

スーパー・家庭からの

食品廃棄物を減らす

武生高校

## 1. 動機と目的

近年では、世界中で食品ロス問題に取り組むようになった。しかし、この問題が順調に解決されているとは言えない。いくつかの企業や機関では取り組むが行われているが、私はそのような取り組みを近くで目にしたことはあまりない。この問題を解決するにあたって、やはり国民が直接的に行動することが必要だと思った。そこで、国民に身近で多くの食品廃棄物を出しているスーパーで何か出来ないか考えることにした。

スーパーからの食品廃棄物・ロス量は、全体の割合の多くを占めている。だからといってスーパーの数を少なくすればいいかというと、それはそれで困る人が出てくるため、そう簡単にできることではない。この割合を少しでも減らすことで、食品廃棄・ロス問題の解決に少しでも近づくのではないかと思う。また、食品廃棄は、温室効果ガスの発生、水資源・食糧資源の無駄、肥料・農薬・作物の無駄ということに関わっているため、この問題が解決に進むにつれ、他の問題も解決に進むかもしれない。

そして、家庭でも続けられる取り組みにどのようなものがあるか、改めて考えることにした。

スーパーから出される野菜・果物・弁当などの食品廃棄物



## 2. 方法

文献・インターネットで、食品廃棄・ロス問題、スーパーについて調べ、スーパーでこの問題を解決の方向に進めるために何が出来るのか考える。

家庭で食材が捨てられる理由は、買い過ぎ・賞味期限切れ・作り過ぎ...などと分かっているのに関わらず、なかなか解決できないため、大きな目標は考えずに、意識するといいいことを見つける。

## 3. 調査結果

### <食品廃棄・ロス問題>

現在、全世界で生産される食料品の少なくとも3分の1が、ゴミとして廃棄されている。この廃棄は、収穫や加工、配送の段階のものと、「大売り出し」品を必要以上に購入する消費者からのものがある。消費者の大量消費主義は、価格と価値の区別をつけられなくなる影響をもたらす。食生活の質が低下し、食べ物が「無駄」にしても構わない何かに変貌していく一方で、世界中で何億もの人々が飢餓や栄養不足に苦しんでいるのも事実である。しかし、先進国でのゴミの量は年々増加しており、1970年代から現在までに、その規模はおよそ50パーセント増加した。食品廃棄・ロス問題は世界的に様々な問題を引き起こしており、中でも地球温暖化への影響は大きい。最近の研究では、地球の気候にとっては全体的に見て畜産が交通よりも有害であることが証明されている。実は、畑や牧草地の土壌に窒素系の化学肥料を用いると、二酸化炭素よりも295倍強い影響を気候に与える笑気ガスが発生する。さらに、牛やヒツジのような動物に植物をエサとして与えると、代謝の働きにより、二酸化炭素よりも25倍強く気候変動に影響する、メタンが発生する。メタンはアジアの伝統的な米産地で行う水田稲作によっても、大量に発生する。また、米国で食用に飼育されている動物は、全世界の人間が作り出す排泄物の130倍の量を作り出している。他にも、輸送・焼却などで多くの温室効果ガスを排出している。焼却となると、やはり廃棄やロスの量に影響される。2007年、イギリスでは、ある研究員が一般家庭で生じるゴミを調査した。2000を超える世帯のゴミ容器を検査したところ、イギリス人は毎年、推定670万トンの食料品を廃棄していることが分かった。

このうちの540万トン、はまだ食べることでできたものだったという。さらにこのうちの130万トンは、捨てずに済んだ可能性のあるものとみている。また、調査員がゴミ容器の容器の中で見たパン切れは32万8000トン、リンゴは19万トン、肉と魚は16万1000トンだという。ちなみに、購入しても廃棄する割合が最も高い、サラダはほぼ半分が捨てられていた。2011年にヨーロッパ全土を対象に行われた調査では、「購入した食料品の20パーセント以上」がゴミとして捨てられているとの結果に至った。しかも、「このうち、平均して半分以上は廃棄する必要性がなかった」としている。そして、「包装された食料品の約30パーセントは、未開封のまま、あるいは全く手つかずのまま捨てられていた」という結果も出た。「ドイツでは年間約80キロの食料品を、1人当たり処分している」などの声もあるが、実際のところ、ゴミの量は正確に測ることができるため、これらの声は数値は比較的、妥当だと思われる。

#### (歴史・取り組み)

- ・ 全世界の食料品の廃棄量を初めて算出したのは、スウェーデン人の研究家のヤーン・ルンドクイストだった。全世界的に見て、生産された食料品の約半分が廃棄されている、と発表した。

- ・ スtockホルム水協会は、国連食糧農業機関と共同で、「From field to Fork 2008 (畑からフォークまで2008)」を発表した。これによると、世界で消費される水の約4文の1が浪費されているという。世界の砂漠化が進む中で、これも大きな問題だという。

- ・ 2007～2008年、イギリスの政府は「ラブ・フード・ヘイト・ウェイスト (食を愛し、ゴミを嫌え)」と銘打った一大キャンペーンを開始した。全国の隅々にまで影響力を拡大するために、英国婦人団体のウィメンズ・インスティテュートなどの団体と協力するくらい、力をいれていた。ウィメンズ・インスティテュートは、週に一度、残り物を消費する日を設けようと、'残り物の日を提唱した。そして、「ラブ・フード・チャンピオン」賞を制定し、4か月以内に食品廃棄物を半分に減らした団体を表彰した。

- ・ 「パイ・ワン・ゲット・トゥー (1つ買って2つもらおう)」という販売戦略は激しい非難を受けた。多くの場合、消費者に必要な商品を買わせることになるためである。これを見て、あるスーパーは、「パイ・ワン・ナウ、ゲット・ワン・レイター (今1つ買って、後でもう1つもらおう)」という新しい販売戦略をたてた。これは、例えばパンを買った場合、クーポンが一枚ついてきて、このクーポン券を持っていくと、2つ目のパンがもらえるという仕組みである。



・ 2009年、イギリスの労働党政府は食品廃棄の削減を目標とした20年計画「フード2030」を打ち立てた。（第二次世界大戦後初の計画）

<スーパー>

（今現在、行われている取り組み）

- ・ 鮮度が落ちてきた、肉・魚・野菜を調理して、お惣菜として販売する
  - ・ 賞味期限だけがきれてしまっている食材（）消費期限はきれていない食材）を安価で販売する
  - ・ 消費期限が近づいたものを安価で販売する
  - ・ 賞味期限がある程度しっかりした商品を店頭に並べる（3分の1ルール）
  - ・ 販売数に上限を設けて売れ残りを防ぐ
  - ・ 子ども食堂や福祉施設への、お惣菜の提供
  - ・ 肥料や動物の餌に再利用する
  - ・ 食品ロスの対象となった食材を販売するスーパー
  - ・ 食品ロスの対象となった食材を使うレストラン
- 
- ・ フードシェアリングという、そのままでは廃棄にされてしまう食品と購入希望者のマッチング

### (入荷の現状)

- ・一度に多くの量をまとめて仕入れ、コストを下げている
- ・小さなスーパーの場合、自家用車などで市場まで買いに行く  
(毎日、新鮮な状態のものを買う)
- ・メーカー・問屋・生産者から直接、商品を仕入れることが一番多い
- ・大手のスーパーの場合、物流センターからいろいろなメーカーの商品を仕入れる
- ・最大、一日に三回の仕入れを行う
- ・新しい商品を入荷すると、古いものは捨てられる

### (販売の工夫)

- ・常に、棚が商品でいっぱい状態にしておく
- ・古くなってきた肉、魚、野菜などは調理して、お惣菜として販売する  
例) 鶏もも肉→味付き焼肉用肉→唐揚げ→唐揚げ弁当
- ・各季節、イベントごとに旬のもの、売れやすいものを販売する

### (廃棄、ロス問題)

- ・消費期限が切れていなくても、賞味期限が切れたものは廃棄される
- ・品質的に問題ない商品でも、変形、変色してしまった商品は廃棄される

### (外国のスーパー)

- ・イギリスでは、ほとんどのスーパーがゴミ削減キャンペーンを展開している (あるスーパーでは何をかうかよく考え、不要なものを買わないよう) に、顧客に呼びかけており、野菜を長期保存するための適切な方法や、食

事の残り物から新しい料理をつくるためのヒントなどを提供している)

(消費者)

- ・スーパーの棚が、常に商品でいっぱいであることに慣れてしまっている  
(スーパー側は常に余分な商品を準備しておく必要がある)
- ・「何かあった時のために…」と考えて、 unnecessary商品まで購入してしまう  
⇒結局、使いきれずに捨ててしまうことが多い
- ・「賞味期限」というものに大きな影響を受けている  
(消費期限に注目するのが大切なのに、賞味期限と消費期限を混同して考えている)

(家庭からのゴミ)

- ・調理せずに捨ててしまう  
(これを直接廃棄といい、食品を買い過ぎて使いきれず傷んでしまったため、いつか使おうと思って保存していたが、気がついたら傷んでしまった、という状況で起こる)
- ・調理したものを食べ残してしまう  
(子供が好き嫌いして食べてくれなかった、同じ味に飽きてしまった、という状況で起こる)
- ・防災用の備蓄の消費期限を忘れて、ロスしてしまう
- ・食べられるところまで取り除いてしまう  
(野菜の皮やヘタを食べられる部分まで取り除いてしまう、食感が料理と合わないからといって捨ててしまう)

## 5. 考察

上記の、スーパーの現状を踏まえて、今後、スーパーからの食品廃棄、ロス量を削減するためには、入荷量を指定することは難しいため、入荷した商品をなるべく全て購入してもらう必要がある。その方法として、1つ目の考えは、見た目が良くないだけで食べられる食品を調理し、試食として食べてもらうことだ。今のコロナ禍では、試食自体が難しいが、試食は味を確認することであるので、試食を作る際はこのような方法を採用と良いと思う。2つ目は、賞味期限が切れたもの、または切れそうなものを、一袋にまとめて入れて販売し、安く売ることだ。また、あるメニューに必要な食品をまとめて入れて販売すると、毎日の献立に悩む主婦を中心に売れるだろう。(資料より) これは、自炊をする人が多くなった現在のコロナ禍で有効だ。



3つ目は、食品ロス・廃棄の対象となる商品専門のスーパーをもっとメジャーにすることだ。これは国民が直接的に関わっているとは言えないのでは、と思うかもしれないが、私たちが食品ロス・廃棄問題について良く理解し、声をあげれば可能になることだと思う。4つ目は、外国の、食品廃棄の解決に対する取り組みが盛んなスーパーの取り組みを真似することだ。実際に行われている取り組みなので、実践するにあたって一番無難だろう。例として、食料廃棄量の多い住宅街で、食品廃棄量を減らすためのキャンペーン（近隣の学校によるラジオCMの制作、家庭ゴミの調査結果をポスターとして貼り出し、正しい保存方法と買い物のコツを紹介するパンフレットの配布、イベントの開催、コミュニティ記事への記事の掲載、残り物を利用した料理のレシピを集めたオンラインのデータベースの提供）を繰り返せば、大成功を収めたというオーストラリアの研究チームの結果がある。住民は、浪費の原因を他人に押し付けることをやめるようになり、研究チームは「この運動で住民の目が覚めたことがわかりました。アンケート調査だけでもいい影響があったことも明らかでした。」とコメントしている。



また、国民に、食品廃棄・ロス問題の深刻さを身近に感じ、意識してもらうためには、まだ食べられる食品が廃棄されていく様子をビデオで簡単に紹介するコーナーをスーパー内に設置してもいいのではないかと思う。見苦しい映像かもしれないが、普段見ることが出来ない、私たちが見て見ぬふりをしている現実を目に焼き付け、少しでも意識をもてるようにする必要があるはずだ。

家庭からのゴミを減らすための取り組みとしては、やはり、買い方を工夫することが1番だと思う。「普段より安く買えるから」といって、使う予定も無いのに買ってしまふ癖を直す、「1個あたりの値段が安くなるから」といって、大容量の商品を手取る癖を直す。消費者の私たちは、まずはこれらの、当たり前と思われれることから始めていくべきだ。私がよく読んでいた本の中で、作者も同じようなことを述べていた。節約が苦手な筆者が、自分では節約しているはずなのに、なぜ出来ていないのだろう、と振り返ったところ、節約のために買う必要のないものが安く売られていたら、「節約のためだよ」といって買っていることが多かったことに気が付いてそれをやめた。そうしたら、無駄な出費が減って、節約のコツを掴んだ、と文中で語っていた。節約のためにしたことが、かえってあだとなっていたこの話が、食料品を無駄にすることが多い人と似ていると気づいた。その本の題名が「やめてみた」だったため、この「やめてみた」は今回のテーマの、食品廃棄・ロス問題とも結びつくと思った。

## 6. まとめ

今回文献調査をして、ある言葉が印象に残った。『『さらば、食料廃棄』という文献の、「想像してみよう。自転車を運転してスーパーまで行き、1時間ほど買い物をする。買い物を終えたら袋をいくつも抱えて3階にある自宅え向かい、ドアを開けたとたん、袋ごと全部ゴミ箱にポイ。ばかげているが、現実はこれと大差ない。」という文章だ。私たちは知らず知らずのうちに無意識的に多くの食品廃棄物を出しているということだ。また、「スーパーではたくさん買えば買うほど商品が安く手に入るけど、そのかわりに課程でたくさんの食べ物を捨て、腐らせる。悲しいことですよ。もう少しきちんと計画して質の良い物を買えば、たくさん買ってその半分を捨てるより実際のところ安く収まるんですけどね。」という文章も、分かっているもできない事実を述べている。「食品廃棄・ロス」というとても大きな問題を解決するためには、売る側と買う側双方の、協力しようとする、理解しようとする志が大切だ。その、売り手と買い手が一番接触するスーパ

ーで取り組みを積極的に行っていくことが、今は重要ではないだろうか。

(参考文献)

- ・さらば、食料廃棄
- ・激安商品が30年後の日本を滅ぼす
- ・スーパー業界ハンドブック