

これまでの議論の取りまとめについて ～食品ロス削減・東京方式の確立に向けて～

1 これまでの取組や議論

- ・賞味期限の長い加工食品について取組1から5の実施
 - ・外食部会における議論
 - ・小売部会における議論
- ⇒ 「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」における取組や議論を整理、取りまとめ、都民や事業者等が自主的に食品ロス削減に取り組んでいくための道標として策定し、東京方式の核として発信していく。

2 これまでの取組のとりまとめ（案）

食品のサプライチェーンにおける連携や事業者、消費者の食品ロス削減の自主的取組を推進していくためには、これまでの取組を踏まえ、次のような視点が重要である。

- 事業者と消費者の食品ロス発生実態に対する相互の理解の推進
- 食品ロスの削減に向けた関係者のパートナーシップの醸成
- 食品ロスの削減は、食品製造に付随する付加価値やエネルギーの消費抑制ひいてはCO₂の削減にも寄与するものであることを啓発
- ICTの進展による新しい技術やこれによる新しいマーケットの創出などを食品ロスの削減に積極的に活用

都民、事業者等が食品ロスの削減に具体的に取り組んでいくため次の5つの行動プランを設定。

（1）食品サプライチェーンが協力した取組の推進

製・配・販等食品関連事業者が利害を越えて、これまでの商慣習を見直し食品ロスの削減に取り組んでいる状況を消費者にも啓発し、併せてその削減効果なども発信していくことで一層の取組の推進を促していく。

例) 年月表示化(先入れ先出しロスの回避)、1/3ルールの見直し etc.

（2）新たなビジネスを活用した食品ロスの削減を推進

スマホやアプリの活用した消費者個人にきめの細かい情報提供する新しいサービスが台頭し、食品ロスの削減にも資するビジネスも登場。

こうしたビジネスの普及を図り、商品化食品の売れ残り予防と消費を促していく。

例) AI等の販売等予測(高精度化)、Eco Buy(ドコモ) etc.

(3) 食べ残しや売れ残りを防ぐ賢い消費選択を普及

スマホ配信を活用した売り切り情報など、積極的な消費行動が商品化食品のロス削減に繋がる様な、財布にも優しい賢い消費選択肢を事業者と連携し増やし、定着させていく。

例) 売れ残り食品の配信(TABETE)、完食ポイント etc.

(4) 食品の未利用をなくす消費機会の確保

製造工場のアウトレット食品や防災備蓄食品など、通常の消費ルートに乗らない商品化食品を販売者・消費者の理解のもと、販売や寄付行為により消費機会を確保、廃棄から消費への転換を図っていく。

例) フードバンク等への寄付、アウトレット販売サイト(KURADASHI) etc.

(5) 家庭における食品ロスの予防

家庭の購入過多、保管による期限切れ、不必要品の贈呈などから発生する商品化食品のロス削減を促進し、対策を通じた流通過程の食品ロス発生への理解を深め、食品ロスの削減に資する消費行動を身につける。

例) 冷蔵庫等ストックチェック、フードシェアリング etc.

3 今後の進め方

日配品対策等の議論も加えつつ、2030年の食品ロス半減に向け、SDGsや気候変動対策などの重要かつマクロ的な視点もしっかりと盛り込みながら、まず取り組むべき食品ロスのターゲットを示していくなど、都民、事業者にとって、食品ロスの全体像や対策を分かりやすく取りまとめていくため、「食品ロス削減パートナーシップ会議」において議論を深め、内容を検討し、平成31年度中の取りまとめを目指していく。

平成31年度 第6回会議(平成31年5月末～6月上旬予定)において、策定の趣旨や目次等の骨格を取りまとめ

平成31年度 秋ごろを目途に中間のとりまとめを発表(予定)