

海の恵み守り顧客とつながる 容器コストアップはイメージアップで回収

2050年には魚よりごみの量が上回ると指摘される海洋ごみ。海の恵みを提供する飲食店にとって見過ごせる問題ではない。個店ごとにプラスチック容器の使用を見直すなどの意識を高めることが海洋ごみ削減につながる。その手法を提案するため「飲食店海ごみ削減プロジェクト」

(佐藤裕一実行委員長)は2月28日、東京・渋谷の渋谷ソラスタで「飲食店向け海洋ごみ対策シンポジウム」を開催した。当日は新型コロナウイルス対策による政府の要請を受け無聴衆で行われYouTubeで中継された。

海洋ごみ対策を知る機会に「飲食店向け海洋ごみ対策シンポジウム」開催

削減に向け行動のきっかけに

海に漂うごみ問題が深刻化している。世界中の海では年間800万トンのごみが発生し総計では約1億5000万トンに達すると推計されている。最も多いのがプラスチックごみだ。このごみは我々の生活から生み出されており、一人一人が意識を持ってプラスチックごみの削減を考える時期に来ている。

このような海洋ごみの現状を啓発し、具体的な行動を起こすことを目的に日本財団が実施する「海と日本PROJECT」の一環として発足したのが「飲食店海ごみ削減プロジェクト」。今回は飲食店が実施できること、考え方などをシンポジウム形式で伝えた。

冒頭、実行委員長の佐藤裕一氏が「意識の高い飲食店は多いが、何をすればいいのかわからないという。そのため情報発信を1年にわたり行ってきた。本日のシンポジウムが現状と具体的な対策を知る学びの場になってほしい」と挨拶。次に重工業化学通信社の古郡弘氏が海洋ごみの実態について基調講演し、服部栄養専門学校の志賀元清氏がテイクアウト容器を変えることで店と顧客とのつながりを深める考え方などを特別講演した。

続いて、ごみ削減につながる生分解性素材PLA



実行委員長の佐藤裕一氏



生分解性素材PLA弁当容器を開発した雅の竹内美樹専務

(ポリ乳酸)を使った弁当容器を開発した雅専務の竹内美樹氏が、司会者の質問に答える形で事例紹介した。従来は紙箱を中心にした弁当を販売していた同社へ、環境を重視する企業からの注文が増え本格的なエコ弁当に着手。「総菜を入れるカップやバラはプラスチック製なので、すべて土にかえる素材にすべきと考えPLAにたどり着いた」と試行錯誤を重ねながら業界初のPLAトレーを開発した経緯を説明した。

現在は、紙の弁当箱の中にPLAトレーとPLAフィルム、箸、楊枝、お手拭きもプラスチックを使わないよう徹底している。問題は「どうしてもコスト高にな

ること。裏蓋に説明書を印刷し理解を求めている」と話した。金や赤の華やかな弁当箱などバリエーションも増やし、要望があれば販売することも検討していくとした。

最後に佐藤実行委員長が登壇し、飲食店向け海洋ごみ削減に取り組んだ1年間の実施内容を報告。きっかけ作りのために実施したごみ拾いの成果や、意識調査で得た再生可能容器への関心の高さ、今後の課題としてフードロスを検討することなどを語った。また、社会に周知させるためサイト開設を行う方針などを説明した。

基調講演

マクロから見た海洋ごみ問題

環境省が実施した「平成28年度漂着ごみのモニタリング調査」(全国10地点)によると、海岸に漂着したごみ全体に占めるプラスチックは重量で23%、容積は48%、個数は最も多い66%であった。漂着したプラスチックごみを分類すると、飲料用ボトル、容器類、ポリ袋、ストローなどのカトラリーだ。これらのごみは、人口が集中する大都市圏の河川から海へと流れてくるのが実情だ。

日本のペットボトル販売量は約59万トンドリサイクル率は85%(平成29年PETボトルリサイクル推進協議会)。欧州の42%に比べても世界的に飛びぬけている。日本は都市部のごみ問題が深刻化し、分別、リサイクルを進めてきた50年にわたる歴史があるが、急速な経済発展を遂げる東南アジア諸国はごみ回収システムが整備されていない。これらの国への技術導入と人材育成など日本として協

重工業化学通信社・石油化学新報編集部

古郡 弘氏

力を進めていくことも海洋ごみを減らすためには重要である。

10年以上も形を変えずに残るプラスチックごみ。この量を減らす努力とバイオマス原料や微生物が分解してくれる生分解性のプラスチックへの取り組みが必要だ。さらにごみを環境に流出させない、流出したごみの回収などが海洋ごみ問題を解決させる。



古郡弘氏

特別講演

テイクアウト容器から「おいしい」を考える

服部栄養専門学校教務部長

志賀元清氏



志賀元清氏

飲食店ができる海洋ごみ削減は、飲食店にとっては壮大なスケールで自分たちでできることがあまりにも小さく感じられることから関係ないのではと思いがちだ。しかし「おいしい」を消費者視点から見ることで対応は変わる。テイクアウト容器がお店とお客をつなぐ重要なメディアになり得ることを知って欲しい。外食が広まった1970年代から時代の変

化とあわせて急速に「おいしい」は変わってきた。2000年代に入るとインターネットの普及が外食に大きな影響を与え、同時に食品のトレーサビリティなど食の安全への意識が高まった。

今や食品ができるまでの背景や、食べたその先のゴミや環境がどうなっているかなどが「おいしい」を感じる重要な要素になっている。だが、小規模な飲食

店が国や行政や大企業のような数値目標を掲げ食育基本法やSDGsへの関連をお客様に伝えるのはハードルが高い。まずは、自分たちができるプランをふくらませて食育やSDGsとつなげていくことだ。例えば、容器を変えることで海洋ごみ削減につながる。その様な飲食店の取り組みと容器を通じたメッセージはお客様と「おいしさ」のつながりを深める。

飲食店海ごみ削減プロジェクト

飲食個店や中小チェーンに対し、海洋ごみ削減に向けた理解促進を図り実施可能な取り組みなどを情報発信する任

意団体。「飲食店向け海洋ごみ対策マニュアル」の配布や活動への参加機会の提案を実施。日本財団が実施する「海と日本PROJECT」の一環として行われているプロジェクト。URL : <http://rmlr-project.menu.inc/>