

食品ロスを新たな製品へ ～飲食店における再活用の可能性と展望～ 要旨

近年、日本では食品ロスの削減が重要な社会課題として注目されている。環境省（2025）の調査によると、日本における事業系食品ロスの発生量は、2017 年を境に年々減少傾向にあるものの、2023 年度時点でも約 231 万トンに上るとされている。中でも、外食産業由来の食品ロスの発生量は 2023 年時点で 66 万トンに及び、依然として重要な課題となっている。このような膨大な量のロス食材は、焼却時の CO₂の排出による地球温暖化の促進や焼却後の灰を埋め立てる土地の問題など、環境面において深刻な影響を引き起こしている。そして、この外食産業における食品ロスの多くは食べ残しや仕込み過ぎが要因であるとされており、この「仕込みすぎ」においてはロス発生の変動が大きく、効率的な削減策が見出しにくい点が課題である。また外食産業では、消費者に直接提供するという性質上、「安全に食べられるのに廃棄される食材」が多く存在する。このようなロス食材は、衛生管理や流通の仕組みが整えば、再利用や再加工によって新たな価値を生み出せる可能性がある。

そこで本研究では、外食産業に焦点を当て、食品ロスを削減しつつ、廃棄される食材を有効に活用する新たな仕組みとして、飲食店で発生するロス食材を再加工し、スーパーなどで販売する仕組みに着目し、その実現可能性と課題について、消費者と飲食店の双方の視点から検討を行った。その結果、再加工食品に対する受容性を高めるためには、安全性や品質に関する情報の可視化と信頼性の確保が必要であることが明らかになった。この 2 つの仕組みを整えることで、消費者が商品を安心して選択できるだけでなく、事業者にとっても情報提供の基準が明確になり、取り組みへの不安や負担を過度に感じずに参加しやすくなる。また、事業者が懸念する手間やコスト、ブランドイメージへの影響といった、不安要素を埋める基盤が形成されることで、再加工食品の流通に対する共通理解と協働の土台が強化される。このような新しい食品流通のかたちは、単に「捨てない仕組み」をつくるだけでなく、消費者に「食材を活かすことの価値」を再認識させる教育的な効果も持つと考えられる。つまり、再加工販売の実現は、環境負荷の低減のみならず、食文化や社会意識の変革にもつながると考える。