

# みんなで減らそう！ 食品ロス

特集

1

## 食品ロスの現状と消費者・ 行政・事業者の取り組み



井出 留美 Ide Rumi 食品ロス問題専門家

『賞味期限のウン 食品ロスはなぜ生まれるのか』（幻冬舎新書、2016年）は3刷。食品ロス問題を全国的に注目させたとして第2回食生活ジャーナリスト大賞「食文化部門」受賞。



### 食品ロス問題の現状と課題

2011年3月11日、東日本大震災が発生、被災地はもちろん、首都圏でも食料品の不足が起きました。製造工場が被災し、消費者の買い占めが起こったためです。商品棚がいっぱいに詰まっている状態は当たり前ではないことに人々は気づきました。あれから7年が過ぎ、物の豊かさに対するありがたみを人々は忘れかけているようにも感じます。

全国の自治体では、環境負荷や処理費用の削減を考え、ごみ削減の動きがあります。徳島県上勝町<sup>かみかつちょう</sup>は日本初の「ゼロ・ウェイスト（ごみゼロ）」宣言をし、徹底したごみ削減に取り組み、全国から視察が相次いでいます。全国で発生するごみの量は右肩下がりの傾向ですが、全体の約70%を生活系ごみが占め、そこに含まれる食品ロスを減らすことがカギとなっています。

日本では年間646万トンの食品ロスが発生しています（2015年度、農林水産省ウェブサイト）。東京都環境局は公式サイトで「東京都民が1年間に食べる量に匹敵する」と表現しています。別の表現をすれば、世界の食料援助量（320万トン、WFP：国連世界食糧計画〔2015年〕による）の約2倍を捨てています。このうち289万トン（約45%）が家庭から、357

万トン（約55%）が事業者から出されています。

世界では、食料生産量の3分の1に当たる13億トンを廃棄しています（FAO：国連食糧農業機関、2011年および2013年報告より）。厳密には、国ごとに「食品ロス」の定義が異なりますが、相当な量を無駄にしていることには変わりはありません。

食品ロスは、環境へ負荷をかけることはもちろん、持続可能な社会の実現を阻害します。大量生産・大量販売・大量廃棄というこれまでの考え方は、いまだに多くの企業が踏襲しています。しかし、食品ロスは、限られた資源やエネルギーとコストの無駄遣いです。働き方改革が問われていますが、世界の生産量の3分の1も捨てるくらいなら、最初から作らなければ、エネルギーやコスト、労働力が無駄になることなく、働き手も楽になるはずで



### 国際的な動き

2015年9月、国連サミットでSDGs（エスディージーズ：持続可能な開発目標）が採択され、2030年までに世界が達成すべき17のゴール（目標）と169のターゲットが制定されました。12番のゴール「つくる責任 つかう責任」のうち、12.3（12番のゴールのうち、3番目のターゲット）には「2030年までに小売・消

## 特集1 食品ロスの現状と消費者・行政・事業者の取り組み

費レベルにおける世界全体の一人当たりの食品廃棄物を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品の損失を減少させる」という数値目標が盛り込まれました。

フランスでは、ある一定面積以上のスーパーマーケットで売れ残った食品を廃棄せず寄付などで活用することを努力義務として課す世界初の法律が制定されました。これを受け、イタリアやその他のヨーロッパの国や都市でも同様の法整備が相次いでいます。

 **消費者が今から取り組めること**

肉や魚、野菜などの生鮮食品については、単なるモノでなく、命あるものを頂いているという感謝の気持ちを持つこと、それらが生産され、食品として消費者の手に渡るまでにどれほどの過程を経ているかを理解することが重要です。加工食品についても同様で、消費期限と賞味期限の違いをきちんと理解することも重要です。

消費期限は日持ちが5日以内のもの、例えば弁当や総菜、サンドイッチ、生クリームを使った菓子などに表示されます。賞味期限は、日持ちがそれ以上のものに表示されますが、品質が悪くなる日付ではなく、おいしさの目安であり、過ぎたからといってすぐに食べられなくなるわけではありません。においを嗅ぐ、目で見るなど、五感で判断して消費することです。賞味期限は、リスクを考慮し、安全係数が乗じられています。国（消費者庁）は、0.8以上を推奨していますが、それ以下の数字を使っている企業もあります。例えば10カ月の賞味期間に安全係数0.8を乗じれば8カ月となり、製造日から8カ月の日付が表示されます。日本の法律では3カ月を超える賞味期間があるものについては〇年〇月まででよいとしています。複数の企業は「1年以上の賞味期限のものの日付を省略する」ことに取り組んでいます。

店での購買行動も重要です。筆者が約500名を対象に「買い物の時、商品棚の奥に手を伸ばして賞味期限の新しいものを取ったことがあるか」とアンケートしたところ、約88%が「ある」

と答えました。当日消費すると分かっているものについては手前から、すなわち消費期限・賞味期限の近づいているものから取りましょう。

家庭の台所においては冷蔵庫がキモとなります。入れっぱなしではなく、入れたら出す、を徹底し、冷蔵庫の中を定期的に循環させることです。食品の消費サイクルは、世帯人数や年齢、労働量、嗜好により異なるので、家庭ごとに適したサイクルを決めるとよいでしょう。例えば土日に買い出しに行き、食料品を冷蔵庫に入れたら、月曜から金曜までの5日間で使い切っていきます。冷蔵庫に納める量は7割くらいが適当です。詰め込み過ぎると食品がきちんと冷えず、電気代を過剰に消費します。使い切ることで気持ちもすがすがしくなります。拙著『賞味期限のウソ 食品ロスはなぜ生まれるのか』には、このほか、「今日から家庭でできる、食品ロスを減らすための10ヶ条」を紹介しています。

 **消費者教育の必要性**

2018年現在、小学校4年生では「ごみ」という単元を学習します。食料品の選択や購入、消費については、中学校の家庭科で男女共に習います。しかし、ある一定の世代以上では、男性が技術、女性が家庭科と別々に履修しており、男性が家庭科を履修していません。食品の選択・購入・消費という一連の流れは、一生続く消費者行動です。霊長類学者のジェーン・グドールは「買い物は投票である」と著書で述べています。何を選択し、どう購入して消費していくか、消費者として学ぶことは必須です。消費者には権利だけでなく責任もあるからです。

 **行政・事業者の最近の動き**

2012年7月、食品ロスの関係省庁として農林水産省・消費者庁・環境省・内閣府（食育担当）が決定しました。2013年2月に文部科学省、2013年8月に経済産業省が加わりました。その後、食育の管轄が農林水産省に移管し、現在は内閣府を除く5省庁が管轄となっています。

## 特集 1 食品ロスの現状と消費者・行政・事業者の取り組み

## ・農林水産省の取り組み

農林水産省は、2003～2015年度、食品ロス関連の統計調査を続けてきました。2012年10月からは、流通経済研究所や食品業界の製配販（製造・卸・販売）と連携し、「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」において、業界の商慣習「3分の1ルール」（詳しくは特集3参照）の一環である「納品期限」の緩和や賞味期限の見直し（延長）、賞味期限の年月表示化などについて、議論や実証実験を元実践してきました。実験結果に基づき、3分の1ルールを緩和させた企業もある半面、現状維持の企業も多く、2017年5月9日付で農林水産省と経済産業省が連名で通知を出し、3分の1ルールのさらなる緩和を呼びかけました。

## ・経済産業省の取り組み

経済産業省と製・配・販連携協議会は、2016年7月15日付で、不当な返品を防止するためのマニュアルを発表しました。公正取引委員会が優越的地位の濫用を禁じていますが、現実には不当な返品が存在するためです。小売からの不当な返品は、製造業での廃棄につながります。

経済産業省は「コンビニ電子タグ1000億枚宣言」を発表しました。2025年を目処に、大手コンビニ5社が取り扱う製品に電子タグを付けることをめざします。現行のバーコードよりさらに詳しい情報を読み取ることが可能となり、より詳細な在庫管理、食品ロス削減などのメリットが期待されています。

## ・消費者庁の取り組み

消費者庁は、「食べ物のムダをなくそうプロジェクト」と題し、関係省庁との取り組みを進めています。内閣府（防災担当）、消防庁、環境省とともに「災害時用備蓄食料の有効活用について」を都道府県と指定都市に通知しました。また2018年には「平成29年度消費者の意識に関する調査結果報告書－食品ロス削減の周知及び実践状況に関する調査－」を公表しました。

## ・環境省の取り組み

2018年6月、政府が初めて食品ロス削減に関する数値目標を発表しました。SDGsに沿

い、2030年度までに家庭の食品ロスを2000年度比で半減させるというものです。環境省が「第四次循環型社会形成推進基本計画」に盛り込み、2018年6月19日に閣議決定しました。環境省と農林水産省は、忘年会や新年会など宴会の増える年末年始に宴会での食べきり運動を展開しており、そのための啓発ツールも制作しています。

## ・自治体の取り組み

2017年「全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会」が発足しました。全国の自治体では、持ち帰り容器の準備や小盛りサイズを用意するなど、ある一定要件を満たす飲食店を「食べ残しゼロ推進店舗」や「食べきり推進店舗」などに認定する取り組みが始まっています。京都市や横浜市では800店舗を超えています。

## ・事業者の取り組み

事業者では、日本気象協会の気象データを活用し、需要予測精度を向上させ、需要と供給の誤差を最小限にし、ロスを減らす取り組みが進んでいます。これは経済産業省のプロジェクトです。また、酸化による劣化を抑制するフィルムなどの高機能包装を活用することで賞味期限を延長する、容器包装に付着するロス量を減らすなどの取り組みもあります。これらは、環境配慮のキーワード「3R（スリーアール）」で最優先のReduce（リデュース：廃棄物の発生抑制）に相当します。



## おわりに

世界ではコレクティブ・インパクト（CI：Collective Impact）の取り組みが進んでいます。立場の異なる組織（行政・企業・NPOなど）が、互いの強みを生かすことにより、社会的課題の解決をめざすアプローチを指します。食品ロスは、このようなアプローチにより解決をめざすことのできる社会的課題です。おのおのの組織がコミュニケーションを通して共通認識を持ち、食品ロスを少しでも減らせるよう願っています。