

「捨てる食材」で商品開発

野菜や果物などさまざまな食材は、大きさや形が市場の流通規格に合わない規格外品が廃棄されがちだ。加工食品用に回っても、利用されず捨てられてしまう部位がある。だが食品ロス削減への意識も高まる中、「食」に関わる事業者が生産者と連携して、食材をできる限り有効活用する商品開発などの動きが広がり、手法も多様化している。

(時事)

▽ スープだしや チャツネでも

「味が良ければ、食材の形状とは関係なく料理ができる。食材を残さないスープ作りを続けていく」。創業以来の商品開発の考え方をこう語るのは、スープ専門店を全国展開するスープストックトーキョー（東京都目黒区）の広報担当者だ。主力商品となっている「オマール海老のビスク」では、だし用の味噌を取るエビの頭も、もともとは「捨てる食材」。日本では料理の飾りによく利用されており、廃棄が多いカナダから輸入する。

人気商品の「無花果チャツネのキーマカレー」に使われるイチジクも規格外品。軟らかくて変形しやすいため、規格外品に分類されがちだが、ペースト状にしてカレーソースと混ぜ合わせることで品質を保ち、

広がる取り組み

専用ブランドも

「完熟した一番おいしい状態（広報担当者）の食材にするという。」

▽ 野菜の皮や芯も全部

野菜の素材を皮や芯、種などを含めて丸ごと使う「ZENB（ゼンブ）」と名付けた食品ブランドを展開するのは老舗の食品大手、ミツカングループ（愛知県半田市）だ。「規格外の野菜を使用することを前提としない」（広報）商品開発を進め、カレー、パスタ、スープなどさまざまなラインナップがそろつた。



ミツカングループが展開するブランド「ZENB」の商品

▲カナダから輸入したエビの頭を使った「オマール海老のビスク」（スープストックトーキョー提供）

黄えんどう豆100%の麺「ゼンブヌードル」は、通常捨てられてしまう豆の薄皮まで使用した商品で、累計販売は1300万食。「ゼンブペースト」のパプリカ味は、果肉や種、ワタまで使っているという。今年夏からは、台湾市場向けオンライン店舗も開設。

新規事業開発担当マネージャーの長岡雅彦氏は「商品を増やしてさらにグローバルに展開していきたい」と意気込む。

▽ 食料の4割が廃棄

規格外品の食材を取り扱う通販サイトも増えている。ビッドガーデン（東京都港区）が運営する農産物の産地直送通販サイト「食べチョク」は、農協や小売店を通さないため、生産者により多くの利益を確保できる仕組みで、経営支援にも貢献している。

農林水産省によると、本来食べられる食品が捨てられる食品ロスは2021年度、523万トナだったが、出荷されずに捨てられる農水産物はこの中に含まれていない。一方、世界自然保護基金（WWF）は21年、世界で栽培・捕獲・生産された食料の約4割に当たる年間25億トナが廃棄されている「食品ロス」だと報告。この中には未出荷の農水産物12億トナの廃棄も含まれている。

さまざまな「捨てる食材」を活用する取り組みは、今後とも国内外で広がろうだ。