

「食べるSDGs」

～食品ロスの削減 学内パン店との挑戦～



東北学院大学 パン店活性化チーム

〈発表内容〉

- ・今回の企画の成果
- ・「食べるSDGs」の概要とそのねらい
- ・今回の企画の魅力
- ・「食べるSDGs」に至るまで
- ・パン店スタッフ、農家の評価・感想
- ・今後の展望

今回の企画の成果

〈りんごが捨てられている...〉

右は、**宮城県名取市**のりんご農家
板橋さん夫婦が生産した「ふじ」です。
**傷や変形など、市場に出せないことを
理由に捨てられていました。**

もったいない！

なんとかできないか？

➡ 私たちは、動き出しました。



〈りんご農家 板橋さんご夫妻〉

宮城県名取市で**50年以上**営んでおり、
10種類以上の品種を生産しています。

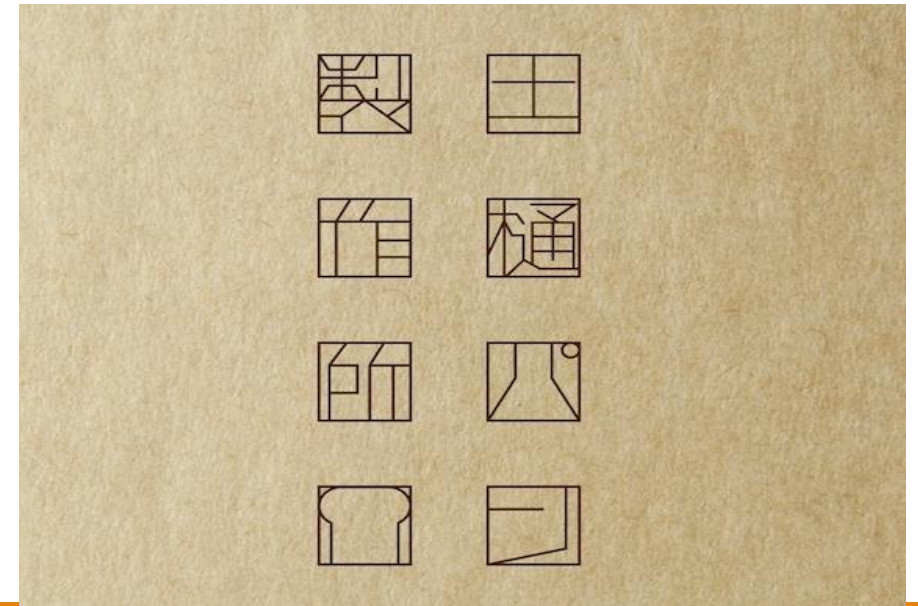
お客様の「信用」第一に、
個人販売と発送を行っています。



〈土樋パン製作所〉

2021年7月に東北学院大学内に開業。

ケータリング業での経験から**食品ロス削減**に取り組んでおり、
持続可能と地産地消を理念に掲げています。



〈企画の成果〉

2021年7月に大学内に開業したパン店に規格外のりんごの使用を提案し、**3種類のパンを商品化・販売**を行いました。

1月11日の販売開始以降、**連日完売**の人気商品となりました。



農家よし、パン店よし、消費者よし、

そして地球よし。



これが、私たちの「食べるSDGs」プロジェクトです。

〈3種類の新商品〉



りんごのガレット
(280円)



コキユ・ポム
(230円)



アップルシナモンシュガー
(190円)

1月11日～31日までに、**約500個**も販売され、
多くのお客様に味わっていただきました！



今回の企画で、

約250個(約65キロ)のりんごを救いました！

「食べるSDGs」の概要とそのねらい



Q.「食べるSDGs」とは？

A.形や傷など理由に

市場に出回らない食材を活用した、

新商品パンの開発・販売企画

のことです。

「食べるSDGs」のねらい①

SDGsが掲げる17項目の12、13、17に取り組みました。



- ・規格外を理由に**廃棄されるりんご**をパンに使用し、農家さんの**廃棄しない責任**に貢献しました。
- ・売れ残りが出ないように販売個数を調整し、**食品ロス**を防ぎました。

「食べるSDGs」のねらい②



・板橋さんのりんご農園では、**毎年、収穫量全体の約2割を埋め立て処分**しています。

毎年たくさんのりんごを捨てることに、心を痛めていました。

・そこで、地元の食材を使用することで、

①**地産地消**、②**運送時の排気ガスの減少**、

③**廃棄による精神的負担の軽減**が実現しました。

「食べるSDGs」のねらい③



- ・農家、パン店、消費者**3者にメリット**があり、**継続的な食品ロスの減少**に取り組みました。
- ・**廃棄されるりんごを利用した商品づくり**に向けて、東北学院大学、パン店、河北新報社**3者の知識、技術**を活用しました。

今回の企画の魅力

〈企画の魅力〉

- ・消費者、農家、パン店それぞれにメリット
→ 負担が少なく、継続することができる

農家



- ・廃棄負担の**抑制**と、**廃棄食材からの利益**
- ・廃棄食材の**削減**

パン店



- ・**低価格**の仕入れ
- ・「**持続可能**」と「**地産地消**」の**企業理念**発信

消費者



- ・新鮮な**地元食材**を食べることができる
- ・食を通して、**SDGs**に貢献

〈持続可能な商品づくり〉

食べて食品ロスに貢献



廃棄食材の活用

食べるSDGs

廃棄食材の減少

農家、パン店など
賛同者の増加

消費者の食品ロスへの意識向上



食べるSDGsに至るまで

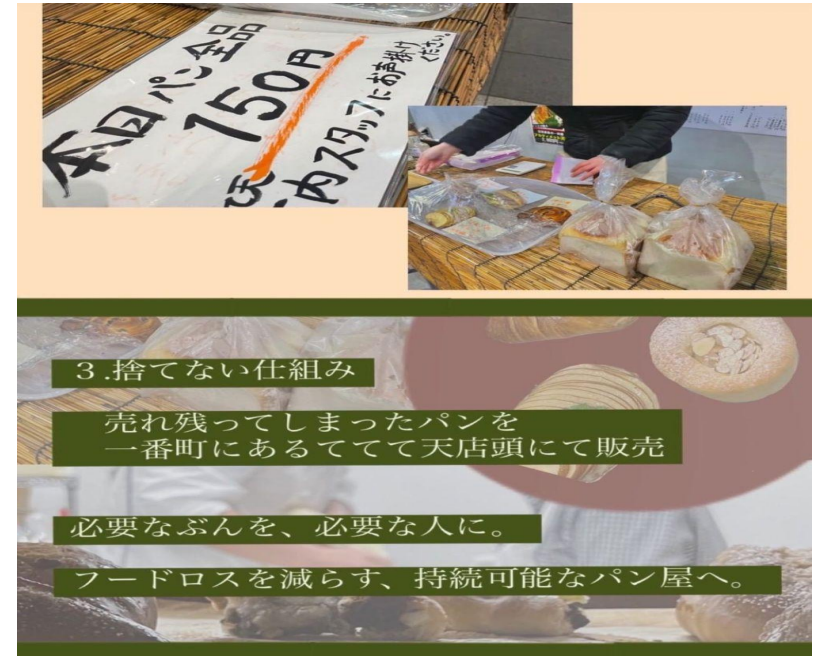
〈パン店の魅力発信！〉

私たちは、商品開発だけではなく、**パン店の理念や認知度アップ、**
企画の趣旨を知ってもらうことも重要との思いから、

①新商品のPR用とInstagram用の
2種類のポスター作成

②Instagramを用いた
新商品やパン店の理念発信

にも取り組みました。



〈取り組みの経緯〉



2021年7月、大学内に開業したパン店
を盛り上げようと、
大学生12名が集結しました。
同年10月から
月2回の議論を重ね、
パン店の理念である「持続可能」と
「地産地消」に着目しました。

〈偶然の出会い！〉

議論の中で参加学生の1人が、
祖父母が営むりんご園で、
毎年大量のりんごを廃棄せざるを得ない
状況にあることを吐露。

もったいない！何とかしよう！

一気に具体的な動きにつながりました。



〈商品化を目指して〉

2021年10月～11月



- ・パン店のスタッフから**将来像や現状をヒアリング**し、
課題の洗い出しを行いました。
→食品ロスチーム、看板チーム、広報チームに分かれて考察
- ・課題解決のための方策を共有しました。
→パン店、河北新報社、大学職員からのフィードバック、
大学生からのディスカッション

〈商品化を目指して〉

2021年12月～1月

- ・各チームが**課題と解決策**の議論を重ねました。
- ・**試食と改善**を繰り返し、完成を迎えました。



(食品ロスチーム)	(看板チーム)	(広報チーム)
・新商品の構想を、パン店に提出 ・新商品完成	・2種類の看板作成、完成 ・店頭でのポスター掲示開始 (学内にも掲示)	・Instagramでの情報発信 ・情報発信時のマニュアル作成 ・東北カフェへのサイト登録

〈3種類の新商品、先行発売！〉

店頭販売を前に、1月9日、10日に、
長町ララ・ガーデン「パパパ・パンまつり」で先行販売しました。
店頭販売に参加した学生は、**お客様へ新商品に込めた思いや、
商品の特徴**を丁寧にお伝えしました。



〈3種類の新商品、先行発売！〉

常時販売している商品と合わせて、
2日間で300個の販売予定が、、、！
予想を超える人気で、**2日間で1200個完売**しました！！



結果だけではなく、
お客様のSDGsに対する反応が嬉しく、
食材の手配から販売まで行った
達成感、充実感で、いっぱいでした。

〈店頭販売スタート！〉

1月11日にて、**店頭販売がスタート**しました。
販売初日は、**開店して1時間半で完売**するほど、大人気でした！



〈メディアに取り上げられました！〉

2022年(令和4年)1月9日(日曜日)

県産の規格外リンゴ活用

農家支援 学内パン店と連携



東北学院大の学生が同大土産キャンパス(仙台市青葉区)に出店するパン店「土産パン製作所」と協働で、規格外の県内産リンゴを使ったパン3品を11日から限定販売する。大学と事業者が地域課題の解決策を探り、地域の持続可能性を高める活動の第1弾。リンゴがなくなり次第、販売を終了する。

11日から

販売されるのは「りんごのガレット」「コキユ・ボム」「アップルシナモンシュガー」の3品。学生らは6日、同キャンパスで完成した商品を試食し、外見や味を確認した。同大は廃棄ロスを抑えた製造を心掛ける土産パン製

東北学院大生 3商品企画

限定販売

佐介マネジャー(37)は「こちらの予想を超える良い商品ができた」と喜ぶ。同大は「今後も規格外の農水産物を活用したい」として、食材の提供者を募集している。連絡先は学長室政策支援1課022(264)6424。

用を提案。祖父母から提供されたリンゴ「ふじ」を使った商品化を決めた。商品紹介のインスタグラムを担当する経営学科2年の菅原朋葉さん(20)は「事業者や生産者の思いが的確に伝わるよう努めた」と話す。パン店運営会社の佐竹

規格外のリンゴを活用したパン。左列からアップルシナモンシュガー、コキユ・ボム、りんごのガレット。開発した商品を前に感想を述べ合う学生ら

河北新報社1月9日より

このほか、

・1月19日khb東日本放送
「チャージ」での特集

・宮城県の地元紙**S-style**での
掲載(2月号)

など多くのメディアに掲載させて
いただきました！！

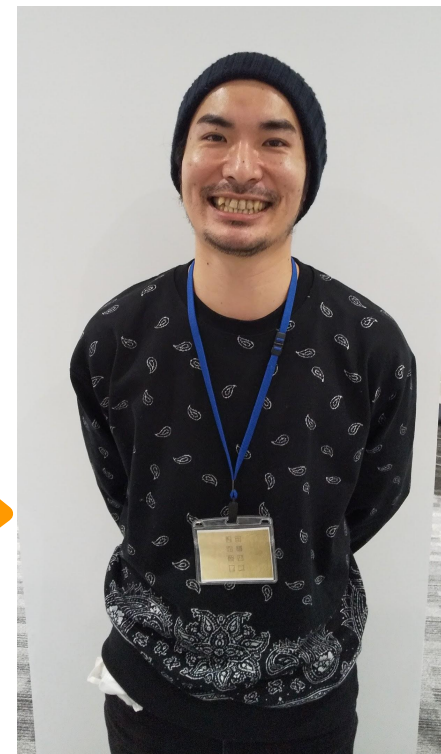
パン店スタッフ、農家の 評価・感想

パン店マネージャー 佐竹さん

今回の取り組みで農家さんもお客様も私たちも、
みんなが幸せになりました。

楽しくおいしく社会貢献できたのは、
学生さんたちのおかげです。

これからもこの取り組みを続けていきます。



パン店シェフ 黒澤さん

今回の企画でお店を知っていただけたと同時に、
お客様に「おいしい」と言ってもらえました。

この企画を通じて、**SDGsに関心を持ってもらえた**
のではないかと思います。

率直に素晴らしい活動だと思いました。



りんご農家 板橋さん

今年は、例年よりも
廃棄するりんごの量が多かったので、
活用してもらいとても感謝しています。
**規格外の食材を有効に使うことは、
生産者にとってとてもありがたいことだと
感じました。**



今後の展望

〈活動を通して〉

大学生が「媒介役」になったことが、成功の鍵を握り、
三方よし、四方よしの実践ができました。

SDGsはもちろん、課題解決の力になると同時に、
大学生にとっても成長する機会になりました。



〈活動からの提言〉

①大学生が地域の「媒介役」となる



→農家とパン店を大学生がコーディネートすることで、
農家、パン店、消費者、大学生にとって、
四方よしの結果になりました。

＝物事を円滑に進めるための準備力や
逆算して考える計画力が定着

〈活動からの提言〉

②企画の普遍性



→この企画は生産者、販売者、消費者で成立する取り組みであるため、
継続性、実現性に繋がります。

**=いつでも、どこでも、誰にでもできる企画であるため、
他地域での応用も容易**

〈今後の展望〉

今後は、**第2弾**にも取り組もうと考えています。
そのために…

- ①ご協力いただける**農家・生産者**の募集
- ②パンに使用できる**食材**の考察
- ③ふさわしい販売時期

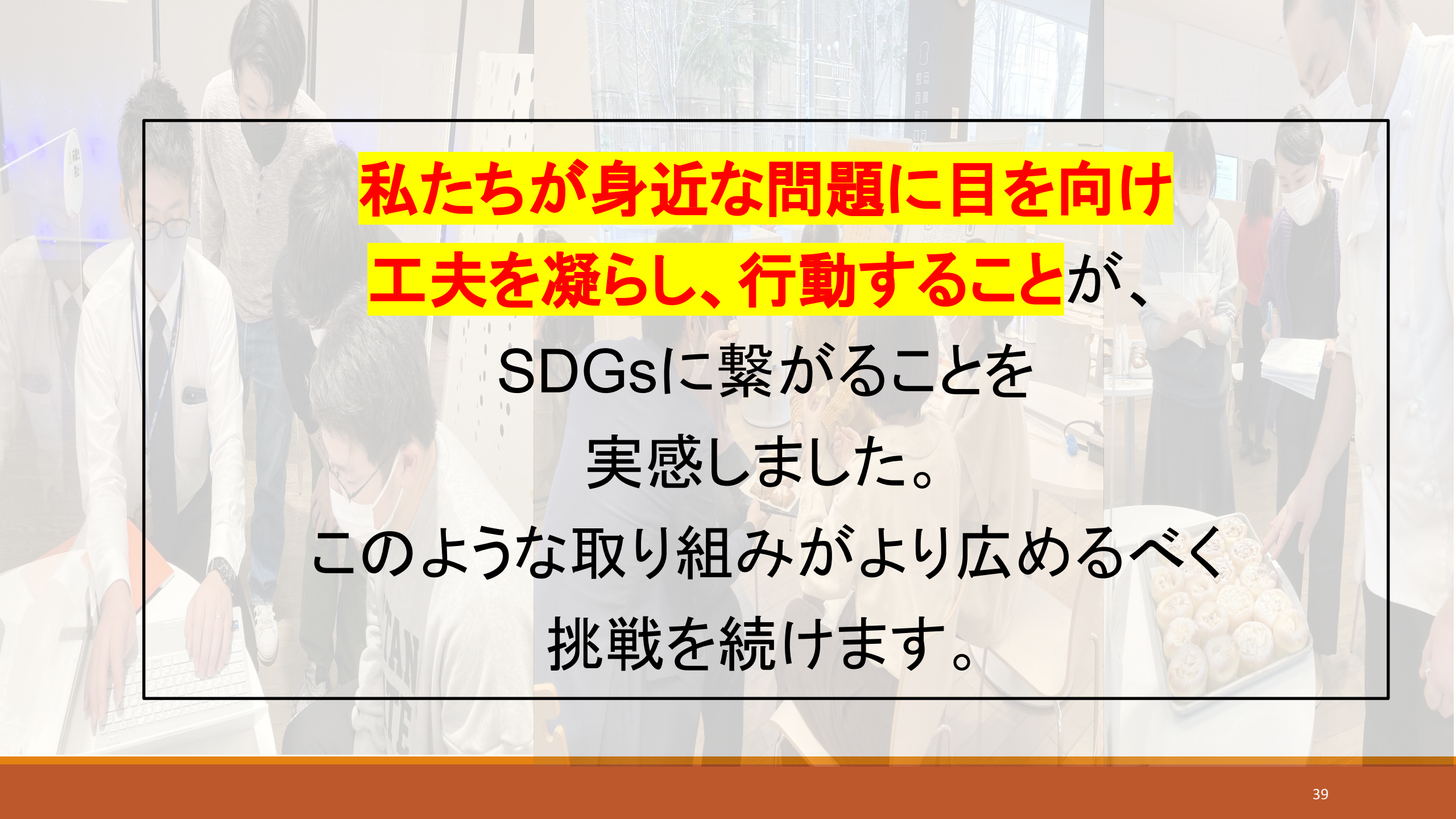
などの議論が必要です。

活動の質をレベルアップさせながら、この取り組みを継続し、
「食べるSDGs」の定着を図ります。



結び

主体的に考え、実践した機会は
SDGsへの貢献のみに関わらず、
「社会は変えられる」という
自信と希望に繋がりました。

The background image is a collage. On the left, a group of people are gathered around a table, looking at a laptop screen. One man in a white shirt and tie is pointing at the screen. Another man in a grey sweater is looking down. A woman in a black top is also visible. On the right, a man in a white lab coat is holding a tray of small, round, golden-brown dumplings. He is looking down at the tray. In the background, other people are standing and talking. The overall scene suggests a professional or educational event.

**私たちが身近な問題に目を向け
工夫を凝らし、行動することが、**

SDGsに繋がることを
実感しました。

このような取り組みがより広めるべく
挑戦を続けます。