

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

ひく しょくりょうじきゅうりつ にほん た しょうみきげん
40%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

ぎ ちかづ りゆう へんびん しょくひん たいりょう はいき
切れが近付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。

しょうひしゃ しょうみきげん ひょうじ いみ りかい しょくひん せん
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

ど げんいん しょくひん う のこ しょうひしゃちょう かんが
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が考え、

ひづけ す た しょうひしゃ いしき かいかく けいはつ
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

かつどう おこな
活動を行うという。

しょくひん はいき へ ふじゅうぶん わたし かんが
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

ちようさ はちわりぜんご ひと しょうみきげん ただ
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

いみ しょうみきげん す しょくひん た けんこうじょうもんだい 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

けつか で
っているという結果が出ているからだ。

しょうみきげんぎ ちかづ しょくひん う のこ わたし かんが
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、

げんいん しょうみきげんぎ ちかづ きげん よゆう おな ねだん
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

う ねだん おな すこ せんど よ
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

しょうみきげん よゆう えら しょくひん せんど き しょうひしゃ
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

とうぜん いっぽう きげんぎ ちか かかく さ しょう
としては当然である。一方、期限切れが近づいたものの価格を下げれば、消

ひしゃ しんせん つうじょう かかく せんど すこ お ていかかく
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のだ

せんたく
ちらかを選択できるようになる。

ねび はんばい しょうみきげん ちかつ 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

こうりてん しょうきょくてき げんじょう しょうひ
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、消費

しゃ あんぜん はいりよ きげんぎ まちか はんばい へんびん はいき
者の安全に配慮して期限切れ間近のものは販売せずに返品・廃棄している。

しょうみきげん す た はんばい なに もん
しかし、賞味期限を過ぎても食べられるのだから、それを販売しても何も問

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
題はない。購入した食品を消費者が正しく保存・管理しなかったせい

けんこう もんだい しょう ほんにん せきにん ねび
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、値引き

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
が恒常化すると定価で購入する消費者が減少し、ブランドイメージが

ていか かんが きぎょう しゃかいてきせきにん かんてん しょく
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も食

ひん たいりょうはいき つづ のぞ
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 ちかつ 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

どりょく へんびん 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 へんびん 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を

じっし しどう しょうひしゃ しょくひん やす こうにゆう
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。

くまくらかずゆき
熊倉和幸

ろんぶんこうざ
よみトク小論文講座2010年12月 YOMIURI ONLINE による)