

「食品ロスと私達の未来」

明治大学 経営学部経営学科

1740170167

篠崎巧奨

目次

はじめに…2p

1章 食品ロスとは…3p～6p

- (1) 食品ロスとは
- (2) 食品ロスが起きる原因

2章 食品ロスを無視した未来…6p～9p

- (1) 未来の世界の状況
- (2) 食品ロスがこのまま続くと起きうること

3章 フードバンクでの食品ロスへの取り組み…9p～17p

- (1) フードバンクとは、その経歴と取り組み
- (2) フードバンク埼玉の事例
- (3) セカンドハーベスト・ジャパンの事例

4章 各団体の取り組みから見える課題…17p～19p

5章 これから消費者に出来る事とは…19p～20p

- (1) 食品ロスを減らすために消費者ができること
- (2) その出来る事をどうやって周りにも広めていくか

おわりに…21p

はじめに

この論文において筆者は上記のことから食品ロスについて取り上げる。最終的にこの食品ロスという問題に対し、我々がすべきこと・できることにはどんなことがあるのかを最終的に突き詰めていく。それに至るために必要なことは余った食材を取り扱う団体の現場を知り、その団体が抱えている課題を発掘することだと考えている。その団体とはフードバンクである。ではなぜ多くの食品ロス対策が為されている中、フードバンクに着目したのか。それは日本におけるフードバンクの知名度や規模は大きくないにも拘らず食品ロス削減に最も大きく貢献し、これからも必要になる存在だと感じたからだ。また彼らは食品の生産者へのリスペクトを忘れず、命の有難さに感謝することの大切さを心から知っているのだろう。食品には不自由のないこの日本ですら満足に食べられない人々は存在する。そうした人々に喜びを、消費者に食への感謝を伝えるためにもこれらの団体の存在は必要不可欠である。

そんな民間に最も近い距離で食品ロスに取り組むフードバンクに我々消費者が今後食品ロスを減らすためにどう行動していくべきなのか、という筆者の疑問に対する答えがあるのではないかと感じた。そんな食品ロスに取り組むフードバンクの活動を実際に筆者が見て経験することで各団体の現状を把握し、我々に出来る事とは何かを見出していこうと思う。

こうした研究の進め方であるため、主な研究対象はフードバンクや彼らとつながりのある団体（食品企業や消費者）に焦点を当てて研究を進めていく。彼らとコンタクトをとり、彼らの実際の活動を記録し、伝えていくことも本論の目的の1つであろう。

しかし本論の1番の目的がこうしたフードバンクの取り組みの中で今後も伸ばさなければならぬ部分や改善していかなければならぬ部分を取り上げ、その一助となるために筆者を含めた我々消費者の立場にいるものがどうすべきかをこの論文で解明していくことにある。

1章 食品ロスとは

(1) 食品ロスとは

ではまず食品ロスとはなんなのだろうか。それについて説明する。

食品ロスとは「食品廃棄物の内まだ食べられるのに捨てられてしまう食材」のことを指しており、コロナウイルスの影響でより考えなければならない問題となっている。

まず食品廃棄物と食品ロスの違いをはっきりさせたい。食品廃棄物とは捨てられる非可食部位（魚の骨、野菜の芯等）とまだ食べられるもの（賞味期限切れや包装の傷等による廃棄）を指している。そして食品ロスとはその食品廃棄物のうちまだ食べられるものが捨てられてしまっている状態を意味している。この食品ロスは筆者が3年次に学んだSDGsでも主に目標12の「使う責任・作る責任」に分類され、改善すべき課題として数えられており、その課題は深刻なものだった。分類上は目標の12にあるがそれだけでなく目標1「貧困をなくそう」、目標2「飢餓をゼロに」や環境問題にも大きく関りがある。

現在では「日本だけでも食品ロスの量は平成28年度時点では年間で643トン出ている（食品廃棄物は2,759トンであり、食品廃棄物の約1/4である）」¹。そしてそれを日本人人口の約1.2億人で割ると1人当たり年間51kgもの食品ロスを排出していることになる。この量は世界でも上位に入る程であり、日本でどれだけ食材が廃棄されているか一目瞭然である。ちなみに一日1人当たりご飯茶碗1杯のご飯が捨てられている計算になる。そして井出（2019）によれば「この食品ロスを処理するためにも住民税が使われており、私達も無視できる問題ではない」²という。また税金だけでなく食料の輸送コストや保存するためのコストなど少なくない経済的問題がある。

図表 1 食品ロス内訳と推移

	平成28年度	平成29年度
食品ロス	643万トン	612万トン
事業系食品ロス	352万トン	328万トン
家庭系食品ロス	291万トン	284万トン

出典：食品ロス量（平成29年度推計値）の公表について：農林水産省
(<https://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/kankyoi/200414.html>) より筆者作成

¹ [食品ロス削減]食べもののムダをなくそうプロジェクト | 消費者庁

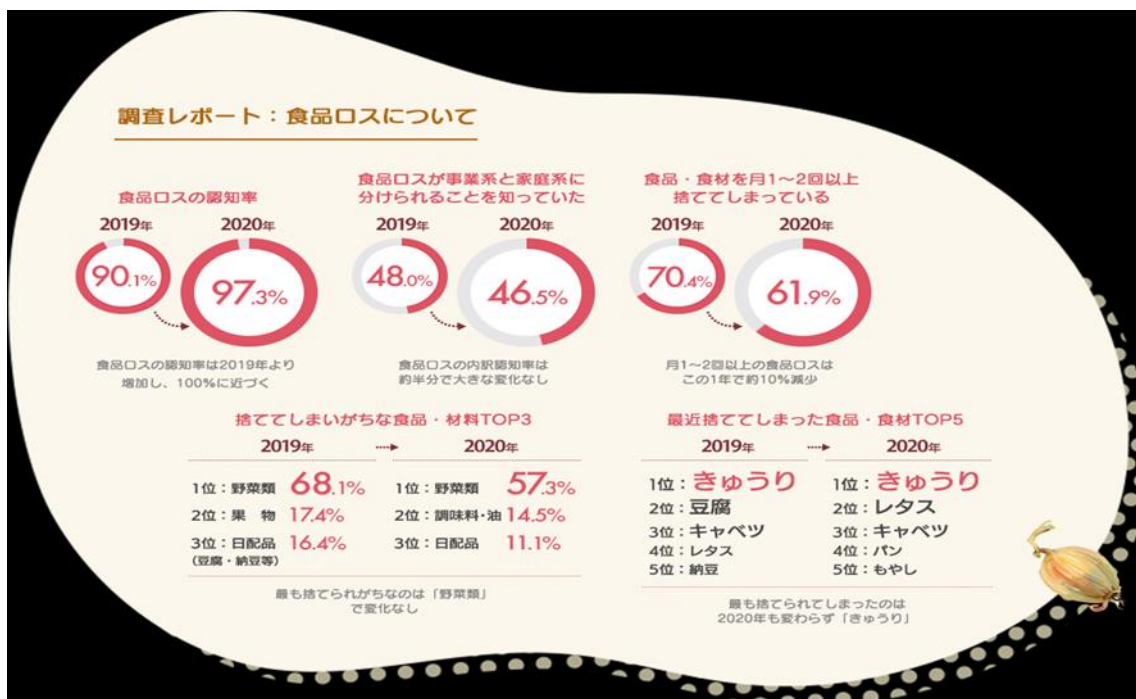
(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/) 2020年6月1日アクセス

² 井出留美 2019年「食品ロスの大研究」 PHP 研究所

また家庭と事業者（飲食店）における食品ロスの量では事業者の方がやや高いものの、ほとんど同じ割合である。

図表1のグラフの通り家庭からの食品ロスは年々減っているのだがそれでも事業所とほぼ半々の割合なのである。

図表 2 食品ロス調査レポート



出典：もっとカレーだからできることプロジェクト | ハウス食品グループ本社 | (<https://housefoods-group.com/activity/foodloss/index.html>) 2020年10月4日アクセス

この図2におけるグラフを参考にするとやはり食品ロスの認知度は高いのだが、食品ロスは家庭からの排出はさほど多くないと思われがちだが、そうでもないことが分かる。

また野菜が最も捨てられてしまう食材であるようだ。これは恐らく野菜の消費期限の短さや、家庭でも残りがちであることが原因であろう。

「また世界規模で見ると世界の食料生産量の約3分の1が廃棄されている。

そしてこの食品ロスの大半は「食べ残し」から出ているのだそうだ。」³この現状は野菜を

³ もったいない！食べられるのに捨てられる「食品ロス」を減らそう | 暮らしに役立つ情報 | 政府広報オンライン 2019年12月16日

(<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201303/4.html>) 2020年6月1日アクセス

含め、食材を大切にしていこうという個々人の意識の変化によって少なからず改善するのではないかと期待している。

(2) 食品ロスが起きる原因

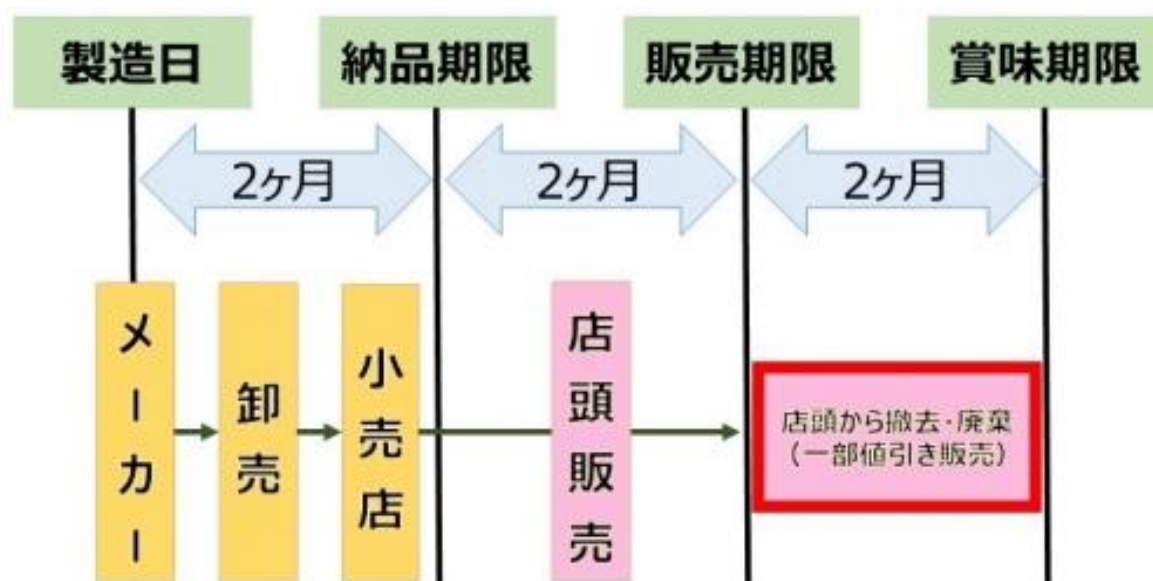
またこうした大量の食品ロスが出てしまう原因の 1 つとして挙げられるのが賞味期限切れである。そしてこの賞味期限を作っているのが「3分の1ルール」である。食品ロスという言葉を知ったことがある方でもこの「3分の1ルール」という言葉を知ったことがある方は少ないのではないかなと思う。

「3分の1ルール」についての解説の前に賞味期限と消費期限の違いについて触れておこうと思う。

賞味期限と消費期限の違いは賞味期限というのはその商品を美味しく食べられることを保証する期限であり、消費期限はその商品を安全に食べられる期限の事を指している。賞味期限においては仮に切れてしまってもすぐに商品の劣化が始まり、食べた物の健康を害するものではないのだということを理解してほしい。

それでは次に賞味期限と「3分の1ルール」の関係について述べていく。

図表 3 日本国内における 3分の1ルールの概要



出典：【おさらい】食品の「3分の1ルール」とは？ムダに捨てられないよう皆がすぐに出来る事 (<https://news.goo.ne.jp/article/aruhi/life/aruhi-62869.html>) 2020年10月29日アクセス

まず「3分の1ルール」について触れておきたいと思う。「3分の1ルール」とは「全国で展開するある広域量販店（全国にチェーン店を持つスーパーマーケットのこと）が1990

年代に制定し、ほかの小売店がそれに追随した⁴とある。このルールは「メーカー・小売り・消費者」の3者間で設定された納品までの期日を定めた商習慣であり、あくまで法律ではない。そのそれぞれ賞味期限を3分の1に分けたことで定められた期限までに各業者は納品しなければならない。しかしこの期間内で納品できなかった食材は全て廃棄されてしまう。これが食品ロスへとつながっているのだ。

さらに日本ではこの「3分の1ルール」によって賞味期限が短く厳格に設定されており、食品ロスが起きやすくなっているのだ。

海外ではこの3者間で決められているルールの期限が異なっている。例えばこの3分の1という期限が3分の2や2分の1だったりしている。それにより賞味期限が伸び、食品ロス削減につながっている。日本においてこの「3分の1ルール」をいかに変えられるかが食品ロスを減らすための第一歩になるのではないだろうか。実はこのルールの緩和を試み始めた時期の食品ロスの処理の仕方は「廃棄が74%、転売が16%、フードバンク等への提供が1%」⁵だったという。この数字を見るだけでも食品ロスに対する意識が低いことが分かるだろう。

しかし日本の食品メーカーにとって食の安全性こそが最も企業への信頼を得るために必要なことであるため食の安全性は味と同じかそれ以上に厳しく追求している。そのため一歩間違えれば食の安全性を脅かしかねないこのルールの変更にはそう容易には踏み込めないという事情もあるだろう。

もちろんこの「3分の1ルール」だけが食品ロスを生み出す訳ではない。この他にも家庭での食べ残しや各飲食店での廃棄などがある。しかし、ちょっとした商品の包装の傷などによる廃棄など、商品の安全性に問題がなくとも廃棄されることが多々ある。この企業間での習慣もそうだが、商品の見た目を重視した買い物をしてしまう我々消費者にも見直していかなければならない部分もあることは否定できない。

2章 食品ロスを無視した未来

(1) 未来の世界の状況

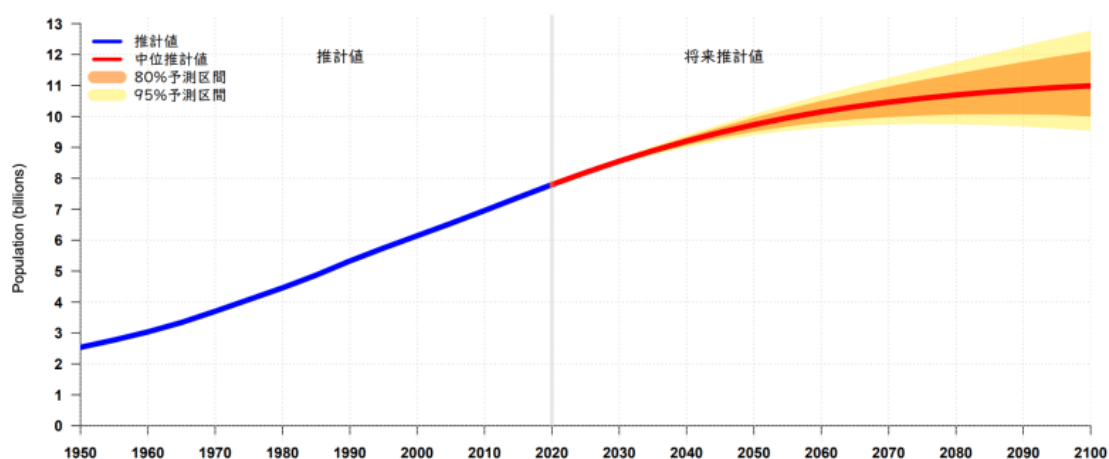
ではこの食品ロスを特に何も対策せずに進めた場合どういった問題が起こってしまうのだろうか。この章ではそれについて取り上げていきたい。

⁴ 日本を「食品ロス大国」にした不思議な商慣習 | 幻冬舎 plus | 東洋経済オンライン
(<https://toyokeizai.net/articles/-/145110?page=2>) 2020年11月27日アクセス

⁵ 【おさらい】食品の「3分の1ルール」とは？ムダに捨てられないよう皆がすぐに出来る事 (<https://news.goo.ne.jp/article/aruhi/life/aruhi-62869.html>) 2020年10月27日アクセス

まず今後の食品ロスと深く関わっている問題として考えられるものには世界人口の増加が考えられる。

図表 4 2100 年までの世界人口の予測



出典：世界人口推計 2019 年版 データブックレット (p.3) より

日本国内に限れば人口は減少していく予測があるが、図表 4 では 2019 年は世界の人口は 70 億人ほどであるのに対して、2050 年には人口は約 100 億人にまで増加する。さらに 2100 年における人口は 110 億人にも上るといふ。このように世界規模で見ると人口は増加傾向にある。これが食品ロスとどう関わりがあるかという点、日本国内での生産者の減少、世界規模では消費者の増加があるのだ。

人口が増加すればもちろん消費者も増加する。ということは消費される食料も増加することである。そうなればより多くの食材が要求されることになる。当然人口が増加することで労働人口も増えはするだろう。しかし地球の土地や資源は限られたものであるために一度に生産できる食材には限界がある。そのためより効率的に食料を回していかなければならないのだ。また現在は輸出・輸入が頻繁に行われ、食材がやり取りされているが、このまま人口が増えていけば他国は自分の国の国民を食わすことで手一杯になる恐れもあり、今まで通りにはいかなくなってしまうだろう。

日本国内においては国内人口が減少傾向にあるというが、それは消費者と労働者の双方の減少を意味している。また日本国内の国内自給率は決して高くなく、周囲の国からの輸入で我々の食事の大半が賄われていることは周知の事実であると思う。そのため先述した通り、各国が各国の国民を養わなければならないような事態になった際、日本は大きな食糧不足に直面することになってしまう。

いざその危機に直面した際に「あの時残した食べ物がここにあれば」といった後悔をしないためにも我々はできることをしていかなければならない。

また未来の自分自身や子孫のこと、世界中で貧困に苦しむ人々を思うのであれば、食品ロスを1gでも減らし、食べられるものはできるだけ多くの人に分け与えることを今からでも意識していかなければならず、その知識も身に付けておきたい。

人口問題を大きく取り上げたが問題はもちろんそれだけではない。

現在の気候変動、温暖化による作物の不作や安全性の低下も1つ問題に挙げられるのではと考えている。食べられる食材そのものの減少も考えられるということだ。

それでは今後の食品ロスを放置した結末を次項で取り上げていく。

(2) 食品ロスがこのまま続くと起きうること

それではこのまま食品ロスを放置し続けた場合日本と世界はどうなってしまうのだろうか。上記の人口増加による食料不足だけでなく、このまま食品ロスを放置した場合「4つの深刻な影響がある」⁶と井出留美氏は述べている。それは「食料不足の深刻化・環境負荷の増大・貧困者に対する倫理的な問題・経済的な損失」⁷である。

それを踏まえて日本における食品ロスを無視したことで起きてしまう大きな問題は大きく分けて2つある。

1つ目は経済的な問題であり、そして2つ目は環境的な問題である。それぞれ抽象的な表現であるため、説明をしていく。

まず経済的な課題である。この経済的な課題はというと1章でも少し触れたのだが食品ロスを処理することに大きなコストがかかってしまうことである。埋め立てや焼却、それまでの食品の運送費など多くのコストがかかる。

またアメリカにおいては古くからの統計があり、それによると「1年間に20%、1億3,700万トンの食品廃棄物が発生し310億ドルの価値が失われた」(小林 2020)とされている。ちなみに「所得による食品ロスの発生量に大きな違いがあり、所得が少ないほどに食品ロスも少ない」⁸というデータがある。オーストラリアにおいても「食料品が最も無駄遣いを象徴したものである」と言われているほどだ。

確かにわざわざお金をかけて価値のある食材を捨て、処理しているのだからこれほどお金の無駄遣いもないと言える。

このように経済的な問題と食品ロスには密接な繋がりが存在している。

2つ目に環境的な課題である。

上記のように食品ロスを処理するために必要になるのは何も金銭だけではない。食品ロ

⁶ 食品ロスが生活に与える「4つの深刻な影響」 | 食品ロス広告特集 | 東洋経済オンライン | 経済ニュースの新基準 (<https://toyokeizai.net/articles/-/343691>) 2020年10月29日 アクセス

⁷ 6と同じ

⁸ 小林富雄 2020年「増補 改訂新版 食品ロスの経済学」農林統計出版

スを処理する場合はほとんどが埋め立てまたは焼却である。この場合埋め立てを行う場合はそのための土地が必要になる。しかし日本の国土は決して広いとは言えず、限界がある。仮に広がったとしてもやはり限度はある。このまま廃棄し続ければ埋め立てのための土地を作るために森林を伐採あるいは国土全てを埋め立てに使用してしまうかもしれない。

さらに焼却を行って処理した場合、二酸化炭素が排出されてしまう。処理する量が多ければ排出される二酸化炭素の量も増えるため、温暖化を止めるどころか悪化させる一方である。

こうした問題が食品ロスをおのまま野放しにすると起こってしまうのではと考えられる。勿論それだけではなく、純粋に食べ物を十分に摂取できない人々がいるにも関わらず、食に恵まれている我々が食品を無駄にしてはならない、という気持ちにもなる。

こうならないために活動を行っている団体は数多く存在しているが、今回筆者は特にフードバンクについて次章にて取り上げて行く。

3章 フードバンクでの食品ロスへの取り組み

食品ロスという問題に対して取り組みを行っている団体は何もフードバンクだけではない。他にも多くの策がある。例を挙げると農林水産省もそうした対策を行っている。この農林水産省は食品リサイクル法という政策を行っている。この食品リサイクル法とは「食品循環資源の再生利用等を実施すべき量の目標を業種別に定めた法律」⁹である。

この法律によって各食品メーカーや飲食店は食品廃棄物を飼料や燃料などに再生利用できるようになった。またこの法律によって各業者の廃棄食品の再生利用率が高まり、食べ物を無駄にしないという意識が芽生え始めている。図表 4 を参考にしても業者（図表 4 では事務系と表記）の再生利用率は 80%前後であり、高い水準であると言える。そして現在においてもその数値は右肩上がりである。

しかし図表 5 を参考にすると家庭からの食品廃棄物の再生利用率が事務系と比べると極めて低いことが分かる。

ここから分かることは食品リサイクル法で改善できているのは事務系だけである、ということである。1 章でも触れたが食品ロスの排出する量は家庭系と事務系の内訳は半々なのである。この家庭から出た食品ロスはほとんど埋め立てや焼却されている。

この家庭から出てしまった食品ロスをどうするかが今後の食品ロスを減らしていくことに大きく関わってくると考えている。

⁹ 食品リサイクル法：農林水産省

(https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syokuhin/s_about/pdf/data1.pdf) 2020 年 11 月 29 日アクセス

今現在で家庭からも食品ロスを減らすために行われていることは「3分の1ルールの見直し」や「賞味期限を延ばす」、そしてスーパーなどに家でいない食品を回収するボックスを設置することなどがある。勿論フードバンクも家庭からもいない食品を募集している。しかしフードバンクの知名度の低さや我々がまだ食品ロスに対して意識を高く持っていない現状から中々集まっていない状態である。

この家庭からの食品ロスをどう集めていくか、そしてリサイクルしていくかはフードバンクやそれを取り巻く団体の課題となってくると考えている。つまり、いかにフードバンクという団体の活動を広げていくか、知名度を上げていくことが必須になっており、筆者も本論を進めていく中で見出していきたい。

図表 5 食品廃棄物等の発生量とリサイクル状況

(単位=万トン、%)

2010年		排出量	焼却・埋立	再生利用量 (率)
事務系廃棄物		1,874	332	1,542 (82.3)
家庭系廃棄物		1,072	1,005	67 (6.3)
計		2,946	1,337	1,609 (54.6)
2011年		排出量	焼却・埋立	再生利用量 (率)
事務系廃棄物		1,760	379	1,381 (78.5)
家庭系廃棄物		1,014	952	62 (6.1)
計		2,774	1,331	1,443 (52.0)

出典：斎藤修 2016年「現代の食生活と消費行動」農林統計出版 p87 より筆者作成

ではなぜ筆者がフードバンクに着目し、取り上げようと思ったのか。それは上述のように、日本のフードバンクが他国のそれと比較して認知度や規模が小さく、また政府からの援助も満足と言える程は得られていないため、我々消費者がその存在を理解し、協力しなければならぬと感じたからだ。そのためにフードバンクに焦点を当て、彼らの取り組みを広げていかなければならぬと考えた。そうした思いを踏まえてこの章では食品ロスへのフードバンクの取り組みを挙げていく。

(1) フードバンクとは、その経歴と取り組み

2章で取り上げた未来を回避するために活動を行っている団体がこれまで紹介したフードバンクである。

まずフードバンクとは、包装の傷み等で流通できなくなった食品を協力団体から寄付し

てもらい、それらを福祉団体や施設に配布する活動を行う団体だ。その中で筆者がボランティアとして参与観察した団体は「フードバンク埼玉」「セカンドハーベスト・ジャパン」の2団体である。この2団体のボランティアの様子を紹介する前にフードバンクの今までの経歴、そして外国のフードバンクとの比較をまず行いたいと思う。日本のフードバンクと海外のフードバンクの年表を示した図表6を参照してほしい。

図表 6 海外のフードバンクの簡単な年表

国	設立年	概要
フランス	1985年	フードバンク運営のための資金は1部政府からの援助で賄われている。
アメリカ	1975年	フードバンク活動普及開始
	1976年	セカンド・ハーベストに改組され、2018年にフィーディング・アメリカとして名称を変更し、今に至る。 アメリカにおいてフードバンクは福祉的なサービスとの連携を行っている。
韓国	1998年	1995年ころにフードバンクの議論が開始され、その後1997年のアジア通貨危機によって失業者が大量に出たことで福祉的な役割を期待してフードバンクのモデル事業が1998年に開始された。
日本	2000年	2000年セカンドハーベスト・ジャパンによってはじめて設立された。 その後団体の数は増加しているものの、継続して運営できるための政府からの援助はなく、ほとんどがボランティアと寄付によって支えられている。

出典：佐藤編著（2018）より筆者作成

図表6では海外のフードバンクの年表を載せたが、日本のフードバンクの歴史がまだまだ浅いことが見て分かる。また海外では政府の食品ロスのための法整備が為されるなどの援助があるが、日本では輸送費などの金銭的な援助である。海外のフードバンクにおいては食品ロスを減らす他に福祉的な役割が求められているせいでもあるのだと考えられる。

またフードバンクの以前から指摘されている課題として「栄養面の管理が難しく、特に野菜などは輸送設備や人的資源の確保の困難さから扱うことは難しい」（小林・野見山 2019）ことが挙げられている。こうした課題を踏まえて筆者が実際にフードバンクで経験したこと・感じたことを述べていく。日本と上記で取り上げた海外のフードバンクの中で最古のアメリカのフードバンクと比較すると約25年も歴史が短い。また筆者もこの食品ロスという話題を取り上げるまでその存在を知らなかった。そのためこうした活動を行っている団体の認知度を上げていくことはとても重要であるが、もちろんただ食への問題を解決するためではない。福祉的な役割も期待できるフードバンクは今後我々の子孫、そして我々ですらも将来今と同じ生活ができる保証はない中で我々の将来の生活を支えてくれるようになるのではないか。こうした活動を行い続ける団体は日本に限らず存在すべきであり、また我々も支えていくべきだと考えている。その第一歩のほんの一助となるためにフードバンクの

活動を取り上げた。

(2) フードバンク埼玉の事例

そこでまずは特定非営利活動法人フードバンク埼玉である。さいたま市にある勤労者福祉センターの4階に事務所がある。フードバンク埼玉は積極的な地域のネットワークの構築や子ども食堂を運営する団体との情報の共有によって食品ロスだけでなく福祉的な問題にも取り組むように尽力している組織である。そんなフードバンク埼玉では食品メーカーなどの協力団体から寄付された食品を一時的に保管している。そしてその食品を必要とする福祉団体に提案し、希望する団体に受け渡しを行っている。筆者が立ち会った際は1日平均して50kg程寄付されており、4~5団体に受け渡しを行っていた。

図表7 フードバンク埼玉への1日の食品寄付量



出所：筆者撮影

図表7が1日に寄付されている食品の量である。この写真を参考にすると寄付されている食品の量の内訳としてお菓子（チョコ菓子、おせんべい）やジュース類が最も多いことが分かる。次いでレトルトカレーなどの簡単に作れる料理や缶詰、そして油などの調味料が挙げられる。中にはサプリメントも多数寄付されていた。またこうしたいわゆる嗜好品などが多く寄付されている中、お米などの主食となるものがあまり寄付されていなかった。勿論ゼロではないが満身に寄付できる量でもないだろう。しかしアルファ米という水で簡単に食べられるようになるという非常食のお米は多く寄付されていた。また数に限りがあるが玄米も寄付される日もあったそうだ。主食ではないが保存食（クッキーやビスケット）など腹持ちし、栄養のあるものも寄付されているようであった。

しかしやはりというべきか生鮮食品が少ない。野菜やヨーグルトなどの生鮮食品の不足は見取れた。

上記の通りフードバンクにおける課題として栄養面に不安があることが挙げられている。ただ食品を配るだけでなく健康にも気を遣っていかなければならないが、やはり寄付される食べ物には偏りが生まれてしまっていた。

12月11日さいたま市浦和区の勤労者福祉センター4階にあるフードバンク埼玉の拠点にてフードバンク埼玉の理事である永田信雄氏に話を伺った際、野菜の扱いはやはり難しいのだという。野菜によって適温があり、それらに合わせて管理するだけの設備がない。また全ての野菜を受け取ってもそれらすべてを早急に配布できるかどうか怪しいという課題もあった。しかしこれはIT化が進むことで解決に近づいているのだという。

しかしそれでも寄付がゼロである訳ではない。筆者は運よく野菜が寄付されている現場に立ち会うことができた。

図表 8 フードバンク埼玉への野菜の寄付



出所：筆者撮影

図表 8 のように約 50 kg もの野菜が寄付されていた。しかしフードバンクでは野菜などの生鮮食品を保存する冷蔵施設やそれを運搬する設備が整っていない。そのためフードバンク埼玉では野菜の寄付を早い段階から知り、即座に受け渡す施設を探して届いた当日に全てを配布できるように調節をしている。

ただ今後、冷蔵倉庫を利用できるようになったとのことで、より多くの生鮮食品を扱えるようになるのだそうだ。

このように少しずつではあるが良い方向に進んでいるフードバンク埼玉だが、まだ課題は残されていると感じた。

例えば人材の不足である。フードバンク埼玉では寄付された食べ物を種類や賞味期限で仕訳しなければならない。それに大きな労力がかかる。その量も多く、中々手が足りないのではと感じた。

多くの団体が訪問し、時には 10 団体来ることもあり、フードバンク埼玉の存在の大きさを身を以って感じた。貧困層を援助する団体や福祉施設など数多くの団体の方がフードバンクを頼りに来ている。そんな方々が身近にも沢山いることに筆者は大きな衝撃を受けた。

(3) セカンドハーベスト・ジャパンの事例

続いて筆者が参与観察した認定特定非営利活動法人セカンドハーベスト・ジャパン。このセカンドハーベスト・ジャパンは日本で最も大きな存在感を持っているフードバンクで

ある。セカンドハーベストという名前は「すでに収穫された畑から二度目の収穫を行う」という由来から来ている。

私が参与観察したセカンドハーベスト・ジャパンは本部を東京の浅草橋に構えている2002年に設立されたフードバンクである。筆者はその浅草橋の拠点と埼玉の八潮にある埼玉拠点へボランティアとして伺った。

図表 9 セカンドハーベスト・ジャパン埼玉拠点



出所：筆者撮影

セカンドハーベスト・ジャパンは「食品の受け渡し場所＝フードパントリー」を築き、2020年の1年間で東京、神奈川、埼玉合計で16万人に「生活を支えるのに十分な食べ物」を渡すことを目標としていた。その目標達成のために、フードパントリーの立ち上げや運営を支援しているが、セカンドハーベスト・ジャパンが目指す、パントリー設置数である135か所にはまだ届いていない。海外のフードパントリーと比較しても、その数は少ない。

対して「海外のフードパントリーの数はニューヨークが1100か所、サンフランシスコが250か所、香港が160か所と非常に多くのフードパントリーが設置されている（セカンドハーベスト・ジャパン活動報告書 2019）。こうした背景から海外の食品ロスに対する意識は高いと分かる。

しかし海外と比較しても少ないパントリー数でも提供した食数（企業から寄付された食

数) は 356 万食を超えている。

その理由としてここではフードバンク埼玉とは異なり、拠点自体は特別広いというわけではないのだが、冷蔵・冷房施設が充実していた。また参加しているボランティアも多く、ボランティア応募サイトはいつも満員だった。実際の一日の参加者はおよそ 20 人ほどであった。主婦の方や学生も多くボランティアとして参加していた。しかし最も多いと感じたのは外国籍の方である。そのため現場では頻繁に英語が行きかっていた。これだけでセカンドハーベスト・ジャパンの認知度が世界的にも高く、勢力があることが改めて分かるだろう。

またセカンドハーベスト・ジャパンは設備が充実しているため、野菜や豆乳などの保存・管理が難しいものでも寄付されており、品物の種類はフードバンク埼玉以上だと感じた。

また多くのメーカーから寄付されており、その存在の大きな存在感を感じた。それだけでなく、パンといった消費期限の早い食品すら寄付されており、それを消費期限が切れない内に配布していた。

またお米も多数あり、1つ1つを振り分け個人用に渡せるようにしていた。

筆者は実際の受け渡しの場面に遭遇できなかったが、浅草橋の拠点では 1 日に約 150～200 人に配布を行っており、埼玉の拠点では筆者が立ち会った日は約 70 人が訪れた。

渡す手順としてはまず、大きな袋に中身がなるべく均等になるように食材を入れて、訪問者の数の袋詰めセットを作成する。

そこでは参加しているボランティアの方々が協力して、流れ作業のように食品の袋詰めを行っていた。

その後均等に袋詰めした食材を取りに来た方々に渡すのだが、渡し方は受け取りに来た方々が詰まらないようにドライブスルー形式で受け渡しを行っていた。こうすることでコロナ禍においても密にならずにスムーズな受け渡しが可能になった。

このように場所自体がとても広いわけではないが、多くの食品が集まり、それを求める多くの人々へと配布していた。

多くの人々が協力して作業を行い、そしてセカンドハーベスト・ジャパンを頼りに来た人々に渡すという食品ロスから生まれた人同士の繋がりは眩しく、食品ロスを減らしていくにしても、こうした所で生まれた繋がりは残し続けなければならず、またこの繋がりを強固にしていかなければならない。

4章 各団体の取り組みから見える課題

もちろん上記のフードバンク以外にも食品ロスに向けて取り組みを行っている団体はいくつもある。例えば食品企業であれば賞味期限を延ばすための取り組みがある。食品ロス削減法もその 1 つである。食品ロス削減法とは食品ロスを削減するための法案で「国をはじめとした事業者や消費者は食品ロスを我が事として捉え食品ロス削減のため行動まで移す」

¹⁰といった国全体の食品ロスをそもそも出さずに協力して減らしていくことを目指したものである。具体的には納品期限の緩和、賞味期限の年月表示化、賞味期限の延長の三位一体の取組や最近のコロナ禍による被害を抑えるために「WakeAi」などの施策が進められている。

この「WakeAi」とは「InSync 株式会社から会社分割し、株式会社 WakeAi を母体としたサービスであり、コロナ禍で立ち行かなくなった事業者の商品を通常よりも安い価格で「買って応援、食べて応援」できる「社会貢献型通販モール」である¹¹。

「WakeAi」をはじめとしてコロナ禍によってより顕著になった食品ロスへ取り組む動きがさらに活発になっていると言える。

また賞味期限を延ばす取り組みを行っている企業も世界中に増えつつある。その企業例として以下の2社を取り上げた。

1. 森永乳業株式会社 常温保存可能で賞味期限が120日のヨーグルト「1日不足分の鉄分のむヨーグルト」を開発¹²

森永乳業株式会社はヨーグルト業界では初の常温保存が可能な飲むヨーグルトを開発した。この商品を完成させるためには多くの課題を抱えており、商品開発の検討段階から商品完成までに6年費やしたという。

飲むヨーグルトと言っても既存のものであれば冷蔵保存しなければならず、また日持ちしないものばかりだった。そのためフードバンクに寄付しようにもできないことがあった。しかし常温の保存が可能になったことで日持ちがし、さらに万が一の際はフードバンクを通じて栄耀のあるドリンクを福祉団体に届けられるようになった。

まだこういった商品は多くないが、段々と世に出回り始めている。今後こうした技術によってまずは日本国内の隅々にまでこうした商品を求める人々に届く日はそう遠くないだろう。

¹⁰ 食品ロス削減推進法及び食品ロス削減の取組の概要 新たな食品リサイクル法基本方針と関連政省令改正について 農林水産省

(https://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/lin/1_siryu/attach/pdf/ecofeed-87.pdf) 2020年12月20日アクセス

¹¹ フードロスに取り組む通販モール「WakeAi (WakeAi)」が株式会社 WakeAi へ！ | PORT (<https://port.creww.me/startup/72020>) 2021年1月24日アクセス

¹² “業界初”の常温保存可能なドリンクヨーグルト、森永乳業「1日不足分の鉄分のむヨーグルト」発売へ | 食品産業新聞社ニュース WEB

(<https://www.ssnpc.co.jp/news/milk/2020/05/2020-0514-1625-14.html>) 2021年1月22日アクセス

2. 米ケンブリッジクラブ社 食品にかけるだけで消費期限を約二倍に伸ばすコーティングスプレー¹³

日本国内だけでなく、アメリカにおいても賞費期限を延ばすための取り組みが為されている。ケンブリッジクラブ社が開発したコーティングスプレーである。

使い方はそのスプレーを腐りやすい食品に噴射することで「水分を主体とした絹の繊維状タンパク質が、コーティングをすることで空気中の水蒸気や気体に触れにくくさせ、酸化や水分の消失を防ぐ」¹⁴のである。もちろんそのまま食べられる。

こうした商品は本格的な実用化はされていないようだが、近いうちに商品化される予定だ。

この商品や技術が一般に広まるようになれば、消費期限を延ばせるようになり、農家にとっても消費者にとっても食品を無駄に捨てることは減るだろう。

もちろん上記の企業以外にも日本や世界の主に食品企業が食品ロス抑制のための技術の開発などに取り組んでいる。

フードバンクは困っている人々に食料を提供する活動を行っているという性質上、在庫を切らしてはならない。いつでも求められた食品を配れるようにしなければならない。そのためにはそうした食品を管理する設備が必要になる。しかしフードバンクは一般企業ではないため、収益がない。つまり大きくなればなるほどに運営が厳しくなり、赤字になってしまう。こうした背景から日本におけるフードバンクは金銭的な余裕がなく、政府からの援助やメーカーへの食品ロスの量に応じた課税が必要なのではないかと永田氏は話していた。

こうした背景から見えるフードバンクなどの団体の課題として各団体の行動が制限されてしまっていることである。それは金銭的な問題や行動範囲の限界など様々である。

こうした問題を抱えているフードバンクでも 1 人の寄付や援助で大きく支えられているのだという。もちろん寄付活動はとても大事であることは分かったが、それ以外に食品ロスをそもそも出さないために、そしてフードバンクが抱えている課題を克服に近づけるために我々が出来る事、すべきことにはどんなことがあるのだろうか。それを 5 章で述べていきたい。

5章 これから消費者にできる事とは

¹³ 消費期限が 2 倍に伸びる？食料廃棄削減に挑む、食べられるコーティングスプレー|世界のソーシャルグッドなアイデアマガジン|IDEAS FOR GOOD

(<http://ideasforgood.jp/2019/06/27/cambridge-crops/>) 2020 年 12 月 14 日アクセス

¹⁴ 13 と同じ

(1) 食品ロスを減らすために消費者ができること

これらの事を踏まえて我々消費者が食品ロス削減のために出来る事とは何だろうか。

フードバンクは金銭的な支援の不足から中々大きく活動ができないため、大金を寄付するというのが最も近道なのだろうが、そう簡単に寄付されるものではないし、出来るものでもない。ではどうすれば良いのだろうか。

フードバンク埼玉が扱っている食品ロスの量は32トン。対して日本全体の食品ロスの量は平成29年度時点で612万トンである。この量を比較すると日本で排出された食品ロスの数%も1つのフードバンクで達成することは困難であることが分かる。

しかし我々消費者が各家庭から出る食品ロスを1gでも多く削減する意識を全員が持てたならそれは1つのフードバンク以上の食品ロス削減に繋がる。

そのために我々がすべきことは多くあるのではないかと考える。

まず消費者はスーパーやコンビニ、飲食店を利用するだろう。その買い物中、その品物を取る際に衝動買いを行うことも多々あると思う。その際は、もう1度冷静になって考えてみてほしいと思う。本当に賞味期限・消費期限を迎えるまでに食べきれぬのかどうかを。どうしても食べたいという気持ちはとても分かるのだが、食材を、食費を無駄にしないためにも買い物に行く際はある程度の計画を立てていくことが大切である。

また食材が廃棄される理由は何も賞味期限切れや「3分の1ルール」の期限から外れた場合のみではない。食材に悪影響のない範囲での包装の痛みでも食材が捨てられる原因になる。こうした傷みはやはり消費者からは敬遠されがちである。しかし、中身に何も問題がない場合はいっそ買い取る意識を持ってほしい。もしかしたら店側からいくらか割引をしてもらえる可能性もあり、主婦にとっても1人暮らしの学生にとっても美味しい思いができるのではないだろうか。店側も下手に食材を無駄にしてしまうよりは断然ましなことであるため、そうしたサービスにいっそ期待をしてみしてほしい。

つまり食べ物を必要以上に多く買わない事、そして日々食卓で食べられる量の料理を作り、その材料を用意することが大事であると考え。飲食店でも同じく、食べられる量を注文すべきだ。また品質に関わらない程度の包装の傷や、形などの見た目を気にしない心持でいるだけでも大きくこの状況は好転していこう。

頂き物でいらぬ食べ物があればご近所へのお裾分け、フードバンクに寄付することもできるのでと考える。永田氏の話では家庭から個人的に寄付された食品が最も有効性が高いため、個人の寄付はフードバンクにとって、とても嬉しい事であり、それを受け取る人々を救うことにも繋がるのである。

また家庭系の食品ロスの食品再生利用率が低いことが3章の図表5で分かる。

この食品再生率を上げる方法は何かないだろうか。そもそも出さないことも大事だが、出ってしまった場合、この行き場を失った食品たちをどうにかして活かさなければならない。全てが埋め立てや焼却されているわけではなく、僅かだが肥料やメタン化されリサイクルされている。この量を増やすか、あるいは食品ロスを減らしていければと思う。

できることはあるがそれ以上に消費者の立場にいる我々が意識しなければならない事は食品ロスはいずれ自らを苦しめることに繋がってしまうということである。それこそ温暖化と同じはずなのである。逆にこうしたフードバンク団体を支援し、維持し続けることでいずれ自らが震災に遭った際に、我々を救ってくれる存在になるかもしれないのだ。所謂保険と同義であると考えられる。この保険をわざわざ手放す必要は全くない。

だがまだそうした事実が広がっていない、広がっていても行動するまでに至っていないのが現状である。

ではどうすれば、消費者の行動を変えていくことができるのだろうか。変えるための情報を流していけるのだろうか。

(2) その出来る事をどうやって周りにも広げていくか

それではこれらの活動をどうやって広げていけばよいのだろうか。

CM や広告などを用いることが大事だろう。今は知名度を上げていくために積極的なメディアへの露出をすべきなのではないかと考える。

そして対象は日本に住む人々に隅まで届けば最高ではあるが、そう上手くはいかないだろう。そのためにまずは家庭を支えている主婦層をはじめとした世帯の中心となる人々に焦点を当てて広めることが第一歩であると考えられる。

ではどういった内容で広げていけばよいだろうか。

例えば「今後食品ロスが進み、改善されることがなければ、新たな食糧が食卓に並ぶことになるだろう。」という題目として昆虫食を提示するのは面白いのではないだろうか。外国では文化として定着している国もあるものの、日本においてはまだその文化は各家庭に浸透しているわけでは無く、イメージも決していいものではない。昆虫食自体はとても栄養が豊富で、見た目は独特だが味も悪くないものだというが、抵抗感があるのは否めない。

遅かれ早かれ昆虫食は日本でも広まるのではないかとされており、将来の食糧難改善に期待されているが、昆虫食は食品ロス改善、そもそもの食糧難の予防にも貢献できそうである。

一方で一般的なスーパーやコンビニなども食品ロスに対して取り組みを行っている。中には余った食材を集めている、所謂フードドライブを行っているスーパーや賞味期限が切れそうな、もしくは切れた物を販売しているスーパーもある。こうしたスーパー同士が協力しての広告の打ち出し、寄付した食品の量によってクーポンなどを発行するなどの施策を行うことも視野に入れ、広げていくべきではないかと考えている。

ただ結局我々消費者の意識を変えていくことが最も重要なことであることは確かである。調理の過程で出た物は仕方ないにしても、一人のあと一口が食品ロスを減らすことに繋がれることを様々なメディアを通じて伝えていければと思う。

おわりに

これまで食品ロスに関わる問題点や現状を本文にて述べてきた。

フードバンクには食品ロスだけでなく、福祉的な役割がある。その組織の必要性は言わずもがなである。ただし、彼らが行える活動や守れる命、食べ物には限界があり、そこには消費者の協力無くしては成り立たない。協力といっても買いすぎない、出来るだけ残さず消費する意識を持つだけで大きく事態は好転する。それに加えて残った食品をフードバンクに寄付する、という行動がさらに食品ロスを削減するきっかけになりうるのだ。またこうした行動は結果的に消費者の得も生み出している。食費の節約や出費の管理のしやすさといった副産物もある。

基本的なことではあるのかもしれないが、こうした日常の一考が食品ロスを削減する足掛かりになることは間違いない。

しかし為すべきことが分かったとしてもそれを実行に移すまでにどのようなアプローチが効果的なのだろうか。福祉的な活躍も見込めるのだとしてもまだ多くの日本国民に危機感や使命感を与えるには至らないのではないだろうか。

そうした課題も未だ残されてはいるものの、今後は食品のリサイクルはより活発になり、全国へとそのネットワークは広がっていくことになる。現状はそのネットワーク構築のための地盤を少しずつ着実に築き上げていかなければならない。

そして今後こうした団体の助力と消費者の協力によってはじめて食品ロスは徐々に削減されていくことになるだろう。

しかし人口の増加による食糧難の際に効率的に食品を配布することにもフードバンクは貢献できるはずである。

日本の食糧事情がどうなるのか予想はできても、確証はない。しかし今現在出来る事を行うことで最悪の事態である日本国民の大半がフードバンクに頼らなければならないというような事態は少なくとも避けることはできるかもしれない。

参考文献

- ・井出留美 2019年「食品ロスの大研究」 PHP 研究所
- ・小林富雄 2020年「増補 改訂新版 食品ロスの経済学」農林統計出版
- ・小林富雄、野見山敏 2019年「フードバンクの多様性とサプライチェーンの進化－食品

寄付の海外動向と日本における課題－(日本農業市場学会研究叢書 19)

- ・ 斎藤修 2016 年「現代の食生活と消費行動」 農林統計出版
- ・ 佐藤順子 「フードバンク 世界と日本の困窮者支援と食品ロス対策」2018 年
- ・ セカンドハーベスト・ジャパン ANNUAL REPORT 2019
- ・ 【おさらい】食品の「3分の1ルール」とは？ムダに捨てられないよう皆がすぐ出来る事 (<https://news.goo.ne.jp/article/aruhi/life/aruhi-62869.html>) 2020 年 10 月 29 日アクセス
- ・ [食品ロス削減]食べもののムダをなくそうプロジェクト | 消費者庁 (https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/) 2020 年 6 月 1 日アクセス
- ・ 食品ロスが生活に与える「4つの深刻な影響」 | 食品ロス広告特集 | 東洋経済オンライン | 経済ニュースの新基準 (<https://toyokeizai.net/articles/-/343691>) 2020 年 10 月 29 日 アクセス
- ・ 食品リサイクル法 : 農林水産省 (https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syokuhin/s_about/pdf/data1.pdf) 2020 年 11 月 29 日アクセス
- ・ 食品ロス削減推進法及び食品ロス削減の取組の概要 新たな食品リサイクル法基本方針と 関連政省令改正について 農林水産省 (https://www.maff.go.jp/j/chikusan/sinko/lin/l_siryo/attach/pdf/ecofeed-87.pdf) 2020 年 12 月 20 日アクセス
- ・ 消費期限が 2 倍に伸びる？食料廃棄削減に挑む、食べられるコーティングスプレー | 世界のソーシャルグッドなアイデアマガジン | IDEAS FOR GOOD (<http://ideasforgood.jp/2019/06/27/cambridge-crops/>) 2020 年 12 月 14 日アクセス
- ・ 世界人口推計 2019 年版 データブックレット (<https://www.unic.or.jp/files/8dddc40715a7446dae4f070a4554c3e0.pdf>) 2020 年 10 月 29 日アクセス
- ・ 日本を「食品ロス大国」にした不思議な商慣習 | 幻冬舎 plus | 東洋経済オンライン (<https://toyokeizai.net/articles/-/145110?page=2>) 2020 年 11 月 27 日アクセス
- ・ フードロスに取り組む通販モール「WakeAi(ワケアイ)」が株式会社 WakeAi へ！ | PORT (<https://port.creww.me/startup/72020>) 2021 年 1 月 24 日アクセス
- ・ もったいない！食べられるのに捨てられる「食品ロス」を減らそう | 暮らしに役立つ情報 | 政府広報オンライン 2019 年 12 月 16 日 (<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201303/4.html>) 2020 年 6 月 1 日アクセス
- ・ もっとカレーだからできることプロジェクト | ハウス食品グループ本社 | (<https://housefoods-group.com/activity/foodloss/index.html>) 2020 年 10 月 4 日アクセス

ス

・“業界初”の常温保存可能なドリンクヨーグルト、森永乳業「1日不足分の鉄分 のむヨーグルト」発売へ | 食品産業新聞社ニュース WEB

(<https://www.ssnp.co.jp/news/milk/2020/05/2020-0514-1625-14.html>) 2021年1月
22日アクセス

・12月11日 埼玉県さいたま市浦和区常盤6丁目4-21 勤労者福祉センター4階
特定非営利活動法人フードバンク埼玉 理事 永田 信雄様