

しょうみ きげんまえしょくひん はいき  
賞味期限前食品の廃棄

40 パーセントという低い食料自給率の日本で、まだ食べられるのに  
賞味期限切れが近づいたという理由で返品された食品を大量に廃棄  
している。消費者が賞味期限の表示の意味を理解していない、あるいは  
食品の鮮度にこだわりすぎることが原因で食品が売れ残ると消費者  
庁は考え、日付を過ぎても食べられるとPRすることや消費者の意識を  
改革する啓発活動を行なうという。

しかし、これだけでは食品の廃棄を減らすには不十分だと私は考え  
る。なぜなら、いくつかの調査によれば、八割前後の人が賞味期限の正し  
い意味や賞味期限を過ぎた食品を食べても健康上問題がないことを  
知っているという結果が出ているからだ。

賞味期限切れの近付いた食品はなぜ売れ残るのか。私の考えでは、  
原因は賞味期限切れの近付いたものと期限に余裕のあるものが同じ値段  
で売られていることにある。値段が同じなら、少しでも鮮度の良い、つまり  
賞味期限に余裕のあるほうを選ぶのは、食品の鮮度を気にする消費者と  
しては当然である。一方、期限切れが近付いたものの価格を下げれば、  
消費者は新鮮で通常の価格のものと鮮度は少し落ちるが低価格のもの  
どちらかを選択できるようになる。(中略)

ねび はんばい しょうみきげん ちかづ しょくひん う のこ げんしょう  
値引き販売をすれば賞味期限の近付いた食品の売れ残りは減少す

るのに、メーカーや小売店はそのことに消極的である。現状では、消

ひしゃ あんぜん はいりょ きげんぎ まちか はんばい へんぴん はいき  
費者の安全に配慮して期限切れ間近のものは販売せず返品・廃棄してい

る。しかし、賞味期限を過ぎても食べられるのだから、それを販売しても

なに もんだい こうにゆう しょくひん しょうひしゃ ただ ほぞん かんり  
何も問題はない。購入した食品を消費者が正しく保存・管理しなかつ

たせいで健康に問題が生じたとしても、それは本人の責任である。また、

ねび こうじょうか ていか こうにゆう しょうひしゃ げんしょう  
値引きが恒常化すると定価で購入する消費者が減少し、ブランドイメ

ていか かんが きぎょう しゃかいてきせきにん かんてん  
ージが低下するという考えもあるが、企業の社会的責任という観点から

しょくひん たいりょうはいき つづ のぞ  
も食品の大量廃棄を続けるのは望ましくない。

げんじょう こうりてん しょうみきげんぎ ちかづ しょくひん う  
現状ではメーカーや小売店は賞味期限切れの近付いた食品を売ろう

どりよく へんぴん はいき こうにゆう  
という努力をせずに返品・廃棄しているが、それを購入するかどうかを

しょうひしゃ ゆだ う のこ げんしょう しょくひん はいき へ  
消費者に委ねれば、売れ残りは減少し、食品の廃棄も減らせるはずだ。

しょうひしゃちょう こうりてん へんぴん はいき まえ ねび はんばい  
それゆえ、消費者庁はメーカーや小売店が返品・廃棄の前に値引き販売

じっし しどう しょうひしゃ しょくひん やす こうにゆう  
を実施するように指導し、消費者が食品を安く購入できるようにすべき

である。