

欧州

廃棄食品削減の動き活発化

ジェットロ海外調査部欧州ロシア CIS 課 田村 典子

欧州各国では廃棄食品の削減に向けた動きが進む。日本でも、行政、自治体、フード・サプライチェーンなどがこれに積極的に対応しようとしている。

食の再分配にも注力

2016年6月、ポルトガルのオンライン販売会社グッドアフター(GoodAfter)は、国内向けとスペイン向けに総計3.5トンの食品を発送した。発送された食品の価格は通常の3割程度。16年7月現在、4,000人のユーザーがオンライン登録済みだ。16年2月には、デンマークの首都コペンハーゲンに「ウィーフード(WeFood)」というスーパーマーケットが登場した。商品価格は通常より30~50%も安い。連日盛況だという。

両事例には共通点がある。扱う商品が共に賞味期限の迫った食品だということである。従来は廃棄されていた商品だ。グッド・アフターは、16年を食品の無駄遣いをなくす年と位置付けたポルトガル議会のプロジェクトによって立ち上がった。一方のウィーフードは、慈善団体と非営利団体との共同運営によって誕生した。

12年、欧州議会はEU加盟各国に対し、25年までに食品廃棄物を半減させることや食品廃棄物の発生を抑制するための具体的行動を求める決議(P7_TA(2012)0014)を採択した。以来、欧州では食品廃棄削減の動きが活発化している。また欧州委員会は、国連が15年に採択した「30年までに世界全体の1人当たり食品廃棄物を半減させる」という目標を達成すべく、対応策も講じている。こうした一連の動きがEU各国の食品廃棄削減を加速させている。

食品廃棄問題は、国連食糧農業機関(FAO)が「世界の食糧生産量の3分の1に当たる13億トンが毎年廃棄されている」という報告書^{注1}を11年に出したこ

図 EU28における各フードチェーン食品廃棄率(2012年)



資料: FUSIONS (「Newsletter」2016年8月15日付)を基に作成

とが発端。欧州委員会は、EU28における年間食品廃棄量の推定値は8,800万トンと発表した^{注2}。うち5割が家庭から、2割が外食産業と小売店から出されたものだ(図)。食品廃棄にかかるコストはEU28で年間1,430億ユーロ。うち3分の2に当たる980億ユーロが家庭からの、300億ユーロが外食産業と小売店からの廃棄にかかるコストと推定される。

欧州各国は消費者向けの啓蒙運動を推進する一方、食の再分配にも力を入れる。冒頭で紹介した、賞味期限の迫った食品を扱うeコマースやスーパーマーケットの新たな試みがそれだ。欧州各国では、従来のフードバンク^{注3}の役割もさらに重要になりつつある。

各国で法制化進む

欧州では食品廃棄を禁止する法制化に向けた動きも進んでいる。16年2月、フランスは世界に先んじて「食品廃棄禁止法(エネルギー転換法第103条食品ロス関連条文)」(loi n°2015-992,2016-138)を成立させた。この法律は、店舗面積が400平方メートルを超える大型スーパーを対象として、賞味期限切れなどの理由による食品廃棄を禁じるもの。事前に契約した慈善団体に寄付するか、家畜の肥料や飼料に転用することが義務付けられた。違反した場合は罰金が科せられる。この法制化には課題もある。その対象が大型店にとどまっているからだ。ただ、法整備の進展が消費者やレ

レストラン関係者の意識を食品廃棄削減の方向に向かわせていることは確かだ。

新たな展開もある。シェフが旬の素材を使って独自の料理を提供するいわゆる「おまかせメニュー」。日本人にはなじみがあるが、現地では日本食レストラン以外では見かけない。フランス人シェフからは、「素材に無駄が出ない」と評価する声も上がっている。食品廃棄削減の観点からも、有効なサービスになり得るのではないか。

イタリアでも16年3月、スーパーマーケットで廃棄される食品の慈善団体への寄付を推進する法案(Atto Camera n.3057 廃棄物限定規則)が議会で採択された。フランスと異なる点は罰則がないこと。また、寄付した際の税法上の優遇措置を設定している。イタリアでは、学校給食に自国のオーガニック農産物を使用に向けての行政の取り組みがある。15年に開催されたミラノ万博でも、世界の慢性的な食糧不足に対する最優先課題は食品廃棄問題であると訴えていた。今後も独自の提案が期待される。

中・東欧でも同様に法制化は進んでいる。ルーマニアでは上院を通過した法案(PL-x nr.842/2015)が16年8月現在、下院で審議されている。チェコでは、16年6月に食品法(180/2016 食品・タバコ製品に関する法律および関連法改正法)が成立、18年に発効予定だ。法制化を視野に入れている国もある。オーストリアでは、市民団体が政界への働き掛けを行っている。また低所得者向けスーパーマーケットの「ソツェル・マルクト」が食の再分配に貢献している。

いずれの国も、法規制の対象はスーパーマーケットである。消費者やレストラン関係者の意識を向上させるといって、その波及効果は大きい。欧州議会や欧州委員会は食品廃棄メカニズムの解明を徹底すべき、との声もある。一方で、欧州各国が食品廃棄削減に向け、実際に一歩踏み出すことも必要だ。

日本での取り組みとビジネスチャンス

農水省統計によると、日本の食品廃棄量は年間で約630万トン(13年)。農林水産省、消費者庁、内閣府、環境省が連携し、食品業界と協力して食品廃棄削減を目指す。自治体や民間団体による取り組みもある。01年施行の食品リサイクル法に基づき、農水省は15年、



エコ包装材使用で賞味期限延長も(写真提供:パットラス)

食品廃棄削減に向けて食品業界ができることを提示した。納品期限の見直し、賞味期限の延長、包装容器の高機能化など、さまざまな手法で廃棄食品の削減に取り組むサプライチェーンもあれば、自社製品の賞味期限延長を発表する食品メーカーもある。自然災害の教訓から、非常食の賞味期限延長を検討した企業も多い。

賞味期限延長を実現させる上で武器となるのが、鮮度保持包材や高機能包材である。食品廃棄物の発生自体を減らす取り組みといえよう。包材メーカーのパットラス(本社:茨城県水戸市)が開発した製品はその好例だ。同社は、三角すい型の容器を開くとお皿としても使えるエコタイプの製品を開発した。食材によっては賞味期限の延長が可能だ。例えば枝豆。従来の包装では1日しか品質保持できなかったが、同社製品だと4日間も風味と色合いを保てるのだ。既に米国やアジアに進出しており、欧州での販路拡大にも取り組んでいるという。後藤典夫代表取締役は次のように意欲的に語った。「国際特許に基づくライセンス契約により、欧州ではオランダに出荷している。英国でも契約を締結し、具体的な取引内容を検討中だ。当社製品で包装した枝豆を、ロンドン市内の小売店の店頭で見たい」。廃棄物削減につながる製品への需要が高い欧州でも、同社製品は十分市場性を持つだろうと期待されている。

食品廃棄の削減という課題には、世界全体が取り組むべきである。廃棄には二酸化炭素(CO₂)の排出など深刻な問題も関連してくる。この問題を貧困問題と組み合わせる解決の糸口を見つけようと各国が模索する欧州には、大きな商機も潜んでいるに違いない。[4]

注1: FAO “Global food losses and food waste”

注2: FUSIONS (Food Use for Social Innovation by Optimising Waste Prevention Strategies) 調査(2016年)

注3: まだ安全に食べられるのに廃棄せざるを得ない食品を企業・団体・個人から寄付してもらい、必要としている人に無償で届ける団体・活動。