

2019年9月19日 全5頁

「食品ロス削減」で知っておくべきこと（後編）

～フードシェアで「食品のまま」有効活用～

経済調査部
主任研究員 市川拓也

[要約]

- 食品ロス削減により、捨てるはずの食品で消費者の一食分を満たすことができれば、その分、食材を育てるための天然資源、運搬にかかるエネルギー消費や二酸化炭素の排出等、一食分、消費・排出を先送りすることにつながる。
- 需給のミスマッチにより食べられるのに廃棄せざるを得ない食品を、再度マッチングできれば食品ロスを削減できる。概して食品は時間にもなう劣化が早いいため、インターネットを通じたマッチングが有効であり、現にさまざまな「フードシェア」が国内外で見られるようになっている。
- 「食品ロスの削減の推進に関する法律の概要」（消費者庁）には「フードバンク活動の支援」の文言がはっきりと記されている。こうした食品ロス削減を通じた食べ物を入手できない者への支援も、SDGs に関わる重要な点である。元祖フードシェアと言えるフードバンク活動の支援も含め、多面的に進めるべきである。

前編¹では食品ロス削減推進法と食品ロス削減に向けた食品関係事業者等の取り組み、消費者が問題意識を持って行動に移すことの必要性について述べた。後編では、消費者が食品ロス削減を実行できる「フードシェア」等について触れることとする。

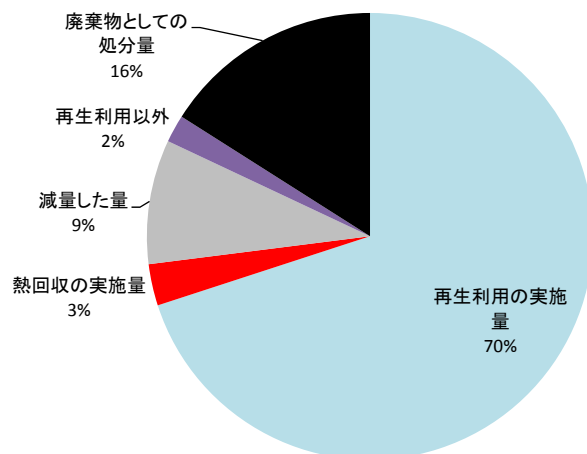
4. リサイクルとは異なるフードシェアによる食品の活用

食品ロス削減に関し、食品廃棄物の扱いについては、従来、食品リサイクル法の下、リサイクルの枠組みで取り組まれてきた。図表6は2017年度における食品産業全体における食品廃棄物等の再生利用等の内訳である。飼料や肥料等の「再生利用の実施量」が70%であり、「廃棄物としての処分量」は16%にすぎない。食品製造過程で不可食部（皮等の食べられない部分）が

¹ 「『食品ロス削減』で知っておくべきこと（前編）～食品ロス削減推進法と食品ロス削減に向けた取り組み～」
(2019年9月17日) https://www.dir.co.jp/report/research/economics/japan/20190917_021030.html

生じるのはやむを得ないことから、よく活用できていると評価することができる。

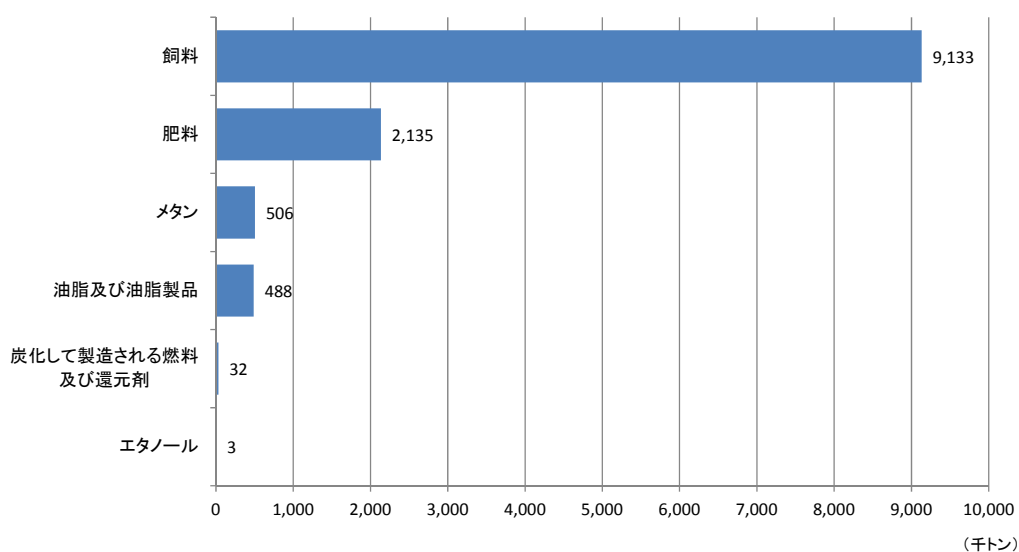
図表 6 食品廃棄物等の再生利用等の内訳 (2017 年度)



(出所) 農林水産省「平成 29 年度食品廃棄物等の年間発生量及び食品循環資源の再生利用等実施率 (推計値)」より大和総研作成

図表 7 は再生利用の実施量を用途別に見たものである。「飼料」が最も多く、9,133 千トンであり、「肥料」の 4 倍以上となっている。その他は合わせても 1,000 千トン程度と重量で見れば大きくはない。飼料や肥料であれば、家畜や野菜の育成に役立てることができることから、再び食品に生まれ変わるとの見方もできる。

図表 7 用途別に見た再生利用の実施量 (2017 年度) (千トン)



(出所) 農林水産省「平成 29 年度食品廃棄物等の年間発生量及び食品循環資源の再生利用等実施率 (推計値)」より大和総研作成

しかし、食品リサイクルは廃棄量の抑制を図りつつも、廃棄された食品を加工等によって再利用するものである。言い換えれば、廃棄物・リサイクルの食品版であり、建設資材等のリサイクルと同様に廃棄物の有効活用である。衛生面を含めて人が食べられる水準にまで仕上げた食品を廃棄した上で、飼料や肥料、エネルギー源に変換して使うのは、当然ながら効率的とは言えない。

これに対して、食品ロス削減は食べられる食品を廃棄前にシェアにより活用することで、廃棄量の削減を図るものである。食品ロス削減推進法（前文）にある「できるだけ食品として活用する」ことを可能にする点に大きな意義がある。食品ロス削減により、捨てるはずの食品で消費者の一食分を満たすことができれば、その一食分の食材消費を抑えることができる。その食材を育てるための天然資源、運搬にかかるエネルギー消費や二酸化炭素の排出等、一食分、消費・排出を先送りすることにつながるのである。

5. フードシェアを通じた取り組み

食品ロス削減のために、消費者は食品を買い過ぎないこと、料理を作り過ぎないことが大切である。しかし、通常は意図的に買い過ぎや作り過ぎをしているわけではない。同様に飲食店での食品の売れ残りも故意ではないであろう。天候等さまざまな理由によって、小売店・飲食店が用意する食品と、消費者が購入したい・食べたい食品とのミスマッチによる部分が大きいと考えられる。

需給のミスマッチにより食べられるのに廃棄せざるを得ない食品を、再度マッチングできれば食品ロスを削減できる。概して食品は時間にとまなう劣化が早いため、インターネットを通じたマッチングが有効であり、こうしたマッチングは「フードシェア」と呼ばれる。特定の食品が複数の者にシェアされることは想定されないが、社会の課題解決を目指して、他人の余ったモノを有効活用するという意味において、フードシェアも典型的なシェアリングエコノミーと変わらない。

シェアにより食品廃棄を減らす動きは海外で広がっている。デンマークで創業した「Too Good To Go」は、現在、ヨーロッパの12か国で展開している。フィンランドを中心に複数の国で展開している「ResQ Club」は毎月273トン分のCo2の削減に役立っている。2016年11月にスウェーデンで立ち上げられ国内150都市とロンドン、パリで展開している「Karma」は、これまで295トンの食品を救済している。これらはいずれも購入者が食事を取りに行くタイプであり、食事のマッチングとも言える。

こうした取り組みは国内でも行われている。「廃棄の危機にある食事を手軽にレスキューできるWebプラットフォーム」²である「TABETE」や、「周辺の余剰食品を月額定額でテイクアウト」³

² TABETE ウェブサイト <https://tabete.me/about>

³ Reduce Go ウェブサイト <https://reducego.jp/>

する「Reduce Go」といった余った食品のマッチングサービスが存在する。

ショッピングサイトを通じた食品マッチングの形もある。「食品ロスを削減する社会貢献型フードシェアリングプラットフォーム」⁴である「KURADASHI.jp」は、同サイトの社会貢献活動に賛同するメーカーの余剰食品等を手ごろな価格で購入できる。

生産者や食品メーカー、小売等とのB to B（企業対企業）、B to C（企業対消費者）の食材商品のマッチングでは「tabeloop」のサービスがある。「包装が汚れている食品、賞味期限の問題で食品スーパーなどの店頭にならばない食品、味は問題ないが形が不揃い、傷がついているなどの理由で市場に流通されない食品を販売するためのフードシェアリングプラットフォーム」⁵である。

購入者が余った食事を取りに行くタイプのフードシェアは食品メーカーを絡めた大がかりな仕組みではないため、次々とシェア事業者が現れてもおかしくはないと考えられる。しかし、今のところ国内でそのような現象はみられていない。海外との違いは文化的な側面もあるだろうが、食品廃棄を減らそうという社会的な機運が十分に醸成されていないことも背景にあるとみられる。

6. 食品ロス削減へ向けて

前編では食品ロス削減推進法の骨格について述べたが、さらに「食品ロスの削減の推進に関する法律の概要」（消費者庁）には「フードバンク活動の支援」の文言がはっきりと記されている点に注目できる。フードバンクとは「まだ食べられるのに、さまざまな理由で処分されてしまう食品を、食べ物に困っている施設や人に届ける活動」⁶を指す。セカンドハーベスト・ジャパン（日本フードバンク連盟加盟団体）では、弁当等は受け付けられないものの、缶詰や野菜等の寄付を受け付けている。

本稿では特に触れてこなかったが、食べ物を入手できない者への食品ロス削減を通じた支援も、SDGsの「目標 2. 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する」⁷に関わるもう一つの重要な点である。食品ロス削減については、元祖フードシェアと言えるフードバンク活動の支援も含め、多面的に進めるべきである。

食品ロス削減関係省庁等連絡会議の資料⁸によると、2019年10月1日に食品ロス削減推進法の施行を目指すとしている他、11月目途で第1回食品ロス削減推進会議を開催、2020年2月を

⁴ 「食品ロスを削減する社会貢献型フードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI.jp」の運営(グラウクス株式会社)」（消費者庁ウェブサイト「食品ロス削減の取組事例を見る」）

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/case/

⁵ tabeloop ウェブサイト <https://tabeloop.me/page/about/>

⁶ セカンドハーベスト・ジャパンのウェブサイト <http://2hj.org/problem/foodbank/>

⁷ 外務省「2015年9月25日第70回国連総会で採択 我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」（仮訳）（公益財団法人 地球環境戦略研究機関(IGES)作成による仮訳をベースに編集）

⁸ 資料2：今後のスケジュールについて（第2回食品ロス削減の推進に関する関係省庁会議（令和元年8月29日））

目途として第2回会議で基本方針の案を作成し、年度内の閣議決定を目指すことになっている。来年度以降、食品ロス削減に向けたさまざまな施策が行われるようになるとみられる。

2030年までの一人当たりの食料廃棄半減（小売・消費レベル）はSDGsのターゲットとして世界規模で決められたものである。実際にこれを達成するには、前編で述べたような商習慣を変えろといった事業者の自主的な取り組みに加え、食品ロス削減によって小売業者の利益が上がるような仕掛けが必要である。前述の基本方針が決まっていない現段階では具体的なものは見えていないが、今後、政府としては、事業者のインセンティブとなるような大胆な税制優遇等の措置を講じていく必要がある。