

# 事業実績報告

株式会社オカラテクノロジズ  
25.07.15作成

# 1.食品ロス削減緊急対策モデル支援事業

## 【事業課題】

- ・本国内では年間70万トンのおからが発生していますが、そのうち食用利用はわずか1%に留まっている。おからの食用利用が進まない主な要因は、利用ノウハウの不足・おからへのイメージである。

## 【解決策】

- ・当社はそんなおからの研究開発に特化し、最も収益につながる食用利用での商品化を行っている。具体的には、インフルエンサーの方々の協力を仰ぎ、お客様視点での声を吸い上げ商品開発を行う。

## 【3つの戦略】

- ・「おからを食用利用した方が儲かる」を実現するため、
  - ・①各地域でのおからの利用用途を調査し現状を把握②出口となる商品の開発③またそのニーズを数値で検証するためにオンラインでの販売促進することに本事業では注力をする。

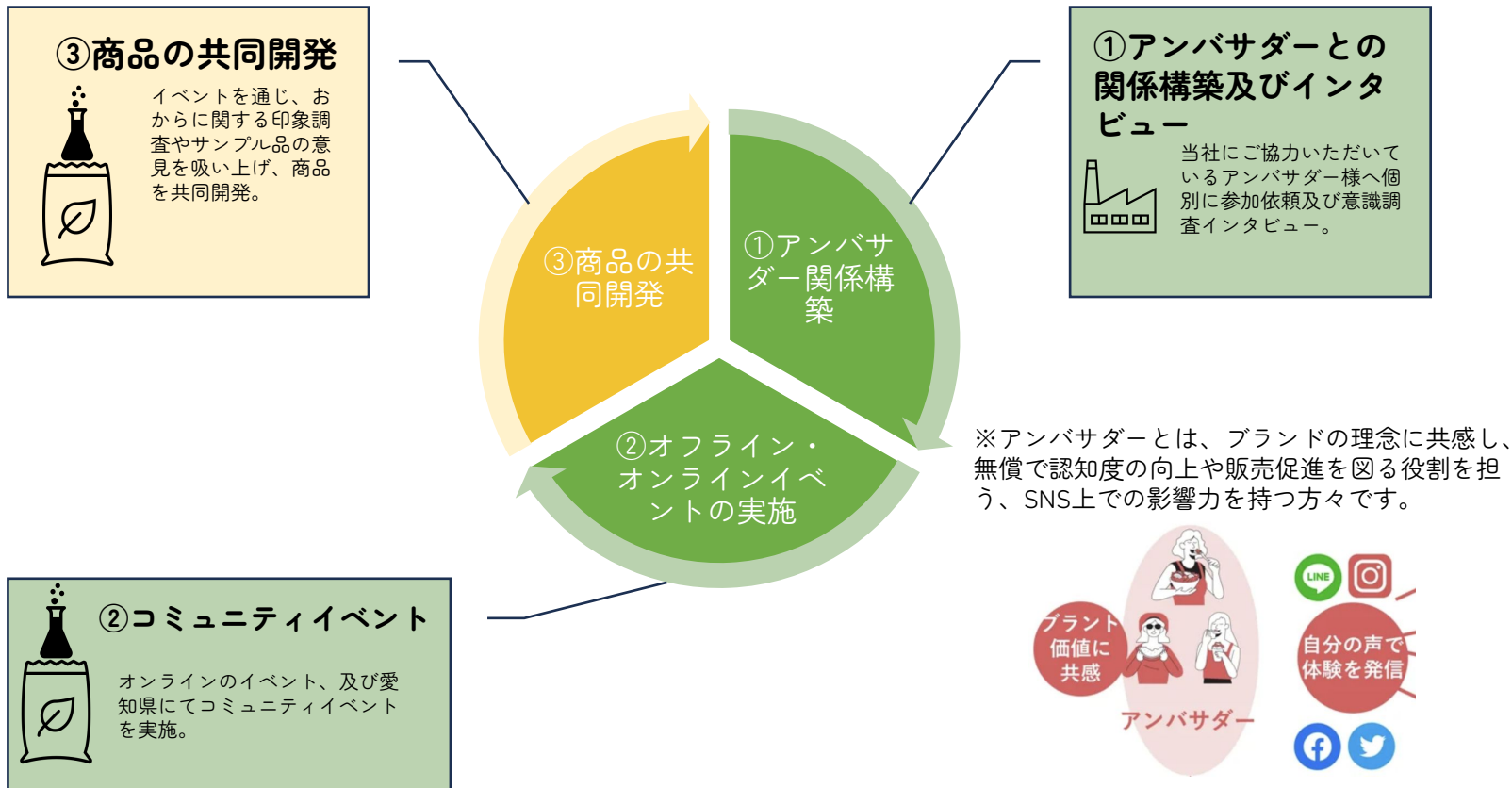
## ▼おからの現状の利用状況(推測)



現状、明確な廃棄コストは  
可視化されておらず、  
**捨てるのが楽だから捨てる**  
という状況。

## 2.事業実施計画概要

おからの食用利用を当たり前にするため、影響力のあるブランドアンバサダーをコミュニティ化し(①及び②)、商品開発(③)・イメージアップを一手で実現する。



### 3.事業実績

## OKARATアンバサダーとは？

当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださるSNS上で影響力を持つインフルエンサーの方々。

#### 主なサービス内容（機能）

- ✓ Instagramにてフォロワーが5,000人以上いる方
- ✓ OKARATの理念・商品に共感をしてくれる方
- ✓ 拡散・活動の普及に、ご厚意で無償で協力してくださる。

#### アンバサダー人数

アンバサ  
ダー数  
200名

総フォロワー数  
1,000万名以上



okarat\_official

プロフィールを編集

投稿108件

フォロワー1.2万人

OKARAT | おからといえば、オカラット

@okarat\_official

おからの廃棄をゼロにしたい工場長（74）  
これまで「5,000kg以上」のおからを救出🌱

🌱 おから商品で、人と地球の健康を当たり前に

👉 ... 続きを読む

👤 okarat.jpと他3人

## 【下記は投稿例】



## 3.事業実績

当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださるSNS上で影響力を持つインフルエンサーの方々。

### ①アンバサダーとの関係構築 及びインタビュー



|                 |                                                                  |
|-----------------|------------------------------------------------------------------|
| アンバサダー<br>(20名) | 1. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 2. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 3. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 4. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 5. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 6. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 7. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 8. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 9. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。  |
|                 | 10. アンバサダーの選定基準は、SNS上で影響力を持つインフルエンサー、当社の理念に共感し、無償で活動をPRしてくださる方々。 |

20名の方へのインタビューを実施し、インフルエンサーの潜在的ニーズであったり、活動の背景であったり、フードロス解決への共感へと繋げることができた。

### ②コミュニティイベント



オンラインイベントを2回、オフラインイベントを2回実施した。多くの方からご好評の声を頂き、イベント後のコミュニケーションの活性化がみられた。

### ③商品の共同開発



できた商品のうちの1つとして、えびせんべいが6/10に発売。また、今後の発売予定として決まっている商品として、①ベーグル(ベーグリ社)②フィナンシェ(ルコラ社)、③チョコ(イトウ製菓)、④野菜ぼうろ(岩本製菓社)⑤野菜どーナつ(大幸社)。

### ★事業の効果

#### 1.未利用資源の活用

- ・新商品の販売が開始されたため、今後、製造記録と日本乾燥おから協会様との連携に基づき、具体的なおから利用量を計測。現在の生産計画、目標である年間10,000トン（利用率1.5%）の達成に向けた基盤を構築。
- ・アンバサダーコミュニティとの共同開発により、計5商品（ベーグル、フィナンシェ、チョコ、ベーグル、野菜ぼうろ、野菜どーナつ）の開発・製品化を実現しました。これは目標としていた「開発商品数」を具体的に達成。

#### 2.食品ロス削減

- ・廃棄量削減効果:発売された「えびせんべい」及び今後発売される商品の製造量に比例して、未利用資源の活用率向上し、廃棄量を削減。平均5%のおからを配合。
- ・消費者普及効果:事業の核となる20名のアンバサダーとの関係構築に成功しました。さらに、満足度の高いコミュニティイベントを4回実施したことで、コミュニティ内のコミュニケーションが活性化（返答率100%）しており、今後の普及活動を担う強固な組織基盤が形成されました。このコミュニティの成長を四半期単位で継続的に計測予定。

## 3.事業実績 ①アンバサダーとの関係構築及びインタビュー



|                   |     |                                                                       |
|-------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------|
| おからについて<br>[3min] | 3-1 | おからに関する印象を教えてください。「おから」と聞いて思い浮かぶことを3つ教えてください。→また、おからの健康問題についてご存知でしたか？ |
|                   | 回答  | 健康な印象はある。                                                             |
|                   | 3-2 | OKARAT商品をお召し上がり頂くよりも前に、おからを買ったことはありますか？またはそれはなぜですか？                   |
|                   | 回答  | おからがこんなに美味いとは知らず驚きました。                                                |
|                   | 3-3 | OKARATの商品を通しておからの印象は変わりましたか？変わった場合、どんなイメージから、どう変わりましたか？               |
|                   | 回答  | 食べておいしくて、体にもよくて、健康的に地球環境をよくすることにつながるのであれば、より多くの方に活動を知って欲しいと思った。       |

|                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| アンバサダー運営に関するご質問<br>[9min] | 1  | OKARAT以外にもアンバサダー活動をされている、もしくは過去されていたブランド・商品はございますか？                                                                                                                                                                                                  |
|                           | 回答 | 今はとんだい<br>友達の美容師のモデルとかはあるけど...                                                                                                                                                                                                                       |
|                           | 2  | （他社ブランド・商品でアンバサダーをされていた場合）そこではどのような活動がありましたか？                                                                                                                                                                                                        |
|                           | 回答 |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                           | 3  | （過去のアンバサダー活動の中でミーティング・オフ会系の活動があった場合）参加しやすかった点、参加しづらかった点をそれぞれ教えてください。                                                                                                                                                                                 |
|                           | 回答 | フィットネスじゃなくて商品だったらポップアップやるときにアンバサダー呼ばれたりした。<br>機嫌のつながりが大事だと思うのでオンラインではなく<br>オフラインで人と会って直接商品を手にとってやった方がいい。                                                                                                                                             |
|                           | 4  | 今年はプレゼントキャンペーンを開始し始めたのですが、実はアンバサダーの想像とコラボしたプレゼントキャンペーンを検討しております。併せてですが、〇〇様も、他のアンバサダー様も、OKARATのアカウンをフォローしてくれた方に商品プレゼント。のような形で、OKARATを通してアンバサダー様同士のコラボ企画を実現したいです。もしそういった企画があった際にお返しいまさせていただきますでしょうか？                                                   |
|                           | 回答 |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                           | 5  | アンバサダー様の輪を広げていきたいと考えておりまして、おそえ様がご交友のある発信者の方でOKARATと相性が良さそうな方はいらっしゃいますでしょうか？                                                                                                                                                                          |
|                           | 回答 |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                           | 6  | 興味関心が近いアンバサダー様でチームを作って、一緒に商品開発を行っていく企画も検討しております。こんな企画は嬉しい。仮にもし面白いものがあれば教えてください。                                                                                                                                                                      |
|                           | 回答 | 時を運べるもの<br>いつも魔を入れていて、店の場を使わずに自分の場を渡ったり、子供がなかなかしどきときあがりたりする。<br>女の子は基本質問が多いので多少気に入れば時を運ぶと使う<br>移動中にばっさと口に入れられるもの<br>透明な入れ物に収めるものが数人入ったジョコバー的な（カカオ粉/バレンタインとか書いてあるとよきそう）<br>カバンに入っている人にもシブいしやういし写真も撮りやすいし、本当に毎日使ってる感じがする<br>コーヒーに合うもの（糖液は芋げん、干し芋、ようかん） |

### インタビューの目的とゴール

- 目的:
  - おからのイメージ調査、および利活用ノウハウのヒアリング
  - 今後の活動における「やるべきこと」の明確化
  - 各アンバサダーとの関係性構築
- ゴール: 20名のアンバサダーへのインタビュー実施

### インタビュー実施結果まとめ

- 実施数: 20名
- 主な成果:
  - アンバサダーのインサイトの把握
  - アンバサダーの活動背景の理解
  - フードロス解決への共感醸成

### アンバサダーの声から見えたこと

- おからに対するイメージの変化
- 活用方法や発信方法への理解

### 3.事業実績 ①アンバサダーとの関係構築及びインタビュー



#### 質問内容

1. 各インフルエンサーの発信内容やきっかけ
2. おからに対する印象
3. OKARAT及び当社製品を通して、「おから」に対する印象変化
4. どんな商品が欲しいか？

#### 回答

1. 自分の生活で良いと思ったことをシェアしたかった/個人で稼ぐ力をつけたい/趣味の延長
2. お豆腐に作る時に出的おからは全部再利用されていると思っていた/おからの印象はほとんどない/おからクッキーのイメージ
3. おからがおしゃれになった/おからは美味しい/いろんなものに活用できる
4. おつまみ系/賞味期限が長い製品/調味料

#### 回答を踏まえ 整理されたこと

「食品ロスを減らす」といった“利他”的な訴求よりも、「美味しい」「おしゃれ」「健康に良い」といった“利己”的なメリットを前面に出す方が効果的と判断。  
その上で、当社の取り組みが広く普及することが最適な状態と捉えている。

引き続き、多様な商品・ジャンルの開発を進めることで、おからに対するイメージを変えていくことが、結果的にフードロス削減につながると考える。

### 3.事業実績 ①アンバサダーとの関係構築及びインタビュー例



#### 1.各インフルエンサーの発信内容やきっかけ

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1-2 | Instagramのアカウントでの発信を開始されたきっかけは何だったのですか？                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 回答  | <p>・レシピを発信しようと思ってではなくマネタイズするためにSNSを始めた（アフィリエイトするきっかけ）でも伸ばすのが難しかった<br/>→フォロワーさんに与えられる価値、フォロワーさんに役立てるようもともと自分が料理が好きだったのでレシピ発信するように</p> <p>20代後半でストレスで甘いものを食べたりして不健康的に太りそこでダイエットを決意。<br/>それまでは食の知識はほとんどなかった。<br/>そこからインスタでヘルシーレシピを学んで食べながら痩せるを学んだ。<br/>その経験を生かしておいしいものを食べながら痩せたら楽しいかなと思い発信</p> |

#### 2.おからに対する印象

|     |                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3-1 | おからに関する印象を教えてください。（「おから」と聞いて思い浮かぶことを3つ教えてください。）→また、おからの廃棄問題についてご存知でしたか？                                                                                                                                                         |
| 回答  | <p>今では好きな食材だけど、万人受けするものではないイメージ<br/>食事を気にする前は、ぼろぼろするし、食べにくい、使いづらいし、あえて使おうとは思えなかった<br/>ダイエット前は使っていない、けどダイエットするぞ！になってからはお菓子をつくる際にお菓子とかをおからで作ってた<br/>お店でもあまり大々的に売ってるイメージはない。</p> <p>産業廃棄物という認識は若干あったが、その規模感は知らなかったのもったいないなと思った</p> |

#### 3.OKARAT及び当社製品を通して、「おから」に対する印象変化

|     |                                                                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3-3 | OKARATの商品を通しておからの印象は変わりましたか？変わった場合、どんなイメージから、どう変わりましたか？                                                       |
| 回答  | <p>・おかずしかないと思っていたがおやつになるといい！子どもも食べてくれる。<br/>・廃棄されるのを防げるというのか良いと思う。<br/>・そもそも食べれるものという認識が低いのもう少し広めてもいいと思う。</p> |

#### 4.どんな商品が欲しいか？

|    |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| -6 | 興味関心が近いアンバサダー様でチームを作って、一緒に商品開発を行っていく企画も検討しております。<br>こんな商品が欲しい、などもし思いつくものがあれば教えてください。                                                                                                                                                                 |
| 回答 | <p>おからせんべいとかあっていいかも、プレスしてるようなもの<br/>息子もえびせんべい好き（いろいろなわさびとか梅とかフレーバーがあると楽しそう）＊市販のものはアミの酸とかも入っちゃってる<br/>タンパク質をお菓子で子ども食べさせられたら良いなって思う。自分で意識しても足りてないことが多い、<br/>子どもにとっておやつ時間は補食の時間なので<br/>おいしくてタンパク質もとれるのがうれしい！<br/>商品開発のしくみやどういう経緯で商品ができていくのかも教えてほしい！</p> |

### 3.事業実績 ①アンバサダーとの関係構築及びインタビュー



以下の流れで実施いたしました。

#### ダイレクト メッセージ

Instagram経由で、お打ち合わせ依頼のダイレクトメッセージを送付。



#### 日程調整

先方の現状を担当者がヒアリングすべく  
打ち合わせの日時についてご連絡をいたします。



#### インタビュー

フォーマットに沿ってインタビュー実施。



#### お礼・まとめ

インタビューの御礼のご連絡を入れさせていただく。  
議事録にまとめを行う。

### 3.事業実績 ②コミュニティイベント まとめ



- **目的:**
  - アンバサダー間の交流促進とエンゲージメント向上
  - OKARATブランドへの理解と愛着の深化
  - 今後の活動への意欲向上
- **当初のゴール:**
  - オンラインイベントの実施 (2回)
  - オフラインイベントの実施 (2回)
- **イベント実施実績**
  - **オンラインイベント:** 2回実施
  - **オフラインイベント:** 2回実施 (当初計画より1回追加実施)
- **実施業務**
  - イベント招待 (案内送付)
  - 準備 (コンテンツ制作、会場選定・設備手配、装飾等)
  - イベント開催 (進行、参加者サポート)
  - 開催後フォロー (アンケート実施、御礼連絡、写真共有等)
- **イベント実施結果サマリー**
  - **参加者からの評価:**
    - 「多くの方からご好評の声を頂いた」
    - 「イベント後のコミュニケーションの活性化が見られた」
  - **アンケート結果:**
    - 返答率: 100%
    - 満足度: 5点中 **4.75点** (高い満足度を示唆)

### 3.事業実績 ②コミュニティイベント@オンライン

25年3月30日、オンラインイベントを開催。



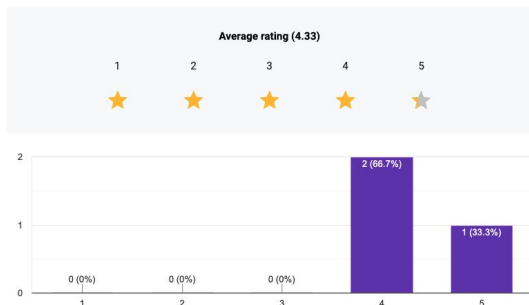
参加者: OKARATアンバサダー 6名

1. イベント目的：おからのイメージアップおよび知識深化/OKARAT商品開発への意見収集/超活に寄与するおからの勉強会
2. 実施結果：参加者満足度: 4.33点/5点 (高評価)/おからへのポジティブイメージ醸成と知識向上達成。/腸活の大事さ、栄養の深さへのプラスなコメントあり。
3. 内容：自己紹介、活動紹介、腸活勉強会、商品開発意見交換
4. 今後の展開：腸活起点でのおからの素材としての良さを深めた中で、主食におからを使うと良いのでは？という意見があがった。

#### 2. 満足度

3件の回答

グラフをコピー



#### 3. 選んだ理由

3件の回答

腸活の大事さ、栄養の深さを学べたから

情報盛りだくさんでとても勉強になったし楽しかったです！

時間や話すペースがちょうどよく、内容も簡単なものから詳しいことまで幅広くて勉強になったため

## 3.事業実績 ②コミュニティイベント@東京

25年3月9日 (土)に東京都新大久保で以下のイベントを開催したことを報告。



参加者: OKARATアンバサダー 10名

1. イベント目的: おからのイメージアップおよび知識深化/OKARAT商品開発への意見収集/アンバサダー関係性強化

2. 実施結果: 参加者満足度: 4.75点/5点 (高評価)/おからへのポジティブイメージ醸成と知識向上達成。/商品開発に繋がる貴重な意見・アイデアを多数獲得。/アンバサダー間交流深化、コミュニティ活性化を確認。

3. 内容: 自己紹介、活動紹介、商品開発会議、試食会

4. 今後の展開: 今回の成果に基づき、アンバサダーの声を活かした商品開発推進、およびコミュニティ活動継続により、OKARATブランド価値向上とおから魅力発信を加速。

### 2. 満足度

8件の回答

グラフをコピー



### 3. 選んだ理由

8件の回答

OKARATの皆さんの活動ことも雰囲気も知れたから。またアンバサダーさんのお話も聞けて新しい輪ができたから。新商品の試食もできて、一員になった感じがして嬉しかったです！

テンポよく商品、おからの魅力が伝わりました。。

終始楽しく進めていただいたので、緊張せずに心から楽しめました。

いろんな方と交流できた

楽しかったです！もう少しだけ時間が長いとよかったです

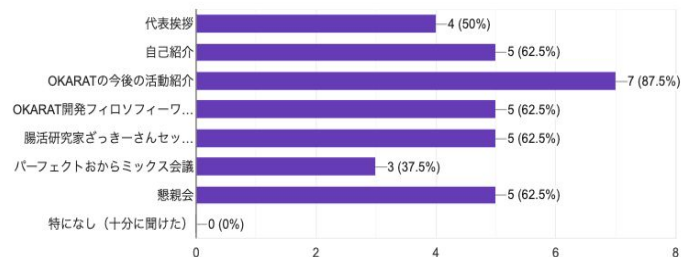
とにかくあたたかかったです！連れて行ったにも関わらず温かく向かい入れてくださり、しかも子供連れのやこしい中、子供が抱きかかえるように声掛けやおもちゃまで準備いただき、本当にありがとうございました。本来なら躊躇うところを受け入れてくださったので、参加することができました。おむつ袋までお声がけくださり本当にありがとうございました。オカラット様の想いや同じアンバサダーさんとお話する機会ができて貴重な時間となりました。

OKARATのみさんに実際に会えてお話が出来たこと、アンバサダーの方と機が合いが良かったこと

### 4. 特に良かった点

8件の回答

グラフをコピー



### 3.事業実績 ②コミュニティイベント@名古屋

25年5月31日(土)に愛知県名古屋市で以下のイベントを開催したことを報告。



参加者: OKARATアンバサダー 40名

1. イベント目的: 地域アンバサダーとの交流深化/OKARATブランドへの理解促進/コミュニティのさらなる活性化
2. 実施結果: 参加者満足度: 4.8点/5点(極めて高評価)/名古屋地域のアンバサダーとの強固な関係性構築。/OKARAT製品への理解促進と愛着醸成に貢献。/アンバサダー間の新たな繋がり創出、地域コミュニティの活性化を確認。
3. 内容: 自己紹介、活動紹介、商品開発会議、試食会
4. 今後の展開: 今回の成功を踏まえ、地域ごとのアンバサダーコミュニティ形成を推進。地域密着型の活動を通じて、OKARATブランドの全国的な認知度向上と、アンバサダーによる継続的な魅力発信を強化。

#### イベント概要

 日時: 5/31(土) 11:00~13:00

受付開始時間 | 10:40~ (★事前にご案内する)

 会場: [スタスタ久屋](#) (名古屋市中区丸の内3丁目6-21 久屋鍛冶町ビルディング3F)

Map:  Sutasuta

 イベント内容:

① 野菜ドーナツの試作&試食タイム

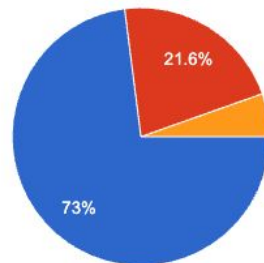
② 軽食を囲んでのランチ&座談会 (簡単な軽食をご用意します)

 参加予定人数: 36名ほど (うち、一般のお客さまも1~2名いらっしゃる予定です)

 参加費: 無料 (一般の方も無しで!)

1. 参加案内(事前連絡や受付)はスムーズでしたか?

37 件の回答



- とてもスムーズだった
- ややスムーズだった
- 普通
- やや分かりづかった
- スムーズではなかった

### 3.事業実績 ③商品の共同開発



以下5社で5商品のおから商品を0から企画し試作・開発にトライ。

(1)ベーグル

食物繊維入  
ヘルシーベーグル

(2)フィナンシェ

無添加/グルテ  
ンフリー

(3)チョコ

植物性  
タンパク質

(4)ぼうろ

子供向け  
野菜ぼうろ

(5)ドーナツ

もちもち  
米粉入り

## (1) ベーグル 食物繊維入



開発コンセプト：子供と安心食べられる栄養たっぷりの簡単主食

・ターゲット：30-40代の子持ちの忙しいママ  
特徴・総評：野菜パウダーとおからパウダーを加え、食物繊維豊富で栄養訴求ができる商品を開発。

## (2) フィナンシェ 無添加/グルテンフリー



開発コンセプト：忙しい時に片手で食べられるヘルシー間食。

・ターゲット：30-40代の子持ちの忙しいママ特徴・総評  
：添加物を使用せずにおからの特徴を出し、1つで十分な満足感がありながら100kcal強/個に。

#### (3)チョコ植物性タンパク



開発コンセプト：ギフトにもあげられるヘルシーおやつ

- ・ターゲット：30-50代のダイエット、糖質制限、美容に関心のある女性

特徴・総評：植物性のタンパク質を豊富に含んだチョコクラッシュタイプで開発。

#### (4)ぼうろ子供向け野菜入



開発コンセプト：子供が食べられるお野菜入おやつ

- ・ターゲット：1-3才のお子さん

特徴・総評：子供にしっかり栄養をとってもらえるおから＆野菜入りぼうろを開発。

#### (5)ドーナツもちもち



開発コンセプト：野菜入りで栄養が取れグルテンフリーなドーナツ

- ・ターゲット：30-40代の子持ちの忙しいママ

特徴・総評：複数の野菜フレーバーと、おからの保水性をいかしたもちもち食感のドーナツを開発。

## ★事業の効果

### 1.未利用資源の活用

- ・新商品の販売が開始されたため、今後、製造記録と日本乾燥おから協会様との連携に基づき、具体的なおから利用量を計測。現在の生産計画、目標である年間10,000トン（利用率1.5%）の達成に向けた基盤を構築。
- ・アンバサダーコミュニティとの共同開発により、計5商品（ベーグル、フィナンシェ、チョコ、ベーグル、野菜ぼうろ、野菜ドーナツ）の開発・製品化を実現しました。これは目標としていた「開発商品数」を具体的に達成。各商品おからの配合量を全体の5%を目標値に開発。（※）

### 2.食品ロス削減

- ・廃棄量削減効果:発売された「えびせんべい」及び今後発売される商品の製造量に比例して、未利用資源の活用率向上し、廃棄量を削減。具体的な削減効果は、今後の販売実績に基づき定量的に検証。
- ・消費者普及効果:事業の核となる20名のアンバサダーとの関係構築に成功しました。さらに、満足度の高いコミュニティイベントを4回実施したことで、コミュニティ内のコミュニケーションが活性化（返答率100%）しており、今後の普及活動を担う強固な組織基盤が形成されました。このコミュニティの成長を四半期単位で継続的に計測していきます。

### 3. 明らかになった課題とその解決策

- ・おからのネガティブイメージ  
→「安価・地味」という先入観が購買障壁に。  
対策：美味しさ・おしやれさを前面に出した訴求で、“利己的メリット”を強化。
- ・原料供給の不安定さ  
→乾燥おからの安定調達に難しい場面があった。  
対策：複数事業者との連携・保存方法の多様化で安定供給体制を構築中。
- ・共感と購買のギャップ  
→サステナ訴求に共感はあるが、購入には結びつきにくい。  
対策：試食・イベント・アンバサダーを通じ、体験機会を創出し購買へ誘導。

※小麦の年間使用量が約550万トンと言われており、一方でおからの発生量は年間約70万トン。仮に小麦の8分の1がおからに置き換えることができれば全量食用利用が可能となるため、目標値を5%に設定。  
参考資料”農林水産省HP”：[https://www.maff.go.jp/j/seisan/boueki/mugi\\_zyukyuu/index.html](https://www.maff.go.jp/j/seisan/boueki/mugi_zyukyuu/index.html)

## 今後の展望

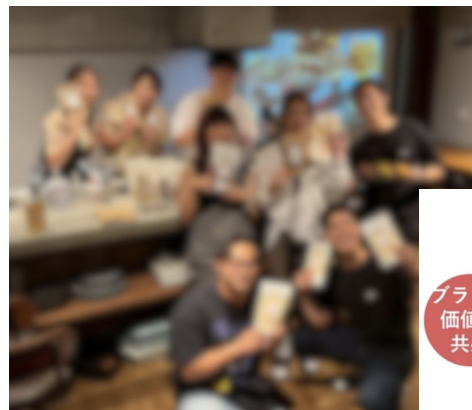
商品の種類が増えることで、おからに対するイメージがポジティブに変化することを確認。その結果を踏まえ、今後は以下の2点を軸に事業を展開する。

### ① 商品開発の拡充



カテゴリ・用途をさらに広げ、多様な商品ラインナップを開発。  
“おから＝ヘルシーでおしゃれ”という新たな認知の定着を目指す。

### ② アンバサダーコミュニティの発展



今回形成したコミュニティを継続・拡大し、「おから普及アンバサダー」としての役割を強化。  
※25年6月には大阪で2回のイベントを実施済。今後も全国展開を視野に活動を推進。