

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

小売部会（第1回）

会議次第

日時 平成30年11月16日（金）10時00分～12時00分

会場 都庁第二本庁舎 31階 特別会議室22

- 議題
- (1) 部会長の選任
 - (2) 食品ロス削減キャンペーンの実施について
 - (3-1) 今後の議論の進め方について
 - (3-2) 東京都の小売店舗の概況
 - (3-3) 小売店舗におけるイオン株式会社の取組について
 - (3-4) 小売店舗における株式会社セブン-イレブン・
ジャパンの取組について
 - (3-5) アンケートの結果について
 - (4) 今後のスケジュール及び情報提供（ICT 予測）

< 配付資料 >

資料1 委員名簿

資料2 食品ロス削減キャンペーンの実施について

資料3-1 小売部会における議論の進め方について

資料3-2 東京都の小売店舗の概況（全国との比較）

資料3-3 イオン食品廃棄物削減目標&取り組み

資料3-4 セブン-イレブン・ジャパン説明資料

資料3-5 委員へのアンケート結果について

参考資料1 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議設置要綱

参考資料2 「食品ロス抑制のための ICT を用いた情報共有の実証事業」事業者の公募について

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議
小売部会 委員名簿

敬称略（五十音順）

氏名	所属（役職）
赤津 友弥	一般社団法人 全国スーパーマーケット協会 日東燃料工業株式会社ベニスーパー 取締役
安東 迪子	特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO 事務局長
柿野 成美	公益財団法人 消費者教育支援センター 総括主任研究員
金丸 治子	日本チェーンストア協会 イオン株式会社 グループ環境・社会貢献部 部長
国友 千鶴	公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会 株式会社オズマピーアール アカウントプランニング本部 副本部長
黒川 徹雄	一般社団法人 日本加工食品卸協会 国分グループ本社株式会社 経営企画部 企画一課長
小林 富雄	愛知工業大学 経営学部経営学科 教授
清水 きよみ	公益財団法人 日本生産性本部 生産性総合研究センター ディレクター
清水 俊樹	一般社団法人 日本加工食品卸協会 三菱食品株式会社 加食事業本部 商品オフィス室長
辰巳 菊子	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 常任顧問
西山 純生	一般社団法人 日本フランチャイズチェーン協会 株式会社セブン-イレブン・ジャパン 企業行動推進室 総括マネジャー
藤田 静江	特定非営利活動法人 東京都地域婦人団体連盟 監事
三田 謙二	コープデリ生活協同組合連合会 商品業務管理 統括部長
山田 博成	日本チェーンドラッグストア協会
渡辺 達朗	専修大学 商学部長

食品ロス削減キャンペーンの実施について

食品ロスとは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のことです。日本国内での食品ロスは年間646万トンと推計され、東京都民が1年間に食べる食品の量に匹敵します。

こうした食品ロスを削減するためには、事業者の取組だけでなく、消費者の食品ロスに対する理解と削減行動が不可欠です。

そのため、世界食料デー（10月16日）のある10月に合わせて、都民の皆様にご協力いただき、都民の皆様にご協力いただき、ありがとうございます。

■キャンペーン期間

平成30年10月1日（月曜日）から10月31日（水曜日）

■キャンペーン内容

<店頭キャンペーン>

食品ロス削減キャンペーン参加事業者の店頭でイベント等を実施しました。

事業者名	店舗名	内容
イオンリテール株式会社	イオンスタイル品川シーサイド	店頭イベント 10月20日（土曜日）開催 食品ロス削減とコラボした売切りワゴン設置
日東燃料工業株式会社	ベニースーパー佐野店	食品ロス削減とコラボした特売の実施 （期間中随時実施） 例：賞味期限の近いオリーブオイルを定価3割で特売し、3週間で在庫完売
ワタミ株式会社	鳥メロ渋谷道玄坂店 TGIフライデーズ 渋谷神南店	10月13日（土曜日）から16日（火曜日） 宴会料理の食べ切り確認で幹事にお食事券（2,000円分）贈呈
株式会社吉野家ホールディングス	TOKYO都庁議事堂レストラン	10月1日（月曜日）から12日（金曜日）実施 宴会料理の食べ切り確認で当日会計を一人当たり50円引き（平日限定）

<食品ロス削減キャンペーンシールの貼付>

食品ロス削減キャンペーンシールをレジ付近、飲食テーブル等に貼り、食品ロス削減の普及啓発に協力していただきました。（1の店頭キャンペーン実施店舗にも貼付）

事業者名	貼付店舗
生活協同組合コープみらい	コープみらい 60店舗
株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	デニーズ 110店舗
ユーレストジャパン株式会社 （東京都人材支援事業団）	東京都庁第一本庁舎32階食堂
東京ケータリング株式会社 （東京都人材支援事業団）	東京都庁第二本庁舎4階食堂
国分グローサースチェーン株式会社	コミュニティ・ストア 4店舗
株式会社ローソン	ローソン 10店舗
専修大学	学生食堂・売店（東京ケータリング株式会社） 4店舗
株式会社 麻布永坂更科本店【そば】 （東京都人材支援事業団）	専門食堂 都民広場地下
株式会社 伊勢【とんかつ】 （東京都人材支援事業団）	
西洋フード・コンパスグループ株式会社 【ラーメン】 （東京都人材支援事業団）	
有限会社 靖高設備商事 【中華料理】（芳蘭亭） 【喫茶・中華バイキング・カレー】 （HouRanTei） （東京都人材支援事業団）	

(シールデザイン)



<「東京味わいフェスタ 2018」へのブース出展>

「東京味わいフェスタ 2018」は、東京産の農林水産物やこれを用いた料理、伝統文化などの東京の多彩な魅力を国内外に発信することを目的とした食に関するイベントです。

環境局は食品ロス削減を呼びかけるブースを出展し、参加者の皆様への普及啓発を行いました。

また、主催者の協力のもと飲食テーブルやキッチンカーにキャンペーンシールを貼付するなど、都民の皆様へ食品ロスに関して考えるきっかけづくりを提供しました。

「東京味わいフェスタ 2018」

【開催日】平成30年10月5日（金曜日）から7日（日曜日）

【場 所】丸の内仲通り、行幸通り他

イベント詳細について <https://marunouchi-event.com/tokyoaiwaifesta2018/>

イベントの様子



小売部会における議論の進め方について

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議では、賞味期限の長い加工食について、主にサプライチェーンマネジメントに掛かる商慣習などを中心に議論を展開してきた。

小売店は、消費者が日々食品を購入する場所であり、その消費行動により 小売店舗において日々食品ロスが発生しているだけでなく、購入した食品を使い切れなければ、各家庭での食品ロスにもつながる。このように、食品小売店舗は、食品ロスの削減を進める上で、消費者の食品に対する購買行動を啓発する拠点としても、極めて重要な場所でもある。

そこで、今回新たに設置された小売部会では、消費者の食品の購買行動及び、店舗の販売方法などに焦点を当て、食品ロス削減の取組を議論していくこととする。

なお、納品期限の緩和の取組、1 / 3ルールなど、これまで議論していた内容については、引き続きパートナーシップ会議本体で議論を行うこととする。

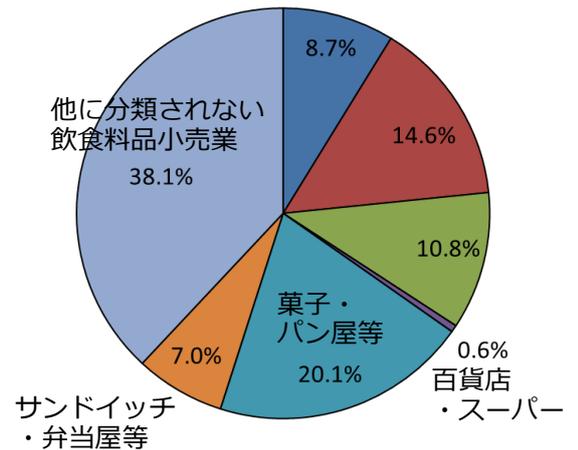
東京都の小売店舗の概況（全国との比較）

平成 26 年度経済センサス基礎調査より作成

全国食品小売店の事業所数（産業小分類別）

産業分類小分類	事業所数	割合
各種食料品小売業	26,985	8.7%
野菜・果実・食肉・鮮魚小売業	45,158	14.6%
酒小売業	33,478	10.8%
百貨店、総合スーパー	1,706	0.6%
菓子・パン小売業	62,118	20.1%
料理品小売業	21,715	7.0%
他に分類されない飲食料品小売業	117,415	38.1%
合計	308,575	100%

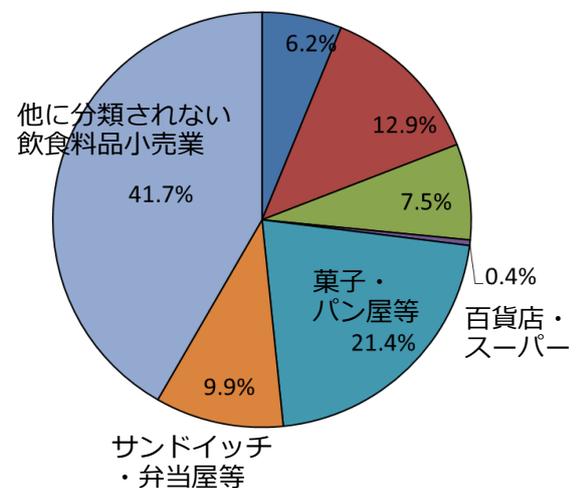
※他に分類されない飲食料品小売業

○コンビニエンスストア、○牛乳小売、○飲料小売、
○茶類小売、○米穀類小売 etc

都内食品小売店の事業所数（産業小分類別）

産業分類小分類	事業所数	割合
各種食料品小売業	1,911	6.2%
野菜・果実・食肉・鮮魚小売業	4,006	12.9%
酒小売業	2,313	7.5%
百貨店、総合スーパー	133	0.4%
菓子・パン小売業	6,631	21.4%
料理品小売業	3,077	9.9%
他に分類されない飲食料品小売業	12,923	41.7%
合計	30,994	100%

※他に分類されない飲食料品小売業

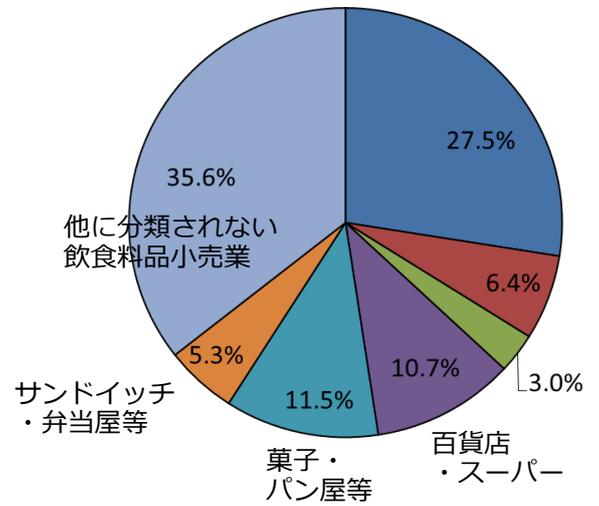
○コンビニエンスストア、○牛乳小売、○飲料小売、
○茶類小売、○米穀類小売 etc

都内の小売店舗（事業所数）は、全国の約 1 割に相当する 3 万 1 千事業所が存在。

その内訳は、百貨店・スーパー、パン等、コンビニエンスストア等、サンドイッチ・お弁当の店舗で全体の 7 割以上を占め、全国より 7 ポイントほど割合が高い。総務省統計（平成 27 年）では、1 人世帯割合は、全国 34.5%に対し、都は、42.3%と 8 ポイントほど割合が高く、中食の割合が高いことが伺える事業所数となっている。

全国食品小売店の従業員数（産業小分類別）

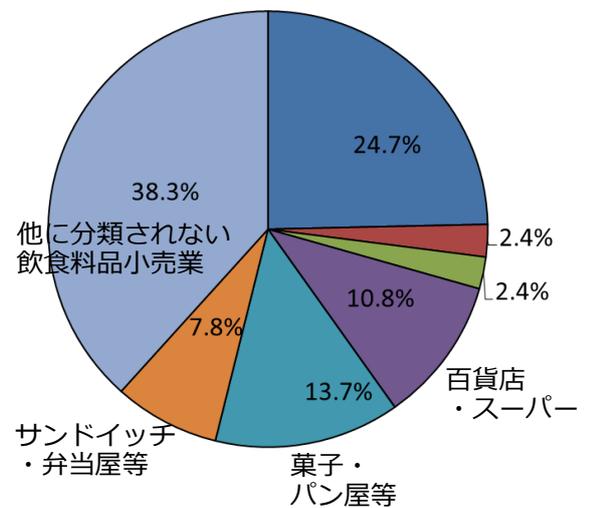
産業分類小分類	事業員数	割合
各種食料品小売業	940,037	27.5%
野菜・果実・食肉・鮮魚小売業	218,961	6.4%
酒小売業	103,249	3.0%
百貨店、総合スーパー	364,334	10.7%
菓子・パン小売業	393,101	11.5%
料理品小売業	182,885	5.3%
他に分類されない飲食料品小売業	1,216,133	35.6%
合計	3,418,700	100%



※他に分類されない飲食料品小売業
 ○コンビニエンスストア、○牛乳小売、○飲料小売、
 ○茶類小売、○米穀類小売 etc

都内食品小売店の従業員数（産業小分類別）

産業分類小分類	事業員数	割合
各種食料品小売業	97,841	24.7%
野菜・果実・食肉・鮮魚小売業	9,487	2.4%
酒小売業	9,399	2.4%
百貨店、総合スーパー	42,848	10.8%
菓子・パン小売業	54,190	13.7%
料理品小売業	30,931	7.8%
他に分類されない飲食料品小売業	152,209	38.3%
合計	396,905	100%



※他に分類されない飲食料品小売業
 ○コンビニエンスストア、○牛乳小売、○飲料小売、
 ○茶類小売、○米穀類小売 etc

都内の小売店舗（従業員数）は、事業所数同様、百貨店・スーパー、パン等、コンビニエンスストア等、サンドイッチ・お弁当の店舗で全体の約7割を占め、国より7ポイントほど割合が高い。

委員へのアンケート結果について

10月に実施した食品ロス削減キャンペーンをふまえ、小売業、消費者団体の委員の皆様にはアンケートに回答していただきました。ご協力いただきありがとうございました。

■小売業

Q	今回のキャンペーンは、食品ロスの消費者への啓発、店舗における食品ロス削減に効果があったと思うか
回答	「どちらかといえば効果があった」「どちらかといえば効果があったと思わない」の選択肢につき、同数の回答をいただいた。
具体的意見	<ul style="list-style-type: none"> 食品の大切さと食品ロスについて何とかしなければならないという意識向上が発信できた 啓発シールやポスターのみでは売場に埋没してしまい、意識づけとして不十分 消費者のライフスタイルの変化につながる提案まで一緒に検討したい

Q	今後食品ロス削減に向けて店頭で実施してもらいたい消費行動について
具体的意見	<ul style="list-style-type: none"> 食品ロス削減を訴えるノベルティ配布（マグネットタイプで冷蔵庫に貼るような物、付箋など） すぐたべくん（環境省）の認知向上が取組の認知向上にも繋がると思うので、すぐたべくんの子供向けのノベルティがあるといいのではないか 購買行動（食品ロス削減につながる買い方等）の仕掛けを一緒に検討したい

■消費者団体

Q	今回のキャンペーンは、食品ロスの消費者への啓発、店舗における食品ロス削減に効果があったと思うか
回答	「どちらかといえば効果があった」「どちらかといえば効果があったと思わない」の選択肢につき、同数の回答をいただいた。
具体的意見	<ul style="list-style-type: none"> 全体として協力者が少なく、実施場所が少なかった 準備期間が短く、周知があまりされていなかった 事前に東京都が行うキャンペーンのロゴという認知を事前に獲得した上での店頭掲出が望ましい もっと早くにロゴの認知と掲出できる場所の拡大が必要

Q	店頭での消費者向け啓発内容について、啓発POPの内容を分け、小売店舗、 外食店舗それぞれに応じた啓発内容に分けるべきと思いますか。
回答	「分けるべき」との回答が多かった。
具体的意見	<ul style="list-style-type: none"> • ロゴやキャンペーン名は両拠点で統一し、啓発内容は別が良い • その場での取り組んでいただきたい目的が異なるので、啓発内容は統一ではないと思う • 今回のシールのようなデザインを想定すれば、同じPOPでは伝わりづらいと思う • 大目標は同じなので、対象を分けるより、同じ内容で多数の対象に周知を行ったほうが良い

Q	啓発POPの内容について、標語とは別にシンボルマークが必要だと思いますか
回答	「シンボルマークは必要」との回答が多かった。
具体的意見	<ul style="list-style-type: none"> • 文字だけより視覚的なものがあつたほうが良い • 啓発POPが良いのか、ポスターのようなものが良いのかは要検討 • 食品ロスをなくすための取組であることが一目でわかる必要がある • 有用であればシンボルマークやピクトマークがあると良い • 啓発内容だけでわかりやすく伝わるのであれば必要ない

Q	啓発POPの作成について、公募など、外部に託した方が良いと思いますか
回答	「全体を託すべき」という回答が多かった。シンボルマークだけでも託すべきとの意見もあった。
具体的意見	<ul style="list-style-type: none"> • 全体を委託すべき。バランスが重要 • 啓発POPは一通りではなく、消費者の行動に合わせて柔軟に作成する必要がある • 目的や達成したいこと、使う場所やシーンを提示して、外部のプロに託した方が良い • 都民への公募形式も、参加意識が高まるのでアリかと思う

東京都食品ロス削減パートナーシップ会議設置要綱

(目的及び設置)

第1条 国連「持続可能な開発目標」に掲げられた、2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる目標への貢献を目指し、東京都内のフードサプライチェーンにおいて、本来食べられるにもかかわらず捨てられてしまう「食品ロス」の削減を図るため、食品流通事業者、消費者団体及び有識者が一堂に会して検討を行い、連携・協働を進めていくことを目的とし、東京都食品ロス削減パートナーシップ会議（以下「会議」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 会議の所掌事項は、次の各号のとおりとする。

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

(構成等)

第3条 会議は、事業者、消費者団体、有識者等からなる委員により構成する。

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

(招集及び運営)

第4条 会議は、座長が招集する。

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

(部会)

第5条 座長は、必要な事項を検討するため、部会を設置することができる。

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

(開催方法)

第6条 会議は公開とする。

(議事録及び会議の資料)

第7条 会議ごとに議事録を作成することとする。

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

(庶務)

第8条 会議の庶務は、東京都環境局資源循環推進部計画課において処理する。

(補則)

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

附 則

この要綱は、平成29年9月1日から施行する。

平成 30 年 11 月 2 日
環 境 局

「食品ロス抑制のための ICT を用いた情報共有の実証事業」 事業者の公募について

東京都では、国連の「持続可能な開発目標」に掲げられた、2030 年までに小売・消費レベルにおける世界一人当たりの食料の廃棄を半減させる目標への貢献を目指し、食品ロスの削減に係る取組を推進しています。

需要予測の外れや製造・卸・小売の各段階で需要予測情報が共有化されていないことが、食品ロスを発生させる要因の一つとなっています。そこで、都は、ICT を活用し予測精度を向上させることなどで、こうした食品ロスを抑制する実証事業を実施することとしました。都と共同して本実証事業を実施する事業者の公募を、下記のとおり開始しましたので、お知らせいたします。

記

1 事業概要

- ・ICT の活用により予測精度を向上した需要予測システムを構築するとともに、製造・卸・小売が連携した体制において実証事業を行い、構築した需要予測システムの食品ロス抑制効果を検証する。
- ・事業者は公募により募集し、別途設置する「食品ロス抑制のための ICT を用いた情報共有の実証事業選定委員会」の意見に基づき、都が 1 件を選定する。
- ・事業選定後は、都との間で実施内容、方法、業務分担、費用負担等を規定する協定を締結し、事業を実施する。
- ・都は本事業の完了後、事業に要する経費の合計額の 2 分の 1 以下の額について、30,000 千円を上限に支払う。

2 公募期間

平成 30 年 11 月 2 日（金曜日）から同年 11 月 22 日（木曜日）まで

3 本事業に係るスケジュール

公募期間 平成30年11月2日から同年11月22日まで

選定委員会の開催 平成30年12月上旬（予定）

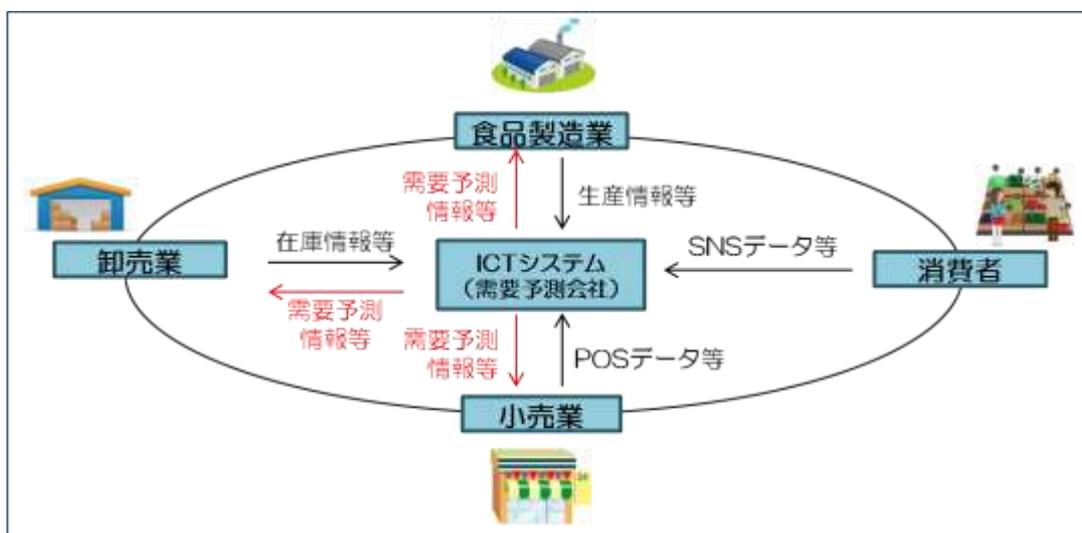
※公募事業者による事業計画のプレゼンテーションを実施

審査結果通知 平成30年12月中旬（予定）

実証期間 平成31年2月（予定）

事業成果物の提出 平成31年3月22日まで

4 本事業のスキーム（ICTシステムイメージ図）



《問合せ先》

環境局資源循環推進部計画課

直通 03-5388-3474

「2020年に向けた実行プラン」事業

本件は、「2020年に向けた実行プラン」に係る事業です。

「スマートシティ 政策の柱2 快適な都市環境の創出」