

日本気象協会

天気予報で物流を変える 「eco×ロジ」マークを制定

一般財団法人の日本気象協会（本社・東京都豊島区。石川裕己会長）は、2月13日に「eco×ロジ（えころじ）」マークを正式スタート、「天気予報で物流を変える」という試みを加速させる。

この取り組みは2014年度から始めているのだが、「明日は雨だから、少々早めに出発しよう」と言うように、単に輸送に直結する事柄を対象としているのではない。

例えば、「おでん」。三寒四温の春先、経験値や過去のデータに従って「明日は寒いから売れそうだ」と、コンニャクや大根、玉子を余分に仕入れて煮込み、準備万端。しかし



「eco×ロジ」マーク

一夜明けると「春うらら」のよいお天気で売れ行きはさうばり。むしろソフトクリームが品切れ状態に。結局、おでんの大半は賞味期限切れで「廃棄物」に。実にもったいない話だ。

つまり、結果的に不要な品物（売れなかつた商品）を運び、そしてこれが廃棄物となつて、再び処理場へと運ぶという「物流」が、ある意味ムダとなるわけである。

換言すれば、高精度でかつピンポイントの天気予報を活用すれば、「ムダな物流」を極限まで排除できる、と言う発想。ガソリンや軽油の消費削減にもつながりCO2削減にも直結する。

だが、日本気象協会が目指す「1丁目1番地」は、実はここではない。「食品ロスの極小化」が究極の目標だ。前述のように、食品には「賞味期限」があり、特に生鮮食品や、調理済で陳列された商品は、概して長期保存がきかない。期限切れで捨てられる、いわゆる「食品ロス」は国内で年間500〜800万t。これは、世界の年間食料援助料の何と2倍に達する。

こうした矛盾を改善するためにも、

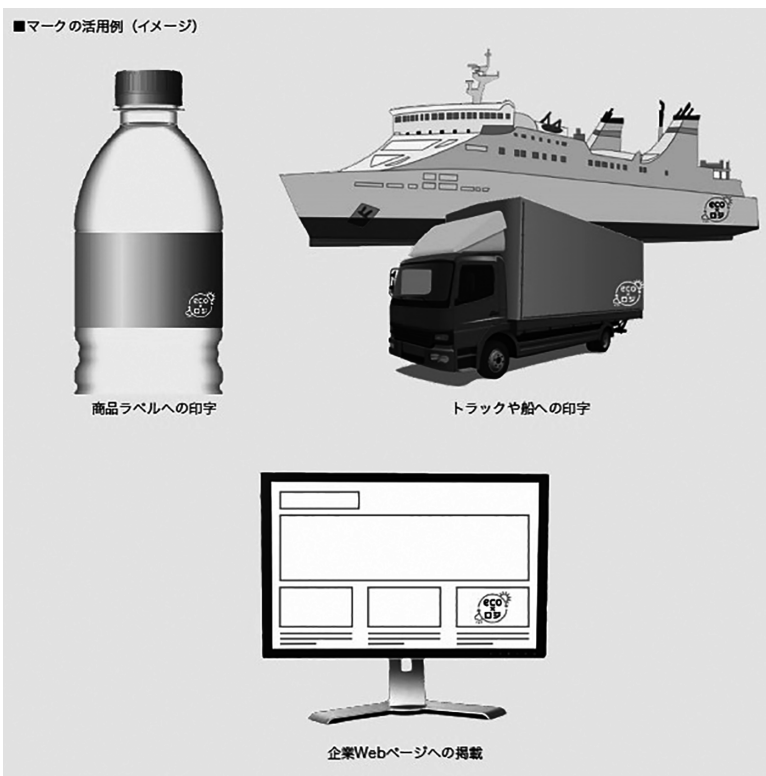
同協会は動き出したのである。

ちなみに、経産省の補助事業として、2014年度から進めて来た省エネ物流プロジェクトでは、天気予報を駆使した需要予測で、食品ロスの20〜30%削減とモーダルシフトを推進、CO2を48%削減することに成功している。

「eco×ロジ」マークは、同プロジ

エクトのまさに発展型で、「商品需要予測の情報を基に生産、配送、在庫管理等を行っている」企業・団体であることの意味表明でもある。

天気予報を使ってCO2を減らし、大切な「食べ物」を無駄にしない取り組み——。同協会は、物流・流通や食品関連に限らず、あらゆる企業・団体に賛同を呼びかけている。



■マークの活用例（イメージ）



商品ラベルへの印字



トラックや船への印字



企業Webページへの掲載