

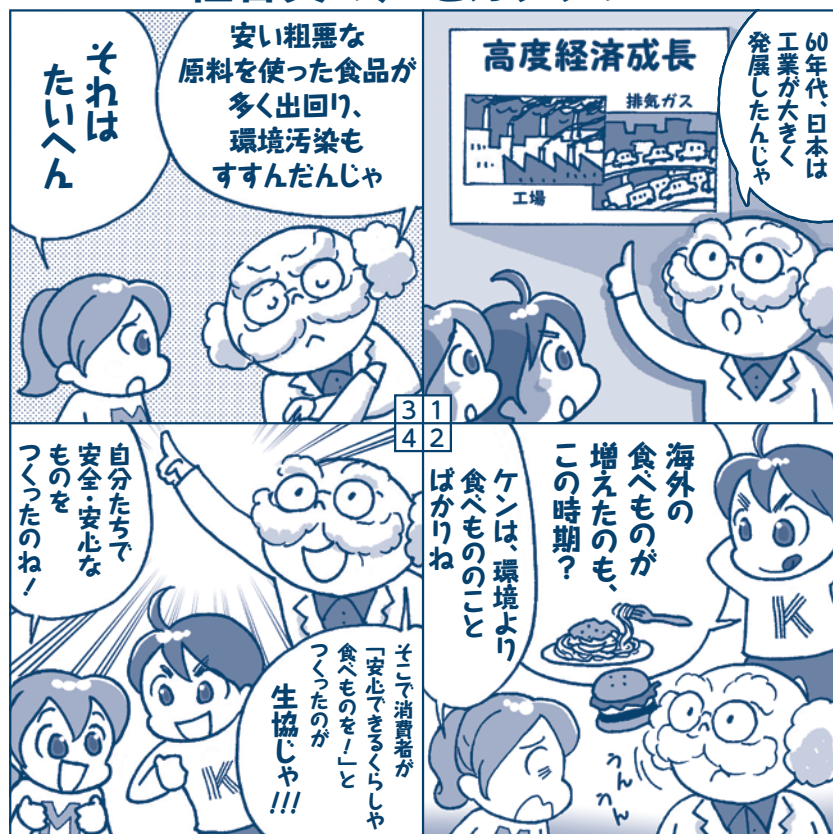
「今さら聞けない」「ちょっと気になる」…
食についての基本のキを、毎月1回紹介します。

食べものナビゲーター

2月

vol.152 2024年1月22日発行

組合員の声をカタチに!



「食べものナビゲーター」はパルシステム東京のホームページでも公開
パルシステムは1977年の発足以来ずっと、組合員の声を大切にしたい商品づくりを行っています。



ここから始まった! 組合員の声から生まれた商品

1960年代の高度経済成長の陰で、大気や河川などの環境汚染や粗悪な食品などが社会問題となりました。くらしの「安全・安心」を自分たちで守ろうという消費者の運動から、各地で生協が誕生。パルシステムは前身のいくつかの小さな地域生協の時代から、力をあわせて組合員の声を大切にしたい商品づくりを行っています。

1970～1980年代に生まれた代表的な商品



ヤシ油などを加えた加工乳が牛乳として販売されるなか、「ほんものの牛乳を」との組合員の声に応え、1981年に産地を限定した「こんせん牛乳」が誕生。その後、開発開始から8年かけて、1987年に72℃15秒の殺菌温度にこだわった「こんせん72牛乳」がうまれました。



発色剤などの添加物の使用が多いハム・ソーセージ。「添加物に頼らないものを」という組合員の声があったものの、引き受けるメーカーはなく、自分たちで作ろう!と自社工場(現・(株)パル・ミート)を設立。開発当初は失敗の連続でしたが、組合員の買い支えが、無塩せき製造(*)のポークウィンナーやハムの誕生につながりました。

(※)無塩せき: 発色剤を使用せず塩漬ける製法



公害が深刻化し、環境への危機感が高まるなか、「手荒れの原因も合成洗剤では?」と気づいた組合員が川や海、肌への影響を考え、石けんを広める活動をスタート。のちに「水ばしろう」と命名される「米ぬか粉石けん」が誕生しました。

声から生まれたくらしに“よいこと”

組合員の声が寄せられるのは商品だけではなく。サービスや環境への取り組みなども、組合員の声を受け、時代に合わせた変化を遂げてきました。

1990年～ 個人宅配



いつも仕事で帰りが遅いので、自宅で受け取れたらいいのに…



生協はもともと、班(グループ注文)が基本。組合員のくらし方の変化に合わせ、パルシステムは他生協に先駆けて「個人宅配」をスタート。

1994年～ リユースびんや牛乳パックなどの回収



環境のことを考えてごみを増やさない選択をしたい!



調味料の多くに再使用できる「リユースびん」を導入し、牛乳パックやカタログ、たまごパックなどと共に回収を開始。2017年からは、問題視されるプラスチックごみの対策として、容器包装のプラスチック削減にも取り組んでいます。

2016年～ パルシステムでんき



原発や化石燃料に頼らず、安全で地球環境にやさしい電気を使いたい!

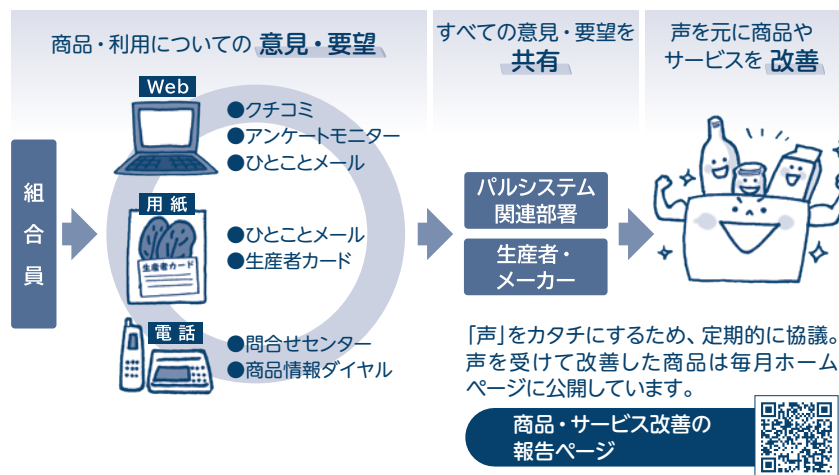


バイオマス発電などから得た「再生可能エネルギー」中心の電力供給を開始。発電産地とともに、持続可能性と環境保護を重視し、次世代の人たちが安心して暮らせる社会を目指しています。
(パルシステム東京は2013年から事業所に供給開始)

組合員の声をカタチに!

パルシステムではさまざまな方法で、「組合員の声」を集約しています。その数は1年間で約22万1千件(2021年)におよびます。

～声を集めるしくみ～



声を反映した商品

「クリーミーヨーグルト」



「子どもが好きなものだからこそ、シンプルな原料を」との声に応え、発売21年目で「無香料」にリニューアル

「国産小麦もちり食パン」



国産小麦の食パンを求める声に応え、約2年間の試行錯誤の末、国産小麦の食パンを開発

「長崎の産直ひじきドライパック」



「産直の商品を増やしてほしい」という声に応え、産直産地の国産ひじきが原料の商品を開発

パルシステムは、組合員の声から生まれる新たな「気づき」をカタチにすることで、組合員のくらしが豊かになるよう改善をすすめています。

Think from Kitchen

キッチンから考える?

Vol. 91

発行／2024年1月22日

今月のテーマ

組合員の商品開発

『うめてば豆腐』や『糖しぼり大根』など、今ではすっかりおなじみの商品も、実は組合員が開発に参加していたことをご存知ですか？ 組合員の声を文字通りカタチにした、商品開発の舞台裏を紹介します。

「組合員開発協力商品」(*)は組合員の「あったらいいな」を実現するため、組合員がメーカーやパルシステムとともに、約1年かけて開発したオリジナル商品です。

(※)昨年から「ほしいうをカタチにプロジェクト」にリニューアル。



2022年度のテーマは「おとな向け主食パンを増やしたい」
チーム名は「オトナPANだ」です



メンバー制作のチームキャラ

作った試作品は
合計14種類。

それぞれこだわりが
あって、なかなか意見
がまとまらないことも。

9月～12月

コンセプトに合う
試作品を繰り返し試食

3カ月かけ、さまざまな試作品を試食。最終的に
アーモンドと黒ゴマの配合が絶妙な主食パンに。
パルシステムの選考会で商品化が決定！

2023年6月からカタログ登場

組合員
開発 こだわり酵母アーモンドと
黒ゴマの豆乳パン(国産麦)

水の代わりにPB「産直大豆無調整豆乳」を使用。甘辛
どちらの食材とも相性がよく、しっとりした味わい。



4月～8月

どんなパンにしたい？
コンセプトを決定！

6人のパン好き組合員が大集合。コンセプトは「原材料にこだわり、おとなが自分のために買いたい主食パン」に決定！メーカーの(株)パルブレッドも会議に参加。



豆乳を使った
パンって面白い！

甘いジャム、塩気
のあるチーズなど、
いろんな味に合う
パンがいいな

生産ラインなどの関係で、
工場ではつくりえないパン
もあるのね

パルシステムの商品づくりの一端を知ることができた貴重な体験。大満足のできあがりです。これをきっかけにはほかの組合員開発協力商品も、注目するようになりました。(岡村佳子さん・府中市)



たいへんなことも多かったけれど、終わってみると組合員さんの目線に立ったパルシステムらしいパンができました。今後に活かすすばらしい体験でした。(平田耕一さん・(株)パルブレッド)



2月2回
(2月5日～9日週)
に注文できる

組合員開発協力の人気商品

『ちゅるっと味付け海藻ミックス』

パルシステム茨城 板木

「いろいろな料理に使える海藻商品を」との声に応え、めかぶ、もずく、のり、彩の良い「赤つのまた」をミックス。ごはん、麺類、スープ、サラダなどいろいろな料理に使えます。

「ナギコミ」
納豆・生卵と
いっしょにごはんに
かけて食べるのが、
わが家の流行
(ゆうちゃんママ617さん)



『カリコロおからリング』

パルシステム東京

「添加物に頼らず安心なおやつを」の声で、小麦粉、粗糖、おからから調味料まで原料はすべて国産。少し固めのカリコロ食感が魅力。



「ナギコミ」
柔らかいものしか
食べない娘のために
購入したのですが、
自分もハマって
いっしょに食べてます(笑)
(ハナハナニジママさん)

『骨ぬきさばみりん干し』

パルシステム埼玉

ノルウェー・イギリス沖漁獲のさばを、甘辛で味付け。「骨なしで食べやすくなりたい」との声に応え、ごはんがすすむメインディッシュに。調理はフライパンで15分以内。冷めてもおいしい！

「ナギコミ」
何度も
リピートしています。
食べやすく脂がのって
いておいしい！
(ガーベラさん)



『なめらか絹とうふ小分けパック』

パルシステム千葉

「使いやすい量で、日持ちする豆腐がほしい」との声に応えたもの。原料大豆は産直限定。消泡剤不使用。豆乳をパック後加熱する充填豆腐のため、賞味期間は17日。



「ナギコミ」
小分けで
ちょうどよい
大きさで、味もよい
(はっしー2さん)

2023年度は基礎化粧品の リニューアルにチャレンジ！

利用NO1の化粧品『やさしいうるおいシリーズ』の商品改善に、10人の組合員が参加。愛用者の多い保湿ローションとクレンジングオイルをさらに多くの方に広げるため、試作と使用を重ね感想や意見を届けました。



2024年秋
カタログ登場予定



2023年度オンライン座談会の様子

今年度は多くの方が気軽に参加できるよう、すべての座談会をオンラインで開催しました。みなさん化粧品にとっても詳しく、使用感や成分などについても的確なご意見をいただき、より良い商品にリニューアルできました。(中島暢子・パルシステム東京 商品推進課)



食の安全学習会 (2023年11月25日)
作り手と学ぼう! 食品添加物を減らす
「商品づくり」のひみつを開催!

パルシステムの食品添加物削減の取り組みについて説明するとともに、『産直小麦のホットケーキミックス』の日東富士製粉(株)と、『カスタードプリン』の茨城乳業(株)の担当者が、食品添加物を削減する開発努力などを話しました。参加者からは「組合員の声をしっかり受け止める商品づくりに感動した」などの感想をいただきました。



パルシステム東京新宿本部で

原料原産地表示の改善に向け「意識調査」を実施

食品表示法の改正で、「国内製造」という製造地表示が認められたため、「輸入か国産かわからない」ことが指摘されています。「遺伝子組み換え食品いらない! キャンペーン」など4団体が「消費者意識調査」を実施。パルシステム東京も調査に協力しました。

「『小麦粉(国内製造)』と表示されたパンの、小麦の原産地はどこ?」の問いに、正解の「生産地はわからない」と答えた人は、街頭調査で約3割(パル

システム東京組合員は約7割)。誤解している消費者が多いことがわかりました。これを受け主催団体では、原料原産地表示の改善を国に要望していくことにしています。

※主催団体: 遺伝子組み換え食品いらない! キャンペーン、日本消費者連盟、食べものを変えたいママプロジェクト、食の安全・監視市民委員会

「食ナビ」
原料原産地表示
こちらから

