



Vers une gastronomie du bon, du beau et du bien

美味しく、かつ持続可能な
ガストロノミーの世界を創造する

スイート・ガストロノミーにおけるサステナビリティ・ガイドライン


VALRHONA



Table des matières 目次

.....	p. 3
.....	p. 3
.....	p. 4
.....	p. 5
.....	p. 7
.....	p. 8
.....	p. 20
.....	p. 30
.....	p. 42
.....	p. 43

À propos de ce guide

はじめに – このガイドラインについて

食、とりわけスイート・ガストロノミーは、人生における大きな楽しみのひとつです。スイート・ガストロノミーを通じて人は集い、経験を共有します。多くの人にとって、それは特別なお祝い事などのかけがえのない思い出と結びついています。しかし、今地球が直面している社会や環境に関わる多くの緊急の課題に、食品が深く関わっていることが次第に明らかになってきました。わたしたちは、気候変動、生物多様性及び公衆衛生の危機という3つの脅威に直面しており、食品はこれら全ての原因と結果に関係しています。

スイート・ガストロノミーの世界は、サステナビリティ（持続可能性）という具体的な課題に直面しています。しかしこれまで、この分野において「良い」とされる一貫した枠組みはなく、シェフに対し、自分たちの影響力を向上させるための一人ひとりに合わせたアドバイスもありませんでした。ヴァローナの公式サステナビリティ・パートナーである Food Made Good（サステイナブル・レストラン協会）と共に、ヴァローナはこの状況を変えたいと考えています。

Food Made Goodと世界中のシェフの協力を得て作成されたこのガイドラインは、食品業界の中でも愛されているスイート・ガストロノミーが直面している主な問題をまとめ、シェフや企業への実践的なアドバイスを提供しています。

シェフには、消費者を感化し、食生活に影響を与え、人と地球に大きく貢献するためのチャンスがひろがっています。わたしたちが大切にしているデザートやパストリー、チョコレート、そしてアイスクリームなどに対して、美味しさを追求すると共に、持続可能なものにできるよう、共に取り組んでいきましょう。



Qui sommes-nous ?

わたしたちについて



ヴァローナは1922年に創業して以来、プロフェッショナルの皆さまのパートナー、そしてチョコレートのパイオニアとして、最高のチョコレートを作り上げてきました。「**TOGETHER, GOOD BECOMES BETTER—共に創ろう、より良い未来を**」は、わたしたちの揺るぎない誓いを表すミッションです。

パートナーであるシェフやカカオ生産者と共に、ヴァローナは最高のチョコレートを作るため、公正で持続可能なカカオ産業と、美味しく、かつ持続可能なガストロノミーの創造を目指しています。

2020年1月、ヴァローナはB Corp™認証を取得しました。最高レベルの社会と環境に関する基準を満たし、世界をより良い場所にするために、ビジネスの力を活用するリーディングカンパニーの一員として活動をしています。

www.valrhona.com/jp



Food Made Good (サステナブル・レストラン協会) は、飲食事業を対象とした世界最大のサステナビリティ・プログラムです。過去10年間で世界20ヶ国、12,000以上の飲食店が参加するコミュニティに成長し、年間10億食を超えるサステナブルな外食の拡大に貢献してきました。

Food Made Goodは、英国、香港、日本、ギリシャに拠点を構え、より持続可能なフードシステムの構築に向けて、リードする役割を果たせるようシェフたちをサポートしています。

foodmadegood.jp



© Anne-Claire Heraud

Nos contributeurs

ご協力いただいたシェフのご紹介

Food Made Goodとヴァローナは、このガイドラインと持続可能なスイート・ガストロノミーの枠組みを作成するにあたり、12ヶ国、30人以上のシェフの皆さまにインタビューを行いました。パストリーシェフ、ショコラティエ、ベーカリーシェフ、アイスクリームのスペシャリストから、ホテル、レストラン、イベントで働く人まで、さまざまな専門家に参加いただきました。世界中のシェフが直面しているサステナビリティへの挑戦や成功についてのグローバルな視点を得ることは、このガイドラインの作成に不可欠でした。

このプロジェクトに関わっていただいた全ての皆さまに感謝の意を込めて、インスピレーションやアイデアを与えてくださった皆さまをご紹介します。



クラウディオ・アルギベイ・コウニャゴ
(Claudio ARGIBAY COUÑAGO)

ベーカリーシェフ&オーナー
パナデリア・アルギベイ (Panadería Argibay)
スペイン、ポリーニョ



エイミー・ブラウン
(Amy BROWN)

カリナリーディレクター
フランキー&ジョーズ (Frankie & Jo's)
米国、シアトル



ルシラ・カネロ
(Lucila CANERO)

パストリーシェフ&オーナー
ラ・ルシエルナガ (La Luciérnaga)
スペイン、バルセロナ



クリスタル・チウ
(Crystal CHIU)

ヘッドパストリーシェフ
カンリス (Canlis)
米国、シアトル



ジェシカ・チョウ
(Jessica CHOW)

オーナー&シェフ
ビエン・カラムリゼ (Bien Caramélisé)
香港



ジャレッド・ジャン・リー・チュア
(Jared JIANN LIH CHUAH)

オーナー
スイーツ・バイ・ジャレッド (Sweets by Jared)
ノルウェー、オスロ



ダフネ・ダニエル=ソト
(Dafne DANIEL-SOTO)

パストリーシェフ
モノ (Mono)
香港



パトリス・デマーズ
(Patrice DEMERS)

パストリーシェフ&オーナー
パトリス・パティシエ (Patrice Pâtissier)
カナダ、モントリオール



リチャード・エッケバ
(Richard EKKEBUS)

料理長
アンバー (Amber)
香港



ジェフリー・フィンケルシュタイン
(Jeffrey FINKELSTEIN)

オーナーシェフ
ホフ・ケルステン (Hof Kelsten)
カナダ、モントリオール

Nos contributeurs

ご協力いただいたシェフのご紹介



マキシム・フレデリック
(Maxime FRÉDÉRIC)

ヘッドパストリーシェフ
シュヴァルブランパリ (Cheval Blanc Paris)
フランス、パリ



ルーク・フロスト
(Luke FROST)

パストリーシェフ
エコール・ヴァローナ (L' Ecole Valrhona)
北欧



岩澤正和

オーナーシェフ
ピッツェリアジターリアダフィリッポ
(Pizzeria Gtalia da Filippo)
日本、東京



加藤峰子

パストリーシェフ
ファロ (FARO)
日本、東京



木村成克

オーナー
ラ・ヴィエイユ・フランス (La Vieille France)
日本、東京



バレイタン・ミルレ
(Valetin MILLE)

ヘッドパストリーシェフ
アンバー (Amber)
香港



カロリーナ・モレア
(Carolina MOLEA)

創設者
ラルチザン・クリエイティブ・ベーカリー
(L' Artisane Creative Bakery)
米国、コーラルゲーブルズ



リンジー・モレル
(Lindsay MOREL)

共同創業者
ザ・フローティング・ブーランジェリー
(The Floating Boulangerie)
イギリス、ロンドン



フランク・ミュラー
(Franck MOULARD)

パストリーシェフ&オーナー
リベル・アート (Liber Art)
フランス、アマシー



野島茂

総料理長
グランドハイアット福岡
(Grand Hyatt Fukuoka)
日本、福岡



ナデージュ・ヌーリアン
(Nadège NOURIAN)

オーナーシェフ
ナデージュ・パティスリー (Nadège Patisserie)
カナダ、トロント



大島隆司

オーナーシェフ
ボッテガ・ブルー (Bottega Blue)
日本、兵庫



サンドラ・オルネラス
(Sandra ORNELAS)

パストリーシェフ
エコール・ヴァローナ (L' Ecole Valrhona)
スペイン



ジェローム・ラファエリ
(Jérôme RAFFAELLI)

パストリーシェフ&共同オーナー
オー・ファオン! (Oh Faon!)
フランス、マルセイユ



ナディア・サムート
(Nadia SAMMUT)

料理長
オーベルジュ・ラ・フェニエール (L'Auberge la Fenière)
創設者 コム & サル (KOM&SAL®)
フランス、ルールマラン & カヴァイヨン



ポーラ・ステークラム
(Paula STAKELUM)

リゾートエグゼクティブ・パストリーシェフ
アッシュフォード・キャッスル (Ashford Castle)
アイルランド、コング



杉浦仁志

エグゼクティブシェフ
オノデラグループ (Onodera Group)
日本、東京



田中麗人

パストリーシェフ
アンダーズ東京
(Andaz Tokyo Toranomon Hills)
日本、東京



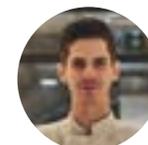
土屋公二

オーナーシェフ
ミュゼ・ドゥ・ショコラ・テオブロマ
(Musée Du Chocolat Théobroma)
日本、東京



マイケル・ウィルソン
(Michael WILSON)

総料理長
ポーレン (Pollen)
シンガポール



エイドリアン・ゼッダ
(Adrien ZEDDA)

総料理長
クリナ・オルトゥス (Culina Hortus)
フランス、リヨン

Le référentiel de pratiques durables

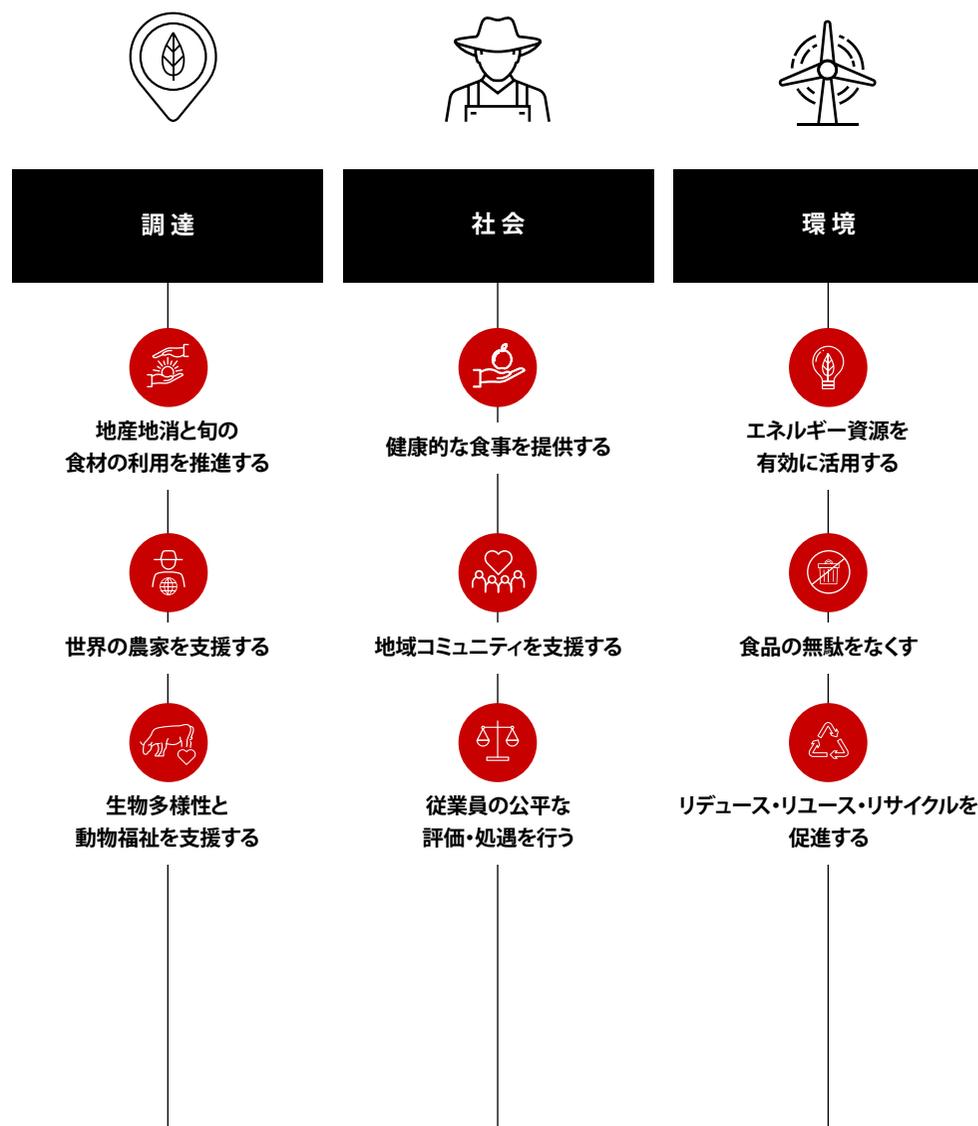
サステナビリティ・フレームワーク

サステナビリティ・フレームワークは、スイート・ガストロノミーにとって「良いこと」とは何かを説明するために考案されました。

スイート・ガストロノミーにおいて、サステナビリティはさまざまな形で存在しています。このフレームワークでは、**調達**、**社会**、**環境**の3つの柱を通して、皆さまが展開しているビジネスにとってサステナビリティがどのような意味をもつのかを包括的にとらえ、前向きな変化を起こすためのヒントやケーススタディ、それぞれのビジネスに特化した情報を提供します。

このガイドラインでは、**3つの柱それぞれの問題をより詳しく検証していき**、なぜこれらが重要なのか、これらを効果的にコントロールするために何ができるのかを説明します。

サステナビリティは複合的なものであり、特定されたそれぞれの問題について、常に発見があるものです。ここでの目的は、サステナビリティへの取り組みに対する一連の枠組み、構造を提示し、長期的に持続可能な成功への近道を見つけるための道しるべとなることです。



Sourcing

調達 — 地産地消と旬の食材の使用を推進する



課題

スイート・ガストロノミーには、果物がよく使用されます。果物には旬がありますが、世界各国での貿易が盛んになっていることにより、全ての果物が1年中収穫できるような印象があります。そのため、地元では旬ではない食材を遠くから調達することが、シェフにとって当たり前となっています。お客さまは、**特定のメニューが常にあることを期待しがちです**。イチゴのタルトやタルト・タタンなど、定番のメニューを1年中提供しなければならないと思うと、旬の食材を選ぶのが難しくなります。

重要である理由

地場産の旬の食材を購入することにより、より新鮮で美味しく、健康的な食材を簡単に入手することができます。旬の新鮮な食材はフードマイル(生産地から消費地までの距離)が短く、多くの場合で環境負担が少なくなります。また、品質やコストの管理もしやすくなります。同時に、地域経済への還元ができ、地域食材の持続性の確立と維持、地域の食文化の保護にもつながります。また、地場産の食材をお客さまへ提供することで、消費者に対しても食の透明性やトレーサビリティを確保することができます。



99%

の消費者は、透明性が高く、新鮮な食材に価値を見出し、より高価格帯の商品を購入します¹。

© Mythja / Adobe Stock

1. <https://www.fooddive.com/news/study-nearly-all-consumers-find-transparency-in-food-and-beverage-important/446999/>



地産地消の食材の使用を推進するためにできること



- サプライチェーンのサステナビリティの基本は、透明性です。全ての原材料の産地を、理想的には農園レベルまで把握しましょう。
- 地元の生産者との関係を構築し、食材として使いたい農産物の栽培に取り組んでもらったり、エアルーム品種を導入してもらいましょう。
- 食材の旬がわかるカレンダーなどを従業員と共有し、自分の国や地域でどの食材がいつ入手できるかを把握しましょう。
- 1ヶ所以上の地元の農園や生産者から食材を調達しましょう。
- ビーツ、エンドウ豆、ヒヨコ豆、レンズ豆など、一般的にはデザートに使われない食材を使ってみましょう。これらを使うことで、新しい味や食感を発見したり、地場産のさまざまな食材を紹介することもできます。
- 果物だけにとどまりません。小麦、ライ麦、スペルト小麦などの地場産の穀物、ハチミツなどの甘味料、地場産のシードやナッツに目を向けてみましょう。

旬の食材の使用を推進するためにできること



- 季節ごとにメニューを変えてみましょう。メニュー全体を変更する必要はなく、旬の食材を取り入れたものにアレンジするだけでも良いでしょう。たとえばリンゴの代わりに、旬の洋梨やプラム、ルバーブなどを使って、季節感のあるタルト・タタンを作ってみてはいかがでしょうか。
- 季節の特別感をアピールしましょう。メニュー、スペシャルボード、SNSなどで限定メニューを紹介しましょう。お客さまに食材の旬の情報を伝え、「期間限定商品」の需要を喚起するチャンスだと考えましょう。
- 余ったイチゴでイチゴジャムを作るなど、余った果物を使ってジャムや保存食、ソースなどを作り、旬の時期を長く楽しむようにしましょう。
- 地元で旬ではないために入手できない食材は、航空便での輸入に頼らず、冷凍や乾燥、ピューレ状にしたものを使うことを検討しましょう。

「旬ではない食材を使ってお客さまをがっかりさせるのはもったいない。わたしたちは、自分たちの手でブドウを乾燥させてレーズンを作るため、ブドウの旬の時期にしかパン・オ・レザンを作りません。お客さまは1年中収穫できない食材があることを知っているのだから、需要が高まり、より多くの商品が売れるようになります。SNSやスペシャルボードを利用してその季節のスペシャルメニューを紹介し、短期間しか販売しないことを恐れずに伝えましょう」。



リンジー・モレル
(Lindsay MOREL)

共同創業者
ザ・フローティング・ブーランジェリー
(The Floating Boulangerie)
イギリス、ロンドン



調達 — 地産地消と旬の食材の使用を推進する



地産地消とは？

世界的に合意された「地産地消」の定義は存在しませんが、Food Made Goodでは「単にそこで購入したものではなく、ビジネスの対象地域内で生産、飼育、または栽培された農産物」と定義しています。対象地域は、国によって、町、市、地域、州など、異なります。

「わたしたちは農園と直接関係を築いています。そのおかげで、どの商品をいつ購入するかを選ぶことができます。たとえば、収穫量が多くて余ってしまい、そのままと廃棄されてしまう果物があれば、それを購入します」。



土屋公二

オーナーシェフ
ミュゼ・ドゥ・ショコラ・テオブロマ
(Musée Du Chocolat Théobroma)
日本、東京

カナダのモントリオールにある「パトリス・パティシエ (Patrice Pâtissier)」のオーナーシェフであるパトリス・デマーズにとって、地場産の食材を使うのは「良いこと」であるだけでなく、インスピレーションの源でもあります。さらに、地域のテロワールや味わいのつながりから生まれるストーリーをもった独自のクリエイションに仕上げることで、シェフとしての競争力を高める要素にもなります。

地産地消にこだわることで、提供するデザートの種類が少なくなることは承知していますが、彼はその方が良いと思っています。

「たくさんのデザートを用意するよりも、地場産の食材を使った新鮮なデザートを12～15個用意するほうが良いと思っています。私のお店のお客さまはこれを理解し、応援してくれています」。

生産者と直接つながり、農園を訪問できることは、パトリスにとって良い刺激になるだけでなく、生産者たちを、彼のお客さまやSNSを通じて多くの人々に紹介する機会にもなります。業界内の誰かをサポートすることは、たとえそれがSNS経由であっても大きな影響力があり、それを見た人が自分の調達方法や農法について考えるきっかけになります。



パトリス・デマーズ
(Patrice DEMERS)

パストリーシェフ&オーナー
パトリス・パティシエ (Patrice Pâtissier)
カナダ、モントリオール



課題

デザートやペストリーには、カカオ、バニラ、砂糖などの国際商品や、マンゴー、パッションフルーツ、柑橘類などのエキゾチックフルーツが多用されています。これらは開発途上国で栽培されることが多いため、どこでどのように栽培されているかを正確に把握することが難しい場合があります。

重要である理由

- カカオやバニラ、砂糖、果物など、特定の品目を国外から調達する場合、透明性（サプライチェーンの可視化）、社会的問題（労働者の権利や条件）、環境基準（栽培や農法）の面で課題があります。
- これらの農産物の生産者は、消費者が支払う価格に比べて、ごくわずかな対価しか得られないことも多く、生産者に正当な対価を支払うべきです。こうした考えが当たり前になることで、生産者が自分の農園での社会的・環境的活動を改善するための資金を得ることができます。
- 責任ある事業とは、原材料がどこから来て、どのように生産されたのかを理解した上で食材を購入し、世界中の生産者の経済発展を支援することを指しています。



小規模農家は、世界の食糧生産において重要な役割を果たしています。しかし、土地をはじめとする生産資源が手に入りにくいという困難に日々直面しています。世界中の多くの国で、小規模農家の収入は大規模農家の半分以下です²。

© chomplearn_2001 / Adobe Stock

2. <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/goal-02/>



世界の農家を 支援するためにできること



- 乾物類（カカオ、砂糖、バニラ、紅茶、コーヒーなど）やエキゾチックフルーツの産地について、サプライヤーに詳しく質問してみましょう。可能であれば、原産国と栽培している農園についても聞いてみましょう。
- 労働者の権利や環境基準に関する方針を定めているサプライヤーから購入しましょう。
- オーガニックやフェアトレードなどの認証を受けている商品を購入しましょう。これらの認証は一定の基準が設けられており、生産者が適正な対価と良好な労働条件を得ていることを保証しています。
- 認証されていない商品については、サプライヤーに直接取引の約束をしているかどうか聞いてみましょう。
- サプライヤーに、購入している農産物の全成分表の提示を求めましょう。特にパーム油や大豆を含む商品は、RSPOやRTRSなど責任ある供給源として認証されているかどうかを確認しましょう。



© Pierre Ollier

「上手な買い物をするのが大切なのです。それはつまり、透明性を確保し、生産者に適正な対価を支払い、使用する農産物がどこから来て、どのような知識と技術をもとに生産されたのかを知ることです。店を訪れるお客さまは生産者のストーリーを知りたがっているので、わたしたちもそれを共有したいと考えています。だからこそ、わたしたちは生産者にスポットを当てているのです。メニューやウェブサイトに専用のコーナーを設け、接客担当にはこれらのストーリーを伝えるためのトレーニングを受けてもらっています」。



エイドリアン・ゼッダ
(Adrien ZEDDA)

総料理長
クリナ・オルトゥス
(Culina Hortus)
フランス、リヨン



「フランキー＆ジョーズ (Frankie & Jo's)」の植物性アイスクリームショップでよく使用する材料のひとつに、ココナッツミルクがあります。地元では調達できないため、複数のサプライヤーと常に連絡を取り合い、さまざまな質問をしたり、販売予測を報告することでサプライチェーン全体を理解し、どのサプライヤーが店の需要に応えられるかを把握しています。「フランキー＆ジョーズ」で新しい食材を使用する際には、必ずサプライチェーンに関する十分な理解と知識を得るようにしています。

そうすることで、農産物にまつわるストーリーをお客さまと共有することもできます。「なぜその食材を使うことにしたのか、というストーリーを伝えることで、サプライヤーのストーリーにも光を当てることができます」。



エイミー・ブラウン
(Amy BROWN)

カリナリーディレクター
フランキー＆ジョーズ (Frankie & Jo's)
米国、シアトル



© galitskaya / Adobe Stock

忘れてはならないこと

持続可能な調達に問題があるのは乾物類だけではありません。エキゾチックフルーツも、生産過程で社会的・環境的問題に直面することがあります。果物を栽培している農園について、サプライヤーに質問してみましょう。詳細がわからない場合は、生産している国や地域について聞いてみましょう。他にも、その果物がどのように加工・輸送され、また、背景にどのような社会的・環境的慣習があるのかなどについても聞いてみましょう。

「スペインでは、地場産のカカオを買うことができません。だからこそわたしたちは、オーガニックやフェアトレードなどの認証を確認したり、高い調達基準を保証できるヴァローナのような企業と協力しているのです」。



ルシラ・カネロ
(Lucila CANERO)

ペストリーシェフ&オーナー
ラ・ルシエルナガ (La Luciérnaga)
スペイン、バルセロナ



課題

- 他のガストロノミーに比べてスイート・ガストロノミーでは、一定の材料を大量に使用することがよくあります。そのため、特定の農作物や原材料に過度に依存してしまう可能性が懸念されます。
- スイート・ガストロノミーには乳製品や卵が多く使用されます。これらを提供してくれる動物がどのように扱われているかは、動物福祉など倫理的・環境的な観点から考慮する必要があります。
- ヴィーガン（完全菜食主義）の傾向が強まると、乳製品の代替としてオーツミルクやナッツミルクの必要性や依存度が高まります。これらの原材料にも、社会的・環境的な問題が指摘されています。

重要である理由

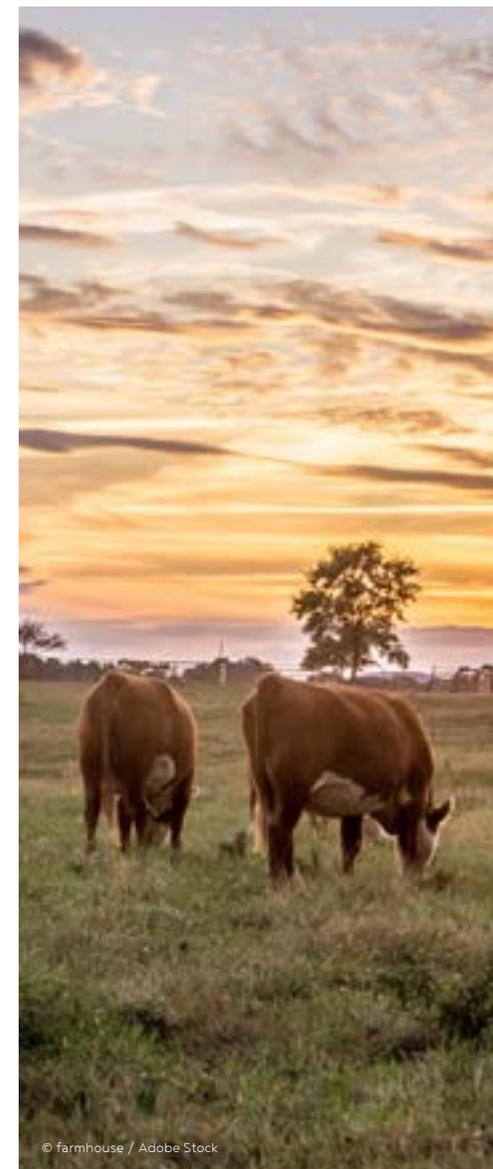
食糧需要の増加は、森林などの自然の土地を農地に転用することにつながります。自然環境が農作物や畜産物に転用されると、化学肥料や農薬の使用による問題だけでなく、野生の動植物の生態系が失われます。農業は、生物多様性を脅かし、環境汚染の原因となるだけでなく、温室効果ガスを排出し、二酸化炭素を吸収する植物や森林の破壊により、気候変動を加速させます。

農場の動物福祉の基準が高まれば、畜産動物の扱いやその飼育環境も改善されます。倫理的な畜産方法を実践することで、動物たちは広いスペースと多様な自然環境の中で暮らすことができ、植物や昆虫の生息地が守られ、生物多様性を支えることができます。

2015年、酪農業からの二酸化炭素排出量が、その年の世界の総排出量の

3.4%  を占めました³。

あらゆる食品グループの中でも、乳製品は、牛肉、羊肉、チーズに次ぎ、多くの二酸化炭素を排出しています⁴。



© farmhouse / Adobe Stock

3. <https://www.bbc.com/future/article/20201208-climate-change-can-dairy-farming-become-sustainable>
 4. <https://interactive.carbonbrief.org/what-is-the-climate-impact-of-eating-meat-and-dairy/>



動物福祉を支援するためにできること

- ケージフリーの卵を使用しましょう。鶏が自然な行動をとり、屋外を歩き回れるスペースが確保された**放し飼い**の卵や、オーガニックなど、福祉に対する意識の高い卵の調達を目指しましょう。
- 全ての乳製品に適用されている動物の福祉基準について、サプライヤーに質問してみましょう。1年のうち一定の期間だけでも牛を牧草地に放牧することで、動物福祉の向上と温室効果ガス排出量の削減を実現できます。
- 福祉に関する主張を裏づける、法規制以上の自主的な認証を受けているかどうかをサプライヤーに質問してみましょう。
- 可能であれば、オーガニックの卵や乳製品の調達を検討しましょう。オーガニックの卵や乳製品は、抗生物質の使用を最小限に抑え、より高い福祉基準で飼育された動物から作られています。
- 動物性食品に頼らない、植物性／ヴィーガンの選択肢を増やすことを検討しましょう。

サプライヤーへの質問

さらに深く知るために、以下についてもサプライヤーに聞いてみましょう。

- **閉鎖的な飼育システム**で飼育されているかどうか、適切な飼育密度、適切な飼育舎と管理方法、地元で調達した動物用飼料の使用、動物の健康と行動に関する報告を行う。
- 抗生物質の使用について。責任ある抗生物質の使用は、一律ではなく必要に応じたものとし、使用量は抑えるべきです。



バタリーケージは、採卵鶏の動きや自然な行動を著しく制限するもので、鶏たちは健康に悪影響を及ぼす窮屈な環境に置かれています。EUでは、2012年初頭から「非エンリッチド」ケージ（750cm²に満たない大きさのケージ）の使用が禁止されていますが、ケージでの飼育システムは現在も認められています。世界中で30億羽以上の鶏が、いまだにバタリーケージで飼育されています。EUでは、全体の半分近くの卵が「エンリッチド（改良型）」ケージシステムで生産されていますが⁵、アメリカでは、全体の95%が従来型のバタリーケージで生産されています⁶。

5. <https://www.poultryworld.net/Health/Articles/2021/4/Food-companies-ask-EU-Commission-to-phase-out-enriched-cages-728719E/>
 6. <https://www.ciwf.com/farmed-animals/chickens/egg-laying-hens/>



**生物多様性を
支援するためにできること**



- 農薬は、ミツバチなど重要な花粉媒介者を含む昆虫の個体数の減少に明らかに影響しています。化学物質の使用を最小限に抑えた有機栽培の小麦粉や砂糖など、オーガニックの乾物類を調達するようにしましょう。
- スペルト小麦、ライ麦、ソバなど、生物多様性の保全に役立つ固定種の穀物を探してみましょう。
- ヴィーガンのお菓子によく使われているココナッツミルク、豆乳、ナッツミルクなども生物多様性に影響を与えることを忘れてはいけません。これらの生産物がどこから来ているのか、栽培方法に関する社会的・環境的ポリシーがあるのか、アグロフォレストリーやパーマカルチャーを採用しているのかなどをサプライヤーに質問してみましょう。

「10年ほど前、パンの材料となる地場産の穀類を探すことにしました。すると、この地域の農家では、主に大規模事業者から要求される価格に合わせるため、主要な2品種の小麦しか栽培されていないことがわかりました。わたしたちは地元の農家と協力して、スペルト小麦やソバなどの代替品種の栽培を始め、昨年はソバのパンの生産量を3倍に増やしました。」



クラウディオ・アルギベイ・コウニャゴ
(Claudio ARGIBAY COUÑAGO)

ベイクリーシェフ&オーナー
パナデリア・アルギベイ
(Panadería Argibay)
スペイン、ポリーニョ



© Дима Коробка / Adobe Stock



「シュヴァル・ブラン・パリ (Cheval Blanc Paris)」のヘッドペストリーシェフを務めるマキシム・フレデリックは、理想の牛乳を調達するために2年も費やしました。しかし今では、「シュヴァル・ブラン・パリ」が運営する4つのレストランとホテル全てに、ノルマンディーの酪農場「ラ・フェルム・ド・ラ・フォス・アラ・ロー (La Ferme de la Fosse à l' Eau)」の牛乳を使用し、彼らとの直接取引に満足しています。

この小規模なオーガニック酪農家は、乳製品の価格低下と、肉体的にも精神的にもハードな酪農の仕事が原因で、経営難に陥っていました。

しかし、牛乳を固定価格で購入することで農場を直接支援するというビジョンをマキシムが提示したことで、状況は一変しました。現在、マキシムはこの農家のクリストフとコリンヌとの間で直接合意した、農家にとって十分な水準の対価を支払っています。そのおかげで、これまでは何度も搾乳していたものが1日1回で済み、牛を休ませることができるようになりました。結果的に動物たちの生活水準が向上し、大切にされるようになったのです。

「わたしたちにとって、これは実際に目に見える取り組みです。牛乳で満たされたバケツを開けたときの従業員のリアクションを目にすると、そこには真の敬意があり、その価値を本当に理解していることがわかります」。

マキシムと農場とのパートナーシップにより、農場では雇用が創出された（正社員2名から6名に増員）だけでなく、高い動物福祉基準を維持し、生産物に対して適正な価格を受け取ることができるようになりました。一方で「シュヴァル・ブラン・パリ」のシェフたちは、使用する生産物の価値を真に理解することができたのです。



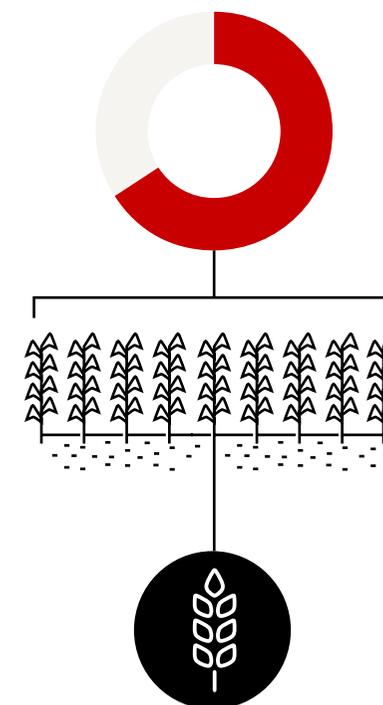
マキシム・フレデリック
(Maxime FRÉDÉRIC)

ヘッドペストリーシェフ
シュヴァル・ブラン・パリ (Cheval Blanc Paris)
フランス、パリ



食用として栽培されてきた農作物は6,000種以上ありますが、そのうちのわずか9種が全農作物生産量の

66%を占めています⁷。



これら9種のうち、小麦は世界で最も多く栽培されている農作物です⁸。

7. <http://www.fao.org/state-of-biodiversity-for-food-agriculture/en/>
8. <https://wheat.org/wheat-in-the-world/>



調達 — 生物多様性と動物福祉を支援する



レストラン「アンバー (Amber)」の料理長を務めるリチャード・エッケバはこう言います。「わたしたちは、ペストリーであまり使われていない食材を探すのが大好きです」。ナッツ類はメニューによく使われますが、シード類の出番はあまりありません。リチャードは、ヘーゼルナッツの代わりにヒマワリやカボチャの種を使ったプラリネを作っています。そうすることで、これまで目を向けられることなく無駄になりがちだった食材を活かせるだけでなく、彼のデザートに新たなフレーバーの幅を生みました。



リチャード・エッケバ (Richard EKKEBUS)

料理長
アンバー (Amber)
香港

パン作りにおける伝統的な素材と製法

パンの世界では、より持続可能なパン作りを紹介する方法として、伝統的な技術や食材に注目が集まっています。加工や精製されていない、あまり知られていない原材料を探すことは、生物多様性の観点でもメリットとなります。たとえば、地場産の小麦粉を探してみましょう。また、イギリスの「リアルブレッド・キャンペーン (The Real Bread Campaign)」などのキャンペーンでは、いわゆる「加工助剤」などの人工添加物を一切使用しないパン作りを推進しています。



© JenkoAtaman / Adobe Stock



社会 — 健康的な食事を提供する

課題

- スイート・ガストロノミーは、多くの人にとってのご褒美ですが、健康へ影響を及ぼす可能性を考慮する必要があります。ただし、甘いものを否定することでは解決はしません。
- 化学添加物に関する規制の変更や、砂糖への関心の高まり（たとえば砂糖税の導入など）は、シェフにとっても潜在的な影響を意識せざるを得ないものとなっています。
- 食生活の関心やニーズも変化しています。グルテンフリー、乳糖除去などのアレルギー対応や、オーガニック、無農薬などの嗜好に対応したメニューの需要が高まっています。

重要である理由

- 世界的に見ても、お腹まわりの中性脂肪の増加は健康面やコスト面で社会に大きな影響を与えており、多くの国で肥満や糖尿病が増加しています。
- 健康への関心は、お客さまの選択にも大きな影響をもたらしています。ニーズに合わせて、過度に「不健康」ではない料理を提供することで、お客さまにアピールすることができます。シェフは、メニューを通してお客さまがより良い選択ができるように導く力をもっています。大切なのはバランスです。



世界では、1975年以降、肥満が約3倍に増加しています。2016年には、世界の全成人の

39%  が過体重に分類されました⁹。

© Anne-Claire Heraud

9. <https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>



健康的な食事を提供するためにできること

- レシピの糖分、塩分、脂肪分を減らしてみましよう。食にまつわる健康問題があまり理解されていなかった時代に生まれたレシピも多く、その品質や風味を損なうことなく改良することは可能です。
- 精製された砂糖は、健康問題の主な原因として指摘されています。精製度が低い食材を選んで使用する他、ハチミツ、アガベ、デーツ、メープルシロップなどの天然由来の糖分や甘みを代用したり、ココナッツシュガーなど、砂糖の代替の使用を検討しましょう。
- グルテンフリー、乳糖除去、ヴィーガンの選択肢を提供することで、さまざまな食生活のニーズに対応しましょう。また、従業員には必ずアレルギーに関する情報を伝えておきましょう。
- 果物を多く使用する、砂糖や塩分、脂肪分が少ないなど、より健康的な選択肢を提供・推進しましょう。
- 精製度が低く、GI値の低い全粒穀物、ナッツ類、シード類を使用しましょう。
- 発酵技術を用いて、糖分やデンプンをより単純な物質に変え、血糖値を下げるなどの健康効果を生み出しましょう。
- 加工品に含まれる、隠れた糖分の量を調べましょう。
- 2個買うと1個無料など、食べ過ぎや暴飲暴食を助長するようなプロモーションは避けましょう。

グルテン不耐症やセリアック病の患者数は世界的に増加しています¹⁰。ベーカリー業界は、グルテンフリー製品が最大かつ急速に成長している分野です¹¹。



「砂糖には気をつけるようにしています。ほとんどのレシピは、過去に作られたレシピをもとにして改良しています。わたしは、果物や野菜の自然な甘みを利用するのが好きです。砂糖で味をごまかすのではなく、こうした変化を加えることでチョコレートがより美味しくなると信じています」。



ジャレッド・ジャン・リー・チュア
(Jared JIANN LIH CHUAH)

オーナー
スイーツ・パイ・ジャレッド (Sweets by Jared)
ノルウェー、オスロ

10. <https://celiac.org/about-the-foundation/featured-news/2020/02/incidence-of-celiac-disease-steadily-increasing/>
11. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/gluten-free-products-market>



原材料や規定の変化に対応するためにできること



- 人工着色料の使用を減らすか、一切使用しないようにしましょう。着色料は天然由来のものを使用するか、果物や野菜などの天然由来の代替品を探しましょう。たとえば、ビーツを脱水して粉末にしたもので、クリエイションに色をつけることができます。
- 業界の団体などに加入し、配信登録をすることで、原材料の仕様変更などの最新情報を得ることができます。
- たとえば、米国の食品医薬品局 (Food & Drug Administration)、EU の欧州食品安全機関 (European Food Safety Authority) のように、お住まいの国の該当機関を把握しておき、そこに登録して最新情報を取得できるようにしましょう。
- 責任ある原材料の使用に関する方針を作成し、従業員全員で共有しましょう。

「オーベルジュ・ラ・フニエール (l' Auberge la Fenière)」でナディア・サムートが作るパンはどれも、グルテン、乳糖を使用していません。「コム&サル (KOM&SAL)」ではさらに、徹底して全ての製品に卵を使用していません。ナディアはセリアック病を患っていたことで、「〇〇フリー」料理の哲学に倣い、「グルテン抜き」という言葉を使わないだけでなく、料理の満足度、食感、味を最大限に高めるためのさまざまなテクニックを駆使するようになりました。「ある原材料が『入っていない』ことに気づかないほど美味しい料理を作ることによりがいを感じます。ある原材料が入っていないという話の代わりに、さまざまなことに配慮をして作る料理のことや、グルテンフリーの粉そのものについて話しています。私にとって、ひよこ豆はグルテンを含まない小麦ではありません。あくまでもひよこ豆なのです」。



ナディア・サムート
(Nadia SAMMUT)

オーベルジュ・ラ・フニエール
(l' Auberge la Fenière) 料理長、
コム & サル (KOM&SAL®) 創設者
フランス、ルールマラン & カヴァイヨン



© Vladislav Nosik / Adobe Stock



社会 — 健康的な食事を提供する



砂糖

砂糖の生産は、生物多様性の損失や水不足など、多くの環境問題を引き起こす可能性があります。砂糖の摂りすぎによる健康への影響もあり、地球にも体にも配慮した砂糖の代替品を探したり、料理での砂糖の使い方を見直したりする動きが活発になっています。

砂糖の精製プロセスは、多くのエネルギーと水を必要とします。サトウキビとテンサイは土地利用の必要性が高く、時間と共に土壌の質が低下して病気にかかりやすくなるため、農薬が必要になるケースが多くあります。サトウキビもテンサイも有機栽培が可能です。有機栽培とは、より高いレベルの環境に配慮した栽培方法で、農薬を、ほとんど、あるいは一切使用しません。砂糖が、サトウキビで作られるか、テンサイで作られるかは、生産地によって異なります。サトウキビは主に熱帯地域で栽培され、テンサイは温帯地域で栽培されます。そのため、サトウキビ栽培では労働条件や賃金が問題になることがよくあります。

地元で栽培・生産された砂糖を調達しつつ、精製度の低い砂糖を探すという2本立てのアプローチを採用しましょう。これらの製品は、加工時のエネルギー使用量が少なく、精白糖よりも二酸化炭素排出量が少ないと考えられます。

砂糖の使い方を変えることで、レシピの見直しが必要になるかもしれませんが、これを機に新しい料理を試したり、レシピ開発を通じて従業員を教育したり、そうした取り組みについてお客さまに伝えてみるというでしょう。

「甘いものはこれからも嗜好品であり続けます。ただし、それはしっかりと管理された嗜好品でなければならないのです」。



バレイタン・ミルレ
(Valetin MILLE)

ヘッドベストリーシェフ
アンバー (Amber)
香港

シアトルの「フランキー&ジョーズ (Frankie & Jo's) アイスクリーム」では、10種類以上のフレーバーが楽しめる植物性アイスクリームの他、季節ごとに変わる3種類の月替わりスペシャルメニューを提供しています。フレーバーにおいて、スペシャルメニューや新しい食材がイノベーションや開発のチャンスになり得ることを実証し、他にもさまざまな種類の甘味料も試しています。サトウキビから作る伝統的な砂糖を使うこともありますが、メープルシロップ、ココナッツシュガー、デーツなどもアイスクリームの甘味料として使っています（アイスクリームは100%ヴィーガンです）。このようにさまざまな甘味料を使うことで、美味しいアイスクリームを作るのに、必ずしもサトウキビから作る砂糖が必要ではないことを証明し、そうした砂糖を避けたいお客さまにも常に幅広く対応できるようにしています。それは、カリナリーディレクターのエイミー・ブラウンが強調するように、「誰もが楽しめるものを提供したい」からです。



エイミー・ブラウン
(Amy BROWN)

カリナリーディレクター
フランキー&ジョーズ
(Frankie & Jo's)
米国、シアトル



社会 — 地域コミュニティを支援する



課題

どんなビジネスも単独では存在しません。地域の繁栄は、ペストリー、チョコレートショップ、ベーカリー、レストランに利益をもたらします。また、社会的弱者を支え、地域を再生し、経済的繁栄をもたらすこともできます。消費者もビジネスに対して、利益以上のことを期待するようになっています。そのため、シェフやビジネスオーナーは、自分のスキルや人につながる能力を活かして、人々の暮らしをより良い方向に変えるためのサポート役も担っているのです。

重要である理由

お店と地域をつなぐことで、お店のお客さまや従業員のロイヤリティが高まり、「より美味しい」料理を提供することができます。それこそが、持続可能で成功するビジネスの鍵と言えます。地域社会に良い影響をもたらすことが、社会的、経済的、環境的メリットにつながることもよくあります。たとえば、不用品の回収を必要とする人たち同士をつなげることで、より便利なりサイクルサービスの実現が可能です。カフェやレストラン、ショップは、地域の中心的な存在です。時間、場所、またはお金を寄付することも、ビジネスが地域に与えるプラスの影響を高めることができます。



「わたしにとって、職人の技や仕事、仕事に対する正当な報酬はとても重要な価値観です。これは、磁器製品やテラコッタから大工まで、わたしたちが関わる全ての製品に当てはまります。わたしたちは地域経済に投資しているのです」。



マキシム・フレデリック
(Maxime FRÉDÉRIC)

ヘッドペストリーシェフ
シュヴァルブランパリ (Cheval Blanc Paris)
フランス、パリ

© olgapogorelova / Adobe Stock



社会 - 地域コミュニティを支援する



地域コミュニティを支援するためにできること



- 地元の企業やコミュニティのグループに参加し、コミュニティのニーズや自分ができることを理解しましょう。
- たとえば接客から裏方への異動など、新しい分野への異動を希望する従業員をサポートするための研修・実習プログラムを開発しましょう。
- 地域経済の活性化と輸送・物流コストの削減のために、地元企業から調達しましょう。
- ボランティア活動のために従業員に休暇を与えたり、従業員の時間や会社のスペースを慈善団体や地元のコミュニティグループのために使用したり、従業員によるコミュニティ活動のためのチャリティ募金をマッチングファンドすることを検討しましょう。
- 社会的影響を測定し、報告しましょう（ボランティア時間数、募金額など）。自身の取り組みを公表することで、他の人も参加したり、取り組みを拡大する励みとなる場合もあります。
- お客さまや従業員を含め、さまざまな障がいのあるすべての方が利用できるようにしましょう。これは、障がいのあるお客さまでも物理的に利用しやすくすることと、全ての従業員のニーズを満たすために労働条件を調整することを意味します。

パトリス・デマーズは、カナダの慈善団体「ラ・タブレ・デ・シェフ (La Tablée des Chefs)」に設立当初から深く関わってきました。パトリスは、料理教室を開催して募金活動を行ったり、「ラ・タブレ・デ・シェフ」の見習いを雇用して、正規の教育を受けていない若者に仕事の経験や資格を与えたり、売れ残った商品を寄付したりと、さまざまな形でこのチャリティーを支援しています。ビジネスが地域の組織や慈善団体に貢献できる、さまざまなサポートの良い例と言えます。



パトリス・デマーズ
(Patrice DEMERS)

ベストリーシェフ&オーナー
パトリス・パティシエ
(Patrice Pâtissier)
カナダ、モントリオール



© Jonah Pettrich / Unsplash



社会 — 従業員の公平な評価・処遇を行う



課題

ペストリー、チョコレートショップ、ベーカリー、レストランの厨房は、体力が必要な職場と言えます。社会的に不適切な労働時間やプレッシャーの多い環境、低い給料など、スイート・ガストロノミーの世界での長期的なキャリアは魅力的に見えません。

重要である理由

- ポジティブな企業文化を育むことで、全ての人にとって充実した職場となります。また、ホスピタリティがより魅力的なキャリアの選択肢となることで、優秀な人材が活躍できるようになります。従業員の忠誠心とコミットメントがもたらすメリットを過小評価してはいけません。
- 従業員の離職は、企業にとって付加的なコストとなります。最も成功している企業は、給与、チップ、広範な労働条件に対する進歩的なアプローチが、従業員の採用と定着の改善に役立つことを知っています。

接客業を辞める理由のトップ3は、「社会的に不適切な労働時間」「給与や福利厚生の低さ」「キャリアの見通しの無さ」です¹³。



© standret / Adobe Stock

13. <https://www.ukhospitality.org.uk/blogpost/1721400/325437/Retaining-Staff>



従業員の公平な評価・処遇のためにできること

- ダイバーシティ(多様性)とインクルージョン(包括性)を受け入れ、障がい、性別、年齢、民族性、性的指向に基づく差別を行わない採用・雇用方針を徹底しましょう。
- 全ての従業員に少なくとも生活賃金を支払うことを目指しましょう。そうすることで、従業員が大切にされていると実感できるだけでなく、正社員とアルバイト、接客と裏方、シェフと営業など、ビジネスの中で分けて考えがちな役割の格差をなくすることができます。これが従業員の士気を高めて離職率を大幅に減少させるため、長期的なコスト削減につながります。
- サポートやトレーニングを通じて、精神的・肉体的なウェルビーイングを促進することで、健康的な職場環境を育みましょう。ジム会員の割引、カウンセリングサービスの利用など、従業員の福利厚生もひとつの方法です。
- 体力のいる仕事を楽にする厨房デザインや自動化を検討しましょう。誰でも使えるシステムや機械にすることで、全ての従業員がビジネス全体に関与できるようになります。
- 従業員が経験を積み、ビジネス上のさまざまな役割に挑戦することを奨励しましょう。このような従業員の育成は、従業員の成長と学習を助けると共に、全ての従業員に平等な機会があることを示すものです。
- 仕事以外の趣味や情熱を共有することを奨励しましょう。それがチームとしての活動やお祝いをする文化の基盤を作ります。
- カジュアルなスタッフミーティングやニュースレターなどを通じて、従業員間のコミュニケーションを維持することで、従業員のエンゲージメントや積極性を高めることができます。
- 傷病手当、休日出勤手当、ボランティア活動や個人的な休暇など、さまざまな福利厚生を提供しましょう。

英国では、接客業における男女間及び民族間の賃金格差は共に

9% となっており¹⁴、

まだ課題があることを示しています。報告の増加、透明性の向上、推進プロセスの見直しなどが重要です。



「一晩中つけっぱなしにしておける新しいブルーファア(生地最終発酵を行う機械)を購入しました。そのおかげで夜勤の必要がなくなり、従業員の労働時間が改善されて職場の満足度が上がりました」。



カロリーナ・モレア
(Carolina MOLEA)

創設者
ラルチザン・クリエイティブ・ベーカリー
(L' Artisane Creative Bakery)
米國、コーラルゲーブルズ



社会 — 従業員の公平な評価・処遇を行う



この3～4年、ナデージュ・ヌーリアンは「ナデージュ・パティスリー (Nadège Patisserie)」の従業員のウェルビーイング問題に幅広く取り組み、「人材への真の投資」を行ってきました。

これには、最長で1日8時間の労働時間、柔軟なシフト勤務の提供、従業員の性別や文化における多様性の確保などが含まれます。上司ではなく対等な立場で接することを従業員に奨励する彼女の横ならびの管理体制だからこそ、従業員が発言しやすくなります。こうした努力が実を結び、この2年間は従業員の離職がありませんでした。



ナデージュ・ヌーリアン (NADÈGE NOURIAN)

オーナーシェフ
ナデージュ・パティスリー
(Nadège Patisserie)
カナダ、トロント

「わたしたちがとても大切にしているのは、価値観を共有する従業員を採用することです。新しい人材を採用する際のわたしたちの責任は、会社の価値観が何であるかを示すことです。価値観は、環境への影響や、社会的なコミットメントにも及びます。たとえば、できる限り車通勤を避けたい従業員のために、公共交通機関の運賃を会社で負担しています」。



フランク・ミュラー (Franck MOULARD)

ベストリーシェフ&オーナー
リベルアート (Liber Art)
フランス、アヌシー



© StratfordProductions / Adobe Stock



より持続可能なペストリー、チョコレートショップ、ベーカリー、レストランを運営するために、わたしたちが考える最も重要なポイントをご紹介します。

トピック

アクション



健康的な食事を提供する

- レシピの糖分、塩分、脂肪分を減らしてみる。
- 果物を多く使用する、砂糖や塩分、脂肪分が少ないものなど、より健康的な選択肢を提供・推進する。



地域コミュニティを支援する

- 地元の企業やコミュニティのグループに参加し、コミュニティのニーズや自分ができることを理解する。



従業員の公平な評価・処遇を行う

- サポートやトレーニング、福利厚生を通じて、精神的・肉体的なウェルビーイングを促進することで、健康的な職場環境を育む。



© sonyakamoz / Adobe Stock

Environnement

環境 — エネルギー資源を有効に活用する



課題

スイート・ガストロノミーの厨房で行われる決定は、そのほとんどが天然資源の使用に関係しています。スイート・ガストロノミーでは冷蔵と加熱を行い、多くのエネルギーを必要とします。

英国の年間消費量によると、 ケーキだけで食品分野全体のエネルギー消費量の **2%** を占め、 地球温暖化ガス排出量の **1%** を占めています¹⁵。

重要である理由

地球の気温が上昇し、地球もわたしたちの食料調達も危険にさらされています。無駄にエネルギーや水を使用することは、環境に悪影響を及ぼすだけでなく、事業のコスト増にもつながります。しかし、逆説的には、企業の利益と地球の利益が一致するサステナビリティを実現することが可能です。つまり、売上を増やさなくても、コストを減らして利益率を上げることも可能です。エネルギーコストを20%削減すると、売上が5%増加したのと同じ利益が得られます¹⁶。



¹⁵ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352550918303087>
¹⁶ <https://qz.com/1248272/a-20-cut-in-energy-costs-could-represent-a-5-increase-in-sales/>



エネルギー資源を有効に活用するためにできること

- ❑ エネルギーと水の使用量を定期的にモニタリングしましょう。たとえば、スマートメーターを使えば毎日の使用量を確認することができ、使用傾向を把握し、節約できるポイントを特定するのに役立ちます。また、正確な検針を行うことができるので、実際に使用したエネルギーや水の料金のみを支払うことができます。
- ❑ 定期的なメンテナンスを行い、機器の効率的な稼働を実現しましょう。クリーニングとメンテナンスを定期的に行うことで、冷蔵システムのエネルギー使用量を大幅に削減できるため、コストも削減できます。
- ❑ 新しい機器を購入する際には、できる限りエネルギー効率の高い製品を選びましょう。エネルギー効率の良いものを選択することが長期的なコスト削減につながることを理解するために、「総所有コスト (total cost of ownership)」について質問してみましょう。
- ❑ ガスをできる限り電気に切り替えましょう。
- ❑ エネルギー供給会社に相談して、グリーン・タリフ (太陽光や風力などの再生可能エネルギー供給のために定められた料金メニュー) について確認しましょう。
- ❑ オープンや急速冷凍庫の電源を入れたり切ったりするタイミング、適切な設定温度についてなど、効率的なエネルギーの使用方法について、従業員へのトレーニングを定期的に行いましょう。最近のオープンやIHコンロはすぐに温まるので、「万が一」に備えて電源を入れておく必要はありません。
- ❑ 水を効率的に使用する方法について、従業員へのトレーニングを定期的に行いましょう (野菜を洗うときは流水ではなくシンクで洗う、食洗機はいっぱいになったときだけ稼働させる、など)。
- ❑ 節水水栓やLED照明などの節水・省エネ設備を導入しましょう。これらも年間を通して大幅なコスト削減につながります。



© raouigalop / Adobe Stock



「わたしたちは環境と気候変動について考えなければなりません。気候が変われば、必要なカカオ豆が手に入らなくなり、ペストリーの世界も大きく変わってしまうでしょうから」。


マイケル・ウィルソン (Michael WILSON)
 総料理長
 ポーレン (Pollen)
 シンガポール

© P. Ollier

「モノ (Mono)」のダフネ・ダニエル=ソトは、どの機器を使うのかだけでなく、その使い方も重要であることを実証しています。レシピの開発時に、どのように焼く必要があるかを考えることが省エネにつながります。ダフネは、焼成を同時に行うことができるレシピを好んで使います。つまり、朝、トレイにすべてセットしておけば、焼成の時間を1日に何度もとる必要はなく、2回で済ませることができるということです。その一例が、ビスケットとチュイールを同時に焼く方法です。ビスケットは上段に、チュイールは下段に入れることで、オーブンの稼働時間を短縮し、省エネと節約を実現しています。



ダフネ・ダニエル=ソト (Dafne DANIEL-SOTO)
 ペストリーシェフ
 モノ (Mono)
 香港

「サステナブルな経営はコストがかかると思われがちですが、そうではありません。良いビジネスモデルを考えることと、投資とコストを認識する必要があります。効率の良いオーブンは、短期的にコストが高くなるだけのものではなく、長期的に見れば経済的に意味のある投資なのです」。



カロリーナ・モレア (Carolina MOLEA)
 創設者
 ラルチザン・クリエイティブ・ベーカリー (L' Artisane Creative Bakery)
 米国、コーラルゲーブルズ



課題

食品廃棄物は厨房のあらゆる場所で発生し、接客業界では毎年何十億ドルものコストが発生しています。スイート・ガストロノミーのレシピでは、分量が細かく決められていることが多いですが、それでもなお食品廃棄物は発生します。果物や乳製品が傷んでしまう、デザートのカット端を捨てる、切り分けた量が多すぎる、お客さまの期待に応えるために棚いっぱい商品並べ、などが起こります。これらは全て、回避可能な食品廃棄物になります。

重要である理由

世界の温室効果ガス排出量の8~10%は、消費されない食品に関連しています。無駄になった食品は、企業にとっても経済的なコストとなります。世界の一部で食糧不足が発生していることを考えると、責任ある企業には、食品の無駄を減らす努力をする義務があります。

EU全体で、毎年少なくとも

350 万トン

のパンがベーカリーで廃棄されています¹⁷。



「リサイクル」や「リユース」についてはよく議論されますが、「リデュース」についてはあまり議論に上がりません。食品廃棄を回避する最善の方法は、まずは無駄になる食品を作らないことだと思うのです。わたしは、どのようにレシピを作るのかを考慮することで、それを実践しています。全ての食材のあらゆる部位を使ったレシピを作るようにしています。もうひとつは、作業の各工程を最適化して、余剰を最小限に抑えることです」。



サンドラ・オルネラス
(Sandra ORNELAS)

ベストリーシェフ
エコール・ヴァローナ (L' Ecole Valrhona)
スペイン

© Ullab / Adobe Stock

17. <https://www.unep.org/resources/report/uneep-food-waste-index-report-2021>

18. https://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=search.dspPage&n_proj_id=3996



食品の無駄をなくすためにできること

- 無駄の少ないレシピを作りましょう。廃棄物を最小限に抑えることを念頭に置いたレシピを開発することは、廃棄物を出さない最善の方法です。たとえばチョコレートは、ナッツのコーティングやデコレーションなど、多目的に使用することができます。
- 未使用の食材や切れ端を他のレシピに使えないか、創造力を働かせてレシピを再考するよう従業員を促しましょう。余ったパンをデザートに使ったり、プレスしたショートブレッドの破片を残ったクーベルチュール・チョコレートと混ぜ合わせたりすれば、クリエイションに面白い食感を与えることができます。
- 余ったり、見た目の良くない果物をジャムやソースにする、果物の皮などを乾燥させてパウダー状にし、他のクリエイションの飾りとして使用するなど、保存方法を工夫して、食べ物を無駄にしないようにしましょう。
- 1日の売上と営業終了後に残った在庫を定期的にチェックして、作る量が適切かを確認しましょう。在庫管理のために、予約注文が可能かどうかを検討しましょう。「ウォークイン（予約なしで直接来店するお客さま）」に備える商品の量を少なくすることで、廃棄の可能性を減らすことができます。
- 新しいメニューの発表の際は、事前予約を受け付けて注文を確保し、無駄を減らしましょう。
- シェフのトレーニングを定期的に行いましょう。正確に計量することとミスを最小限にすることは、食材の無駄を減らすことにつながります。
- 軸、茎、皮、花を使ったガーニッシュやデコレーションも食べられるものにしましょう。
- 食品の無駄を減らし、「買えるうちに買っておこう」という意識をもってもらうために、陳列棚が常にいっぱいではないことや、在庫に限りがあることをお客さまに説明しましょう。SNSはこのような情報を伝えるのに適しています。
- お客さまに、家庭での残り物の保存方法や再加熱の方法をアドバイスしましょう。

世界の食品廃棄物をひとつの国と考えると、温室効果ガスの総排出量では中国、米国に次いで第3位となります¹⁹⁾。



「プロフェッショナルな職人気質をもつペストリーシェフとして、効率化と廃棄や無駄を省くことを当たり前のこととして実践しています」。



野島茂

総料理長
 グランドハイアット福岡
 (Grand Hyatt Fukuoka)
 日本、福岡



食品の無駄を管理するためにできること

- 必要以上に注文するのではなく、何がいつ必要なのかを正確に把握するために、定期的に棚卸しを行いましょう。
- 無駄になった食品の量を定期的にモニタリングし、注文・生産過多による腐敗、調理ミスなど、さまざまな場面で食品の無駄が発生していることを考慮しましょう。また、お皿にお客さまの食べ残しがある場合は、一人前の量を減らすことを検討しても良いでしょう。
- 無駄になった食品を「腐敗」「調理」「食べ残し」の3つのカテゴリーに分類して測定し、削減目標を設定しましょう。
- 無駄になった食品を他の廃棄物と分別するよう、従業員を教育しましょう。
- サプライヤーと緊密に連携し、全ての納入品が指定された数量であることを確認しましょう。
- 1日の営業終了後に売れ残りがあれば、それを施設内で割引価格で販売することを検討しましょう。お住まいの国で利用できる Too Good To Go（食品廃棄物削減のために売れ残った商品を安く提供するアプリ）のようなサービスやアプリを使って販売することも可能です。
- 残り物については、従業員に持ち帰ってもらったり、慈善団体やフードバンクに寄付したりする方法もあります。
- 無駄になった食品の回収方法については、廃棄物処理業者に相談してください。避けられない食品廃棄物は、堆肥化や嫌気性消化による処理が最も環境にやさしい方法です。

「わたしたちのベーカリーでは、積極的に廃棄物を出さない方針をとっています。主に注文を受けてからパンを作るので、レストランなどの取引先には提供しやすいのですが、店内で販売する商品で余ったパンやパストリーは、全て地元の若者を支援する近くの慈善団体に寄付ようにしています。わたしたちの企業は、地元の活動をサポートすることに力を注いでいるので、食品廃棄物とコミュニティ活動を実際に結びつけることができている」。



ジェフリー・フィンケルシュタイン
(Jeffrey FINKELSTEIN)

オーナーシェフ
ホフ・ケルステン (Hof Kelsten)
カナダ、モントリオール

食材は貴重です。そのことを覚えておくと、1オンス、1グラム、1ミリ単位まで使い切る斬新なアイデアを生み出すことができます。シアトルにあるレストラン「カンリス (Canlis)」のシェフ、クリスタル・チウは、バニラビーンズが高価であることを知り、この貴重な材料を最大限に活用したいと考えました。「カンリス」では、バニラビーンズだけでなく、その皮を取っておいで砂糖に混ぜたり、粉類に混ぜて他の料理に使えるようにして、捨てる部分がないよう徹底しています。



クリスタル・チウ
(Crystal CHIU)

ヘッドパストリーシェフ
カンリス (Canlis)、
米国
シアトル



マルセイユにあるヴィーガンパストリー「オー・ファオン! (Oh Faon!)」の共同オーナーでシェフのジェローム・ラファエリは、食品廃棄に関してかなり積極的なアプローチをとっています。ジェロームが目指すのは、最小限の商品を作って売り切ること。つまり、お客さまが午後5時にお店に立ち寄ってみたら、陳列棚には商品があまり残っていないだろうということです。"何時に行っても品数が豊富に揃っているのが当たり前"という常識に挑むため、「オー・ファオン!」は真逆の方針をとっています。ジェロームはこれを、お客さまに食品廃棄に対する意識を高めてもらうための機会と捉えており、毎日の生産量が限られている点を強調することで需要の増加につながると考えています。これにより、食品廃棄物の削減だけでなく、お店でのエネルギー消費や従業員の労働時間の削減にもつながっています。まれに売れ残りが出た場合は、従業員やこの地域のお店に配ったり、レストランに売るなどして、地域の他業種とも協力しながら食品廃棄物の問題に取り組んでいます。



ジェローム・ラファエリ
(Jérôme RAFFAELLI)

パストリーシェフ&共同オーナー
オー・ファオン! (Oh Faon!)
フランス、マルセイユ

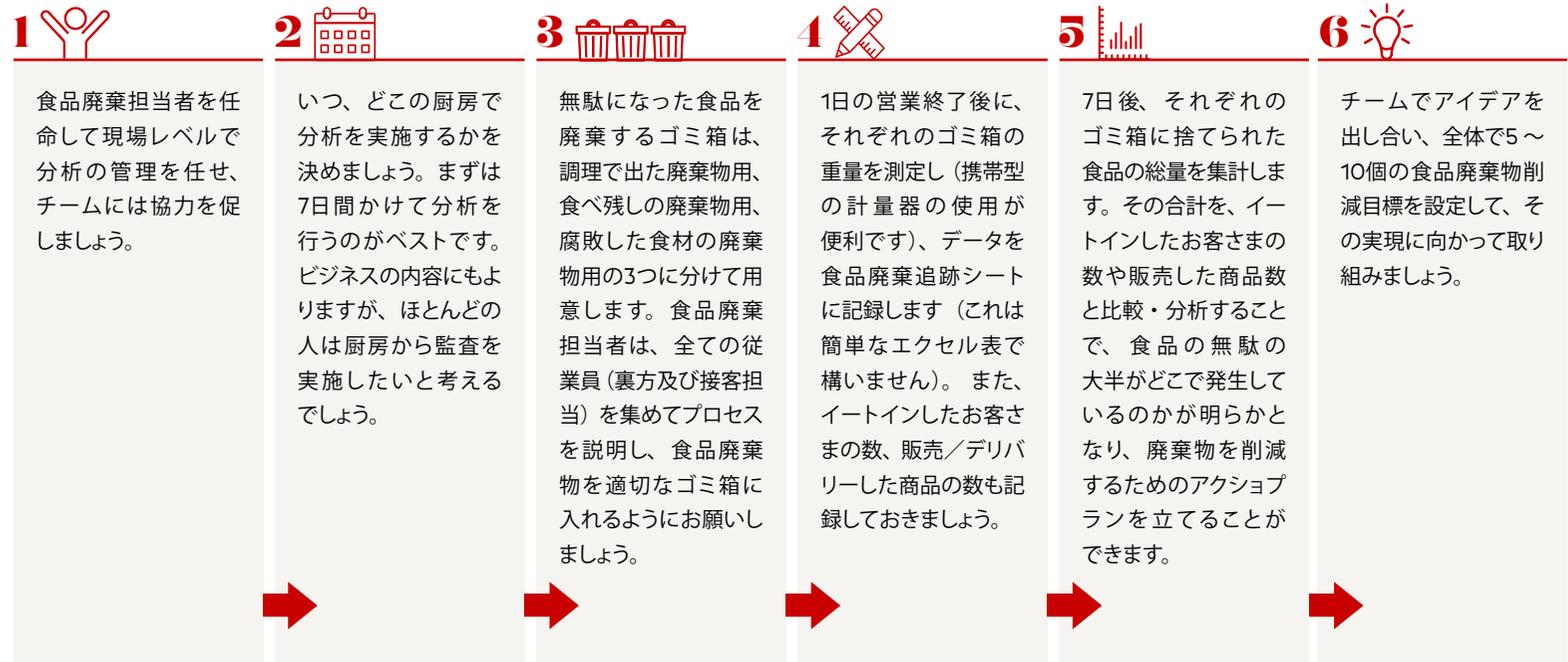


© NIK Merkulov / Adobe Stock



食品の無駄について知ろう

どこから手をつけていいかわからない、自分の会社に食品の無駄があるのかもわからないという場合は、自分でできる**食品廃棄分析**を試してみたいはかがでしょうか。この分析は、廃棄物の量を測定することで現在の無駄になった食品の量を把握し、どうやって問題に取り組みたいかを理解できるものです。



プロセスの導入後しばらくしてから（最低でも1ヶ月後を推奨）、同じ分析プロセスをもう一度実施し、成果を確認してください。定期的に進捗を確認することで食品廃棄物削減の効果を把握し、今後取り組むべき点を明らかにすることができます。



課題

社会の流れと共に、スイート・ガストロノミーも、プラスチック製の絞り袋や食品用ラップ、お客さま用の包装材やエプロンなど、使い捨ての製品を安易に使うようになりました。その多くはプラスチックであり、その他にも、紙、ボール紙、ホイルなども多用されており、大半は一度使用された後に埋め立てられます。

重要である理由

使い捨ての材料を減らすことは不可欠であり、廃棄物問題における最優先事項にすべきことです。これらの製品は使用可能期限が短いだけでなく、多くは非再生可能な資源から作られています。わたしたちは、採って、使って、捨てるという直線的な経済から、リデュース、リユース、リサイクルするというサーキュラーエコノミー（循環型経済）モデルに移行する必要があります。そうすることで、埋立地に送られるゴミを減らすだけでなく、コスト削減にもつながります。



「紛失や破損を心配される方もいらっしゃると思いますが、大規模なイベントであってもガラス製のヴェリーヌや金属製の食器類など再利用可能なアイテムを使用するほうが、使い捨てのアイテムを使用するよりコストを抑えることができるとわかりました。また、テイクアウトの場合、ガラス瓶のように再利用可能なアイテムは、プラスチック製のものより、ほんのわずかにコストをかけるだけで、商品の高級感を演出することができます。地球を救うだけでなく、コストを削減できるという証明ですね」。



ルーク・フロスト (Luke FROST)
ベストリーシェフ
エコール・ヴァローナ (L' Ecole Valrhona)
北欧

© Aaron Burson / Unsplash



リデュース促進のためにできること

- 食洗機で洗える絞り袋にする、プラスチック製食品用ラップの代わりに繰り返し使える容器を使用するなど、使い捨てから再利用可能な代替品に置き換えられる製品を見つけましょう。
- 使い捨ての配送用梱包材の使用を最低限に抑えているサプライヤーから購入し、再利用可能な梱包材の取り扱いがあるか聞いてみましょう。
- 商品を渡す前に、袋が必要かどうかをお客さまに確認したり、マイバッグやタッパー、カップなどを持参されたお客さまへの値引きなどを検討しましょう。
- 梱包用のテープやラベルなど細かいアイテムは、本当に使う必要のあるものなのかを検討しましょう。これらを完全になくすことができない場合は、リサイクル素材を使用したものや、FSC（森林管理協議会）など持続可能な調達先の製品を探してみましょう。

リユース促進のためにできること

- 何かを捨てる前に、再利用できないかを必ず確認しましょう。たとえば、多様な商品に使える型を選び、商品ごとに新しい型を必要とする代わりに、デコレーションをうまく利用して仕上げるようにしましょう。
- 100%再利用可能なプラスチック製品やリサイクル素材を使用した製品のみを使用しましょう。
- 必要不可欠な製品については、洗濯して再利用できる布製の絞り袋や、紙製の包装材を使用するなど、プラスチックの代替となる素材の製品をいくつも試してみましょう。
- プラスチックやパッケージに関する新しいソリューションについて、常に好奇心をもって最新の情報を得るようにしましょう。新しいソリューションは絶えず開発されています。

リサイクル促進のためにできること

- 廃棄物処理業者と話し合い、リサイクルできる素材は何か、自分たちの取り組みに対してどのようなサポートを期待できるのかを正確に把握しましょう。
- 地域のリサイクル要件に応じて、廃棄物の分別について従業員を教育しましょう。
- 店頭でお客さまに使い捨てのパッケージを提供する場合は、リサイクル可能な素材の汚染を避けるために、どのゴミ箱に捨てるべきかわかりやすく表示しましょう。
- 持ち帰り用のパッケージを提供している場合は、使用後のパッケージを責任をもって廃棄する方法についてお客さまに伝えましょう。これにより、リサイクルや堆肥化すべきものが埋め立てられたり、新しい素材が他の廃棄物処理の流れに混ざることが防げることができます。



使い捨てプラスチック

絞り袋からパッケージまで、使い捨て製品がスイート・ガストロノミーにどれほど役立っているかは否定できません。これらの製品の多くはバージンプラスチックを原料としているため、その使用を避けることに重点を置く必要があります。解決策や代替手段はあるものの、特に衛生基準を維持する必要性を踏まえた場合、取り組むのが難しいと感じる複雑な分野です。

1. まずは、不要なプラスチックやパッケージをなくしていくことから始めましょう。それが本当に必要なのか、自分自身に問いかけてみてください。
2. 1回しか使わないプラスチック製品は、再利用可能なものに置き換えてみましょう。
3. 交換や取り外しができないものについては、簡単にリサイクルできる、よりサステナブルな素材を探しましょう。

使用してみるべき代替素材

- **バガス** - サトウキビの副産物。
- **竹**
- **植物性パルプ**
- **RPET** - 再生材を使用したプラスチック。
- **バイオプラスチック** - トモロコシのデンプンなど植物由来の原料から作られるプラスチック。

さまざまな種類のプラスチックがあることを認識しましょう。一般的に使われるものと

して、リサイクル可能、生分解性、堆肥化可能などがあります（それぞれの定義については用語集を参照）。

4. 全てのプラスチック代替品が同じように製造されているわけではなく、廃棄のための設備が大きく異なることもあります。廃棄物処理業者に相談して、どのような処理が可能かを確認し、チーム全体が効果的な廃棄方法を把握するようにしましょう。

「わたしたちは、再利用可能なガラス製の持ち帰り容器のために、返却可能なデポジット制度を設けました。この1年で、お客さまの行動に変化が見られるようになりました。お客さまの中には、当初このような新しいやり方に抵抗を感じる方もいらっしゃいました。しかしわたしたちは、時には変化を促し、新しい習慣を身につけてもらうよう手助けをする必要があると考えています。今では、お客さまもわたしたちの姿勢に賛同くださり、容器を持参する方も多くいらっしゃいます。また、竹パルプを使用した容器や、再利用可能なスチール製カトラリーなども用意しています」。



フランク・ミュラー (Franck MOULARD)

ベストリーシェフ&オーナー
リベル・アート (Liber Art)
フランス、アヌシー

2018年、「アッシュフォード・キャッスル (Ashford Castle) ホテル」は、全ての使い捨てプラスチックをなくすと決定しました。シェフのポーラはそれまで、プラスチック製のラップや絞り袋を日常的に使用していましたが、この決意を実現するために、布製の絞り袋に変更し、さらに、毎晩食洗機で洗って繰り返し使えるタイプの絞り袋も見つけました。このおかげで、「アッシュフォード・キャッスル」では年間21,000個の絞り袋を節約することができました。



ポーラ・ステークラム (Paula STAKELUM)

リゾートエグゼクティブ・ベストリーシェフ
アッシュフォード・キャッスル
(Ashford Castle)
アイルランド、コング

Environnement

環境 — 環境におけるサステナビリティ・チェックリスト

より持続可能なペストリー、チョコレートショップ、ベーカリー、レストランを運営するために、わたしたちが考える最も重要なポイントをご紹介します。

トピック	アクション
 エネルギー資源を有効に活用する	<ul style="list-style-type: none"> □ エネルギーと水の消費量を定期的にモニタリングする。 □ エネルギーと水の効率的な使用方法について、定期的に従業員を教育する。
 食品の無駄をなくす	<ul style="list-style-type: none"> □ 食品廃棄に配慮したレシピを開発し、食品廃棄物を発生させないように保存方法を工夫する。
 リデュース・リユース・リサイクルを促進する	<ul style="list-style-type: none"> □ 使い捨て製品を使用しない、または再利用可能な代替品に置き換えることができる製品を見つける。



© hrui / Adobe Stock

Check-list de pratiques durables

サステナビリティ・チェックリスト

トピック	アクション
調達	
 地産地消と旬の食材の使用を推進する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 食材の産地、理想的には農園レベルまで把握し、調達元に地元の農園や生産者を少なくともひとつ選ぶ。 ❑ 季節に合わせてメニューを変えたり、季節のスペシャルメニューをアピールすることで、商品の魅力を高める。
 世界の農家を支援する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 乾物類（カカオ、砂糖、バニラ、紅茶、コーヒーなど）やエキゾチックフルーツの産地について、サプライヤーに詳しく質問する。原産国と、理想的には栽培された農園についても聞いてみる。 ❑ 労働者の権利や環境基準に関する方針を定めているサプライヤーから購入する。
 生物多様性と動物福祉を支援する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ ケージフリーの卵を使用する。 ❑ 全ての乳製品に適用されている動物福祉の基準について、サプライヤーに質問する。 ❑ 化学物質の使用を最小限に抑えた有機栽培の小麦粉や砂糖など、オーガニックの乾物類を調達する（有機栽培の定義は、認証によって異なる場合があります）。
社会	
 健康的な食事を促進する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ レシピの糖分、塩分、脂肪分を減らしてみる。 ❑ 果物を多く使用する、砂糖や塩分、脂肪分が少ないものなど、より健康的な選択肢を提供・推進する。
 地域コミュニティを支援する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 地元の企業やコミュニティのグループに参加し、コミュニティのニーズや自分ができていることを理解する。
 従業員の公平な評価・処遇を行う	<ul style="list-style-type: none"> ❑ サポートやトレーニング、福利厚生を通じて、精神的・肉体的なウェルビーイングを促進することで、健康的な職場環境を育む。
環境	
 エネルギー資源を有効に活用する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ エネルギーと水の消費量を定期的にモニタリングする。 ❑ エネルギーと水の効率的な使用方法について、定期的に従業員を教育する。
 食品の無駄をなくす	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 食品廃棄に配慮したレシピを開発し、食品廃棄物を発生させないように保存方法を工夫する。
 リデュース・リユース・リサイクルを促進する	<ul style="list-style-type: none"> ❑ 使い捨て製品を使用しない、または再利用可能な代替品に置き換えることができる製品を見つける。

Glossaire

用語集



生物多様性

生物多様性とは、生きている全ての植物、動物、生物と、それらが生息する生態系に関連する用語です。生物多様性は、わたしたちにきれいな空気、新鮮な水、良質な土壌、作物の受粉をもたらします。気候変動に対処し、それに適応するだけでなく、自然災害の影響を軽減するのにも役立ちます。生物多様性は食料生産に不可欠であり、生産できる食料にも影響を与えます。



閉鎖型飼育システム

閉鎖型飼育システムとは、鶏、豚、牛など集約的に飼育されている動物を収容するケージやクレート、畜舎を指します。それは、動物が自然な行動をとることができないような非常に狭い場所です。採卵鶏のためのバタリーケージは、閉鎖型飼育システムの一例です。



直接取引

直接取引は、コーヒーロースターやチョコレートメーカー、紅茶メーカーなどが、コーヒーやカカオ豆、紅茶を販売する生産者や加工業者と直接関係を築くことによって行われます。多くの場合は透明性のある追跡可能な取引関係を確保するためのもので、フェアトレードで義務づけられる基準よりも高い価格を支払い、認証にかかる費用をなくし、多くの中間業者を介在させずに小規模農家と直接取引することで、相互に利益をもたらします。直接貿易契約は乾物類に限ったものではありません。輸入フルーツもこの種の契約で調達することができます。



フェアトレード

フェアトレード財団は、世界中の農家を支援し、農家の生活やコミュニティを向上させるために必要な資金を確保しています。フェアトレード製品を購入すると、生産農家は製品の最低価格に加えて、家族やコミュニティのための割増金を受け取ることが保証されています。これにより、開発途上国の農家にとっての好条件が確保され、より持続可能なサプライチェーンを実現できます。



放し飼い

放し飼いで育てられた動物は、自然光を浴び開放的な空間で過ごせます。そうすると動物は自然な行動をとることができる上に、室内飼育よりも飼育密度が低いというメリットもあります。一部の国では、家禽肉や卵に関する放し飼いの基準が統一されています。しかし、ほとんどの国では乳製品に関する合意された基準がないため、購入した乳製品の動物福祉を正しく評価するためには、サプライヤーから詳しい情報を得る必要があるかもしれません。



森林管理協議会 (FSC)

森林管理協議会(FSC)は、経済的にも環境的にも有益な森林管理のアプローチを推進しています。FSC認証のある紙は、適切に管理された森林から調達されたことを示すものです。ビジネスで使用する全ての紙類がFSC認証を受けている、または再生材から作られているよう徹底することで、製造工程でのバーজন資源の使用を最小限に抑えることができます。



グリセミック・インデックス

グリセミック・インデックス(GI)とは、食品が血糖値にどのような影響を与えるかを示す指標です。0～100の数値で評価され、数値の比較によって食品のランクづけが行われます。GI値の高い食材は、GI値の低い食材や中程度の食材よりも血糖値を上昇させます。



生活賃金

生活賃金とは、最低限の生活水準を維持するために必要な生活費に基づいた賃金であり、毎週必要な食料品など、日常生活に必要なものを満たす賃金のことを指します。これは、多くの国が定める最低賃金よりも高いものです。最低賃金は実際に日々かかる生活費を反映していないことが多く、経済的な困窮につながることもあります。生活賃金の支払いは企業が自発的に決めるものであり、従業員の福利厚生と労働に対する正当な支払いを約束するものです。生活賃金は多くの国で導入されています。皆さまの国で導入されているかどうかは、こちらでご確認ください。

<https://wageindicator.org/salary/wages-in-context>



責任ある大豆に関する円卓会議 (RTRS)

責任ある大豆に関する円卓会議(Roundtable on Responsible Soy Association)は、責任ある大豆の生産、取引、使用の拡大を推進しています。大豆生産チェーン全体のステークホルダーと協力して、責任ある大豆調達のための国際的な認証基準を開発しました。この認証ツールは、(独立した検証によって)透明性を確保し、認証された大豆が環境的、社会的、経済的に実行可能なプロセスを経て生産されていることを保証するものです。森林破壊を伴わない大豆はその一例です。



持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)

持続可能なパーム油のための円卓会議(The Roundtable on Sustainable Palm Oil)のミッションは、持続可能なパーム油の世界基準を策定・実施することです。認証された持続可能なパーム油を生産するために企業が満たさなければならない、一連の環境的・社会的基準を策定しています。



オーガニック

オーガニック(有機)農法とは、さまざまな要件はもとより、農薬、肥料、遺伝子組み換え作物、抗生物質、成長ホルモンなどの使用を制限した農作物や家畜の生産方法です。ほとんどの国や地域では、EUのユーロリーフのように、オーガニック製品を認証する公的機関があります(オーガニック<有機>栽培の定義は、認証によって異なる場合があります)。



再生可能エネルギー

再生可能エネルギーとは、風力、太陽光、水力など、有限ではないエネルギー源により発電された電気のことを指します。グリーンウォッシングとは、少量の再生可能エネルギーを化石燃料と混合して「環境にやさしい」料金体系とみせかけて販売するような行為を指します。このような料金体系を避けるために、十分な調査を行うか、仲介業者を利用することをおすすめします。



動物福祉基準

食肉や乳製品に与えられた、動物福祉のレベルを示す認証基準にはいろいろなものがあります。これらの基準の要件や厳しさは認証ごとに異なりますが、動物福祉が考慮されているとある程度信用できるように、国の最低基準を上回るものでなければなりません。詳細については、[Compassion in World Farming \(世界の畜産に思いやりを\)](#) のウェブサイトをご覧ください。



プラスチック

リサイクル可能: リサイクル可能であるためには、材料が収集、保管、再加工され、製品や包装に製造し直される必要があります。プラスチックはリサイクルされるたびに品質が劣化するため、リサイクルされても耐用年数は限られていること、やがてリサイクルできなくなると埋立地や焼却炉に送られることもある点に注意が必要です。また、リサイクルには非常に多くのエネルギーが必要となるため、リサイクル可能な素材を使った製品の製造やリサイクルの過程で大きな環境負荷がかかります。また、持ち帰り用の包装材としてお客さまに提供された場合など、リサイクル可能な素材の適切な処理を保証することが困難な場合もあります。そのため、リサイクル可能な素材であっても、できる限り削減する必要があります。

生分解性: 生分解性の素材は、時間が経てば無機物に分解されます。ただし、生分解性素材については認証が行われていません。そのため、素材がどのくらいの速度で分解されるのか、地球を汚染しないのかを調べることが重要です。

堆肥化: 堆肥化が可能な素材は、生分解性素材やプラスチックに比べて分解されるまでがかなり短く、定められた時間枠があります。これらの素材は、適切な条件が整っていれば、栄養価の高い堆肥に分解されます。堆肥化が可能な素材には、認証やラベル表示が可能です。各国の基準を確認してください。堆肥化が可能な素材の中には、家庭用のコンポスト容器ではなく、産業用のコンポスト施設でしか分解できないものがあります。したがって、堆肥化可能な製品を使用する場合は、必要なコンポストの種類を明確にしておきましょう。どちらも有機物を効率よく回収できるプロセスですが、産業用コンポストの方が多くのエネルギーを必要とします。



Le changement passe par l'action
変化は行動からはじまる

Ensemble, créons une gastronomie du bon, du beau et du bien

美味しく、かつ持続可能なスイート・ガストロノミーを、
共に創造しましょう。



ヴァローナ ジャパン 株式会社
〒102-0074
東京都千代田区九段南2-9-4
Tel : 03-5215-2303

info.tokyo@valrhona-selection.com
www.valrhona.com/jp



日本サステイナブル・レストラン協会
〒150-0022
東京都渋谷区恵比寿南3-4-16
アイトリアノン301
Tel : 090-8777-7672

info@foodmadegood.jp
foodmadegood.jp