

2025年5月20日

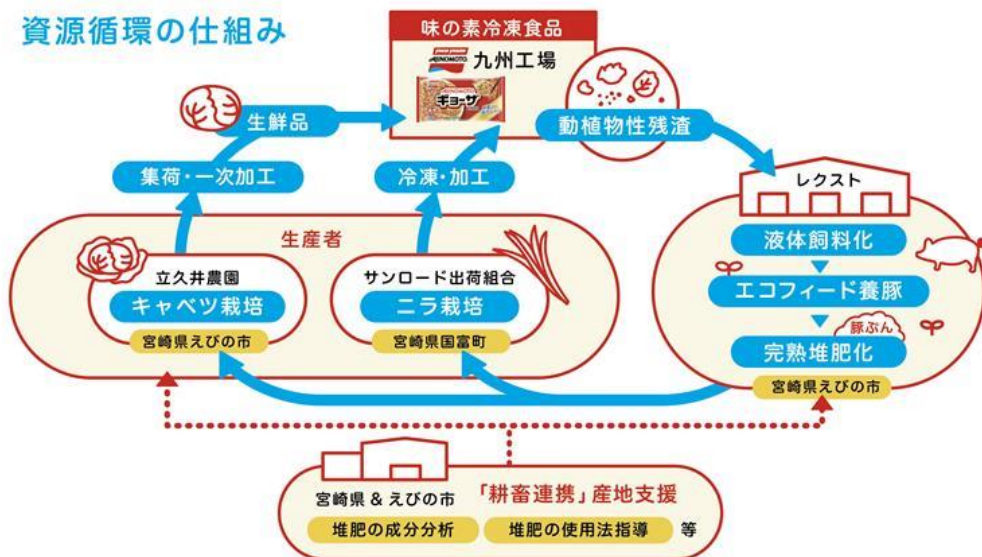
## 「資源化率 100%※」から 「地域連携の資源循環スキーム」へ ～おいしさを支える仲間たちと共に～

味の素冷凍食品株式会社（社長：寺本博之 本社：東京都中央区）は、行政（宮崎県およびえびの市）、さらに同県内の企業・生産者と連携し、「AJINOMOTO ギョーザ」の主要原材料であるキャベツ・ニラの資源循環スキームを構築いたしました。同スキームで生産したキャベツ・ニラは、九州工場で使用されます。

当社は、4つの独自価値「おいしさ No.1」「楽しさ」「健康・栄養」「環境への配慮」の1つである「環境への配慮」への取り組みとして、国内6工場の資源化率 100%を2021年から継続達成してきました。さらに持続可能な社会の実現に貢献するべく、この取り組みを地域連携の資源循環スキーム構築へと進化させていきます。

今回構築した資源循環スキームは、当社の九州工場の動植物性残渣を宮崎県えびの市内の「有限会社レクスト」が堆肥・肥料化したものを、昨年度より同県内の「株式会社サンロード出荷組合」に供給しニラの栽培で先行活用を行ってきました。この度「株式会社立久井農園」に供給を拡大し、同農園で生産されたキャベツにおいても、当社の九州工場で製造する「AJINOMOTO ギョーザ」の原材料として使用いたします。

### 資源循環の仕組み



当社はこれまで、製造過程から発生した動植物性残渣の資源化に取り組み、4年連続※で資源化率 100%を継続達成してきました。今回、資源化から資源循環へと取り組みをさらに進化させるべく、キャベツ・ニラの資源循環スキームを構築しました。さらに今後、資源循環スキームのさらなる構築を図るべく、同スキームを九州工場以外の国内5工場にも拡大展開していきます。まず「AJINOMOTO ギョーザ」を製造する国内4工場において、2026年までに主要原材料であるキャベツの資源循環スキームの構築を目指します。

当社は今後も、暮らしや社会、そして次の世代のおいしさと環境を共ににつくっていくことを目指し、フードロス削減など、様々な環境負荷低減に取り組んでまいります。

※2021年度～2024年度 国内6工場

## ■ 関係各社コメント

### ＜有限会社レクスト 代表取締役 長友 浩人（ながとも ひろと）様＞



当社は、えびの市坂元で現在母豚約 1,270 頭、肉豚約 16,000 頭を飼育管理し、年間約 32,000 頭の肉豚を出荷しています。“飼料も地産地消で”をテーマに地域活性化にも取り組み、『より安全・よりおいしく』をお届けするために、『健康でおいしい肉づくり』を目指しています。本取り組みでは、味の素冷凍食品九州工場の製造過程で発生した動植物性残渣を、独自技術を用いて養豚用の飼料として活用し、養豚から排泄される豚ふんで、臭いの少ない良質な堆肥を製造しています。

### ＜株式会社立久井農園 営業課長 立久井 友文（たちくい ともふみ）様＞



当社は、キャベツは生鮮用と加工用を春秋合わせて年間約 2,000 トン以上出荷。他にもホウレンソウ(約 1,000 トン)、ごぼう(約 400 トン)、里芋(約 100 トン)など多品目の野菜を栽培しています。えびの市でも異常気象に伴う集中豪雨や長期干ばつの影響が頻発するようになってきました。そのような中、健全な農産物を育てるには土づくり資材として堆肥を活用することが欠かせません。本取り組みでは、地元産で高品質なレクスト社の堆肥を利用して地域振興にも役立てるだろうと考えています。

### ＜株式会社サンロード出荷組合 取締役専務 松元 幸貴（まつもと こうき）様＞



当社は、自社管理ハウスでのニラ栽培面積 3 ヘクタール、さらに契約提携している農家からニラを集荷しています。また、生鮮・業務・加工用を合わせたニラの総取扱量は年間約 1,200 トンで、九州の他全国各地に出荷しています。ニラは滋養に富んだ作物ですが、その分長期間の栽培で土壌が痩せていきます。サンロード出荷組合ではレクスト社で製造した堆肥を地力増進の土づくり資材として活用し、その結果、環境ストレスに強いニラの安定的な栽培に役立てています。

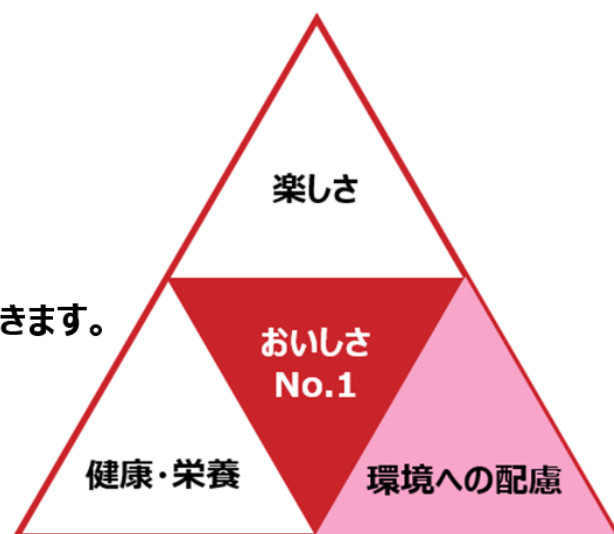
## ■ 味の素冷凍食品 「ブランドビジョン」 および、「4つの独自価値」

私たち味の素冷凍食品は、おいしさを支える全国の仲間とともに、手づくりの「愛と思いやり」をしっかりと引き継ぎながら、おいしさで、楽しさで、健康で、環境への配慮で、冷凍食品をまた一つひとつ進化させていきます。「手づくりの先へ **FRESH FROZEN AJINOMOTO**。～感動で笑顔を～」

### 私たちがお届けする「4つの独自価値」

私たちは、「おいしさNo.1」を軸とした  
「楽しさ」、「健康・栄養」、「環境への配慮」という  
「4つの独自価値」を通じて、  
冷凍食品を一つひとつ進化させ、  
生活者・提供者のみなさまに寄り添いつづけていきます。

「おいしさNo.1」×「環境への配慮」ステートメント  
冷凍食品から、暮らしを、社会を  
次の世代のおいしさと環境を、共ににつくっていく



「4つの独自価値」概念図