製-配-販をつなげて取り組む
食品ロス削減策

ACCESS
株式会社 日本アクセス

食べものに、
もったいないを、
もういちど。
NO-FOODLOSS PROJECT

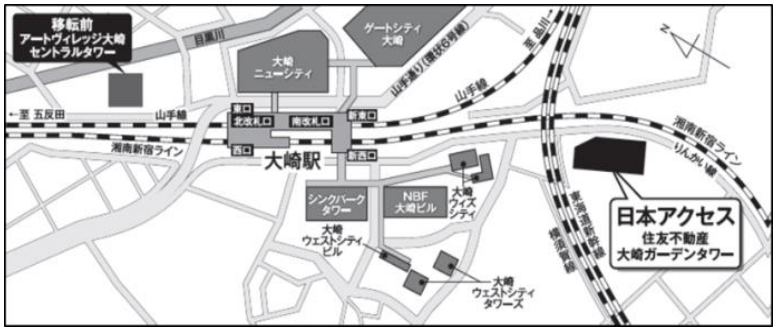
12 つくる責任
つかう責任

株式会社日本アクセス　会社概要

ACCESS 日本アクセス

会社名	株式会社日本アクセス
住所（本社所在地）	〒141-8582　東京都品川区西品川1-1-1 住友不動産大崎ガーデンタワー
創立	1952年10月1日
設立	1993年10月1日
事業内容	食品、水産物、農産物、畜産物、花卉等の販売・ 輸出入・買付・加工・商品企画・開発・品質検査・ 分析業務及び貨物自動車運送事業、 食品安全コンサルタント業務、情報処理サービス業務
株主	伊藤忠商事株式会社　100%
資本金	26億2千万円
年間売上高	2兆1,203億円（2021年度・連結）
従業員数	3,921名（2022年3月末現在）※連結の就業人員

●その他会社情報の詳細は下記弊社ホームページをご参照ください。



JR山手線・埼京線・湘南新宿ライン・りんかい線
「大崎駅」南改札口・新西口方面より徒歩約6分

https://www.nippon-access.co.jp/

2

Copyright 2021 NIPPON ACCESS,INC,ALL Rights Reserved

食品ロス削減に対する

当社のアプローチ

最重要課題の一つに位置付け

2020年4月に会社として「SDGs宣言」を行い、食品を扱う企業の社会的責任としてフードロス対策をSDGsにおける最重要課題の一つに位置づけました

SDGs課題をマトリクス分析

〇…食の安全・安心
△…地球環境
□…労働環境
☆…社会貢献
▼…その他のリスク

優先順位A
優先順位B
優先順位C

△生物資源枯渇への配慮	△海洋プラスチック対策 △エネルギー使用量削減 △再生可能エネルギー活用 △環境技術の導入 △廃棄物の削減 △リサイクル推進	〇安全・安心な食品の提供 △フードロス対策 □ダイバーシティ推進 □健康経営の推進
△サプライチェーン上の汚染防止	□ハラスメント防止 ☆寄付活動 ☆次世代育成、食育活動 ☆被災地支援	▼コンプライアンス徹底 △廃棄物の適正処理 〇適切な食品表示 □働き方改革 ▼災害対策プロセス整備
	☆地域経済の振興支援 ☆グリーン購入促進	□社員教育の推進 □労働安全衛生 □適切な人事制度 ▼交通事故予防

非常に高い　ステークホルダーの関心度　高い

高い　日本アクセスにおける重要度　非常に高い

フードロス対策を「優先順位Ａ」に位置付け

長期目標の設定

SDGsターゲット12.3に合わせ、2030年までの食品廃棄物排出量の目標を「2016年度比50%削減」に設定しました

2030年度目標

食品廃棄物排出量 2016年度比50%削減

2016年度 753ton ⇒ 2030年度 376ton

※SDGsターゲット12.3 ・・・ 2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。

削減目安の作成

社員各自が取り組みやすくするため、「具体的に年あたりどれだけ減らせば良いか」を逆算し、「毎年4%削減」の目安を作成しました（2020年時点）

	実績		予測			
年度	2016	2019	2020	202	2029	2030
食品廃棄物排出量(ton)	753.0	587.0				
前年比		97%				
対2016年度	100%	78%				50%

	実績		予測			
年度	2016	2019	2020	2021	2029	2030
食品廃棄物排出量(ton)	753.0	587.0	563.5	5 .0	390.3	374.6
前年比		97%	96%	96%	96%	96%
対2016年度	100%	78%	75%	72%	52%	50%

逆 算

2030年の50%目標を達成するためには、、

「毎年4%」減らし続ければ達成可能！

・社員への啓蒙
・アクションプラン等の目標数値に使用

社員への啓蒙 その1

様々な方法で社員への啓蒙を行い、「全社活動としての食品ロス削減」の浸透を図っています

社内イントラの専用コーナーで発信

社内SNS専用ページで発信

社内イントラ、社内SNSに専用コーナーを設け、様々な情報を発信

社内報で発信

社内報で食品ロス削減特集記事

全社員必須のe-ラーニング

毎年度実施。2021年度迄３年連続で「食品ロス削減」をメインテーマにした

専門家を招聘し講演会開催

過去5年間で食品ロス削減のテーマで2回開催。先進的な事業者、リサイクル業者、行政担当者、業界団体より講師を招聘

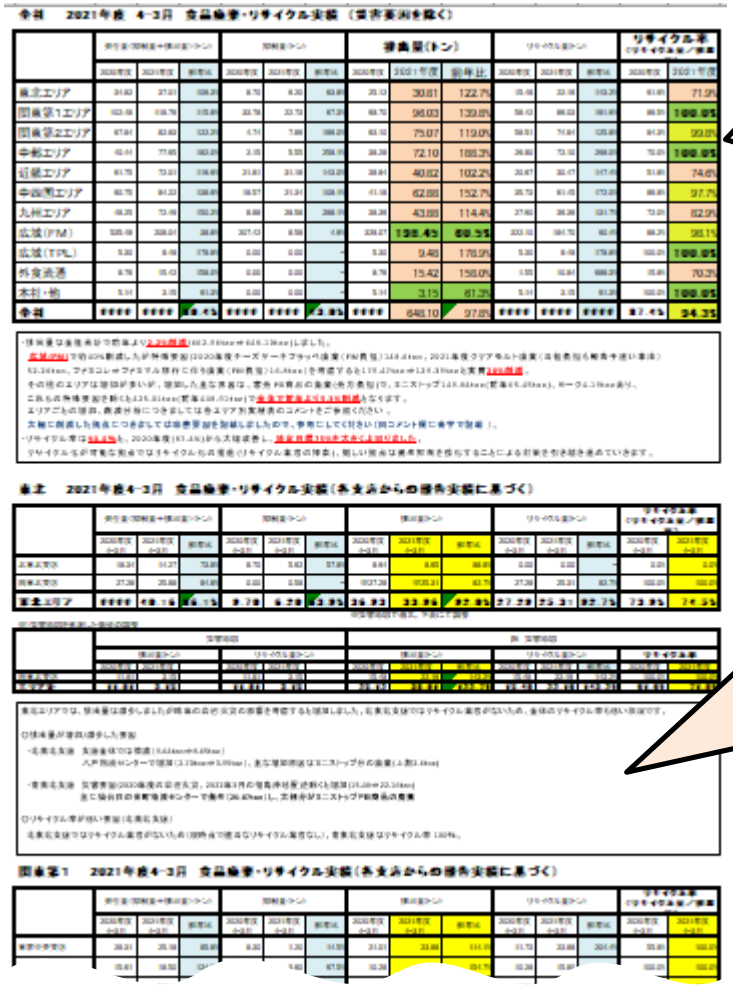
リサイクル工場の見学会開催

過去5年間で3回開催。環境汚染の少ない「リキッド飼料」のリサイクル工程を見学

社員への啓蒙　その2

全社で食品廃棄、リサイクル実績を共有し、各拠点でレベルアップを図っています

食品廃棄、リサイクル実績報告(サンプルの一部分)



四半期ごとに、各拠点の

①抑制量(フードバンクや社内配布)
②食品廃棄物排出量
③リサイクル率

を報告

排出量が増えた拠点は、その原因

〃　減った拠点は、その原因

※リサイクル率も同様

を都度ヒアリングし、関係者間で共有

改善

参照
横展開

社外とのコミュニケーション その1

当社の食品ロス削減対策をステークホルダーの皆様にご理解いただけるよう、様々なコミュニケーション活動を行っています

フードロス対策紹介３分動画を作成

2020.12当社のフードロス削減活動を紹介する3分間の動画を作成し、公開しました
http://youtu.be/NWgG8pbDCXw

レジェンド賞受賞！

この動画が、農水省「サステナアワード2020」レジェンド賞を受賞しました

サステナビリティレポートで紹介

2021.12に発刊したサステナビリティレポート2021においても、食品ロス対策について紹介しています

農林水産省HPに掲載

ACCESS 日本アクセス

株式会社日本アクセス

インタビューで取り上げたSDGs

日本アクセスは、1993年の5社合併を機に誕生し、それ以後も統合・合併を経験し事業規模を拡大してきた会社であり、日本の食を支える食品総合卸として、全国各地のお客様へサステナブルに商品とサービスを提供し続けています。

また、日本アクセスは、社会の変化、生活者のニーズに応えていくため、「卸売市場」「ロジスティクス市場」「製造・加工市場」の3つの市場分野における「ACCESS VALUE」の実現を通じて「卸売」の枠を超えた「卸」企業を目指しています。

このたび、CSR活動とSDGs達成に向けた取組について、株式会社日本アクセスの広報・サステナビリティ推進部長・後上浩さん、生鮮・デリカ商品開発部長・小野陽さん、ロジスティクス戦略室長・田中弘志さんにお話を伺いましたので、その内容を紹介いたします。

写真左から
ロジスティクス戦略室　田中 弘志さん
生鮮・デリカ商品開発部　小野 陽さん
広報・サステナビリティ推進部　後上 浩さん

取材日：2021年2月19日 株式会社日本アクセス本社にて

農水省HP「SDGs×食品産業」に、インタビュー内容と、17の目標のページで取組を紹介されました(2021.4.8)

消費者庁HPに掲載

2021.4『食品ロス削減の取組事例』として掲載されました

社外とのコミュニケーション その2

年2回開催される当社の展示会での内容や、自治体主催のイベントでの展示を紹介します

当社の展示会「Food Convention2022」で取組紹介

当社のSDGs活動を紹介するコーナー

ブースの来場者に
エコ歯ブラシを配布

2022年7月に開催された展示会では、SDGs活動のコーナーのみならず、通常の営業ブースでも様々な環境に良い取組を紹介しました

P15で紹介のストックキッチン

フローズンブースでのSDGsへの貢献提案

品川区消費者センター主催「エシカル消費イベント」に出展

2022年6月4日、品川区中小企業センターにおいて、品川区消費者センター主催の「エシカル消費イベント」が開催され、当社の食品ロス削減対策などのパネルを展示しました。

社外とのコミュニケーション その3

ACCESS 日本アクセス

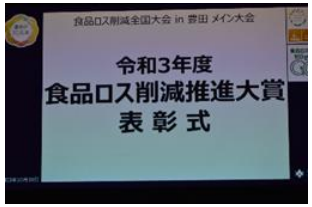
食品ロス対策の取組が外部から評価された例を紹介します

消費者庁 「令和3年度食品ロス削減推進大賞」にて、内閣府特命大臣賞を受賞！

2021年10月、当社の全社を挙げた食品ロス削減活動が評価され、「食品ロス削減推進大賞」の最高賞となる【内閣府特命大臣（消費者及び食品安全）賞】を受賞しました。

受賞したテーマ

「サプライチェーンに拡げる「全社を挙げた」食品ロス削減活動」



10月30日、愛知県豊田市にて開催された食品ロス削減全国大会で授賞式が行われました

経済産業省 「サプライチェーン イノベーション大賞 2021」 優秀賞・食品ロス削減特別賞を受賞！

2021年7月、当社の食品ロス削減策を含めた活動が、「サプライチェーンイノベーション大賞 2021」優秀賞・食品ロス削減特別賞を受賞しました

受賞したテーマ「全体最適化に向けた取組み」
-入荷時間の指定とパレタイズ納品-
-食品ロス削減策-

製配販 サプライチェーン イノベーション大賞
Supply chain Innovation Award 2021

当社の食品ロス削減　4つのフェーズ

ACCESS 日本アクセス

当社では、食品ロス削減策を以下の4つのフェーズに分け、「自社で減らす」観点、川上の食品メーカーや川下の小売業者、消費者などに削減してもらう「サプライチェーンに広げる観点」で課題を整理し、対策を行っています

	PHASE1 「ロスを出さない」	PHASE2 「売り切る」	PHASE3 「配る」	PHASE4 「リサイクル」
	まずは「ロスを出さない」対策で、これが**最重要**	それでも滞留した場合、次は「売り切る」	売り切る見込みがなくなったら、「配る」	万策尽きてやむなく廃棄⇒できるだけ**「リサイクル」**
自社で減らす対策	○適確な受発注： 需要予測精度向上、ＡＩ導入 ○コミュニケーション: 得意先、社内の営業、センター間で協力 **①「終売時」②「特売・販促時」③「新規帳合化直後」**に注意	○ネットの活用（当社ＥＣ店舗等） ○ＤＳ、売り先確保 留意点:①**早めの対応**、②**値引き回避（損失の最小化）**、③**ブランド毀損回避**	○フードバンク、子ども食堂、その他福祉施設等への寄贈 ○社内配布 **社会貢献の観点**で実施	○飼料化、肥料化、メタン発酵 **信頼できる業者に委託** 契約書チェック、廃棄フローのシステム化、委託先への事前訪問調査、**適切な廃棄処理**を心掛ける
サプライチェーンに広がる対策	○製・配・販の協力： 3分の1ルール・納品期限・過度な欠品防止の緩和、予約販売化、消費者への啓蒙 ○商品面の対策：賞味期限延長、年月表示/大括り化、個包装化、包材改良、長期保存可能商品の開発	○物流インフラの活用 得意先・メーカー側で使用可能なインフラ提供	○得意先・関係者で連携した寄贈の仕組み構築	○リサイクルループ ベイシア様等とリサイクルループを構築

具体的な取組

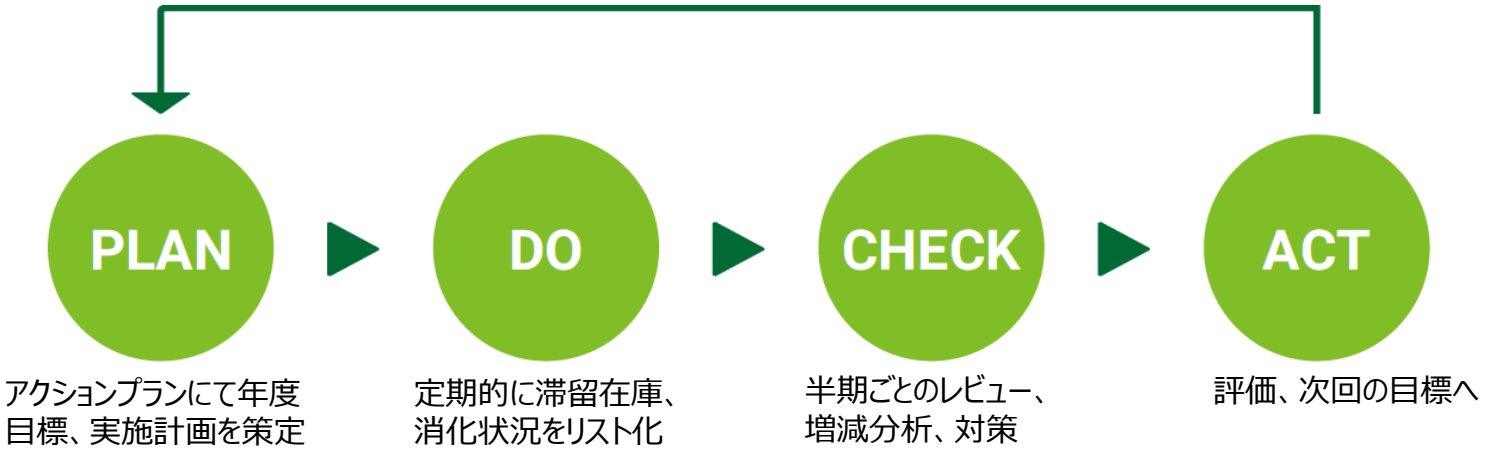
-適確な受発注-

食品の滞留は**①「終売時」②「特売・販促時」③「新規帳合化直後」の3つのケース**で多く発生しています。
得意先、社内の営業、センター間でコミュニケーションを密にし、以下の対策で滞留化を防いでいます

発生ケース	対策	自社		得意先
		センター	営業	
終売時	**①終売予定の前広な連絡（営業⇒発注担当者）**	○	◎	◎
	②（エリア毎等）段階的・計画的な終売	○	◎	◎
	③過度な欠品防止の緩和、又は店舗在庫売り切り時点で緊急カット（得意先へのお願い）	○	○	◎
特売・販促時	④類似のケース等参考に、需要予測精度向上	○	◎	◎
新規帳合化直後	⑤過去の販売情報提供依頼（得意先へのお願い）	○	○	◎

対策の実践にあたり、マネジメントツールとして**ISO14001を活用**し、継続的改善を行っています

－下記営業部門物流統括部署の事例－



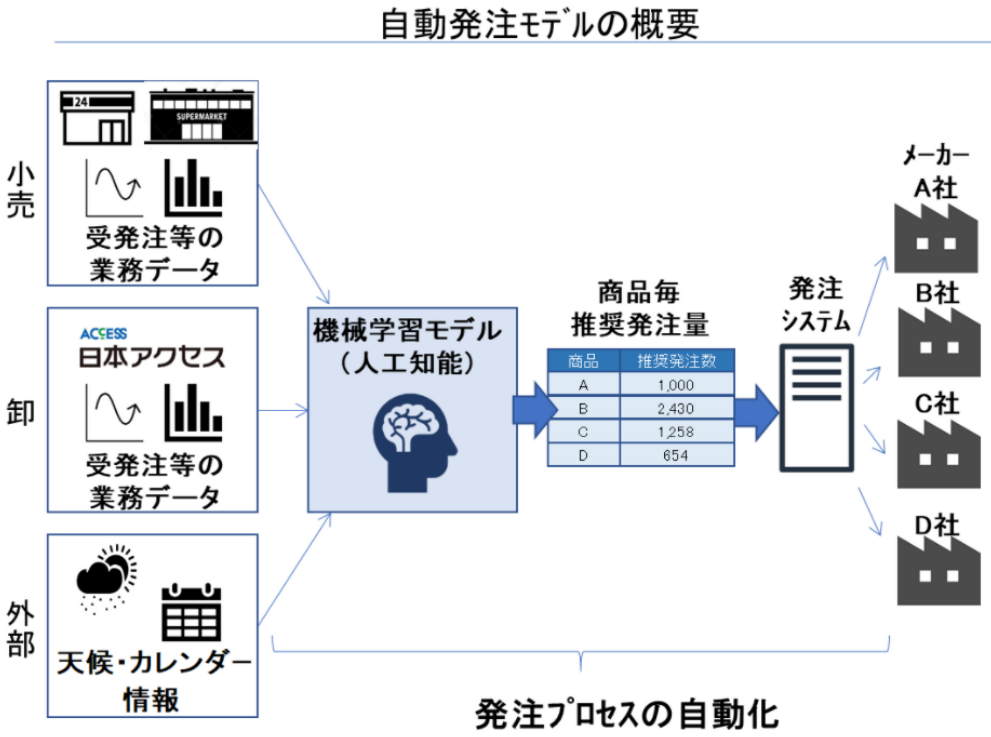
PHASE1「ロスを出さない」 AIソリューション導入

自社 ロスを出さない

伊藤忠商事と連携し、ＡＩを用いた需要予測・発注最適化のソリューション導入の取組を行っています

〇小売の業務データ（在庫・売上・発注）と卸の業務データ（在庫・入出荷・商品毎の発注ロット）に加え、
天候データやカレンダー情報を入力値として人工知能（ＡＩ）の一種である機械学習モデルを構築

〇メーカーが要求する発注ロット単位での推奨発注値を算出し、既存の発注システムにデータ転送



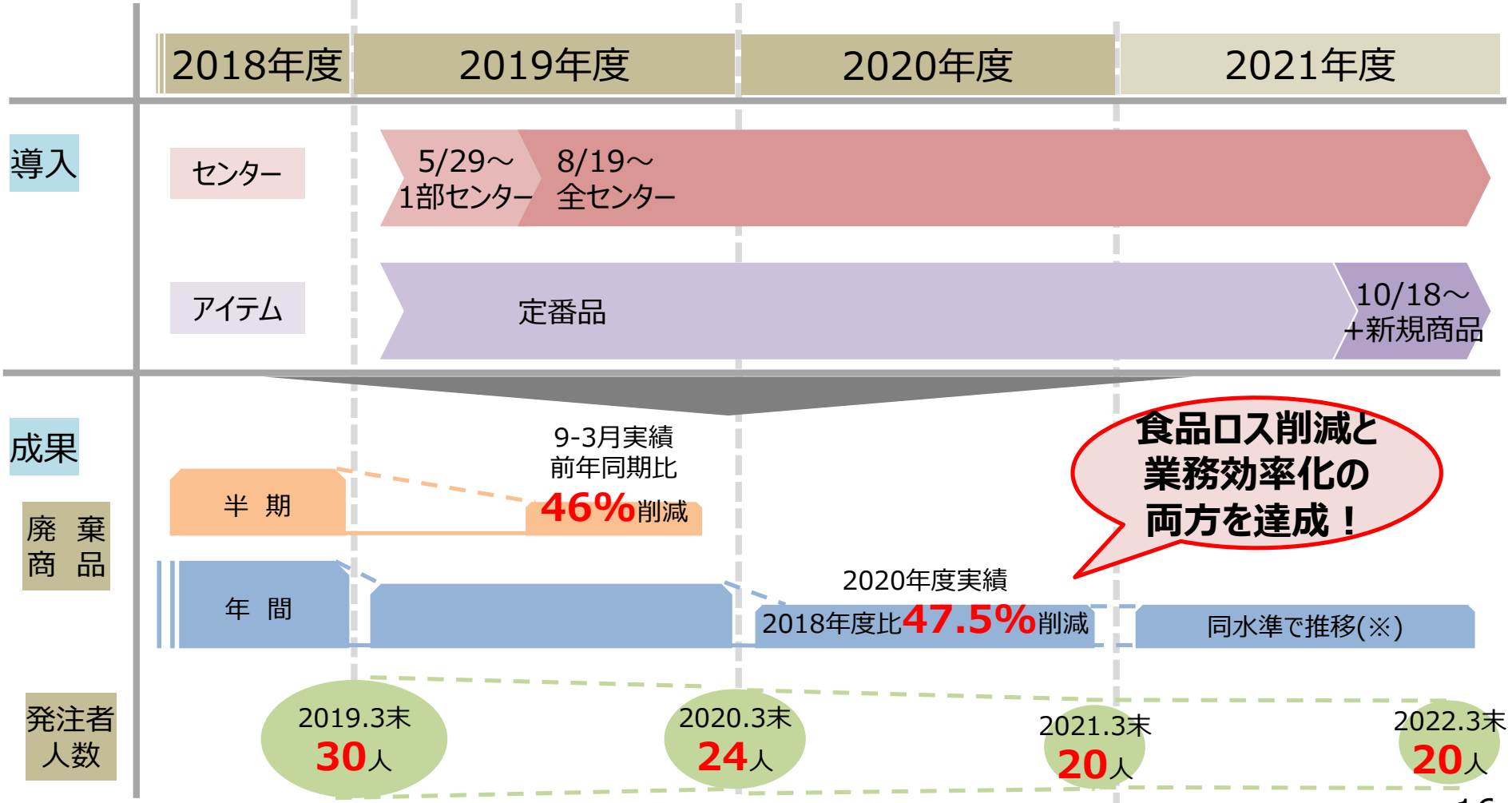
2021年度に対象商品の全てのアルゴリズム開発完了、対象の物流センターでAI発注化を開始、
2022年度に効果を検証予定

PHASE1「ロスを出さない」AIによる自動発注化-グループ会社の事例-

自社 | ロスを出さない

グループ会社において、AIを使った自動発注化により食品ロスの大幅削減を実現しました。株式会社ドルチェ(CVS等向け菓子卸)の取組を紹介します

AIによる自動発注化　大手IT企業と組んでロジック構築⇒**菓子流通に合った**予測モデルを作成



※特殊要因:他社事由を除く

PHASE1「ロスを出さない」 -商品開発を通じた対策-

サプライチェーン　ロスを出さない

サプライチェーン全体で食品ロスを減らす観点にて、得意先やメーカーと連携し商品開発を通じた対策を行っています

発生ケース	対策	自社	得意先	メーカー
客先の食品廃棄	①冷凍食品の拡大	◎	◎	○
	②ミールキットの拡大	◎	◎	○
消費者の食品廃棄	③チャック付包材化、個包装化	◎	◎	◎

– 冷凍ミールキット「ストックキッチン」(2019～)の展開 –

「ストックキッチン」の特徴

①**「冷凍」で商品化**・・・販売期間および賞味期間を長く設定でき、流通上のロス、消費者側のロス削減

②**食材が使い切りの仕様**・・・調理後の端材が発生せず、消費者側での食材廃棄削減

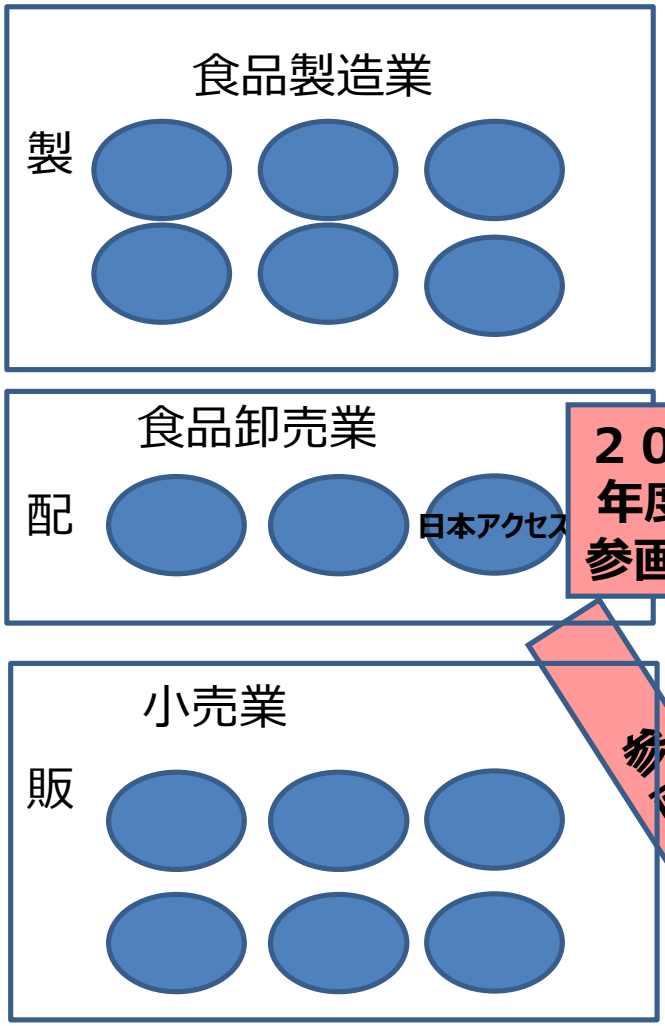
③**ごみが少ないオールインワンタイプ**

２０２１年３月には、環境に優しい大豆ミートを使用した新シリーズ「ストックキッチングリーン」も追加

いつでも、手作り日和 stockitchen! ストックキッチン Green

PHASE1「ロスを出さない」 -商慣習の見直し-

PHASE1「ロスを出さない」ために、商習慣見直しなど、業界を挙げて取り組むべき課題については、製、配、販の事業者、行政、業界団体などが連携して対策を行っており、当社も積極的に参画しています



農林水産省補助事業

「食品ロス削減のための商習慣検討ワーキングチーム」

座長:専修大学　渡辺達朗教授（商学部長）
事務局:公益財団法人　流通経済研究所

フードチェーン全体で解決する必要がある課題について、製・配・販の話し合いの場を設置し、その取組を支援

①加工食品検討チーム

②日配品検討チーム

参加者…メーカー７社、食品卸１社（当社）、小売業３社、業界団体、有識者、官庁（農林水産省）

課題…販売期限の延長、発注情報等の早期共有など

参画

業界団体:日本加工食品卸協会(日食協)

関連テーマの情報共有を行い、業界標準としてのルールや協業できる取組みを検討

・環境問題分科会
・SDGs分科会

営業と物流が連携して拡売

PHASE1の対策を行っても商品が滞留、納品期限オーバーとなった場合、多様な販売チャネルを活かし、いかに「売り切る」か、を考えます。以下、営業と物流が連携して成果を挙げた事例を紹介します

－本社の営業部署と支店の物流部署の連携成果事例－

連携して拡売、管理を行い、大幅に食品廃棄を削減しました

・季節スポット商品の取り扱い
　得意先との商談内容（価格・数量・終売時期）
　を記載した『商談メモ』に双方押印、共有

・留め型品の現状在庫報告
　追加製造量、納品期限、残在庫状況等を物流と営業で
　日々共有し、　随時消化スケジュールを擦り合わせ
　（メーカー様・当社営業/物流・得意先様の3社間で協働！）

過去3年で
A支店の食品廃棄量
約6割(18⇒7トン)削減！

−A支店の担当者　Tさん−

営業・物流どちらかに負担をかける
のでは無く、互いに協力し「少しでも
食品ロスを減らす」という目標を共有
出来たのが、結果に繋がったと思います。

PHASE2「売り切る」　インターネットチャネルとの連携

自社　売り切る

PHASE1の対策を行っても商品滞留化、納品期限オーバーとなってしまった場合、多様なチャネルとの連携を活かし、いかに「売り切る」か、を考えます。以下、インターネットチャネルとの連携事例を紹介します。

1．当社のEC店舗「Smile Spoon」の活用

－Amazon、楽天、Yahoo等を通じ消費者に直接販売－

Smile Spoon
「あんしん」が届く、「おいしい」が続く

PB商品を「ネット」と「リアル」包括的に取組むことで、商品の良さを説明し、ブランド力・付加価値がUP
⇒ 「売上増＋食品ロス削減」を実現

－当社の健康志向商品PB　**「からだスマイルプロジェクト」**の事例－

からだスマイル プロジェクト

ネット販売　先行広域販売 → 状況フィードバック　**認知度UP**　期限近接商品を「**売り切り**」

(Smile Spoonのシェア50%超)

リアル店舗　実績や消費者の声の反映 → **棚の拡大**　納品期限、販売期限

相乗効果

売上増加(2020～2021年度　取組開始前の約 **7倍**)と**「ほぼ廃棄なし」**の両方を実現！

2．ネット事業者のアウトレットショップを活用　期日近接商品を売り切り

物流インフラの活用

「サプライチェーンに広がる対策」…当社の物流インフラ:全国チルド幹線物流を利用いただくことで、メーカー様や小売業者様に対して、食品ロス削減の手助けをすることができます

- 365日運行の全国チルド幹線物流 -　北海道から関東に一日で牛乳が届く

全国の生産者と全国の消費者をつなぐメインの役割と併せ、

- 有事の際、不足地への輸送　⇒　食の安定供給に貢献
- (販売・賞味期限の短い)チルド温度帯商品の広域輸送
- 小ロット対応可（基本は1ケース、緊急時は1個から)

⇒食品ロス削減に貢献

事例)ある得意先様で、東日本の店舗在庫が過多になりロスとなりそうなところ、当社の幹線便を使用し西日本の店舗へ納品、ロスすることなく販売

取り扱い実績は2017年度から2020年度で約7倍！

PHASE3「配る」 フードバンクへの寄贈①

自社 → 配る

売り切る見込みがなくなったら、次は「配る」対策です。全国でフードバンクや子ども食堂、生活困窮者支援等、社会貢献観点で、**必要とされる方々への応援を兼ねて**寄贈を拡大させています

2020年度は大阪、神戸、広島、長野、松山、山口など、全国各地に寄贈を拡大

2020.5～「フードバンク関西」大阪支店・神戸支店

2020.10～「ホットライン信州」長野支店

2020.10～「フードバンク山口」山口物流センター

必要とされる方々へ

2021年度以降、寄贈のしかたが多様化！

棚割り使用商品を寄贈!

2021.8棚割に使用したサンプル50ケースを「埼玉フードパントリーネットワーク」へ寄贈(埼玉支店)⇒生活困窮家庭約800世帯に配布

災害用備蓄食糧を寄贈!

2021.9　期限近接の災害用備蓄食糧1,050食(チキンライス、カレーライス等)を「埼玉フードパントリーネットワーク」へ寄贈(大崎本社)

プラス、次のスライド

フードバンクへの寄贈②

2021年度以降、寄贈のしかたが多様化！ の続き

当社展示会の食品を寄贈
各地の展示会へ拡大!

2022年1月20日～2月4日、各地の当社展示会にて、
多数のメーカー様のご協力をいただき、展示品の寄贈を行いました。

1/21 西日本フードコンベンション

・寄贈先：認定NPO法人フードバンク関西
・重量：約２.２ｔ

1/27 東日本フードコンベンション

・寄贈先：NPO法人埼玉フードパントリーネットワーク
・段ボール：３２８箱

2/1 中四国エリア展示商談会

・寄贈先：北長瀬コミュニティフリッジ
・重量：２７８kg

2/2 中部エリア展示商談会

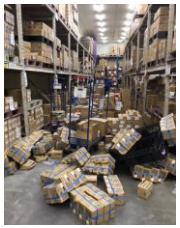
・寄贈先：認定NPO法人セカンドハーベスト名古屋
・重量：1,629kg

2/4 九州エリア展示商談会

・寄贈先：NPO法人フードバンク福岡
・重量：５８４kg

災害による破損品を寄贈！

1.関東エリア



2021年10月7日に関東地方で発生した地震による破損商品を、10月29日（金）NPO法人 埼玉フードパントリーネットワークに寄贈しました。

2.東北エリア

2022年3月16日に福島県沖で発生した地震による出荷できなくなった商品を、NPO法人ふうどばんく東北AGAINに寄贈しました。

寄贈商品
伊右衛門、南アルプス天然水、グリーンダカラ、
カップラーメン、片栗粉など、
合計60パレット 1,288ケース

「子ども食堂」への支援

当社では本社がある品川区における地域貢献の一環として、「しながわ子ども食堂ネットワーク」に継続的に寄贈を行う支援を行っています

1．乾麺の寄贈

乾物乾麺の展示ルームの品目入れ替え時など、寄贈を2018年より継続的に行っています。
2021年度も3回、計14箱寄贈しました

2．チョコレートの寄贈

2021年12月、チョコレート（24粒入り）１６セットを寄贈しました

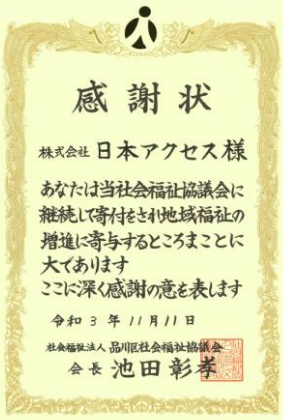
3．プラスチック容器の寄贈

2022年1月、「子ども食堂運営者向け」にプラスチック容器300枚（50枚×6袋）×5箱を寄贈しました

しながわ子ども食堂フォーラムで展示

2021年６月26日、品川区立総合区民会館『きゅりあん』で開催された"しながわ子ども食堂フォーラム2021"において当社の活動もパネル展示され、来場者の方々に公開されました。

品川区社会福祉協議会より感謝状


感謝状

株式会社 日本アクセス様

あなたは当社会福祉協議会に
継続して寄付をされ地域福祉の
増進に寄与するところまことに
大であります
ここに深く感謝の意を表します

令和３年11月11日

社会福祉法人 品川区社会福祉協議会
会長 池田彰孝

2021年11月、当社の子ども食堂への継続的寄贈に対し、品川区社会福祉協議会より感謝状をいただきました！

PHASE3「配る」公共冷蔵施設に寄贈する仕組みを構築

自社

配る

中四国エリアにおいて、一般社団法人北長瀬エリアマネジメント様、物流企業:岡山スイキュウ様と当社が連携し、生活困窮家庭に24時間食料を提供する**「公共冷蔵庫」**に継続的に食品の寄贈を行う仕組みを構築しました。(2021.5月～)

日本初！　公共冷蔵庫「北長瀬コミュニティフリッジ」

運営会社:一般社団法人北長瀬エリアマネジメント

2020.11月、ＪＲ北長瀬駅前の複合商業施設に開設
生活困窮家庭が**24時間いつでも食料を受け取れる仕組み**
約４００世帯が利用登録し、１日平均約７０世帯が利用

2021.5.31　一般社団法人北長瀬エリアマネジメント様、
岡山スイキュウ様、株式会社日本アクセスの3社で、
協定調印式を行いました(右下の写真)

物流企業:岡山スイキュウ

倉庫から公共冷蔵庫へ週5回無償搬送

当社倉庫(岡山県早島町)

賞味期限が近づいたチルド食品や調味料などを提供

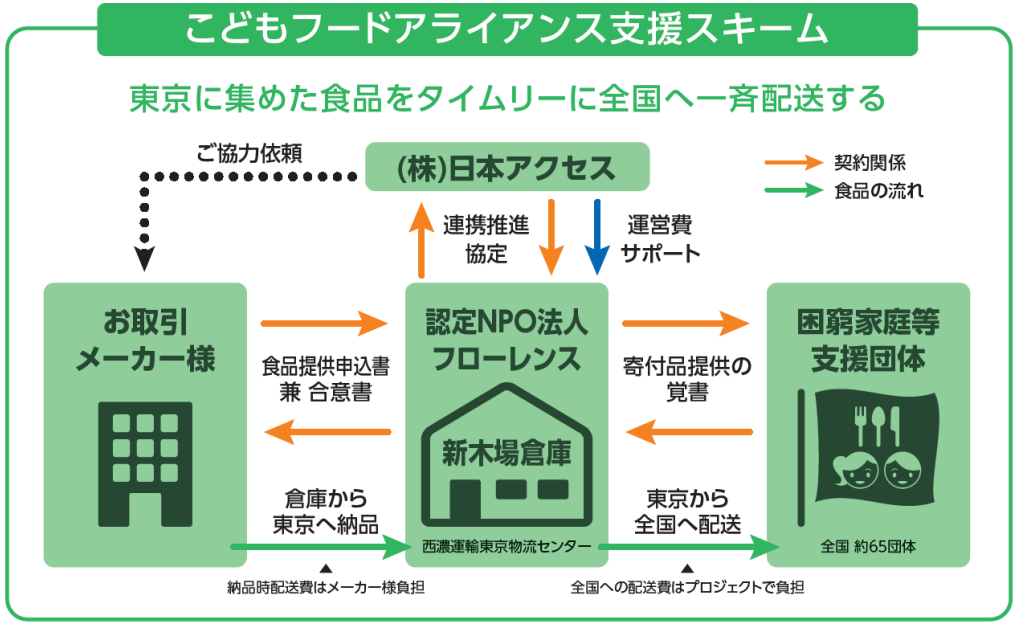
PHASE3「配る」NPO法人、取引メーカー様と協働①

日本初！ 2022年1月、認定NPO法人フローレンスと協働し、全国の子育て家庭に食支援を届ける**「こどもフードアライアンス」**をスタートしました！

コロナ禍で子育て世帯の困窮が社会問題となっている中、NPO、大手メーカー、当社それぞれの特徴・強みを活かし連携して貢献ができる大規模な支援ネットワークを構築しました。

Florence 認定NPO法人フローレンス × ACCESS 日本アクセス

2022/1/12 当社社長佐々木淳一と
フローレンス駒崎代表で共同記者会見



認定NPO法人フローレンス

国内最大規模の認定NPO法人。多様な保育事業を運営するほか、こども宅食などの各種支援事業や政策提言活動、ソーシャルアクションを推進。

2022年1月、全国1万世帯規模での食品配送　⇒次ページで詳細

PHASE3「配る」NPO法人、取引メーカー様と協働②

2022年1月、「こどもフードアライアンス」トライアルとして、取引先の大手メーカー14社に協賛をいただき、当社は物流費の支援を行い、フローレンスから全国65団体に食品が届けられました。

大手食品メーカー14社に協賛いただき、

（一部ご紹介）

AGF®
S&B
日サトウ食品
NISSIN 日清食品
Nestlé. Good food, Good life
Hagoromo はごろもフーズ
MARUHA NICHIRO 海といのちの未来をつくる
ucc ひと粒と、世界に、愛を

常温保存食品を、

全国65団体
約1万世帯 に対し
約8万食

の支援を行いました

社会福祉団体(一社)チョイふる(足立区)に届けられ仕分けされた食品

2022年度は規模を拡大し、継続して支援を行う予定です

イトーヨーカ堂様と協力し、2018年8月より、以下のスキームでセカンドハーベスト・ジャパン様(フードバンク)へ食品の寄贈を行っています。

東京・神奈川のイトーヨーカドー5店舗

戻り便を利用して、「イトーヨーカ堂基準の販売期限は過ぎているが賞味期限は残っている商品」を回収

当社物流センター → 寄贈 → **セカンドハーベスト・ジャパン※)**

SECOND HARVEST
セカンドハーベスト ジャパン

配布

児童養護施設の子供たち
DV被害者のシェルター
フードパントリー、生活困窮世帯　など

※)セカンドハーベスト・ジャパン
日本初・最大のフードバンク組織。フードバンクは品質に問題ないが流通出来ない食品を引き取り、必要としている方々に届ける活動。日本アクセスは2015年に「合意書」を締結し、継続的に寄付活動を実施。

PHASE3「配る」「フードドライブ」を実施

自社 | 配る

「フードドライブ」とは、従業員が各家庭で使いきれない食べ物を持ち寄り、フードバンクなどに寄贈を行う取組です。社員の「消費者」としての食品ロス削減、また、意識付けの一環として行っています。2021年より3回実施し、その都度工夫を行い、進化、規模拡大を続けています。

進化・規模拡大

1.労働組合にて実施

2021年2月2日～2月16日、当社労働組合の7支部(本社、八戸、茨城、北関東、静岡、山陰、長崎)にて、社員の家庭から未使用食品を集めました。

2.大崎本社にて実施

2021年9月21日～10月1日、大崎本社にて行いました。本社内でメールやポスター等による案内を行い、**段ボール10箱分**の食品が集められました

3.労使共同にて実施

2022年1月～2月、初の試みとして、当社**労働組合と会社とで共同で**取組み・実施しました。前回を大幅に上回る14支部に亘り、大崎本社含め大規模に行われ、**段ボール53箱分**の食品が集められました

フード連合経由

フード連合経由

フードバンク「セカンドハーベスト・ジャパン」に寄贈

SECOND HARVEST
セカンドハーベスト ジャパン

PHASE4「リサイクル」リサイクル業者の探索

自社 → リサイクル

商品破損・劣化、賞味期限切れ等、寄贈・配布もできず、廃棄となってしまった場合、
できるだけリサイクルを行うようにしています

リサイクル業者の探索

廃棄となる場合、通常廃棄物処理業者に委託をすることとなりますが、できるだけリサイクル処理（飼料化、肥料化、メタン発酵の順に検討）をしている業者を選びます。
選ぶ方法としては、

①農水省HP「登録再生利用事業者一覧表（全国161ヶ所のリサイクル業者リスト）」を参照、
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227_7.html

②所管の自治体に相談

リサイクル業者との新規委託の際には、**必ず本社の専門部署が関与**の上契約を締結し、
事前訪問し信頼できる業者であることを確認した上で委託を開始します。

リサイクル工場の事前現地確認

定期的実地確認(年1回以上)

PHASE4「リサイクル」こまめな対応でリサイクル率UP

自社 → リサイクル

リサイクルの推進にあたり、現場間で密に連携することで成果を挙げた事例を紹介します。

－小売チェーン向け受発注部署の事例－

現場間で密に連絡を取り、

・終売品の計画的な在庫移動、フードバンク寄贈、社内配布等による排出削減、

・リサイクル業者に近い場所に在庫移動させることによりリサイクル率向上。

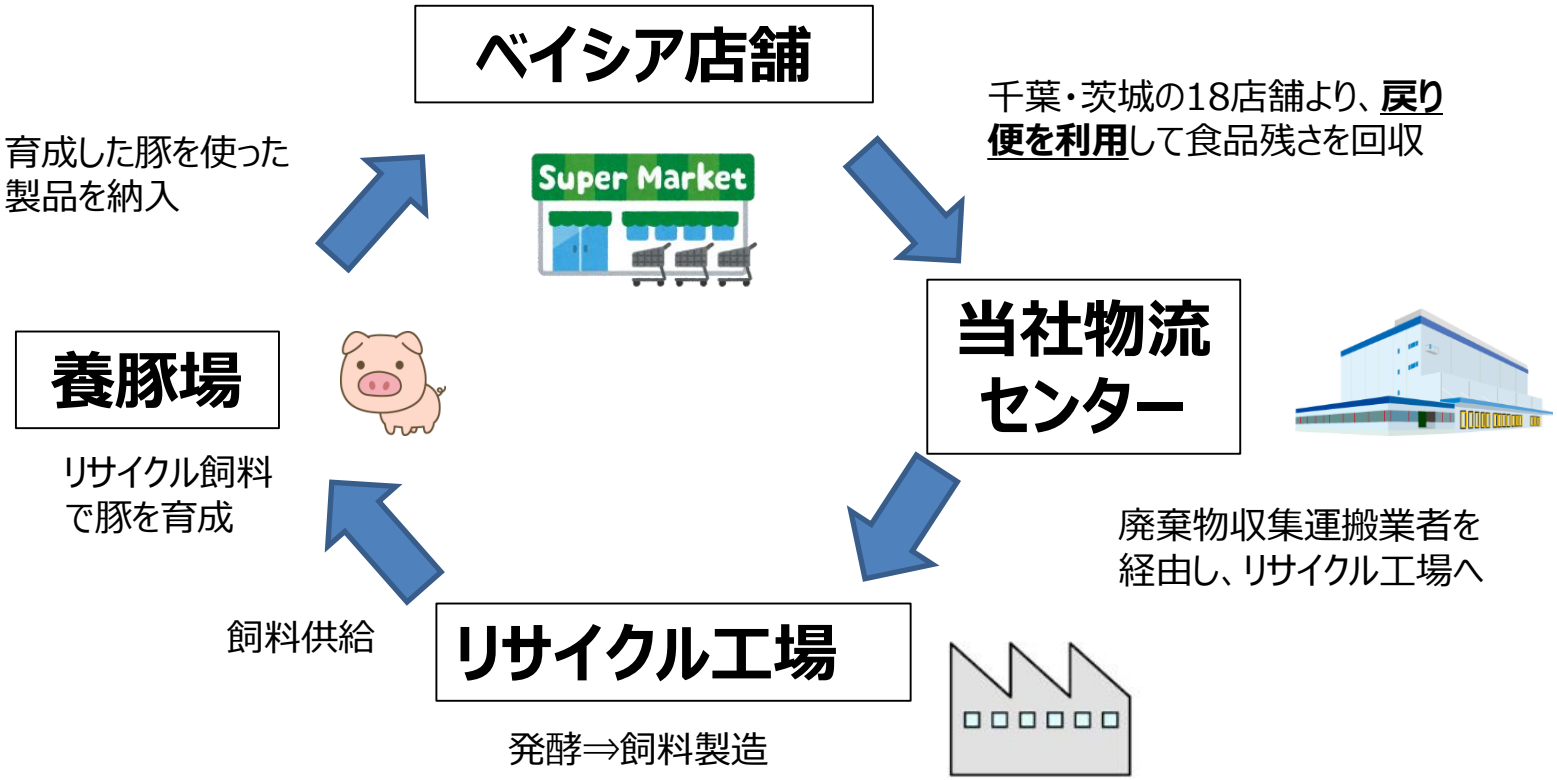
過去3年で
Bチェーン向け食品廃棄
4割超削減、
リサイクル率80%→98%

－Bチェーン向け営業部　W課長－

営業、受発注担当者全員体制で、「廃棄の回避とリサイクル」に意識高く取り組んでいます。

PHASE4「リサイクル」ベイシア様との連携(リサイクルループ)

ベイシア１８店舗の食品残さを戻り便を活用して回収し、家畜の飼料工程へ回し、その畜肉製品を店舗で販売するフローを実践しています(2010～)



上記フローが国の「食品リサイクルループ(※)」に認定

※)食品リサイクルループ：食品事業者とリサイクル業者、農業者が連携して構築する食品リサイクルの循環モデル。食品リサイクル法に基づき、主務大臣に計画を認定されることで廃棄物処理業の許可不要等の特例措置が適用される。令和2年7月現在49件が認定されている。

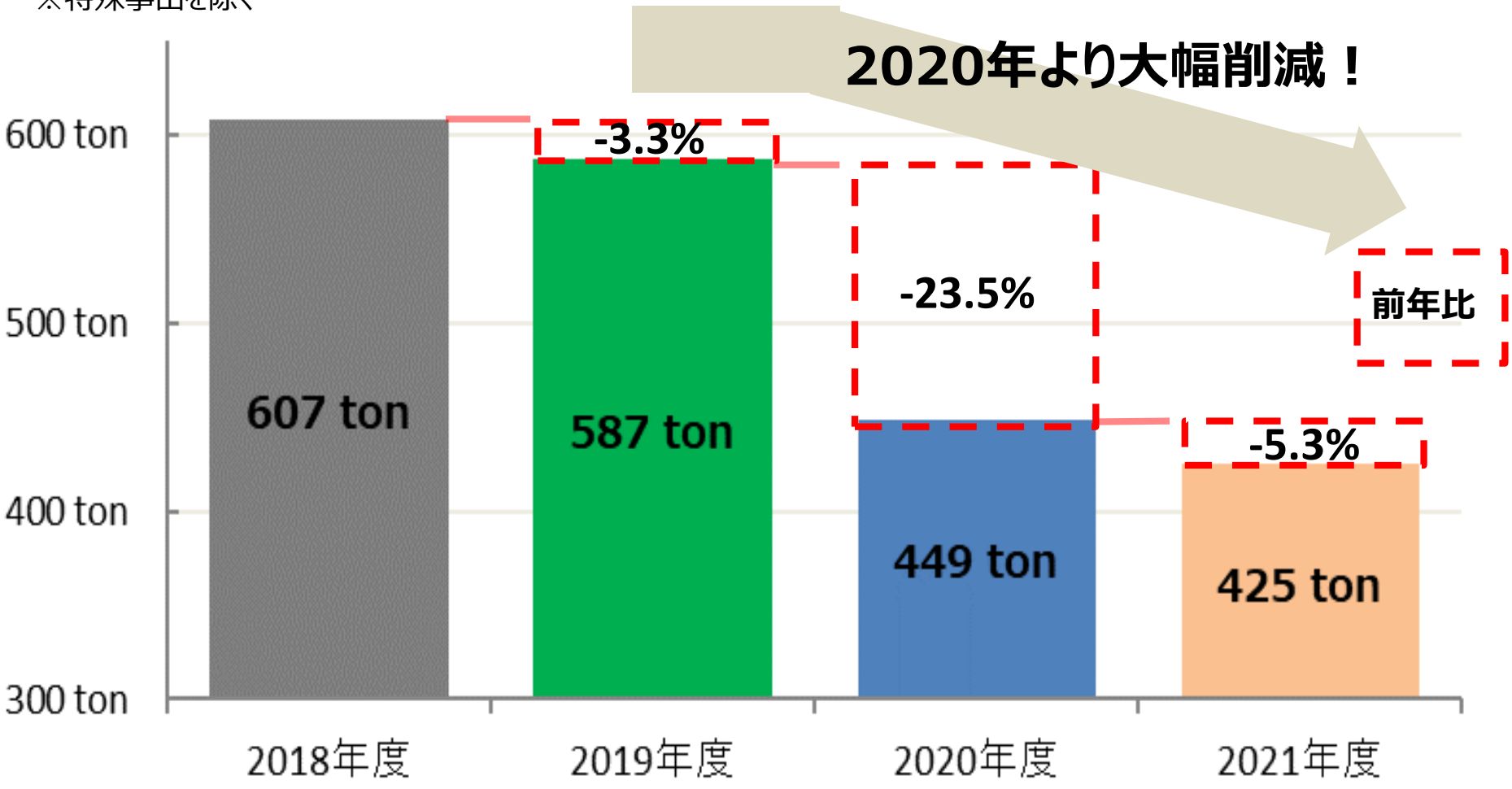
定量効果

食品廃棄量の推移

ACCESS 日本アクセス

全社 食品廃棄物排出量(ton)
※特殊事由を除く

※特殊事由:災害要因、
他社要因(大口求償案件)によるもの



目標達成目安（-４%）を大幅に上回るペース！

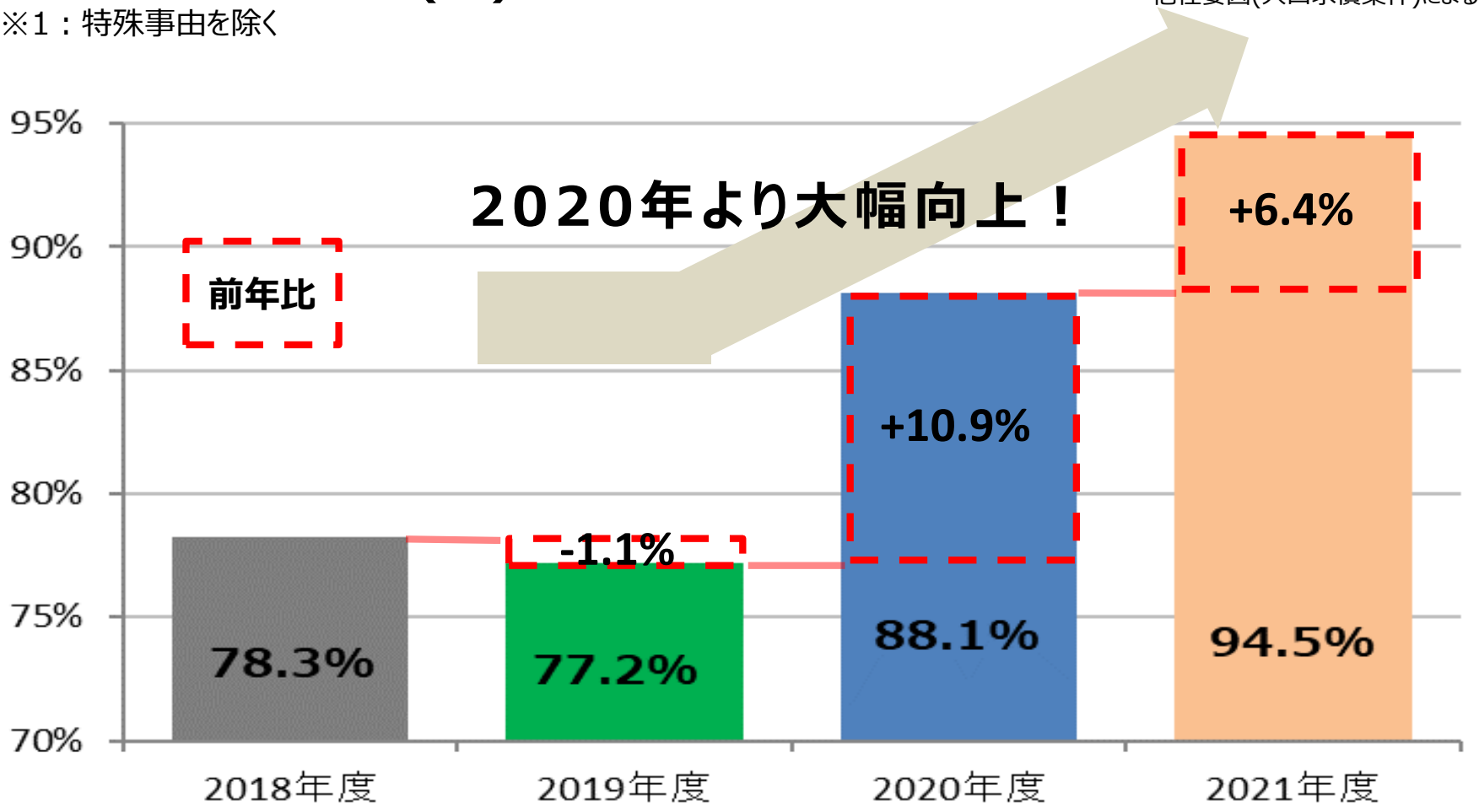
食品リサイクル率の推移

ACCESS 日本アクセス

全社 食品リサイクル率(%)

※1：特殊事由を除く

※1特殊事由:災害要因、
他社要因(大口求償案件)によるもの



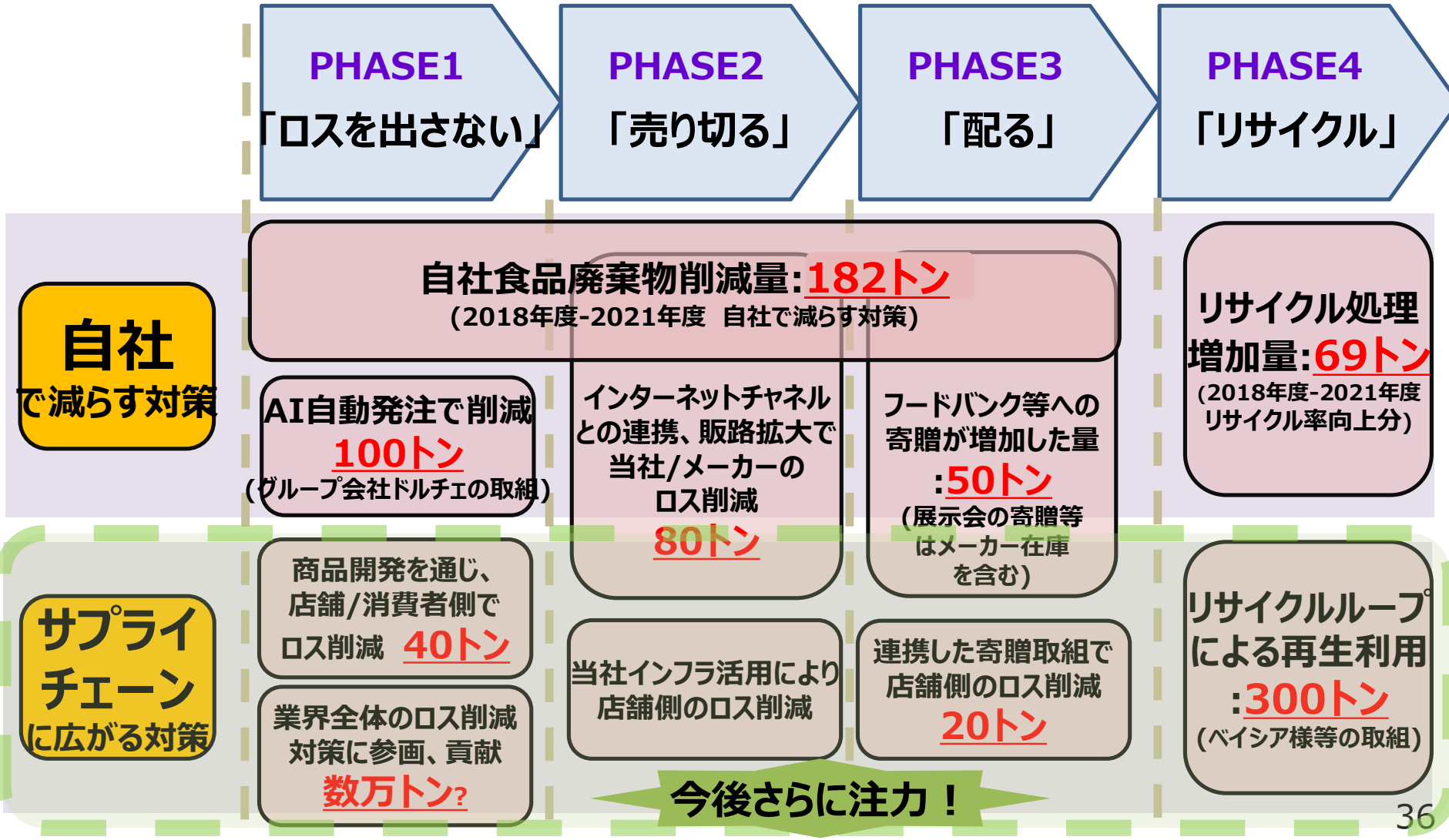
2020年度以降、新しい業種目標（※2：75%）を大幅にクリア！

※2：75%･･･食品リサイクル法における、2020年度以降の卸売業の目標値

各活動による食品ロス削減効果(トン/年)

日本アクセス

各活動による、食品ロス削減への貢献度を、できる限り定量(トン/年)で表してみました。**サプライチェーンに拡がる対策**の定量化は難しいですが、**自社で減らす対策よりも規模も社会的な貢献度も大きい**と思われ、今後はさらに力を入れていきます。



日本アクセスは今後も、
持続可能な社会実現に向け、
サプライチェーン全体での最適化を考えた
食品ロス削減に取り組んでいきます。

第10回 食品産業もったいない大賞

公益財団法人 食品等流通合理化促進機構

農林水産省大臣官房長賞

事例発表：ハンバーグレストラン びっくりドンキー の

『食』からつながるSDGs

日 時：2023年1月30日（月）

株式会社 アレフ
エコチーム（廃棄物管理）・SDGs推進委員　伊藤 公一
エコチーム（リーダー）・SDGs推進委員会 委員長　高田 あかね

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

1. 会社概要

創　業:1968年 盛岡市内「ハンバーガーとサラダの店　べる」

本　社:北海道札幌市白石区菊水

店舗数: 341店舗

（直営131店、フランチャイズ210店　※2022年12月27日　時点）

正社員　約 760人、パート　約 2560人

年　商: 343億円（2022年3月期）

事　業:

ハンバーグレストラン「びっくりドンキー」

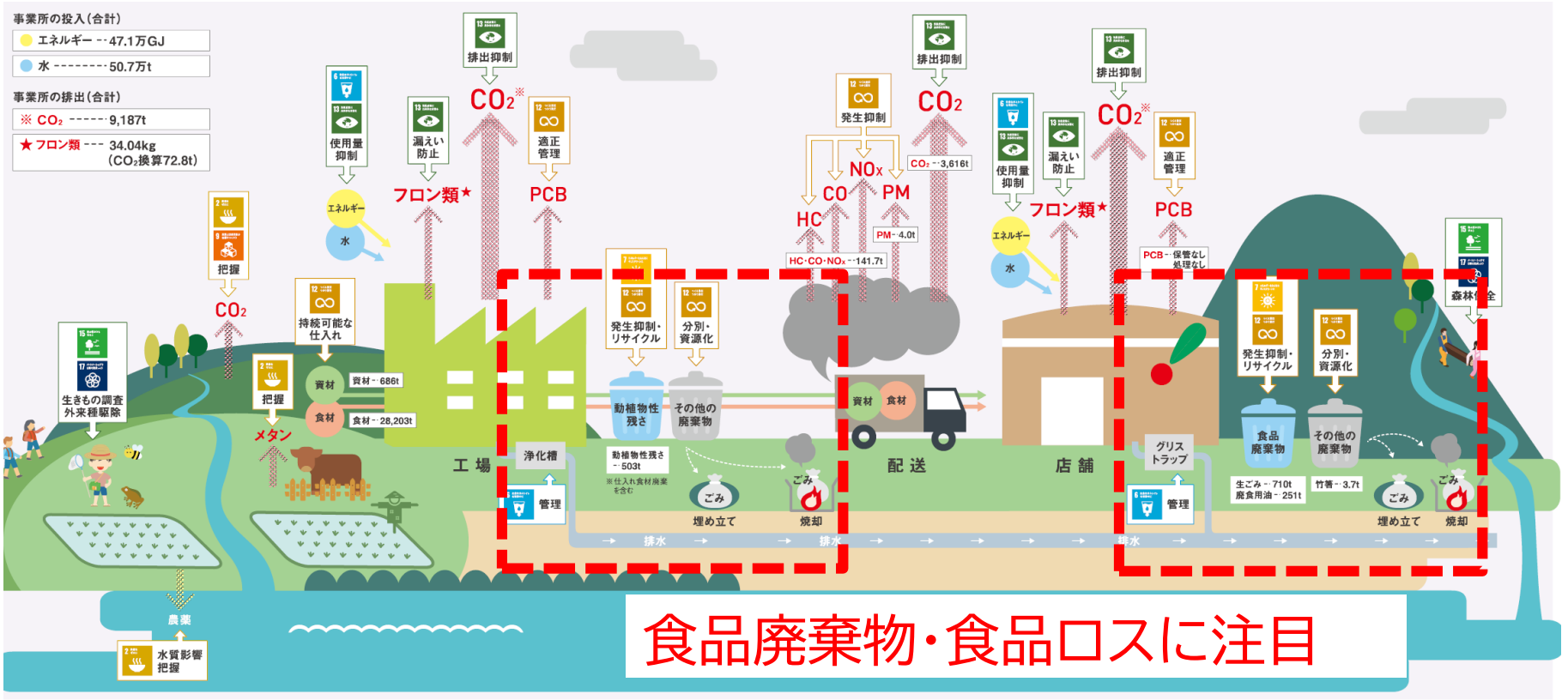
全国 8か所に食品加工工場

農業・環境・文化をテーマとした観光施設 「えこりん村」

地ビール「小樽ビール」の製造、販売

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

2. 外食企業の環境負荷



© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

3. 国内の「食品ロス」とは？

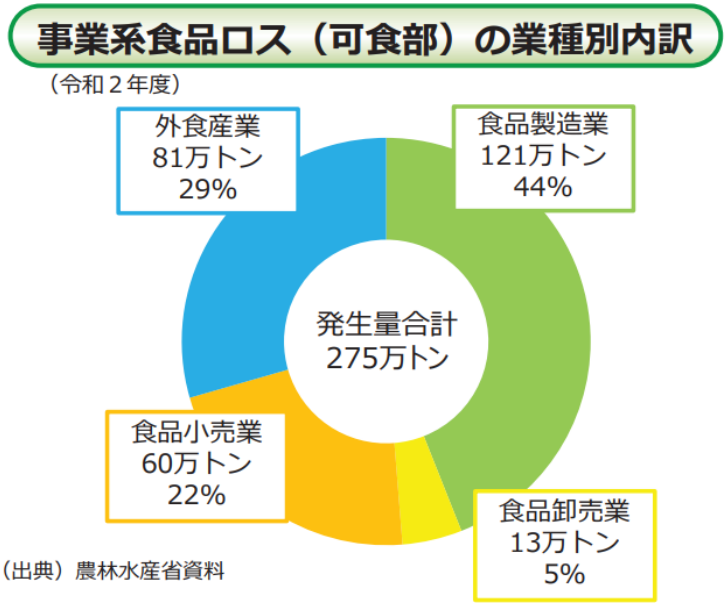
「本来食べられるにもかかわらず
捨てられる食品」

食品廃棄物等　2,372 万トン
内 事業系食品廃棄物等　1,624 万トン

食品ロス　522 万トン

1. 流通段階での減耗・期限切れ
2. 直接廃棄（調理前・調理済み食材のロス）
3. 食べ残し
4. 過剰除去

お店や工場（事業系）とおうち（家庭系）
が約半分ずつ



参照：消費者庁消費者教育推進課 食品ロス削減推進室 令和4年6月14日発行「食品ロス削減関係参考資料」

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

3. 国内の「食品ロス」とは？

■ 食品ロスの削減目標

2030年までに食品ロス量を 半分にする！（2000年度比）

■ 食品リサイクル法の目標

2024年度までに再生利用等実施率を
食品製造業 ： 95%　（令和元年：96%）
外食産業　 ： 50%　（令和元年：32%）

Ⓒ 2023（株）アレフ、無断転載禁止

4.（株）アレフの 食品廃棄物・食品ロスとは？

事業活動において発生する廃棄物のうち最も多いのは食品廃棄物

■当社の食品廃棄物の構成

店 舗

調理くずや食べ残しなどの生ごみ、
フライヤー油、グリドル油

961 トン（62%）

工 場

8つの食品加工工場から出る生ごみ、ビール製造時のビール粕・酵母、コーヒー焙煎時の渋皮

495 トン（37%）

仕入れ食材

商品変更、販売終了などにより提供前に廃棄した食材

※ フードバンクへ寄贈した量は含みません。

8 トン（1%）

2021年度 食品廃棄物 発生量

1,464 トン

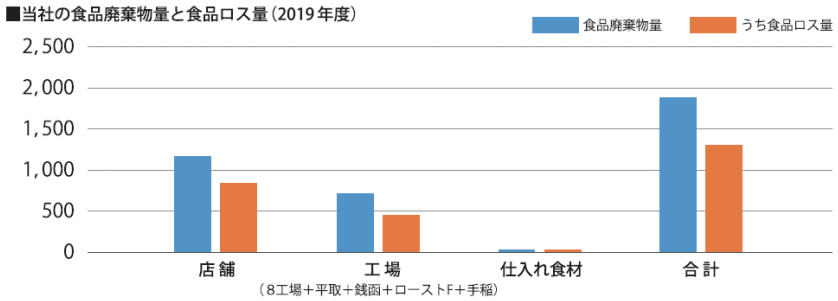
12 つくる責任 つかう責任

つくる責任
つかう責任

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

4.（株）アレフの 食品廃棄物・食品ロスとは？

こうした食品廃棄物のうち、
約７割が食品ロスにあたると推測



	食品廃棄物量	うち食品ロス量	食品ロスの割合
店舗	1,174t	851t	72.5%
工場（8工場＋平取＋銭函＋ローストF＋手稲）	712t	448t	62.9%
仕入れ食材	19t	19t	100.0%
合計	1,905t	1,318t	69.2%

どれが1番多い？

① ハンバーグ

② ライス（ごはん）

③ サラダ（やさい）

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

5. 食品ロスをへらす（1）:ライス

店舗で最も発生する食品ロス→ライスをターゲットに活動

一度に炊くお米をへらす
少量炊飯器の導入

↓

キッチンでの廃棄を減らす

食べきれる量を選べる
小盛メニュー 50円(税抜)引

↓

食べ残しの廃棄を減らす

Ⓒ 2023（株）アレフ、無断転載禁止

5. 食品ロスをへらす（2）：もぐチャレ

びっくりドンキーのお子様の食育支援企画

もぐチャレ!!

Ⓒ 2023（株）アレフ、無断転載禁止

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

5. 食品ロスをへらす（3）：フードバンク

2019年度からフードバンク運営団体との連携をスタート

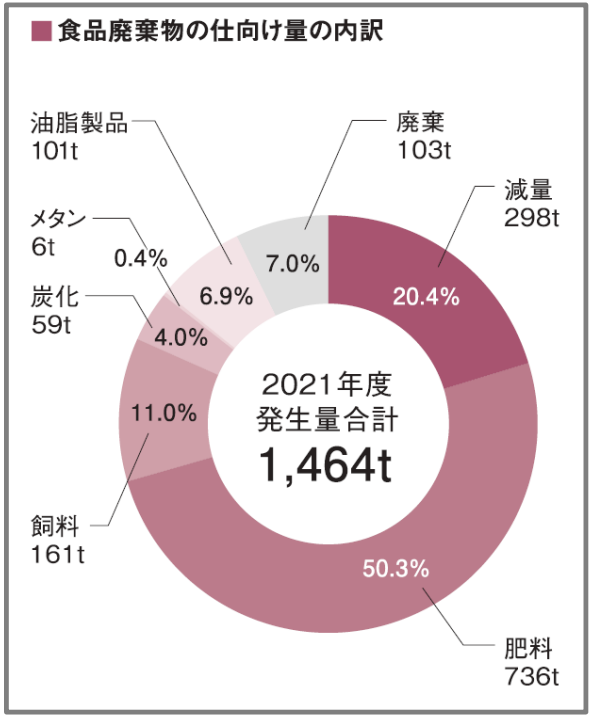
北海道、福島、
神奈川、大阪、
鹿児島

11団体に
約22トンを提供

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

6.（株）アレフの「食品廃棄物」のリサイクルの推進

食品ロスを含む「食品廃棄物」全体では、肥料化が最も多く約50%



家畜ふんと敷きわらと生ごみ資材をえこりん村で堆肥化

大阪工場の動植物性残さは炭化に資源化

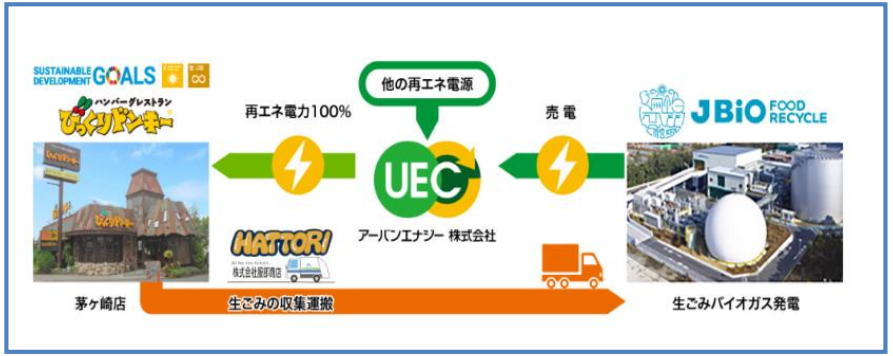
© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

7. 食品循環資源(1):生ごみ処理機

・生ごみ処理機「ゼロワンダー」を可能な店舗に設置
・約2か月に1度、「生ごみ資材」が協力農場に運ばれて堆肥にリサイクル
・一部では、堆肥が大根やお米作りに活用され、食材として店に戻るリサイクルループが形成

Ⓒ 2023 (株)アレフ、無断転載禁止

7. 食品循環資源(2):食品リサイクラー



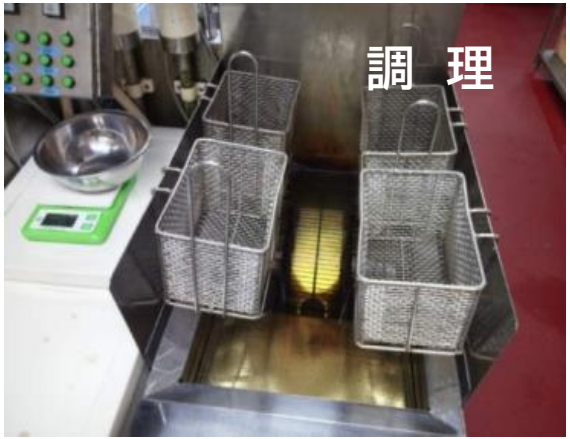
エネルギー使用量の中で75%以上と多くの割合をしめる「電力」
→ この電力を
再生可能エネルギー由来電力にすることにも貢献

© 2023 (株)アレフ、無断転載禁止

7. 食品循環資源(3):廃食用油→BDF

廃食用油の
リサイクル

植物油



Ⓒ 2023 (株)アレフ、無断転載禁止

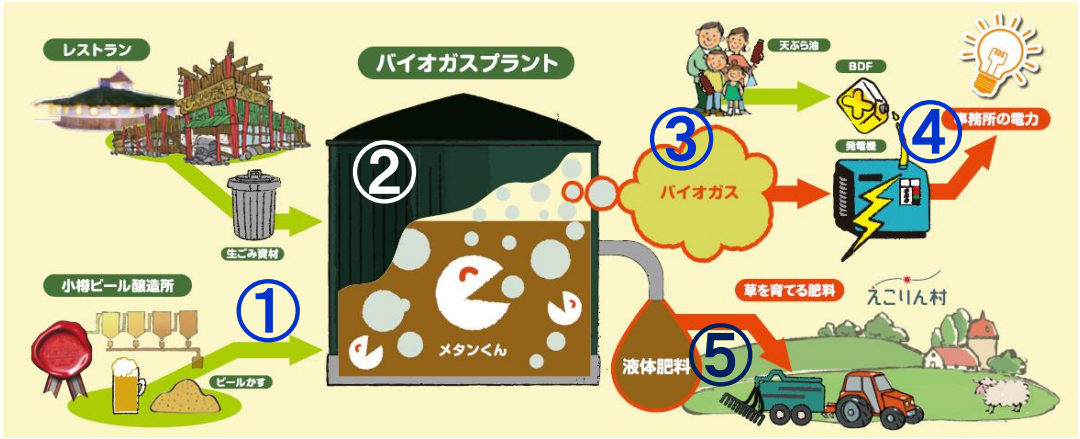
7. 食品循環資源(4):廃食用油→ ハンドソープ

・店舗のフライヤー油などをアップサイクルし、
コロナ禍において必需品となったハンドソープの原料に

・石油系合成界面活性剤を使用せず、
純石けん成分のため生分解性にすぐれている

© 2023 (株)アレフ、無断転載禁止

7. 食品循環資源(5):食品廃棄物→再エネ



① びっくりドンキーなどレストランから出る「 生ごみ資材(生ごみ処理機で処理したもの)」とビール粕を、加水しメタン菌の餌にします。

② メタン菌は嫌気性微生物です。1日に約2トンの餌を食べ、② バイオガスと⑤ 液体肥料を作ります。

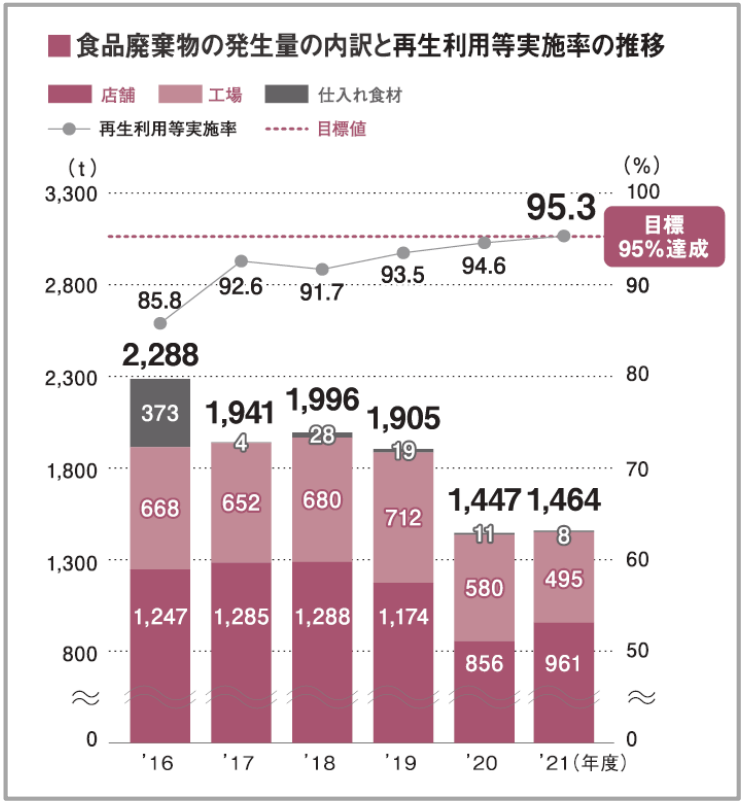
③ バイオガスには、約60%のメタン(燃える成分)と二酸化炭素が含まれます。

④ 廃食用油からリサイクルして作る燃料のBDF(バイオディーゼル燃料)も発電機を動かします。
1時間で30kWの電力を作り、作った電力は主に隣接する事務所で使用。一般家庭約40軒分の発電量。

⑤ 液体肥料は窒素分を多く含む良質な有機肥料です。えこりん村の採草地に散布して牧草の生長を促進。羊のえさにしています。

© 2023 (株)アレフ、無断転載禁止

8. 食品循環資源の再生利用等実施率



食品循環資源の再生利用等実施率

2021年度 95.3 %

※ 目標 95%を達成

つくる責任
つかう責任

© 2023 (株)アレフ、無断転載禁止

8. コンセプト　なぜ、持続可能性を目指すのか

外食企業

洋食のハンバーグを親しみやすく、
気取らず、ごはんと一緒に

食 → 人を良くする

SDGs

- 安全・安心な 食材
- 食材の生産現場 農業
- 農業や人を取り囲む 環境

複合的に解決

アレフの経営規範

「企業は社会の中に存在し、社会の不足や不満、
問題を解決することをもって、その存在根拠とする」

～2030年　SDGsの達成
～2050年　脱炭素社会を実現（パリ協定）　} 貢献することは必然

くわしくは

SDGsレポート2022　（株）アレフ

また

えこりん村　事業プロフィール

© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

課題はたくさんありますが、社会に欠かせない企業になることを目指して活動していきます。これからも、びっくりドンキー　をよろしくお願いします！

えこりん村　にも　ぜひお越し下さい。

この一皿に、
たいせつなこと、
ひとつずつ。

ご静聴ありがとうございました

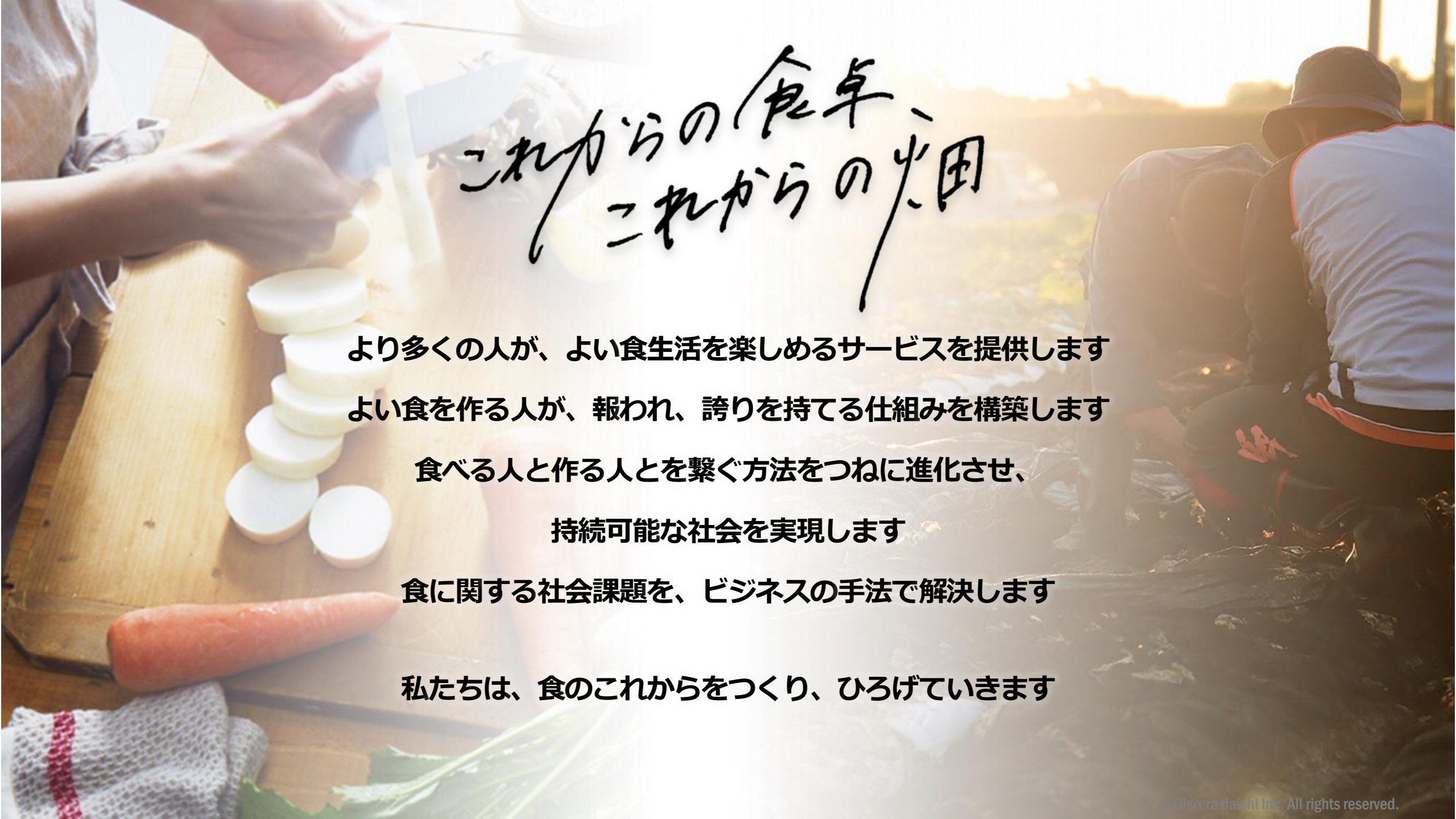
© 2023（株）アレフ、無断転載禁止

第10回　食品産業もったいない大賞

食べるだけで食品ロス削減に繋がるブランド「Upcycle by Oisix」の取り組み

2023年1月30日

Oisix ra daichi



より多くの人が、よい食生活を楽しめるサービスを提供します

よい食を作る人が、報われ、誇りを持てる仕組みを構築します

食べる人と作る人とを繋ぐ方法をつねに進化させ、

持続可能な社会を実現します

食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決します

私たちは、食のこれからをつくり、ひろげていきます

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

ビジネスモデル

独自基準に基づいて厳選した安心・安全な食品を、

日本全国 約46万世帯 のお客様にお届けする サブスクリプション型食品EC業

生産者

青果生産者

全国約4,000軒

製造メーカー

調達

オイシックス・ラ・大地

国内宅配事業

Radish Boya
d
dミールキット
ISETAN DOOR
移動スーパー とくし丸 TOKUSHI MARU

海外宅配事業

PURPLE CARROT
Oisix Hong Kong
Oisix Shanghai

定期宅配

お客様

国内約46万世帯

Oisix、らでぃっしゅぼーや、
大地を守る会の3ブランド計

※数値は2022年3月末時点

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Oisix 主力商品

「つくった人が自分の子どもに食べさせられる食材のみを食卓へ」をコンセプトに
独自基準に基づき作られたミールキットや青果をお届け

ミールキット：Kit Oisix

必要量の食材とレシピをセットでお届けし、
主菜・副菜の2品が20分で調理可能

野菜／果物

生産者が丹精込めて作った
新鮮な食材をピックアップ

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

当社が目指す 食のサステナビリティ

2021年11月より、生産現場から食卓まで
サプライチェーン全体でのフードロス撲滅**にさらに注力**

川上（畑） → 川中（物流） → 川下（食卓）

優良な生産者

食のサブスクリプションモデル

サブスク会員

畑との連携による
フードロス削減

**食のサブスクに特化した
プラットフォーム**

Oisix　Radish Boya　PURPLE CARROT

食材が余らないサービス
提供によるフードロス削減

需給マッチングによる
フードロス削減

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

川上～川下におけるフードロス削減量

※数値は2021年度の値

川上（産地・畑）

産地と直結し連携

ふぞろい・規格外商品や
アップサイクル商品等による
フードロス削減量

年間約310t※

川中（物流）

需要予測可能な
サブスクモデル

物流過程の食材ロス率

一般食品小売店
約5～10%

Oisix ra daichi
約0.2%

川下（食卓）

“家庭で余らない
サービス”の提供

必要な分の材料がセットされた
Kit Oisix使用で食材廃棄量

約1/3にまで削減

※2021年度のフードロス削減型商品の販売量より推計
川上：提携先工場の商品製造・加工の過程で出る廃棄食材（他社商品製造過程での排出含む）、出荷規格外のため小売流通しない食材・需要過多による代品販売重量
川下：ミールキット「Kit Oisix」の利用で削減される食材廃棄量77g/食（2019年6月自社調べ）と、期間累計販売食数から換算した食材廃棄削減重量
Kit Oisixでの規格外商品の活用分は含まない

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Upcycle by Oisix
フードロスに、新たな価値を

Upcycle（アップサイクル）とは？

これまで捨てられていたものに付加価値をつけ、
新しい商品にアップグレードさせること

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Upcycle by Oisix（アップサイクルバイオイシックス）

2021年7月
立ち上げ

「フードロスに、新たな価値を」

これまで捨てられていた食材を“アップサイクル”し
地球と身体にやさしい新しい食体験をお届けする

産地／加工現場で生じる
廃棄食材を活用した商品開発

安心安全な原料に
付加価値を加えてお届け

- 安心安全基準を満たす原料
- トレーサビリティのある原料
- 食材の新たな一面を知れる驚き
- 環境にやさしい包材

年間

500 t

のフードロス削減を目指す

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Upcycle by Oisix　の取組み

産地／加工現場でやむを得ず生じた非可食部や副産物を
付加価値のある商品へと転換

ここも食べられるチップス　ブロッコリーの茎

ここも食べられるチップス

ブロッコリーの茎

未活用だったブロッコリーの茎をココナッツオイルでさっくりと揚げ、天日塩とてんさい糖でやさしく味付けした新感覚のさくさくチップス。

Made in Japan

30g ¥430

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

ここも食べられるチップス　パインの芯

ここも食べられるチップス

パインの芯(シナモン)

カットフルーツ工場で未活用だったパイナップルの芯を薄くスライスして、ココナッツオイルでパリっと揚げたフルーツチップス。パインと相性の良いシナモンをまぶし、噛めば噛むほど味が染み出る新感覚のスナックです。

Made in Japan

30g ¥646

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

商品展開＆フードロス削減量

これまでに**54**のアップサイクル商品をお届け

お客様に”おいしく”食べていただくことで、**約71トン　のフードロス**を削減

（2021/7/8~2022/1/12までの流通総量より算出）

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

お客様のお声

フードロスを救っている実感や、楽しく身近に社会課題解決に取り組んでいるお声を頂けている

- **フードロスできて体にも優しい感じ**がして、リピしても良いと思う商品です（30代女性）
- 自然の素材に無添加の味付け。大根の皮という**素材を無駄にしない商品でフードロスにも協力**。子どもにも安心して食べさせます（40代女性）
- アップサイクルの取り組みを詳しく知りませんでしたが、**お菓子にすると楽しく身近に**感じられた（30代女性）
- バナナジャムなのにさっぱり！ **バナナの皮なんて食べれるの？と思って試して**みましたが、くどくなく爽やかな味で美味しかったです（50代女性）
- 廃棄するヘタを美味しく食べられる**アイデアはとても良い**と思います。 味も黒糖が効いていて、食感も美味しいです。 ただ、**もともと廃棄予定のヘタならもう少し低コスト**で提供いただけたのではと疑問に感じます。（50代女性）

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

食品業界全体を巻き込んだ取り組み

アップサイクル食品を通じたフードロス削減の取り組みを加速させるべく

CHOYA梅酒 様をはじめとした他社協業を推進

CHOYA梅酒を製造する際に
使われる梅を使った
ドライフルーツの共同開発

The CHOYA 銀座 BAR
UME DISCOVERY 1959

CHOYA銀座BARでの
コラボコースメニュー化

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

教育現場を巻き込んだ取り組み

中学生とアップサイクル商品を共同開発するゼミナールや
小学生にフードロス・アップサイクルをテーマにした特別授業を開講。

東京都品川区青稜中学校での
SDGsゼミナール

東京農大稲花小学校での
フードロス特別授業

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Upcycle by Oisixでは、
やむを得ず生じてしまう未活用の食材や副産物を
お持ちの他社様と協業でのフードロス削減を推進しています。

例えば…

・生産現場で出てしまう廃棄食材をどうにか有効活用したい（生産者・流通小売業様）

・店舗にサステナブルコーナーを作り、生活者のエシカルニーズに応えたい（小売店様）

・ブランドイメージ向上のために、オリジナルでのエコノベルティ品を作りたい（サービス業様）

CHOYA
×
Upcycle by Oisix

チョーヤ梅酒株式会社様で
やむを得ず飼料／肥料化されていた
梅酒の梅を原料にした商品の共同開発事例

FOODLOSSBANK様とコラボした
ここも食べられるチップスの
オリジナルパッケージ制作事例

No waste, Good taste

upcyclebyoisix.jp

CHOOSEBASE SHIBUYA

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

ご清聴ありがとうございました

Oisix ra daichi

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

三輪 千晴

オイシックス・ラ・大地 株式会社
経営企画本部 新規事業開発準備室
Upcycle by Oisix ブランドマネージャー

新卒でブランドマーケティングコンサルティング会社に入社し、
BtoC/toB問わず数十社の新規事業開発やリブランディングに従事。

2020年よりオイシック・ラ・大地に参画。
全社のサステナブルブランディングを推進し、
2021年7月に、フードロス解決型事業として
廃棄食材から新たな食材を生み出すUpcycle by Oisixを立ち上げ。
商品企画からリアル・オンライン接点での顧客体験づくり、
イベントPRの実施等、なんでもやってます。

Case1　産地でうまれるふぞろい野菜のブランド化

生産

ふぞろい Radish

見た目より、中身がごちそう

大きいのも小さいのも、
凸凹のも、まだらのも。
中身はおいしいのに、
ふぞろいなだけで見捨てられちゃうなんて、
もったいない。
食べものは生きるための活力だから、
最後まで、おいしく生かしていこう。

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Case2　コロナ禍で需給がみだれた食材の応援販売

配送~小売

■ 牛乳販売支援

休校で給食用の牛乳が余って困っていることを聞きつけ、
企画立案から３日で応援販売を開始

＼みなさんの応援メッセージを渡しました／

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

Case3　コロナ禍での外食業支援・レストラン食材活用

家庭

外食自粛の影響でロスとなってしまった飲食店の食材をアレンジ販売。
シェフの方々の食事をお家にいながら味わえる新たな体験を提供

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

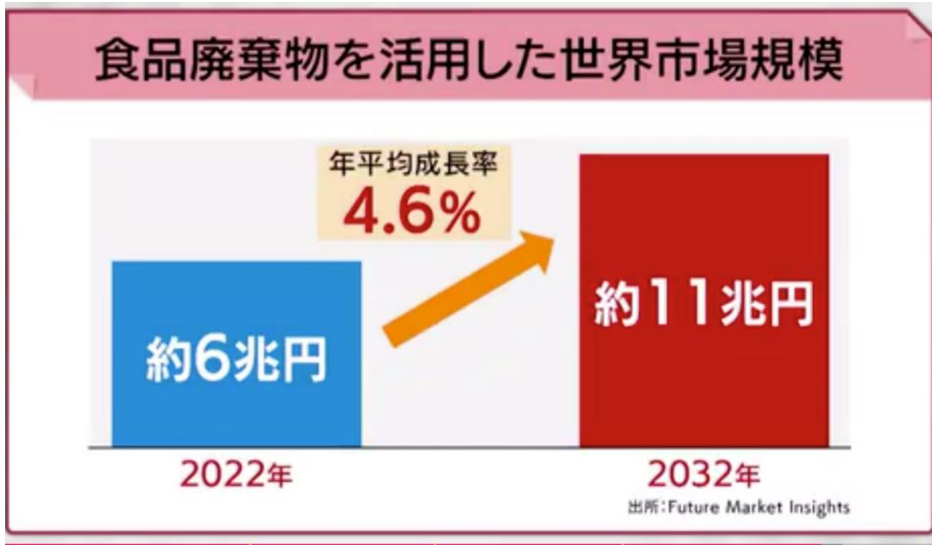
世界のアップサイクルマーケット

アップサイクル食品認証がスタート

廃棄物が出ない自然な循環型経済の達成のため、
米国では食品廃棄されてしまう原材料から
基準を満たして作られたアップサイクル食品を
認証する制度がスタート(米国 2021.6~)

2032年には11兆円規模の市場が見込まれる成長分野

米国Future Marketレポートによればアップサイクル食品市場は2019年時点で5.1兆円、今後10年間のCAGRは5%以上でマーケットが拡大していくとされている



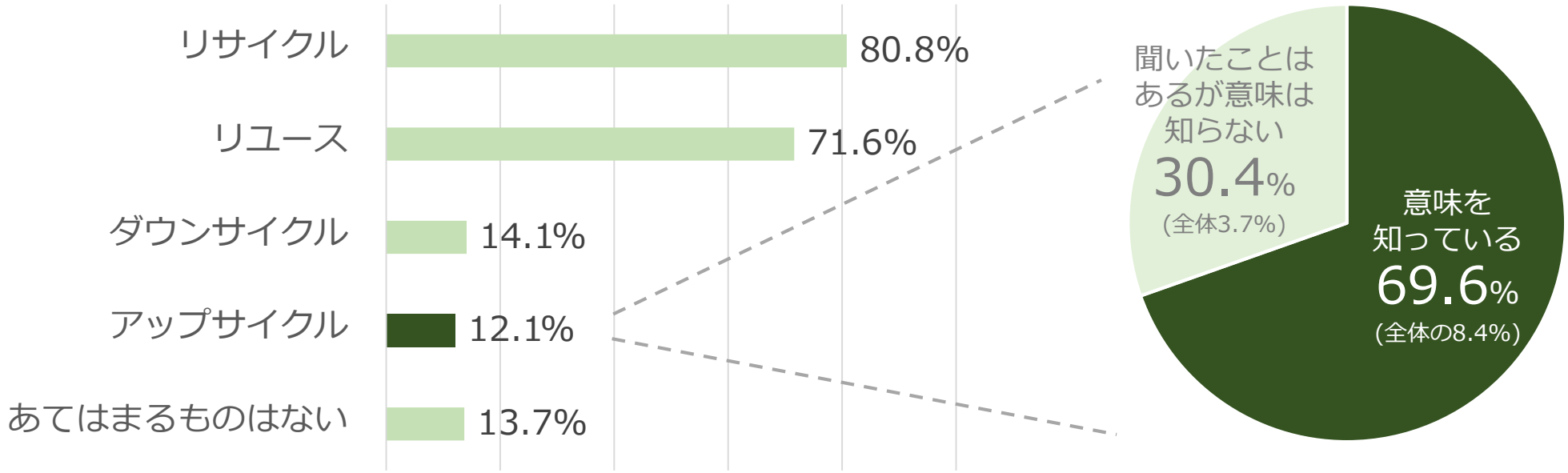
出所：
Forbes “Upcycled Food Is The Coolest Trend You’ve Probably Never Heard Of” 2021,31,May
(https://www.forbes.com/sites/daphneewingchow/2021/05/31/upcycled-food-is-the-coolest-trend-you-probably-never-heard-of/?sh=3eeed7142f0a)
Ecovia Intelligence (https://www.ecoviaint.com/upcycled-foods-to-take-off/)

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

日本の現状

まだまだ認知度が低く、
アップサイクル食品のマーケットが形成されていないのが現状

「アップサイクル」という言葉の認知度



出所：株式会社スナックミー【アップサイクルに関する意識調査】の調査結果を元に作成
2021年7月2日～7月9日　N=2166

コロナ禍により高まりつつあった
食品ロスという社会課題やサステナブル・SDGs意識に
気軽に取り組めるアクション提案として事業をスタート

©Oisix ra daichi Inc. All rights reserved.

廃棄豚脂の有効活用に関する研究

～養豚業における ゼロエミッションへの挑戦～

畜産科　養豚プロジェクト

配合飼料価格
資料：農林水産省
動機
畜産業の課題
最低値・最高値の更新
(%)
60
120000
50
110000
100000
40
90000
30
80000
20
70000
10
60000
50000
0
40000
55
ウクライナ侵攻
干ばつ
%低下
10万7,800円
31
34
26
25
28
25
輸入穀物価格が
倍以上に高騰
14
11
11
14
12
4万8,700円
1965
1975
1995
2005
2015
現在
(年)
2020/4～
2020/7～
2020/10～
2021/1～
2021/4～
2021/7～
2021/10～
2022/1～
2022/7～
飼料自給率
濃厚飼料自給率

7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに
13 気候変動に 具体的な対策を
14 海の豊かさを 守ろう
15 陸の豊かさも 守ろう
動機
畜産業の課題
遠ざかる目標
持続可能な開発目標
かけ離れた現状にある

動機

これまでの取組
エコフィードの確立

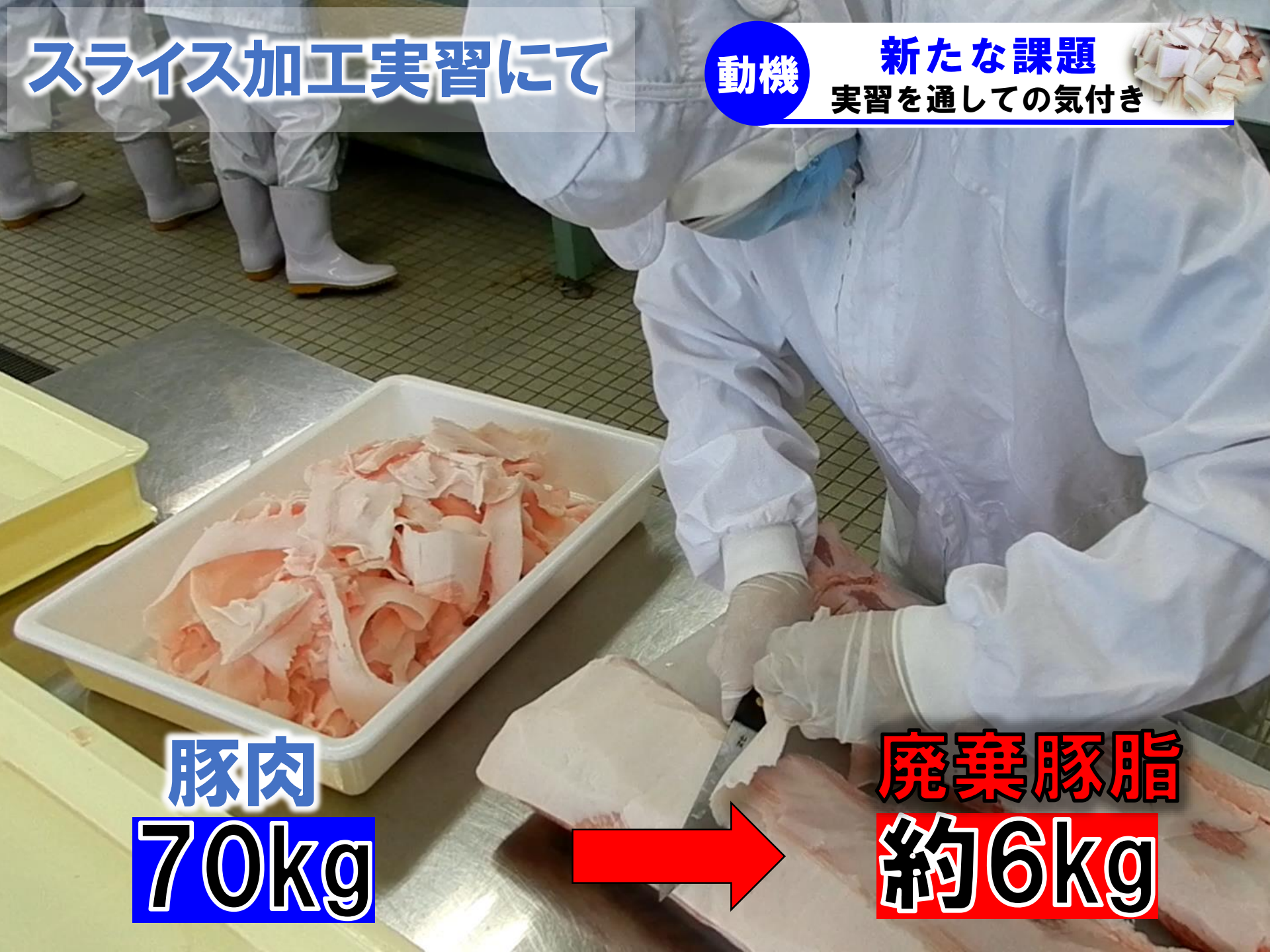
熊本農高

養豚農家

大学

企業

行政機関


スライス加工実習にて
動機
新たな課題
実習を通しての気付き
豚肉
70kg
廃棄豚脂
約6kg

動機

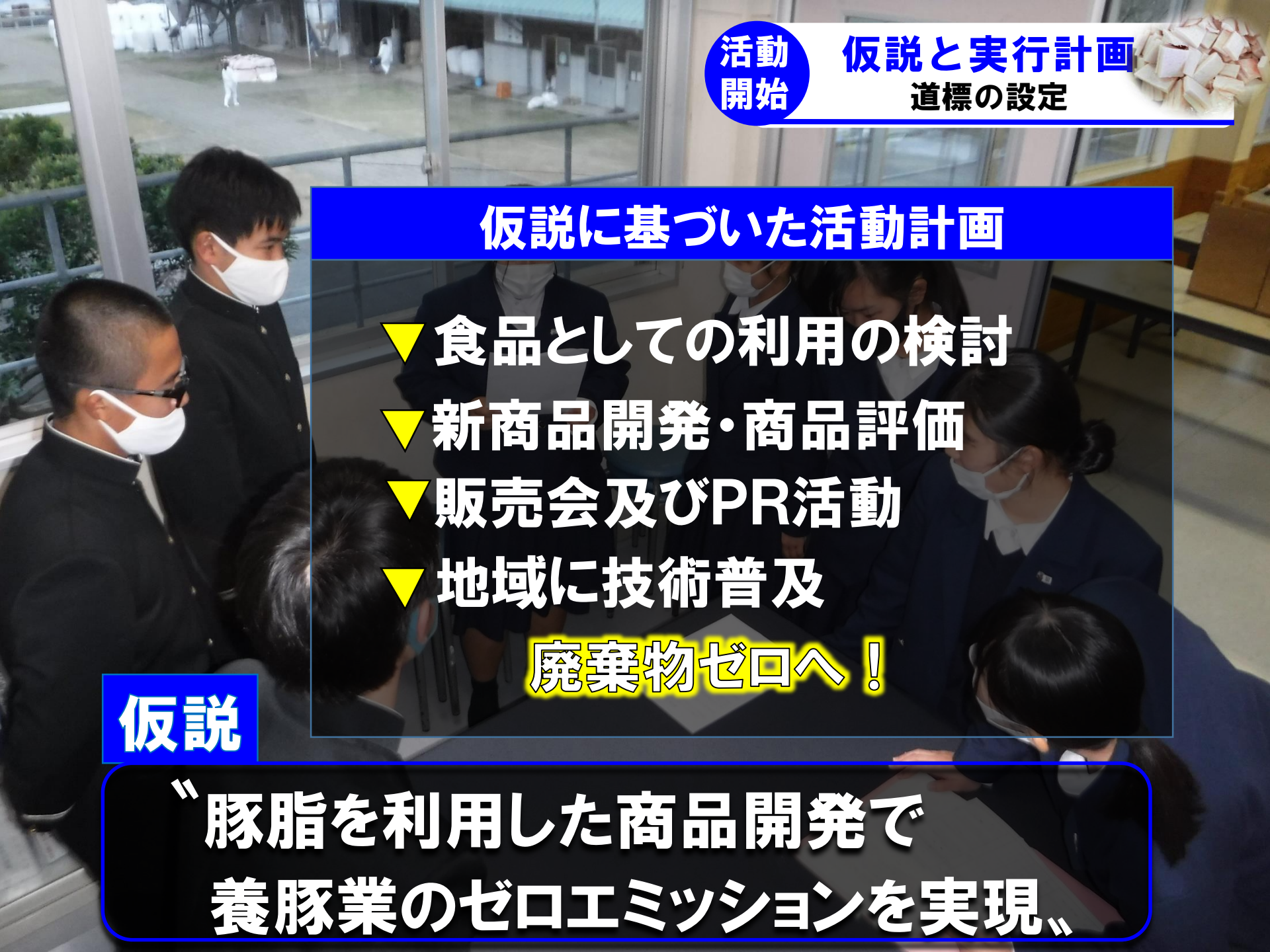
「廃棄している」
課題の重大さに直面

熊本県畜産流通センター
中村　邦宏　課長

▼年間１０ｔ以上廃棄

ラードとして利用できない。
〝廃棄〟している。

動機
活動の原点へ
悔しさ溢れる現実
廃棄物ゼロを目指し活動
納得いかず…



活動開始

仮説と実行計画

道標の設定

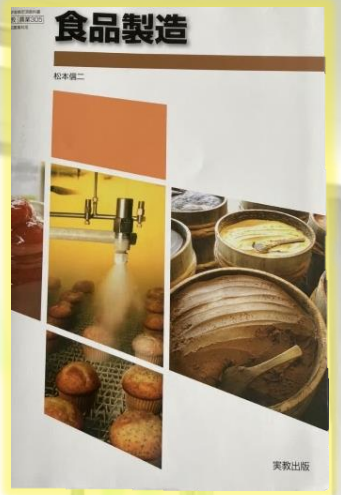
仮説に基づいた活動計画

- ▼食品としての利用の検討
- ▼新商品開発・商品評価
- ▼販売会及びPR活動
- ▼地域に技術普及

廃棄物ゼロへ！

仮説

〝豚脂を利用した商品開発で
養豚業のゼロエミッションを実現〟



開発

食品への挑戦

終わらない研究・実践

動物性油脂

○飽和脂肪酸を多く含む

○植物性脂肪と比べ融点が高い

様々な商品を検討！

クッキー

餃子

ハンバーグ

健康志向の高まり

大量消費できず

開発

見えてきた豚脂

新たな発見を活かして

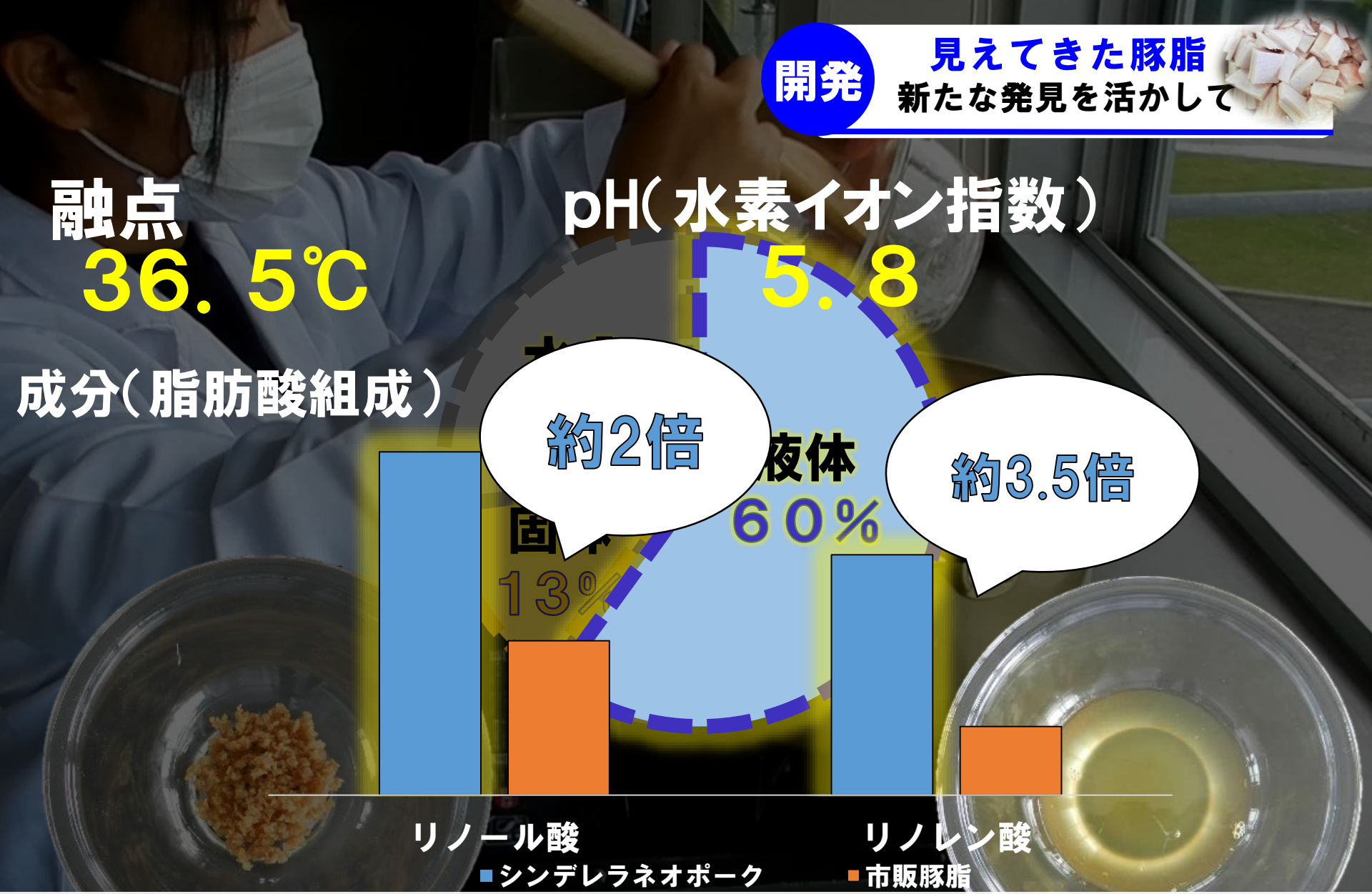
融点

36．5℃

pH（水素イオン指数）

5．8

成分（脂肪酸組成）



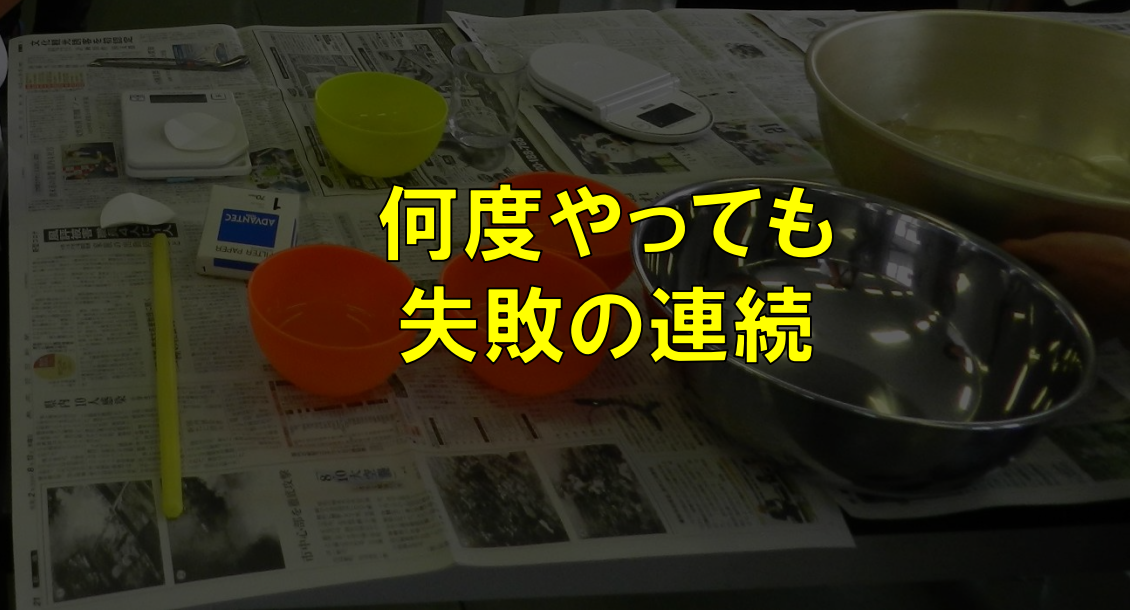
基礎実験を開始

開発 化粧品への挑戦
いまだ掴めない成功…

豚脂ベース

冷蔵庫⇒固まる

常　温⇒溶ける



何度やっても
失敗の連続

開発
ヒントを求めて
失敗とさらなる追い打ち
肌美和株式会社
中村 泰造 様
厳しい審査が必要
素晴らしいアイデアだが…
高校生には難しい…

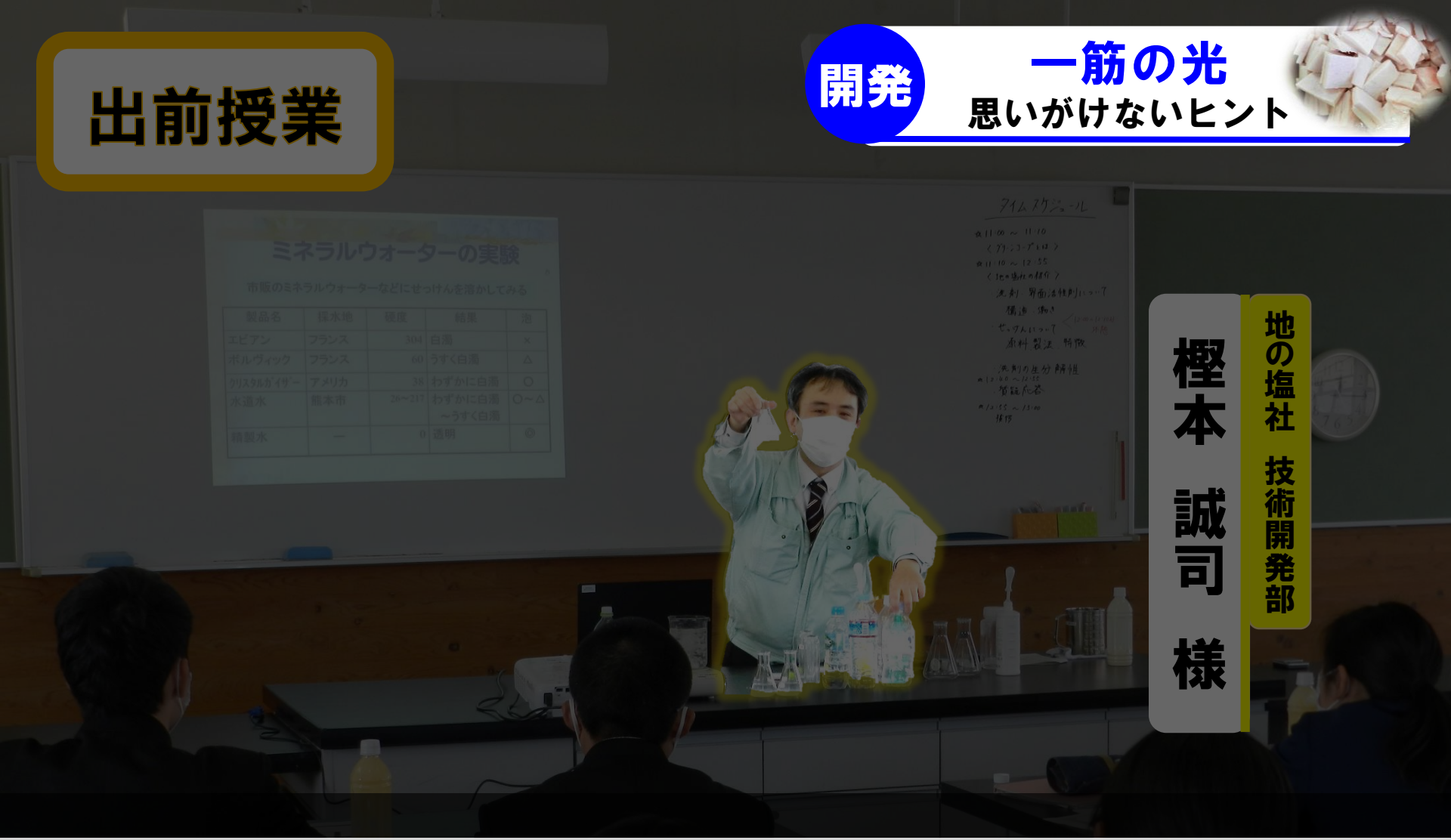
開発
再び振り出しへ
豚脂の活用方法とは
豚脂の利用を諦めかけていた

出前授業

開発

一筋の光

思いがけないヒント



地の塩社　技術開発部

樫本　誠司　様

洗濯用石鹸の開発に挑戦

開発

石鹸の核とは

深まる知識

地の塩社　技術開発部

樫本　誠司　様

水酸化ナトリウム量と脂の質が重要

JIS 製造方法

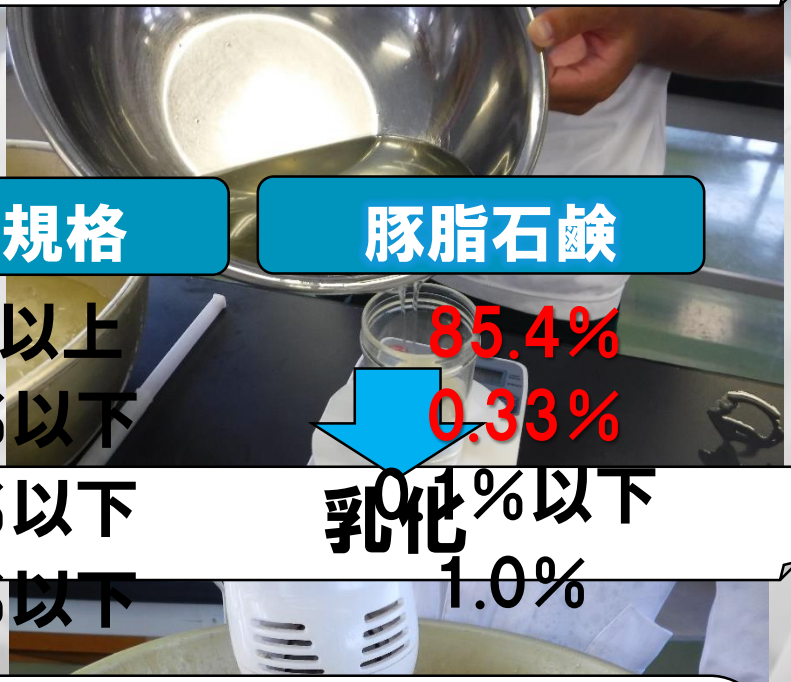
開発 **３度目の挑戦**
次こそは成功なるか

抽出

固形洗濯石鹸

	JIS規格	豚脂石鹸
純石鹸分	95％以上	85.4％
遊離アルカリ	0.1％以下	0.33％
石油エーテル可溶分	1.5％以下	0.1％以下
エタノール可溶分	2.0％以下	1.0％

混合



成形

乳化

〈考察〉

十分な乳化ができなくって、
水と油が分離した状態に！

JIS規格 不適合

開発 製造方法の確立
失敗と改善からの成功

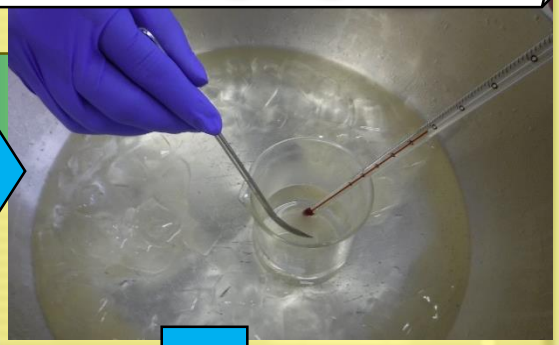
製造方法の確立

再度成分分析を実施

抽出

混合

冷却

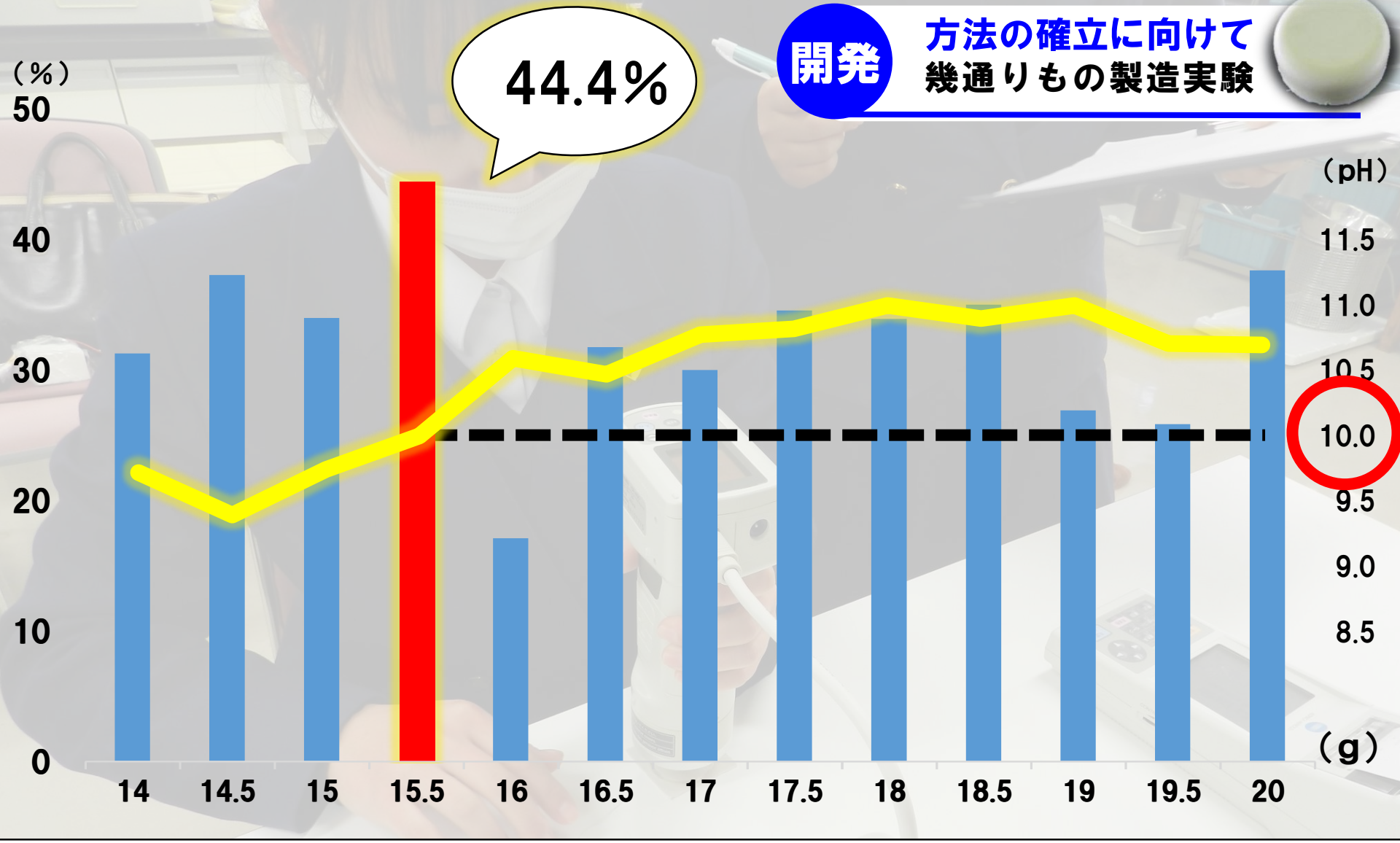


石油エーテル可溶分　1.5%以下　0.1%以下

成形

乳化

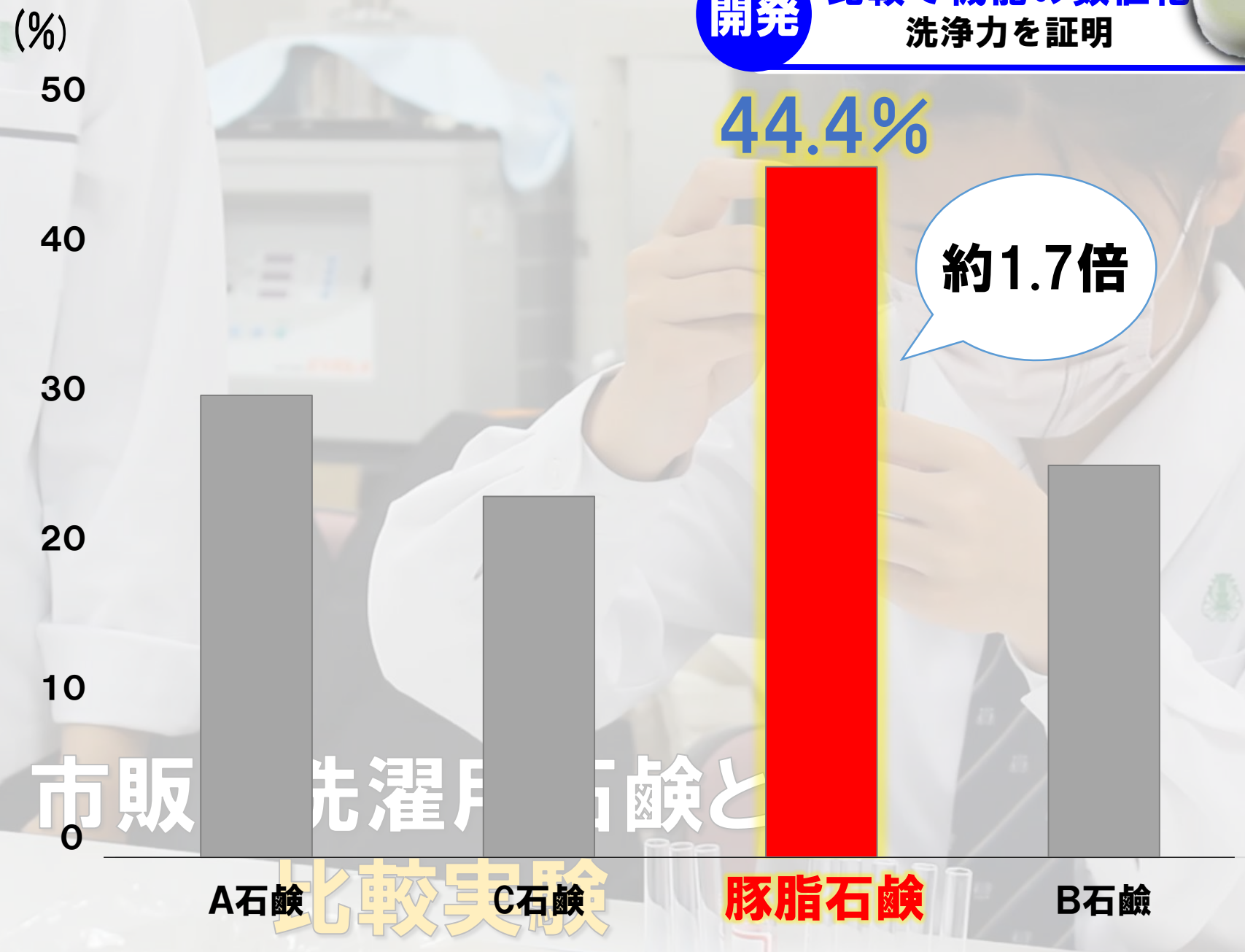
開発 方法の確立に向けて
幾通りもの製造実験



NaOH量15.5gの石鹸が
肌に優しく最も洗浄力が高い

開発

比較で機能の数値化
洗浄力を証明



市販[redacted]洗濯用[redacted]石鹸と

比較実験

開発 より高機能な商品へ
新原料の追加

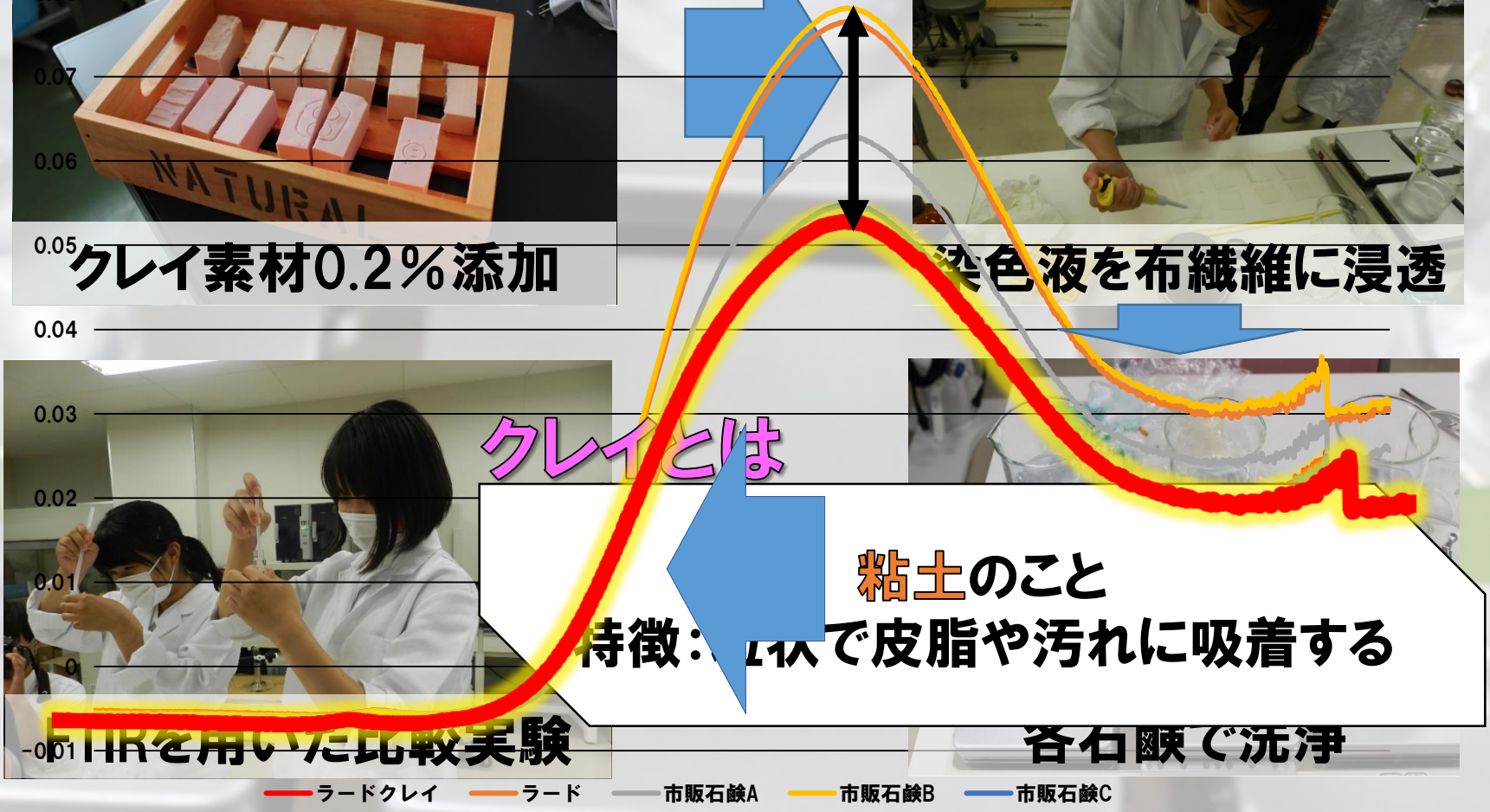
改良前の1.4倍の洗浄力

クレイ素材0.2％添加

染色液を布繊維に浸透

HRを用いた比較実験

各石鹸で洗浄



クレイとは

粘土のこと

特徴：板状で皮脂や汚れに吸着する

開発

なぜ高洗浄力なのか

洗浄力の理由追及

（吸光度 510nm）

0.7
0.6
0.5
0.4
0.3
0.2
0.1
0

ミセル

汚れを落とす役割をする物質

8.7倍

1.8倍

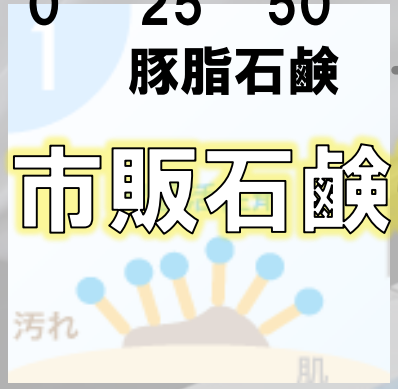
臨界ミセル濃度

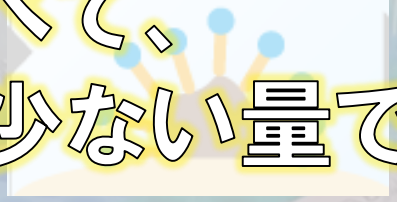
ミセルが作り出される最小の濃度

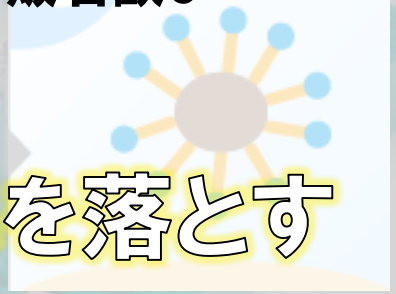
≪汚れが落ちる仕組み≫

0　25　50　75　100　125　150　175　200　225　250　275　300　(μl)

豚脂石鹸　—市販石鹸A　—市販石鹸B　—市販石鹸C







市販石鹸に比べて、

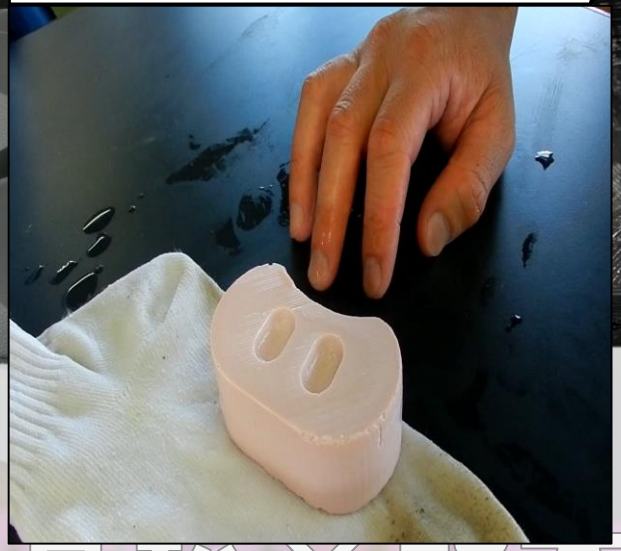
少ない量で汚れを落とす

開発
高洗浄力の秘訣
先生の見解
産業技術センター
佐藤　崇雄　様
脂肪酸バランスが優れた洗浄力に
繋がっている

開発 農×工で高機能性up
オリジナリティーの実現

マウス洗い

鼻の穴洗い



縦洗い

『熊本農業高校×熊本工業高校』
専門高校連携の実現

開発

洗濯石鹸完成

新キャラクターも登場！

本校オリジナル豚

シンデレ

シン

商標登録証
(CERTIFICATE OF TRADEMARK REGISTRATION)

登録第６４６９４０２号
(REGISTRATION NUMBER)

商標
(THE MARK)

又は指定役務並びに商品及び役務の区分
AND SERVICE
類　　せっけん類

熊本県熊本市南区元三町５丁目１―１

古田　陽一

商願２０２１－０５３２４６
令和　３年　４月１５日(April 15,2021)
令和　３年１１月１１日(November 11,2021)

登録するものと確定し、商標原簿に登録されたことを証する。
令和　３年１１月１１日(November 11,2021)

森　清

開発

実用化への確信

外部からの品質評価

襟の汚れがきれいに落ちた

絶賛の声

硬さも程よく、**使いやすい**

開発

実用化への確信

価格決定

本校オリジナル石鹸

シンデレラネオの輝き

原価合計　￥65.6

- 肌に優しい
- 洗浄力が高い
- 環境に配慮

定価　￥200

一個当たりの売上

200－65.6＝138.5

高品質・高機能な石鹸の実用化

アジア・太平洋水サミット

保全

環境調査
世界の取組みを学習

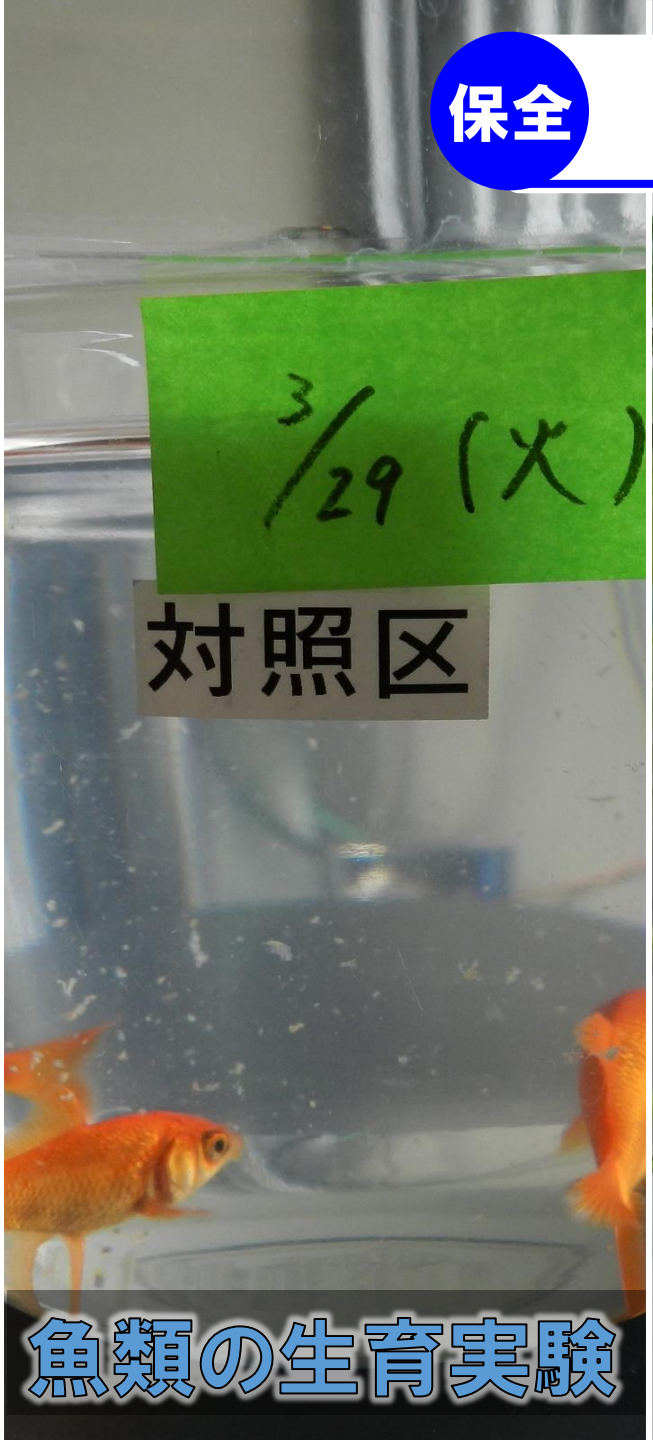
各国の水環境への取り組みを学習

保全

環境調査

石鹸の分解速度実験

石鹸の分解速度



魚類の生育実験

植物の生育実験

保全

環境調査

石鹸の分解速度実験

CODの水質調査方法を学習

農業用水に使われるCOD値3まで

10日間早く分解

市販石鹸と比べ

開発した石けんの

分解速度を調査

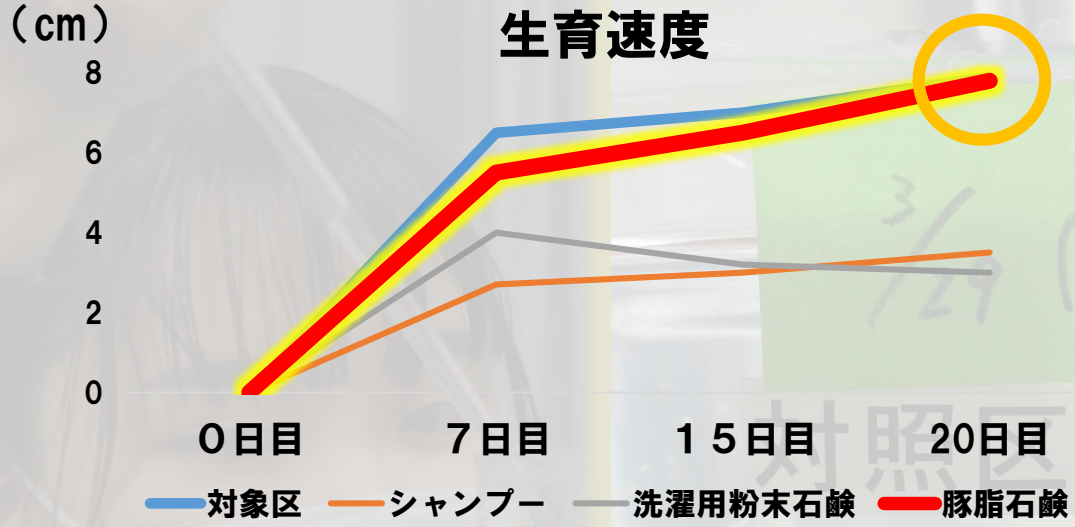
環境への負荷が低い

保全

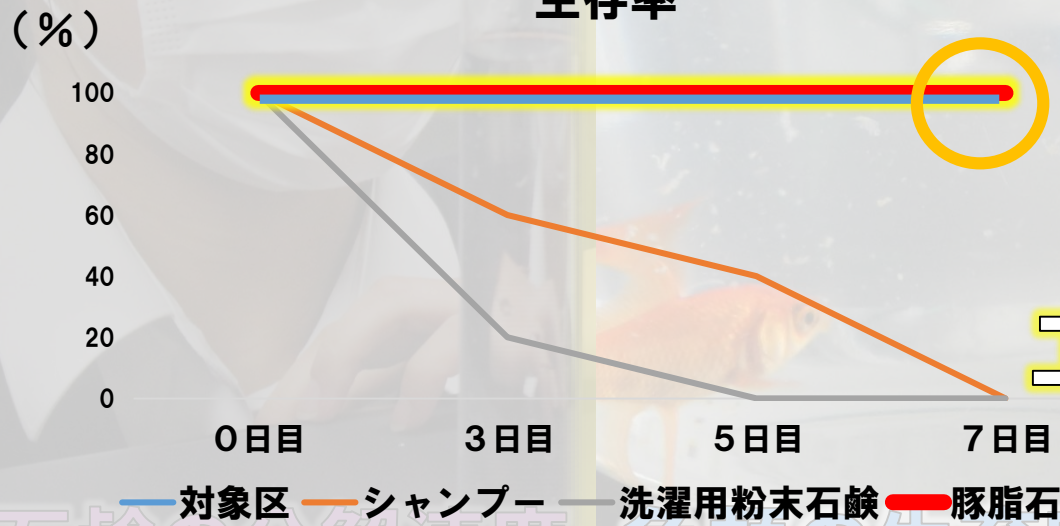
環境調査

生態系への影響を調査

生育速度



生存率



対象区と同等の結果

エコマーク取得へ

石鹸の分解速度　魚類の生育実験　植物の生育実験

普及

地域連携

成果を地域貢献へ

1,500個以上販売

農福連携

地域連携

福祉施設の所得向上へ

熊本きぼう福祉センター

森田　哲史　様

コロナ禍による不況

仕事を貰えて助かる

解決を提案

農福連携

地域連携

福祉施設の所得向上へ

熊本畜産流通センター

企業

熊本きぼう福祉センター

福祉施設

週約50個の製造実現

農福連携

地域連携

福祉施設の所得向上へ

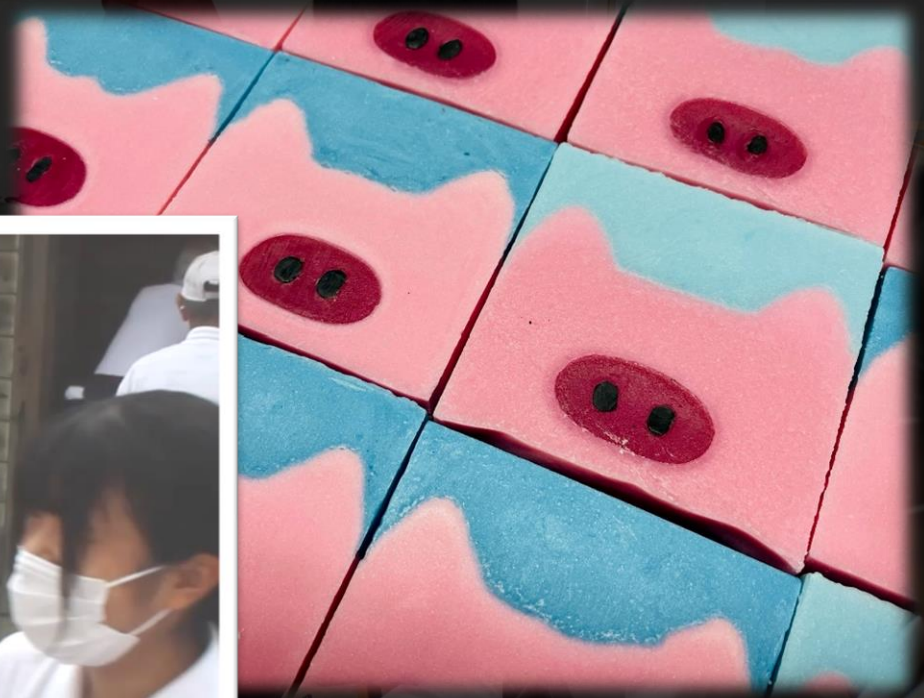
販売会を実施

石けん工房アンティーまさ

宇美 正子 様

経営 経験を活かして
化粧石鹸開発に挑戦

豚脂を使用したボディソープ



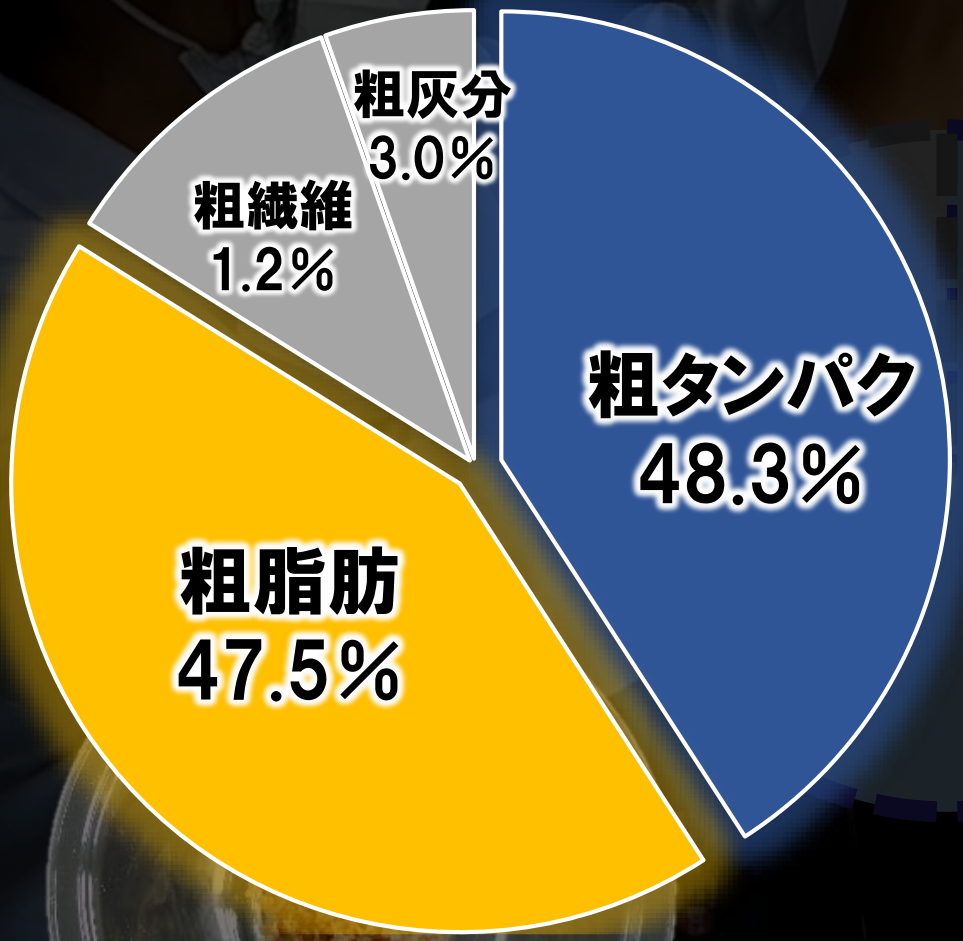
販売価格 ￥900

経営

抽出残渣の活用

採卵鶏の代替飼料へ

豚脂粕の成分



- 高タンパク質
- 高カロリー（高脂質）

TDN 100%

採卵鶏の飼料としての活用

経営

抽出残渣の活用

飼料費を大幅削減

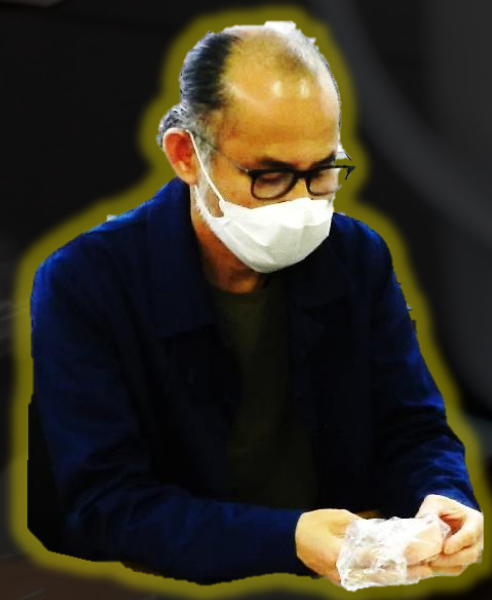
卵重

経営

規格外品の活用
新たなビジネスへ

クリーニング組合

吉瀬　史康　様



定価　￥200

安価　￥60

創造
規格外品の活用
新たなビジネスへ
食品ロス・リボーンセンター
山田 英夫 様
出入口
Nikon
Nikon
システム化を高校生が
実現するなんて素晴らしい

創造

規格外品の活用
ゼロへミッション達成

脂肪粕の利用

石鹸の開発

販売

養豚業のゼロエミッション達成

福祉施設での製造

不良品の利用

創造
今後の活動
循環型システム構築へ
持続可能なシステムの確立
企業
福祉

創造
今後の活動
発展途上国での活用へ
発展途上国での活用
製造技術の普及

これまでの成果
PDCAサイクル

創造

今後の展望
活動の中で見えた目標

養豚業

エコフィード

廃棄豚脂

ゼロエミション

第5回「全国高校生農業アクション大賞」

認定15グループ

第6回 高校生科学教育大賞

奨励賞

第７回 崇城大学ビジネスプランコンテスト

準優勝・審査員特別賞

第８回 食品産業もったいない大賞

審査委員会委員会長賞

第9回 高校生ビジネスプラン・グランプリ

ベスト１００

第10回 イオン・エコワングランプリ

文部科学大臣賞

第11回 毎日地球未来賞

大賞

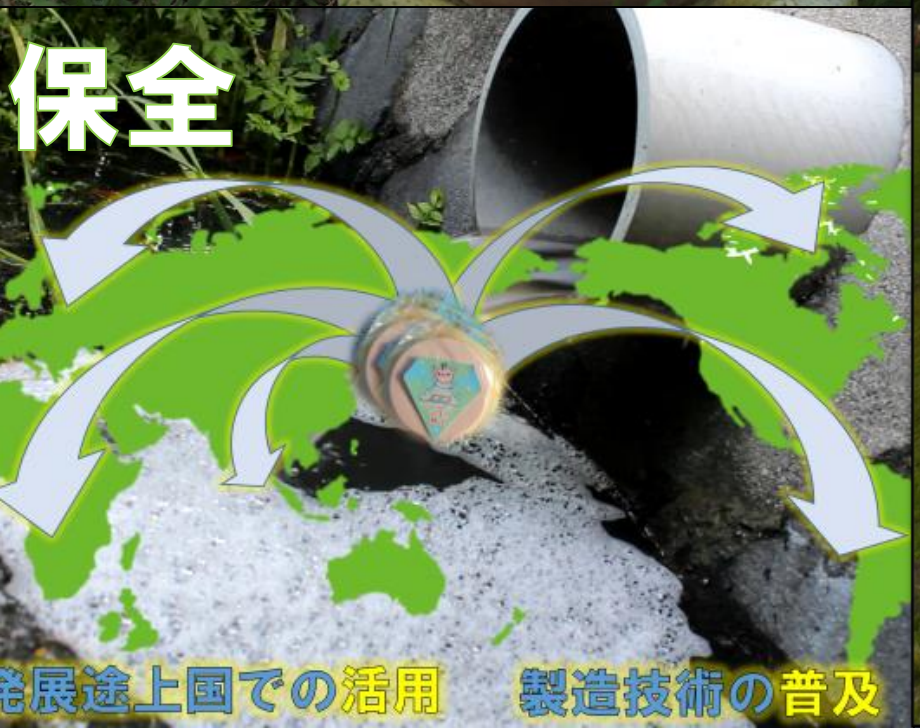
環境保全（廃棄物利用）

地域発展（福祉施設で製造）

海外支援に発展

JICAとルワミッツ社

開発


保全
発展途上国での活用
製造技術の普及

創造

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

「もったいない」をゼロに！

フードロス削減BOX『fuubo』

ZERO株式会社
フードロスとCO2の削減を実現

ZERO
going ZERO WASTE
réduis ton CO2

事業にかける想い

Vision

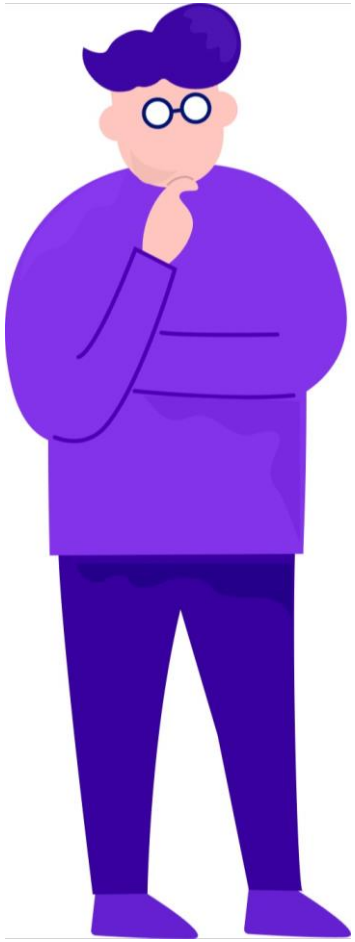
地球上の貧困をZEROにする

Mission

もったいないを循環させて
やさしい社会をつくる

ZERO

では、どのように『もったいない』を循環させる？



同じ商品を同じ場所で値引き販売をする

→一物二価になり、定価の商品への買い控えも起きる

⇓

ならば新しい販売場所をつくろう！

今までは販売されていなかった場所で
『もったいない』食品を
お得に販売しよう！

そこで生まれたのが
フードロス削減BOX　『fuubo』です

ZERO

fuubo のしくみ

企業からの利用料によって食品ロスを削減し価値を提供します

フードロスが
収益に
変わる

食品ロス削減BOX

フードロスが
お得に
買える

食品ロスを買取

食品ロスの提供

食品ロスを提供

利用者データの提供

食品メーカーなど

利用者

利用料

・従業員・関係者の満足
・利用者データの活用
・Co2削減効果の提供
・PR、ブランディングの活用

導入企業

フードロスが
PRに
活用できる

ZERO

fuuboができること

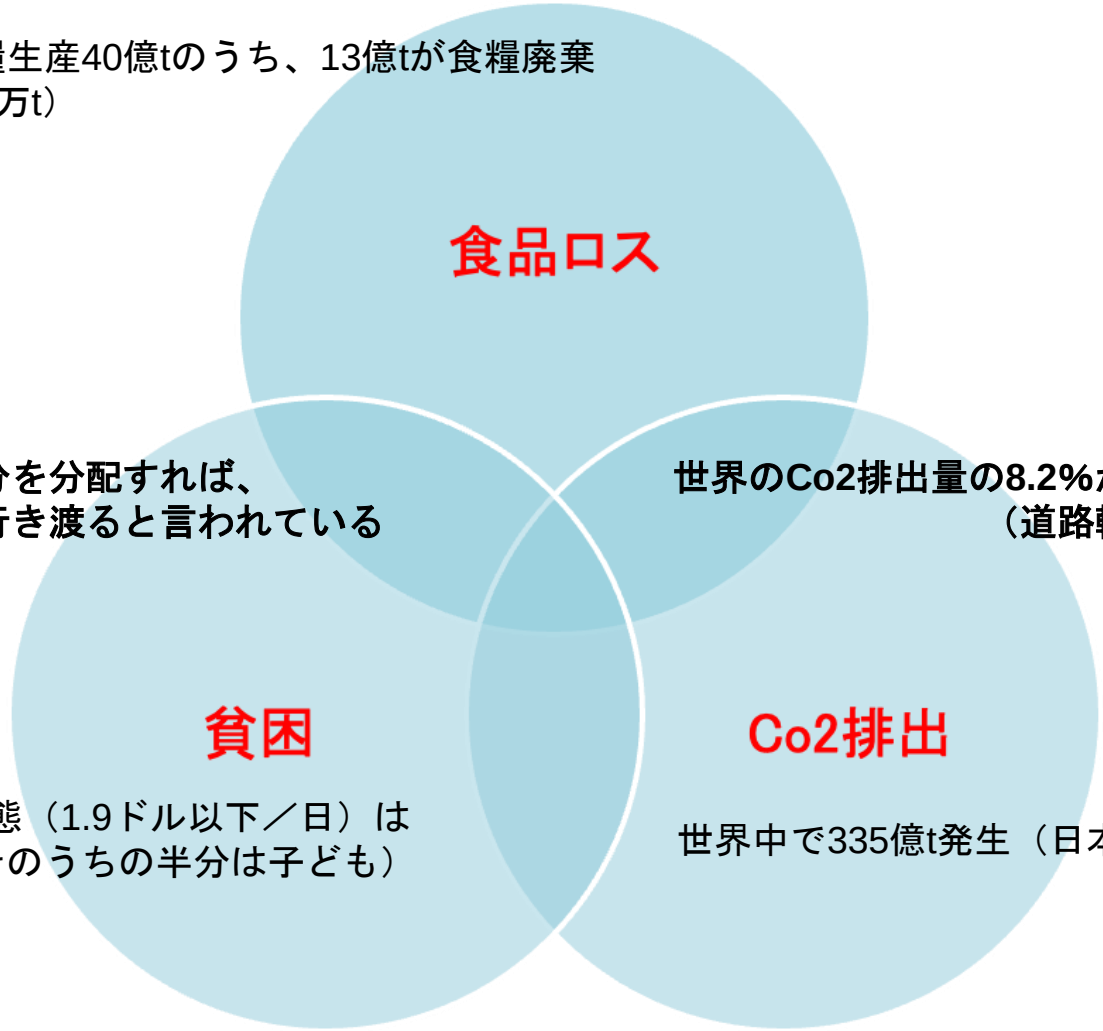
社会課題への対応としてSDGsへの取組みが求められるなか
フードロスを販売できる非対面・非接触・キャッシュレスの無人販売機です。

SDGsの取組みを見える化

誰に	SDGsに取組む企業や自治体に
何を	フードロス削減とCO2削減を目的に
どのように	fuubo（フーボ）を提供します

解決する社会課題

世界中の食糧生産40億tのうち、13億tが食糧廃棄
（日本は500万t）



食糧廃棄分を分配すれば、
世界中に行き渡ると言われている

世界のCo2排出量の8.2%が食品廃棄から発生
（道路輸送の10%に匹敵）

世界中で貧困状態（1.9ドル以下／日）は
約8億人いる（そのうちの半分は子ども）

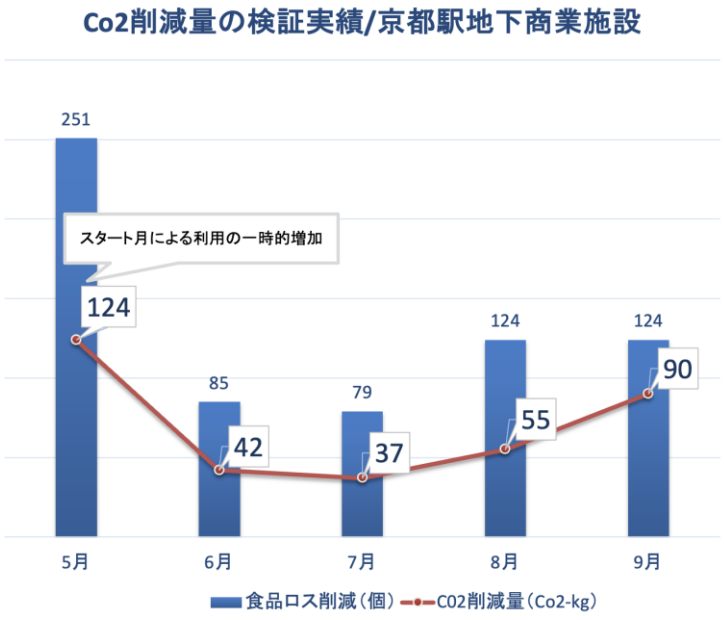
世界中で335億t発生（日本は5番目）

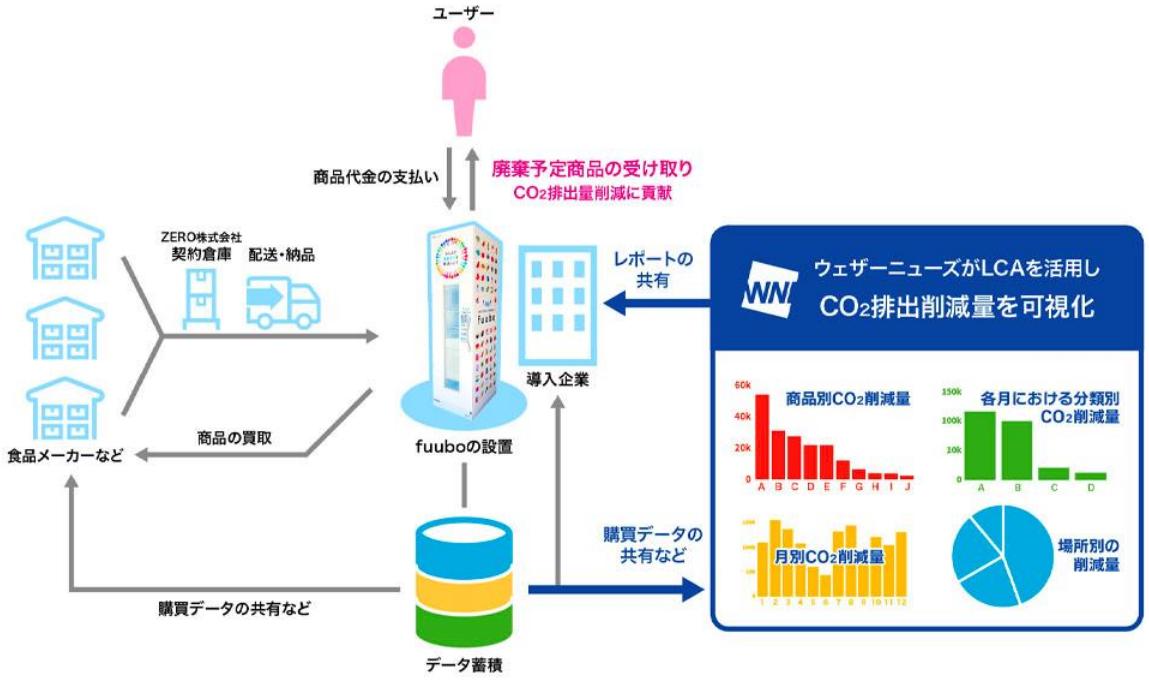
Co2削減を見える化

■ 算出元(提携先)　　：　　ウェザーニューズ株式会社

■ 算出方法　　：　　オックスフォード大学の文献を元に算出

焼却時のみならず、製造工程も含めたCo2排出量を算出し、
食品ロスを削減＝Co2削減を見える化





ZERO

Co2削減を見える化（キャンペーン時の実績）

0円キャンペーンなどの利用増加による
Co2削減効果のインパクトは大きい

- 対象BOX　45台（当時）
- 期間　3日間
- 主な商品　お菓子、飲料、カップ麺

食品ロス削減個数（平均）

1,000 個/日

Co2排出削減数（平均）

500 Co2-kg/日

※算出は概算となります

ZZERO

主要取引先（一部）

新潟県
茨城県
船橋市 FUNABASHI CITY
京都府
Nestlé Good Food, Good Life
AEON MALL
NN weathernews
ここにしかないくらしをつくる 株式会社JR中央線コミュニティデザイン
JR東海
MARRIOTT NAGOYA ASSOCIA
NISSAY 日本生命
oxymax
WILLOF ウィルオブ・ワーク

ZZERO

fuuboの設置・導入事例

ネスレ日本の事例

Nestlé
Good Food, Good Life

オリジナルのデザインで
高いPR効果を実現。
世界的な評価を受ける。
（右図：ネスレ日本CSV報告書）

食品ロス削減に向けて

製品を製造・販売する上で、お客様の需要をできる限り正確に予測し、過剰在庫が発生しないよう製造計画を立てるとともに、製品を製造する上で必要となる原材料や自社で保管している製品在庫量、製品出荷後の流通在庫量を適宜モニタリングし、過剰在庫が発生しないよう努めています。それでも発生してしまう過剰製品はフードバンク団体へ寄贈しています。また「キットカット」製造工場の食品残渣については、全量飼料化に向けて取り組んでいます。

2021年6月、食品ロス削減に向けた新たな取り組みとして、みなとく株式会社と共同で「みんなが笑顔になる 食品ロス削減ボックス」の運用を全国5か所で開始しました。「食品ロス削減ボックス」では、納品期限を超過したことで出荷される流通先が限定され、場合によっては廃棄される可能性がある「ネスカフェ」や「キットカット」製品などが販売されています。飲食が可能でありながら、通常の流通ルートでの販売が困難になっている製品を消費者に販売する新たなチャネルを構築し、食品ロス削減を目指します。

食品ロス削減ボックス

Voice 社員の声

農業従事者の方々が生産するコーヒー豆などの原材料をできる限り無駄にせず、持続可能な形で製品をお届けする仕組みを目指します。

飲料事業本部
髙岡　二郎

導入前の課題

- 1/3ルールにより相当なフードロスが発生している
- ブランド毀損させないため過度な値引き販売はできない
- 食品メーカーとして主体的な 運営管理はできない

導入後の効果

- フードロスは買取することで収益を確保できる
- 販売価格はネスレ日本が設定できる
- 設置場所の調整、運営管理は全てお任せできる

ZZERO

京都府の事例（自治体の取り組み）

京都府

約３カ月で
ペットボトル２０万本分の
CO2排出削減に貢献！

京都府・ウェザーニューズ・
京都ステーション開発とともに
『SDGsの推進に関する連携協定』 を締結

導入前の課題

- 食品ロスを削減できる具体的な成功例がない
- 京都府としてフードロス削減を行いたい
- 京都府として啓発活動を推進させたい

導入後の効果

- 自治体との協定としては、初の取り組み
- 食品ロスだけでなくＣＯ２排出削減量も発信できる
- 利用者・利用頻度も多く、注目されている

ZZERO

ウィルオブ・ワークの事例（福利厚生）

WILLOF ウィルオブ・ワーク

福利厚生の一環として
スタッフの休憩室に設置。
地元新聞などへのメディア露出も。

山形・郡山・金沢・高知のコールセンター4か所で運用

導入前の課題

- 給水機の設置・マイボトル配布と絡めて
  社員へのSDGsの啓発を行いたい
- スタッフのためにお得な価格で提供したい

導入後の効果

- 商品のリクエストを実施しながら展開できる
- 地元メディアにも取り上げられ、PR効果も実現
- 社員様同士の交流・お得な価格での商品提供

JR東日本グループの事例

ここにしかないくらしをつくる
株式会社JR中央線コミュニティデザイン

中央線沿いの駅構内、改札出口などに横展開。地域の企業との連携も視野に入れた展開を行う。

導入前の課題

- SDGsの取組みを広く駅利用者にアピールしたい
- 駅の活用できていない場所を有効活用したい
- 地域全体でフードロス削減を色々な形で行いたい

導入後の効果

- 想定以上に取材があり注目されている
- 駅の利用者のリピーターも多い
- 将来的に地域の食品企業との連携も視野に

ZERO

JR東海グループの事例

JR東海

JR東海グループ５社に導入
名古屋駅に６台
静岡駅に１台

導入前の課題

- 企業としてSDGsの取組みをしなければならない
- 食品ロスの削減に貢献する
- 駅の活用できていない場所を有効活用したい

導入後の効果

- 想定以上に取材があり、PR効果も高い
- 駅を利用するユーザーから評価を得ている
- 駅の有効活用の可能性が増えている

ZZERO

東京都立大学の事例（スポンサー）

TOKYO METROPOLITAN UNIVERSITY
東京都立大学 × REASTAGE

無人販売機を視察する竹谷氏（右から2人目）ら＝13日、東京・八王子市

期限近い食品、割安で

竹谷氏らが視察

食ロス削減へ 販売機を大学に設置

若い世代に食品ロス削減の取り組みを広げたい――。公明党の竹谷とし子参院議員（参院選予定候補＝東京選挙区）は13日、東京都立大学南大沢キャンパス（八王子市）内に4月に設置された、賞味期限が迫った食品の無人販売機「fuubo」を視察した。松葉多美子、慶野信一の両都議が同行した。

この販売機は、食品ロス削減事業を手掛けるZERO株式会社（沖杉大地代表取締役）が設置したもので、賞味期限の近い菓子やカップ麺などを定価の3～5割引で提供している。大学への設置は初。同大の担当者は、多くの学生らに利用されていると説明した。

同大への設置は松葉都議らが都に要望していたもの。竹谷氏は「若い世代に向けて食品ロス削減の普及啓発をさらに進めていく」と語った。

スポンサーモデルとして初。
学生、関係者からも高評価。

導入前の課題

- 東京都としてSDGsの取り組みを実施したい
- 学生へSDGsの取り組みの啓発をしたい

導入後の効果

- 使用する学生、教職員にとってSDGsを知るきっかけに
- 時間帯を選ばないためサークル活動後などの遅い時間帯でも利用が可能

ZERO

設置一覧

23年1月末時点の状況
設置済み：（■）56台

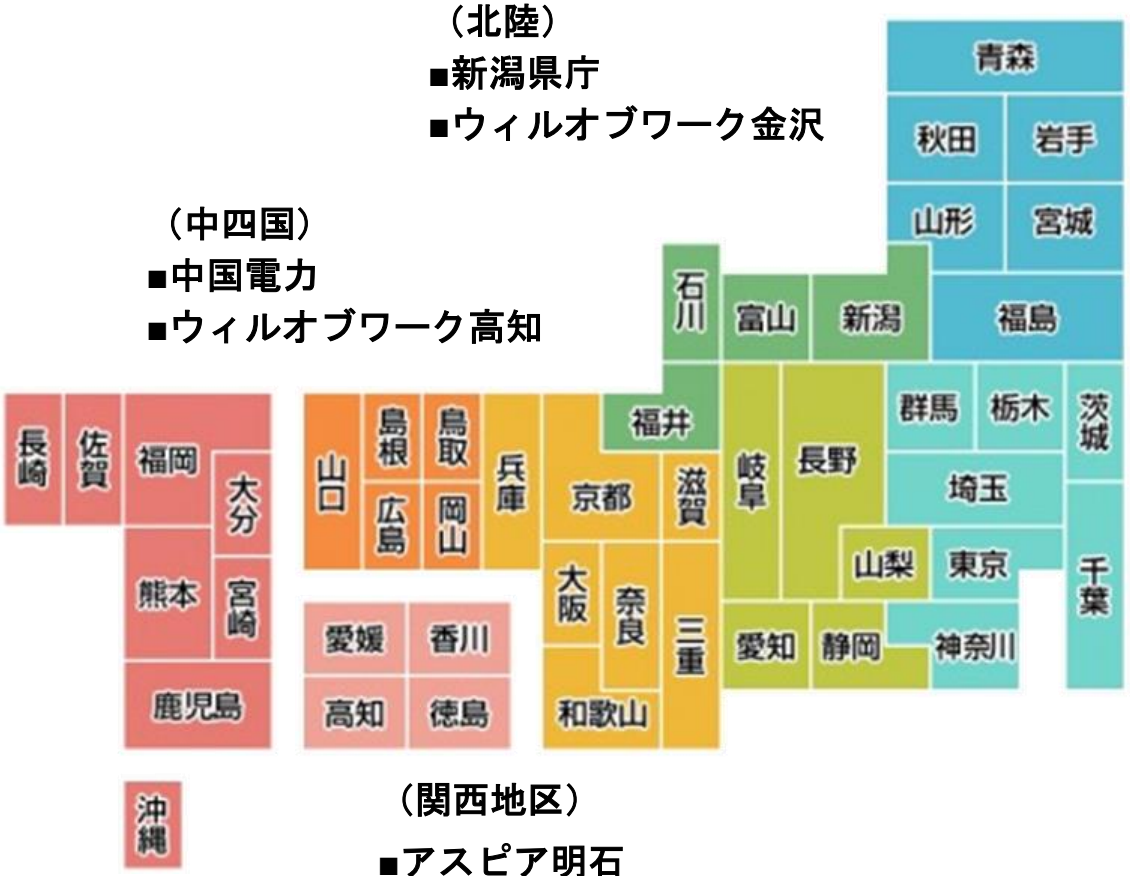
（北海道）
■キラリス函館
■からくさホテル
■コールセンター

（東北／関東）
■ウィルオブワーク山形
■ウィルオブワーク福島
■茨城県庁
■深谷グリーンパーク
■ハレノテラス東大宮

（北陸）
■新潟県庁
■ウィルオブワーク金沢

（中四国）
■中国電力
■ウィルオブワーク高知

（東海地区）
■静岡駅
■名古屋駅
■イオンモール浜松志都呂
■タカシマヤ
■マリオットホテル
■名鉄イン
■ミュープラット神宮前
■ミュープラット一宮
■モレラ岐阜



（関西地区）
■アスピア明石
■京都駅
■イオンモール河原町OPA
■ラソラ川西

（九州沖縄）
■那覇空港

（首都圏）
■ネスカフェ原宿
■新宿郵便局
■東小金井駅
■東京都立大学
■武蔵小金井
■西国分寺駅
■国立駅
■八王子駅
■甲府駅
■日本生命武蔵野支社
■ウェザーニューズ
■エイジス
■他、企業オフィスなど

ZERO

圧倒的メディア訴求力

fuuboサイト

20 万PV／月

会員数

2.5 万人

リピーター率

48 %

コンバージョン率

7.7 %

ZZERO

今後の展開

■設置場所の増加

５年間で、10,000台の設置を目指します
（海外への展開も含む）

■あらゆる『もったいない』に対応していきます

・食品ロスだけではなく、
『もったいない』洋服や日用品、花などへも
扱う幅を広げていきます

ZERO

参考資料　販売している商品の一例

ZERO

会社概要

商号	ZERO株式会社
所在地	東京都台東区東上野2-20-6 会計センタービル501
連絡先	info@zero-sus.com / 080-9193-9967
代表者	沖杉 大地　四辻 弘樹（共同代表）
従業員数	3人
決算月	3月
主な取引先	ネスレ日本、湖池屋、JR東海グループ、JPコミュニケーションズ、 JR東日本グループ、東急グループ、イオンモール、中国電力、全日空、名鉄グループ、シンコースポーツ、栗山米菓、プライムプレイス、ウィルオブ・ワーク

持続可能な世界を、
一粒のコーヒーから。

MITSUMOTO
COFFEE
SUSTAINABLE
PROJECT

手と手をつなぐ、想いをつなぐ

広げる！広がる！幸せの輪

全員参加型食品ロス削減推進モデル

コーヒーを、どこまでも。

MITSUMOTO
COFFEE

三本珈琲 株式会社

三本珈琲のご紹介

コーヒーを、どこまでも。

MITSUMOTO COFFEE

商　号：三本珈琲　株式会社
所在地：神奈川県横浜市神奈川区山内町15-4
設　立：昭和32年3月15日
資本金：￥100,000,000
従　業　員　数：950人
支店・営業所数：44カ所
工　場　数　　：3工場(鎌倉・仙台・北海道)
事　業　内　容：
●業務用、小売り用商品の製造・販売
●コーヒー生豆、コーヒー関連器具の輸入・販売
●オリジナル商品の規格・販売
●コーヒーショップ・レストランのマネジメント

農林水産省「SDGs×食品産業」で弊社の取り組み紹介

農林水産省

会見・報道・広報 | 政策情報 | 統計情報 | 申請・お問い合わせ | 農林水産省について

ホーム > 新事業・食品産業 > SDGs×食品産業 > 始まった食品事業者の取組：三本珈琲株式会社

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS 食品産業

～持続可能な社会と食品産業発展のために私たちにできること～

最新情報	17の目標と食品産業	SDGsとは?	SDGsの特徴	SDGsが誕生するまで
SDGsの目標とターゲット	食品産業にとっての価値	始まった食品事業者の取組	セミナー	関連サイト・FAQ

始まった食品事業者の取組

コーヒーを、どこまでも。
MITSUMOTO COFFEE

三本珈琲株式会社

インタビューで取り上げたSDGs

三本珈琲株式会社 常務取締役 山本将人さん
同 サステナビリティ推進室 室長 正木陽子さん

三本珈琲株式会社は1957年に横浜で創業、「コーヒーを、どこまでも。」をスローガンに、ロースターとして企画、製造、物流の体制を確立し、現在ではコーヒー豆の焙煎・加工・販売、コーヒー関連商品の取り扱いの他、カフェを始めとした店舗企画・運営等、コーヒーに関わるさまざまな事業を行っています。

この度企業のSDGsの取り組みについて三本珈琲株式会社の常務取締役 山本将人さん、製造部門 統括本部 サステナビリティ推進室 室長 正木陽子さんにお話を伺いましたので、その内容を紹介します。

取材日：2021年12月20日 三本珈琲株式会社鎌倉総合工場にて

世界中で愛されるコーヒーから「ちょっとした幸せを、世界中のひとに届ける」を目指しています

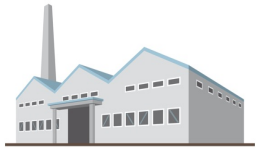
社会・コーヒー業界での存在意義

「必要な人と必要なものを結び付ける」しくみ創り

それぞれが抱える食品ロスへの課題

食品小売業：食品ロス60万トン
食品ロスが発生するが必要な先がわからない、届けるすべがない。

消費者：食品ロス247万トン
食品ロスの削減方法がわからない。食品ロスが発生するが必要な先がわからない、届けるすべがない。



食品製造業：食品ロス121万トン
食品ロス発生するが
活用先がない。
廃棄に費用とエネルギーがかかっている。

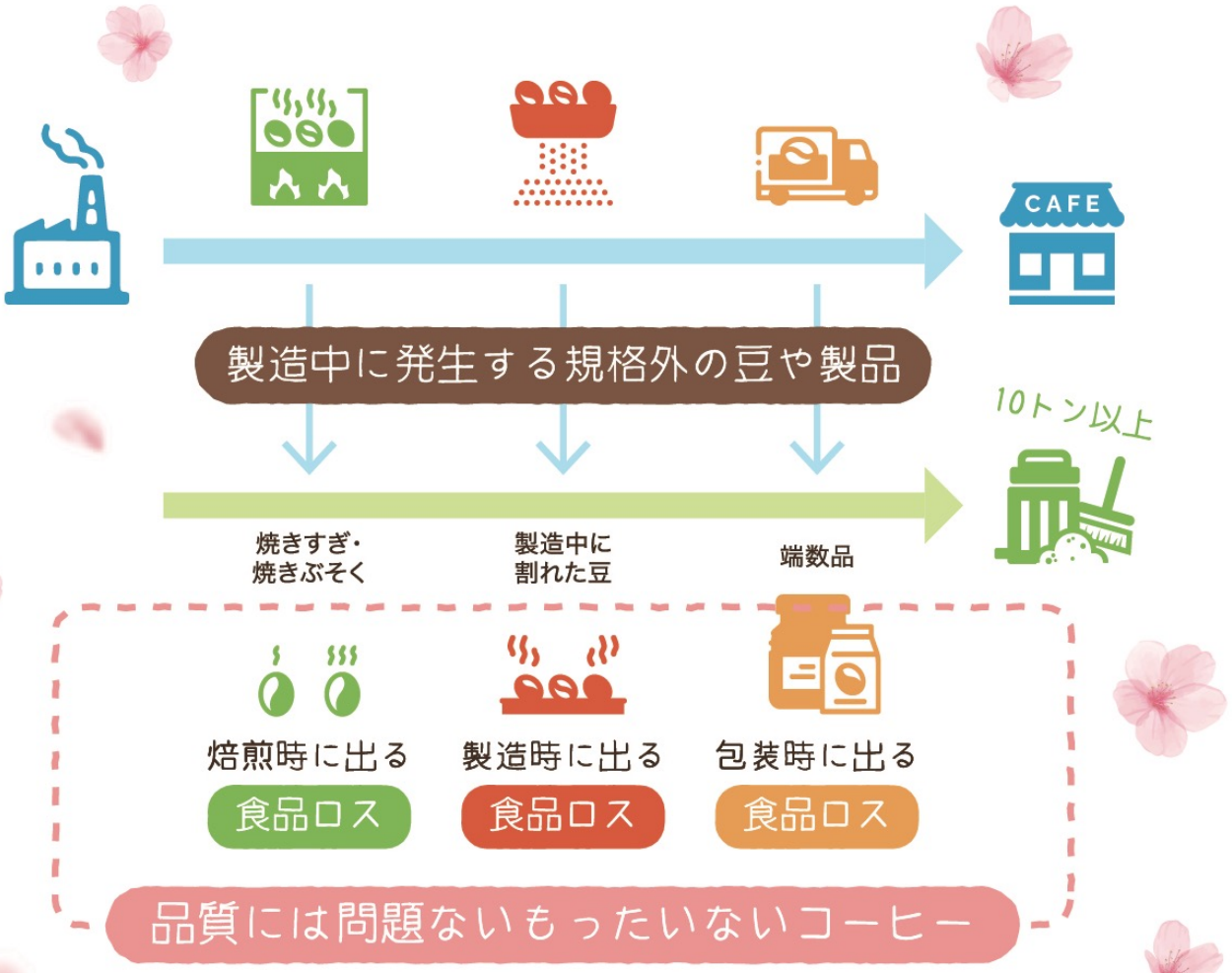
フードバンク等
各種支援が不足している。

三本珈琲では食品ロスをめぐるこの矛盾を解消するため、**必要な人と必要なものを結び付け**、さらに「作り手」、「売り手」、「買い手」そして「社会全体」へのマルチベネフィットを達成する、**全員が参加できる食品ロス削減推進モデル**を構築しました。

重要なのは、誰でも取り組めて、誰でも参加できる汎用性の高い仕組みです。
それが「全員参加型食品ロス削減推進モデル」です。

しくみ創りの始まり

コーヒー製造の過程では、品質には問題ないのにも関わらず、製品規格の焼き加減に対して焼きすぎ・焼きぶそく、機械の中で割れた豆など製造中の規格外品のほか、商慣習により出荷できないものや、箱に入らない端数品など、行き場がなく、これまでは「もったいないコーヒー」として廃棄され食品ロスとなっていました。
三本珈琲では1年間に10トン以上発生していました。



三本珈琲オリジナルブレンドの開発

そこで三本珈琲の食品ロスをなくすこと、そして一粒のコーヒー豆から始まるこの取り組みを通して共助の輪を広げることを目標に、製造段階での食品ロスを再生する「三本珈琲オリジナルブレンド」を開発しました。

これまで
利用されていなかった
「もったいないコーヒー」

味覚センサー
(TS-5000Z)

味を平準化するため、
味覚センサーを用いて、
独自のプログラムで用いて
配合比率を決めています。

三本珈琲オリジナルブレンド

規格外になった個性豊かなコーヒー豆を、三本珈琲が長年培ったブレンド技術と製造管理にひと手間かけて**確かな意思を持って再生した新たな製品です**。

全員参加型食品ロス削減推進モデルの概要

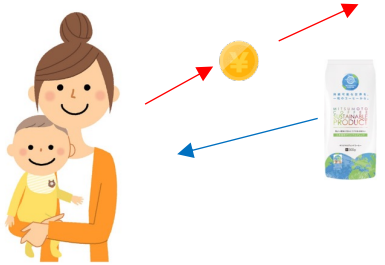
三本珈琲オリジナルブレンド の売上金のうち1袋につき¥20円を社会貢献活動費としています。この費用で商品の販売店で発生する「もったいない食材」を購入し、購入した食材をフードバンク等必要な先に寄付したり、その他の様々な社会貢献活動を支援できます。

このしくみにより、メーカー、販売店は経済的負担なく同時に食品ロスを削減することが出来、製品を購入したお客様は間接的に社会貢献活動に参加することが出来ます。

消費者も参加！

消費者も間接的に社会貢献に参加

売上金のうち一袋につき20円分を社会貢献に使用するため、この製品を購入することで消費者は自然に社会貢献に参加できる。



二つのもったいないを解決！

食品工場のもったいないを削減

品質には問題ないもったいないコーヒーを一手間かけて製品化(三本珈琲オリジナルブレンド)

販売店のもったいないを削減

スーパーのもったいない食材をこの製品を販売して得られた社会貢献活動費で買い上げます。

MITSUMOTO COFFEE

得られた社会貢献費の活用

必要なところに食材を供給します。

販売によって得られた社会貢献活動費を啓発活動などに使用。

製造・販売実績(2021年4月～2022年7月)	59,880袋
コーヒー食品ロス削減量(2021年4月～2022年7月)	17.9t

取り組み 事例１：誰一人取り残さない 笑顔あふれる社会を目指し

得られた社会貢献活動費で販売店で発生する食品ロス予備軍※を買い取り、フードバンク活動団体へ寄贈を行い、また、活動資金を必要としているNPO団体へ寄付金を寄贈しました。

災害被災地のボランティア団体にもったいないコーヒーを贈る活動も続けています。

※期限切れ直近の食材・商品

賛同企業とフードバンクへお米を寄贈

ウジエスーパー様 寄贈式

賛同企業とフードバンクへ食材を寄贈

ダイユーエイトMAX様 寄贈式

賛同企業と特定非営利団体へ寄付金を寄贈

中島製茶様売上金の一部を利用した特定非営利活動法人HOKKAIDOしっぽの会への寄贈式

災害被災地のボランティア団体にコーヒーを寄付

食品の無料配布

フードバンクへの寄付実績(21年度実績)	4,270kg※

※もったいないコーヒー及び関連商品、販売店様もったい食材の寄付総重量

災害被災地へのもったいないコーヒー寄付量(21年度実績)	300kg

取り組み 事例２：幸せな地球を守るために、未来へのバトンタッチ

これからの未来を担う子供たちに、食品ロスを無くして、持続可能な世界を創るのに何をするべきかを知ってもらう為、ステークホルダーと共に子供達向けSDGsセミナーなどの啓発活動を積極的に行っております。

府中市府中第八中学校SDGsセミナー

ダイユーエイト MAX 子供向けSDGsセミナー

金沢動物園 開演40周年 Save the Animals 2022 SDGsクイズラリー

ウェスティンホテル仙台 「WESTIN SENDAI SDGs Meeting」SDGsセミナー

日本工学院専門学校 かまた祭 2022 SDGsセミナー

八木山動物公園 オータムフェス2022 SDGsコーナー

取り組み 事例３：再生可能エネルギーの利用と食品ロスを削減による環境負荷軽減

- 地球環境の保全を目指し、製造過程で使用する電気の一部を太陽光発電装置で発電される再生可能エネルギーを利用することと、製造工場の全照明をLED化することにより、CO_2排出量を削減しました。
- 食品ロスとなる原料・製品の製造のために排出されるCO_2は、「無駄なCO_2」であり、三本珈琲オリジナルブレンドを製造し食品ロスを製品として活用することで「無駄なCO_2」の排出も削減しています。
- 世界中の食品会社が、「無駄なCO_2」排出削減に繋がる取り組みを行えば、地球環境の保全につながると信じています。

鎌倉総合工場
(2019年3月設置)

仙台総合工場
(2021年3月設置)

製造工場全照明LED化による電力消費量削減

再生可能エネルギーを利用する事によるCO_2排出削減量(21年度実績)	161.6t-CO_2	無駄なCO_2排出削減量(21年度実績)	6.2t-CO_2

食品ロス削減推進モデルから共助の輪が広がるしくみ

社会貢献費用に使用用途を定めないことで、突発的な災害支援や社会課題など必要なところに必要な時に支援可能なしくみになっています。
食品ロス削減から始まった共助の輪は、持続可能な世界のために境目なく広がり、色とりどりの取り組みとなって世界を彩り、未来に向けて幸せの大輪の花を咲かせます。

広げる！広がる！幸せの輪

全員参加型食品ロス削減推進モデル

原材料などの有効活用

製造工場で発生する食品ロスを削減することが出来ます。
弊社実績：17.9t

食品の有効活用

必要なところに、必要なものを。共助の輪を広げることが出来ます。
弊社実績：
フードバンク：4,270kg
災害被災地　：300kg

エネルギーの効率化

食品ロスを製造する時に発生する無駄なCO_2を削減出来ます。
弊社実績：6.2t-CO_2

循環型社会の構築

販売店も消費者も食品ロスが削減出来、社会貢献活動に参加出来ます。

啓発

幸せな地球を持続するために、これからの未来を担う子供たちに食品ロス削減の大切さを教育出来ます。
弊社実績：８件

※2021年度実績

私たちの目標と想い

私たちには目標があります。
三本珈琲の企業活動の中で発生する食品ロスを全て有効利用し、多くのパートナーシップと幸せな地球を持続させる取り組みを進めることで、全員参加型食品ロス削減推進モデルの有効性を最大化する事を。

私たちには夢があります。
世界中の食品製造業者が私たちと同様に食品ロス削減の取り組みを行う事で、必要なところに、必要な食料が行き届き、世界中の人たちが笑顔でごちそうさまを言える世界を。

私たちには希望があります。
私たちのように食品ロスに対して問題意識を持った食品企業が世界中に広がっている事を。
そして、いつの日か食品ロス削減の大切さを理解した子供たちが大きくなった時、同じように必ず問題意識を持って、取り組んでくれる事を。

三本珈琲は、幸せな地球へのバトンを、確実に次世代に渡す努力をこれからも進めます。

三本珈琲の2030年までの食品ロス有効利用率目標	100%

ご清聴、有難うございました。

笑顔あふれる未来へ、幸せの大輪の花を咲かせるために、
私たちは皆様と共に歩み続けます。

コーヒーを、どこまでも。
MITSUMOTO COFFEE