

FUTURE DESIGN

あらためて考えよう 食品ロス削減

VOLUME

76



LOSS & WASTE



あらためて考えよう 食品ロス削減



近年、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどで食品ロス削減への取り組みを見かけます。社会が少しずつ変容する中、一人ひとりの意識も変えていく必要があります。そこで今回は、食品ロスの現状と事業団体の取り組み、さらに個人にできることなどを紹介します。

FOOD LOSSES & WASTE

人・モノ・街のこれからを考える
FUTURE DESIGN
2024 Vol.76

CONTENTS

- 03 **[特集]**
あらためて考えよう
食品ロス削減
- 14 **[連載]** 「わっしょいニッポン」
バンブーカット
(「梅干し」の店 / 東京都台東区)
- 16 **[プレゼント]** Something Special
アイリスオーヤマの「フードシーラー スリム VPF-S50 ホワイト」



COVER ILLUSTRATION

食料不足の現実を知り
食品を無駄にしない生活を

消費期限切れ、規格外野菜、端材の廃棄など、食品ロスの削減に取り組む事業者も増えています。個人でも、食べきる分だけ買うなどの意識が大事です。

SDGsにつながる取り組み

2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標（SDGs）には、17のゴールが設定されています。『FUTURE DESIGN』76号では下記の9つのゴールにつながる取り組みをご紹介します。



アイリスオーヤマの「フードシーラー スリム VPF-S50 ホワイト」

『FUTURE DESIGN』76号に対する感想をお寄せください。今回は裏表紙で紹介したアイリスオーヤマの「フードシーラー」をご用意しました。アンケートにご回答いただいた方のなかから、抽選で10名様にお送りします。



• 応募締切
2024年10月31日
サイズ (約) : 幅37.6cm×奥行9cm×高さ6.9cm
[付属品] 専用ロール (20cm×6m) ×1、(28cm×6m) ×1

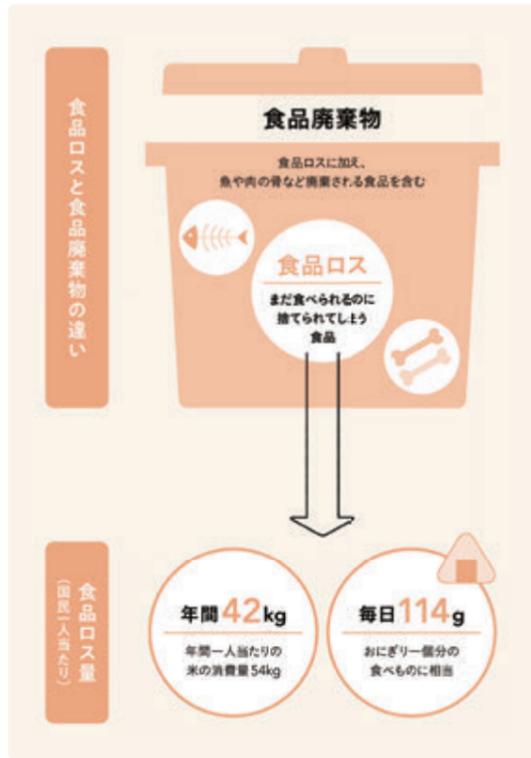
• 応募方法
QRコードまたは下記のURLにアクセスし、アンケートにご回答ください。
<https://wss3.5star.jp/survey/login/9i1lookj>



2024年7月発行
発行：東芝エレベータ株式会社
総務部 総務広報担当
〒212-8585
神奈川県川崎市幸区堀川町72番地34
TEL: (044) 331-7001
<https://www.toshiba-elevator.co.jp>
制作：有限会社バース
印刷：株式会社メディア グラフィックス

食品ロス削減には、事業者と一般家庭双方の取り組みが必要です

食品廃棄物と食品ロスの違い



左：食品廃棄物のうち可食部分を指す食品ロスは、1人当たり茶碗約1杯分が毎日廃棄されている現状。
右：消費者庁では2030年までの食品ロス削減量の目標値を事業系273万トン、家庭系216万トンと定め、特に消費者へ、より意識を高めて消費行動を改善するよう働きかけを行っています。
出典：消費者庁「食品ロス削減ガイドブック」

食品廃棄物と食品ロス／事業系と家庭系の内訳



食品ロスとフードロスって、何か違うの？

食品ロスとフードロスは同じように捉えられていますが、用語の出所と定義が本来は違っていることはあまり知られていません。「食品ロス」は、食品リサイクル法において、食品廃棄物のうちの可食部分として定義されました。一方「フードロス」は、SDGsの12番目の指標「つくる責任 つかう責任」において言及され、この頃から日本でも使われるようになってきた用語です。
SDGsにおける「Food Loss」は、生産やサプライチェーンなどの経済的な面も含めた「食料の損失」を意味します。可食部分の

廃棄を指す食品ロスに当たる用語は、「Food Waste」という表現の方が近いです。そのため食品ロスを英語表記する場合、SDGsの視点からはFood Wasteとなりますが、発生プロセスを区別しづらいため、「Food Loss & Waste」(FLW)が使われることが一般的です。ちなみに、SDGsのFood Lossは、値下げ販売した場合の値下げ額など、食におけるあらゆる経済的損失(ロス)を指し、売れ残り品を人為的に廃棄するなどの無駄はFood Wasteにあたります。

解説していただきました！



小林富雄さん
Tomio Kobayashi

富山県出身。日本女子大学家政学部家政経済学科教授。経営学者。内閣府食品ロス削減推進会議委員、消費者庁食品ロス削減のための戦略企画会議委員、環境省中央環境審議会食品リサイクル専門委員会委員、日本流通学会理事などを歴任。主な著書に「食品ロスの経済学(第4版)」(農林統計出版)などがある。

まずは知っておきたい、食品ロスの現状

日本の食品ロス研究の第一人者である日本女子大学 小林富雄教授に、国内の現状と課題、そして海外での取り組みについて教えていただきました。

世界の人口が増える中、日本はこれからも輸入に頼れるのか？

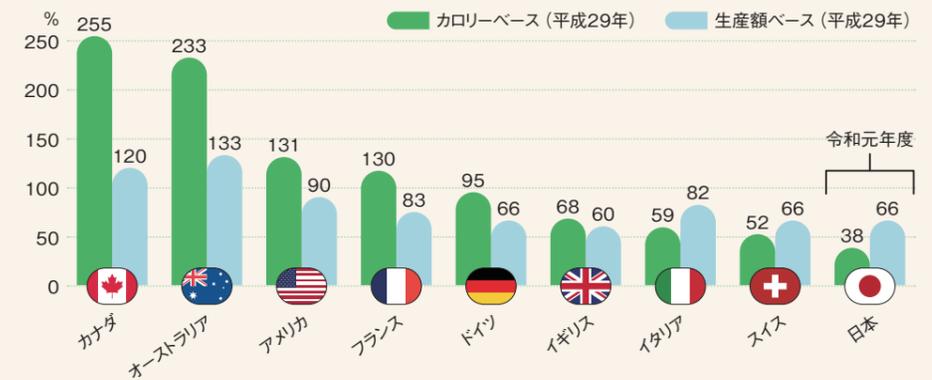
世界の人口推移

世界の人口は現在78億人。2030年に85億人、2050年に98億人を超えると予測され、食料不足が懸念されています。
出典：国連 世界人口予測2022



日本と諸外国の食料自給率

輸出が多い国は食料自給率が100%を超えている一方、日本は先進国で最低の水準。
出典：農林水産省「食料需給表」



現在の日本の食品ロスは年間523万トン。これは世界中で飢餓に苦しむ人々への食料支援量の約1・2倍に相当する量です。食品ロスは、食品廃棄物のうち可食部分を指します。食品廃棄物は食品リサイクル法に基づいて推計されており、可食・不可食を問わず、例えばバナナの皮など食品由来のモノは全て食品廃棄物と定義されています。
食品リサイクル法は、ゴミ問題を背景として2001年に施行された、食品関連事業者を対象とした法律です。その後、2015年に国連でSDGsが採択され、「つくる責任、つかう責任」という新しい見方が示されると、事業者以外にも食品ロスやリサイクルへの取り組みが広がりました。さらに2019年に食品ロス削減推進法が施行されると、自治体による積極的な推進活動が始まりました。コロナ禍や災害などで貧富の差が叫ばれ、子ども食堂などの取り組みに注目が集まったほか、SNSなども手伝ってボランティア活動やソーシャルビジネスなどでも食料問題が身近に取り上げられるようになってきました。

日本は確たる食料不足国

全方位的に食料を確保する必要があります

耕地面積も資源も少ない日本は、江戸時代以降、公衆衛生が非常に良くなったこともあり人口が増え続け、明治時代に入ると次第に食料を輸入に頼るようになってきました。戦後は食料難もあり、それを経験した世代やその子世代などでは、もったいない精神も根付いていたはずですが、1985年のブラザ合意で円高が一気に進むと、世界中からモノが安く入るようになり、次第にその精神が薄れていったように思えます。

そして現在、日本は超高齢化による労働力や農家の後継者不足という深刻な問題を抱えています。輸入や国内生産の量をどうにか維持し、全方位的に食料を確保しなければならぬ状況です。しかし、円安で価格や人件費が高騰し、頼みの外国人労働者も来日する動機が薄れているため、このままでは



活用し、顧客と効率的にコミュニケーションをとることができれば、企業も合理的に利益を上げることができると思っています。

食文化を見直してまでも進める各国の取り組み

海外の現状はというと、中国や韓国では客をもてなすために、たくさんのおもてなしを振舞うことが良いと考えられてきました。中国では、客は出された料理を残すことで、満足したことを表すという風習があり、残すことがマナーとも言われていました。しかし近年、深刻な食料不足問題もあり、2021年には食べ残しを禁止

する法律「反食品浪費法」ができて、過剰に残した客に対して店側が廃棄料を請求できたり、事業者側にも罰金が科せられたりするようになりました。韓国では、何種類もの前菜がひっきりなしに提供されるキムチなどの「パンチャン（おかず）」を、セルフサービスに変更する流れが出てきています。また、欧米、特に米国では食べ残しを持ち帰るのは一般的です。焼いたり揚げたりした加熱料理が多いこともあり、食べ残すと店側から持ち帰るボックスが必要かと聞かれることもあるほどです。日本でも環境省が食べ残しを持ち帰る「mottECO」という活動を展開し



出典：食品ロスの経済学「第4版」

“高い意識を持って、今こそ食品ロス削減を”

立ち行かなくなる恐れがあります。今や食料危機は私たちに近づいて現実味を帯びた問題となっており、その状況にもかかわらず、大量の食品がゴミとして捨てられているのも確かです。近年、この食品ロス問題が、地球温暖化問題をはじめとする環境意識の高まりにより、注目されるようになってきました。社会が、事業者が、そして私たち一人ひとりが、食品ロスについて真剣に考え、早急にアクションを起こしていく必要があると思います。

変わる消費者意識と「コミュニケーション」の在り方

事業系の食品ロスでは、農家以外のメーカー、卸、小売り、外食産業が対象となりますが、ここに来て、特にスーパーマーケットやコンビニエンスストアといった小売業や、大手外食チェーンなどの取り組みが加速しています。食品

ロスには確実に需給関係の問題ですので、企業が消費者との関係性を測るKPIとして捉える企業も増えています。

価格競争ができないコンビニエンスストアでは、品揃えが勝負とあって品切れは死活問題でした。たった一度の品切れにより、その後何度も利用し続けてくれる生涯顧客を失う恐れがあるため、陳列棚には常に商品を万全に。そのため、初めから余ることを前提に品揃えし、売れなければ廃棄するという考え方が根強くあったのです。それが、ようやく今年、値引きしてでも販売し、「とにかく食品を捨てないこと」という方針に大きく方向転換され始めました。また、ある回転寿司チェーンでは、「お寿司は食べたいけど、シャリが多くて食べられない」という顧客のニーズを取り入れ、セルフオーダーのタッチパネルに「シャリハーフ」ボタンを導入。日本ではこれまで数や量で金額を調整してきましたが、シャリを半分にしても価格は変わらず、お店にとってもこれは大きなメリットです。このように、チェーン展開の店舗でも、1丁やデジタルをうまく

ていますが、食中毒リスクもあり、店舗側から積極的に持ち帰りをアピールできずにいます。

与えるも、受け取るも、義務と考える

ところで、食品ロス削減という意味で、余った食料を福祉に活用するフードバンクの取り組みがありますが、普及がなかなか進んでいないのが現状です。寄付が施しと捉えられたり、お裾分けする気軽な近所つきあいが減ったりしているからか、他の国に比べ、寄付に対する文化が薄いように感じます。あげたい人もほしい人もいるのに、当事者間を橋渡しする中間団体や事業者は消費期限や配送などの問題があり、普及しない背景は複雑です。

フランスの社会学者で文化人類学者であるマルセル・モース氏は、著書『贈与論』の中で、「物を与え返すのは、互いに敬意を与え合うためである。与えるのも受け取るのも義務と考える」といって唱えました。余りものは自然の恵みとして慈しみ、与える側も受け取る側も相手を傷付けないよう、行き当

たりばったりのような巡り合いがうまくいくといいなと思います。返礼の義務を過度に気にして負債感を感じることは「贈与の罠」といい、特に受け取る側の態度が問われているのが現代的課題です。

SDGsの「つくる責任」について問われるように、食事において作る側と食べる側の双方が、「良い食事は何か」をあらためて考えてみてほしいと思います。食品ロス削減の一番の解決法は、需要と供給の質的な調整です。食事には量だけでなく、味、栄養、価格、手軽さなど大事な要素がありますが、ここに、会話やコミュニケーションが加わることで、ロス削減の可能性が広がります。つまり、食品ロスは、コミュニケーションのロスでもあるのです。作る側と食べる側の双方で、好みや量、時には体調について互いに向き合っていくコミュニケーションを取ることで、需要と供給のバランスを取ることができるとは思います。

日本は世界でも特に食事がおいしくいわれます。この食のありがたみを感じながら、自分にも社会にも配慮した食事を一人ひとりが大事にしてほしいと思います。

売れ残り品を集めて販売する「夜のパン屋さん」

都内3か所週4日、夕方から夜にかけて3時間だけ開店。なかなか行けない人気店の売れ残りパンも並ぶということで、噂を聞きつけてやってきた方や、たまたま通りがかった方も、常連客も多く、客足が途絶えません。

CASE STUDY
1



話ってくれたのは
認定NPO法人
ビッグイシュー基金
共同代表
夜のパン屋さん
プロジェクトリーダー
料理研究家
枝元なほみさん
Nahomi Edamoto



人気店から引き取った 売れ残りパンを売る

人気のベーカリーで売れ残ったパン。「今日は何個ありますか?」と1件1件電話してはピックアップ係が受け取りに行きます。集まったパンを販売員がテーブルに並べ、夕方5時、「夜のパン屋さん」の開店です。

始めたきっかけは2020年。私が長年関わってきたビッグイシュー日本に、ある方から「何か循環できるような使い方をしたい」と多大な寄付をいただいたんです。ビッグイシューは、登録販売員にオリジナル雑誌を卸し、その売上利益が販売員の収入になる仕組みです。私は以前から衣食

住×貧困問題のプロジェクトをやりたいなと思っていました。とても嬉しい申し出でした。ただ、自分が毎日仕事して職人を育てるというのは難しく、何がいろいろと考えました。そんな時、北海道で地元の方からソウルフードと親しまれているベーカリーの話を聞きました。6つある店舗からその日の売れ残り品を1か所に集めて

夜に販売したところ、とても人気だということです。また一方で、他のベーカリーでアルバイトをしている子から、残ったパンをまるでサンタクロースみたいに大きな袋に入れて廃棄した話を聞きました。だったら、そういったベーカリーからパンを引き取って販売したらどうだろう、ビッグイシュー

いかに廃棄せず、 経済を回すかを考える



枝元さんオリジナルレシピのマフィン! 他のパン同様、運が良ければ買うことができます。

の販売員や短時間なら仕事ができる方々の就労支援にもなるのでは?と思ったのです。

食べものの命を 全うするということを大切に

システムはシンプルです。メンバーになってくださったベーカリーからその日の売れ残り品を定価の約半額で買い取って、集めてきたパンを定価で販売します。ベーカリーにとっては廃棄せず済みますし、価格を下げて販売しないためブランド力も担保できます。今は都内3か所販売しています。最初、夜だから渋谷や新宿など賑やかな場所がいいのかなと考えましたが、以前ビッグイシューの販売員と一緒に大通りで

立っていたとき、その方が言ったんですね。「ここにいて、僕、まるで透明人間みたいに感じるんです」って。大勢が行き交う場所では目すら合わすことがないんです。それは違うなと。やっぱりちよつと立ち止まって喋って大事。パンは食品ですし、人と人のやり取りを大事にしたいなと。誰かが作り、運んだり関わったりしてくれた食べものの命を全うするためにも、人と人のつながりは欠かせないと思うんです。なくなってほしくない地元のベーカリーにもおいしいパンを作り続けてもらいたいですし、これからはいかに食べものを廃棄しないで経済を回すかが本流になるといえると思っています。

出荷されずに 廃棄される野菜を救いたい

CASE STUDY
2

環境問題への強い思いから自分たちができることを模索する中、アメリカで見たサービスをヒントに、廃棄される野菜を全国から買い取って販売するロスヘル事業を展開。利用者は増え続けています。

規格外などの野菜を 農家から買い取って販売

「ロスヘル」は全国各地の農家さんから、規格外や余剰生産品として廃棄されてしまう野菜を買い取り、福袋のように箱に詰めて各家庭に販売するサービスです。野菜の定期便は他にもありますが、契約農家さんに育ててもらったケースが多く、それでは結局規格外や余剰分が出てしまいます。当社はそんな余剰分にお困りの農家さんから直接仕入れることで食品ロス削減に貢献しています。使いやすい野菜を中心に、普段あまり買わないような野菜やフルーツも多少入

たいことに利用者はどんどん増えています。多くは子育て世代で、小さなお子さんがいると買い物も大変ですし、定期的に野菜が届くことにメリットを感じていただいています。

当社はコンサルティング事業から始めた会社ですが、創業当初から「地球環境課題の解決に貢献したい」という強い思いがありました。国内で生産される野菜の約15%が出荷されずに廃棄されている現状を知り、アメリカにあった同様のサービスを手本に、2022年5月に「ロスヘル」を事業化させました。

年間10万トンの 食品ロス削減が目標です

日本の食品ロスは事業系と家庭系を併せて推計されますが、実は

自給率が低いのに 捨てるなんてもったいない

使いやすい野菜から、季節野菜まで。サイズはS、M、Lの3種類。

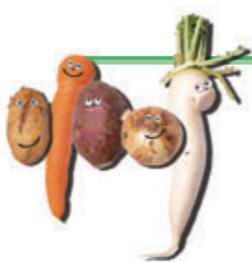


話ってくれたのは
エクネス株式会社
フードロス事業部
葛野亜衣さん
Ai Kuzuno

ここに農家の廃棄野菜は含まれていません。食品自給率が低い日本にあって、せっかく農家さんが作った野菜を廃棄するなんてもったいないことです。このデジタル化されない食品ロスを少しでも多く減らしたい。目指すは年間10万トン。もっとたくさん買い取れるよう、今後は日持ちしない野菜を加工して販売することも検討しています。

プラスチックゴミの削減にも努め、緩衝材には近所の福井新聞社から売れ残りの新品の新聞紙を譲ってもらい再利用しています。ちなみに会社がある福井県鯖江市はSDGsへの意識が高く、余

剰食品を必要とする方に提供する活動「フードドライブ」に当社も野菜を提供しています。仕入れた野菜の中で傷んでしまったりしたものは、社内のコンポストで有機肥料にして、近隣の農家さんに提供しています。他にも啓蒙活動の一環として、小学校などで講演会もしています。「近所でニンジンが大量に捨てられているのを見て、どうすることもできないか」と思っていました。このサービスをぜひ利用したいと思いましたが、という熱いメッセージをいただくこともあり。まずはこうした現状を知っていただくことから始まるのかなと思っています。



り、現在、約3千世帯の方にご利用いただき、ありがたいです。

「浅漬けメーカーの悩みの種が餃子の種に!?」

商品としては使えず悩みの種だった白菜の芯。これを餃子の具に使ってみようと思いついた株式会社アキモ。創業64年の浅漬け製造会社が販売する「白菜餃子の具」は、手軽でおいしいと評判です。

CASE STUDY 3

浅漬け作りでは野菜のロスが多く悩みの種でした

浅漬けの製造を行っている当社では、日々野菜を仕入れていて、鮮度が大事な生野菜を扱うため、どうしても野菜のロスが多い。主力の白菜では芯の部分が商品に使えず、白菜の芯だけで毎日500kgを端材として廃棄していました。そもそも利益が薄いため、どうにか食べられないものかとさまざまな検討をしてきました。社員からも「何とかならないだろう」「もったいない」という声は以前からあり、特に大量に出る白菜の芯は、硬く



うにか食べられないものかとさまざまな検討をしてきました。社員からも「何とかならないだろう」「もったいない」という声は以前からあり、特に大量に出る白菜の芯は、硬く

食品も時間もロスしません!



インターネット通販でも販売されています。

いました。おかげで私も餃子を包むのがうまくなりました(笑)。餃子作りのノウハウはゼロでしたが、浅漬けで長年培ってきた技術を生かし、シャキシャキ感や歯ごたえが残る、他社には真似できない味に仕上がりました。約半年がかりで商品化しました。意外にも芯の部分は甘く、うまみが凝縮していてもおいしくできました。

世の中も消費者意識も、ずいぶん変わってきました

これまで当社では環境への配慮や廃棄物への対策として3Rに積極的に取り組んできました。廃棄後の焼却によるCO₂問題にも考慮し、大掛かりなコンポストを導入したこともありましたが、今は未利用の端材は堆肥工場に出荷しており、生ゴミはほぼゼロです。しかし、端材の再利用や簡易包装などは、安全や見た目に対する消費者の厳しい目やサプライチェーンからの要求もあり、これまでなかなか踏み込めませんでした。でも今では、世の中も消費者意識も大きく変わってきました。子育て世代や働く世代にとって餃子作りは大変ですが、この「白菜餃子の具」

「白菜餃子の具」開発チーム。



語ってくれたのは
株式会社アキモ
代表取締役社長
秋本 薫さん
Kaoru Akimoto

があれば、ひき肉を併せて袋の中で混ぜるだけで種ができ、時短になります。タレがいららず、そのままでも十分おいしいと人気です。さらに、肉団子スープやチャーハンの具材として活用するなど、他の料理へのアレンジも可能です。また、工場見学や体験いただける機会も設けていますので、ぜひ、遊びに来てみてください!

スーパーマーケットの食品ロスの救世主「ハピタベ」

CASE STUDY 4

スーパーマーケットの販促企画で導入したカプセルトイ。子どものモチベーションを利用して、消費期限が迫った商品を優先的に買ってもらおうと始めたのが、今や食品ロス削減に有効!と全国のスーパーマーケットに広がっています。

子どものモチベーションをヒントに

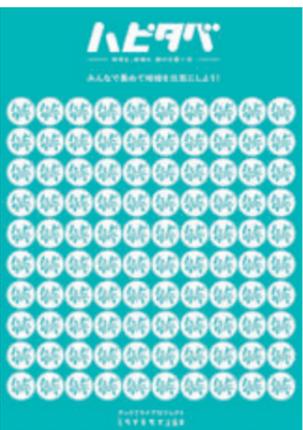
私は高知県のスーパーに就職し、長年、企画販促などに携わってきました。販促を考えるのが楽しくて広告会社に転職したのですが、そこでもずっとスーパーでファミリー層を獲得する方法を考え続けていました。そんなある時、閃いたのがカプセルトイの通称ガチャでした。ある回転寿司チェーン店で、食べた皿の枚数に応じてできるガチャがあり、子どもたちがそれをやりたいがために「もつと食べて」と親にせがむの思い出し、だったらスーパーでも消費期限の近い商品にシールを貼って、それを貯めればできるようにしてはどうかと考えました。スー

進まなかった「てまえどり」がスムーズに

パーが販売したいのは消費期限の近い商品なので、店側もファミリー層にも「ハピネス」な「食べもの」ということで「ハピタベ」と名付け、前に勤めていたスーパーに提案。とても反響が良く、しかも食品ロスを削減できる素晴らしい取り組みだと言われるようになったんです。

そもそもスーパーでは売れ残ると廃棄することを前提に予算管理がされており、利益率は業界平均で約1%と薄利にもかかわらず、食品ロスによる損失も1%ほどありました。スーパーの食品ロスのほとんどは消費期限切れの生鮮食品で、陳列棚の手前に陳列して

食品が廃棄される前に いかに買っていただくか



カプセルトイに興味がないお客様用に、シールを貼ると寄付に貢献できるポスターもあり、店舗ごとに寄付先を決めています。



語ってくれたのは
株式会社ミライデザインGX
代表取締役
濱田 岳さん
Takeshi Hamada

も、お客さんは少しでも消費期限の長い商品を、と奥から商品を取りがちで、これが食品ロスにつながるとも言われています。各店舗も積極的に手前から取る「てまえどり」活動を推奨していますが、無理強いするのは難しく、これまで良い解決法がなかなかありませんでした。それが「ハピタベ」により、子育て世代が陳列棚の手前にある商品を選んで購入するようになり、食品ロスが減り、スーパーの利益も出るようになったのは正直驚きでした。

私は2年前に起業しましたが、背中を押してくれたのは、すでに起業して成功していたスーパー時代の同期でした。食品ロスなど考えたこともなかった私に、「社会的に意義のある仕事なのでぜひや

るべきだ」と言ってくれ、経営のことなど全く分からない自分から支援してくれました。ただ、東京に出てきたものの初めは全く仕事がありませんでした。資金も尽きると思っていた時、偶然、静岡のスーパーの社長と知り合い、その方が私の以前勤めていたスーパーをご存じだったので、「ハピタベ」の導入支援が始まり、さらにそこがSDGsのビジネスアワードを受賞すると「ハピタベ」が全国各地で導入され始めることに。今では、全国の店舗で確実に食品ロスを削減できるよう支援活動を行っています。この取り組みによって、地球や子どもたちの未来が少しでも良くなるように願いながら活動を続けていくつもりです。

寄付やフードバンクの 利用を検討する

保存用に購入したけれど余っているとか、使う予定がない贈答品がある場合、消費期限内で保存の効く食品であれば、「フードドライブ」を活用してみたいかがでしょうか。フードドライブとは、家庭で余った食品を集め、食品を提供する団体のフードバンクや福祉団体に寄付する活動のことです。お住まいの自治体のホームページなどで調べると、回収内容などが紹介されていたりするので確認してみましょう。また、ご近所や職場でのお裾分けもお勧めです。使ってもらえるかどうか話しかけてみると、コミュニケーションのきっかけにもなり、思わぬ良いお付き合いが始まるかもしれません。

食品ロスやSDGsなどに 目を向けて意識を変える

近頃、企業や団体、自治体などで、食品ロス削減に向けた新しい商品やサービスが開発・販売されており、取り組みが加速しています。そのような商品やサービスを利用することも、食品ロス削減の貢献につながります。今まで気に留めなかったことでも、食品ロス目線で見ると、さまざまな発見があるはず。テレビやインターネット、新聞や雑誌などで取り上げられている事例などを参考にしてみたり、日常の中で食品ロスやSDGsを気にしながら生活してみたりするだけでも、食品ロス問題の解決へ、大きな一歩を踏み出しているはず。

野菜や果物、肉の端材や 骨などを最後まで使いこなす

野菜の端材や魚や肉の骨などは、つい使わずに捨てがちな部分ではないでしょうか。しかし、滋味があって栄養価も高い部分なので、使いこなしてみたいかがでしょう。王道は出汁やスープ。野菜、魚介類、鶏、牛、豚などで取ったダシを料理に使えば、旨味やコクが増えます。フードプロセッサーなどを使えば、スムージーやポタージュも簡単に作れます。最近では、タマネギ、カボチャ、ニンジン、キャベツなどを皮ごと煮たスープが話題です。ファイトケミカルスープと呼ばれ、抗酸化作用が高く腸内環境を整えると言われており、これなら野菜を丸々全部をいただけます。



食べられる量だけを、 残さずおいしくいただく

食糧危機は遠い世界の話ではなく、すでに日本が直面している問題です。スーパーマーケットの品揃えは豊富ですし、先進国と比較すると日本は食に関する物価が安いと感じることもあるでしょう。そのため実感がないのも仕方ありません。しかし、今後世界で人口が増え続け、地球温暖化が進めば、今のような豊かな食生活が当たり前には続かなくなることを、私たちは理解しなければなりません。ご自身や家族が食べられる食材を、食べられる量だけ購入する。提供される前に好みや量を伝え、提供されたものは残さず食べる。生産者や関係者に思いを馳せ、目の前の食事を感謝しながら味わってみてはいかがでしょうか。



規格外や未利用、 訳あり商品などを買う

色や形が悪い、不揃いなどの理由で規格外とされた野菜や果物、あまり見たことがなく食べ方が分からないために未利用魚とされた魚など、廃棄対象とされた食材にスポットが当てられています。今回の特集でご紹介した「ロスヘル」など、インターネットで検索するなどして積極的に利用してみたいかがでしょう。また、スーパーマーケットなどで消費期限が迫った商品は、「ハピタベ」のような取り組みのほか、割引対象となっていることも多いため、すぐ食べることができる場合は進んで購入してみたいかがでしょう。お買い得で、社会貢献にもなります。

すぐに食べない食材は、 適した方法で保存する

買いすぎ、まとめ買い、料理したけれど食べきれない…など、食材を最後まで消費期限内に使い切ることは、簡単ではありません。そこでカギになるのが保存方法。作り置きなら密閉型の保存容器やラップなどを活用して、用途に応じて冷蔵もしくは冷凍を。食中毒対策も重要なため、製造日を書いたり古いモノを手前に収納したりするなどの工夫も大事です。また、キノコや根菜、フルーツなどは乾燥保存もおすすめ。食品から水分を取り除くことで腐敗を防ぎ、長期間の保存も可能です。さらに、旨味が凝縮され栄養価も増します。最近では家庭用の食品乾燥機などもあって便利です。その他、保存と言えばやはり冷蔵庫！バナナもラップでしっかりと包み、野菜室で保存すると長持ちします。冷蔵庫の機能も、鮮度を長持ちさせたり、使いかけの野菜をラップで包まずそのまま保存できたりするなど、進化しています。より良い保存方法により、食品をおいしく保存しましょう。

自宅にある食材を 確認してリストを作る

購入した食材を自宅ですぐに「あれ？まだ残ってた！」と同じ食材の在庫に気付くなんてことはありませんか？食品やお金の無駄を防ぐためにも、買い物に行く前には自宅にある食材を確認し、買う必要のあるものをメモして出かけてみましょう。何を作るか決まっていなくても、たまたまスーパーマーケットに立ち寄ったなんて場合もあるでしょう。そんな時は、スマートフォンなどで冷蔵庫の写真を撮ってから出かけた後、食材管理ができるアプリを活用したりして、日頃から食材リストや買い物リストを作成しておくのもおすすめです。

個人でも今日からできる 食品ロス削減

事業系に比べ、なかなか数値化しにくい家庭系の食品ロス。事業者の取り組みが加速する中、私たち一人ひとりも心がけ次第で食品の無駄をなくすことができます。あらためて見直してみたいポイントなどをご紹介します。

陳列棚の手前から食品を 「てまえどり」する

次々と食料品を品出しするスーパーマーケットなどの小売店では、消費期限の近い商品を手前に陳列します。しかし、どちらかというと消費期限まで日数のある商品を買いたい、という消費者心理を背景に、手前の商品が残る傾向があります。消費者庁や環境省は「てまえどり」活動を推奨しています。できるだけこまめに、すぐに食べる商品を購入するように心がけたいものですね。





浅草にある「梅と星」にて。左から竹内さん、店長の佐々木さん、切替さん、千葉さん（上）。

東京都
台東区
浅草

バンブーカット

舞台の上だけが、表現じゃない。 「梅干し」で新しい世界に挑戦

誰もが知っている日本の代表食でありながら、脇役だった梅干し。その魅力をユニークな方法で発信してきたバンブーカットの二人に会いに行った。

●写真 阿部了 ●文 阿部直美

毎日「梅干し」のことばかり考えていた

「パリで『梅干し展』をする」と聞いた時には、そうきたかと思った。パリと梅干し。何だか、わくわくする響きじゃないか。2015年のことだった。夫で写真家の阿部了が撮影した弁当作品を展示したい、と声をかけてくれたのが竹内順平さんだった。彼は梅干しへの思いを熱く語り、梅干し入りの弁当写真は、その後パリへ旅立っていった。あの日から、我が家で竹内さんは「梅干しの人」だ。

竹内さんの父は、落語家の立川志の輔師匠。彼は子どもの頃、よく地方巡業に連れていってもらったという。照明、音響の不備一つで、見る人は冷めてしまう。舞台を成功させるために常に真剣な大人たちの姿を見てきた。「父は左利きなんです。でも、落語の時はすべて右。話の途中に、この人左利きなんだって思わせたいいけないって言うんです。その瞬間に落語の世界に没入できなくなる、って」。客の笑いのために、どこまでも尽くす父。竹内さんは、そんな父の落語が大好きだった。幼い頃から5円玉を集めてきたのは、いざれ自分が落語家になって大入り袋を配る日がくるから、貯めておかないとちやと思っただけからだ。

ところが、大学を卒業して父に弟子入りを願い出るも断られる。紹介されたのが、糸井重里さんの「ほぼ日」だった。イベントの準備、書籍の管理といういろいろやらせてもらった。ある時糸井さんから言われた言葉がある。「パン屋だって表現者なんだぜ」「ハッとしました。自分は、舞台に立つ人こそが表現者だと思っていたから」。もの見方ががらりと変わる。「あの一言があって、梅干しだって表現だ」という今の自分に行きつくんです。



(左)「立ち喰い梅干し屋」には16種類の梅干しが並ぶ。
(右)「梅と星」では羽釜炊きご飯が進む“お供”がいろいろ。

「梅干しの人」は、もう一人。竹内さんの大学時代の同級生・切替瑤太さんだ。大学を卒業後、CM製作会社に就職。憧れていた仕事で充実していた。ところが3年目、「これを一生やるのかな、とふと思っただけです。その時、あ、順平がいる、と思っちゃった」。大学時代、二人で映像を作ったこともある。将来一緒に何かできたらいいな、と密かに思っていた。「僕は、何か始めるなんてまだ早いよ」と言いつつ、アイデアが出ちゃった。『鬼』とか『あくび』とか。』と竹内さんが言うので、思わず笑ってしまった。アイデアの内容が、ユニーク過ぎる。「その一つが梅干しでした。居酒屋で梅干しを食べ、日本の代表食だよな、って思ったけど、作り方さえ知らない。実は僕は大学で芸術学部に入ったのに、落語の話ができる人が周りに誰もいなかったんです。古典芸能なのに何でだよ、って気持ちがあった。でも梅干しに関しては、日本の代表食なのに自分は知らない側にいる。それじゃダメだ、と思っただけ。二人でさっそく梅の産地・和歌山へ行く。「その道中で、隠してもいられないなと思っただけで、順平に言ったんです。俺、実は梅干し嫌いなんだ、って。切替さんが、苦笑いした。「うちの食卓には登場しなかったし、おにぎりの具はツナマヨとか

で、梅干しが入っていたことがないんです。でも順平から梅干しのことを聞いた時、面白い、これは特別な食べ物だと思ってたんですよ。梅干し嫌いをも引き込む説得力。竹内さんは、そういう人なのだ。「今はもう、食わず嫌いじゃないですよ」。ちょっと嬉しそうに、切替さんなのだった。

渋谷ロフトで「にっぽんの梅干し展」を開催したのが2014年。そこから京都や大阪、フランスで、梅干しをテーマにした企画を展開していった。2020年には、東京ソラマチに「立ち喰い梅干し屋」をオープン。ここでは、お茶を飲みながら各地の梅干しを食べ比べることができる。浅草・浅草寺近くに食事を提供する「梅と星」を開いたのは2年前だ。コロナ禍、「同じ釜の飯を食う」ことが悪のように言われることが残念で、あえて「おかわり」と言いやすいカウンター式の店にした。

すべては梅干しから始まった。あれから10年。「ずっと山を登ってきた」と竹内さんが言えば、「この先はいろんな方向に枝を伸ばしていきたい」と切替さん。この後、塩の店のオープンが控えている。梅干しの人へは、もう梅干しだけの人じゃない。誰かを喜ばせたくて、あの手の手で新しい舞台作り挑んでいる。

気になるモノを見つけました

Something Special

24

真空パックで鮮度を保っておいしく保存

アイリスオーヤマの 「フードシーラー スリム VPF-S50 ホワイト」

食材を使い切れない、食べきれないといった場合、どうしているだろう。保存はしたけど鮮度や風味が落ち、結局食べられなかった経験はないだろうか。そこで、おすすめしたいのがこのフードシーラー。食材を素早く真空でき、酸化を防ぎ鮮度長持ち。スッキリと収納でき、匂い移りも防ぐ。真

空パックのまま真空調理やレンジ加熱が可能なので、調理でも活躍。食材と煮汁や調味液を一緒に真空保存すれば、浸透圧の効果で味が染み込みやすく、時短調理にも便利。ペットフードの保存といった使い方も。真空ではなく袋の密閉もできるので、お菓子が食べきれなかったときも頼りになる。

 合計10名様にプレゼントします。詳しくはP2へ



専用ロール2つもセット!
20cm×6mと28cm×6m