

## 年始特集

### フードロスの潮流を機にスポット・ワケアリ品問屋に脚光

「フードロス」に対する意識の高まりを受けて、「賞味期限が迫る食品を売り切る」ことを重視するムードが広がっている。そこでスポットを浴びつつあるのが、ワケアリ（スポット）商品の売買市場。賞味期限間近、生産余剰品など正規に流通しないワケアリ品の売買は「フードロス軽減につながり『伸びしろのある事業分野』と評価する金融機関もある」（業界筋）という。

ただ、メーカーが生産調整を進める潮流が強まり、近年は余剰在庫量が減少。ワケアリ品を得意とする問屋筋は「ワケアリ品が出回りにくくなり、かつてのように同業間で転売するなどして儲けることができなくなった」と明かす。とはいえ、「いまでもワケアリ品で業績を伸ばす先がある」と事情通。例えば、「メーカーや大手問屋から直接、ワケアリ品を仕入れることができる先が該当する」という。

大手メーカー側には「商品ブランドや相場へ悪影響を及ぼさず、一切のコンプラリスクがない状態」でワケアリ品を処分したい意向がある。「昔はワケアリ品の処分時、意図しない販売ルートに乗り、トラブルや事故が起こることも珍しくなかった。ブローカー間で転売が繰り返されると相場にも影響しかねず、どのように最終処分されるかみえない不安もある」（同）。こうしたメーカーの不安を払しょくするビジネスモデルを独自に築き上げてきた一社が、冷

食主力に各種食品を扱う卸会社、㈱トーレイ（東京・練馬区）だ。同社は東京都が取り組む『Saving Food』にも参加企業として紹介されている。

同社の売り上げの大半はワケアリ品。増収基調で直近の年商は12億円ほど。純利益も数千円で推移し、仕入先には「上場会社」がずらりと並ぶ。同社では「ワケアリ品はおもに中小の飲食店や小売店に販売」「メーカーの意向により、包装をばらすなどしてメーカー名を前面に出さずに供給することも可能。その際は取引先と契約を結び、トレースもしっかりとれる状態にして対応」「法令遵守・コンプラを最優先に、仕販先ともに納得するかたちで売買を成立させる」「極端な廉売をしない」など、さまざまな方法で大手企業との信頼関係を構築。同社社長は取材に対し「ワケアリ品扱いはかつて裏稼業的な存在とみられがちだったが、フードロス問題がクローズアップされるようになって評価が変わってきた。当社は業歴24年の経験があり、ワケアリ品絡みのトラブルも熟知している。そのうえで取引先の意向に合わせて直接末端へ卸す仕組みを構築してきた。極めてデリケートな対応が必要で、誰もが手掛けられるものではない。

ワケアリ品売買の潮流は今後変化していくのだろうか。稿を改めて紹介したい。

〔担当記者直通電話 03-3342-5055〕