

食品ロスと持続可能性への検討

—食品表示と消費者行動の視点から—

永島菜月

本研究では、現代の日本、世界においての食品ロス問題について知り、進行する食品ロス問題の解決に向け、私たちが問題解決の意識を持ち、何をすべきであり、何ができるのかについて考えるため、アンケート調査と論文などの文献において調査を行った。

日本での食品ロスの原因は大きく分けて2つあり、1つ目はスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどでの売れ残りなどから発生する事業系食品ロス、2つ目は家での料理の作りすぎによる食べ残しや、買ったのに使わずに捨ててしまうことにより発生する家庭系食品ロスの2つである。

これらの食品ロスにより発生する問題は、地球温暖化に繋がることなどの環境問題、食材に投入された資源やコストが無駄になってしまうといった経済的問題、食品が十分に供給されている地域と、十分に行き届いていない地域との間で不公平が生じるという社会問題など、様々なことが挙げられる。

食品ロスと消費者の購買行動、食品表示には関連があると仮定し、D大学の学生を対象に、購買行動と食品表示に関するアンケート調査を行った。調査の結果から、食品表示と消費者の購買行動には関係があるということがわかった。また、店舗で行われている食品ロス削減に向けての取り組みに対し、消費者からは肯定的な意見が多いことも確認した。

消費者である一人一人がより高い意識を持ち、買い物をする際には、賞味期限が迫った商品を購入するなどの身近な取り組みから協力していくことが、食品ロスを大きく削減することにつながり、地球を守ることに繋がる。