

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「オイシックス 規格外の桃、スムージーで活用」
- 2) 「生では食べられない“グリーンバナナ” ドールが8月末から販売へ」
- 3) 「なぜうなぎ専門店が土用の丑の日に休業するのか」

---

1) 「オイシックス 規格外の桃、スムージーで活用」

食材宅配サービス「Oisix」を運営するオイシックス・ラ・大地はアグリゲート（東京・品川）と組み、強風被害で傷が付き正規販売できない桃を使用したスムージーの提供を始めたと発表した。廃棄の懸念がある規格外の桃を有効活用し、フードロス削減につなげる。

スムージーに活用するのは5月8日に山梨県韮崎市などで発生した記録的な強風の被害を受けた契約農家3軒の桃。木の枝にこすれて表皮に傷が付いたり、いびつな形になったりした桃が出荷時に半数近く発生した。傷が付いた部分のみをそぎ落とし、残った部分を人気商品の「旬スムージー」に加える。

アグリゲートが運営する小売店「旬ハキッチン天王洲店」（同）で8月中旬まで提供する。価格は1杯216円。オイシックスはアグリゲートと5月から、余剰青果を生かした商品開発や、宅配が難しい完熟した青果の店頭販売などで協力している。

（2023/07/31 日経MJ）

規格外商品がだんだんと市場にも出回り、目に・耳にする機会も増えた。過去に例を見ない災害が頻発し、農作物にも大きな被害が及んでいる中でこうした取り組みがあることは農家の方々にとっても心強いだらう。価格的にも通常商品よりも安く買えるだろうし、ロス削減の協力にもなるので消費者にとってもメリットは大きい。外見が多少いびつだったり傷があったとしても中身に問題はないということを知るきっかけにもなる。選別してクオリティを保つことも重要なことではあると思うが、広い心で受け入れることがこれからより求められていくと思う。

---

2) 「生では食べられない“グリーンバナナ” ドールが8月末から販売へ」

果物大手のドールは、収穫後、完熟させる前の緑色のバナナを「グリーンバナナ」として8月末から全国のスーパーなどで販売する。栄養価は通常のバナナと変わらず、加熱するとジャガイモのような食感になる。規格外で廃棄される食品ロスが減ることを期待する。

ドールによると、主産地のフィリピンでは、傷があったり、形が規格外だったりして廃棄されるバナナは年間2万トンに上るといふ。これまでも加工用に回してきたが、家庭向けにも流通させ、廃棄ゼロを目指す。

生では食べられない。食べる時は、両端をカットして水にさらしてラップに包み、1本あたり電子レンジで2-3分加熱する。皮がむけてきたら食べ頃だといふ。黄色いバナナに比べて味の主張がなく、野菜の置き換え食材になる。

通常のバナナと同じ程度の価格を想定している。ドールの渡辺陽介社長は「バナナの新たな魅力を知ってもらいたい」としている。

(2023/7/30 読売新聞)

別のニュースで日本の「買い負け」の話を見た。規格に厳しい日本は「ロウるさい客」として世界に映っており、例えば「レーズンの筋が残っていると消費者に売らないのは日本くらい、それで供給難とか笑わせますね」なんて言われているといふ。確かに基準は厳しいかもしれないが、それが日本の良さでもある。その姿勢は崩す必要はないが、一方で柔軟に対応することも考えなければならない。今はSNSが盛んであるから、このバナナに関してみんなの知っているバナナとどう違うのか、どんな食べ方があるのか、インフルエンサーの力で広めることも可能だ。輸入に頼る日本だからこそ、ロス削減・規格外商品の受け入れ体制を消費者側でも準備する必要があり、そのためにも小売業の提案・発信が重要であると改めて思う。

---

### 3) 「なぜうなぎ専門店が土用の丑の日に休業するのか」

土用の丑の日といえは、うなぎ屋にとっては書き入れ時だ。だが、あるうなぎ屋は、あえて土用の丑の日に休業するといふ。なぜだろうか。

その店は、名古屋市瑞穂区にある、炭焼きの店「うな豊(とよ)」。うな豊が毎年、土用の丑の日に店を閉じるのは「うなぎを供養するため」だ。

「鰻への感謝、貴重な資源である鰻。そして鰻への供養の気持ちを込めて名古屋市南区にある長楽寺様にお参りにまいります」

筆者は、そのことを2019年に知り、心の底から驚いた。そんなうなぎ屋さんがあるのだと。いつか食べたいと思いつつ、コロナ禍で行けなかったが、ようやく食べに行くことができた。

筆者が新幹線で名古屋の「うな豊」まで食べに行こうと思ったきっかけは、大手コンビニエンスストアの関係者に教えてもらったことだった。全国で展開しているコンビニのあるエリアで、1個2000円台から4600円するうなぎ弁当の予約が、1店舗だけで20個入った。

その翌日には近隣の別の複数の店舗でも2桁予約が入っている。そして、ある店では、そのあと、予約数が30個以上、取り消されていた。実際のデータも踏まえて教えてくださったこの方は「売るあてもない、予約もとれていないのに、本部から、早く入力しないと

なくなるから、と煽って入れさせている。社員やオーナー、アルバイトの自爆営業と身内の需要で成り立ち、当日、鰻の廃棄の山になる。こんなビジネスはおかしい」と憤っていた。

全国紙各紙も、土用の丑の日を前に、さまざまな報じ方をしている。朝日新聞は「土用の丑イコールうなぎ」という常識に反発する趣旨の、南日本新聞の一面広告について論じた。養殖ウナギ日本一の鹿児島県鹿屋市では、ふるさと納税の返礼品の内訳は、ウナギが68%で牛肉は7%。毎年、土用の丑の日の直前に申し込みが集中し、生産と配送が追いつかないそうだ。

読売新聞は、ウナギの卸売価格が2022年より1300円以上高いこと、過去20年で平均卸売価格が3倍以上になったと伝え、小売店は家族で分け合う特大サイズや品揃えを工夫していること、書き入れ時のうなぎ屋が値上げできない悩みを報じている。

日本経済新聞は、稚魚の値上がりに加えて燃料費や餌代が高騰し、2022年より1-2割高くなったと報じ、「暑いほどウナギの売れ行きがよくなる。昨年よりも販売は順調」というスーパーの担当者のコメントを載せている。ニホンウナギの稚魚であるシラスウナギは、高い時には1kg430万円もの価格で取引される。闇業者や密漁の実態を、高知新聞社が独自に取材し、書籍『追跡 白いダイヤ ～高知の現場から』（高知新聞社）にまとめている。

南日本新聞は、例年であれば出荷に追われるはずの国産ウナギが、期待ほど出荷されず、その要因として、値上げに加えて「安価な中国産に流れている」という関係者の見解を報じた。

生き物の命を奪い、それをいただいて我々は生きることができる。だからこそ、その命に敬意を抱く姿勢が必要だ。だが、最初から食べきれない、捨てるわかっているのに、なぜ必要以上に殺すのか。ニホンウナギは2014年、国際自然保護連合（IUCN）によって絶滅危惧種に指定されているほど希少な資源である。

ある小売店の経営陣の一人が「ミツバや卵は年末に出荷が集中する。一年をならして（平均的に）食べてくれれば一番いいのに」と、シンポジウムで発言していた。ミツバも卵も工業生産品ではない。

もう、誰かの謳うイベントに振り回されるのは止めにしたらどうか。

予備校講師でタレントの林修氏は、著書で「イベントに踊らされるな、日本人！」とのコラムで次のように書いている）。

バレンタインデーやハロウィーン同様、今の日本のクリスマスは、売り上げを重視するコマースリズムがあまりにも、主導権を握りすぎていると思います。そうした他人の作ったイベントに踊らされること以上に、もっと大切なことがあるはず。それは、日々を確かに生きていくことにほかなりません。

「母の日」だから電話するのではなく、毎日親孝行しているから、「母の日」に大騒ぎしなくていいような日々を送ることこそ、真の「イベント」だと僕は考えています。

土用の丑の日は、厳密には年に1回だけではなく、一年を通して複数回ある。が、大々的にうなぎを売るのは夏の「一の丑」である土用の丑の日に集中する。

今回「うな豊」へ行って見て、このお店なら、土用の丑の日に「書き入れ時だから」としゅかりきになって売る必要はないのだと腑に落ちた。一年365日のうち、たった一日のために頑張らなくても、この店には、一年を通して全国からお客さんが集まってくるのだ。味はもちろん、この店の姿勢に対して好意を抱き、共感し、来店するのだと思う。うなぎ専門店はもちろん、食品を扱うすべての店が「うな豊」のような姿勢で食材に相対すれば、食品ロスは、今よりずっと少なくなるはずだ。

(2023/07/30 食品ロス問題ジャーナリスト・博士 井出留美)

クリスマスケーキに恵方巻、ここ数年「もうやめよう」という声が大きくなってきているイベント食。うなぎについては、完全養殖がまだ食卓に登る段階ではなく、稚魚の減少が叫ばれる中でも丑の日を全面に推してくる状況だ。今年も特に意識せず生活していてもうなぎの庄を感じた。特別な日に食べたい、ご褒美の食べ物というのは日々生きる上でのモチベーションになるが、立ち止まって考えるとそれが全員同日ではなくても良いというのは多くの方が共感するのではないか。制定されたイベントや記念日をきっかけに感謝する、意識することがきっかけになっても、ロスの引き金になってはいけない。まずは売り手の姿勢がどう変わるのか、今後ますます注目が集まりそうだ。