

「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〉

- 「食べるSDGs」について
- 「食べるSDGs」に至るまで
- 企画の魅力
- 企画の成果
- 土樋パン製作所と農家の評価・感想
- 今後の展望

「食べるSDGs」について



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。

〈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。

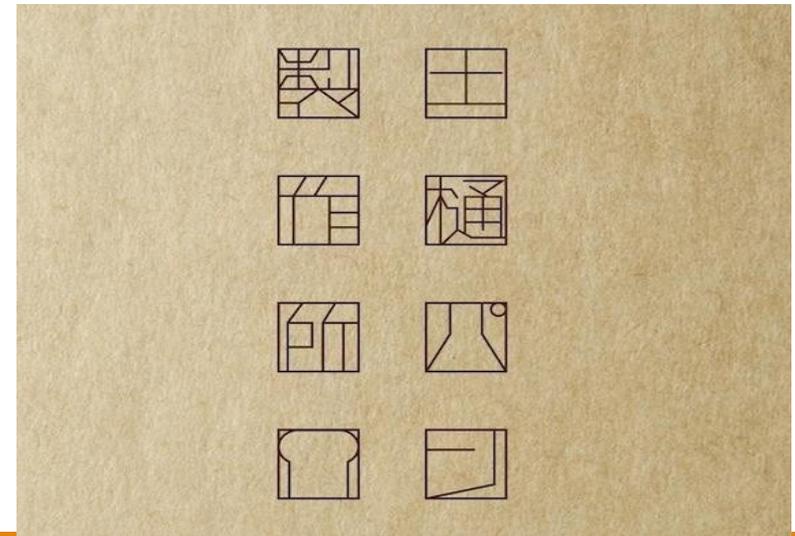


〈土樋パン製作所〉

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**に取り組んでおり、

「持続可能と地産地消」を企業理念に掲げています。



〈開発・販売した商品〉



りんごのガレット
(280円)



コキーク・ポム
(230円)



アップルシナモンシュガー
(190円)

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。

食べるSDGsに至るまで

〈取り組みの経緯〉



2021年7月、大学内に開業した
土樋パン製作所を盛り上げようと、
大学生12名が集結しました。

同年10月から月2回の議論を行い、
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。

〈取り組みの経緯〉

そんな中、私が自己紹介で「祖父母がりんごを栽培しています」と言った
何気ない一言から始まりました。

その後、傷や変形などを理由に廃棄されるりんごの存在を説明し、

なんとかできないか？

もったいない！

➡ 一気に動き出す

〈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。
- ・何度も試食と改善を繰り返して、新商品が完成



(食品ロスチーム)	(看板チーム)	(広報チーム)
<ul style="list-style-type: none">・ 新商品の構想を考える・ 新商品完成	<ul style="list-style-type: none">・ 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)	<ul style="list-style-type: none">・ インスタグラムでの情報発信・ 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

SDGs
食べませんか？



TUCHI-PAN

食品ロスを減らしたい
持続可能なパン屋にしたい
そんな思いから考えました

現在地 東北学院大学
選路
ホーイ記念館1階
※奥の入り口からお入りください

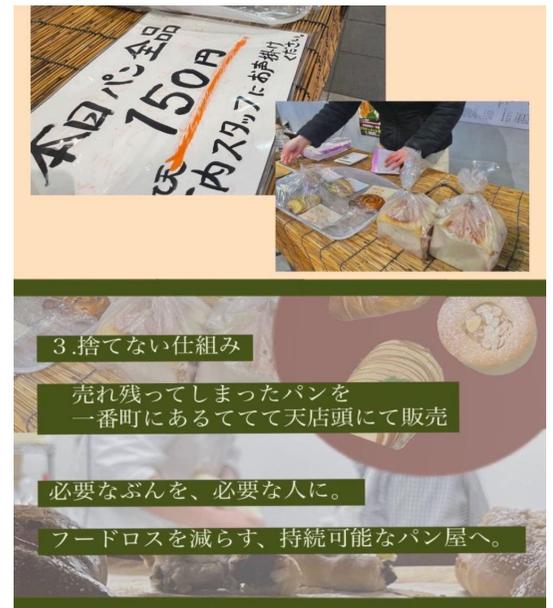
土産パン製作所 × 東北学院大学

〈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。



< 3種類の新商品、先行販売！ >

店頭販売を前に、1月9日、10日に、
長町ララ・ガーデン「パंप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、先行販売！>

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！



1月11日～31日までの販売期間で、**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！

<プロジェクトによる功績>



河北新報社1月9日より

- ・ 1月19日KHB東日本放送「チャージ」での特集
- ・ 地元紙S-style 2月号での掲載
- ・ SDGs探究AWARD2021 学生部門「最優秀賞」

など、多くのマスメディアに掲載いただきました。



企画の魅力

〈企画の魅力①〉

消費者、農家、土樋パン製作所それぞれにメリットがあること
→ 負担が少ないため、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

〈企画の魅力②〉

持続可能な商品作りが
可能であること

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



企画の成果

「食べるSDGs」のねらい①

今回のプロジェクトにおいて、SDGsが掲げる17項目の12、13、17に取り組みました。

12 つくる責任
つかう責任



- ・ 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削減**に取り組みました。
- ・ **廃棄されるりんごを利用した商品作り**に向けて、東北学院大学、土樋パン製作所、河北新報社の**3者の知識と技術**を活用しました。

A large pile of fallen apples, mostly red and pink, scattered across a grassy field. The apples are surrounded by fallen yellow and brown leaves, suggesting an autumn harvest scene. The pile is dense and extends across the middle ground of the image.

今回の企画で、

約250個(約65キロ)のりんごを救いました！

インスタグラムの結果

▶90日で204人増加

▶ストーリーの投稿のしすぎは
フォロワー減につながる

▶メディア（特にテレビ）への露出は
フォロワー数に直結する

増加

● 全般	204
● フォロワー数	289
● フォロワーをやめた数	85

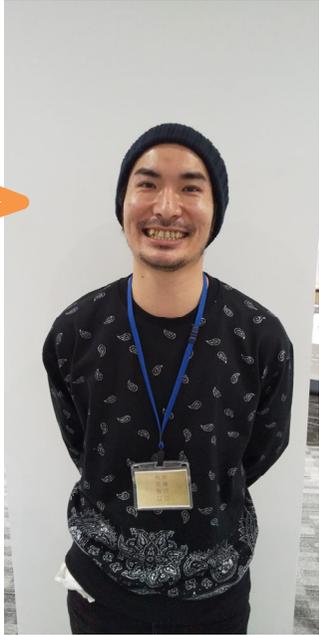


土樋パン製作所と農家の 評価・感想

パン店スタッフの声



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。**楽しく美味しく社会貢献できたのは、**学生さんたちのおかげです。



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「美味しい」と言っていただけた。この企画で**SDGsに関心を持ってもらえたのではないかと思います。**

りんご農家の声

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〉

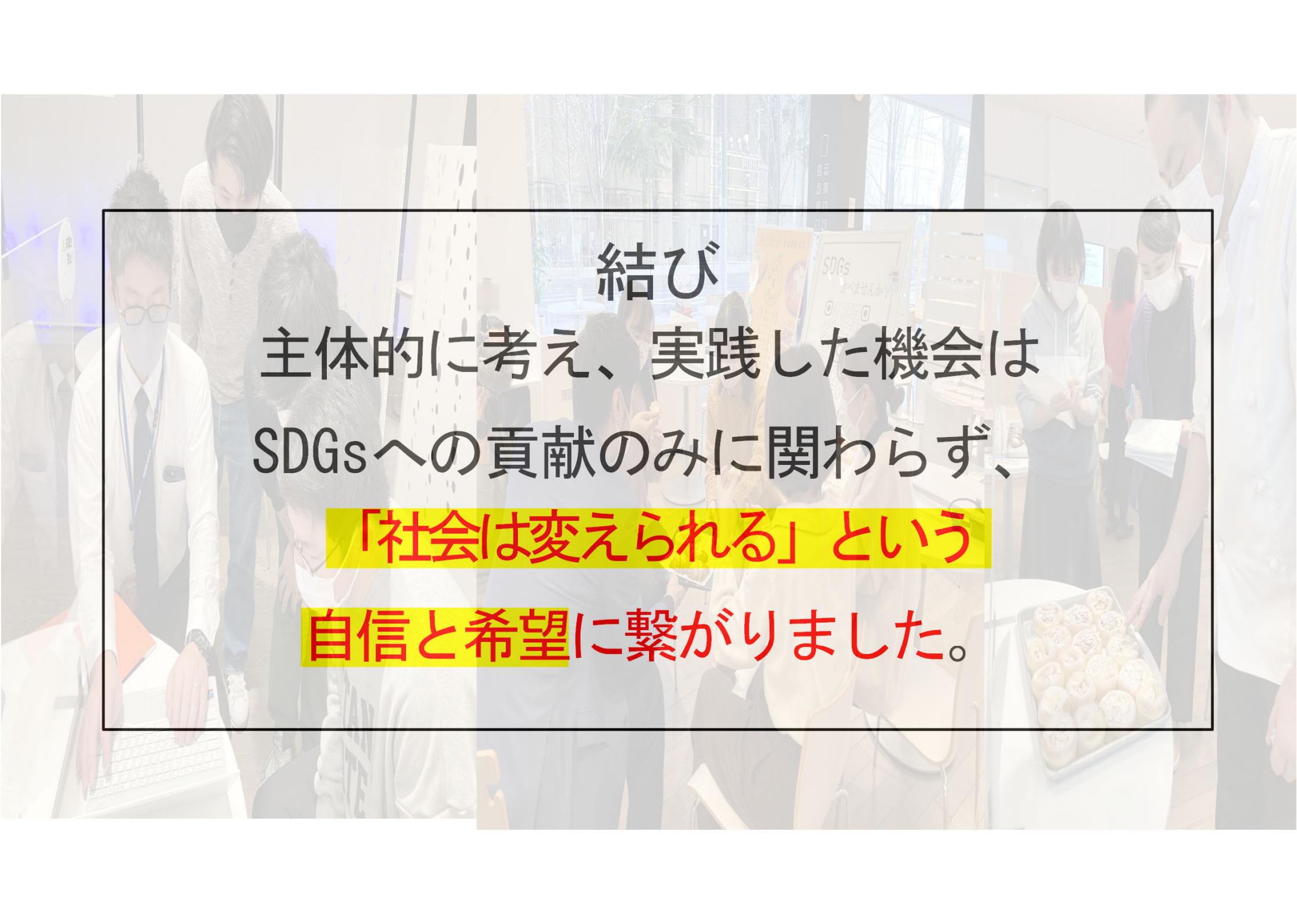
今後は、**第2弾**にも取り組もうと考えています。
そのために・・・



- 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。

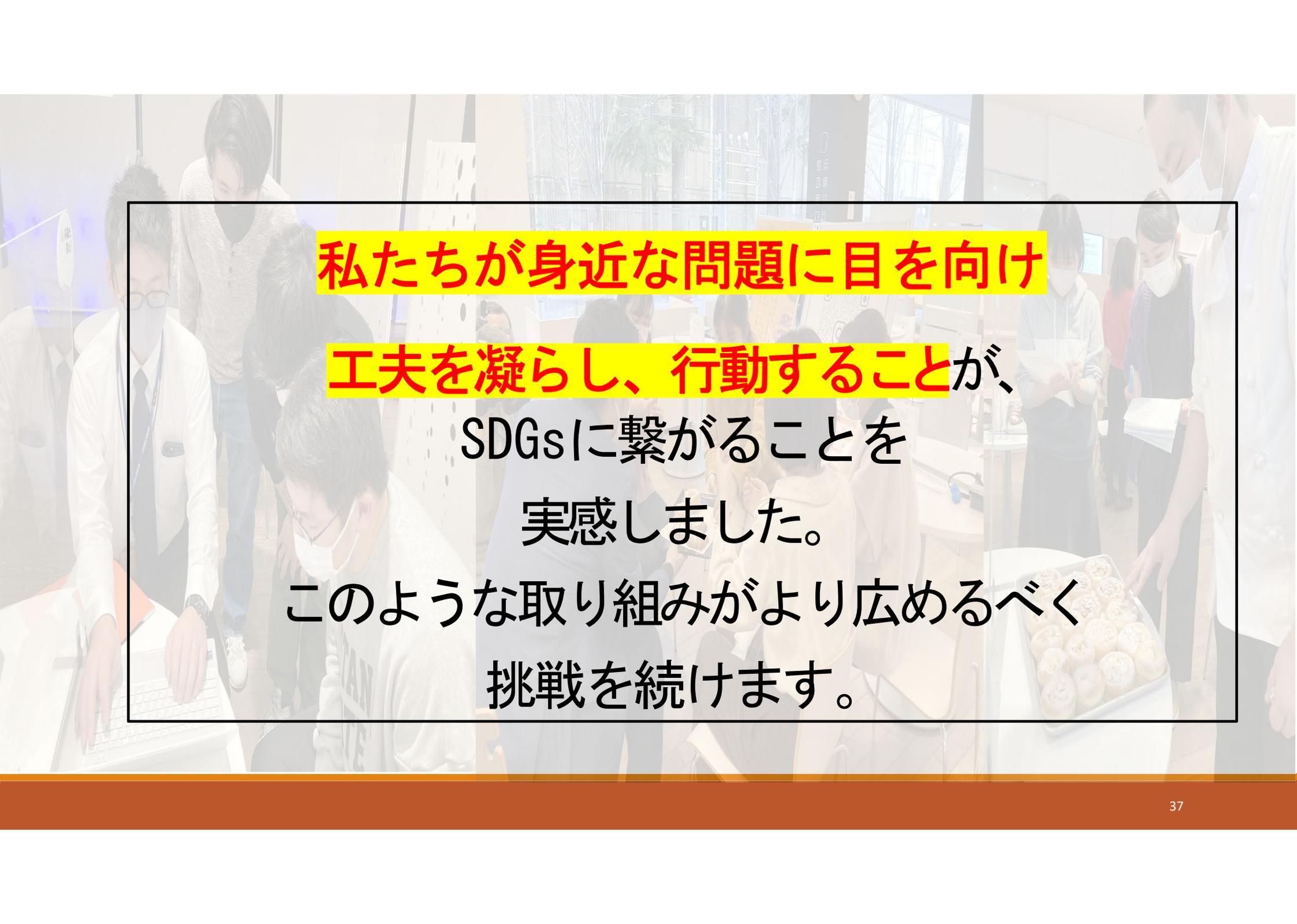


結び

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。



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。