

もったいない

食べられる食品を捨ててしまう「食品ロス」は今や世界的な課題となっています。
この削減に向け、わたしたち一人一人はどのような行動がとれるのでしょうか。

取材・文／下境敏弘 (P4～7)、Office彩蔵 (P8～13)
イラスト／あべかよこ、中山ゆかり



もったいないの精神で 食品ロスを減らそう

問題なく食べられる食品が
どれだけ無駄になっているか

日本では年間2775万tもの食品が廃棄されています(平成26年度推計)。これはすべての食品の約3分の1に当たる膨大な量。しかも、この中には、問題なくおいしく食べられるにもかかわらず、廃棄される食品も含まれています。これを「食品ロス」と呼びます。

日本の食品ロスは年間621万tで、内訳をみると、食べ残しなど家庭系のロスもありますが、多いのが食品の製造・流通・販売の過程で生じる事業系のロスです。



食品ロス削減国民運動のロゴマーク(愛称: ろすのん)は、食品ロス削減に取り組んでいるみなさんに使っていただけます。

食品廃棄は今や世界的な課題です。2015年9月の国連サミットでは、2030年までに1人当たりの食料の廃棄を半減させるという目標を定めた「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。各国は合意された内容を守る努力が求められます。

「もったいない」という
言葉を生んだ国として

2012年に開催されたロンドン五輪パラリンピックでは、大会期間中に2443tもの食品廃棄物が発生しました。調理した食事は、そもそも2時間以内に提供するという衛生機関の指導があるうえに、各国の選手のために多

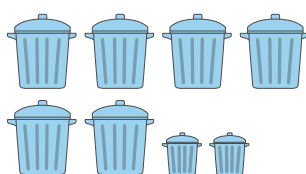
様な料理を用意する必要があったからです。これを受け、2020年の東京五輪パラリンピック組織委員会は、食品廃棄物を減らす方法の議論を始めています。

日本語の「もったいない」は、環境活動の大切さを一言で表し、資源や食べ物に対する尊敬の念が込められた言葉として世界でも称賛されています。2020年の大会は、資源や食べ物を大切にすることを文化をもつ国として、日本の「もったいない」精神をPRする機会になります。

日本政府も「食べものに、もったいないを、もういちど。」を標語に、「食品ロス削減国民運動」を推進しています。また、この運動と連携して日本の食品を扱う事業者なども、食品ロス対策を講じています。

日本の「食品ロス」

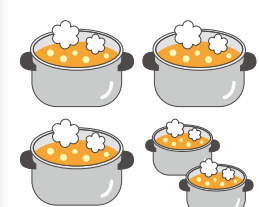
約621万t



>

国連WFPによる
世界全体の食料援助量

約320万t
※平成27年



=

国民1人1日当たり
食品ロス量

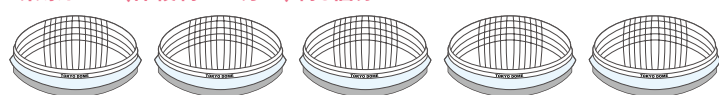
約134g
※茶碗約1杯のご飯の量に相当



出典：農林水産省・環境省調べ、WFP、総務省人口推計(平成26年度)

換算すると...

東京ドーム(体積約124万m³)約5個分



消費期限と賞味期限の違いと表示

消費期限

消費期限とは、袋や容器を開けることなく、その食品の保存方法を守って保存していた場合に、表示されている「年月日」まで「安全に食べられる期限」のこと。品質が劣化しやすい食品に表示されています。

製造日からおおむね5日以内

年月日表示がされている



そう菜

肉



ケーキ

賞味期限

賞味期限とは、袋や容器を開けることなく、その食品の保存方法を守って保存していた場合に、表示されている「年月日」または「年月」まで「品質が変わらずにおいしく食べられる期限」のこと。この期限を過ぎても、色やにおい、味などをチェックして異常がなければ、まだ食べることができます。

製造日から3カ月以内

年月日表示がされている



卵



ヨーグルト



ソーセージ

製造日から3カ月超

年月日表示もしくは年月表示がされている



しょうゆ



缶詰



インスタント麺



賞味期限が
先のほうがいいな



写真提供/味の素社

**賞味期限の
年月表示で
流通廃棄を削減**

食品流通では前回に納品した商品より期限が後の物を納品する慣習があります。これも食品ロス発生の要因の一つです。

年月表示にすることで在庫を効率よくさばけるようになるほか、店舗での商品管理や輸送費などの業務コストの削減にもつながります。

現在、こうした商慣習の見直しが進みつつあります。傷みやすい生鮮食品と違って賞味期限が3カ月を超えるような食品は品質の変化が緩やかなため、法律でも年月日までの表示は義務づけられていません。これまでメーカーが自主的に表示していたのですが、飲料や菓子について多くのメーカーが、賞味期限が3カ月を超える食品を対象に年月表示へ切り替えつつあるのです。

3分の1ルールについても、コンビニエンスストアや総合スーパー各社が、清涼飲料と菓子の一部を対象に納品期限の3分の1から2分の1への緩和を進めています。「この取り組みが小売業全体に広がれば、年間4万t以上の食品ロスの削減が見込めます。また、わたしたちの調査では過去3年間に食品小売り全体の2割が加工食品の販売期限を延長しています」

こうした商慣習は「品質に対する各社の強い思いから生まれたもの」とする石川さんは、「その背景に賞味期限が1日でも先の商品を買おうとする消費者の行動があります。ぜひ消費期限や賞味期限を正しく理解するとともに食品ロス削減の取り組みの大切さを理解してください」と訴えます。

商慣習を見直して 廃棄される食品を減らす

食品が消費者の元に届くまでの流通のプロセスで生じるロス。この要因の一つとなっている商慣習を見直そうという動きが始まっています。

「3分の1ルール」が要因の一つ

賞味期間6カ月の例



流通における商慣習から生じる食品ロス

「メーカー・流通の段階では、規格外品、返品、売れ残りなどさまざまな形でロスが生じます。商慣習も要因の一つです」と言うのは公益財団法人流通経済研究所の主任研究員・石川友博さんです。

食品衛生法で消費期限や賞味期限の表示が定められていますが、このほか、食品流通業界には「3分の1ルール」と呼ばれる取り決めがあります。

製造日から賞味期限までを3等分する。最初の3分の1が過ぎた時点メーカーや卸企業から小売店への「納品期限」として、これを過ぎたものは出荷しない。次の3分の1の時点の小売業から消費者への「販売期限」として、これを過ぎたら販売しないこととするという慣習です。販売期限は、消費者が購入後、必ずしもすぐに食べるわけではないため余裕をとっているわけです。しかし、納品期限、販売期限を過ぎた商品の大部分は食品ロスとなります。

「海外にも似たルールはありますが、欧米の納品期限は製造日から賞味期限の2分の1か、3分の2が主流。賞味期限にしても、当日まで販売されるのが普通です。日本には厳しいルールがあるのです」