



編集委員

たが や かつ ひ
多賀 谷 彦
 はもんふうもん
 波聞風問

食品ロス削減

「三方よし」目指すベンチャー

小売りの世界では、先に仕入れた商品が、陳列棚の最前列に並ぶようにしている。そのためには、新しく入荷した商品は最も奥に置かなければならない。

賞味期限が近い商品から売れるようにする工夫。スーパーなどの店頭で、毎日行われている「品出し」という仕事だ。

消費者もよく知っている。牛乳、豆腐など賞味（消費）期限が短い品々では、つい棚の奥に手を伸ばしてしまう。「実は私も」という方も多かろう。「さて、そんな店側の工夫があ

っても、「食品ロス」という、まだ食べることができる商品の廃棄がなくならない。国によると、日本で企業と家庭から出る食品ロスは2012年度で64万トと推計される。コメ収穫量の8割に相当するという。

「もったいない」の国のはずなのに、どうしてなのだろう。メーカーは欠品を恐れ、多めの在庫を抱える。それらをたたき売ると、築き上げたブランド価値を毀損してしまう。

何より日本の食品業界には「3分の1ルール」という商習

慣がある。賞味期限が6カ月の場合、メーカーなどが小売店に納品できるのは製造から2カ月まで。さらに小売店は、賞味期限まで2カ月を切った商品は店頭から下げる。商品はその後、メーカーなどに返品されたり、廃棄されたりする。

本来、消費者に鮮度のいい商品を提供する意味があったのに、逆に商習慣に縛られてしまっている。見直そうという話もあるけれど、ライバル会社の手前、自社だけでは、という思いから見直しは進まない。

ひとつ可能性のある話を聞いた。メーカーなどの供給側から賞味期限が近い商品情報を得て、ネット上で最大9割程度の値引きをし、注文を集めるベンチャーが現れた。

供給側への配慮もある。ブランド価値を守るため、商品の掲載期間は約1週間と短く、過去の掲載商品は検索しにくくした。注文が集まってから、まとめて納品してもらう。販売価格には環境団体などへの寄付も含まれ、供給側も協力しやすい。これは近江商人が唱えた「売

り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」に通じる。この会社は、元大手商社マンの関藤竜也さん(44)が昨年設立したグラウクス(東京都)。ショッピングサイト「KURADASHI.jp」の会員は開設後の1カ月間に1万人を超え、取引先は大手を含む200社以上

関藤さんに起業の思いを聞く。「阪神大震災を経験し、1人でできることの限界を知った。商社時代に廃棄の現状を知り、何か自分にできないかという思いがあった」と話してくれた。まだ食べられるのに捨てる商習慣。何とか断ち切るきっかけにならないだろうか。

り手よし、買い手よし、世間よしの「三方よし」に通じる。この会社は、元大手商社マンの関藤竜也さん(44)が昨年設立したグラウクス(東京都)。ショッピングサイト「KURADASHI.jp」の会員は開設後の1カ月間に1万人を超え、取引先は大手を含む200社以上

関藤さんに起業の思いを聞く。「阪神大震災を経験し、1人でできることの限界を知った。商社時代に廃棄の現状を知り、何か自分にできないかという思いがあった」と話してくれた。まだ食べられるのに捨てる商習慣。何とか断ち切るきっかけにならないだろうか。