

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 受賞商品紹介

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 受賞商品紹介

## 【大賞】

### 有機ほし甘いも

(有限会社大塚ファーム)



#### ●商品の概要

有機JAS認定の自社農場で栽培した規格外のさつまいもを使用した干し芋。

#### ●ゼロカーボンに関する取組の概要

- ・近隣から調達した有機肥料を使用して原料を生産。
- ・加工残渣を有機養鶏場に提供し、鶏糞を堆肥化し還元。
- ・農福連携を活用してトラクター作業を削減。
- ・さつまいもを蒸すときの蒸気を貯蔵庫に活用、乾燥機の排熱をパック場に活用するなど、廃熱利用に取り組む。
- ・CO<sub>2</sub>排出量の算定、太陽光発電と蓄電池の導入、生産・製造機械の省エネ化、自然冷熱を活用した冬季限定商品の製造など、脱炭素に向けた取組を積極的に実施。

#### ●評価のポイント

有機農作物の生産から加工までのサプライチェーンにおいて、気候変動と生態系の双方の観点から包括的に取り組んでおり、優れた取組実績と持続可能な農業経営など、商品自体の魅力も含めて、特に高い評価を得た。

## 【優秀賞】

### おつまみにしん

(井原水産株式会社)



#### ●商品の概要

数の子製造の副産物であるニシンを使用した乾燥おつまみ。

#### ●ゼロカーボンに関する取組の概要

- ・ニシンは加工の過程で発生する端材も使用し、廃棄ロスを最小化。
- ・太陽光発電システムの設置やノンフロン冷凍庫、省エネボイラーの導入、共同輸送により、CO<sub>2</sub>排出を削減。
- ・パッケージは、FSC認証済み資材を採用。植物由来原料を一部使用したバイオマスインキを使用。
- ・「ヤマニの森林」を保有し、林野庁の「法人の森林制度」へ参加。育林活動により社員らの環境意識を向上。

#### ●評価のポイント

気候変動等で近年再び水揚げが増えた石狩湾系ニシンを有効活用し、製品のライフサイクル全体でのゼロカーボンにつながる取組が、先進的で優れていると高く評価された。

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 受賞商品紹介

## 【優秀賞】

### 北海道のちいさい焼きいも

(カドウフーズ株式会社)



#### ●商品の概要

気候変動に適応した厚沢部町産のさつまいもの規格外品をそのまま商品にした焼きいも。

#### ●ゼロカーボンに関する取組の概要

- ・廃棄される小さいサイズのさつまいもを全量買い取り、丸ごと加工するため、ロスが生じない。「どさんこ食べきり協力店」にも登録し、食品ロス削減に取り組む。
- ・「ゼロカーボン・チャレンジャー」に登録し、デマンド装置の設置による節電、廃熱の暖房への活用、冬季の冷蔵保管施設での雪の活用など、製造の各段階において脱炭素を意識。
- ・冷凍で販売し、「冷やし焼きいも」や「半解凍でアイスのように」という食べ方の提案により、賞味期限延長に向けて最大限努力。

#### ●評価のポイント

CO<sub>2</sub>削減に向けた意識が非常に高く、全体としてゼロカーボンに向かう優れた取組が、商品のストーリー性も含め高く評価された。

## 【奨励賞】

### ファームホロのアスパラガス

(農業生産法人 株式会社ファームホロ)



#### ●商品の概要

日高管内初のJGAP認証(青果物)を取得した農場で生産したアスパラガス。

#### ●ゼロカーボンに関する取組の概要

- ・軽種馬産地の特性を活かし、生産工程に不可欠な堆肥やもみ殻を地元調達し、地産地消に取り組む。
- ・太陽光パネルを新たに設置し、燃料削減が図れる油圧ショベルを導入。
- ・JGAP認証取得に伴うCO<sub>2</sub>の見える化、施設や機械の節電の徹底、生産の各工程における作業効率化など、生産性向上の視点から脱炭素に取り組む。

#### ●評価のポイント

地域循環の確立やゼロカーボンに向けた多角的な取組が評価された。また、商品の魅力も高く評価された。

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 受賞商品紹介

## 【奨励賞】

### オニカ オニオンスナック

(株式会社ボナンザ)



#### ●商品の概要

岩見沢市産の規格外の玉ねぎを丸ごと1個分使用したノンフライのスナック菓子。

#### ●ゼロカーボンに関する取組の概要

- ・玉ねぎを丸ごと使用し、可能な限りロスを削減。
- ・製造過程で出る3%の端材も廃棄することなく使用するため、新商品開発に取り組む。
- ・灯油ボイラーからEVの乾燥機に変更し、水分蒸発を促進することで、CO<sub>2</sub>排出量の削減と賞味期限の延長を実現。
- ・リサイクル素材のパッケージを採用。
- ・北海道グリーン・ビズ認定「優良な取組」部門に登録。

#### ●評価のポイント

廃棄ロス削減の意識が高く、生産地での加工や製造機械の省エネが先進的であることや、商品の改良によりゼロカーボンを目指していることが評価された。

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 審査員総評

「サプライチェーン全体での温室効果ガス削減が求められつつあります。  
また、CO<sub>2</sub>削減には、地域経済に貢献することも重要です。」

サプライチェーン全体での温室効果ガス削減(カーボンフットプリント)が求められつつあります。  
プラスチックの梱包材を使用することは、事業所のCO<sub>2</sub>排出量には算入されません(Scope1・2)が、その商品の排出量(Scope3)には算入されます。

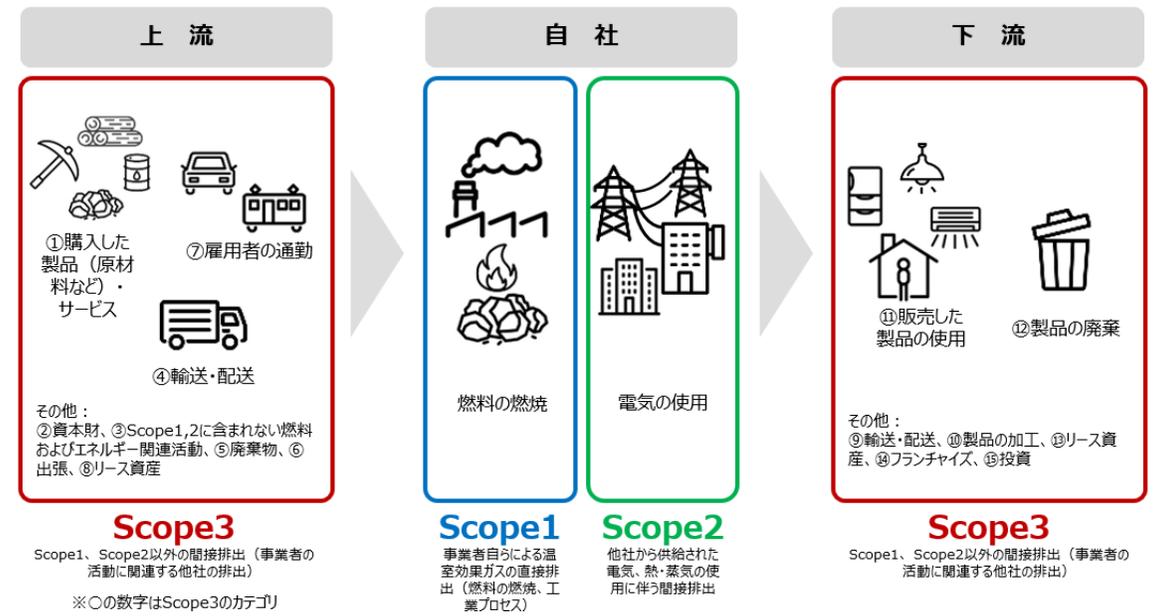
小分け梱包等で賞味期限を延ばし食品ロスを減らす一方、梱包材のCO<sub>2</sub>は増えるトレードオフ(ジレンマ)があります。

また、CO<sub>2</sub>を削減する取組が求められる時代から、CO<sub>2</sub>を排出していない証明が求められる時代に移りつつあります。

すぐに出来る小さな削減も重要ですが、全体の排出量を把握して、大きな割合のもの(商品生産に直結するもの)を(少しでも)削減することが求められます。

また、地域経済の強さもCO<sub>2</sub>削減に間接的に繋がるので、地域経済に貢献することも重要です。

そんな視点から、審査させていただきました。



【出典】経済産業省 資源エネルギー庁ホームページ  
知っておきたいサステナビリティの基礎用語～サプライチェーンの排出量のものさし「スコープ1・2・3」とは  
<https://www.enecho.meti.go.jp/about/special/johoteikyo/scope123.html>

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 審査員総評

「気候変動により北海道の農業・食品産業への期待はますます高まっています。ぜひ47都道府県全体を、北海道がリードしていただきたいと思います。」

今年も昨年に続き、道内の幅広い地域から応募をいただき、北海道全体で持続可能な食糧・農業の動きが広がっていることをとても嬉しく思います。

また、昨年に続き、今年も原料に関するアクションが多く、食品廃棄物を原料とするものや、原材料生産での環境フットプリント削減に関するものが目立ちました。

一方、食品加工や容器・包装については、工夫が少なく、この点が今後の評価のポイントになると思っています。

北海道は「食絶景」「日本の食料基地」とも呼ばれ、さらに気候変動により北海道の農業・食品産業への期待はますます高まっています。

水産業でも多くの漁場で養殖や半養殖の動きが始まっています。

ぜひ47都道府県全体を北海道がリードしていただきたいと思います。

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 審査員総評

「製造だけでなく、フードチェーンを通じた取組が進んでいるように感じました。道内企業のゼロカーボンへの意識が一層高まっていくことを期待します。」

今回、ゼロカーボンに向けて自社で何ができるのか、多くの企業が模索し、様々な面から取り組んでいる様子が、多くの応募から拝見することができました。

特に、製造だけでなく、原料生産、包装資材、流通など、フードチェーンを通じた取組が進んでいるように感じました。

CO<sub>2</sub>の削減については、その取組がどのくらいの貢献を示すのか、数値化することが難しい事例が多いですが、一人ひとりでできることから取り組んでいくことが、北海道全体に広がっていけば、大きな貢献につながっていきます。

今回の表彰を参考に、道内企業のゼロカーボンへの意識が一層高まっていくことを期待します。

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 審査員総評

**「受賞商品を通して、生産者の想いや商品のストーリーが消費者にも伝わり、道産食品全体の付加価値向上に繋がることを期待します。」**

ゼロカーボンへの取組が、全道で広がっていることを実感いたします。

しかしながら、この取組により出来上がった道産食品が、消費者へは十分に伝わっていないとも感じております。

ゼロカーボンアワード受賞商品を通して生産者の想いや商品のストーリーが消費者にも伝わり、道産食品全体の付加価値向上に繋がることを期待します。

# 食絶景北海道×ゼロカーボンアワード2024 審査員総評

**「環境の持続性ととともに、商品にも長生きしていただきたいです。  
皆様の商品には北海道の魅力を発信する観光大使のような力があると感じます。」**

今回は、前回より一層パワーアップした印象を受けました。  
その理由として、再挑戦された商品の磨き上げが進んだこと、原料の特徴をしっかりと捉えた商品が増えたことが挙げられます。

一方、エントリーシートで気づいた点がありました。  
商品テーマやストーリーの欄を原材料の説明で埋めていないでしょうか。  
ロングセラー商品の取材に何うと、磨き上げの過程で「どうしても作りたい、当社だからできた」という必然性を見つけておられます。  
作り手のストーリーは、時間が経つほど価値が出る、いわば財産とも言えるものです。

私はこの審査に携わる際、環境の持続性ととともに、商品にも長生きしていただきたいと考えております。  
よいものが長続きすると、生活者も旅行者も「北海道の、あの商品」という愛着を持つようになります。  
皆様の商品には北海道の魅力を発信する観光大使のような力があると感じております。

最後にこのアワードのために時間と気持ちを注いでくださった皆様に感謝し、引き続き注目して参ります。