食卓から考える SDGs

フードロス削減から未来の明るい食卓づくりはじめる

生産者から消費者まで…食の課題にみんなで向き合う

「サステナブル」という言葉が一般化したが、必要なのは言葉ではない。正しい知識と具体的な行動だ。わたしたちは日々の食事を通して何を知り、どうすべきなのだろうか。

撮影／岡崎 隆夫

国内の「食品ロス」は1人当たり年間50kg以上

顕在化している多くの食の課題に対して私たちは何を考え、どう行動したら良いのだろうか。フードロス削減に尽力する東京食品機械株式会社を取材、ムルチパック部を指揮する的場部長に話を聞いた。

――「真空スキンパック」による食品の消費期限延長効果、そして、赤い肉が実は酸化した状態であるという事実には大変驚きました。

的―食品包装のことを意識する人は多くありません。また「真っ赤な肉＝新鮮」という思い込みは簡単には変わりませんので、引き続き正しい情報の発信を継続していくつもりです。

――現在は「フードロス削減」に関してはどのようなお取り組みをされているのでしょうか？

的―真空スキンパックだけでなく、「MAP（ガス置換包装 ※下図参照）」と呼ばれる技術が進化し、さらに広まってきています。これも食品の鮮度保持を可能にし、フードロス削減につながるものだと考えています。

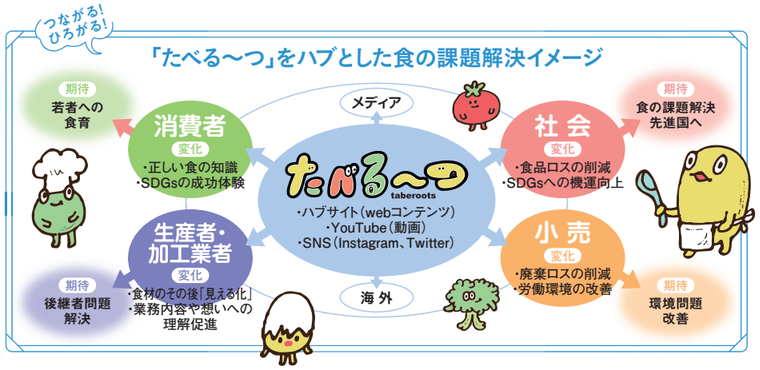
――どのような包装技術なのですか？

的―食品をパッケージする際に空気を抜き、代わりに食材ごとに最適化された食品ガスを注入したら特殊なフィルムや容器で密封します。これにより、パッケージ内の酸化や菌の増殖を防ぐことが可能となります。

――こちらもすごい技術です。

的―MAPは一般的に「ガスパック」と呼ばれる包装形態のひとつですが、ガスパック自体は、すでに多くの商品が存在しています。例えば、ポテトチップスやボトル缶コーヒーなどです。そして、技術的な進化によってMAPが登場し、焼き魚やお惣菜といった食品での鮮度保持も可能になってきているのです。

――わたしたちは真空スキンパックやMAPされた食品を購入すれば、フードロス削減に貢献できるのですね。

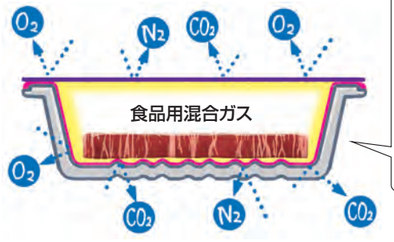


「真空スキンパック（右）」、「MAP（左）」の実物をもとに説明する的場部長。包装方法の名称には馴染みがなくとも、目にしたことのある人は多いのではないだろうか。

進化する包装技術…「MAP」とは？

「MAP」（Modified Atmosphere Packaging）とは、パッケージ内の空気を各食材にあわせて最適化したガスに置換・包装する技術。日本では「ガス置換包装」とも呼ばれる。これによって食品の鮮度保持や遠距離輸送等が可能となるが、技術進化によって用途はさらに広がってきている。

「MAP」のイメージ図



パック内には私たちが吸っている大気中から不純物を除去して各成分を取り出し、精製された「食品専用ガス」が、食品に適した環境になるよう混合され、密封される。

■食品用混合ガスの内容は？（MAPで使用される食品ガスは主に以下3種類）

●窒素（N2）	大気と置き換えることで無酸素状態となるため、微生物の増殖を抑制したり酸化を防止する
●二酸化炭素<炭酸>（CO2）	静菌作用を有した不活性ガスであり、細菌やカビ等、微生物の繁殖を抑制する
●酸素（O2）	肉の色素タンパク質と結合することで、色味（赤色）を保持する。野菜においては鮮度を維持する

■どのような食品がMAPされているのか？

高度な技術で実現可能になったもの

焼き魚、パックサラダ、お惣菜 etc…

この方に聞きました

東京食品機械株式会社 ムルチパック部部長

的場 顕治

社内の事業マネジメントのみならず、「たべる〜つ」の活動にも携わり、食品業界の様々なステークホルダーと食の課題解決を目指して奔走している。

的―ええ。しかも、これらは消費者へのメリットだけではなく、販売店の廃棄ロスを防ぐことにもつながります。現在日本だけでも年間約6百万トンもの食品ロスがあります。これらを減らすには消費者だけ、小売だけではなく、みんなで考えることが大切です。

――きっと広がると思います。

的―そう願いたいのですが、食育の進んだ外国とは異なり、日本では「見た目」の問題があります。特に食肉ではさきほどの「真っ赤な肉」問題、見慣れたトレーラップ包装への安心感などがそれに当たります。そのような中でも徐々に真空スキンパックや、MAPが浸透してきていますので、皆さんには思い込みを捨てて、正しい情報に触れていただけたら嬉しいです。

もっとも大切なのは食に関する正しい知識

――他にはどのようなお取り組みがありますか。

的―いまお話したような食に関する正しい情報を発信すること。そして、課題解決のための仲間集めを目的とした、『たべる〜つ』というプロジェクトに協賛しています（※上図参照）。YouTube等の活用による広範な情報発信と、食品業界でのつながりに期待しています。弊社1社で声を上げても届きませんが、仲間が増えれば効果やアイデアも出てくるはずです。

――『たべる〜つ』ではどのような情報発信を行っているのですか。

的―食べ物のルーツや食べ方といった情報を盛り込んだレシピコンテンツはもちろん、生産者・加工業者への取材もはじめています。例えばスモークサーモンの骨抜きをする人についてはお知らない人が圧倒的に多いでしょう。そういった方にもスポットライトを当てたいです。それにデジタルメディアのアプローチによって、将来の主な顧客となる若い人たちへリーチできます。私たちだから伝えられる「食の課題解決アプローチ」があると考えています。

広がってつながれば多くの課題が解決できる

――食品機械の会社という領域を越えた社会貢献へのお取り組みには頭が下がります。

「たべる〜つ」ではレシピや食材のルーツ紹介のみならず、実地取材をベースにした、テレビ番組顔負けの取材企画も。写真に写っているのは豚肉加工メーカーを取材したYouTube動画。

的―利益という「木」ではなく、食の課題という「森」を見なければならなりません。「たべる〜つ」をハブとして、メーカーや生産者、加工業者さんたちともつながっていきたいです。

――そのつながりの結果として食の課題も解決されていくのですね。

的―今はまだ、1日でも消費期限の長い商品を流通させるために深夜に稼働する人や、消費期限が短いため、何度も食品を配送する必要があります。食品の消費期限が延長するということは、食だけではなく労働環境や大気汚染の問題解決にもつながっていくのです。また、小売のロスリスクが減少することで店舗の商品ラインナップが増えることが期待できます。そうなれば、消費者の選択肢は増えます。そうやって良い流れや効果を広げていきたいのです。

――今は、変革期だと感じます。

的―実際、すでに志を同じくする仲間が個人法人ともに増えてきています。みんなが同じ方向を向けば、解決できることは多いと信じています。

これだけは覚えてほしい！

本記事のポイント

- 真っ赤な食肉は、実は酸化が進んだ状態である
- MAPで鮮度保持ができる商品が増えている
- 正しい情報を知ることでフードロスは削減できる