

「一般社団法人 エコ食品健究会」 ～活動の紹介～



組織の成り立ち①-1

環境省カーボンオフセットモデル事業採択が切っ掛け

2008年 菓子を中心とした食品メーカー所属の有志で任意団体に立ち上げ
 ≪湖池屋 久保正英(当時) ロッテ 清水 明治製菓 中野 ローソン 篠崎(当時)等々≫

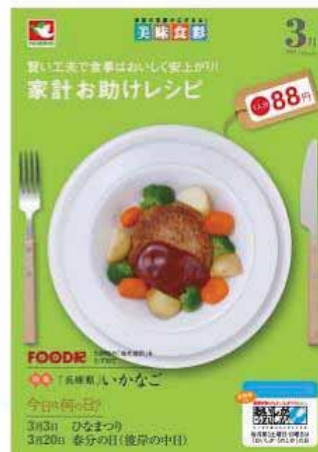
当該事業の今後

1、商品

⇒63品(09年中に予定・100品が目標)

2、販売先

⇒09年中に15社を予定



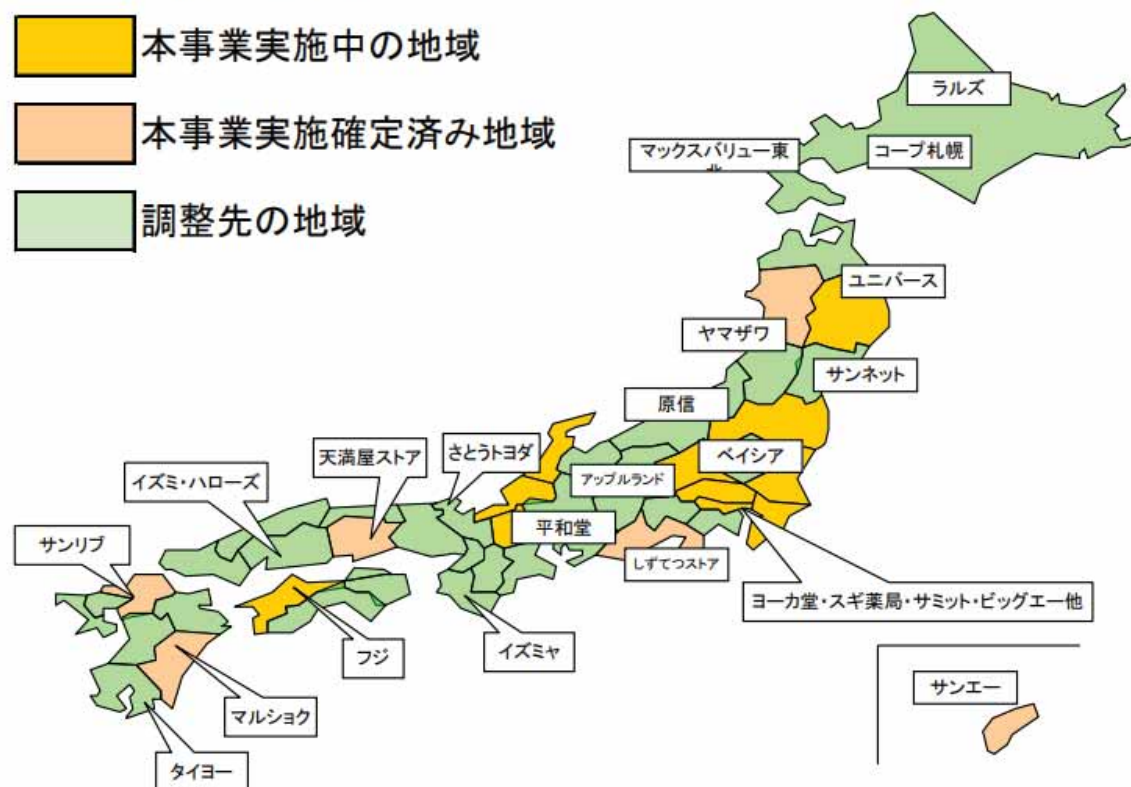
組織の成り立ち①-2

カーボンオフセット商品を全国売場に展開

当該事業で実施した主な啓発・啓蒙先の小売業

普及事業調整・販売先企業

- 本事業実施中の地域
- 本事業実施確定済み地域
- 調整先の地域



組織の成り立ち①-3

カーボンオフセット商品を全国売場に展開

売場でのイメージ 店頭での陳列例



組織の成り立ち①-4

カーボンオフセット商品を全国売場に展開

売場での情報提供 店頭POPの一例は下記になります。

トップボード(30×90cm)



B 6 1/2 帯POP



組織の成り立ち②

小規模・中小食関連事業者の会員組織

2010年 法人化「環境や健康配慮」の学びの組織として研究会を発足
《発起人：湖池屋 久保正英(当時) ロッテ 清水 明治製菓 中野 ローソン 篠崎(当時)等々》
(2021年1月末時点 会員数 252社(者))

- .カロリーゼロ・カロリーオフ／健研究会(2008年12月をもって終了)
- .トレーサビリティの学習／健研究会(2009年12月をもって終了)
- .農業生産法人の検討・実践／健研究会
- .環境配慮の取組の見える化／健研究会
 - 1.容器包装のスリム化の健研究会(2009年12月をもって終了)
 - 2.土に返る包材の回収システムと処分方法／健研究会
- .知財に関わるリスク対応・競争力向上／健研究会(2017年12月をもって終了)
- .環境会計の導入健研究会(2012年1月をもって終了)
- .事業承継の健修会
- .遊休設備の他社利用健修会
- .独創的な商品企画・立案の健研究会
- 特会. 環境報告書の策定／健修会(2010年度10月をもって終了)
- 特会. 海外販路開拓実践型健研究会
- 特会. ウォーターフットプリント実践塾(LCA実践塾として外部提供サービス化へ)
- 特会. 炊き出しグランプリ実行委員会

主な取り組み①-1

炊き出しグランプリ事業



《第1回開催》

最優秀グランプリ賞 つきじ喜代村すしざんまい(鮭のづけ丼)
優秀グランプリ賞 結まーる(沖縄そば)
優秀グランプリ賞 甲信食糧株式会社(山梨ほうとう)

《第2回開催》

最優秀グランプリ賞 ㈱ゼンショー(牛丼+豚汁)
優秀グランプリ賞 ㈱リンガーハット(長崎ちゃんぽん)
優秀グランプリ賞 ㈱北日本吉野家(牛丼)

《第3回開催》

最優秀グランプリ 石巻うまいもん屋(一杯の教訓(かぼちゃを使ったおかゆ))
優秀グランプリ 七輪屋@復興屋台村気仙沼横丁(カマカレー)
優秀グランプリ NPO法人キッチンカーズマーケット(すいとん)
優秀グランプリ 石巻食堂(びっくりきつねうどん)
審査委員特別賞 小田急ホテルセンチュリー相模大野(野菜たっぷりポトフ)

主な取り組み①-2

炊き出しグランプリ事業



マニュアル作成や全国自治会等への配布



防災訓練支援



サバイバルキャンプ開催

主な取り組み③-1

農業/林業関連イベント等



農家の里親マッチング事業



森のスクーラ事業

主な取り組み③-2

環境配慮型農業
(事例 シンプル・ベジ)



繁殖系栽培により『茎の中に白綿無し』が特長 ⇒ 根本まで柔らかく全部食べれる(一物全体) ⇒ サラダにオススメ

出荷の8割は「春菊」

主な取り組み③-3

環境配慮型農業
(事例 シンプル・ベジ)



他2割は多品種

栽培のコダワリ

環境配慮型農業
(事例 シンプル・ベジ)

外部から持ち込まない

- 無農薬、無肥料、無除草剤

自家採取

- F1種使わず全て固定種・在来種

適地適作へのコダワリ

- 土壌菌や土質に合わせて..

可能な限り仕事をつくる

- 人手確保可能なら人手優先

コダワリ継続の本音

環境配慮型農業
(事例 シンプル・ベジ)

外部から持ち込まない

- 無農薬、無肥料、無除草剤

自家採取

- F1種使わず全て固定種・在来種

適地適作へのコダワリ

- 土壌菌や土質に合わせて..

可能な限り仕事をつくる

- 人手確保可能なら人手優先

費用負担を減らせる

マーケティングに活用

地域等からの承認

脱炭素化栽培の背景？

自家採種(一連の栽培の流れ)



母本選抜



自家採種(一連の栽培の流れ)



土壌菌や土質に合わせるとは

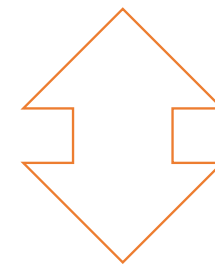


例えば

ブタクサ

ヨモギ

ハルジオン



春菊栽培において

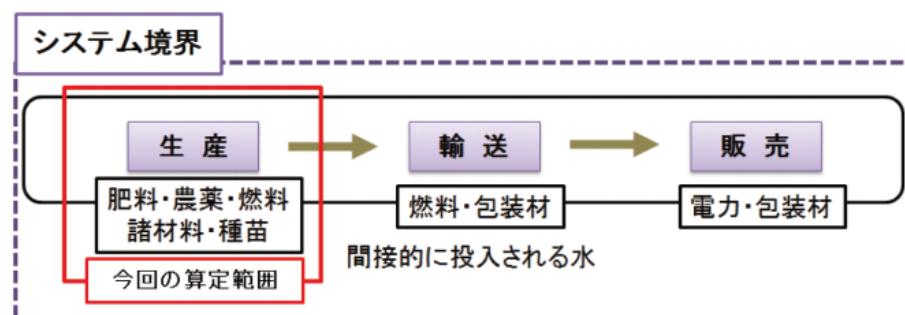
化石資材等が不要になった
連作障害がなくなった。

マーケティングに活用とは

例えば・・・
 ウォーターフットプリント ○
 カーボンフットプリント ◎

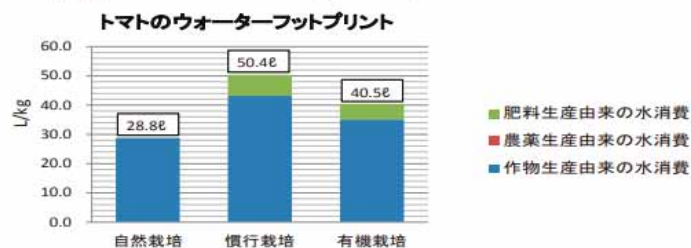
算定範囲（バウンダリー）

自然栽培・慣行栽培・有機栽培の野菜の生産にともなう水消費量

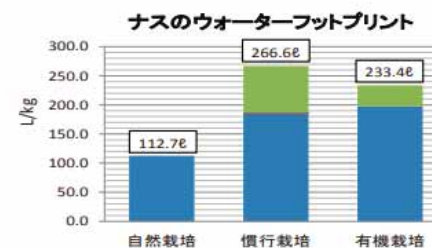


算定結果

水消費量は大きい順に、慣行栽培＞有機栽培＞自然栽培 という結果となった。肥料の使用量が結果に大きく影響を与えることが分かる。



L/kg	作物生産由来の水消費	農薬生産由来の水消費	肥料生産由来の水消費
自然栽培	28.8	0	0
慣行栽培	43.2	0.017	7.2
有機栽培	35.1	0.003	5.4



L/kg	作物生産由来の水消費	農薬生産由来の水消費	肥料生産由来の水消費
自然栽培	112.7	0	0
慣行栽培	186.7	0.046	79.8
有機栽培	197.5	0	35.9

農業者からの期待

場面	期待
情報接触機会の多様化 (中高齢者層) (若者層)	商工会、商工会議所、農協、金融機関等 種々の情報誌(やさいだより、やさい畑)・web
導入メリットの金銭化訴求	脱炭素や低炭素と経営コストの低減と結びつける
導入メリットのマーケティング利用訴求	低炭素や脱炭素 農作物の基準は？
資材の更新、設備の更新時に・・・	買えるところに、見えるところに・・・
栽培技術の更新時に・・・	学ぶ場、学ぶもの(技術書や論文)、相談できる人

概ね、ほとんどの農業者が脱炭素、低炭素というワードに関心が無い為、別のメリットから副次的効果として