

#残さず  
いただきます

2

## 余った食べ物が大変身! 各企業の削減術

食品ロス削減のため、各企業でもさまざまな取り組みが行われています。

今回は、その中からいくつかの事例をピックアップ。通販サイトから身近な商品、ファミリーレストランでの取り組みを紹介します。

### 「もったいない」がきっかけ。豊洲市場の「訳あり品」を販売



豊洲市場に入荷される旬の水産物や青果物を販売する通販サイト「豊洲市場ドットコム」では、全国に新鮮な食材を届けているだけでなく、運営を通して食品ロス削減にも取り組んでいます。

「豊洲市場ドットコム」をはじめ、お取り寄せサイト「うまいもんドットコム」など、全国各地の食品を販売するサイトを運営している(株)食文化の萩原代表に、食品ロス削減への想いや今後の課題を伺いました。

#### 市場との連携で スタートした 「豊洲市場ドットコム」



最初は「うまいもんドットコム」という、産地直送のマニアックな食材やこだわりの商品を販売するサイトの運営を始めました。そこから新鮮食材の販売もやってみようということで、当時の築地市場を訪ねました。インターネットで新鮮食材を販売したいので協力をほしいと相談し、その後スタートしたのが「築地市場ドットコム(現在の豊洲市場ドットコム)」です。品質の高い青果物や水産物を誰でも自宅で楽しめるように、市場の卸売業者や仲卸業者と提携しながら運営しています。



### 「ランチパックの「パンの耳」は どうしているの!?」



山崎製パン(株)の「ランチパック」シリーズは、ふんわりとした食パンにピーナッツ、たまご、ツナマヨネーズなどさまざまな具材をサンドした超ロングセラー商品。2019年にはシリーズ累計で約4億パックを売り上げています。そんなランチパックは、製造過程で食パンの「耳」がカットされますが、その食パンの耳はどうしているのでしょうか。

#### パンの耳がラスクに変身!



ランチパックの製造過程で発生するカットされた食パンの耳は、100パーセント有効利用されています。食品の原料として利用することを第一に取り組み、グループの製菓会社である(株)末広製菓では「ちょいパクラスク」として生まれ変わります。また、委託先のパン粉メーカーで業務用のパン粉として製品化。そのパン粉は山崎製パン(株)の総菜パンの具材であるメンチカツのつなぎとしても利用されています。さらに、その他には、豚や鶏の飼料原料として活用。このように、ランチパックを製造する過程で副産される食パンの耳は、無駄なく有効利用されています。

#### 「パンの耳」だけじゃない 食品ロス削減のための取り組み

食パンの耳以外にも「まるごとバナナ」を生産する際に、製品の大きさを統一するために切り取ったバナナの両端を「切れるバナナパウンドケーキ」の生地練り込むことで有効利用。他にもバナナを包んでいるケーキスポンジのカット部分を「りんごのパイケーキ」として利用しています。また、全国の各工場と地元の生産者と協力し、規格外の農産物を加工してジャムなどの製品にすることや、包材の改善によって科学的根拠に基づいた消費期限の延長を実施。食品の有効利用だけではなく、さまざまな視点から食品ロス削減に取り組んでいます。



#### 「訳あり商品」の 価値を再定義



災害など、さまざまな理由から出荷できなかったり、売れ残ったりする青果物や水産物があります。実際に被害にあった農家さんのところへ足を運び、出荷できなかった食材を食べたことがあります。味や品質に大きな変化はありませんでした。「少しの傷があるだけで廃棄されるのはもったいない!」と感じ、訳あり商品として販売することを開始。このような想いから、行き場に困っている商品を市場や産地から直販することで、食品ロス削減に取り組んでいます。当社では食材の仕入れはもちろん、通販サイトのシステム開発や商品の梱包、物流、カスタマーサービスなどすべて自社で実施。そのため、日持ちのしない新鮮食材でも品質を保ちながらスピーディーに消費者の皆さんへお届けできます。

#### 農林水産物の 食品ロスを 減らすという使命



私自身もプライベートで畑を所有し、さまざまな作物を栽培しているため、生産者がどのような気持ちで農林水産物を育てているのか、また、消費者の手に届かず廃棄になる時のつらい想いもわかります。そのような生産者を応援したいという想いと、おいしい農産物を無駄にしないというマインドが私たちの取り組みにつながっています。食品ロス削減のためには、その状況を見て臨機応変な対応が必要です。また、生鮮の食品ロス削減は、時間との戦いでもあるので、よりスピード感のある取り組みを続けていきます。



#### 協力企業プロフィール

(株)食文化 代表取締役社長 萩原 章史さん

2001年に(株)食文化を起業し、インターネットやパソコンができない生産者を支援するためのネット販売システムを構築。日本人を元気にすることをミッションに掲げ、「うまいもんドットコム」をスタート。2004年には、東京都中央卸売市場と提携し、全国の特選フルーツや野菜を宅配する新ビジネス「築地市場ドットコム(現 豊洲市場ドットコム)」を開始。



今回教えてくれたのは /

今回教えてくれたのは /

協力企業プロフィール

#### 山崎製パン(株)

山崎製パンは1948年創業の製パン企業。食の安全、安心を確保するため、食品安全衛生管理を徹底。異物混入防止、わかりやすい製品表示、お客様対応の充実に努めている。また、環境への取り組みとして、科学的根拠に基づいた消費期限の延長、フードバンク団体への寄贈も実施している。



### 「独自の 방법으로食品ロスや 食品廃棄物削減に 取り組む企業」

残さずに食べる喜びを体験!

びっくりドンキー  
(株)アレフ



全国に展開するハンバーガーレストランチェーンのびっくりドンキーでは、小学生以下の子供達を対象にした完全応援イベント「もぐチャレ」を実施しています。料理を完食してお皿をピカピカにすることでお店から表彰状がもらえ、2回成功すると次回来店時にオリジナルデザートがプレゼントされる企画です。子ども達はチャレンジ成功の達成感に喜びを感じ、苦しい食べ物に挑戦し、料理を残さず食べようという意識が高まります。子ども達の健やかな成長を願い、残さずに食べる喜びを体験してもらうために始められたもぐチャレ。食品ロス削減はもちろん、食育にもつながっています。※一部「もぐチャレ」を実施していない店舗があります。実施店舗はホームページにてご確認ください。



廃棄食材から天然の染料を抽出!

CONVERSE(コンバース)  
コンバースジャパン(株)



男女問わず人気のブランド「CONVERSE(コンバース)」は、環境に配慮した素材を使用するシリーズ「converse e.c.lab」を販売。アップパー(底を除いた靴の甲の部分)の生地は、従来捨てられていた規格外の食材や野菜の切れ端など、廃棄予定の食材から抽出した染料で染め上げられています。カラーはハーブから抽出したグレー系の「ジュニバー」や紫キャベツの鮮やかな色彩を残した「パープルキャベツ」などを展開中。天然染料を90パーセント以上使用しているため、ナチュラルで優しい色合いに仕上がるのが特徴。また、生地はすべて染色堅牢度(色の丈夫さ)の試験をクリアしているため、長く履き続けても色落ちしにくくなっています。廃棄されるはずだった食材を染料に加工し、ファッションとして再活用するという食品廃棄物問題の新しい解決法です。



ろすのんから一言  
余った食パンの耳がお菓子に変身しているなんて  
ビックリだのん!