

食品ロス削減に向けた提言【概要版】

I 東京都食品ロス削減パートナーシップ会議

- 2030年の食品ロス半減を目指し、食に係る事業者・消費者等が一堂に会して食品ロス削減の対策を検討し、連携した取組を進めるために2017年9月に設置（製造・卸・小売・外食等の関係団体、消費者団体及び有識者の計20名で構成）
- きめ細かな食品ロス対策を推進するため、事業者、消費者、行政・NPO等の各主体の食品ロス削減に向けた取組の方向性について、新型コロナウイルス感染症拡大の影響も踏まえ、2020年11月の第10回会議において提言を取りまとめ

II 提言の概要

(1) 食品ロスの現状と課題

- ① 日本国内の食品ロス発生量は約612万トン（2017年度推計）
事業系328万トン、家庭系284万トンとなっている
- ② 都内の食品ロス発生量は約51万トン（2017年度推計）
事業系38.5万トン、家庭系12.5万トンであり、7割以上を事業系が占めている
- ③ 都の目標である2030年度の食品ロス半減（2000年度比）達成に向け、食品ロス削減に向けた機運を醸成するとともに、事業者、消費者、行政等のあらゆる主体が主体的かつ連携して取組を進めていくことが重要

(2) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

- ① 先進技術等を活用したフードサプライチェーンの強靱化
 - ・ コロナ禍においても、食のインフラであるフードサプライチェーンが食料供給の役割を果たした意義は大きい
 - ・ 一方で、家庭用食品の需要の急増や外出自粛により業務用の需要の急減等があり、急激な需給変化に対応するため、ICT等を活用した需要予測等、先進技術等の活用を進めていくことが重要
- ② 安全・安心志向の高まり
 - ・ 外出自粛等に起因する巣ごもり需要によるテイクアウト・デリバリーの増加
 - ・ 冷蔵庫の在庫確認や食材の使い切り等の家庭の食品ロス削減行動の定着が重要
 - ・ 新たな生活様式に転換する中においても、オンライン等を有効に活用した実効性のある普及啓発が重要
- ③ 社会貢献意識の高まり
 - ・ 給食用食材や全国各地の観光客用の食材など、行き場を失った食材を小売店舗やオンライン販売等によって購入する支援が広がりを見せている
 - ・ フードバンク活動など食を通じた社会的連帯・助け合いを定着させることが重要

(3) 提言の具体的内容

[共通編]

<提言1> 各主体の食品ロス削減に向けた連携

▶ 各主体の連携

- ・ フードサプライチェーンが複雑に絡み合う過程で発生する食品ロスは、特定分野の規制で解決する問題ではないため、事業者、消費者、行政・NPO等が抱える課題や役割を理解のうえ、各主体が連携して、食品ロス削減を効率的・効果的に進めていくべき

▶ 協働による取組や優良事例の共有

- ・ 各主体が取り組む食品ロス削減の優良事例の共有等が円滑に進むよう、都としても先導的に取り組むべき

[事業者編]

<提言2> 製造・卸売り・小売り・外食で発生する食品ロスの削減

▶ 先進的技術の導入

- ・ 在庫の最適化等につながる気象情報等を用いた需要予測や、賞味期限の延長等につながる包装・冷凍技術等の先進技術の活用による食品ロスの削減を進めるべき

▶ 創意工夫による取組の促進

- ・ 期限間近の商品情報を消費者にアプリ等で伝えるなど、創意工夫によって食品ロス問題についての消費者の意識向上を図り、食品廃棄量の削減を促していくべき

▶ フードバンク等の活用

- ・ 様々な段階で発生する未利用食品について、フードバンク等を積極的に活用するべき

<提言3> フードサプライチェーン全体での商慣習等の見直し

▶ 商慣習等の見直し

- ・ 更なる納品期限の緩和に努めるとともに、包装技術の向上等による賞味期限延長や賞味期限表示の年月表示化等、サプライチェーン全体で食品ロス対策を実施するべき

▶ 削減効果等の情報発信

- ・ 納品期限の緩和など商慣習の見直しや、創意工夫により食品ロス削減に取り組んでいる業界の状況を消費者へ広く発信すべき

[消費者編]

<提言4> 売れ残りや食べ残しを防ぐ賢い消費選択

▶ アプリ等のサービスの活用

- ・ アプリ等による売れ残り品の割引情報や、行き場を失った食材のインターネット販売等を積極的に活用することで、食品ロス削減につながる消費行動を実践するべき

▶ 賢い消費選択や持ち帰りの定着

- ・ 食材の買い過ぎ防止、小売店の少量パックや外食店の小盛メニューの活用等に加え、ドギーバッグによる持ち帰り文化の定着など、消費者の賢い消費選択を促進するべき

<提言5> 家庭における食品ロスの削減

▶ 正しい知識と理解による直接廃棄等の削減

- ・ 調理されずに捨てられる直接廃棄や食材の過剰撤去等を防止するため、賞味期限と消費期限の違いや食品の適切な保存方法等の正しい知識と理解の普及に取り組むべき

▶ 食品ロス削減行動の習慣化

- ・ 買い過ぎない・作りすぎない・食べ残さない等の食品ロス削減行動は、コロナ禍で自宅での食事の機会が増加する中、一層重要となっており習慣化を推進するべき

[行政・NPO等編]

<提言6> 事業者との連携及び取組支援

▶ 事業者と連携した取組の推進

- ・ 食べ残しの削減等に取り組む「食べきり協力店」の登録店舗数の拡大や共同イベントの開催、先進的な取組に関する実証事業など、事業者と連携した取組を推進するべき

▶ 新たなビジネスモデル創出の推進

- ・ ICT・AI等を活用した食品ロス削減に関する先駆的な取組や新たなビジネスモデルの創出を推進し、事業者の取組の底上げを図るべき

<提言7> 消費スタイルの転換に向けた啓発

▶ 理解促進に向けた効果的な情報発信

- ・ 新しい生活様式を踏まえ、オンラインによる非接触型の普及啓発を実施するとともに、イベント内容の工夫によって、食品ロス問題に関する理解の促進を図るべき

<提言8> 自治体等の連携

▶ 行政自らの率先行動の取組

- ・ 事業者や自治体等の食品ロス削減に係る優良事例の紹介や共有を推進するべき

▶ 防災備蓄食品の積極的な有効活用

- ・ 賞味期限前の防災備蓄食品について、フードバンク等への提供により活用を図るべき