

第11回 食品産業もったいない大賞

～ミツカンと京都市で協定を結び、家庭の食品ロス削減を提案～

野菜を無駄なくおいしく食べつくす！
「もったいない菜漬け・もったいない鍋・まるごとベーカリー」



京都市
CITY OF KYOTO



mizkan
やがて、いのちが変わるもの。

© Mizkan Group Corporation



ミツカングループの概要



創業：1804年

社員数：約3,700名 内 国内社員数2,063名 ※23年4月時点

事業内容：家庭用/業務用 調味料、加工食品、納豆の製造販売

本社：愛知県半田市中村町2-6

売上：2,700億円 ※22年度グループ業績





ミツカンの歴史は、1804年、初代中埜又左衛門による、
酒造の技術と副産物である**酒粕**を活かした**“粕酢”**づくりへの**挑戦**から始まりました。

酒造家の挑戦から誕生した赤酢



染谷波光画「酢造り工程の絵」
出典：弊社社史より





ミツカンマークの三本の線は「味」「きき」「かおり」をあらわしており、その下の○はこれらを丸くおさめ、「天下一円にあまねし」、即ち、広く名が知れ渡るようにとの思いが込められています。

このマークは、四代目又左衛門が家紋「マルに三本線 ㊦」をもとに考案しました。

■ 企業理念

「買う身になって まごころこめて よい品を」
～相手の身になって考える～

「脚下照顧に基づく現状否認の実行」
～自身をよく見て挑戦する～



未来ビジョン宣言 3つの約束

2018年に10年後の未来を描き、ミツカングループの目指す姿、ステークホルダーの皆様への提供価値を、「未来ビジョン宣言」として社内外へ公表させていただきました。
100年先も「やがて、いのちが変わるもの。」を育む変革と挑戦の企業であり続けることをお約束したものです。

1



人と社会と
地球の健康
(Environment)

自然を敬い、自然に学び、
自然が生み出すいのちを
育むことに貢献する

2



新しいおいしさで
変えていく社会
(Social)

おいさと健康を一致させる
努力によって、世界の人々と
コミュニケーションしていく

3



未来を支える
ガバナンス
(Governance)

世界で束ね、
地域で活かし、
おいさを広げるガバナンスを
推進する



事業活動から出る食品ロスに対しては、自社のサプライチェーン上でさまざまな削減取り組みを推進しています。

原料調達

製造工程

製品販売

【需給予測向上による廃棄抑制】



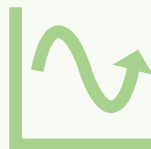
気象条件

過去実績

営業情報

⋮

高精度の
需給予測



原料調達～製品販売に至るまで
精度の高い需給予測で廃棄を抑制

【副産物のリサイクル】



圧搾したもろみを
家畜の飼料に



濾過した残渣を
肥料に



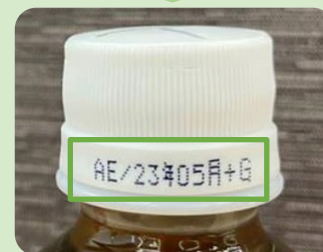
【製品廃棄削減】



廃棄になる前に
フードバンクや
社員分譲で提供



【賞味期限延長・年月表示へ変更】



お客様に直接商品をお届けする「食品メーカー ミツカン」の責任として、
事業で食品ロス削減に取り組むだけでなく、**家庭からでる食品ロスの削減**にも貢献していきたいと考えています。

令和3年度 食品ロス量
523万t

事業から出る
食品ロス
279万t
53%

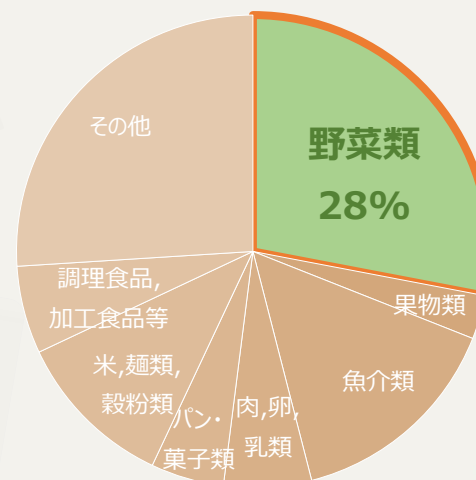
家庭から出る
食品ロス
244万t
47%

どうしたら野菜をおいしく
ムダなく食べられるのかしら…



特に野菜の廃棄が多い！

(参考)京都市における食品廃棄量実態





野菜をふんだんに使った家族が喜ぶ魅力的なレシピをご提案

mizkan
やがて、いのちに変わるもの。

野菜を美味しく・楽しく・食べきる簡単レシピとして「もったい菜漬け・もったい鍋・まるごとベーカリー」を開発！

もったい菜漬け



もったい鍋



まるごとベーカリー



常備菜にして長持ちさせる

皮や芯までまるごと使いきる

アレンジではみ出し野菜も活用