

食品廃棄物のアップサイクル

～世界の潮流と日本～

株式会社日本経済研究所
地域・産業本部
地域振興部
主任研究員
倉本 賢士

執筆者



1 972年に、国際的なシンクタンクであるローマクラブは『成長の限界』と題した報告書で、「100年以内に地球上の成長は限界を迎える」とした。これに従えば私たちは前半を終える中間地点にいる。この折り返し地点ではコロナ禍もあり、社会・経済活動の持続可能性が強く意識されるようになったが、後半の50年では、自然環境の恩恵やインパクトへの考慮がないビジネスは成り立たなくなるだろう。

と いういま「アップサイクル」が注目されている。これはリサイクル(再利用)の一種で、廃棄物に工夫を加え、捨てられたときよりも価値を増した(アップした)製品にして、もう一度消費のフローに戻すことで、特に食品廃棄物に対する解決策の一つとして期待されている。従来リサイクルされていなかった食品廃棄物を使って、新たに魅力ある製品として生まれ変わらせれば、廃棄物も焼却時に発生する二酸化炭素も減る、食料生産にかけた様々なコストを無駄なく商品化できる等の効果がある。

米 国ではすでに食品分野のアップサイクルは大きなトレンドになっている。2019年には大手食品メーカーやベンチャー企業によってアップサイクルフード協会(Upcycled Food Association)が立ち上がり、認証制度をスタート。流通側も米国最大のスーパーKrogerが2022年の注目トレンドに取り上げるなど、「オーガニック」「植物由来(Plant based)」「フェイガン」等と並びカテゴリーへの成長が見込まれている。

日 本でもオイシックス・ラ・大地(株)による「Upcycle by Oisix」シリーズやアサヒユウアス(株)の「UPCYCLE B」プロジェクトのように、この数年でアップサイクルを掲げた製品が見られるようになった。アップサイクルの潮流はアメリカから太平洋を渡り、日本でも「見そんな感じだ」。

し かし、これまで10年以上全国各地を調査してきた身からすれば、「従来活用されなかった食品廃棄物を使った商品開発」というテーマは、そんなに目新しいものではない。アップサイクルという言葉が流行るずっと前から、アップサイクルに相当する取り組みは各地で行われており、ついでに言えば、いま海外で出ているモノより、ずっとセンスのいい製品・取り組みがたくさんある。アップサイクル?何を今さら、という気もしなくはない。

例 えば、青森県のMizuroro(株)が企画・販売する「おやさいクレヨン」は、規格外で廃棄されてきた野菜・果物を主原料としている。また、多くの米菓メーカーが立地する新潟県で、菓子を製造する過程で発生する米・米粉の残渣から作られたバイオマスプラスチック「ライスレジン」(株)バイオマスレジンドは、「お米のおもちや」「ぷるぷる(株)」にもなっている。こちら子どもが口に入れても安心という、実に日本らしい気遣いが魅力的で、海外でも売れているそうだ。

食 品の例では、福島県(株)もがある。は、規格外という理由で廃棄されてきた完熟桃を高度な冷凍技術で通年楽しめる商品「ももふる」にしている。ついでに、同じ福島県の株陽と人は、国見町特産あんぼ柿の皮を活用した化粧品「明日 わたしは柿の木にのぼる」を企画・販売している。このような例は、福島県だけでなく全国にたくさんある。

M OTTANAが世界に通用する素晴らしいコンセプトだと、私たちは故ワンガリ・マタイさんに教えてもらったが、SDGsやアップサイクルという言葉を知る前から、できるだけ捨てないで、余すところなく使うという姿勢は、日本にあるはずである。アップサイクルという世界的な潮流に乗る、それもありだが、それよりも、これまでの取り組みを踏まえ、率先していくこと、これが未来の世界に向けた日本の役割ではないだろうか。

た完熟桃を高度な冷凍技術で通年楽しめる商品「ももふる」にしている。ついでに、同じ福島県の株陽と人は、国見町特産あんぼ柿の皮を活用した化粧品「明日 わたしは柿の木にのぼる」を企画・販売している。このような例は、福島県だけでなく全国にたくさんある。



本稿で紹介した食品アップサイクル製品【執筆者撮影】