

8.資料

8 - 1 展示会資料

8 - 2 セミナー資料

8 - 3 市場情報

【8-1 展示会資料、8-2 セミナー資料掲載先】

【資料掲載先】 <https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>



8 - 1. 展示会資料

① 「FOOD STYLE 九州」

開催日 : 2022年(令和4年)11月10日(水)～11月10日(木)
会場 : マリンメッセ福岡
来場者数 : 15,541名
資料配布 : 100部

② 「エコプロ2022」

開催日 : 2022年(令和4年)12月7日(水)～12月9日(金)
会場 : 東京ビックサイト
入場者数 : 61,541名
資料配布 : 200部

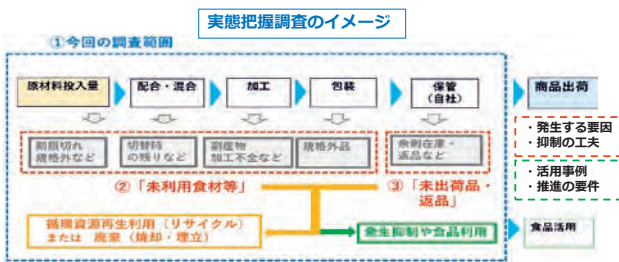
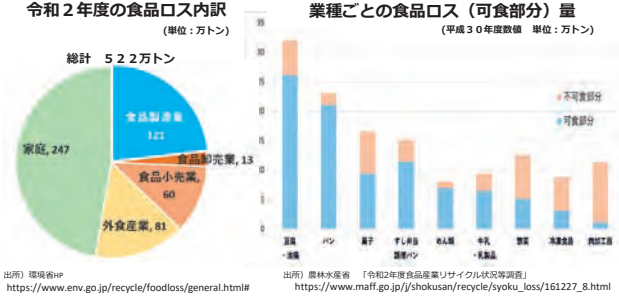
③ 「FOOD STYLE 関西」

開催日 : 2023年(令和5年)1月25日(水)～1月26日(木)
会場 : マリンメッセ福岡
入場者数 : 18,029名
資料配布 : 100部



食品製造業の食品ロス削減対策調査を行っています

食品産業センターでは農林水産省事業の事業実施主体として採択され、食品製造業の「食品ロス削減」を推進する観点から実態把握調査を実施しています。



情報など随時ご紹介しています
 展示会出展や説明会開催予定も後日掲載します
<https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>

一般財団法人 食品産業センター
 〒102-0084 東京都千代田区二番町5番地 5
 企画・渉外課 03-6261-7458

食品ロス削減の取り組み (農林水産省HPより)

食り法基本方針における食品ロス削減の位置づけ 食品廃棄物等の発生抑制に関する目標 (2019~2023年度)

食品ロス削減の取り組みに関する目標 (2019~2023年度)

業種	削減率(%)	削減量(万トン)	削減率(%)	削減量(万トン)
食品製造業	12.1%	12.1	12.1%	12.1
食品小売業	6.0%	6.0	6.0%	6.0
外食産業	8.1%	8.1	8.1%	8.1
家庭	24.7%	24.7	24.7%	24.7

※ 削減率(%)は、食品ロス削減率(%)と同等と見做す。削減率(%)は、削減率(%)と同等と見做す。

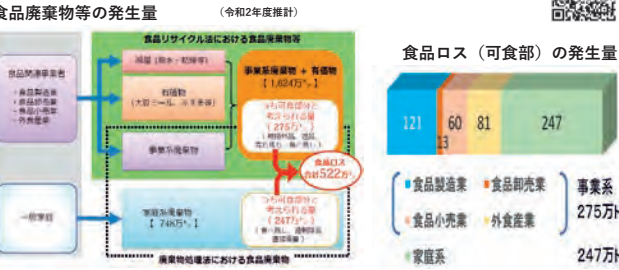
「食品ロスの削減の推進に関する法律」(令和元年10月1日施行)

令和2年3月に、食品ロス削減推進法に基づく基本方針 食品関連事業者に取り組みていただきたいこと

求めらるる役割と行動

- 食品製造業**
 - 廃棄物の発生抑制と資源の確保
 - 消費者に対する啓発活動の推進
 - 廃棄物の発生抑制と資源の確保
 - 消費者に対する啓発活動の推進
- 食品小売業**
 - 廃棄物の発生抑制と資源の確保
 - 消費者に対する啓発活動の推進
 - 廃棄物の発生抑制と資源の確保
 - 消費者に対する啓発活動の推進
- 外食産業**
 - 廃棄物の発生抑制と資源の確保
 - 消費者に対する啓発活動の推進
 - 廃棄物の発生抑制と資源の確保
 - 消費者に対する啓発活動の推進

食品廃棄物等および食品ロスの発生量 (農林水産省HPより)



(平成30年度定期報告) 食品廃棄物等 可食部・不可食部の推計値

業種	食品廃棄物等(万トン)	可食部(万トン)	不可食部(万トン)
食品製造業	121	121	0
食品小売業	60	60	0
外食産業	81	81	0
家庭	247	0	247

情報など随時ご紹介しています
 展示会出展や説明会開催予定も後日掲載します
<https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>

一般財団法人 食品産業センター
 〒102-0084 東京都千代田区二番町5番地 5
 企画・渉外課 03-6261-7458

フードバンク活動への支援 (農林水産省ホームページより)

生産・流通・消費などの過程で発生する未利用食品を食品企業や農家などからの寄付を受けて、必要としている人や施設等に提供する取組。

日本もとも米国で始まり、既に約50年の歴史があるが、我が国では、ようやく広がり始めたところ。
 (もともとは北海道から沖縄まで178回体が活動)
 新型コロナウイルス感染症の影響が長期化する中、生活困窮者へ食品を届けやすくなることが課題となっており、子ども食堂等へ食品の提供を行っているフードバンクの役割の重要性が高まっている。

フードバンク活動に対する課題

供給側(食品関連事業者)の意見

- 食品廃棄物の不正転売や、フードバンクから譲渡や不適切な廃棄を止められず不安(食品管理をしっかりやっても見えない)に悩んでいる。
- 食品管理の徹底を促すためのフードバンクへの取組は必要を感じる。

フードバンク側の意見

- 組織の運営が難しく、マンパワーが不足。
- 認知度が低く、利用者・寄付者とのマッチングが随分に行われていない。
- 生活必需品は品有実化が早く、在庫が不安定。かつ返品・廃品も取り扱えず、高コストのロスとマッチングが難しく、取り扱えない。
- 肉・魚については、保存や冷蔵設備が必要で新たな負担が必要で、継続させるための体制の整備も必要でリスクが高い。

フードバンクへの食品提供、取組にかかわる事業者の取組について

- フードバンクへの食品提供は、企業や農家等が行う行為であるため、その取組に関する法律、規制等は適用されない。
- 食品提供に関する取組は、その取組に関する法律や規制と関係なく行われる。
- 食品提供に関する取組は、その取組に関する法律や規制と関係なく行われる。

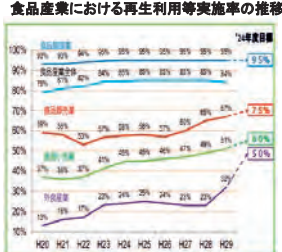
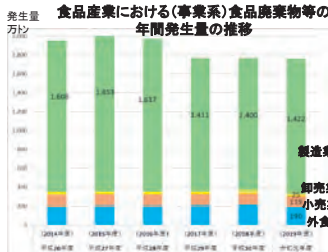
情報など随時ご紹介しています
 展示会出展や説明会開催予定も後日掲載します
<https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>

一般財団法人 食品産業センター
 〒102-0084 東京都千代田区二番町5番地 5
 企画・渉外課 03-6261-7458

食品リサイクルの状況

(農林水産省ホームページより)

食品製造業の食品廃棄物等の年間発生量は、令和元年度では平成26年度に対し約**11.4%減少**している。また、平成30年度統計調査を元にした平成29年度以降の推計値では**平成30年度は約0.8%減**したものの**令和元年度には1.5%増加**している。一方で食品製造業の食品循環資源の**再生利用等実施率は95%以上**が維持されている。



出典: 農林水産省HP
(食品廃棄物等の年間発生量及び食品循環資源の再生利用等実施率について)
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syokuhin/kouhyu.html>
を元に食品産業センターでグラフを作成

出典: 農林水産省HP (食品リサイクルの現状)
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/161227_6-6.pdf

令和2年度推計値

区分	合計	再生利用等実施率		削減した量		廃棄物としての処分量		再生利用等実施率	基本方針における目標値
		再生利用等実施率	削減した量	削減率	削減率	削減率	削減率		
食品製造業	16,236	95%	1,427	416	1,763	330	2,361	3,083	96
食品卸売業	13,389	95%	1,285	412	1,745	309	344	2,373	96
食品小売業	231	95%	134	3	11	17	67	33	69
外食産業	1,190	95%	427	0	0	0	574	429	56
計	1,508	95%	292	0	0	2	1,213	297	50

注: 1. 令和2年度推計値は、食品リサイクル法第9条第1項に基づき実施率95%と「食品循環資源の再生利用等実施率(平成29年度)」

2. 「削減率」を算出して算出したものである。

3. 食品卸売業を廃止したため、合計と削減の計が一致しない場合がある。

4. 食品小売業は、令和2年度は推計値である。

5. 「0」: 算出に当たらない(例「400」→「0」)

情報など随時ご紹介しています
展示会出展や説明会開催予定も後日掲載します
<https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>

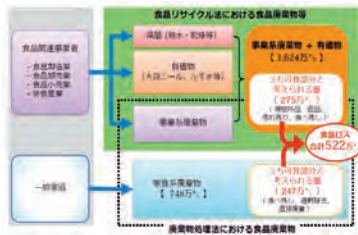
一般財団法人 食品産業センター
〒110-0084 東京都千代田区二丁目5番地5
企画・渉外部 03-6261-7458

食品廃棄物等 および 食品ロス の発生量

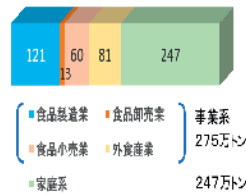
(農林水産省 HPより)

食品廃棄物等の発生量

(令和2年度推計)



食品ロス(可食部)の発生量



(平成30年度定期報告) 食品廃棄物等 可食部・不可食部の推計値

業種	品名	品名	発生量(千トン)	削減率(%)
食品製造業	1. 食品製造業(食品)	1. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	2. 食品卸売業(食品)	2. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	3. 食品小売業(食品)	3. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	4. 外食産業(食品)	4. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	5. 食品製造業(食品)	5. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	6. 食品卸売業(食品)	6. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	7. 食品小売業(食品)	7. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	8. 外食産業(食品)	8. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	9. 食品製造業(食品)	9. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	10. 食品卸売業(食品)	10. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	11. 食品小売業(食品)	11. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	12. 外食産業(食品)	12. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	13. 食品製造業(食品)	13. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	14. 食品卸売業(食品)	14. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	15. 食品小売業(食品)	15. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	16. 外食産業(食品)	16. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	17. 食品製造業(食品)	17. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	18. 食品卸売業(食品)	18. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	19. 食品小売業(食品)	19. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	20. 外食産業(食品)	20. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	21. 食品製造業(食品)	21. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	22. 食品卸売業(食品)	22. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	23. 食品小売業(食品)	23. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	24. 外食産業(食品)	24. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	25. 食品製造業(食品)	25. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	26. 食品卸売業(食品)	26. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	27. 食品小売業(食品)	27. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	28. 外食産業(食品)	28. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	29. 食品製造業(食品)	29. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	30. 食品卸売業(食品)	30. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	31. 食品小売業(食品)	31. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	32. 外食産業(食品)	32. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	33. 食品製造業(食品)	33. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	34. 食品卸売業(食品)	34. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	35. 食品小売業(食品)	35. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	36. 外食産業(食品)	36. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	37. 食品製造業(食品)	37. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	38. 食品卸売業(食品)	38. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	39. 食品小売業(食品)	39. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	40. 外食産業(食品)	40. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	41. 食品製造業(食品)	41. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	42. 食品卸売業(食品)	42. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	43. 食品小売業(食品)	43. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	44. 外食産業(食品)	44. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	45. 食品製造業(食品)	45. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	46. 食品卸売業(食品)	46. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	47. 食品小売業(食品)	47. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	48. 外食産業(食品)	48. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	49. 食品製造業(食品)	49. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	50. 食品卸売業(食品)	50. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	51. 食品小売業(食品)	51. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	52. 外食産業(食品)	52. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	53. 食品製造業(食品)	53. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	54. 食品卸売業(食品)	54. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	55. 食品小売業(食品)	55. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	56. 外食産業(食品)	56. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	57. 食品製造業(食品)	57. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	58. 食品卸売業(食品)	58. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	59. 食品小売業(食品)	59. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	60. 外食産業(食品)	60. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	61. 食品製造業(食品)	61. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	62. 食品卸売業(食品)	62. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	63. 食品小売業(食品)	63. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	64. 外食産業(食品)	64. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	65. 食品製造業(食品)	65. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	66. 食品卸売業(食品)	66. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	67. 食品小売業(食品)	67. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	68. 外食産業(食品)	68. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	69. 食品製造業(食品)	69. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	70. 食品卸売業(食品)	70. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	71. 食品小売業(食品)	71. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	72. 外食産業(食品)	72. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	73. 食品製造業(食品)	73. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	74. 食品卸売業(食品)	74. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	75. 食品小売業(食品)	75. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	76. 外食産業(食品)	76. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	77. 食品製造業(食品)	77. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	78. 食品卸売業(食品)	78. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	79. 食品小売業(食品)	79. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	80. 外食産業(食品)	80. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	81. 食品製造業(食品)	81. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	82. 食品卸売業(食品)	82. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	83. 食品小売業(食品)	83. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	84. 外食産業(食品)	84. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	85. 食品製造業(食品)	85. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	86. 食品卸売業(食品)	86. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	87. 食品小売業(食品)	87. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	88. 外食産業(食品)	88. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	89. 食品製造業(食品)	89. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	90. 食品卸売業(食品)	90. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	91. 食品小売業(食品)	91. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	92. 外食産業(食品)	92. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	93. 食品製造業(食品)	93. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	94. 食品卸売業(食品)	94. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	95. 食品小売業(食品)	95. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	96. 外食産業(食品)	96. 外食産業(食品)	427	95
食品製造業	97. 食品製造業(食品)	97. 食品製造業(食品)	1,832	95
食品卸売業	98. 食品卸売業(食品)	98. 食品卸売業(食品)	1,285	95
食品小売業	99. 食品小売業(食品)	99. 食品小売業(食品)	134	95
外食産業	100. 外食産業(食品)	100. 外食産業(食品)	427	95

情報など随時ご紹介しています
展示会出展や説明会開催予定も後日掲載します
<https://kankyo.shokusan.or.jp/food-2/f-1/f-1-5>

一般財団法人 食品産業センター
〒110-0084 東京都千代田区二丁目5番地5
企画・渉外部 03-6261-7458

食品ロス削減の取組み事例(未利用食品の活用)

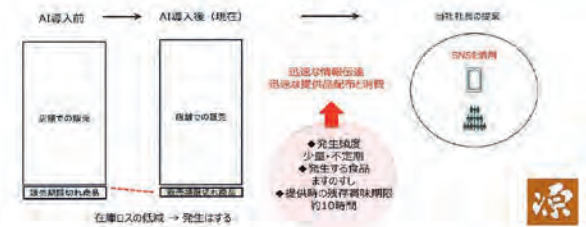
(株式会社源様・やなぎまち子ども食堂様・富山県)

【株式会社源様のお取組み】

- 富山県で販売されている「ますのすし」でAI需要予測システムを活用して在庫ロスを低減
- それでも発生する販売期限切れ商品を「やなぎまち子ども食堂」様へ提供
- ※残存賞味期限が短い商品を短時間に確実に受け渡してできる体制をつくるにあたっては「フードコーディネーター」の支援と「やなぎまち子ども食堂」様のLINEによる迅速な連携体制が実現のキガになったとのこと。(顔の見える信頼関係・配送の引き受け)

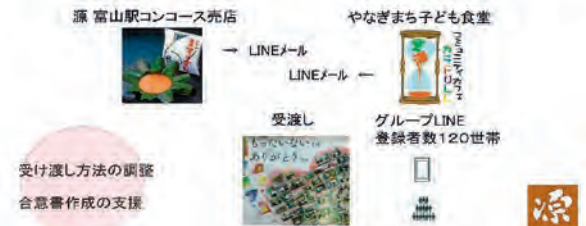
「もったいない」から「ありがとう」への思い

残存賞味期限の短い商品の提供



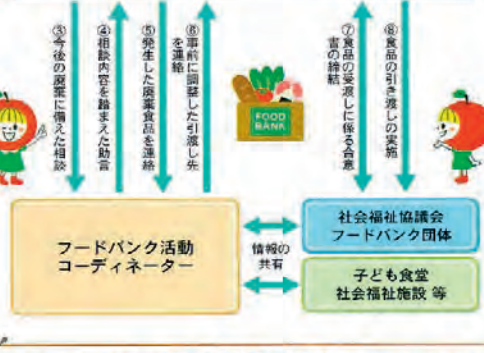
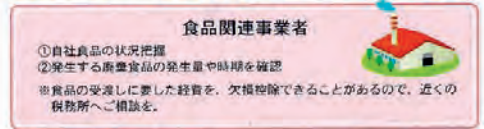
フードバンクコーディネーターの支援

源のますのすし ⇄ やなぎまち子ども食堂



出典: 富山県「未利用食品の有効活用に向けて」
～地域と共に食品ロスゼロをめざし～

「未利用食品の有効活用」を始めるために



- よくあるお問い合わせ
- Q. フードバンク活動に関心があるが、自社ではたくさん廃棄が出ていない。 A. 少量でも、その食品を有効に活用できる場合もあります。まずは、フードバンク活動コーディネーターへご相談を!!
- Q. 自社では、日配品を扱っており、残存賞味期間があまりない。 A. 賞味期間が短くても、近隣の福祉施設等で受け取っていただける事例もあります。フードバンク活動コーディネーターにお知らせを。
- Q. 急な事情により、食品の廃棄が発生した。 A. 事前に取扱っている食品等の情報があれば、受取団体とのマッチングを実施します。円滑な食品の受渡しには、事前の情報提供が重要です。

一般社団法人富山県食品産業協会ホームページ
<https://toyama-shokusan.com/foodbanktop>
(全国食品産業協会が加入する全国食品産業協会連合会の事務局を食品産業センターが務めています)

【資料作成】一般財団法人食品産業センター

アップサイクルの取組事例（未利用食材の活用）
（株式会社藤井製麺様）



藤井製麺は「藤麺さぬきうどん」製造元です。香川県のお土産やお中元・お歳暮など、大好評を頂いております。そんな中、お客様より「うどん以外ないの？」というお問い合わせをいただくことが多くなりました。そこで、「専門メーカーだからこそできる商品開発」を軸に、精鋭の女子チームを組織し、様々なアイデアを出し合いました。特に「うどんをお菓子にできないか」という発案があり、ドーナツ、チュロスなど試行錯誤を重ね、ようやく「UDON AGETAN」にたどり着いたのです。さらに、原材料としてさぬきうどんの製造及び流通過程で規格外になった麺を使用しており、食品ロスの問題もクリアしています。

一方、パッケージは、和風のおしゃれなイメージのデザインでありつつ、プラスチック素材を極力減らして環境にも配慮するよう、紙素材にこだわりました。



食品ロス削減の取組事例（未利用食品の活用）
（株式会社さぬきシセイ様）



【掲載情報（抜粋）】
今回、「季節はずれ」で廃棄されてしまう「細うどん」「そうめん」「ひやむぎ」などの乾麺を、お値打ち価格でみなさんに提供するために、クラウドファンディングに挑戦しました！
みなさん、冬になると、スーパーマーケットで「そうめん」や「ひやむぎ」を見かけなくなると感じませんか？これは、お店が季節ごとに、商品棚を入れ替えているためです。「春～夏」にあたる3月～8月は、「ひやむぎ」「そうめん」「細うどん」が棚に並びます。そして、「秋～冬」の9月～2月は、煮込みうどんに使う「太麺」がメインに変わります。
期間中、店頭で品切れになってお客様にご迷惑をおかけしないよう、私たち製造業者は、「少し多め」の量を製造しています。このため、シーズンが終わると、どうしても「季節はずれの在庫」が発生してしまいます。
もちろん賞味期限には余裕があり、次のシーズンまで十分おいしく召し上がっていただけます。しかし、現行の流通ルールでは、次のシーズンは販売できないことが多く、「廃棄処分」するしかないのが現状です。これまでは毎年、「季節はずれの在庫」を廃棄してきました。
「SDGs」の考え方が広がり、私たちも、よりサステイナブルな商品作り・販売方法を模索しています。たくさんの方のエネルギーをかけて製造したものを廃棄することは、大きな環境負担につながります。様々な方法で廃棄処分量を減らすことで、持続可能な社会に貢献していく所存です。今回のクラウドファンディングは、その第一歩と位置づけています！

株式会社藤井製麺 SDGs宣言

当社は、国連が提唱する「持続可能な開発目標（SDGs）」に賛同し、持続可能な社会の実現に向けた積極的な取組を行っています。

2022年10月10日
株式会社藤井製麺
代表取締役 岡田 徹也

SDGsの達成に向けた取組み

創業の精神を受け継ぐ

明治30年の創業より、職人技と手作りを基とした伝統の製法にて製麺を続けてきました。また、うどんそのまま油で揚げ、うどんならではの風味を活かしたお菓子「UDON AGETAN」を開発しました。祖業である製麺の伝統を守りつつ、時代に合った「さぬきうどん」の形を追い求めていきます。

讃岐の大地との調和

ボイラーや空調・照明設備の更新により、エネルギー使用量の抑制に取り組んでいます。また、紙製パッケージ導入によるマイクロプラスチック対策や、厳格な原料・在庫管理と新商品の開発による原材料の有効活用を進めています。資源を大切に利用し、いつまでもどんが作れるよう、「讃岐の大地」を守ってまいります。

活気あふれる食人たち

当社では、メンタルヘルスも含めた健康管理や産業医との連携により、健康経営を強化しています。働き方についても、一人一人の社員が個性や技術を活かせるよう、風通しのよさや役割分担、社員教育に注力しています。誰もが、健康に生き生きと働ける職場づくりをさらに加速させます。

地域とともに歩む

子育て支援団体への食材提供やスポーツ少年団への協賛、中学生の職場体験受け入れ等を通じ、子ども達を地域全体で育てる環境づくりに取り組んでいます。今後は、「お客様感謝デー」での地域産品の取り扱いや特産品を用いた新商品開発にも挑戦し、さらなる地域の魅力向上に取り組んでいきます。

SDGsとは
持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）とは、2015年9月の国連サミットで採択された2030年までに国際社会が「持続可能で公平な社会」を実現するための17の目標、169のターゲットで構成されています。

【問い合わせ】

株式会社藤井製麺 香川県木田郡三木町下高岡2575-6
TEL 087-898-0076 URL : <http://www.fujimen.com>

【資料作成】一般財団法人食品産業センター

SDGsの達成に向けた取組

当社は国連が提唱する「持続可能な開発目標（SDGs）」に賛同し、持続可能な社会の実現に向けた積極的な取組を行っています。

◆安心・安全な食に対する取組

地域に根付いた食品製造業者として、無添加にこだわり、品質向上に向けた製造工程体制を構築し、安心・安全な製品の提供に努めています。

【主な取組】
・賞味期限の長い乾麺の開発、製造、後発食料を減らす取組
・賞味期限の近い商品をフードバンクに寄付
・認証取得したFSSC22000に基づく安心・安全な製品の提供

◆働きやすい職場環境の構築

「かがわ働き方改革推進宣言」の認定を受け、機械化推進による作業効率UPを目指すほか、職場を支える女性従業員が仕事と育児・介護を両立できる職場環境の構築を図ってまいります。

【主な取組】
・かがわ働き方改革推進宣言策定
・かがわ女性キャリア宣言策定
・子育て行動計画策定企業認定取得
・従業員の就業抑制、有給休暇取得推進

◆環境対策への取組

CO2や廃棄物の排出削減などの取組により、環境負荷の軽減に努めてまいります。

【主な取組】
・省エネ機器の導入
・営業車やハイブリッド車への順次変更、蛍光灯のLED化
・再生可能品の利用推進

◆地域貢献への取組

地元での人材採用での雇用創出、地元学生への工場見学等を通じて持続可能な地域社会の実現に貢献してまいります。

【主な取組】
・地元人材の積極的な採用
・清掃活動や地域行事等への積極的な参加

SDGsとは
Sustainable Development Goals/持続可能な開発目標の略称。「誰一人取り残さない」をスローガンに、持続可能でよりよい社会の実現を目指す世界共通の目標です。（2015年9月に国連で採択）、2030年を達成年とし、17のゴールと169のターゲットから構成されています。

【問い合わせ】
株式会社さぬきシセイ 香川県高松市香南町由佐580-1
TEL 087-879-2279 URL : <https://sanukishisei.com/>

【資料作成】一般財団法人食品産業センター

アップサイクルの取組み事例（おからの活用）

（一般社団法人おから再活研究所様）

「廃棄されるおからに、食品としての新たな息吹を与える」

棄てられてしまうものを、新しい食品として生まれ変わらせる
おから再活研究所は3つの柱を掲げています。

- ①私たちは、おからの再生活用を通じて世界中の人の心と体を健康にします
- ②私たちは、人と繋がり、創造することにより、地域・社会に貢献します
- ③私たちは、情熱と探求心をたゆまず持ち続け、笑顔で学び成長し続けます

上記の企業理念のもと持続可能な社会の発展のため、事業活動を通じて継続的に貢献する目標として

- イノベーション
- 誰もが学べる環境と参加しやすい社会の創造
- 食と健康に関する意識の向上
- 自然、地球の環境とエネルギー対策

上記の4つのテーマを掲げ取り組みます。

日本人が持ち続ける『もったいない』を意識し、「新たな食」を創造し、広く社会に必要なとされる企業を目指します。

「おから味噌」

棄てられてしまうものを新しい食品として生まれ変わらせる。日本の古来からの「もったいない」を活かし、新たな食品として「丸ごといただく」それがまさに「おから味噌」の発端です。

火を使うことなく、下拵えも不要です。



「おからこんにやく」

日本の伝統食でもありながら若者に昨今嫌われている「こんにやく」に食品廃棄となるおからを混ぜ込むことで「植物性の代替肉」のような食感、そして食物繊維をバランスよく摂取できるということをねらいとしました。



【問い合わせ】



一般社団法人
おから再活研究所

<https://okarabo.com/>



【資料作成】一般財団法人食品産業センター

アップサイクルの取組み事例（豆腐等の活用）

（一般社団法人とうふ和みごはん様）

「豆腐で食卓を笑顔に」

「豆腐をキーワードに食卓を笑顔に」を協会理念とし、家族で食卓にあつまり、笑顔になれるような料理をご提案しています。

「豆腐」は日本をはじめとする多くの国で健康食として認知されています。

その豆腐をいろんな料理にアレンジして毎日の食卓を笑顔にしたい！

そんな想いの協会です。

当協会は豆腐、豆乳、おから、油揚げ、高野豆腐、湯葉、味噌などなど、大豆製品のアレンジを得意としています。

○豆腐、豆乳、おからなどの大豆製品を使った商品開発を考えている企業様向けにアドバイスやレシピ開発などをご提案しております。

○通常の料理教室や講座とは別に、企業様向けの出張料理教室や講座も承ります。

「従業員向けに食育講座を開催したい」

「調理スタッフの知識や技術をスキルアップさせたい」

※食品ロス活用前提のアレンジではありませんが「ヒント」になる事例です。

「とうふ生チョコ」

豆腐をベースにココナッツオイル・ココアパウダー・きび砂糖でつくる生チョコ。依頼に応じたレシピを提案します。

※ココナッツオイルの効果で「冷凍保存」ができる食品になります。



「油揚げふりかけ」

油揚げをカリカリになるまで乾燥させてザクザクした新食感を生み出しました。油揚げの他に、ひじき、ちりめんも入り。

※「乾燥」により保存できる食品になります。



【問い合わせ】



一般社団法人
とうふ和みごはん
<https://r.goope.jp/magomigohan>



【資料作成】一般財団法人食品産業センター

アップサイクルの取組み事例（未利用食材の活用）

（ASTRA FOOD PLAN 株式会社様）

従来乾燥技術では、コストと量産性の課題で難しかった食品ごんさの粉末化が、新開発の「過熱蒸煎機」で可能に。

圧倒的なスピード、低コスト、高栄養で食品ごんさや規格外農作物を高付加価値パウダーにアップサイクルします。



連続式乾燥殺菌装置「過熱蒸煎機」

- | | |
|---|---|
| <p>1 スピード乾燥
加熱時間は約5秒。
食品へのダメージは最小限です。</p> <p>2 低コスト
フリーズドライなどの乾燥装置に比べてイニシャル・ランニングも低コストです。</p> <p>3 高い殺菌力
過熱水蒸気を持つ高い熱エネルギーにより、高い殺菌力を有します。</p> <p>4 ボイラーレスの過熱水蒸気
ボイラー設備不要の特許技術を搭載しています。</p> | <p>5 栄養価の損失が少ない
過熱水蒸気により、熱源中の酸素濃度を下げ、栄養価の損失を抑えます。</p> <p>6 おいしさアップ
原料のえぐみや臭みを軽減し、旨味が増します。</p> <p>7 連続運転で優れた生産性
連続供給・排出。またセラミックボールによるドラム内の攪拌により効率よく処理できます。</p> <p>8 洗える
シンプルな構造で丸洗い可能です。オプションで自動洗浄機能もあります。</p> |
|---|---|

フリーズドライと過熱蒸煎機の比較

	フリーズドライ	過熱蒸煎機
乾燥時間	24時間以上	5~10秒
生産性	バッチ式で効率悪い	連続式でライン化が可能
殺菌	不可	可能
コスト	イニシャル・ランニング共に高い	イニシャル・ランニング共に低い
風味	良好	フレッシュな風味

乾燥殺菌
同時に処理



幕張メッセ「フードテックジャパン」12月7日～9日出展中

【問い合わせ】



ASTRA FOOD PLAN株式会社 埼玉県富士見市鶴瀬東1-10-26
049-293-2654 URL: <https://www.astra-fp.com/>



【資料作成】一般財団法人食品産業センター


アップサイクルの取組事例（未利用食材の活用）

（株式会社Beer The First様）



上記商品「華舞舞路会醤油との出会い」は、都内の製麺所からどうしても出てしまう廃棄間近の麺を、クラフトビールにアップサイクル。ラーメンにマリージュ（ペアリング）でできる付加価値の高いクラフトビールとして、日本で一番店舗が多い、「醤油ラーメン」に合わせたビールを開発。醤油ラーメンと相性の良い「海苔」を副原料として使用。

【会社紹介】
 自然とわたしに美味しい一杯を目指し、日本各地の廃棄予定だった食材をクラフトビールにアップサイクル。
 クラフトビールの原料である「麦芽」を「澱粉や糖を含む食材」に置き換えられる特性を活かし地球に優しいクラフトビールを展開しています。
 現在は、東京都が2030年食品ロス半減に向け展開している、「フードテックを活用した食のアップサイクル促進事業」に採択され、
 2022年8月より東京都との共同事業として、本事業に取り組んでいます。

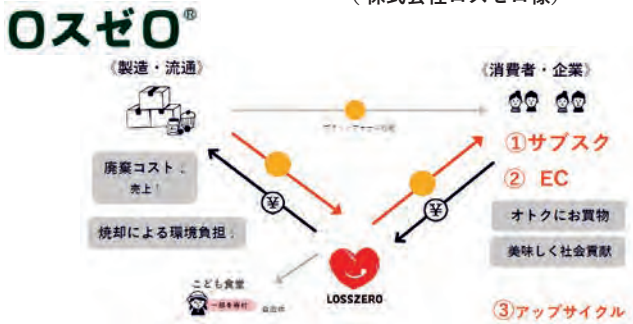
東京都「フードテックを活用した食のアップサイクル促進事業」はこちらをご覧ください⇒ 



【問い合わせ】
 株式会社Beer The First
 URL : <https://beerthefirst.com/>
 HP  
 instagram
【資料作成】 一般財団法人食品産業センター

食品ロス削減の取組事例（未利用食品の活用）

（株式会社ロスゼロ様）




まだ十分食べられるにもかかわらずあらゆる理由で行き場を失い「食品ロス」になってしまったもったいない食べ物を、

- ①非公開で直接消費者へお届けする食品ロスのサブスクリプションサービス「ロスゼロ不定期便」。
- ②ロスになった理由を丁寧に伝え、内容を公開することでブランドイメージのアップを図るEC販売。
- ③未利用の原材料をアップサイクル食品に作り替え、販売まで行うD to C。


などのソリューションを使い、丁寧に最後まで消費者に届けます。

（沿革）

- 2018年4月～ロスゼロ開始
- 2019年大阪府・食品ロス削減推進パートナー企業として認定
- 2020年農水省後援「食品産業もったいない大賞」審査委員長賞受賞
- 2021年東大阪市、兵庫県川西市と包括連携協定締結
- 2022年大阪府と事業連携協定締結
- 2022年10月大阪市「おおさかトップランナー」認定企業

農林水産省「第8回食品産業もったいない大賞」はこちらをご覧ください⇒ 
 （旧社名 株式会社ビューティフルスマイルにて受賞）



【問い合わせ】 株式会社ロスゼロ
 〒530-0014大阪府西区北堀江1-1-21四ツ橋センタービル9F
 URL : <https://losszero.co.jp/> 
【資料作成】 一般財団法人食品産業センター

8-2-① <豆腐製造業での食品ロス削減対策セミナー 実施報告>

○実施日：令和5年3月13日（月） 14:00～16:30

○開催方法：ハイブリッド開催

○開催場所：AP市ヶ谷 Bルーム

○主催：一般財団法人 食品産業センター

○参加対象者：豆腐製造事業者を中心に制限なし

○次第：

(1) ご挨拶（録画）

農林水産省大臣官房新事業・食品産業部 外食・食文化課

食品ロス・リサイクル対策室長 森 幸子 様

(2) 「未利用食材等の発生状況とその活用に係る調査の結果について」

食品産業センター事務局

(3) 講演

1) 「おからの価値と利活用について」

(一社) 日本乾燥おから協会 事務局長 磯貝 剛成 氏

2) 「染野屋の取り組み」

(株) 染野屋 代表取締役社長 小野 篤人 氏

3) 「豆腐の活用提案」

(一社) とうふ和みごはん 代表理事 戸山 千春 氏

○参加状況及びアンケート集計結果

1. 参加状況

現地申込総数	27	実参加者	32
WEB申込総数	155	実参加者	132
申込総数	182	実参加者	164

事務局4名含まず

2. アンケート集計結果（回答数：58）

Q1 貴社・貴団体の属性についてお知らせください。

企業	団体	豆腐マイスター 関連	行政	教育 機関	商工 組合	回答者 合計
43	7	5	1	1	1	58

Q2 （任意）メールアドレス記入

Q3 調査内容・報告書の説明について

参考になった	33	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	21	参考にならなかった	0
どちらでもない	3		

Q4 「おからの価値と利活用」について

参考になった	3 5	あまり参考にならなかった	0
やや参考になった	2 1	参考にならなかった	0
どちらでもない	2		

Q5 「染野屋の取り組み」について

参考になった	2 7	あまり参考にならなかった	3
やや参考になった	2 0	参考にならなかった	0
どちらでもない	8		

Q6 「豆腐の活用提案」について

参考になった	2 2	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	2 2	参考にならなかった	2
どちらでもない	1 1		

Q7 今回のセミナーで、ご質問、ご意見、ご感想、さらに知りたい点等について、自由にご記入ください。

[27名回答]

- ・Web 参加していましたが、今回のセミナーの資料はどのように入手できますでしょうか。調査資料含めてお送りいただくことは可能でしょうか。
- ・企業の紹介、商品の紹介より具体的な食品ロスの施策を提案していただきかった。
- ・調査内容・報告で使用されました資料は頂くことは可能でしょうか。
- ・おからの健康効果に関する詳細がもう少し知りたいと感じました
- ・今日はありがとうございました。
おからの食品ロスは各社や色々な方の取り組みで以前より削減されていることも知れて良かったです。
おからの健康効果を改めて感じました。
染野屋さんの子ども食堂への取り組みも有効活用できていて素晴らしいと思いました。
豆腐の生チョコや油揚げのふりかけは、添加物を使わず材料にこだわっているのが凄く嬉しいし惹かれました。食品ロス削減にも繋がっていて素晴らしいし、食べてみたいと思いました。
- ・私も豆腐マイスターやおから再活プロデューサーとして、食品ロス削減について取り組んでいきたいと思いました。"
- ・生のおからは需要がないのか。乾燥ありきだったので、設備投資が絶対条件に感じる。それだと・体力のない企業や個人商店はついていけない。また、フードバンクについても日配水物には難しい課題をどうクリアしていけば社会にやさしい活動ができるのか、もっと事例が知りたい。
- ・資料も共有頂けると有難いのですが、配布予定はありますか？
- ・それぞれの熱意ある取り組みを拝見させていただき参考になりました。
- ・今回は、おからの有効利用について検討するため、参加させていただきました。今後の商品開発にとって非常に有意義なセミナーとなりました。ありがとうございました。
- ・おからの活用に役立てたいと思います。
- ・セミナーの資料が見つかりませんでした。メールで送っていただけませんか。
- ・調査内容の講演が、中身が濃いため進行が早かったので、資料をいただけると幸いです。
- ・弁当惣菜の残渣を飼料肥料にする場合の食品添加物の影響

- ・有意義な時間になりました。素晴らしい取り組みをされている企業、団体が増えている事、意識が高くなっている事を感じました。自分に何ができるか、考える事がたのしくなってきました。ありがとうございました。
- ・3 名のお話大変わかりやすくさせていただきました。たくさんのエネルギーをいただきました。日本の食品ロスが少しでも減るように身近なところから取り組んだりお伝えしていけたらと思います
- ・プラントベースフードや移動販売の市場の需要の高まりを改めて感じました。
移動販売などは高齢化社会や郊外や僻地の方々にとって今後さらに必要とされると思います。"
- ・「豆腐製造業での食品ロス削減対策セミナー」というタイトルに対して期待した内容とは程遠い気がした。
特に、乾燥オカラの話は今回のセミナーの内容としては少しひどかった？のではないだろうか。（協会についての評価ではなくセミナーのテーマと話の内容ということですよ。）
- ・おからの活用が知りたかったので勉強になりました。煮物だけではなくて、お菓子に使えるのももっと有効につかったらいいのと思いました。
- ・講演者説明に一部間違いがあった
- ・会場参加で拝聴しましたが ppt 資料が見つらく（画面、文字が小さい）内容が全く分からない。有料にしてでも事前配布資料は必要だったのではないか。資料をアップロード予定とのことですが、時間の経過とともに記憶が薄れるので早めの実施を希望します。
- ・乾燥おからの発生状況数量や食品循環資源の利用方法など大変勉強になりました。
協会様、企業様の取り組みを知るよいきっかけとなりました。
会場参加させていただきましたが、スライドの文字が小さくまったく読めませんでした。
急遽、会場から Zoom にアクセスしスライドを拝見させていただきました。
改善よろしく願いいたします。
今後もこのような機会がありましたらぜひ参加させていただきたいと思います。
この度は貴重なセミナーに参加させていただきありがとうございました。
- ・時間オーバーしたが内容はよかったです。
- ・豆腐製造時の廃棄物活用の取り組みについて、定期的に調査・報告して豆腐業界の将来に役立てて欲しいです。
- ・食品ロスの中でおからはかなりおいほうなのか、ほかの食品ではどうなのか知りたい
- ・豆腐業界向けのセミナー開催ありがとうございました。前半の食品産業センター様の発表は、食品ロスの現状がたいへんよくわかる内容で勉強になりました。もし、可能でしたら、発表資料をいただけましたら幸いです。弊社内のロス対策関係部門担当者の学習用に活用させていただきたいと存じます。何卒よろしく願い申し上げます。
- ・おからや豆腐を使った起業方法、起業された方の体験談等が知りたいです。

(以上)

「豆腐製造業での食品ロス削減対策」セミナー
～おからをおたからに～
おからの価値と利活用について

一般社団法人日本乾燥おから協会
事務局 磯貝 剛成

1. 一般社団法人日本乾燥おから協会のご紹介
2. おから・乾燥おからとは
3. おから・乾燥おからの現状
4. おからの効果効能
5. おからの可能性
6. おからをきっかけとした活動の広がり
7. まとめ

1. 一般社団法人日本乾燥おから協会とは

2015年4月1日設立

「乾燥おからの健全な普及により、乾燥おからの価値を創造して業界の活性化を図ること」

上記理念に基づき、おからの価値向上のために下記の事業を行って参ります。

- 1 乾燥おからに関する規格作成
- 2 乾燥おからに関するレシピ開発
- 3 乾燥おからに関する宣伝・普及活動
- 4 会員間士の交流

1. 一般社団法人日本乾燥おから協会とは



2. おから・乾燥おからとは

豆腐や豆乳、高野豆腐、油揚げなどの製造過程で大豆から豆乳を絞る際にできる副産物。

豆乳を絞った際にできる残ったものを『生おから』という。

『生おから』を乾燥機などで乾燥させたものを『乾燥おから』(おからパウダー)という。



2. おから・乾燥おからとは

2. おから・乾燥おからとは

なぜおからが産業廃棄物に？

1999年 おからが裁判で産業廃棄物として判定

【裁判所の判断の要旨抜粋】

「おから」は豆腐製造業者によって大量に排出されているが、非常に腐敗しやすく、本件当時、食用などとして有償で取り引きされて利用されるわずかな量を除き、大部分は、無償で牧畜業者等に引き渡され、あるいは、有料で廃棄物処理業者にその処理が委託されており、被告人は、豆腐製造業者から収集・運搬して処分していた本件「おから」について処理料金を徴していたのであるから、本件「おから」は同号にいう不要物に当たり、法2条4項（現行の2条4項1号）にいう産業廃棄物に該当する。

2. おから・乾燥おからとは

乾燥おからの歴史

- | | |
|---------|--|
| 1945年 | 第2次世界大戦中、おからは豆腐と共に配給対象に |
| 1990年頃 | おから乾燥機の誕生 ～みすずコーポレーションがおからの乾燥をはじめ～ |
| 2000年前半 | おから乾燥機の普及 |
| 2012年 | おからダイエットブーム |
| 2015年 | 一般社団法人日本乾燥おから協会設立 |
| 2016年 | サタデープラス 『おからパウダーダイエット』放送
乾燥おからブームが起り棚から商品がなくなる。 |
| 2017年 | 大手メーカーが食用乾燥おからを販売開始する。
「得する人・損する人」(日本テレビ系列)で、 |
| 2018年 | 「ラクしてやせる!番組史上最強の魔法の食材」として紹介され全国的に大ブームに。 |

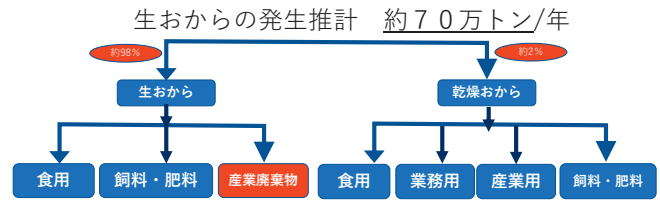
2. おから・乾燥おからとは

乾燥おからのメリット、デメリット

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> 常温で日持ちがする 重量が軽い 小麦粉など粉ものの代わりに使用できる かけるだけ、混ぜるだけなど簡単に摂取することができる 料理への活用レパートリーが豊富 産業廃棄物としての処理がなくなる。 	<ul style="list-style-type: none"> おから乾燥機が高価で大きい おから乾燥機の導入のハードルが高い エネルギーコストがかかる。 販売先の確保が必要

3. おから・乾燥おからの現状

豆腐・豆乳の製造に使用する大豆の量
53万トン/年



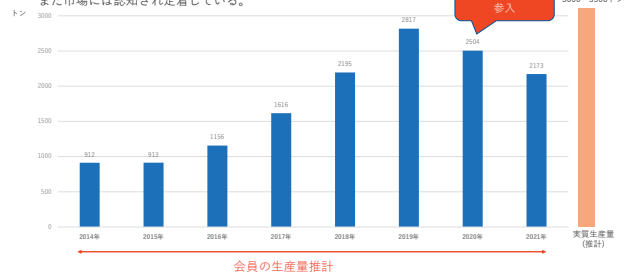
3. おから・乾燥おからの現状

乾燥おからの種類と用途

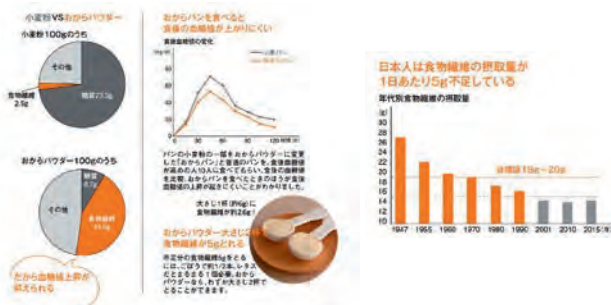


3. おから・乾燥おからの現状

2018年をピークに食用のおからパウダーの生産量は増加。その後、生産量は落ち着いたものもメーカーの参入もあり、実質の生産量は伸長傾向にあると捉えている。また市場には認知され定着している。



4. おからの効果効能①

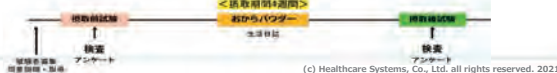


4. おからの効果効能②



4. おからの効果効能③ 試験検証

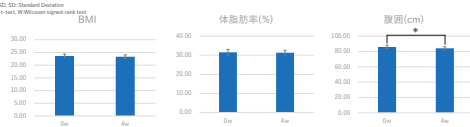
目的	おからパウダーの健康効果を探査的に調べる
試験デザイン	単群試験
試験食品	おからパウダー
試験参加者	30-69歳の女性30名
摂取方法	おからパウダーを1日15g以上、4週間摂取
選択基準	・同意取得時の年齢が30歳以上70歳未満の日本人女性 ・便秘傾向の自覚がある方 (排便回数3~4回/週程度の方)
評価項目	一日内環境検査 (尿中インドキシル硫酸量) - たんぱく質充足検査 (尿中原型アミノ酸量) - 尿酸検査 (尿酸中/分/分速度) - 体重、BMI、体脂肪、腹囲の変化 - アンケート (便通、肌の調子など)



4. おからの効果効能③ 試験検証

おから摂取前後で被験者の自宅で体重、体脂肪、腹囲を測定した結果

タイムポイント	平均値 ± SD		前後比較 (p)	
	0w	4w	差分 ± SD	0w vs 4w
年齢	43.19 ± 2.24			
身長 (cm)	160.17 ± 5.57			
体重 (kg)	60.73 ± 10.70	59.98 ± 10.49	-0.76 ± 2.92	0.173 *
BMI	23.62 ± 3.64	23.33 ± 3.57	-0.29 ± 1.12	0.170 *
体脂肪率 (%)	31.52 ± 7.66	31.30 ± 6.41	-0.23 ± 4.09	0.790 *
腹囲 (cm)	85.92 ± 11.06	84.10 ± 9.87	-1.82 ± 3.90	0.004 *

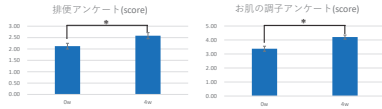


腹囲が摂取前と比較して摂取後で有意に減少した。

4. おからの効果効能③ 試験検証

■アンケート項目	平均値±SD		前後比較(p値)	
タイムポイント	0w	4w	差分4w-0w	0w vs 4w
排便アンケート	2.13 ± 0.61	2.58 ± 0.25	0.45 ± 0.76	0.032 *
お肌の調子アンケート	3.38 ± 0.88	4.21 ± 0.72	0.83 ± 1.05	0.003 **

<排便アンケート>
 1. 週1~2回
 2. 週3~4回
 3. 週5回以上
 <お肌の調子アンケート>
 1. とても悪い ~ 5. とても良い

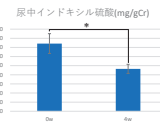


排便アンケートとお肌の調子アンケートの数値が摂取後有意に増加した
 ⇒**便秘とお肌の調子が改善する可能性が示唆された。**

(c) Healthcare Systems, Co., Ltd. all rights reserved. 2021

4. おからの効果効能③ 試験検証

タイムポイント	平均値±SD		前後比較(p値)	
	0w	4w	差分4w-0w	0w vs 4w
尿中インドキシル硫酸(mg/gCr)	74.22 ± 53.18	46.52 ± 24.58	-27.70 ± 56.51	0.019 *

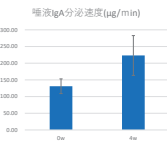


尿中インドキシル硫酸を測定した結果、摂取後有意に減少した
 ⇒**腸内環境が改善された可能性が考えられる**

(c) Healthcare Systems, Co., Ltd. all rights reserved. 2021

4. おからの効果効能③ 試験検証

タイムポイント	平均値±SD		前後比較(p値)	
	0w	4w	差分4w-0w	0w vs 4w
唾液IgA分泌速度(μg/min)	130.99 ± 107.82	223.16 ± 292.12	92.17 ± 255.41	0.454 **



唾液IgA分泌速度を測定した結果、有意な差は得られなかった。

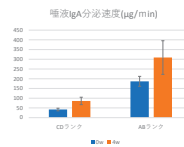
(c) Healthcare Systems, Co., Ltd. all rights reserved. 2021

4. おからの効果効能③ 試験検証

唾液IgA分泌速度について、郵送検査のランクに基づいてサブグループ解析を実施した。

タイムポイント	平均値±SD		前後比較(p値)	
	0w	4w	差分4w-0w	0w vs 4w
CランクDランク	41.89 ± 20.69	85.81 ± 60.40	43.92 ± 65.68	0.114 **
AランクBランク	186.68 ± 102.55	309.00 ± 345.82	122.32 ± 321.89	0.959 **

■バリアチェック IgAランク	総数人数 (0w)
Dランク (-35.5μg/min)	3名
Cランク (36.3μg/min~77.7μg/min)	7名
Bランク (77.8μg/min~165.4μg/min)	10名
Aランク (165.5μg/min~)	6名



有意な差は得られなかったが、C・Dランクの方がA・Bランクに比較してp値が低値であった。
 ⇒摂取前の時点でIgAの値が低い人を選択し人数を増やすことで、おから摂取による唾液IgAへの効果が得られる可能性が考えられる。

(c) Healthcare Systems, Co., Ltd. all rights reserved. 2021

4. おからの効果効能③ 試験検証

摂取前後で睡眠に関するアンケートを実施したところ、
 1.寝つきが悪い、2.夜中に何度も目が覚める、3.朝早く目が覚める、4.昼間も眠たくて集中できないの項目の選択数が減少



(c) Healthcare Systems, Co., Ltd. all rights reserved. 2021

4. おからの効果効能③ 試験検証



(c) Healthcare Systems, Co., Ltd. all rights reserved. 2021

4. おからの効果効能③ 試験検証

今後の取り組み予定

- ・大妻女子大学との協同研究
- ・睡眠、免疫などへの効果の深堀

5. おからの可能性

- ①食用としての用途拡大
- ②産業商品としての広がり
- ③おからの可能性に着目する企業や個人の登場

5. おからの可能性

①用途の拡大

- ・おからパウダーとしての市販拡大



- ・業務用食品用途

惣菜、ワサビ、練り物、お菓子、パン、クッキーなど

5. おからの可能性

②産業用として

- ・ペットフード、
- ・猫砂



5. おからの可能性

②産業用として

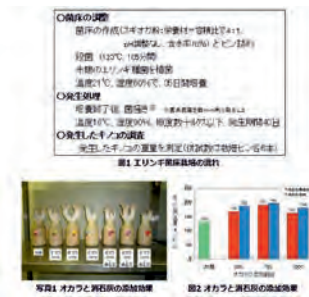
- ・猫砂、ペットフード、キノコの菌床



5. おからの可能性

②産業用として

エリンギ栽培におけるオカラと消石灰の増収効果
(岐阜県森林研究所)



5. おからの可能性

③おからの可能性に着目した企業や個人の登場

おからに特化した企業が見える。

(株) オカラテクノロジズ

(株) okaran



おからカレー おからチキン おからクッキー おからクッキー おからケーキ

6. おからをきっかけにした活動



6. おからをきっかけにした活動



おからせっけん

6. おからをきっかけにした活動



6. おからをきっかけにした活動



6. おからをきっかけにした活動

おからグラノーラを販売して子ども食堂に寄付している高校生、山崎知子さん



<https://www.instagram.com/p/Coo33mVoyq0/>

7. まとめ

おからを取り巻く環境の変化

産業廃棄物

健康価値のある食品

食品ロスを考える活動や行動へ



4月8日おからの日 有楽町交通会館 おからマルシェ



最後に・・・



「いくらでもおがりが」がすたらぬよう願います。その思いがこの料理「おから」です。食材や日常の残り物を丹精する姿、人生を愛惜する心根と手たての跡は、心の深みにたたえられた後の姿が育ちます。

おから



料理家 辰巳芳子先生
「お豆腐は平和のシンボルです」

ご清聴ありがとうございました。

4月8日はおからの日



一般社団法人
日本乾燥おから協会

おからを
おたからに!

160年の伝統と持続可能な地球への挑戦



自己紹介

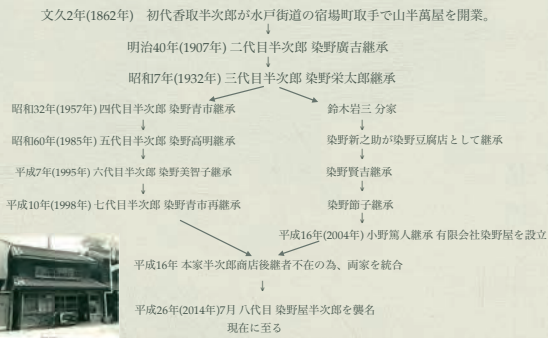
名前：小野篤人
(八代目染野屋半次郎)
年齢：50歳
職業：豆富製造販売元
代表取締役

会社概要

社名：株式会社染野屋
商号：染野屋半次郎
創業：文久二年(1862年) 江戸末期
設立：平成16年(2004年)
本店：茨城県取手市
東京ヘッドオフィス：千代田区丸の内
工場：茨城県取手市、静岡県島田市
営業所：茨城・千葉・埼玉・東京・神奈川県・静岡・
栃木・群馬
グループ会社：山下ミツ商店(石川県)
TURU Catalan SL (Barcelona, Spain)
年間売上：約20億円 (R5.3見込)
従業員数：130名



染野屋半次郎の歴史



コーポレートミッション

「大豆は世界を救う」"Soybeans Save the World"

プロダクトポリシー

「目指したのは江戸時代の豆腐づくり」

企業理念

「我々は、自分の家族に食べさせたいものをお客さまにも提供する。」



100%植物性の主肉
SoMeat
気候変動を止める、最大の有効手段

100%プラントベースミート

100%植物性の主肉
SoMeat
気候変動を止める、最大の有効手段

100%植物性のヘルシーミート



当社はあくまで「移動販売」

「買い物」をする楽しみを提供するため、廃棄ロスの有効化を有効化

食品廃棄物



- 商品転化(がんもetc)
- スタッフの食事
- 営業サンプル
- 商品転化(ロッケ・クッキーetc)
- 有機農業の堆肥
- 牧場
- 飼料業者

子ども食堂

セカンドハーベストジャパン
MFPM Vege Food Bank etc.

Mapion ニュース

Mapion > ニュース > リリース > 豆腐移動販売の「染野屋」が子ども食堂へ大豆加工食品を中心に無償提供促進 認定NPO法人全国子ども食堂支援センター・むすびえ等による展開支援

2022-02-27 14:42:38 80320 / 発信: @Press

関東を中心に100台の車両で豆腐などの大豆製品を移動販売で展開している株式会社染野屋(代表: 八代目染野屋半次郎 小野 英人、本店: 千葉県取手市東2-1-32)は、認定NPO法人全国子ども食堂支援センター・むすびえ(理事長: 湯沢 誠、所在地: 東京都新宿区西新宿1-20-3)と協力し、同社商品(豆腐類)の子ども食堂への提供を7月より促進します。同社は注文配達形式ではなく、買い取りでもらうため、予約品以外の商品がほとんどで、売れ残りの商品が廃棄になるケースが発生していました。それにより以前から、販売員個人の費用で、地域の子ども食堂に売れ残りの商品を無償提供していたことが今回のむすびえおよび、子ども食堂ネットワークとの協働に繋がりました。まず、埼玉県子ども食堂ネットワークと連携し、さいたま市東区(旧さいたま市北区)の近辺の子ども食堂に対する支援から開始します。

画像1: https://www.atpress.ne.jp/releases/316521/LL_img_316521_1.jpg
 2: [https://www.atpress.ne.jp/releases/316521/LL_img_316521_2.jpg](#)



4 Soybeans Save the World P

SINCE 1862

SOMENO'S TOFU

染野屋 半次郎

大豆加工食品

山形ミツ商店

SOMENO'S since 1862



豆腐の活用提案

一般社団法人とうふ和みごはん

自己紹介



一般社団法人とうふ和みごはん
代表理事 戸山千春

- ・とうふ屋を営む「第一級一発手」として、佐賀県で調理講師10年、Instagramフォロワー500名以上の食育豆腐インストラクター、食育指導マイスターの資格を所有しています。
- ・豆腐の普及と食育を佐賀県から広げる為日々奮闘中です！
- ・調理師
- ・長崎県出身 現在は佐賀県在住
- ・豆腐と温野菜の店で商品製造や商品開発に4年は勤めた。
- ・10年前、佐賀県みやき町より豆腐料理講師依頼があり、講師業をスタート！
- ・2017年にカフェをオープン
- ・2021年、豆腐の普及と食育推進の為一般社団法人とうふ和みごはんを設立代表理事となる。



協会情報

- ・名称：一般社団法人 とうふ和みごはん
- ・事務所・教室住所：佐賀県三養基郡みやき町大字白壁1311-1
- ・カフェ・製造住所：神埼市千代田町柳島1796
- ・電話番号：090-3419-9761
- ・事業内容：和み食インストラクター認定講座、とうふ和みごはんマスター認定講座、食育活動、施設等への調理指導やアドバイス、料理教室運営、チャレンジショップ運営、企業との商品開発
- ・「豆腐をキーワードに食卓を笑顔に」を協会理念とし、家族で食卓にあるまり、笑顔になれるような料理や商品をご提案しています。



豆腐料理教室
(豆腐の普及)

和食の基本コース
(日本食の普及)

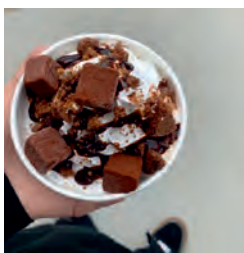
とうふ和みごはん
マスター認定講座
(食育推進)

和み食インストラクター認定講座
(講師育成)

豆腐、豆乳をはじめとした大豆製品を活用した商品開発、企業へのアドバイス



豆腐活用提案 事例紹介



豆腐の生チョコ

～市販のチョコレート不使用の生チョコ～
こだわり



- ・佐賀県内で販売されている豆腐の中から厳選して選んだ豆腐を使用。
- ・市販のチョコレートを使わないことで添加物を削減
- ・豆腐、ココナッツオイル、純ココア、きび砂糖、の4つの原材料とシンプル。
- ・豆腐の大豆イソフラボン、ココナッツオイルの中鎖飽和脂肪酸、ココアで食物繊維とカカオポリフェノール、きび砂糖からミネラル、女性に嬉しい食材を詰め込んだ一品です。
- ・冷凍保存が可能になり長期保存が可能。



冷凍での長期保存を可能とした製造方法 3つのポイント



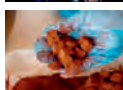
殺菌

- ・豆腐を蒸して加熱殺菌
- ・余計な水分をカット



撈拌

- ・ミキサーを使いしっかり撈拌
- ・均一な生地になる用最後は手で撈拌

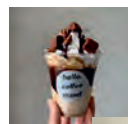


保存

- ・カットしココアパウダーを付けて冷凍保存



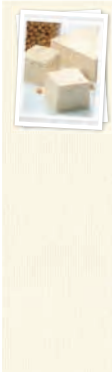
地域企業とのコラボにより知名度up!



昨年のテレビ番組の様子

昨年からみやき町のコーヒー屋さんコラボドリンクを2月に限定販売を企画。昨年はサガテレビの取材もかなりの集客でした。今年メディア取材はありませんでしたが、Instagram発信を中心に集客は好調でした。

佐賀県三養基郡みやき町
hello.coffee stand 様



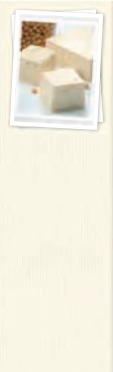
豆腐の生チョコのメリットとデメリット

メリット

- 長期保存が可能になった
- 豆腐になじみのない世代にも豆腐の魅力がアピールできた
- 軟直や限定店舗への熱帯
- かけて商品として販路でできない豆腐でも製造可能

デメリット

- 冬季限定（12月～2月）
- 圧倒的に女性客が多かった



和みふりかけ

～ザクザク食感の油揚げのふりかけ～

こだわり



- 国産の原料にこだわった無添加ふりかけ
- 味の決め手は無添加醤油
- 油揚げ、ひじき、ちりめん、で不足しがちなカルシウムなどの栄養素を補う。
- 熱風乾燥によりザクザク食感を生み出す
- 油揚げの常温長期保存が可能。



常温で長期保存を可能とした製造方法2つのポイント

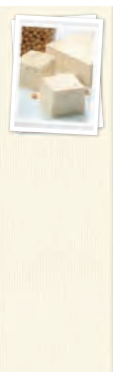


熱風乾燥

- 90℃で4～5時間

保存

- 乾燥剤を入れて密封



【製造】六田株式会社 様

【醤油】丸善醤油株式会社 様



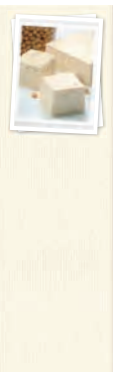
こだわり

製造

おにぎり

パン

そうめん



和みふりかけのメリットとデメリット

メリット

- 長期保存が可能になった
- 油揚げの魅力がアピール
- 子育て世代に人気！
- ロスになるような形の厚い油揚げでも製造可能

デメリット

- 乾燥に時間がかかる為、大量生産が難しかった
- ふりかけとしては価格が高い



今後の取り組みについて



豆腐の多方面での活躍が豆腐業界を元気にし、ロスとして廃棄していた商品の有効活用が生み出され、企業も消費者も嬉しい商品作りに取り組んでいきたいと考えています。

8-2-② <パン製造業事業者向け説明会 実施報告>

○実施日：令和5年3月2日（木） 14：00～16：30

○開催方法：ハイブリッド開催

○開催場所：AP 東京八重洲 K ルーム

○主催：一般財団法人 食品産業センター

○参加対象者：パン製造事業者のみ

- ・日本パン工業会 会員
- ・全日本パン協同組合連合会 より案内
- ・その他パン製造事業者

○次第：

(1) 「食品ロスの現状、課題と食品ロス削減に向けた具体的施策について」
農林水産省大臣官房新事業・食品産業部 外食・食文化課
食品ロス・リサイクル対策室長 森 幸子 様

(2) 「未利用食材等の発生状況とその活用に係る調査の結果について」
食品産業センター事務局

(3) 取り組み事例紹介と意見交換

1) 「フードバンク提供の取り組み」

敷島製パン（株） 飯田 品質保証部長 様

山崎製パン（株） 伊藤 総務部長 様

唐人ベーカリー（株） 桑野 専務取締役 様

C社・D社・G社 事務局

2) 「製品生産での工夫」

山崎製パン（株） 上野 社長室 部長 様

敷島製パン（株） 飯田 品質保証部長 様

3) 「パン耳等の食品利活用」

クラウン製パン（株） 事務局

「食パン耳を用いたクラフトビール（ヴァイツェンビール）の醸造」

敷島製パン（株） 飯田 品質保証部長 様

バイオマス（パン廃棄物）を使った次世代エネルギー「バイオコークス」

○参加状況及びアンケート集計結果

1. 参加状況

現地申込総数	13	実参加者	14
WEB 申込総数	34	実参加者	56
申込総数	47	実参加者	69

事務局4名含まず

2. アンケート集計結果（回答数：27）

Q1 貴社・貴団体の属性についてお知らせください。

企業	団体	地方 食産協	行政	教育機関	不明	回答者 合計
23	1	0	1	1	1	27

Q2 （任意）メールアドレス記入

Q3 農林水産省より 省庁の取り組みについて

参考になった	10	あまり参考にならなかった	2
やや参考になった	13	参考にならなかった	0
どちらでもない	2		

Q4 調査内容・報告書の説明について

参考になった	11	あまり参考にならなかった	0
やや参考になった	14	参考にならなかった	0
どちらでもない	2		

Q5 フードバンク提供の取り組みについて

参考になった	13	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	12	参考にならなかった	0
どちらでもない	1		

Q6 製品生産での取り組みについて

参考になった	14	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	11	参考にならなかった	0
どちらでもない	1		

Q7 食品の利活用の取り組みについて

参考になった	7	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	14	参考にならなかった	0
どちらでもない	5		

Q8 今回のセミナーで、ご質問、ご意見、ご感想、さらに知りたい点等について、自由にご記入ください。

[14名回答]

- ・パン製造メーカーの取り組みがわかり良かった。資料もよく理解できた。
- ・同じ業界の取り組みを目にすることが無いので大いに参考になりました。
- ・コンビニからの受注リードタイムを伸ばせるよう商習慣の改善をお願いします。
- ・発注リードタイムの短縮に期待しております。
- ・途中参加ですみませんでした。Q7は不明、その他はもともと把握しているものと同様だと仮定して回答

しました。国内対策より、海外展開した方が世の中の食品ロスは減るのになあ、と思ってしまいました。それほど日系メーカーの取り組みはハイレベル。

- ・食品ロス削減に関して取り組み事例があり改善のきっかけとなる案件があり有用でした。
- ・調査結果の共有ありがとうございました。取組対策もアイデアが必要ですが、弊社内としては食品ロス発生量の分類方法と正確な軽量、その発生要因をより深堀する必要があると感じております。
- ・人件費を含めたコスト面をどうクリアしていくかが課題
- ・食品廃棄として大きいパン耳等は飼料用に活用されているが、今後の利活用としていいのだろうか？
- ・弊社でもフードバンクへの取組みができることがわかりました。検討する必要性を感じられました。
- ・弊社ではフードバンクへの食品提供を通して、日持ちはしないが調理せずにそのまま喫食出来るパンは提供先に大変重宝されていると感じております。
- ・今回のセミナーに参加しまして、フードバンクへの食品提供は配布される量に限りがあり、提供数を制限しているという意見がありました。
しかし実際に、弊社では遠方のフードバンク団体並びに特定の施設や団体より直接、食品提供の依頼を受けますが、その全てに対応できていないのが状況です。寄付希望先と提供先である中小の食品メーカーとの間の調整役に行政の力が必要なのではと感じる事があります。
提供したくても提供数や配送の問題よりお断りしているミスマッチが少しでも減少できることを願っております。
- ・資料については次第のみ送られてきました。ダウンロード式でよいので資料の提示があるとメモを取りやすいと思います。
- ・全部でなくて良いので、配付資料があるとより理解し易くなると思いました。
- ・セミナーで利用したデータを頂きたいです。よろしく願い致します。

(以上)

※（３）取り組み事例紹介と意見交換の資料は「４－２ パン製造業の状況」に掲載

8-2-③ <菓子製造業での食品ロス削減対策セミナー 実施報告>

○実施日：令和5年3月9日（木） 13：00～14：40

○開催方法：ハイブリッド開催

○開催場所：AP虎ノ門 Aルーム

○主催：一般財団法人 食品産業センター

○協力：全日本菓子協会

○参加対象者：菓子製造事業者を中心に制限なし

○次第：

(1) 「未利用食材等の発生状況とその活用に係る調査の結果について」
食品産業センター事務局

(2) 講演

1) 「フードシェアリングサービス「TABETE <タベテ>」の取り組み」

(株) コーッキング 川越 代表取締役 CEO 様

2) 「TABETE 活用における5つのメリット」

(株) ブールミッシュ 松澤 商品本部企画部長 様

○参加状況及びアンケート集計結果

1. 参加状況

現地申込総数	8	実参加者	9
WEB 申込総数	98	実参加者	93
申込総数	106	実参加者	102

事務局5名含まず

2. アンケート集計結果（回答数：47）

Q1 貴社・貴団体の属性についてお知らせください。

企業	団体	地方 食産協	行政	教育機関	金融	回答者 合計
38	6	0	1	1	1	47

Q2 （任意）メールアドレス記入

Q3 調査内容・報告書の説明について

参考になった	21	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	23	参考にならなかった	0
どちらでもない	2		

Q4 事務局からの事例紹介について

参考になった	27	あまり参考にならなかった	1
やや参考になった	16	参考にならなかった	0
どちらでもない	3		

Q5 コークッキング様の講演について

参考になった	28	あまり参考にならなかった	2
やや参考になった	13	参考にならなかった	1
どちらでもない	3		

Q6 ブールミッシュ様の講演について

参考になった	17	あまり参考にならなかった	3
やや参考になった	19	参考にならなかった	1
どちらでもない	7		

Q7 フードバンク等への寄付に関して

実施している	14	興味はあるが、あまり参考にならなかった	7
検討している	3	興味はない	2
興味があり、参考になった	21		

Q7 今回のセミナーで、ご質問、ご意見、ご感想、さらに知りたい点等について、自由にご記入ください。

[17名回答]

- ・前半部での資料の解説の音声が非常に聞き取りにくく理解できませんでした
- ・卸・小売からの返品についての実態・事例をお願いします。
- ・菓子製造業で括られていたが規模の大きい製造業での事例についても知りたい。
- ・調査内容・報告書の説明で投影頂いた資料を、出席できなかった調査回答協力者に共有したいので、なるべく早めに調査報告書の公開をお願いしたい。
- ・消費者、生活者への訴求がもっと必要と思いました。
- ・もう少し詳細なフードロス対策があれば良かったかなと感じました。
例えば事例をもっと多く紹介して欲しい。"
- ・食品や飼料としての再利用以外の食品リサイクルの事例や取り組み、技術などが知りたい
- ・TABETE 様、ブールミッシュ様のご説明は非常に興味深く拝見させて頂きました。ネームバリュー、参加企業様、地域性などにもよって効果に差がでるかなとは思いました。
- ・森永製菓様の卸店から返品をせず、直接フードバンクへ寄贈するスキームは卸店の負担が大きく横展開は難しいとの説明でしたが、スキーム、卸店との役割分担等詳しく知りたい。
- ・TABETE のツールが、フードロス解消とは別次元の販売促進に流用される恐れはないのかが気になりました。
- ・セミナー資料が手元に無かったので、理解が難しい状況でした。
- ・原料ロス、試作品ロスの削減について取り組み中です。事例があればぜひ聞かせていただきたいです。
- ・聴講させて頂きありがとうございました。特にありません。
- ・世界観というお言葉と、レスキューしているうちに皆のSDG's意識が高まっていくことに興味を覚えまし

た。

- ・ T A B E T E 様のアプリ紹介を従業員に自分たちができることからということで掲示紹介をさせて頂くことは可能でしょうか。
- ・ 食品ロス削減に向けて、更に多くの企業に理解し対応いただくために、今後も多くの取組み事例等の情報共有を希望します。
- ・ 弊社フードロス削減に携わっている部門ではありませんが、他社事例やどこでフードロスが発生しているのか、大変参考になりました。


(以上)



フードシェアリングサービス
TABETE<タベテ>のご案内

powered by:  CoCooking
making a better world





- VISION -

「持続可能」で「多様」な食の未来を見据えて
日々の「食の選択肢」を豊かにします。

- MISSION -

つくり手・食べ手間に新たなかたちの関係性を構築し
食業界の持続可能性を再定義します。

食品ロス



まだ安全に食べられるのに
捨てられてしまう食べもの



食品ロス

とは、



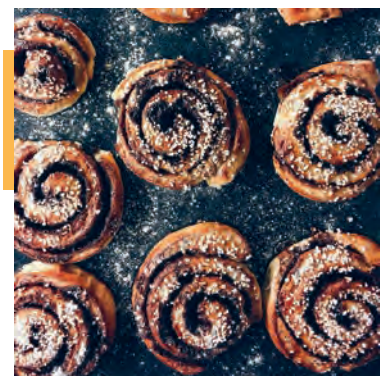
捨てられる食べ物のうち、
まだ問題なく安全に食べられるもの

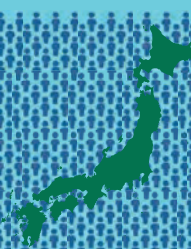
5

522万トン



日本の年間食品ロス量





522万トン | 日本国民全員が**毎日**



522万トン | おにぎりを**1.5個**捨てている



食品ロス削減推進法

令和元年、食品ロスは「違法」に

- ▶ 令和元年5月24日「食品ロス削減推進法」が参院本会議で全会一致で可決、10月1日に施行
- ▶ 食品ロス削減を「国民運動」と位置づけて、国を挙げてロス削減に取り組むよう求める
- ▶ 「食品ロス」に関する議論・取り組みが活発化



店舗の課題

このような経営課題にお困りではありませんか？

- 売上げをあげたいがロス率上昇が懸念で踏み出せない
- 薄利多売の販売モデルから脱却できない
- 原材料費や人件費の高騰により利益率は圧迫される一方
- 売上UPを図っても利益率が改善しない
- 取扱量の増加に比例して廃棄量も増えてしまう
- 食品ロス対策やSDGsに取り組みたいが手が回らない

店舗で発生するロスの原因

ロス原因の一例

予約のドタキャン (ノショク)	異常気象 (ゲリラ豪雨等)	食べ放題 バイクギ	食材の端材 (肉や魚の端っこ等)
ディスプレイのパン・ケーキ等	持ち帰り不可 (食べ残し・衛生管理)	発注ミス (在庫過剰)	試作品 (研修なども含む)

中食業界の構造的問題

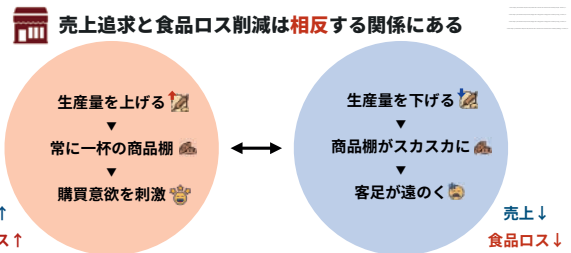
中食ビジネスは食品ロスが前提となる

パン・洋菓子・惣菜などの「中食」店舗では3%程度の目標廃棄率があり、それを下回ってはダメ

商品棚がスカスカだと客足が離れてしまうため基本的には閉店間際まで商品棚を埋める必要がある

廃棄量が目標値以下だとチャンスロスがあったとみなされる (もっとつければもっと売れたはず)

中食業界における食品ロス



食品ロスをゼロにすることはできない

しかし

売上の最大化とロス率の最小化は目指すことができる

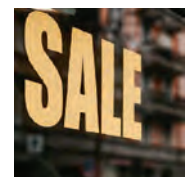
中食業態の食品ロスまとめ

中食業界における食品ロス

従来、食品ロスに対する有効な手立ては店頭値引きのみ

しかし、過度な値引きはブランドを毀損するため特にミドル・ハイエンドのブランドでは忌避される

TABETEはブランドを傷つけずに売り切りを推進することが可能になるため多くのブランドに選ばれる



海外先行事例

Too Good To Go

フードロスアプリの先駆者にしてトップランナー

- ・2015年にDKで始動、現在はEU内15カ国、US・カナダでも運営
- ・TABETEとほぼ同じビジネスモデル
- ・飲食・中食店以外にも、ホテル、スーパーマーケット、ガソリンスタンド、卸売店、メーカー工場、空港など、幅広い業態が加盟している

ユーザー数	店舗数	販売食数	平均M率	ペロシティ
610万ユーザー	17万店舗	1.6億レスキュー	70%	2 rescue/sec

累計\$85.9M調達・バリュエーション\$818M(約1148億円)
©2021.300店舗時点
 UKのみで100万食/月レスキュー、売上高€1M/月(約1.5億円)

TABETEとは

EAT ME / **TABETE**

飲食店・中食店で食品ロスの危機にある食事をレスキューできるサービスです。

GOOD DESIGN AWARD 2019 BEST 100

サービスの流れ

レスキュー隊員として、ユーザーが店舗に食品を受け取りに行く

TABETE レスキュー隊に入隊して食品ロスをレスキュー

TABETE利用の流れ

① アプリで「レスキュー依頼」を確認

16:00 品川

ちょっと休憩がてらTABETEをチェックしてみよう
 今日ほげんなレスキュー依頼が出ているかな?

TABETE利用の流れ

① アプリで「レスキュー依頼」を確認

16:00 品川

今日もいろいろなお店から依頼が出ているな

TABETE利用の流れ

① アプリで「レスキュー依頼」を確認

16:00 品川

あ、このお店、気になっていたのでよね!
 乗り換えで渋谷通るし、試みにレスキューしてみよう

TABETE利用の流れ

② 受け取り時間を設定してレスキューを予約

16:00 品川

引取時間をお店に伝えて。
 決済は登録済みのカードで!

TABETE利用の流れ

③ レスキュー予約完了!

16:01 品川



レスキュー予約完了!
仕事終わりが楽しみです!



TABETE利用の流れ

④ お店へGO!

18:15 渋谷



さて仕事も終わり!
渋谷のお店に向かおう



TABETE利用の流れ

⑤ アプリ画面を見せて商品を受け取り

18:20 渋谷



レスキューにきました!



TABETE利用の流れ

⑥ レスキューした商品を楽しもう!

18:50 自宅



今日はどんな商品が
入っていたかな?



TABETEは完全成果報酬型

ランニングコストは一切なし!

掲載費用(月額)	無料
サポート費用	無料
クレジットカード手数料	無料
決済手数料	無料
初期費用(1店舗あたり)	10,000円
販売手数料(1食あたり)	80円~1,320円

約20食販売で初期費用回収!



料金について

TABETEは完全成果報酬型 ランニングコストは一切かかりません

料金内容	販売価格帯	手数料	販売価格帯	手数料
月額費用	100~350円	80円	2,081~2,480円	550円
サポート費用	351~680円	150円	2,481~2,980円	660円
クレジットカード決済手数料	681~880円	200円	2,981~3,480円	770円
初期費用(1店舗あたり)	881~1,080円	250円	3,481~3,980円	880円
販売手数料	1,081~1,280円	300円	3,981~4,480円	980円
	1,281~1,680円	400円	4,481~4,980円	1,100円
	1,681~2,080円	460円	4,981~5,480円	1,210円
			5,481~5,980円	1,320円



TABETE登録のメリット

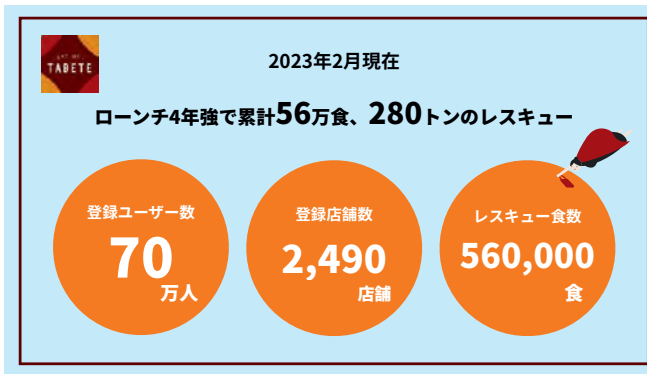
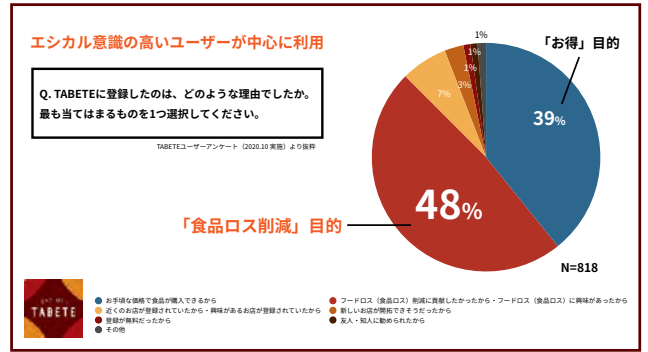
- ロスを減らして利益増!
- エコなお店として認知向上!
- 新規顧客につながる!
- 従業員満足度UP!

これまで捨ててしまっていた食品を、追加の利益に転換することができます。環境配慮型のお店としてアピールできるので、ダブルでお得!

TABETEの利用で、食品ロスや二酸化炭素排出の削減に貢献できます。環境配慮型のお店としてアピールできます。

アプリ通しで新しいお客様をお店を発見してもらえます。TABETE経由で通常来店され割合は購入ユーザー全体の35%になります。

商品を捨てるのは、従業員にとって大きなストレス。捨てる量を減らし、エコに貢献することで従業員の満足度も高めることができます。



導入法人

パン	洋菓子	ホテル
株式会社ヴィ・ド・フランス	株式会社レアールバスコベーカーイズ	株式会社ジェアール東日本ホテル開発
株式会社アンデルセン	株式会社木村屋総本店	京阪ホテルズ&リゾート株式会社
株式会社タカキベーカーリー	株式会社サンジェルマン	株式会社ブルミッシュ
株式会社神戸屋	株式会社アルテゴ(BAGEL&BAGEL)	株式会社不二家
株式会社三井物産		藤田観光株式会社
カフェ	外食・惣菜・弁当	商業施設
株式会社ドールコーヒー	株式会社バケット	株式会社ジェアール東日本クロスステーション(エキュート上野など)
株式会社ウエルカム(DEAN&DELUCA)	株式会社サンマルグリット	仙台ターミナルビル株式会社(エスパル仙台・福島など)
ロイヤルフードサービス株式会社	株式会社TBIホールディングス	JR西日本SC開発株式会社(ルック大塚・天王寺MIO)
株式会社デザイン	株式会社	株式会社横濱ステーションビル(グランデュオ蒲田・立川)
	株式会社芝寿し	

導入事例：株式会社ドールコーヒー様

【導入理由】

- 会社全体の方針として、SDGsの取り組みがニューノーマルになったため
- ただの値下げではなく「食品ロス削減のための取り組み」であることがお客様に伝わりやすく、ご理解いただきつつ協力を得ながら食品ロス削減に取り組みするため

【店舗展開について】

東京都内直営6店舗から、食品ロス削減率やオペレーションの確実も兼ねて、トライアル導入を行った。各ショップよりTABETE導入の要望があがってきたのを皮切りに、2021/8には追加で44テナント。2021/12には、合計直営店99店舗にて展開された。

○パニーセット ○オーキセット

【大手老舗パン屋業態】導入事例

法人名：株式会社木村屋総本店
店舗名：銀座木村家 アトシ吉祥寺店
エリア：吉祥寺
販売商品：パンの詰め合わせ
引取時間：14:00-19:00
利用頻度：週4-5回

【TABETE運用ご担当者より】

ブランドイメージの点からも、会社全体で「あんぱんは絶対に値引きをしない」と決めており、夕方からのセールなどはやっていませんでしたが、TABETEはフードロス対策として取り組んでいるものなので、単なる値引きとは別のこととして考えて利用しております。店舗で売れ残った分は工場に返品するのですが、TABETE導入前は15%くらいの返品率でしたが、導入後、月の返品率は10%を切るようになりました。

また、木村屋の普段の客層は50代以上の方が8割-9割を占めていますが、TABETEでレスキューされる層は、だいたい25歳~40歳くらいの方が多いため、今まで売場いただけいなかった方々が、TABETEを通じて吉祥寺店に来店されていると感じております。「木村屋さんのパンを食べてみたかったのでTABETEを利用した」というお声もいただきました。

【写真】販売商品：パンの詰め合わせセット

ホテルビュッフェ導入事例① **TABETE**

法人名：株式会社三井不動産ホテルマネジメント
 業態名：ザセレスティンホテルズ
 出品開始時刻：10:00-(朝食ブッフェ終了後)
 引取時間：11:00-13:00

■ご担当者様より
 ユーザーさんの食品ロスや環境配慮への感覚が非常に高いと感じたことが、TABETEを選んだ一因の決め手でした。せっかくTABETEを導入するのならば、余ったものをお弁当にするという考えではなく、「ホテルクオリティの美味しさで、お弁当を豪華に召し上がっていただきたい」と思い、美味しさを優先しながら、衛生基準をクリアできる方法を模索しました。さらに、商品お渡しの際に、持ち帰り2時間以内に召し上げていただくように必ずお伝えしています。
 導入後、パンは90%以上、料理については50%-60%以上、食品ロスを削減できています。特に、パンについてはほとんど余ることがなくなりました。原材料高騰の影響も受けているので、TABETEを導入したことで原価率を抑えることができ、思い切った食材の活用を使うことができるのもありがたいです。TABETEで得た売上は、よりお客様に楽しんでもいただける形で還元していこうと考えております。これまで廃棄物として処理費用がかかっていたものが売上に転換されるのもありがたいですね。今後も継続的にビュッフェを実施していく以上、TABETEは併用していければと考えています。



商品名：本日のお弁当盛り合わせ



商品名：本日のパン詰め合わせ
※1 地味販路資料になります
 ※2 別冊 <https://www.tabete.jp/food/1214a323>

ホテルビュッフェ導入事例 **TABETE**

法人名：藤田観光株式会社
 業態名：ワシントンホテル・ホテルグレイスリー
 エリア：全国
 販売商品：ホテルビュッフェのお弁当詰め合わせ
 出品開始時刻：10:00-(朝食ブッフェ終了後)
 引取時間：11:00-13:00



■TABETE導入前の課題と導入理由について
 前日に宿泊のお客様の人数と、外来(朝食ビュッフェのみ利用される)のお客様数を予想して、どの程度仕込むべきかを決定しています。あとは、ビュッフェ後半で「お料理を小鉢に移し替える」工夫も実施しています。食品ロスが大量に出ないよう、後半は陳列する量を減らしつつ、見栄えもキープできるように小鉢に移してご提供しています。それでも、ビュッフェである以上食品ロスを絶対に0にすることはできないので、自分たちだけの取り組みに限界を感じていました。
 そこで出会ったのが、テレビで紹介されていた食品ロス削減アプリ「TABETE」。この「TABETE」を活用して、残食廃棄を減らしたい！ランチボックスに詰めて、近隣のビジネスマンのランチとして提供できないかな？そんな思いをきっかけに、弊社内の衛生基準の緩和も検討され、安全安心を担保しながらの運用をスタートいたしました。



商品名：ホテルビュッフェのお弁当詰め合わせ
※1 社外販路資料になります
 ※2 別冊 <https://www.tabete.jp/food/1214a323>

持続可能で多様な食の未来に向けて
チャンスロスを減らして、食品ロスも減らしたい
「店舗様・法人様」を探しています！

TABETE

力を合わせて食品ロスを
レスキューしましょう！

TABETE

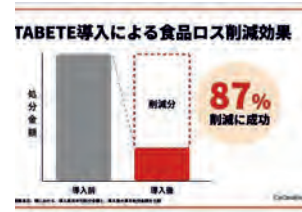


フードシェアリングサービス
TABETE<タベテ>のご案内 powered by: **CoCooking**

株式会社ブルミッシュ TABETE活用事例

TABETE活用における5つのメリット

①TABETEを活用することでフードロスに貢献できる！



- ▶ロス削減効果
「87%減に成功」
(導入前月平均処分金額と導入後の単月処分金額を比較)
- ▶累計削減CO2量
996kg (2022年実績)
- ▶累計ロス削減個数
724個 (2022年実績)
- ▶累計来店者数
393人 (2022年実績)

②TABETEを活用することでスムーズなお取引が可能！



- ▶アプリから簡単出品 (複数のデバイスによるアクセスが可能)
- ▶レスキュー通知 (メールもしくは音声電話)
- ▶決済はオンラインでキャッシュレス
- ▶受け渡しはスマホ画面による本人確認でスムーズに
- ▶現場スタッフのオペレーション負担はほとんどなし
- ▶事前に商品登録もでき遠隔による操作も可能
- ▶出品後でも簡単に取り消しが可能

③TABETEを活用することで多くのユーザー様を知ってもらえる！



- ▶対象店舗のみで告知しても多くのお客様に届かないTABETEで告知することで多くのお客様へ認知が可能
- ▶TABETEユーザー様に自社の認知もされやすい
- ▶TABETEユーザー様からの新規顧客を獲得

④TABETEを活用することで企業のイメージアップ！



- ▶フードロス対策をアピールできる
- ▶持続可能な開発目標 (SDGs (Sustainable Development Goals) の取り組みを伝える事ができる
- ▶SDGsをテーマにした番組やエシカル消費にちなんだ方々の情報番組などの取材依頼が増えた
- ▶当初不安だった割引販売によるブランドの低下にはつながっていない
- ▶左図は弊社公式HP「SDGsの取り組み」より

⑤TABETEを活用することで社内意識の改善につながる！

- ▶フードロスの年間実績が「見える化」した事で削減に対する意識が向上
- ▶累計削減CO2量が「見える化」した事でSDGs意識が向上
- ▶各製造拠点におけるフードロスに様々な視点から意見交換が行われるように



☆最後にフードロスの関心が「捨てる」や「廃棄」といったネガティブなイメージからTABETEを通じ「店舗もユーザーもハッピーになれる」ポジティブなイメージに広がっていく事を心から望んでいます
本日はありがとうございました