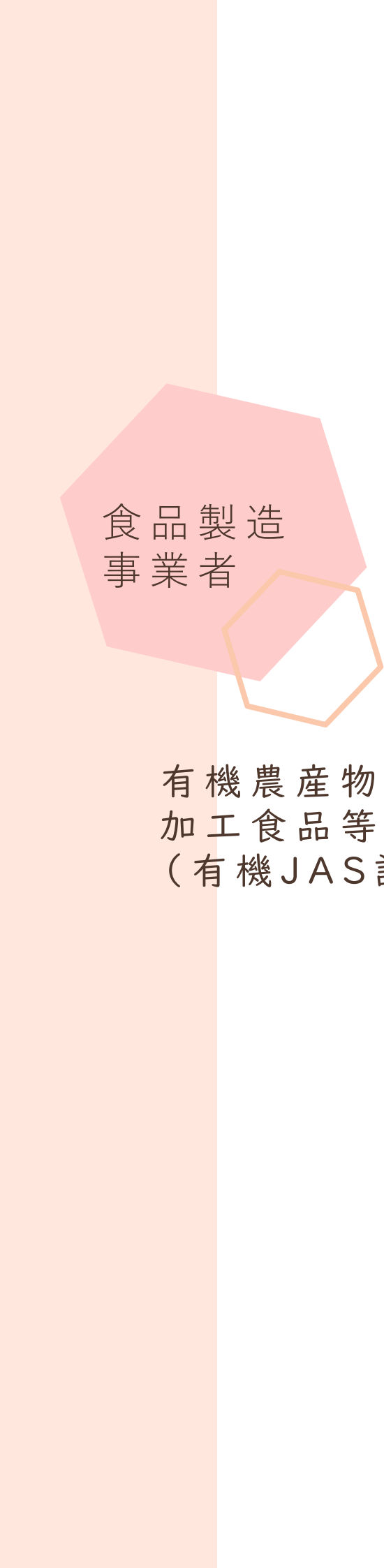




食品製造
事業者

有機農産物を原材料に使用した
加工食品等の製造取組
（有機JAS認証の取得含む）

株式会社丸久小山園

（京都府宇治市小倉町寺内86）

京

製

一元禄年間から宇治小倉の里で茶の製造を手掛ける日本茶製造販売会社一

背景及び経緯

10年以上前から、必要性を感じて進めてきた。

取組等の目的

自社商品のラインナップの拡充を目的に実施した。



具体的な内容

有機商品である「有機栽培抹茶 金印 40g缶・20g缶」、「有機栽培抹茶 銀印 40g缶・20g缶」「有機栽培抹茶 緑印 40g缶」の製造・販売である。

課題と展望等

認定機関に管理下に置かれる有機商品は、そうでない商品に比べて値段が割高で、風味や香り等が落ち、更に、生産量も限りがある為、収益性に課題がある。また、有機商品を販売したら売れる補償もなく、そうでない商品に比べて商品回転率も速いと言えない。その為、有機商品として仕入れたが、有機商品として売らず低農薬商品として名称変更を行い、割安な値段で販売を行ったりしている。

株式会社松岡製菓

(大阪府大阪市住之江区東加賀屋2-13-22)



ー昔なつかしい大阪名物「満月ポン」を製造する大阪の老舗メーカーー

背景及び経緯

現在進行中の取り組みであるが、満月ポンやポン菓子が年配の方向けのお菓子というイメージから、新たな付加価値のある商品へと昇華させるために取り組みを開始した。

取組等の目的

新たな顧客の獲得、より幅広い客層を拡大させるためである。

具体的な内容

有機農産物を使用した新商品のテストを2～3年前から実施しており、商品自体は完成している。

課題と展望等

有機食品に関する制約や商品販売のための認証、その申請関連の事項をクリアしていくことが今後の課題である。



株式会社上方ビール

（大阪府大阪市東淀川区西淡路3-15-6）



ー大阪・淡路にあるクラフトビール醸造所ー

背景及び経緯

当社は銭湯跡地をリノベーションしたクラフトビール工場であり、コロナ禍における飲食店における酒類販売が激減し、経営戦略の転換が必須となる中で、創業当初より課題であった産業廃棄物となるビールの麦芽の再活用を検討した。

取組等の目的

海外ではスーパーフードとして着目されているビール搾りかす大麦のアップサイクル（廃棄されるものを再価値化する）は、SDGsの観点からも重要であり、フードロスの削減であり、そもそも、有機農産物である、この麦芽が産業廃棄物として破棄せざるを得ない現状は、何としても打開したかった。

具体的な内容

就労継続支援B型事業所を取得されている一般社団法人のヤドリギアートさんとの良い出会いがあり、当社のビール搾りかす大麦を利用したお菓子作りを協議・検討し、現在は大麦グリッシーニを当社においても販売している。



課題と展望等

ビール搾りかす大麦のアップサイクルをはじめとした様々な事業展開を行っているが、小さなクラフトビール工場だからこそ、顧客ニーズに合わせた柔軟なサービスデザインが出来ると自負している。ファンクラブやオンラインサロンも運営しており、6次産業化を目指す中で、デジタルマーケティング及びデータ分析は重要な課題だと考えている。

大松食品株式会社

(大阪府大阪市東住吉区今林2-7-17)



－「巻き寿司イノベーション」を掲げる冷凍巻き寿司を製造する大阪の企業－

背景及び経緯

有機原料を売りにしている通販や生協等の企業より、「おせちの開発や製造を行ってほしい」との要望があった。

取組等の目的

有機原料を扱う取引先企業からの「有機農産物を原材料にした、おせちの開発・販売の製造」に対する要望に応えるため。

具体的な内容

おせちの製造を行う行程の中で、取引先の要望である「有機農産物を原材料にしたおせちの開発や製造」に応えることができる工場運営を行うこと。



課題と展望等

健康志向の高まりで需要が伸びていく可能性の高い分野であるため、今後需要に応えることのできるような工場運営を行っていきたいと考えている。

東洋ナッツ食品株式会社

（兵庫県神戸市東灘区深江浜町30番地）



ー日本で最初のナッツのメーカーとして、兵庫県を中心に展開する老舗企業ー

背景及び経緯

昨今の有機農産物を好む社会の流れがあり、時流に沿った商品開発が必要と判断し、新たな取組を検討していた。

取組等の目的

社会情勢や消費者が求めるトレンドの変化を受け、新たな売り上げ確保の手段が必要となったため。

具体的な内容

2020年頃からオーガニックレーズンを主とする商品の開発を始め、販売を開始した。



課題と展望等

コロナ禍以降、特にここ数年の原料価格の高騰で商品価格への転嫁が必要となる等、原料価格に大きく左右され、商品の売上だけでなく、会社の利益にも大きな影響を及ぼしている。

今後の継続販売や販売体制含め、大きな課題となっている。

合名会社アリモト

(兵庫県姫路市花田町小川912番地)



— まるごと玄米を使った、栄養を考えた煎餅を製造するメーカー —

背景及び経緯

70年前から自然農法を利用した原料を使用し食品製造を行っていた。そのような中、2000年から有機JASの認証制度が始まったため、認証取得に取り組んだ。

取組等の目的

有機JASの認証を取得すると、欧米でもオーガニック商品として販売することができるためである。

具体的な内容

2004年に有機JAS認証取得に向け、姫路市にあった工場を加西市に新設し、有機JASの取得ができる仕様にした。



課題と展望等

オーガニック農産物は市場全体の1%程度である。ドイツは既に3割あり、ヨーロッパのように市場が増えると参入企業が増える。賃金の安いインド等がオーガニックの認証を取得していることから、価格でのメリットは出せないため、今後は更なる付加価値を付ける必要がある。2020年にFSSC22000の基準を取得した。今後、多様性を一つの基準とし、ハラール認証やグルテンフリー等の商品を開発することで、環境配慮、人権関係に取り組んでいく。

植垣米菓株式会社

（兵庫県神戸市長田区西池尻町3-1-3）



ー創業当時からこだわりの素材で米菓を製造し続ける神戸の製造事業者ー

背景及び経緯

コロナ禍以前より海外への輸出は展開（特にヨーロッパで人気）しておりヨーロッパのバイヤーからの依頼（20年以上前）もあり、当時の日本には制度が整う前から、有機JASマークを取得するためドイツから審査員に来日してもらっていた。

取組等の目的

SDGsや地球環境の保全、将来の子孫を守ることを目的として認証取得を実施した。

具体的な内容

自社製品のおかきにより、有機JASマークを取得した。



課題と展望等

海外では有機JASは認知されているが、日本での認知度がまだまだ低い。また、自分の健康のためだけではこの取組は浸透せず、単価も高いため継続しないことが課題である。

ニシキ醤油株式会社

(奈良県生駒郡斑鳩町五百井1丁目3-10)



ー奈良の地で、明治33年から醤油醸造の蔵元として愛される醤油メーカーー

背景及び経緯

元々、社長が2018年にフランスのSIRHAという展示会に出向いた際、JETROの展示会があり、そこでオーガニックの市場の大きさを認識したことがきっかけであった。

取組等の目的

大手と差別化を図るため、オーガニック市場にも進出したかった。

具体的な内容

創業当初のお醤油を復刻させようと100年記念のものを作る機会があったが、これをもう一度商品化できないかという企画があり、原料を選定していったところ、オーガニックの商品につながっていった。そういった中で、有機原材料を生産してくれる農家探しが難航していた矢先、偶然再会した農家さんがオーガニックの中でも飛びぬけた木村式自然栽培農法に取り組まれていた。収量が安定しないものであるが、一定作地を買い取る形で2018年の醸造から2023年にかけて続けている。



課題と展望等

今まで醤油カスの二次利用は飼料であったが、これを食用に使えるように変えていきたい。現行は原料利用率が6割ほど、これを8割強に繋げていくことにより、より、無駄なく原料を有効利用することができるようになる。