

食品ロス削減への取り組み

食品ロスは、地球規模での食料の確保や温暖化に対して、大きな社会的問題となっています。国は2030年度の食品ロスを2000年度の980万トンから半減させることを目標に掲げていましたが、8年前倒しで2022年度に達成することができました（図1）。

しかしながら世界規模で見ると、2021年度の集計では、世界の食料廃棄量は年間約13億トンで、人が消費するために生産され

た食料のおおよそ3分の1を廃棄しており、まだまだ活動展開が必要な状況です。

食品安全規格のFSSC22000 Ver. 6.0では、食品ロスが追加要求事項となっていることもあり、弊社のお客様でも目標を決めて取り組まれている事業所が多くあります。そこで活動内容を何うと製品歩留まり向上や、規格外品を使った新製品開発など、直接製造に関することを中心に取り組まれている

ことが多いです。FSSC22000の規格ガイドンス文書では食品ロスについて「サプライチェーン（生産、加工、保管、流通の各段階）の問題により、食品が消費者に届く前に発生するもの」と定義されています。よって、原材料の仕入れから出荷まで総合的な視野で取り組んでいくことが望まれます。例えば、供給先の小売業に対し、予想販売数量を下回ることが想定された場合は速やかに情報を共有する体制の構築や、原料倉庫の整理整頓を行うことで、先入先出管理を実現し、期限内使用につなげる、などの取り組みもあります。前者はISO22000の「7.4.3外部コミュニケーション」に、後者はISO/TS22002-1の「5.7食品、包装資材、材料及び非食用化学物質の保管」に関連することです。このように、規格要求事項の視点で活動することで、幅が広がります。

事業所によって取り扱い食品の特性や組織風土、取り巻く環境など様々な方向から着手できます。具体的な事例の提案や助言のご要望がありましたら、お気軽に弊社までお声かけ下さい。

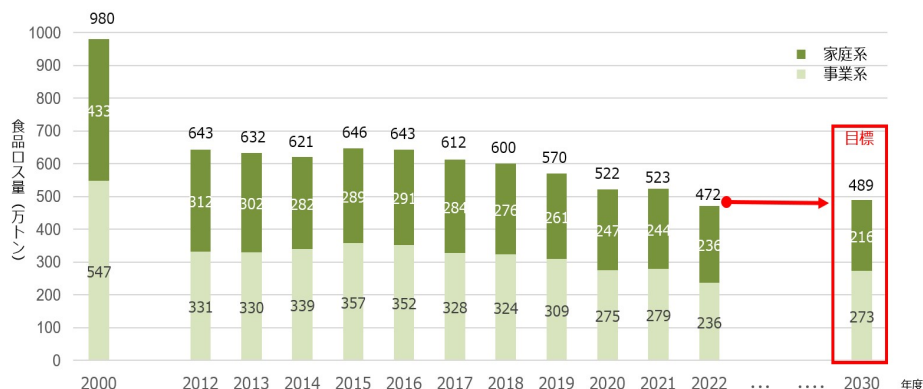


図1.国内の食品ロス量の推移と削減目標

出典：農林水産省及び環境省推計

Topic 今回のトピック 食品ロスに対する食育の役割

今年の8月、大手ハンバーガーチェーンにおいて期間限定で販売されたキャラクターカード付き商品では、その景品を目当てに大量購入されたセットのハンバーガーが未開封のまま廃棄され、2〜3万食分の食品ロスが発生しました。これは、企業の販売戦略と消費者行動が食品ロスに直結してしまった事例でした。食品ロス削減の観点からは、景品と食品を切り離す販売方式の導入や、事前抽選制の採用など、売り方の改善が必要だったでしょう。また、消費者側にも「食べ物を粗末にしない」という倫理観の醸成が必要であり、企業はその啓発にも責任を持つべきと感じました。筆者は直営牧場を持つ食肉加工業に従事して

いた際、消費者団体の食育活動の担当をしていました。そこでは、食用牛の育成から屠畜、部分肉への加工や製品化までの流れを見学会で説明し「お肉を食べることは命を頂くこと。そして、食べられるために産まれてきた生き物に感謝してほしいです。」と必ず会の最後にお伝えしてきました。多くの参加者から「少しかわいそうな気もするが、お肉を残さず食べようと思った」と感想を頂き、少しでも食べ物を大切にす活動につなげることができたと思います。このように、一人でも多くの方が、改めて食べ物の大切さを感じてほしいものです。

