

最近、よく耳にするようになってきた食品ロス問題。食品ロスとは、まだ食べられるのに廃棄される食品のことで、家庭で捨てられるものから、小売店の期限切れの在庫品や破損品、飲食店で出る客の食べ残しなど、食のあらゆる段階で発生している。日本における食品ロスは年間500万~800万トン（農林水産省2010年度推計）。日本の年間の米収穫量や発展途上国に対する世界の食糧支援の量に匹敵するという。

私たちは「生きる=食べる」ために、日々仕事をして得たお金で食品を買っている。にもかかわらず、それらの多くをただごみとして捨てている。この大いなる矛盾と、あまりにも壮大な無駄という現実を前に、改めて慄然としてしまう。

食品ロスを減らすために、一人一人の心がけはもちろん大切だ。しかし、これだけ膨大な量の食品ロスを出さないようにするには、個人への啓発だけにとどまらず、食品ロスの発生源となっている流通や飲食業界の仕組みを変えたり、食品廃棄物を生かす新しい場や機会を生みだしたりといったイノベーションが必要なのではないか。

そう思っていた矢先、賞味期限が近い商品等を定価の3~9割引で販売するサイト「KURADASHI.jp」（運営：グラウクス）がヤフーオークション内に開設したというニュースを目にし

た。もともとヤフーオークションが取り組んでいた「REUSE! JAPAN PROJECT」のコンセプトに合致する事業として、日本最大級のオークションサイトでのオープンが実現したようだ。

サイトを覗くと加工品やら調味料、飲料、菓子などが大幅な割引価格で販売されている。いずれもこの取り組みに賛同したメーカーが特別価格で提供した信頼できる商品ばかりである。さらに、購入金額の一部が環境や福祉、動物愛護など様々な社会活動団体に寄付される仕組みだという。つまり、食品ロスを減らすための購入というアクションが、次の社会貢献にもつながっているのだ。

これまで捨てていたものを生かし、新たな価値をも生み出す仕組み。食品ロスの市場はこうした斬新な発想により大きく動きはじめるのではないだろうか。そんな期待に胸膨らませている。

（マーケティングプランナー 栗田亜希子）



「もったいない」を価値へ」がコンセプトのKURADASHI.jp