

# 「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**

の事です。

# 〈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。

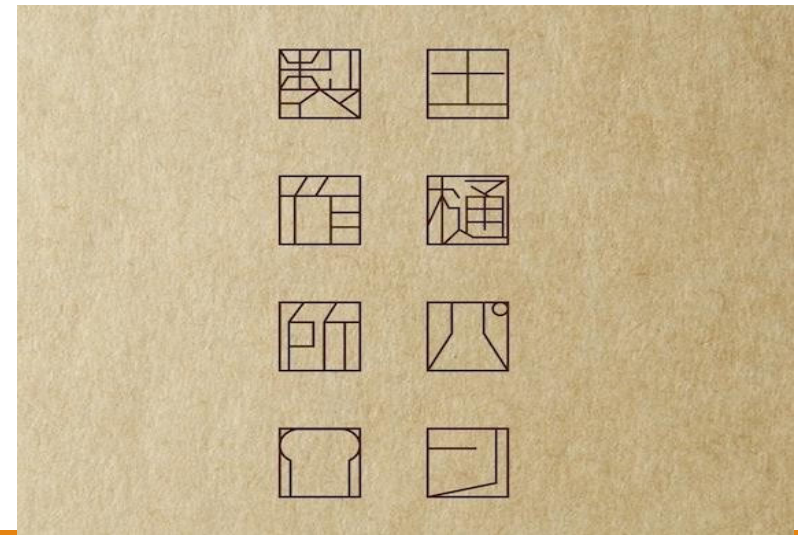


# 〈土樋パン製作所〉

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"><li>・ <b>新商品の構想</b>を考える</li><li>・ <b>新商品完成</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 2種類の<b>看板作成、完成</b></li><li>・ 店頭での<b>ポスター掲示</b>開始 (学内にも掲示)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ インスタグラムでの<b>情報発信</b></li><li>・ 情報発信時の<b>マニュアル作成</b></li><li>・ 東北カフェへの<b>サイト登録</b></li></ul>

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

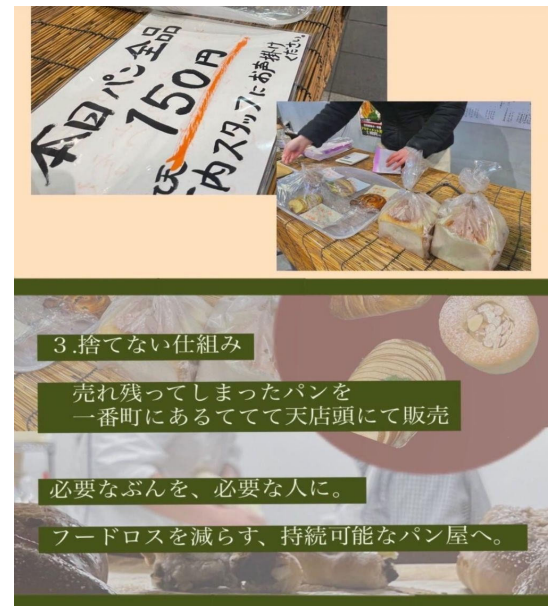
土通パン製作所 × 東北学院大学

# 〈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！ >

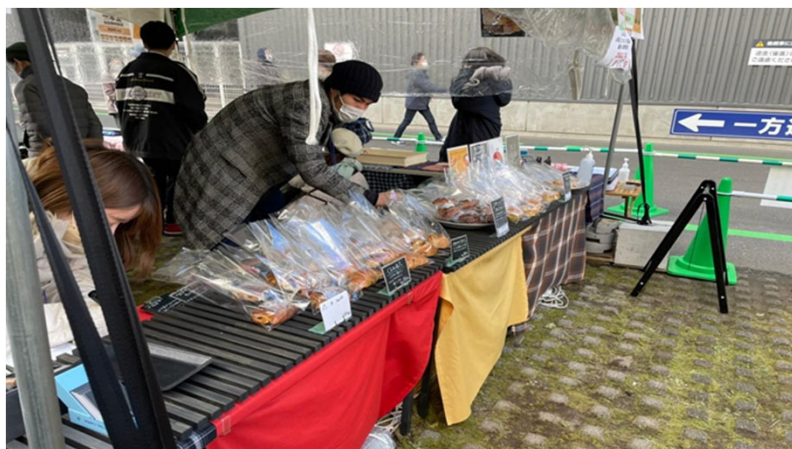
店頭販売を前に、1月9日、10日に、  
長町ララ・ガーデン「パंपパ・パンまつり」で先行販売しました。  
店頭販売に参加した学生は、お客様へ新商品に込めた思いや、  
商品の特徴を丁寧にお伝えしました。



## <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

17 パートナースhipで  
目標を達成しよう



- ・ 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。



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



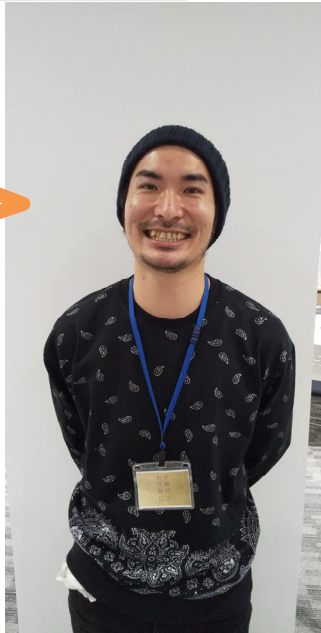


# 土樋パン製作所と農家の 評価・感想

# 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。

A background image showing a group of people in a meeting or workshop. Some are wearing white lab coats, and others are in casual or business-casual attire. They appear to be engaged in a collaborative activity, possibly a presentation or a discussion. The scene is brightly lit, suggesting an indoor setting with large windows.

**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。