

食べ物が無駄に捨てられる「食品ロス」が十数年前から社会問題化している。日本の食品ロス総量は年間600万ト台で高止まりしており、今年5月には自治体などに問題に取り組みよう求める食品ロス削減推進法が成立、10月1日から施行されるようになった。

コンビニ大手などでは恵方巻きやウナギ弁当などの季節商品を完全予約制にしたり、消費期限が近づいた弁当やおにぎりの購入者にポイント還元などの形で実質値引きしたりするなど、食品の大量廃棄を見直す機運が高まっている。そんな中、小豆島でも9月にある企業による取り組みが紹介された。

企業は、通販サイト「K

# 期限迫る商品 割安販売 通販会社、小豆島でPR



食品ロス削減に向けた取り組みを説明する関藤社長(中央)＝小豆島町内

## 食品ロス問題への取り組み

URADASHI.j 提供を呼び掛けた。P」を運営するクラタシ(東京)。賞味期限が迫るなどした食品を割安に販売しており、今回は島内の食品製造業者や生産者向けにサイトへの商品

の3%程度は環境保全や社会貢献に取り込む団体で、そつした取り組みが受けて現在の会員数は約7万7千人、協賛企業は大手を含めて約580社に上るといふ。

関藤社長は「賞味期限が残り1週間という商品でも扱うので、『原価は回収したい』という思いに込められる」などと説明し、参加者は関心を示して耳を傾けていた。

今回の小豆島での企業説明会はクラタシが支援するB&G財団(東京)の仲介で実施されたが、島に好印象を抱いた関藤社長は島内での今後の取り組みとして、都内の大手学生がオーリーブの収穫を手伝う「社会貢献型インターンシップ」事業の実

施にも意欲を見せている。クラタシのネット販売事業による食品ロス削減量は月150ト。同社は昨年度、「環境と社会によい暮らし」を実践して

いる優れた活動や取り組みを顕彰する環境省の「グッドライフアワード」で環境大臣賞企業部門を受賞しており、食品ロス削減で一定の存在感を見せているといえる。

企業がさまざまな取り組みを展開するようになった一方、家庭での食品廃棄量はいまだに微増傾向。食品ロスは国内にとどまらず、国際的な環境や貧困問題ともつながるだけに一人一人の意識改革が求められる。(小豆島支局・多田智幸)