

SDGs Goalsまで6年

# 高止まりの廃棄食品量

食品ロス。食べ残しや廃棄、様々な理由で食材や食品が捨てられてしまい、社会問題になって久しい。環境省によると、最新の令和3年度の食品ロス発生量は、523万ト。前年度から1万ト増えている。平成27年度の646万トをピークに減少傾向にあったが、この2年間は下げ止まりしている。この平成27年の10月に国連で「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、SDGsが各国の取り組みとなった。国内でも平成30年に関連する基本計画や基本方針が定められ、2030年までの減量目標（273万ト）が作成されている。しかし、6年が経つ今も目標値には遠く及んでいない。

令和3年度の総量に対し、農水省が発表している「作物統計調査 作物調査（野菜）」を確報をみると、同年度の収穫量1287万5千トに対し、出荷量は1110万6千ト。176万9千トが出荷されていないことになる。出荷されない農作物には、知人への譲渡や生産者による消費もあるが、廃棄されたものも少なくない筈だ。仮に半数を廃棄されたものとして

も、令和3年度の食品ロス総量の約17割を占めることになる。

農作物には出荷規格があり、出荷できない農作物が厳然として横たわっている。安定価格で市場に流通させるための規格から消費者が好まず、ま

だが、実際は味や安全性を担保しているものがほとんどだ。ただ、形状などから消費者が好まず、ま

たは生産者（販売業者）のイメージを損なうなどの理由で市場に出さないケースが大半だ。

## 全量集荷・消費を加速

### H I R Y U S A V E T H E E A R T H

中央町にある「地球環境と健康を考える HIRYU」はこれまで、農作物の仕入れ先となる農

家と全量集荷の契約を結んできた。農薬と肥料を使わないなどの条件を設定。作付け計画まで管理した安全でおいしい商品を展開することで、全量消化を実現してきた。同社の坂茂治社長は「生産者を守り、育てる。そして安全で健康な食品を届けるためだ」と話す。

仕入れたコメなどの農作物は、同社ECサイトなどで販売。栄養価も高く、低GIなどのため、健康志向やアレルギーなどで摂取する食材に制限のある消費者から評価されている。六次産業化にも力を入れ、「ロスゼロ」を実現している。

同時に、社会課題解決を掲げた「SAVE THE EARTH」をスタートさせた。5つのミッションで構成され、その第一弾が、「ヴィーガンライズ（農薬や肥料、動物性堆肥を使わずに生産したコメ）商標登録」の新販売だ。今月5日には新銘柄を展開。硝酸態窒素（体内で人体に影響を与える亜硝酸態窒素に還元反応する。日本では水道水以外に基準値が設定されていない）の含有量を新たに規格に加え、一層の安全性を打ち出す。今後の弊社商品は、すべてこの規格を取り入れる」（坂社長）徹底ぶりだ。

存千点を倍増する意向で、消費の拡大に生産の拡大の循環をめざす。「ヴィーガンライズの普及は、健康はもちろん、豊かな農地を増やせる」と坂社長。

このほかにも、「フリーポイント」に付与ポイントが増えるロイヤルティプログラムを導入したECサイト登録者数は上昇曲線をみせており、坂社長は事業継続性も十分視野に入れ、「社会貢献に力を入れていく」と話した。



ヴィーガンライズなどを手にする坂茂治社長とフードロスゼロのイメージ子役の彩蓮さん

同社は先月5日から新

商品ラインアップも既

ドロスゼロ」ミッション

を先月20日から展開。賞

味期限にに応じて商品の価

格を変動させる。一定期

間を迎えた商品は、食費

に悩むひとりの親世帯やそ

の支援団体（NPO法人

など）に寄付する考え。

最終的には5つのミッ

ションで、SDGsのゴール

達成をめざす。利用

するたびに付与ポイント

が増えるロイヤルティプ

ログラムを導入したEC

サイト登録者数は上昇曲

線をみせており、坂社長

は事業継続性も十分視野

に入れ、「社会貢献に力

を入れていく」と話した。