



フードロス・チャレンジ・プロジェクト実行委員会  
<http://foodlosschallenge.com/>  
お問い合わせ: info@foodlosschallenge.com



マルチステークホルダーツアー2013

# Research Report

リサーチレポート

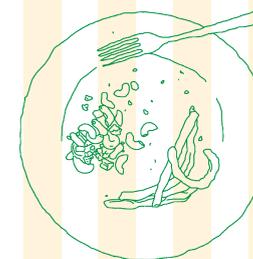
フードロス・チャレンジ・プロジェクト実行委員会 編

# 食べ物を 捨てる時の あのフクザツな 気持ち…

皆さんは、食べ物をよく残す方ですか？  
それとも残さない方ですか？

食べ物を捨てたいと心から思っている人はいないはずで、  
何かを残してしまった時には、申し訳ないと感じるような、  
独特の罪悪感がありますよね。

あの罪悪感の正体って何でしょう。  
どこから来ているのでしょうか？



## “まだ食べられるのに捨てられているもの”

その量は、日本で年間500～800万トンもあるのだとか。

国連食糧農業機関(FAO)の報告書では、  
“人が消費するために生産された食料の概ね3分の1が世界中で失われ、  
捨てられており、その量は1年あたり約13億トンになる。”と述べられています。

食べ物のロスや廃棄に関する事実について、  
まだ完全には明らかになっていませんが、  
私たちが、家の食卓やお店でご飯を残したり冷蔵庫や戸棚の中で  
食材を駄目にしたりして捨ててしまっているものとは別に、  
私たちのところに食べ物が届く前の過程で、  
たとえばスーパーやコンビニなどの売り場でも食べ物は廃棄されていますし、  
もっと前の段階の農家さんや漁師さんの仕事場でも廃棄されています。

これは、どうしてなのだろう？

何が理由で、私たちは食べ物を廃棄しているのでしょうか？



## 私たちは、旅に出ることにしました。

“まだ食べられるものを捨てること”の問題の本質は、簡単にはその姿を現してくれません。  
食べ物を作るところ、加工するところ、運ぶところ、売るところ、消費するところ。  
すべての段階でおこっていて、それらは相互に絡み合っている。  
フードロス問題解決へのチャレンジとは、「なにか大きなシステムに巻き込まれながら、  
自分も無自覚にそのシステムの形成に加担している中で、  
システムの変容にどう関わっていけるのか？」というチャレンジなのだと思います。

私たちは、旅に出ることにしました。

すべてを直接、見て、聞くことで、問題の正体を見極めるために。  
旅先は、農家、食品メーカーの工場、スーパー、飲食店、ホテル、そして一般のご家庭です。

旅人は、様々な視点を持った多様性のあるメンバー。

企業、NPO、行政、一般の生活者など、様々な背景を背負って集まった旅人たちは  
食べ物が旅する道のりを同じように旅をしながら、  
たくさんのお話を聞いて、たくさんものを見ることとなりました。



# 旅で出会った 言葉 1

食費を削り節約をする必要がある。  
地球のためというより自分のため。  
節約するために食材を無駄にしたくない。

子どもが生まれる  
タイミングで、  
食生活が変わった。

たとえば今はほうれん草がいきなり豊作になって余っている。  
通常は大手流通に納品しているが、先日、逆にほうれん草が  
供給不足だったときにその大手流通は通常取引のない他の  
農家から仕入れをした。その際の義理があるので、  
豊作時でもウチからだけでなく、その農家からも仕入れを  
させてくれ、ということで全量流通に回すことが  
できなくなっている。

無駄のない暮らしとは、  
「自分にとって大切なこと」が  
ちゃんと分かっている暮らし。

ほぼ毎日買い物に行き、  
その日・翌日に必要な量だけを  
ちょこちょこ買う。  
まとめ買いはしない。  
そうすると捨てるものは  
ほとんど出ない。

健康や安全安心に気をつかう  
暮らし、日本人らしい食生活を志す  
暮らしが、結果として捨てないこと  
につながっているのかも。「捨てる量を  
減らす」こと自体は目的じゃない。

最後まで使って  
あげないと可哀想。

環境問題やフードロスという問題も  
わかっているが、自分一人では  
変わらないので自分の満足を選ぶ。

一生懸命働いてくれる夫に、  
そしてお金を無駄にして  
しまったことに、  
申し訳ない  
気持ちはある。

消費期限切れのものも  
食べたり何日か前につくった  
惣菜を食べたりと、  
食べ残しや廃棄をしない。  
それは実家がそうしていたから。

幼い頃の母の教えが、  
今の自分の判断  
基準になっている。

ごみ箱は、上段が生ごみ。  
下段が紙ごみなど。  
2つを分けるようになってから、  
ごみの量が減った。

お客さまは、残り物一つ  
からは購入しない、  
売り場容積に対して、  
4割程度は埋めて  
おかないと買ってくれない。  
品揃えには商品別の  
最低ラインがある。

お金を払って買った時点で、生産者  
との契約は成立している、と本で  
読んで納得している。(だから消費期限  
切れ、賞味期限切れのものを捨てる際に、  
生産者には罪悪感を抱かない。)

(三角コーナーがない。指摘されると・・・)  
あ、そういえばないですね。  
ないから皮とか芯とかも  
あまり捨てなくなっているのかも

冷蔵庫整理は奥に  
入れないことが  
ポイント。

# 旅で出会った 言葉 2

規格外品を活かすには、加工して付加価値をつけることが鍵だが、六次産業化の成功率は1割ほどという現状。「にんじんドレスリングだけにつくらないで！」とバイヤーさんからは言われる。

きちんとした性格だから、賞味期限／消費期限を守る。

キャベツ、大根などの大型野菜は小さいポーションを用意。ただし、ロスが出る。痛みやすい、購入されない。家での廃棄が減る分、小売りでの販売が落ちる。

廃棄野菜は飼料か肥料かにまわす。農場でできる純粋な廃棄物はほとんどない。出荷した店先、その後で捨てられることのほうが心が痛む。

世界中で漁獲された資源の2-3割が廃棄される一方で、栄養不良でなくなる方も多し。収量が不安定な途上国で、日本の加工・保存技術を活用することで、食料安全保障の改善に寄与することができないか。

捨てることで新しい食材、新しい一日をスタートさせている。

季節の変わり目はロスが多い。欠品すると機会ロス、多すぎると売れ残り。

ホテルで出る食品廃棄物の大半は食べ残し。廃棄物は、調理屑は豚の飼料にしたり、メタンガス化したりしている

自分で必ず臭いをかいで、生鮮品なら少し味をみて判断する。期限切れで捨てることはない。

食に対する意識が変わったのは、アレルギーを患い、自分の身体や健康を意識するようになってから。

かつてこの辺りでは柑橘類が多く栽培されていた。木の根に魚のアラを埋めるとみかんが甘くなる。昔から水産加工からでたアラを、村人が「ト口箱」に入れこぞって持って行っていた。今は誰もそのような重労働をしない。

お店としては、午後2-3時をピークに揃えるが、お客さまにとっては終日同じようにサービス提供してほしいはず。朝から刺身の盛り合わせは必要か？と思っても、それでクレームが入ったら用意せざるを得ない。

「一手間」を徹底的にやり続けることによって、お客様にも伝わる、とまっていた箸がすすむ。冷めた料理にあうソースをもってくる、大皿に残った料理をまとめて小皿に分け直して提供するなど、細かい気配りが、出した料理を最大限味わっていただくことにつながる。

賞味期限は、メーカーの立場からすると、かなりの安全率をかけて設定する。実際には消費者のハンドリングによってはどうなるかわからない。昔みたいな製造年月日に戻したところで、今の人には判断できるのか。



農家、事業者、  
生活者が食べ物を  
捨てる理由とは



## 1 農家さんの声

農家さんが作物を廃棄する理由は、大きくは二つあります。

一つは、「規格外品」です。今の農作物の流通には、形や大きさの「規格」があってそこから外れたものは流通には乗りません。

二つ目は、「生産調整」です。

自然環境の影響を大きく受ける農業では、不作の時もあれば豊作の時もあります。

豊作の時は需要を超える供給が、価格の低下を引き起こしてしまうことがあります。

この場合、市場に出す作物を調整つまり廃棄することで、

価格を安定させることもしばしばです。

当たり前の話ですが、自分が手塩にかけた作物を喜んで捨てる農家さんなどいません。

収入のために、生活者の方々の要望に応えるために、

泣く泣く捨てるという事実がここにあります。

## 2 メーカーさんの声

食品加工メーカーの製造過程においては、

原材料である食べ物を無駄にすることが製造コストそのものとなります。

このため、どの工場でもできる限りの対策を講じて歩留まりを改善しているのですが、

その規模や取扱品目の多さなど様々な理由から、

依然として多くの食料が廃棄されているのも事実です。

また、加工食品（飲料やお菓子などを含む）については、

メーカーと卸売りと小売りの間で、「1/3ルール」という商慣習があります。

製造日から賞味期限までを3分割し、初めの1/3を納品期限、

次の1/3を販売期限とするものです。

これによると、メーカーや卸売りは納品期限までに小売りへ

商品を納めなければいけないのですが、これに間に合わない食品は、

行き場を失い廃棄されてしまうことがほとんどです。

1/3ルールについては、現在行政の関与のもと関係者が集まり、

改善の試みが始まっています。



農家、事業者、  
生活者が食べ物を  
捨てる理由とは

### 3 小売り業者さんの声

小売りの現場においても、食料品を廃棄することはそのままコストの増加につながります。「値引きはあっても廃棄はするな」という姿勢を大前提に、無駄なく売り切るよう努力を重ねています。

しかし、売り場にはお客様が買いたくなるような、品揃えの豊富な棚を用意する必要もあるのです。（これを「最低陳列量」というそうです。）

お客様が求めている商品をいつでも提供できるような、信頼のおける店舗でありたい。

また、販売の機会損失と顧客の離脱は避けなければならない。

終日、十分な品揃えを確保することが重視される一方で、一定量の廃棄が出てしまうことはやむを得ない一面もあります。



### 4 生活者の声

「安全を確保するのに越したことはないのですが、賞味期限が来たものは処分してしまう。」

「安いものだと、ついつい多めに買い過ぎてしまうことがあります。」

「宴席の場では、足りないよりは、多めに頼んだ方が失礼がありません。」

「冷蔵庫の中身を、整理したり、把握することがどうしても出来ない自分がいます」

さまざまな理由によって、腐らせてしまったり、まだ食べられるものを捨てたり、場合によってはほとんど手つかずで、買ったままの姿で捨ててしまうことがあります。

その背景は、その人と食との関係や生活スタイルなど、千差万別です。

# フードロスの全体像を捉えてみると... その本当の問題と構造。

フードロスがそれぞれの段階で生まれる理由は、少しずつ分かってきました。

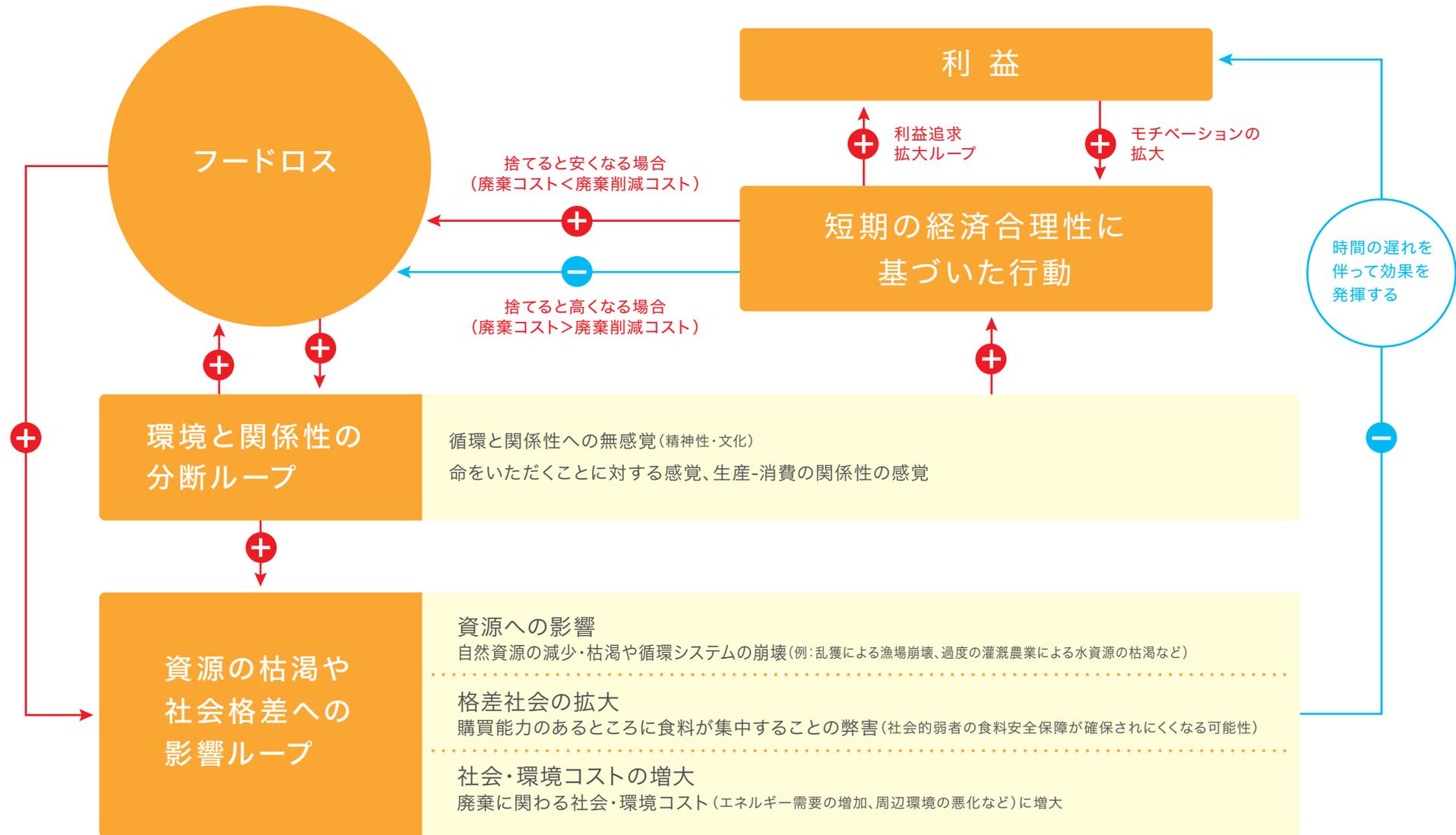
ここで、新しい問いが生まれます。

- 全体を俯瞰すると、どのような構造でつながりあっているのか？
- フードロスの何が、本当の問題なのか？

私たちは、見聞きしたことをもとに関係図をつくることにしました。

「フードロス」を生み出すシステム(一例)

# フードロス=コストの経済システムループ



## フードロス=コストの経済システムループ

私たちは、資本主義の経済システムの中に生きています。生産や食品加工、販売などビジネスの現場では、「食品の廃棄するコスト」が「使い切り・食べ切りや保存、リサイクルで廃棄を削減するコスト」より小さければフードロスが生まれてしまいますし、逆であればフードロスの発生を防げます。

農家さんが泣く泣く野菜を潰す、スーパーでパンや総菜が捨てられるといったことは、経済的合理性が引き起こしていると言っても過言ではありません。

ただし、この経済的合理性の変数の鍵を握るのは“最終消費者”でもあるのです。売り切れがあるのは嫌だ。

日付の新しいものがほしい。カタチの悪い野菜は買いたくない。そうした消費者のスタンスがこの状況を加速させている。そんな面もあるのです。

## 循環と関係性の分断ループ

わたしたちは、“いただきます”という素晴らしい日本語をもっています。

この言葉の奥には、食べ物の命をいただき、自分の命とすること(循環)への感謝と、作物や料理を作ってくれる人(関係性)への感謝があります。

こうした感覚は経済原理のもと手前で、文化や精神性として社会の基盤を形成しているものだと思います。

けれど、経済原理の中だけでフードロスを生み出すことを良しとする社会で生き続けていくと、そうした“命を頂くことへの感謝や、人と人のつながりや関係性に対する感覚”は、次第に鈍くなり、失われていくことでしょう。そのような“無感覚さ”は親から子、そのまた子へと世代を経るうちに、さらに強くなっていくかも知れません。

そうなれば、いつか食べ物を捨てても何とも思わなくなるかもしれない。経済よりももっと大切な社会の基盤を失っていくことになるかもしれないのです。

## 資源の枯渇や社会格差への影響ループ

もうひとつ。

短期的な経済的合理性だけを考えて資源を使い込みフードロスを生み出し続けることで、長期的な自然資源への影響が懸念されます。

たとえば、漁場は一度枯渇するともう二度ともとは戻りません。食べ物を作るためには多くのエネルギーを使っており、有限の資源を使っている。それを無駄にすることになる。

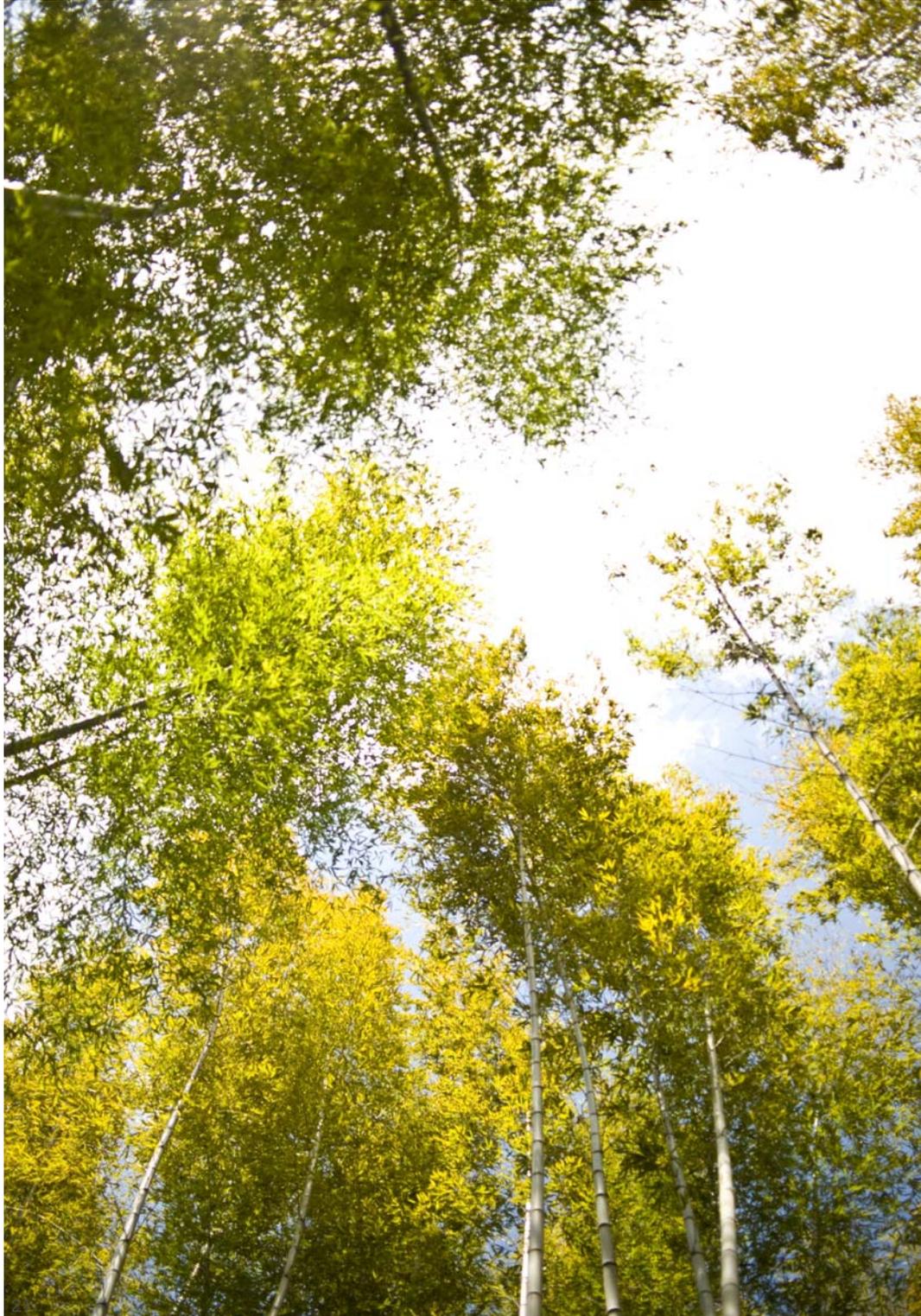
短期的な経済合理性の中で生きてると、遠い未来におこることは意識の外におかれますが、現在私たちがとる行動は、時間の遅れをとまって、

必ず来る社会になんらかの影響を及ぼすこととなります。また、別の視点では、富める国にはどんどん食べ物が集まる一方、で貧しい国では依然として飢餓が深刻な問題となっている。

普通に暮らしている感覚として実感しにくいことですが、一人一人の行動の先には格差を助長していくシステムが働いている。

現在、世界には全ての人々が食べるのに十分な量の食べ物が存在すると言われています。

それに関わらず、ある国では食べ物が足らず、別の国では大量のフードロスが排出される。そんな事態が生じているのです。



## 希望。システムの変容に繋がる 先駆的な動きが起きている。

私たちはシステムに抗うこともできないちっぽけな存在なのではないでしょうか。  
あるいはこのシステムは自然の成り行きであり、  
それを変容させること自体意味のないことなのではないでしょうか。  
いいえ、私たちは、大きなシステムに飲み込まれてしまうのではなく、  
小さいけれどシステムを変えていく大きな可能性をもった  
先駆的な動きを実際にこの目で見て、感じてきました。  
そしてこれらの現場でうかがったお話は、聞いていると元気が出て、  
「そんな社会で生きていきたいな」と私たち自身が思えるものでした。  
そんなお話しの中から、  
ここではいくつかの事例を取り上げて紹介したいと思います。

## 捨てるものはない！ 循環と関係のハブとなる農地

### ▶ 株式会社耕す&株式会社千葉農産

この二つの農業生産法人は、房総半島の中で、  
生産－消費－資源の循環を完成させよう！  
というビジョンをもっています。ここでニワトリが食べている飼料は、  
域内でするカツオ節の残渣や規格外品や生産調整分の廃棄物に、  
地元で育てている竹林の「竹パウダー」を使って発酵させたもの。  
ほとんど匂いもなく思わず触りたくなるもので、  
実際に手に取った感覚は気持ちのいいものでした。  
また、消費者と顔を合わせるために、販売業者へ卸すだけでなく、  
街に出かけ、直接販売も行ないます。  
消費者と直接繋がる関係を大事にしているその気持ちは、  
地元と一体となって農業体験や竹林を整地し、消費者が訪れることのできる  
コミュニティを作ろうとしている姿にも表れていました。  
ここでは、モノも人も、つながりあっていることが実感できます。  
「農地」が食の循環を感じる拠点（ハブ）となる。  
そんな可能性を示してくれているのです。





海の幸を山の幸に還元し、持続可能な生態系を守る。

### ▶ 鈴廣グループ

鈴廣では、かまぼこを作る際に出る残渣を使って、肥料を作り、これを近隣の農家さんに使ってもらい、その農家でとれた野菜を今度は自社のレストランで使う…というモデルをつくっています。そのヒントは昔、魚のあらを蜜柑の木の周りに埋めていたことだとか。大地から海に一方的に流れ出るしかない栄養素やミネラルを、海からきちんと大地・山に戻し、栄養のサイクルを復活させることを目指しています。また、地元のかまぼこメーカー数社とともに始めた地元でとれる魚を使った新商品開発についても、限りある資源を最大限有効活用する目的で推進しています。鈴廣のビジネスからは、かまぼこを作る企業として長期的に水産資源を守る、地域の生態系を守る、文化を伝える、といった使命感が感じられます。「お金のものさしと命のものさし」の両方を大切にすることから、当たり前のようにフードロス削減の土壌ができるのです。

宴席にドギーバックを導入！ 社員や顧客の意識が変わる。

### ▶ 新横浜国際ホテル

宴席終了後に、たくさんの食べ物が捨てられることをなんとかしたい。その思いからドギーバックの導入に踏み切った新横浜国際ホテル。当初は保健所や顧問弁護士から支持を得られなかった提案ですが、現場からの声に対してトップが「自分が責任をとる」と応え、導入に踏み切ることができたそうです。

意外なことに、ドギーバックを導入したことをきっかけに、厨房の方々の料理を提供する際の意識が向上したり、お客様とのコミュニケーションが改善したりと、単なるフードロス対策を超えた意識変革がおこっているといます。

残ったものを持ち帰って美味しくいただいて欲しいという、ごく当たり前のことが、様々なリスクを回避したがる今の世の中ではやりにくい。けれども、実際にリスクをとる決断をしたからこそ、ポジティブなサイクルが回り始めたケースもあるのです。





生産者から、全量買い取り。生産と消費のつなぎ手に。

### ▶ APカンパニー

今、伸び盛りの居酒屋チェーン「塚田農場」と「四八漁場」。

運営会社はAPカンパニーといいます。

四八漁場という名は、2048年に世界の漁場が枯渇するかもしれない

という説にちなんでつけられました。現在主流な漁法では、

食卓に上がらない小さい魚もふくめて根こそぎ取ってしまう。

このような乱獲が進み、漁場が涸れると、漁場は復活しない。

「四八漁場」では目の大きい網で漁をしている漁師さんから、

獲れたものを全量買い取ることで、持続可能な漁法を支援しています。

塚田農場は、自社で地鶏を生産しそれを店頭で出す鶏料理専門店。

需要にばらつきの多い様々な部位も、色々な工夫をつめこんで、

お客様に喜んで食べ切ってもらうメニューやサービスを提供しています。

たとえば突出しのキャベツがお皿に残っていたら、

お客様の了承を得て、違う味付けに変えて再度出す。

生産者の心の込められた食べ物すべてを無駄にしないで消費につなげようという心意気。

それが居酒屋としての人気にもつながっているのだそうです。

私たちが旅先で出会ったフードロス・チャレンジの先駆者  
たちはいずれも、大きな「循環」と「関係性」の重要性を思想  
の根っこに持って活動しつつ、現代の経済システムの中で  
利益をきちんと出そうとしている人々でした。このような  
先駆的な動きを後押しすることは大切なことだと感じると  
同時に、そのためにも「川下にいる私たち生活者の思考と  
行動が実は川上にいる生産者と事業者の行動を規定して  
いるのだ」ということに私たち自身がもっと自覚的になる  
ことが何よりの近道だと思うのです。私たち生活者が、  
よく知り、きちんと自分の頭で考えて、行動をとれば、  
世の中は変えられる。毎日使う「いただきます」を言葉に  
するとき、その意味に想いを馳せたいと感じる旅でした。

今回の私たちの旅の記録から、何かを感じていただけた  
なら、うれしいです。そしてこれから私たちが取り組もうと  
しているフードロス・チャレンジに参加いただいたり応援  
していただいたり、ご自身でも何かをやりようと思っ  
ていただいたりするならば、これに勝る喜びはありません。

