますが、オンラインセミナーを開催いたします。詳細につきましては改めて御案内をさせていただければと思いますが、今日お集まりの皆様をはじめ、お集まりの皆様の業界の加盟企業様への御案内をぜひいただいて、より多くの参加者の中で発表する場をいただければと考えております。

御清聴ありがとうございました。

○茂野資源循環計画担当課長 中木戸様、ありがとうございました。

少し長くなりましたが、都と企業様で連携した取組、以上4つの説明をさせていただきました。

説明につきましては以上でございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

もともと5分という設定自体に無理があったんだと思いますけれども、それぞれ短い時間に収めていただいた御報告がほとんどだったので、改めて感謝申し上げます。

では、何か御質問等ございましたら委員の皆様からお願いしたいと思います。

高取委員が挙手をされているかと思っておりますので、よろしくお願ひします。

○高取委員 味の素の高取でございます。それぞれに素晴らしい取組みだなというふうに

拝聴しておりました。

最初の東急様、シノプス様の取組みで質問が2点ございます。

今回の取組みでございますが、値引きのところのアクティビティなのか、発注も含めたトータルの範囲であるかというところでお伺いしたいです。トータルだとすると、どこを押さえることが有効なのかということを知りたいですというのが1つ目です。

もう一つが、こういった活動もどんどん小売のところでは広がると大変有望だなというふうに拝聴していたのですが、この横展開する際の課題といいますか、難しさがどの程度あるのかということもお伺いしたいと思います。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。

シノプスさん、東急さん、お願いいたします。

○株式会社シノプス（岡本様） では、1点目は私のほうから御説明いたします。

御質問の値引きだけなのか、それとも発注数の改善まで含んでいるのかということですが、発注数の改善まで含んでおります。日々、適切な発注数があって、さらに当日、予定以上に変更の急変等々であれば早めに値引きをするというようなシステムでございます。

1点目については以上です。

○株式会社東急ストア（山口様） では、補足ではないですが、まず1点目のところは今、岡本さんが言った発注のところと、あとは値引きのところについても、課題になりますが、結局、今までは経験とか勘というところがすごく大きかったと思うんです。

ある人がやると、例えば18時になると20%引きのシールを貼るけれども、ある人がやると30%引きのシールを貼るというような運用があって、そこら辺がやはり統一化されていないという課題をすごく認識していました。そこをまず改善したということで、御質問のあった発注、値引きにメスを入れました。

2点目の横展開のところも同じようなことにはなってしまうのですが、ここは完全な従業員の意識改革だと思います。というのも、このシステムでたたき出した数値、たたき出した指示に従ってやってくださいという形で横展開しますが、ここが一番のポイントで、意識を変えないとこういうものは変わらないと思いますので、そこを強く信念を持っております。

○高取委員 よく分かりました。ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。

私も同じく東急様、シノプス様に質問があるんですけども、こういう取組みを発注量ですとか値引きのタイミングをAIで判断させるに当たって、新商品をどういうふうに扱うかというのは非常に難しいというのをよく聞くのですが、今回この新商品の扱いというのはどうされたのでしょうか。

○株式会社東急ストア（山口様） 新商品のところについては、今おっしゃったように、過去の実績データはないので、そこについてはやはりその売り場担当者、本部も含めて、1週間ぐらいはその需要に乗らない形の発注、イコール手発注とか、本部側からの設定数で売上げを取っていくという形の運用をしています。それで、ある程度シノプス側でデータがため込むタイミングになったら需要の予測をしていくという形のロジックを組んでいます。

ただし、一番取組みをしていて難しいのは、今回は総菜のお話をしたんですけれども、グロサリーのパンのカテゴリーがすごく難しく、なぜかという、パンは物すごく商品改廃が激しいため、ほとんどデータがたまる前にもう新商品、新商品みたいな形になってしまいます。こここのころのパンのロジックについてはいろいろと工夫をして今シノプスさんと取組みをしています。

○渡辺座長 ありがとうございます。非常によく分かりました。そういうのも含めて横展開できるような仕組みなのかなと思いました。

ほかはいかがですか。

土井委員、お願いします。

○土井委員 NPO法人TABLE FOR TWO Internationalの土井暁子と申します。

三菱総研様とダイブレイク様の自動販売機についてちょっとお伺いしたいんですけれども、もしかしたら中で御説明があったかもしれないのですが、外食店の食品ロスについての、どのぐらいの割合で食品ロスがなくなったのでしょうか。

○株式会社三菱総合研究所（大野様） 御質問ありがとうございます。

まだ現状については詳細は集計中ですのでざっくりとしたところしかお返事できないんですけれども、おおむねとしましては発生した食品ロスに関しては、ほぼ完売できたといったような状況になっておりますので、方法としては非常に有効というふうに思っております。

○土井委員 ありがとうございます。

○渡辺座長 ありがとうございます。数字を含めて、結果を含めた報告というのはまた改めて都になされて、都からまた皆様にお伝えをする機会があるかと思っておりますので、いましばらくお待ちいただければと思います。

ほかはいかがですか。よろしいですか。

では、事例の御発表ありがとうございます。次の議題に進めていきたいと思っております。

それでは、議題2ということで、委員の皆様からの話題提供で情報共有をするという議題に移りたいと思っております。時間も限られて、大分過ぎてしまいましたけれども、有元委員と塚田委員から御報告をいただき、私の部分については多分、時間調整で置かれていますので、有元委員と塚田委員からは御予定どおりお話をいただければと思います。

まずは有元委員からお願いいたします。

○有元委員 日本フランチャイズチェーン協会ローソンの有元と申します。よろしくお願いたします。

本日は、弊社の取組を一部、簡単ではございますが、御報告させていただきます。

言うには及びませんが、何よりも優先的に取り組んでいるのが、そもそも食品ロスを出さないといったところで、発生抑制になります。その中で、簡単に3つ共有いたします。

1つ目は先ほどの事例でもございましたが、AIを活用した値引き販売になります。そもそも店舗から商品を発注する際に、販売数を予測するセミオート発注というものを導入しておりますが、実態として100%正確な予測とはいきませんので、商品が余ってしまうケースも当然ございます。その際に、店の利益を確保しつつ、効果的な値引き販売をしていくといった取組になります。

現在、既に多くの店舗で値引き販売を実施してはいるのですが、現状、幾ら値引きすべ

きなのか、あるいはどのタイミングで実施すべきなのか、こういったところはお店任せになっているというのが実態です。

そこで、昨年からAIを活用した有効な値引き販売の実証実験を開始しております。来年の2023年度には、全店導入を計画しております。当然、併せて売り場での訴求、陳列方法であったりポップなどによる訴求、加えて声かけといったオペレーションのポップ強化をしていきながら、しっかりと効果的にやっていきたいと考えております。

2つ目は、店内調理というものを拡大しております。作成工程も簡略化されておりますので、店舗で加えて作成しますので、当日のお客様の動向を確認しながら製造の調整がしやすいといったメリットがあります。通常、商品ですと、発注から納品までのタイムラグがありますので、そういった調整は難しいですが、これをカバーできるのが店内調理といったところで考えております。

続きまして、3つ目は冷凍食品、こちらも先ほど話題になっていましたが、拡大になります。特に通常は賞味期限の短い、例えばちょっと特異な商品ですけれども、馬刺しなどのお刺身であったりとか、あるいはベーカリー、デザート、こういったものを冷凍食品にすることで長鮮度化、長く鮮度化を保っているといったところで、食品ロスの結果としてなくすといったところに取り組んでおります。

次に、削減努力はするものの、余剰がどうしても出てしまった食品に関しては、極力、飼料や肥料にするといったダウンサイクルに依存するのではなくて、本当に食品を必要とさせていただいている困窮家庭であったり、福祉施設の方々を中心にフードバンクなどを通じて寄贈という形でお届けをしております。

直近の年末年始には、特別な日の演出に少しでも貢献できるようにということで、寄贈だけではなくて、ユニバーサルスタジオジャパンさんと御協力させていただいて、その日だけの特別なショーなども実施しております。

こちらは御参考ということで、実績になります。かなりの量なので、そもそもなくさなければいけないねといったところで課題認識しております。

簡単ですけれども、以上になります。

○渡辺座長 有元委員、ありがとうございます。

それでは、ローソンさんの取組について、委員の皆様から何か御質問がありましたらお願いいたします。

いかがですか。よろしいですか。

御報告いただいたように、確かにコンビニにはすごく店内調理のお弁当であったり、今までなかったようなカテゴリーの冷凍食品が並んでいたりとということが結構目立つなというのは御紹介されたとおりだと思えますけれども、こういうものの売れ行きというのは、例えば今までなかったカテゴリーでの冷凍食品を並べるということで食品ロス削減に関わるような効果というのは実感されていますか。有元委員、お答えできる範囲でお願いします。

○有元委員 それなりにお客様から御支持いただいておりますので、通常の商品も当然、売っていますが、こういった効果をこれから広げていくことで確実に食品ロスの削減にはつながっていくのかなと思う一方で、これは個人的な部分なのですが、冷凍食品とかを増やそうとすると冷凍機とかも増えていきますから、電気代とかCO2の問題もあります

ので、トータル的にどのように販売するかといったところも踏まえて、ライフサイクルアセスメント的に考える必要があるのかなとは考えています。

○渡辺座長 ありがとうございます。そうですね。非常に重要な問題だと思います。エネルギー使用量の問題とか、包装材のプラスチックの問題であるとか、そういったものとも絡んでいるのかなということなのかもしれません。

皆様、いかがですか。よろしいですか。

では、有元委員ありがとうございます。

それでは、イオン株式会社の塚田様、お願いいたします。

○塚田様（鈴木委員代理） 日本チェーンストア協会イオン株式会社の塚田です。イオンの食品廃棄物の削減の取組について、ちょっと総花的なお話にはなりますが、御紹介をさせていただければと思います。

小売業にとって、食品廃棄物削減は重要な課題と認識しております。イオンとして、長期的かつ具体的な数値目標を策定しております。目標は2つございます。

1つ目は食品廃棄物の発生量そのものを減らすということで、発生原単位で2025年までに2015年比で半減をしていくことを目指しています。

2つ目が、発生した食品廃棄物を資源として最大限有効活用していくということで、食品資源の循環モデルを構築していくことを目指しております。3Rの手法を使って、  
・店舗、商品で  
・地域とともに  
・お客様とのコミュニケーションを通じての3本柱で取組を推進しております。

では、食品廃棄物の各発生段階での取組事例を幾つか御紹介させていただければと思います。

まず、商品の取組です。こちらは表示の変更や、あるいは鮮度維持の向上に取り組んでおります。まず、PBであるトップバリュの加工食品で賞味期限が1年以上の商品については、順次、年月表示に切替えをしております。また、グループ企業のダイエーなんですけれども、牛肉で真空スキnpackを採用しております。鮮度保持期間が延びることで賞味期限の延長が実現して、あとは輸送時の損傷ダメージからの保護機能みたいなものも向上しているという報告を受けています。販売期限切れとか、商品の損傷が原因の食品ロスの削減効果につながっていると思っております。

そして、店舗においては廃棄量の精査、可視化とか、皆様の発表の中にもありましたけれども、AIの活用による発注精度の向上など、私どもいろいろな事業者がありますので、グループ各社がそれぞれの事業特性に応じて様々な取組を行っているというところでございます。

そして、私たち食品を扱う小売業として、お客様の御家庭での食品廃棄物にも関わっているという認識から、目標は自社の削減ということで数値目標を掲げていますけれども、それ以外でもお客様にも食品ロスの削減の呼びかけを行っております。

まず、行政や自治体と連携して、ポスター等を作成して掲示をしたり、イオンの一部の店舗で食材を無駄なく使うレシピの提案とか調理の実演をしたり、あるいは保存に適した容器の紹介等を行っています。

また、イオンの各お店で、子供たちが環境について学ぶイオン チアーズクラブという組織を結成しております。この活動の中で、子供たちが食品ロスについて考え、行動変容に

つなげていくというような機会も提供させてもらっているかなと思っております。

また、お客様の御家庭で余っている食品をお持ちいただいて、それを寄附するフードドライブ活動も推進をしております、地域の社会福祉協議会とかフードバンク団体、あるいは子ども食堂などに寄附をさせてもらっております。

今、グループ全体で約200の店舗が定期的にフードドライブを実施していて、今後は現在の社会情勢も鑑みて、食品ロス月間とか期間限定も含めて、今後さらにこのフードドライブの実施企業や店舗を拡大していくことを目指しております。

私たちとしては、食品廃棄物そのものを削減していくということに取り組みつつ、どうしても発生してしまうという自社の廃棄商品についても、一定の条件の下、信頼できる運営団体様とパートナーシップを築いて有効活用いただいているというケースももちろんございます。

そして、こちらはサプライチェーン全体での取組ということで、サプライチェーン全体で食品廃棄物の削減を目指すイニシアチブにも参画をしております。こちらは小売がサプライヤー様と協業して食品廃棄物の削減に取り組んで、サプライチェーン全体にそういった活動を波及させていこうというものになります。

取組の一つとして、夏休み、冬休みに、子どもの食応援ボックスというものを実施しております。コロナの影響で困難を抱えているご家庭を団体・企業が協業して応援していくという取組で、このような有事の際にまだ食べられる食品を有効活用していく枠組みの構築みたいなものに取り組んだという事例になります。私どもイオンからは、廃棄に回る予定だった白米の寄附をさせていただきました。

最後に、事務局の方からぜひこちらの御紹介をと御依頼をいただきましたので、食ロスということではないのですが、グループ企業のイオンペットの取組を紹介させていただきます。

こちらは、賞味期限が切迫して廃棄間近のペットフードを各お店の地域を管轄している保健所、もしくは動物愛護センターに寄附をさせてもらって、保護されている犬や猫の飼育にお役立ていただくというような取組をしております。これまでの支援先の行政は全国で48拠点、イオンペット株式会社の155店舗から寄附を実施していると報告を受けております。

こちらは、石川県で実施した寄附の写真を貼付させていただきました。このように、ペットフードの有効利用の取組も行っているよということで、これを最後に御紹介させていただいて、簡単ではございますけれども、イオンの取組の紹介とさせていただきます。

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。

それでは、皆様から御質問等がございますでしょうか。いかがですか。

私から1つ、基本的なことの確認といえますか、質問なのですが、イオン様はお話の中でも出てきましたが、様々な業態をお抱えだと思っておりますが、ある業態で先にやられたことをほかの業態にも広げていくとか、グループ内での横展開みたいなものも御苦労されているのかなと思うのですが、その辺りで何か御紹介いただけるような事例とか、取組とか、ありますか。

○塚田様（鈴木委員代理） ありがとうございます。

おっしゃるとおり、私どもGMSと呼ばれている総合スーパー、あるいは食品スーパーマーケット、コンビニエンスストア、外食を含めていろいろな活動がございます。業態を超えると有効な手段というものも結構違ってきているというのが現状ではございますが、私どもイオングループでは食品廃棄物削減のワーキングみたいな組織を立ち上げていて、そこで各社の取組事例などを共有させていただく場を年に数回定期的に設定しております。各社の事例を共有することで、特に同じ業種の企業の取り組みを参考にして、よい事例を自社に取り組んで実施をしているというような実績はあると思います。

事業を超えると有効な打ち手も違ってくるのが実情ではございますが、我々は多数の企業がございまして、そういったベストプラクティスをうまく共有しながらグループ全体のシナジーにしていければいいなと思っております。

○渡辺座長 ありがとうございます。

ほかはよろしいですか。

それでは、塚田さんありがとうございました。

○塚田様（鈴木委員代理） ありがとうございました。

○渡辺座長 それでは、最後に私からということで、事務局からの依頼で、いわゆるZ世代と言われる若い人たちの生の声を聞かせてほしいというようなことがありまして、ゼミでの取組でどんなことをやっているのかということを紹介をさせていただきたいと思っております。

私が説明してもあまり面白くないので、直接ここに入ってきてもらって説明ということでもいのかもしないですけども、何が起きるか心配なので、ちょっと前に大学の企画でホームカミングデーにOB、OGの方々向けに作成したゼミ生が話をしている動画がありますので、まずそれを御覧いただいて話を進めていきたいと思っております。

（動画開始）

○学生 これから渡辺ゼミナールの紹介をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

次のページをお願いします。

目次は、このようになっております。

○学生 私たちのゼミナールでは、「地域と食のマーケティング SDGsを自分事と考える行動する」をテーマに活動しています。

当てはまるSDGsの目標としては、11番の「住み続けられるまちづくりを」、12番の「つくる責任、使う責任」、13番の「気候変動に具体的な対策を」を目標としています。

○学生 次に、オンラインコミュニティー班の活動内容について御説明させていただきます。

私たちはコロナの影響で飲食店でのフードロスが増加、人と人がつながる魅力ある町を発信、再構築したいという思いから、フードロス解決のための仮想コミュニティーを作成、運営すること、フードロス削減の情報を発信する活動をしています。

○学生 次に、プロジェクトの活動内容です。

私たちはHoneybees community、通称ハニコミで食品ロス削減をはじめとする食に関わるテーマを通じて、農家さん、飲食店さん、地域住民の皆さん、学生などのつながりをつくることを目的として協力しています。

また、インスタグラムを使って食品ロスに関する情報の収集、発信や食品ロスの多い食

材を使ったレシピなどを発信しています。

次をお願いします。

○学生 実際の投稿は、このようになっております。

この投稿は、キャベツを利用したレシピや、キャベツの栄養効果などについて発信しました。レシピは捨てられやすい野菜などを活用していて、少しでも食品ロス削減に貢献できるように情報発信をしています。

また、昨年にはこの取組を国連のWFP協会から、とんがりコーン賞をいただいております。これからも積極的に情報発信をしていきます。

次をお願いします。

○学生 次に、ハニコミでの活動について御紹介させていただきます。

ハニコミは、企業や学生団体によって食に関するサステナブルの輪を広げるためにつくられたプラットフォームです。ハニコミの活動には、ごみ清掃員としても働いているお笑い芸人のマシンガンズの滝沢さんも参加してくださっており、一緒にサステナブルについて考えたり、イベントなどで交流を深めています。

次をお願いします。

○学生 続いて、こちらは2年生が行った食品ロス削減のための規格外アップサイクル社会実験で、長果樹園さん、wata軒さん、SENDAI-Kaffeeさんとコラボさせていただきました。こちらの左上の写真が、実際に販売したお弁当です。

次をお願いします。

こちらは、そのコラボしたときに撮った写真になります。

次をお願いします。

最後に、今後の活動について紹介させていただきます。

次をお願いします。

○学生 最後に、今後の活動について紹介させていただきます。

次をお願いします。

まず初めに、先ほど紹介していた活動の継続をしていきます。

(動画終了)

○渡辺座長 ここで紹介されているベジコミのサイトなのですがすけれども、インスタグラムを紹介します。まだ始めて2年くらいで、炎上が怖いので恐る恐るやっているのですが、そんなに広がらないような形でやっているものなのですけれども、こんな投稿をずっとしてきています。ずっとあるので、よろしければぜひ御覧いただきたいと思います。

例えばということで、最近と言っても12月ですけれども、クリスマスの時期にやった投稿ですが、こんな形で、もやしのゆかり和えと、何でクリスマスにもやしのゆかり和えなのかという説明がちょっとクリスマスにつながらないのであまり話題として広がらなかったのですけれども、でもちょっと面白いなど、こんな動画も入れて自宅で学生がやったものをインスタグラムに上げているというような企画をやっています。

先ほどのZoomの録画機能を使ってパワーポイントで説明しているものも、それぞれ学生が自宅から話をしているものをつないでいるというか、みんなで一つの動画にしているものですし、この投稿もコロナ禍の下で大学に通って来られない中でそれぞれが家にいたり、たまの機会、月に1回とか2回とかゼミの対面授業の中ですり合わせをしながら進めてい

る状況にあるということで、その中でも頑張っているんだということです。

あとは、今後のことについてですけれども、先ほども産地の話がありましたが、この中でも出てきましたが、長果樹園さんという九州の梨農家さんと連携をして、その梨を使ってカレーにして売るということをやったのですけれども、今後もう一つ、今、考えているのが、屋久島の粉茶というのがあって、それはロスが出ないものなんですけれども、それを使ってアップサイクル化していくということで、屋久島のお茶農家さんと屋久島高校の先生と生徒さんと話が弾んでいまして、そこと地元の神保町にあるKanda Coffeeというコーヒー店と連携をして新しい取組をこの3月、4月に行っていこうと考えていて、こんなことをやっています。

いわゆるZ世代の学生さんたちというのはどんなことを考えているのかとよく聞かれるのですけれども、食品ロスを中心にした社会への貢献とか、社会の問題解決とかというものについての意識が非常に高く、私のゼミだけではなくて学内でもこういう取組を行っているゼミ、サークルはありますし、他大学の話を聞いても結構ありますので、こういうものを社会の企業の皆様方、その他と連携しながらさらに輪を広げていけるといいなと思っています。

ちょっと長くなりましたが、以上です。ぜひこのベジコミは探していただいてフォローしたり、「いいね」をしたりしていただければと思います。

何か御質問はありますか。こんなものだという事で御理解ください。

では、全体を通じての御意見等を伺っていきたいと思うのですけれども、議題1での話も含めて、議題1、議題2を通じて今の委員の皆様からの情報提供なども含めて何か御質問や御意見などございましたらお願いします。

先ほど藤原さんからの質問がありましたけれども、いかがですか。

○藤原様（大石委員代理） 先ほど手が挙がっていたのは間違いだったのですけれども、せっかくですので感想ですが、やはり大学で若い世代に教えるというのではなくて、自分たちだったらどういう行動ができるかというようなことを考えさせているというところにとっても感銘を受けまして、面白いなと思いました。

それで、ほかの世代だったとしても、高齢者からもっと小さい子までいろいろな世代がありますけれども、そういうところをできる範囲で取り入れていくのが啓発の効果的なやり方なのかなと感じました。

以上です。

○渡辺座長 ありがとうございます。おっしゃるとおりですね。食育とかも大事ですし、小学校、中学、高校からそういう意識を考えてもらうということがすごく大事なんだなと思います。

それでは、日本生産性本部の清水委員からも情報提供があるということですので、清水委員お願いします。

○清水委員 先生、ありがとうございます。若い方のお取組、とても参考になりました。実は中高年が一番いけないのではないかと、ちょっと反省をいたしました。

お時間をいただきましたのは、私どもで3月3日に食品ロスよりももう一段広げたサーキュラーエコノミー関連の無料のシンポジウムを企画しておりますので、ぜひ皆さんにもご参加、または傍聴いただければと思って御案内させていただきます。

テーマは、「サーキュラー・ソサエティの実現に向けて～ビジネスも暮らしも変わる」です。カーボンニュートラルですとかSDGs達成には循環経済、サーキュラーエコノミー型に変わっていかねばいけない。大量生産、大量消費の一方通行ではなくて、循環型にかえていかねばいけないということで、ビジネスモデルの転換ですとか、社会全体で変えていこうということでサーキュラー・ソサエティの実現に向けてとタイトルをつけております。

実は最近、私どもでアンケート調査をしたのですけれども、サーキュラーエコノミーという単語を知っていますかと聞くと、8割近くが聞いたことがないと答えています。これは3、4年前のSDGsと同じ状況ではないかと思ったのですけれども、会社の上の役職者のほうが認知が多く、企業で取り組まなければいけないとなっているけれども、一般まではまだ伝わっていないというような結果でした。そんな調査もしております。

ぜひおいでいただきたいので、後ほど東京都さんの事務局を通じてウェブのリンク先なども御案内させていただきますので、よろしく願いいたします。

下のほうにページを繰っていただくと、どなたがお出になるかが分かりますのでよろしく願いします。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。

私も学生相手にサーキュラーエコノミーを知っているかというアンケートをしたら、いろいろな要項も含めてなのですけれども、サーキュラーエコノミーについては半分くらいが分からないという答えが出たので、まだまだ定着していない言葉なのかなと思いました。

ありがとうございます。ぜひ皆さん御都合がつけば御参加くださいということです。

ほかはいかがですか。何か御意見、御質問等がありましたら、この機会にお願いいたします。よろしいですか。

それでは、今後のことなども含めてだと思いますが、最後に宗野部長から御挨拶をしていただきます。お願いいたします。

○宗野資源循環計画担当部長 お久しぶりでございます。宗野です。

今日は座長をはじめ、委員の皆様にはお忙しい中、時間を割いていただいて本当にありがとうございました。

また、東京都の各事業をやっている皆様にも、具体的に現場の先進の取組の御紹介をいただいて本当にありがとうございました。ローソンの有元様、イオンの塚田様、あとは渡辺ゼミの若々しい学生の皆様、手づくり感いっぱいの動画は大変だったと思いますけれども、本当にありがとうございました。

計画の策定まで10回も議論を重ねてつくった計画をつくってから約1年がたったということでありまして、5年間の計画ですけれども、その1年目が終わろうとしているところであります。我々東京都は一生懸命やっているつもりですけれども、サプライチェーンの生産から消費までという非常に幅広い方々に関わる問題ですので、今日もいろいろ指摘をいただいて、まだまだ足りない部分があるなということを感じたところでございます。

今後もしっかり進めていくつもりでありますけれども、20名の委員の方がいらっしゃいますので連絡が取れていないところもあったと思います。この会議を頻繁に開くというのはなかなか難しいと思いますが、今後は個別にまたお話をさせていただいて、しっかり食

品ロスの削減を推進してまいりたいと思います。

ちょっと長くなりましたけれども、少し寂しかったのは国友さんとコープの三田さんの刺激が今回はちょっと時間の関係でいただけなかったのですが、また個別に連絡して、この辺は足りないじゃないかというようなこともまた伺いたいと思っております。今日は時間の関係でそういうことがありませんでしたけれども、今後ともどうぞよろしく願いいたします。

長くなりましたけれども、どうも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。個別に連絡を取っていただくことも、もちろんぜひやっていただきたいのと、それぞれの何か事業が始まるとか、お知らせをメーリングリスト的に一斉送信で送っていただくとか、そういうことを両方組み合わせていただくと思います。

辛口のコメントが欲しいということで、国友さんからチャットに書き込みがあります。ほかはよろしいですか。

それでは、事務局から何かお知らせはありますでしょうか。

○茂野資源循環計画担当課長 大丈夫です。

○渡辺座長 それでは、ちょうど時間になりました。これで第12回「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」を閉会させていただきます。

本日は、ありがとうございました。お疲れさまでした。

(午後3時01分閉会)