

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「スーパーにも省エネ数値目標 経産省、18年度から」
 - 2) 「吉野家がエコマーク取得、対象は“牛丼”ではなく…」
 - 3) 「廃棄パンからビールを製造、英国の食品リサイクル」
-

1) 「スーパーにも省エネ数値目標 経産省、18年度から」

経済産業省は食品スーパーやSCを運営する小売業者を対象に、省エネの数値目標をつくる。小売りでは百貨店やコンビニ向けに数値目標を設けているが、対象となる業態を広げて取り組みを強化する。省エネを考慮した設備の導入費用の一部に補助金も出す。温暖化対策の国際枠組み「パリ協定」で約束した温暖化ガス削減につなげる。

同省は2月までに詳細を詰め、4月にエネルギー使用合理化法（省エネ法）の告示を改正し、2018年度からの適用をめざす。

同法は高炉メーカーや石油精製業、電力会社など重厚長大型の産業を対象に、生産や発電効率の数値目標を設定している。小売りでは、一定の基準を超えている百貨店やコンビニを展開している会社が数値目標の達成を求められている。

今回、新しい数値目標の適用対象となるのは、全ての店舗で電気などの年間エネルギー使用量が合計1500キロリットル（原油換算）以上となる食品スーパー会社やSC運営会社。展開する店舗のうち、スーパーは売り場面積250平方メートル以上、SCは店舗面積1500平方メートル以上の店舗で数値目標の達成を求める。

年間1500キロリットルのエネルギーはスーパーやSC運営会社の平均的な使用量にあたり、5割超が対象になる見通しだ。対象を絞るのは、省エネコストが経営を大きく圧迫しかねない中小に配慮するためだ。郊外型アウトレットモールや地下街なども対象から外れる。

具体的な数値目標はこれから詰めるが、スーパーの場合、エネルギー使用量を店舗の延べ床面積や営業時間、冷蔵設備の数の合計で割った数値を指標とする方向。数値は小さいほど省エネ効率が高いことを示す。

経産省によると、対象店舗の7割程度が1.0付近に位置しているが、0.8程度に下げるとの目標とする方針。現時点で達成している店舗は15%程度とみられる。SCについても、使用量を延べ床面積などで割った数値を指標とする。

企業には使用量を減らしたり省エネ効率の高い設備に入れ替えたりする取り組みが求められる。改善が見られない場合、経産省が現地調査したり指導したりする。

一方、LEDや保冷効果の高い冷蔵棚、熱電併給など、エネルギーの効率化につながる設備を導入する際、最大で投資額の半額まで補助金を出す。

小売業やホテル、賃貸オフィスなど「業務部門」は省エネ対策の遅れが指摘される。エネルギー利用の効率性を示す「原単位」について、製造業を中心とする産業部門は1970年ごろに比べて4割以上改善したが、業務部門は3割程度にとどまっている。

小売業では、16年度以降にコンビニや百貨店について数値目標を導入した。コンビニは年間1500キロリットルのエネルギーを使用する会社の全店舗を対象。百貨店の場合は、従業員数や取扱商品などをもとに対象となる業者を決めている。

今回、店舗数の多い食品スーパーや規模の大きいSCを対象に加え、小売業の対応のてこ入れを図る。ただ、約1万4000を超える店舗があり年々増えてきたドラッグストア、2500店舗に上る家電大型量販店など専門店を対象外だ。パリ協定の目標をにらみ、数値目標をつくる業態をさらに広げるべきかどうかは今後の課題になる。

今後、小売業の店舗展開に大きく影響のあるニュースだ。店内のショーケースや照明などの設備に限らず、熱消費量を左右する店内への日の光の入り方など、様々な点において今以上に気をつけなければいけないと思う。正しい知識を身につけたい。

2) 「吉野家がエコマーク取得、対象は“牛丼”ではなく…」

吉野家は日本環境協会（東京都中央区）から、環境配慮を表示できる「エコマーク」の認定を取得した。食品廃棄物の削減、省エネルギー機器の導入などの活動が認められた。吉野家ホールディングスの河村泰貴社長は「エコマークは子どもの文房具に使われるなど身近。従業員への教育になる」と期待する。

エコマークは第三者が評価する国内唯一の環境ラベル。事務用品の取得が多く、飲食店の認定基準は9月にできた。セブン&アイ・フードシステムズ、モスフードサービスなど4社の店舗も同時に取得した。

吉野家は店舗で牛脂回収して工業用せっけんメーカーに供給するなど、廃棄量の削減にも取り組む。また、計量データからご飯の盛り付け量を調整し、食べ残しの発生を抑制。2020年までに全店舗へ発光ダイオード（LED）照明を導入する予定だ。

河村社長は当初、エコマークの取得に反対だったが、従業員の作業負担にならないことが分かって認証を推進した。

今は「環境活動は途中でやめると最悪の結果になる」と語り、食品廃棄削減などの取り組みを強化する方針だ。

食品＝エコマークはこれまでイメージがなかったが、これから目にする機会も増えていくだろう。ただ吉野家社長が言うように、途中でやめるということは社会悪につながることも大いにあると思うので、ブーム的な扱いにせず慎重に取り組んでいく必要があると改めて感じた。

3) 「廃棄パンからビールを製造、英国の食品リサイクル」

英イングランド北部ヨークシャー地方にあるビール醸造所では、サンドイッチ工場から大量に廃棄されたパンの耳を大きなステンレスタンクの中に投下することからその醸造工程が始まる――。

ヨークシャー地方ドリフィールド近くにある醸造所「ワールド・トップ・ブルーワリー (World Top Brewery)」で現場責任者を務めるアレックス・バルチン氏は、「基本的に、麦芽の一部をパンで代替しているのです」と語る。

タンクの中に入れたパンの耳に水、ホップ、イーストを加えてできるのは、間違いなく世界中で愛されているあの黄金の飲み物だ。この醸造所でできるビールは「トーストエール (Toast Ale)」と呼ばれているが、パンの味はまったくしない。

ここでは食品廃棄物を減らす運動を支援する一環として、英国で食べられることなく廃棄される大量のパンの一部をビール製造に使用している。このアイデアは今、世界中に広まっているという。

トーストエールを事業として推し進めているのは、食品廃棄物をなくす活動に取り組む団体「フィードバック (Feedback)」の創設者トリスラム・スチュアート氏 (40) だ。同氏は昨年、このビールの生産を始めた。

スチュアート氏は、ベルギーの小さな醸造所、ブリュッセル・ビアプロジェクト (Brussels Beer Project) が2015年に残り物のパンを利用して生産開始したビール「バビロン (Babylone)」を見て事業の立ち上げを決めたのだという。「古代バビロニア人は無駄とになってしまうパンや穀物を保存しようとしてビールを発明したことを彼らに教えてもらった。それがビールのそもそもの目的だったことも」

スチュアート氏は独自に調査を行い、世界で食料援助団体が活用できる以上のパンが「産業的規模」で廃棄されていること、そして地ビール醸造がますます世界的な盛り上がりを見せていることを突き止めた。

英国ではすでにパン9.8トンを使って30万本以上のビールが生産されている。値段は1本当たり2.5-3ポンド (約380-450円) で、他の地ビールとほぼ同じ価格だ。

パンからビールを造るスチュアート氏の製法はネット上で公開されており、これまでのダウンロード回数は1万6000回に達している。この製法を見れば、誰でもパンからビールを醸造する方法を学ぶことができ、食品の無駄を削減することにも貢献できる。

スチュアート氏の目下の目標は、それぞれの地元で売れ残ったパンの提供源と協力しながら、世界中のどこのビール醸造者でもこのエールを商業生産できるライセンスを発行することだ。

よく考えるとビールの原料である大麦もパンの原料の小麦も麦芽に繋がるので違和感のない仕上がりになるだろう。発酵食品をつくる技術の高い日本でもこういった食品廃棄物の使い方ができるのではないだろうか。もちろん、そもそもの廃棄物なくなることが最善ではあるが、出来る限り有効に使うといった点では活用したい取り組みだ。