

# 食品ロス、シェアで解消

## ネットで消費者につなぐ

新法施行

食べられるのに廃棄さ

れる食品をシェアリングで減らす動きが広がってきた。クラdash（東京・品川）などのスタートアップ企業が相次いで余った食品と消費者をインターネットで結びつけるサービスを提供。余剰食品を安く販売する店舗も増やす。食品ロス削減推進法が1日に施行され官民で対応が求められる中、無駄をなくすよう消費の見直しが進みそうだ。



ホームセンターに設けられた賞味期限が近い商品の売り場（埼玉県新座市）

組みとし、メーカーが嫌う安売りによるイメージ悪化を抑制。供給企業は600近くが増え、月150ト以上の食品ロス削減につながっている。

クラdashは消費者との接点を増やそうと実店舗にも進出。ホームセンターの島忠と組み、今夏から千葉県や埼玉県の店に販売コーナーを開いた。

農林水産省によると、日本の食品ロスは2016年度時点で約640万ト。国民1人あたり毎日茶わん1杯分にあたる。

新法は国の基本方針を踏まえた自治体の削減推進計画策定のほか、企業の協力と活動を求める。

削減の取り組みでは、大手が規模で先行する。コンビニエンスストアがうなぎ弁当など季節商品

を受注生産に変更し、外食店は持ち帰りや少量のメニューを増やした。

新興勢のサービスは利用者が増え、消費行動の変化を後押ししようだ。バリユードライバーズ（東京・港）のサイト「たべるーぷ」には農家や水産業者などが出品し、規格外の農水産物の廃棄を防ぐ。加工して付加価値も高める。1万の消費者や飲食業者が買い手に登録する。

コックキング（同）の「T.A.B.E.T.E（タベテ）」は東京などの約340の飲食店などが余ったパンや料理を出品。カード決済し店舗で受け取る。政府は30年度に事業系の食品ロスを16年度比で2割強減らす目標だ。

（大林広樹）

だ。会員は登録無料だが送料がかかる一般と、月550円で送料無料のプレミアムを合わせた会員数は7万8千人。4年で5倍以上に増えた。

賞味期限が近づいた団体などに寄付される仕