

### 3 消費地からのホットニュース、トピックス

#### (1) 期限表示で生ゴミは増える

セブンイレブンが値引制限問題で公正取引委員会の立ち入り検査を受けたとの報道がありました。消費期限の近付いた弁当類などの値引販売を不当に制限しているという疑いからとのことですが、売り残して廃棄処分にするのか、安売りしても捨てる部分を少なくした方が良いのか、何か本部と加盟店との損得勘定での綱引きが強調されているようです。法的判断云々は別にして、実際にスーパーなど小売店舗での買物行動をみていると、末端消費者は原産地表示と共に賞味期限、消費期限にもよりきめ細かく気配りしているのは事実です。

環境省によると外食や小売り、卸売、食品メーカーなどから出る食品廃棄物は年間 1,130 万トン。これに家庭から出る生ゴミを合わせると年間 1,900 万トンにも上るといわれています。その内 500~900 万トンはまだ食べられるのに捨てられているとの数字もあるそうです。確かに家庭でも冷蔵庫に入れたまま忘れてしまったものを期限切れでゴミ箱へ直送してしまったり、ホテルのバイキングで食べきれないまま放っておいたりなど、枚挙にいとまない程に身近な問題ではありますね。

賞味期限表示などに対する世間の眼がうるさくなってくるに従って、メーカーサイドや小売りの段階で期間をより短く設定していると言われていています。長い期間設定をすれば「保存料を大量に使っているのでは・・・」と、疑いの目で見られることも推測され、スーパーなど小売り店頭では、実際の期限より短い間に店頭から撤去したりなど、顧客の選択以前に食品廃棄に向って走っている図式がみられます。こうしたことがセブンイレブンでの話題につながったのではないのでしょうか。

外食企業や中食企業では、一方で生ゴミを飼料にしたり、再利用などリサイクルを進めるなどしているようですが、伴うコスト負担も大きくて廃棄が目に見えて減ったという話には至っていませんね。全ての面で浪費は罪悪と言われながら需給のバランスを均衡させることは不可能ですが、可能な限り両者のミスマッチを防ぐ手立てを考えるべきではないのでしょうか。作る人、売る人、食べる人、皆が夫々の立場でどうしたら良いのかを考えて行きたいものです。

(鈴木重雄筆)