

新闻热点

にゅーすのことば
ニュースの言葉

“食品损失・浪费”

しょくひん るす
「食品ロス」



“食品ロス”中の“ロス”一词最近被经常使用。“ロス”有“损失、浪费、丢失、失落”的意思。比如说，最近经常听到“宠物失落感”一词，这是指常年养的狗或是猫等宠物离世后的感觉，是一种因失落、悲哀变得消沉的感觉。不过，我们在此所说的“食品ロス”中的“ロス”是“损失、浪费”的意思，是指食品尽管还能吃却被废弃的意思。

根据消费者厅统计，日本 2015 年度一年中产生的食品废弃物达 2842 万吨，其中尽管能吃却被废弃的食品多达 646 万吨。这相当于全世界为饱受饥饿的人们提供的粮食援助量(2015 年一年大约是 320 万吨)的大约两倍。这种食品浪费按日本国民人均换算的话，就相当于每人每天扔掉“一饭碗(约 139 克)的食物”。



这种食品浪费问题不仅仅只是日本的问题，据说世界上为了人们食用而生产、制作的粮食、食品，每年都会损失或是被废弃大约 30%，即 13 亿吨。基于这个现状，在 2015 年联合国首脑会议上，提出了以 2000 年度数据为基数，截止到 2030 年全世界人均粮食废弃量减半的目标。有关食品浪费的问题，现在成了世界性的课题。

日本食品浪费，有接近 60% 是由便利店、超市、食品制造商等企业方面造成的，其余的 40% 来自于家庭。那么，要说为什么会造成这么多的废弃物的话，在家

「食品ロス」のロス(loss)という言葉は最近よく使われますが、「損失、無駄、失う、喪失する」という意味があります。例えば「ペットロス」、最近よく耳にしますが、これは長年かわいがっていたペットの犬や猫などが死んでしまった後、その喪失感からくる悲しみで落ち込んでしまうことを言います。ここでいう食品ロスのロスは「損失、無駄」の意味で、まだ食べられるのに廃棄される食品のことを言います。

消費者庁によると、2015年度、日本では年間2842万トンの食品廃棄物が出ており、このうち、まだ食べられるのに廃棄される食品は646万トンもあるそうです。これは世界中で飢餓に苦しむ人々に向けた食料援助量(2015年で年間約320万トン)の約2倍に相当します。この食品ロスを国民一人当たり換算すると、お茶碗一杯分(約139g)の食べものが毎日捨てられていることになるそうです。

この食品ロスの問題は日本だけの問題ではなく、世界中で人々が消費するために作られている食料の約3割、13億トンが毎年、損失あるいは廃棄されているというのです。このような事態を受けて2015年の国連サミットで、2000年度比で2030年までに世界一人当たりの食料廃棄を半分にするという目標を掲げました。この食品ロスの問題は現在、世界的課題になっています。

日本の食品ロスは6割近くがコンビニやスーパー、食品メーカーなどの企業側から出ており、残る4割強は家庭から出ています。では、どうしてこのような量の廃棄物が出てしまうかというと、家庭でのロ

庭方面的原因是烹饪过程中削皮时削得过厚过多、剩饭、过了保质期(最佳食用期限)等。食品制造商以及零售店的原因有因规格变更导致商品被下架、退货;因库存过剩、过期、印刷错误等导致不合格的商品退货等。重视鲜度以及商品的完整度,这种商业习惯也导致了食品浪费的增加。

针对这个现状,在日本也开始了致力于减少食品浪费的推进活动。首先是改变商业习惯。比如说,如果保质期是6个月的商品,制造商交货给零售店的期限为两个月以内,这相当于保质期的三分之一。晚于此期限的商品将会被退货或是被废弃掉。针对这种商业习惯,大型食品企业就保质期为6个月的点心类食品,将交货期延长为保质期的二分之一(交货期从两个月延长到三个月),就此制定了减少食品浪费的方针。在延长保质期本身、导入利用数据预测市场需求的同时,还开展了接受未拆封食品的捐赠并把这些食品提供给需要的人和设施的“食品库”活动等。



最新的动向,迄今为止定价销售原则上不实施降价的便利连锁店也做出了以将减少食品浪费为目标的决定,以可能会卖剩的食品为对象做出了事实上的降价调整。这些食品有饭团、便当、鲜面等以保质期是一天的商品为中心,接近保质期4~5个小时的阶段开始降价。降价的方法并不是直接降低价格,而是在用定价购买后,在该公司的积分卡上附加5%左右的积分,也就是事实上的降价体系。此外,有的便利店为了防止商品卖剩,还制定出了

スの原因は、調理時に皮などを厚くむきすぎたりする過剰除去、食べ残し、賞味期限切れなどの廃棄です。食品メーカーや小売店における食品ロスの原因は、規格変更による商品の撤去や返品、在庫過剰や期限切れ、印刷ミスなどによる規格外品の返品などがあります。鮮度や商品としての完成度を重視する商習慣が食品ロスを増やすことに繋がっています。

このような実態に対して、日本でも食品ロスの削減に向けた取り組みが始まっています。商習慣の見直しとしては、例えば賞味期限(美味しく食べられる期限)が6か月の商品なら、メーカーから小売店への納品はその3分の1に当たる2か月以内とされていました。これより遅れた商品は返品や廃棄に回されていました。これについて食品大手企業が6か月の賞味期限の菓子類については、2分の1ルール(納入期限を2か月から3か月に延長)に緩和し、ロスを削減する方針を出しました。また、賞味期限自体の延長やデータを活用した需要予測の導入や、未利用食品の寄付を受けて食品を必要としている人や施設に提供する「フードバンク」活動などの実施が始まっています。

最近の動きとしては、今まで定価販売を原則として値下げを行わなかったコンビニチェーンでも、売れ残りそうな食品を対象に事実上の値引きをして、食品ロスの削減を目指すことを決めました。対象になるのはおにぎりや弁当、生麺といった消費期限が1日の商品を中心に、消費期限が4~5時間となった段階で値引きを行うというものです。値引きの方法は、直接の値下げではなく、定価で購入後、自社のポイントカードに5パーセント程度のポイントを付けて、事実上の値下げをするというシステムです。また、別のコンビニでは、季節で

针对季节性销售的食品实行完全预约制的方针。像这样，各个方面都开始了致力于减少食品浪费的努力。

作为个人消费者，适量购买商品、不剩饭、在烹饪过程中减少浪费等，可以做的事有很多吧？在粮食自给自足率低的日本，食物浪费却很多，这是一种矛盾现象吧。只购买需要的东西，不浪费一点一滴的粮食，为了我们可持续发展的未来，不要忘记这一基本原则，请好好珍惜粮食，用心地思考每天的饮食生活吧！



売り出す食品を完全予約制にして売れ残りを出さないようにするという方針を決めました。このように、各方面で食品ロス削減のための取り組みが始まっています。

個人の消費者としても、適切な量を購入することや、食べ残しや無駄のない調理等、心掛けられることはいろいろあるでしょう。食料自給率の低い日本で食べ物のロスが多いというのは矛盾があります。必要なものを購入し大事に食べる、持続可能な未来を作っていくためにも、この基本を忘れて丁寧な食生活を送りたいですね。

(bab)