



国民生活産業・消費者団体連合会

生団連会報

2017年10月
VOL.21

生活者の視点を大切に、
国民の生活を守ります。

生団連調査レポート

- ・ 容器包装リサイクルに関するレポート
- ・ 「日本災害食」について

事務局からのお知らせ

- ・ 出向者紹介
- ・ 交流フェスタ出展告知

活動報告

- ・ すぐにできる、防災のアイデアを
発信するプロジェクト!
「ソナエラボ」取材記事公開中!
- ・ 「もったいないゼロキャラバン」開催
- ・ 定例勉強会



会員紹介 We Are Seidanren!

- ・ 公益社団法人札幌消費者協会
- ・ 「第4回 食品産業もったいない大賞」受賞
ヤマキ株式会社
- ・ 新入会員
 - ・ 株式会社ぐるなび
 - ・ 株式会社ジョリーパスタ
 - ・ 株式会社 すき家本部
 - ・ ブルーマチックジャパン株式会社

国民生活産業・消費者団体連合会

■ 生団連の使命

「国民の生活・生命を守る」

■ 生団連の活動指針

- 一、国民生活の安全・安定の確保と質の向上、関連業界の健全な発展への貢献を通じて、「国民の生活・生命を守る」という使命を追求し続けます。
- 一、世界的な視点から日本の現状を顧みて、立ち足る諸課題に対し、御上頼りになることなく「自ら解決に取り組む先駆け」となることを目指します。
- 一、生産・製造・流通サービスの業界と消費者団体が一体となって大いに研究・議論を尽くし切磋琢磨して、政府・行政の政策運営に対する発言力、提案力、そして実現力の確保に努めます。



CONTENTS

■ 生団連の使命・活動指針	P.1	■ 事務局からのお知らせ	P.10
■ 生団連調査レポート		・ 出向者紹介	
・ 容器包装リサイクルに関するレポート	P.2	・ 交流フェスタ出展告知	
・ 「日本災害食」について	P.5	■ 会員紹介 We Are Seidanren!	
■ 活動報告		・ 公益社団法人札幌消費者協会	P.11
・ すぐにできる、防災のアイデアを発信するプロジェクト！「ソナエラボ」取材記事公開中！	P.7	・ 「第4回 食品産業もったいない大賞」受賞ヤマキ株式会社	P.13
・ 「もったいないゼロキャラバン」開催	P.9	・ 新入会員	
・ 定例勉強会	P.10	株式会社ぐるなび	P.15
		株式会社ジョリーパスタ	P.16
		株式会社 すき家本部	P.17
		ブルーマチックジャパン株式会社	P.18

容器包装リサイクルに関するレポート

今年度の重点課題の一つ「分別・リサイクルに係る諸問題の解決に向けた取り組み」において、容器包装リサイクル法の運用状況に焦点をあてながら、リサイクルを取り巻く現状と今後の動向を知るため、様々な団体・事業者・行政等にヒアリングを行っています。今回はその中で、参加したセミナーと最新事例についてご紹介いたします。

■ 意見交換会

〈容器包装交流セミナー in さっぽろ〉

日 時：2017年7月27日(木) 13:00 ~ 16:45

● 第1部 話題提供

- ・「北海道における循環型社会をめざした取組」
北海道環境生活部環境局循環型社会推進課
主査 福田 茅乃 氏
- ・「さっぽろの生ごみの減量とリサイクル」
札幌市環境局環境事業部循環型社会推進課
ごみ減量推進担当課長 浅山 信乃 氏
- ・「容器包装の簡素化と3Rの推進について」
北海道容器包装の簡素化を進める連絡会 世話人 石塚 祐江 氏
- ・「活動のキーワード 情報・一緒に・つなぐ」
環境省 環境カウンセラー 岡崎 朱実 氏
- ・「容器包装の3R推進のための事業者の取り組みについて」
3R推進団体連絡会 幹事 久保 直紀 氏

● 第2部 グループ討議



〈市民・自治体・事業者の意見交換会

in こおりやま〉

日 時：2017年8月25日(金) 13:00 ~ 16:45

● 取り組み報告

- ・自治体：「郡山市における循環型社会に向けた取組み」
郡山市生活環境部 清掃課長 阿部 雅行 氏
- ・市 民：「環境にやさしい生活とリサイクル推進の課題」
NPO法人 福島環境カウンセラー協会 事務局長 新山 敦司 氏
- ・事業者：「プラ容器包装・ペットボトル 3Rと環境配慮設計」
プラスチック容器包装リサイクル推進協議会 専務理事 久保 直紀 氏

● 分科会

容器包装の3R推進の一環として、各主体である市民・自治体・事業者の方々が連携・協働を進める目的で、全国各地で交流の場として実施されている同セミナー。両日とも数十名の方々が参加され、前半では自治体や団体の方から、北海道および郡山市の廃棄物の現状や循環型社会をめざした取り組み等の話題提供がなされました。後半ではグループに分かれ、それぞれの立場で日頃感じている、ごみの減量やリサイクルに関する話題を中心に議論を行い、以下のような疑問や意見が挙がりました。（一部抜粋）

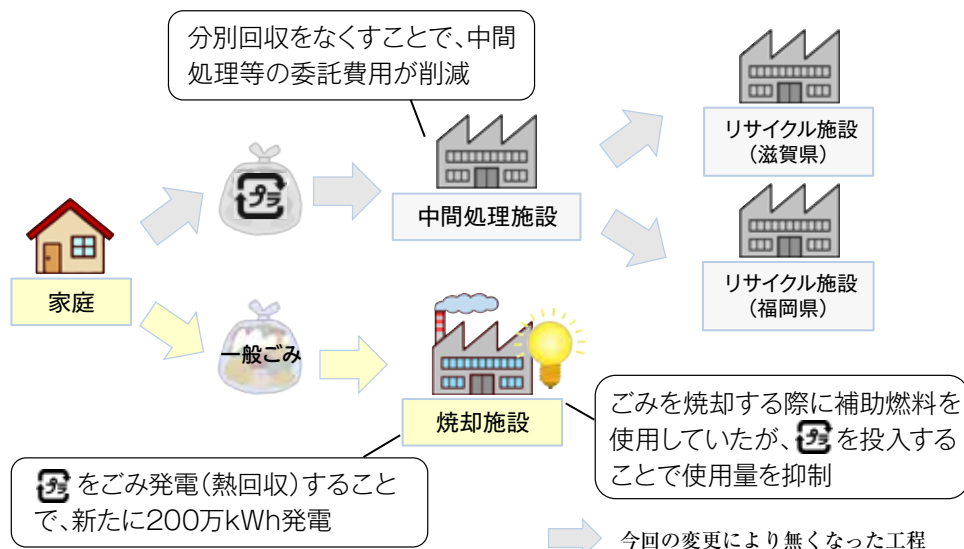
＜主な意見および疑問＞

- ▶リデュースの取り組みは軽量化・薄肉化が主流だが、容器包装が薄くなることによる中身製品保護機能の低下（中身がこぼれる等）をどこまで許容できるか、メーカーだけではなく消費者の方の理解と協力も必要。
- ▶プラごみの分別が分かりづらい（製品プラは可燃、容器包装プラは分別）。
- ▶「プラごみを燃やすことは悪いこと」というイメージがある。
- ▶材料リサイクルについて、「無駄が多いように感じるのでやめた方が良い」という意見と、「資源として活用すべき」という両論があった。
- ▶今後容リ法を見直していく中で、「高齢者問題」も視野にいて考えていくべきだと思う。高齢になると分別ができなくなる可能性がある。分別の仕方を工夫し、市民の負担を軽減するなど課題。材料リサイクルとケミカルリサイクルの適切な組み合わせや、熱回収の活用も良いのではないかな。
- ▶分別排出した後どうなっている（リサイクルされている）のか、消費者にあまり知られていない、等。

■ 事例紹介

＜和歌山市：容器包装プラスチックを一般ごみでの回収に変更＞

和歌山市では、これまで分別回収しリサイクルの対象としていた容器包装プラスチックを、2016年4月から一般ごみでの回収に変更した。市のごみ焼却施設を基幹改良工事したことで、より安定・効率的なごみ焼却が可能になり、また発電能力も大幅に向上したことから、容器包装プラスチックを一般ごみとして回収し、焼却熱を有効的に利用することになった。



＜従来の仕組み＞

これまで同市の容器包装プラスチックは、市の委託を受けた民間事業者により中間処理施設に集められ、手作業で異物などを取り除いた後バール化し、滋賀県と福岡県まで運搬。プラスチック製品や化学製品の原料、また燃料などに再生されていた。

＜変更に伴う効果＞

・1億円以上の費用効果

1年間の効果が、2017年8月和歌山市から公表された。容器包装プラスチックを焼却することにより、発電量および売電収入が増加し、焼却時に使用していた補助燃料を抑制することができた。また、リサイクルに係る中間処理自体がなくなったため、民間事業者への委託費の全てが削減されたことから、1億円以上の費用効果があった。

・消費者の負担減

分別を無くすことで、一般ごみ扱いの製品プラスチックとの分かりづらさが解消され、週一回の排出（ごみ出し）や、汚れを水で落とすといった労力が無くなった。

・環境負荷は変わらず

同市がLCA（ライフサイクルアセスメント）を用い、総合的な環境影響として定量的・客観的に分析・評価したところ、二酸化炭素の総排出量は従来と比べてもあまり変わらないという結果になった（詳細は非公開）。



▲和歌山市が今年8月に発行した情報紙から抜粋

■ まとめ

今回の和歌山市の事例は、「ごみ発電」というリサイクル手法に変更することで、消費者が分別にかけていた労力や、自治体が中間処理にかけていたコストを削減。一方、CO2の総排出量は、従来の材料リサイクルの時とほとんど差はないということで、同市の判断は社会的コストという観点では合理的と感じました。

そもそも材料リサイクル優先を規定する容器包装リサイクル法の採択は各自治体の任意であり、財政問題等を抱え一定の条件を満たす自治体においては、合理的事由の下、本事例と同じように舵を切る自治体も今後増える可能性があります。

焼却の技術や設備、ガス化したのち水素を抽出するなど、処理技術の革新が進む一方で、高齢化が進むわが国では各家庭における分別作業自体の負担感も増してきており、またこれまで通減傾向にあった再商品化委託料が制定以来初めて増加するなど、同法下のリサイクル制度は市民・自治体・事業者の労力およびコスト負担が決して少なくなく、その効率性や有効性に全く問題がないとは言い切れない状況です。

同法が制定されてから20年以上が経過しました。その間、技術革新や高齢化など社会も大きく変化しています。循環型社会の形成に向け、新しい時代に適した効率的かつ有効な仕組みについて、今一度みんなで考えていく必要があるのではないのでしょうか。事務局では引き続き、各主体へのヒアリングを通じ、検討すべき課題を抽出した後、関係官庁等へ提案を行っていきます。

（事務局 平田 誠）

「日本災害食」について

2017年7月26日(水)～28日(金)、東京ビッグサイトで「オフィス防災EXPO」が開催されました。この展示会は法人向けの危機管理・災害対策の専門展で、会場では災害食や防災グッズ、災害時の通信システムを中心に商品やサービスの説明・商談が行われました。今回はその中でも災害食について、その認証制度である「日本災害食」を中心に取り上げます。

災害食について 》日本災害食 認証制度

日本災害食 認証制度は、災害時に役立つとともに日常でも積極的に利用できる加工食品で日本災害食学会様が示す基準を満たしている食品について、同学会が認証する制度です。

認証ロゴマーク▶



日本災害食学会とは

日本災害食学会様は、大規模地震などの災害時に起こる食に関する様々な問題を考え、食生活の向上に寄与することを目的に設立されました。従来の非常食は、長期保存性と災害直後の栄養摂取にのみ重点が置かれていましたが、日本災害食学会様では「普段のように食べることができない」ときの食の在り方や、避難所や自宅で被災生活をする高齢者や乳幼児、障がい者や疾病患者、救援活動に従事する人など、それぞれに必要な食事について検討・研究されています。

◆日本災害食 認証制度における食品の範囲

- (1)日本人の食生活において馴染みがあり、災害に役立つ
- (2)以下のいずれかの条件で喫食できること

- ①そのまま喫食できる
- ②温めれば喫食できる(発熱剤が付いている)
- ③注水すれば喫食できる
- ④注湯すれば喫食できる
- ⑤温めれば喫食できる(熱源が必要である)

認証を受けた食品には認証番号が付与され、パッケージや外装にその認証番号と、日本災害食の認証ロゴマーク(上図)を表示することができます。

今後、日本災害食の認証食品が増えれば、消費者が「災害時に本当に役立つ新しい備蓄」を考え、商品を選択する際の一つの目安となります。消費者の備蓄促進のためにも、食品を製造・販売されている会員の皆様も本制度の運用を考えてみてはいかがでしょうか。

日本災害食学会様や日本災害食認証基準の詳細は下記HPでご確認下さい
<http://www.mmjp.or.jp/TELEPAC/d-food/index.html>

INTERVIEW 》災害時の食と「日本災害食」について

日本災害食学会 理事 副会長 守 茂昭 様

現代と昔の災害の違いは何でしょうか。まず、医療科学の発展と同時に、高齢化や生活習慣病の拡大により3人に1人は何らかの配慮を必要とし、更に30人に1人は人工透析やインシュリン注射など致命的な問題を抱えていることが挙げられます。江戸時代であれば浮上してこなかった問題が、現代では重要事項となるのです。また、生活向上の影で備蓄に無関心になっていることも挙げられます。貧しかった時代には、米や野菜など食糧を備蓄し、日々の食が苦しくなった際にそこから切り崩して食をつないでいました。保存技術がそれほど発達していなかったため、一定期間で食糧の入れ替えも必要でした。しかし、現在では新鮮でおいしいものがすぐに手に入る状況で、長期保存できても「おいしくない」備蓄食は備蓄していても実際に食べる必然性がなくなります。便利な生活になったことで、災害食の技術進歩が止まってしまったのです。

この状況を脱却するために、災害食に関して第三者的な監査機関として「日本災害食」の認証制度を作りました。従来は、災害食の規格もまちまちでした。例えば、「賞味期限100年」とうたうような商品もありました。備蓄倉庫を見ると、乾パンなど単一の商品で埋め尽くされているところもありました。この2点から言えるのは、「災害食=実際に食べるもの」としての認識が低かったということです。「備蓄しても数年後には使わないまま廃棄するもの」という認識だったため、「量さえあれば大丈夫」と捉えていたことが問題でした。その場合、例えば乾パンだけで備蓄を済まそうとするため、実際に災害が起きた際に毎日乾パンのみで過ごすことになります。そのような状況では、乾パンそのものが悪いわけではないのに健康二次被害が出てしまうかもしれません。普段のように食べることができないからこそ、少しでも普段の食に近づける必要があります。「日本災害食」のマークの付いた商品を複数選択することで、多彩な組み合わせのできる備蓄が実現します。食は健康二次被害や災害関連死の解決策の一つです。今後、「日本災害食」認証商品が増え、消費者がそれぞれの健康状態や属性に合致した災害食を選択できるようになるといいですね。

《レポート後記》

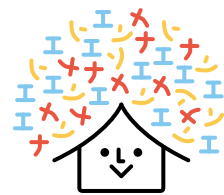


日本災害食学会の守様のお話の中で、「貧しかった時代の意識を少し取り戻さない」という言葉が印象的でした。現在、技術が発展し生活の質が向上した一方で、生活習慣病など3人に1人は何かしらの配慮が必要となっているという逆説的な状況にいたることが分かりました。そしてその問題の多くは食生活が関係しており、災害時も例外ではありません。「災害用」と日常から切り離すのではなく、昔のように生活の一部として備蓄をとらえ直す必要があります。

(事務局 小川 しずか)



消費者目線の備蓄についての情報は次頁からのソナエラボ、下記HPも併せてご覧ください!
 ソナエラボHP⇒ <http://www.seidanren.jp/sonaelabo/>



すぐにできる、防災のアイデアを発信するプロジェクト! 「ソナエラボ」取材記事公開中!

ソナエラボ ソナエラボでは「これならできそう!」な防災情報を公開しています。

備蓄用食品の開発や販売など「大災害への備え」に取り組まれている会員様の中でも、今回は「オフィス防災EXPO」に出展された株式会社永谷園様と江崎グリコ株式会社様にお話を伺いました。商品の特徴や備蓄用食品開発に取り組むようになったきっかけなどをご紹介します。

8/10
UP!

株式会社永谷園様

「簡単に」「早く」「美味しい」
ごはんを

東日本大震災での被災をきっかけに、フリーズドライの生産技術を活用した商品の開発に尽力されています。また、食物アレルギーをお持ちの方も安心して食べることのできる食品アレルギー配慮商品は、保存期間が長いので非常食としても有用だそうです。



◀インタビューにお答えいただいた
業務用営業部
販売課 高田 様

▶一般的にはアルファ化米
が多い災害備蓄用ご飯を
フリーズドライに



8/9
UP!

江崎グリコ株式会社様

災害時だからこそ、
いつものビスコを

備蓄用食品に取り組むきっかけとなったのは、1995年の阪神大震災で従業員が被災したことだったそうです。災害時、ビスコは主食として「腹の足し」に、また、普段から食べ慣れたおやつとして「心の足し」にもなります。



インタビューにお答えいただいた
営業本部 事業開発部 才野 部長



業務用「保存用ビスコ」(左)、
一般に販売されている「ビスコ保存缶」(右)



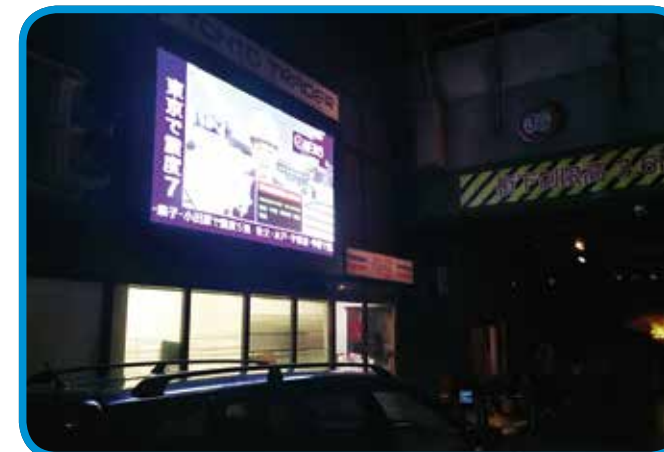
植物性油脂を使用している
「温めずにおいしく食べられる」カレー職人

防災体験学習施設そなエリア東京では、「東京直下72h TOUR」で、地震によって被害を受けた街のなかを疑似避難しながら、発災後72時間の流れと、身を守る方法を学ぶことができます。また、防災学習ゾーンでは、日頃から準備できる防災の知識や避難生活に役立つヒントを得ることもできます。

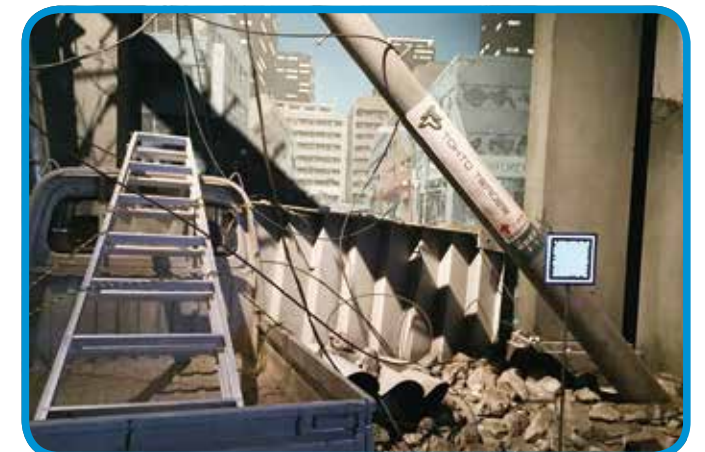
5/22
UP!

東京臨海広域防災公園 そなエリア東京

注目のスポット「そなエリア東京」。家族で防災感覚を養う休日はいかが?
地震発生後72時間を生き延びるには?「東京直下72h TOUR」を体験レポート



▲体験施設内部の様子
モニターには地震に関する報道が流れています



▲壊れたビルの下敷きになった車や、商品が散乱した
コンビニの店内がリアルに再現されています



▲災害時の現地対策本部となる
オペレーションルームも窓越しに見学できます



▲避難所の体育館が段ボールで仕切られている様子
プライバシーが保たれていないことがよくわかります

◆記事詳細はWEBへ



ソナエラボ

<http://www.seidanren.jp/sonaelabo/>

ソナエラボ

検索

アイデア
募集中!



ソナエラボでは「すぐにできる、防災のアイデア」を随時募集しています。
会員の皆様が実施されている防災への取り組みも、ぜひお教え下さい。

「もったいないゼロキャラバン」開催

～「かわぐち環境フェスタ2017」出展～

7月22日(土)、埼玉県川口市で開催されました「かわぐち環境フェスタ2017」に、もったいないゼロキャラバンを出展しました。当日は夏休み期間中ということもあり、多くの親子連れにご参加いただきました。今回はパネル展、クイズラリーの実施の他、食品ロス削減啓発動画の上映、さらに一年間に一人あたりが排出する食品ロスの重さ(22kg)を体感できるコーナーも設置しました。参加した小学生から「野菜の保存方法が良く分かったので、家でもやってみたい!」という声もいただき、もったいないゼロプロジェクトとしても食品ロス削減への意識・知識・管理のポイントを幅広い世代に知っていただける良い機会となりました。



▲お子様と一緒に多くの方にクイズラリーにご参加いただきました!



▲食品ロスに関するクイズ大会で盛り上がりました!



22kgって
重いよね!



会員様の店舗や各自治体様のイベントへの出展にご興味ある方は、お気軽に事務局までご連絡ください!



定例勉強会

国際経済研究所と共催で、定例勉強会を開催しています。毎回講師の先生をお招きし、様々なテーマでご高話を頂戴し、質問・疑問にお答えいただいています。ご興味ございましたら、是非ご参加ください。

	講師の先生方	テーマ
7月度	山東 昭子 先生 (参議院議員)	『最近、思うこと』
9月度	三原 朝彦 先生 (衆議院議員、衆議院原子力問題特別委員会委員長)	『TICAD(東京アフリカ開発会議)と日本の役割』

(講師の肩書は講演当時)



7月度



9月度

事務局からのお知らせ

《出向者紹介》



7月より(株)ヤマダ電機より出向してまいりました高橋千明でございます。1986年(株)ヤマダ電機に入社し、1992年にはヤマダ電機労働組合を結成、15年間専従として従業員とその家族の生活の向上を図るべく活動し、会社へ戻ってからは役員として会社の持続的成長と更なる発展を目指し、経営に携わってまいりました。

生団連では業務部長及び労働問題担当として、今度は一企業グループだけではなく「国民の生活・生命を守る」という大きな使命を果たすべく、微力ではございますがこれまでの経験を活かし全力で取り組んでまいる所存です。皆さまのご指導・ご鞭撻の程、宜しく願ひ申し上げます。

見て、聞いて、話そう! 交流フェスタ

今年も『交流フェスタ』に生団連が出展します!

『交流フェスタ』とは、「暮らし」「環境」「食」「安全対策」「消費者被害防止」「子供」のテーマで、消費者団体・事業者団体・行政がパネル展示・クイズラリー・販売などを行うイベントです。

生団連では、『消費期限と賞味期限を理解しよう!～食品ロスをなくすために～』をテーマに、食品ロス削減に向けた啓発活動を行うとともに、3R漫画冊子や「男の『ちょいカジ』マニュアル」の配布などを行います。お時間がございましたら、是非お立ち寄り下さい。

● 日 時 ●
10月20日(金)、21日(土)
両日とも10:00～17:00

● 場 所 ●
新宿駅西口広場
イベントコーナー

公益社団法人札幌消費者協会

7月4日(火)、札幌エルプラザにて札幌消費者協会の賛助会員意見交換会が開催されました。今回は、当日の意見交換会の内容の詳細をレポートし、また札幌消費者協会の取り組みについて、同協会の金田瑞枝専務理事・三上真知子組織課長にお話を伺いましたので、報告いたします。

賛助会員意見交換会レポート

まず高橋会長より、今年は札幌消費者協会の公益社団法人2年目、来年は協会設立50年の節目でもあり、多くの賛助会員の方から意見を伺いながら、協働事業により一層取り組んでいきたい旨のお話がありました。その後、今年度の事業計画に関して、消費者トラブル未然防止のための啓発活動、食品ロス削減のためのモニター調査、パブリックコメントの提出等による問題提起や意見の反映に重点を置いて、取り組んでいく旨の説明がありました。また、賛助会員との協働事業では生団連の「男の『ちよいカジ』マニュアル」についてご紹介いただき、参加された皆さまにも知っていただけるよい機会となりました。



▲「男の『ちよいカジ』マニュアル」をご紹介いただきました!



札幌消費者協会には、消費生活と関わりの深い問題を学習や実践活動を通じ、研鑽している自主研究会があります。今回紹介された活動は、北海道産の食材を活用した食の研究を通し、地産地消、食の安全・安心を食育講座で発信する「札幌ポトフの会」、3R (2R) 推進に向けた派遣講座の実施やエコなライフスタイルを提案する「環境研究会」、シカ肉の消費拡大により、農作物被害の減少や生態系の維持と自然保護に寄与することを情報発信する「北海道エゾシカ倶楽部」等です。

その後、保険やクリーニング、塗装等多様な業界に所属する賛助会員それぞれの立場で消費者問題や環境・エネルギー問題について議論され、問題意識の共有と協会との連携、賛助会員間の情報交換等、非常に有意義な機会となりました。



▲意見交換会風景



▲「環境すごろく」で3Rを楽しく学べます

札幌消費者協会の取り組み〈INTERVIEW〉

専務理事 金田 瑞枝 様
組織課長 三上 真知子 様

当協会は、一般消費者の利益の擁護、又は増進を目的とする公益事業を行う法人として、公益認定を受けており、消費者市民育成事業、消費者トラブル未然防止・救済支援事業、調査・研究事業、要望・意見表明の4事業を実施しています。

消費者市民育成事業では、「自立した消費者」の育成を目的として、衣食住・各種契約等の講座や消費者教育・啓発を実施しています。質の高い事業活動が求められますので、専門家を講師に迎え、タイムリーな講座内容の選定を常に心掛けています。

今年度の札幌産イチゴをテーマにした講座では、生産者を指導・支援する立場の専門家を講師に迎え、イチゴの各品種の違いを学び、食品加工企業との意見交換も行いました。また、中小企業が道産食材を活かして開発した商品の試食と事業者を交えた意見交換を行い、道産食品に対する関心や分かりにくい食品表示を楽しく学ぶことで、理解を深めてもらう食味テスターの育成を行っています。食味テ



▲札幌産「サトホロ」イチゴの新しい一面を発見



▲悪戦苦闘! ほっけを丸ごと親子でさばく食育講座



▲事業者との懇談会では、食味テスターから厳しい意見も



▲大学生と一緒に食品のリスクについて意見交換

スターは、2年目以降は「食プロ」として専門的な学習を続け、北海道大学と連携したリスクコミュニケーション講座に参加しています。将来的には学んだことを基に、自ら考え外へ向かって発信できる「自立した消費者」を育てる場になればと考えています。

さらに、調査・研究事業の一環として、食品ロス削減に向けた事業に継続的に取り組むべく、今年度は調査モニターを募集しています。廃棄した食品の重量測定や廃棄理由等を記録し傾向を調べ、廃棄の多かった食材の保存方法や活用法等を講座で取り上げ、実際の食品ロスの削減や消費者の気づきへ繋がります。水切りをしっかりと行うなど、家庭で簡単にできる環境活動も広げていきたいと思っています。

そのほか、消費者トラブル未然防止・救済支援事業として、札幌市消費者センター相談室の管理・運営も担っています。消費者の自力での解決をサポートするだけでなく、事業者との間で問題解決に向けたあっせんを行い、消費生活の安定向上を図っています。

さらに、消費者の責任ある行動が環境にやさしい循環型社会を実現する「エシカル消費」の啓発に努め、公益社団法人として、消費者と事業者の双方にとってより良い消費者市民社会を目指して、質の高い事業をこれからも提供できればと考えています。

〈レポート後記〉

今回の訪問を通じて、札幌消費者協会の皆さまが様々な活動に自主的に取り組まれていることが分かりました。自ら学び、意見を持って、外へ発信することはとてもすばらしく、正に自立した消費者であると感じました。こうした消費者が増えることで、真の消費者市民社会に繋がっていくのではないのでしょうか。(事務局 中川 大輔)

ヤマキ株式会社

「鰹節だし抽出殻」の調味料化による資源リサイクル技術の確立



▲かつお節・だし研究所長
藤原 佳史 様

▼みなかみ工場

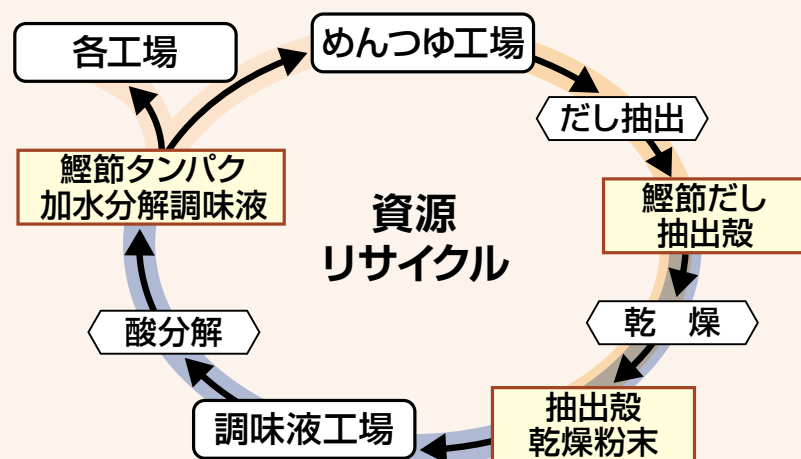


ヤマキ株式会社では、めんつゆ工場から出る、だしを取った後の鰹節の抽出殻を調味料に再度利用することで、食品資源の循環利用を実践されており、この取り組みが「第4回 食品産業もったいない大賞 審査委員会委員長賞」(注)を受賞されました。そこで同社のかつお節・だし研究所長の藤原佳史様にお話をうかがいました。



食品へのリサイクルを始めたキッカケは何だったのでしょうか？

これまでも、鰹節のだし抽出殻は飼料や肥料として再利用していましたが、もっと有効利用できないかと考えていました。抽出殻にはタンパク質が多く含まれているので、醤油や味噌と同じように酵素を作用させることで、おいしい調味料ができることはわかっていました。しかしながら、この酵素分解法では生産効率が悪かったり、実際に当社の工場で製造することができるかといった実現性の部分で問題がありました。そこで、他の分解方法の検討を行い、試行錯誤の結果、酸分解法という別の手法を採用することにしました。それにより、この取り組みを大きく進展させることができました。



<ポイント>

- 1 資源の確保
- 2 調味料への加工
- 3 調味料の利用

注)「第4回 食品産業もったいない大賞」は、農林水産省補助事業として、一般社団法人日本有機資源協会が実施している。持続可能な食品産業の発展に向けた取り組みを促進・支援している企業・団体・個人を広く表彰する。第5回食品産業もったいない大賞の表彰式・事例発表会を2018年1月24日に都内で開催予定。

どのくらいの期間で事業化できたのでしょうか？



2011年の4月に検討スタートし、2014年の2月に開発した調味料を使った商品の販売が始まったので、実用化までに約3年程要しました。この間に、群馬県のみなかみ工場に新たに抽出殻の乾燥設備を導入しました。これがないと、特に夏場は抽出殻が腐敗してしまい利用できなくなってしまいます。また、分解条件等を色々と検討し、**アミノ酸をたっぷり含んだおいしい調味料**ができる製法を確立しました。さらに、脂肪分の多い抽出殻を使って調味料を作ると発がん性物質ができてしまうため、脂肪分が多い抽出殻は使わないようにしました。このように、おいしさと安全を兼ね備えた調味料を開発するのにとても時間を要しました。現在では当社の一番の主力商品である「めんつゆ」に使われています。



開発した調味料が
使用されている商品



「かつお節・だし研究所」ではどういったことを研究しているのですか？

当社の「かつお節・だし研究所」では基礎研究も含む様々な研究を行っており、現在は健康素材の研究開発にも力を入れています。研究を進めていく中で想定外のことも色々起こるので難しさもあります。今回の事例でも、脂肪分の問題は当初全く想定していませんでした。抽出殻を乾燥させる機械を導入した時も、短時間でしっかり乾燥させるのは難しく、試行錯誤を重ねました。鰹節のだし抽出殻は、調味料化するだけでなく、健康素材としても活用できる可能性があり、研究開発を進めているところです。

国際的にも水産物資源の枯渇を防ぐことが大切だと言われています



カツオは熱帯域から日本沿岸まで広く分布しています。中西部太平洋のカツオは水温の高い地域に生息しているので、脂肪分が少なく、鰹節を作るのに適しています。一方、日本沿岸で獲れるカツオは、脂のノリが良くタタキや刺身に利用されます。中西部太平洋のカツオの資源量は、漁獲を持続できる程度には多いであろうと推定されています。しかしながら、近年は減少傾向にあり、将来的に枯渇しない保証はありません。今回の抽出殻の再生利用は、天然資源の枯渇への対策にも繋がっていくかもしれません。



POINT!

- ・食品残渣を再度、食品の原材料へと再生利用!
- ・アミノ酸を多く含む調味料でおいしさUP!
- ・天然資源の有効活用により水産資源の枯渇への対策にも!

新入会員〈株式会社ぐるなび Gurunavi, Inc.〉



株式会社ぐるなび 【基礎データ】

- 設立：1989年10月2日
- 従業員数：1,825名(2017年3月末)
- 事業内容：パソコン・携帯電話・スマートフォン等による飲食店のインターネット検索サービスその他関連する事業
- 所在地：〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-2-2 東宝日比谷ビル6F
- 電話番号：03-3500-9700(代表)
- URL：http://www.gnavi.co.jp

日本発、世界へ。
ぐるなびは、「食」に繊細なこだわりを持つ国民性を生かし、日本ならではのオリジナリティあふれるビジネスを展開します。



「正確で詳細なリアルタイム情報」でユーザーのお店選びをより快適に。

ぐるなびの取組



企業秘書のめききセクション「接待の手土産」



老舗や有名店の味をお弁当にしてお届け「ぐるなび デリバリー PREMIUM」



ぐるなびに集まる膨大な情報を活用し、その年の世相を反映した食を発表「今年の一品 ⑥」

インバウンド・海外の取組



外国人のためのレストランガイド（外国語版）「Gurunavi.com」英語／中国語（繁体字・簡体字）／韓国語



Restaurant Information Center 対面式コンシェルジュサービス「ぐるなび情報ラウンジ」大阪・上野・福岡・京都



シンガポール・台湾・香港・上海 訪日促進プロモーションイベントを各拠点にて実施「Japanese Restaurant Week」

会社概要

ぐるなびは1996年にサービスを開始し、現在(2017年)は総掲載店舗数50万店(詳細情報掲載店舗数16万1千店)、会員数1,512万人(2017.7.1現在)を超えるメガサイトへと成長しています。これまでに培ってきたICT検索プラットフォームと約1,000人の営業体制を中心とするオフライン・プラットフォームを両輪に、食材の生産者、飲食店、そして生活者を繋ぐ食の「情報問屋」としての役割も果たしています。また、増え続ける訪日外国人受入環境整備のため、2013年にインバウンド室を創設。現在はシンガポール・台湾・香港・上海の4地域に拠点を構え、毎年日本ファン作りとしてJapanese Restaurant Weekを開催し、ぐるなびが現地レストランを組織化することによるインバウンド及び食材輸出促進にも貢献しています。



海外拠点事業推進室
執行役員
杉山 尚美

新入会員〈株式会社ジョリーパスタ〉

パスタ専門店



株式会社ジョリーパスタ 【基礎データ】

- 設立：1971年9月
- 従業員数：281名(2017年3月末)
- 事業内容：各種レストランのナショナルチェーンの展開と経営
- 所在地：〒108-0075 東京都港区港南2-18-1 JR品川イーストビル
- 電話番号：03-6833-8833(代表)
- URL：http://www.jolly-pasta.co.jp

(株)ジョリーパスタは、関東以西を中心にパスタ専門店「ジョリーパスタ」を234店舗、本格ステーキ&ハンバーグの専門店「ジョリーオックス」を1店舗展開しております。

1971年9月に、トヨタカローラ山口の子会社として(株)サンデーサンを設立しました。2000年3月に東京証券取引所市場第二部に上場、同年12月に300店舗を達成いたしました。その後、2007年3月にゼンショーグループの一員となりました。

ゼンショーグループ入りしてからは、経営資源をジョリーパスタ業態に集中、2013年8月に屋号を「株式会社ジョリーパスタ」に変更しております。

今後も「パスタならジョリーパスタ!」という圧倒的No.1ブランドの構築を目指し、地域のお客様に愛される店舗創りを行ってまいります。皆様宜しくお願いいたします。



▲店舗内観

店舗外観▶



安全でおいしい食を全ての消費者へ

食は、すべての国民の毎日の暮らしに欠かせないものであり、食の安全性の確保は、国民の健康を守るために極めて重要であると考えています。生団連の理念でもある「国民の生活・生命を守る」ことは正に我々フードサービス業の使命でもあります。弊社としても日本一のパスタ専門チェーン店として、安全でおいしいパスタを提供し、消費者に信頼される企業経営を行ってまいります。



代表取締役
飯田 望

新入会員〈株式会社 すき家本部〉



＝ 株式会社 すき家本部 ＝

【基礎データ】

- 設立：2014年10月
- 従業員数：44,698名(2017年3月末)
- 事業内容：牛丼チェーン「すき家」の経営
- 所在地：〒108-0075
東京都港区港南2-18-1
JR品川イーストビル5F
- 電話番号：03-5783-8850（代表）
- URL：http://www.sukiya.jp

1982年11月すき家1号店として、生麦駅前店（神奈川県横浜市鶴見区）を開店。2014年10月（株）ゼンショーを（株）すき家本部へ社名変更。現在は1,954店舗（2017年8月末時点）となり、店舗数日本一、日本を代表する牛丼チェーンになりました。

すき家では、ファミリーやグループのお客様にも気軽にご利用いただけるようテーブル席を設置し、手頃な価格と手際の良いサービスで、24時間365日、できたての牛丼とバリエーション豊かな商品を提供しています。

また、ゼンショーグループの理念のもと、有事の際はいち早く現場に駆けつけ、あたたかい食事を提供するなどの活動も行っております。

さらに多くの人においしさを届けるべく、今後も出店を続けていく所存です。皆様宜しくお願いいたします。



店舗外観



店内風景



災害支援車両



熊本地震炊き出し風景



お客様に秋の味覚を味わっていただきたく、新商品「さんま蒲焼き丼」を期間限定で発売します。じっくりと焼いてから蒸し上げたさんまを、自慢のタレで三度付け焼きを繰り返すことで、香ばしくふっくらとした蒲焼きに仕上げました。店舗ですりおろしたフレッシュな大根おろしとさんまは相性抜群です。お好みで付属の山椒をかけてお召し上がりください。

さんまが2枚乗った特盛や、さんまと牛丼を一度に味わえる「さんま牛」、ピリ辛のコチュジャンダレがかかった「ねぎ玉さんま牛」など、すき家ならではのバリエーションも豊富にご用意しています。

※11月末販売終了予定です。

新入会員〈ブルーマチックジャパン株式会社〉



＝ ブルーマチックジャパン株式会社 ＝

【基礎データ】

- 設立：1984年(昭和59年)9月11日
- 資本金：3,000万円
- 従業員数：115名
- 事業内容：コーヒーマシン及び関連製品の輸入、販売、メンテナンス
- 所在地：〒224-0041
神奈川県横浜市都筑区仲町台5-4-22
- 電話番号：045-947-0800(代表)
- FAX：045-947-0803



書籍：コーヒーマシンクロニクル（大誠社刊） コーヒーマシンの歴史と文化を発信



ブルーマチックジャパン（株）は、1984年、日本で初めての業務用コーヒーマシンの輸入・販売・メンテナンスを行う専門会社として設立し、以来、34年。現在では世界中のプレミアムコーヒーマシンの輸入・販売に加え、SPAでのコーヒーマシン企画製造販売、個人のお客様向け商品の販売も行っております。私たちは一貫して「本格的なコーヒーの味を追求し、優れたコーヒーマシンを提供して、人々のゆとりある生活に貢献する」という経営理念に基づき、あらゆる場所と時間にコーヒーマシンのある社会をつくることをめざし、日々事業に取り組んでいます。世界のコーヒー文化を日本に届け続けるために、コーヒー業界、外食業界、厨房業界、そしてユーザーの皆様の「おいしいコーヒーを」という願いを実現するために、生団連の素晴らしい理念を尊重し、皆様のご指導を仰ぎながら、人々のゆとりある生活に貢献していきます。



代表取締役社長
河 口 雅 明

世界のコーヒー文化をお届けし、豊かな生活を創造

世界的に急成長しているコーヒービジネスは、日本のフードビジネス、あるいは流通、インテリアにいたるまで、さまざまな形で広がり、人々の生活文化にも大きな影響を与え続けています。私たちは、コーヒーマシンのプロフェッショナルとして多様なニーズに応え、世界の優れたコーヒー文化を日本の皆様に届け続けることで、お取引先とともに豊かな社会の実現を目指しています。

