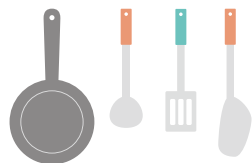


料理の原点を楽しむ 「食品ロス削減」

ークリエイティブ・クッキング・バトルー



クックパッド株式会社 よこお ゆうすけ
コーポレートブランディング部 部長 **横尾 祐介**

インタビューー **渡辺 浩平** 文責 鍛冶 美行
帝京大学 文学部 編集事務局

参加者自らが、楽しみながら食品ロスをへらしていく術を身につける「クリエイティブ・クッキング・バトル (CCB)」のこのCCBの仕掛け人こと、クックパッド株式会社の横尾祐介氏に、企画前の段階から、このイベントでどんな変化を人にもたらしたのか、イベント終了後までの話を中心に語っていただきました。さらには、現在のクックパッド株式会社での取り組み、横尾氏ご自身が中高生に教えられている授業について、そして「食品ロス削減」の今後の展開などについてもお話をいただきました。



PROFILE

横尾祐介 (よこお ゆうすけ)

大手電機メーカーを経たのち、トリンプ・インターナショナル・ジャパン株式会社にて複数のブランドマネージャーを歴任。現在はクックパッド株式会社 コーポレートブランディング部部長。食品ロス削減イベント「Creative Cooking Battle」など、SDGs関連の料理イベントを企画し、その型破りな発想で、多くの人々を魅了している。現在は、中学・高校とコラボレーションし、食からSDGsにかかわる家庭科の授業に注力・展開している。

クリエイティブ・クッキング・バトル (CCB) について

◆ CCBの立ち上げの背景には…

SDGsが提唱され、目標12「つくる責任、つかう責任」の3番目のターゲットには、「2030年までに小売消費レベルに

おける世界全体の一人あたりの食料廃棄を半減」が挙げられています。日本の食品ロスをみていくと、約半分は家庭、残り約半分は流通小売外食から出ているというデータが出ています。食品ロスを解決していくには、制度・企業活動が変わっていくことがインパクト



写真1 クリエイティブ・クッキング・バトル開催中

として一番大きく、そこが解決の根源ではありますが、実際に制度を使う人も、企業の中でサービスを提供する人も、分解すれば結局は一個人で、個人をベースに成り立っているといえると思います。その個人を起点にすれば、企業や行政の考えや方針が変化し、世の中も変わるのではないのでしょうか。

このSDGsの目標を達成する上でも、少しでも多くの人に食品ロスを意識してもらいたいところですが、現実には、食品ロスと名のつくセミナーや勉強会が多く、つまり食品ロスに興味のある人向きの企画が多くて、何も興味のない人がふらっと来られる場所ではないところが凄く多いという印象がありました。深める前に興味のない人に興味をもってもらうのに、どう改善していくのか、このとっかかりとなる意識づくりが世の中にはあまりないので、そこをやろうとしたというのがきっかけです。たとえば、結婚することになったと意識しだすと、道にある結婚の広告みたいなのが急に目に入ってくる

たいな感じで、つまり、食品ロスを最初に意識しない限り、食品ロスに関するものが目に入って来ないと思うんですね。まず、目に入って来る状態を削減策と並行して作り出そうというところが、CCBをやろうとした背景にあります。

◆ クリエイティブ・クッキング・バトル (CCB) 企画から開催まで

ここに至った経緯は、まず、フードアレンジャーのキムラカズヒロ氏とタッグを組み、彼には特にイベントでの調理面についてバランスをとっていただきました。彼は、元々サルベージパーティに関わっていて、共通の問題「サルベージパーティに興味をもっている人しか来ない」があり、興味のない人にどう広げていくかというところで意気投合して、一緒にやろうとなったんです。食品ロスという言葉を使わずに、食品ロスに意識が高まる企画を組まなくてはいけない、食品ロスに興味のない人でも積極的に楽しめることは何だろうと、洗い出したときに出てき

たのが、工作のように工夫をすること、チームで一緒にやること、バトルなど、子どもの頃にワクワクしながらやってきたことでした。しかし、食品ロスはどこかで盛り込まないといけない、じゃあルールに入れよう。知らず知らずのうちに、そのルールを達成するため、食品ロスを出さない工夫をすることで競ってくれるので、結果的にいいんじゃないかとなりました。世の中、これだけクリエイティビティが必要といわれている中、クリエイティビティを競おうぜっていったら、「うちはそれ高いよ」といってくる企業は多いんじゃないかと思って、このご時世と絡めてクリエイティブ・クッキング・バトルという名前になりました。

バトルは、3~4人でチームを作り、使う食材は各自、家から持ってきた余り物をいかに工夫して、料理ができたかというのを競うものです。工程は6つのパートからなっています。1. 余り物を全チームで奪い合って食材選定し、2. 獲得した食材をいかに活用するか作戦会議し、3. 45分間で調理をする。調理をし終わった後に、4. どういうふうにしたかプレゼンテーションして、5. 実食し、6. 審査員によって採点される。この採点の基準というのが4つあって、おいしさ、見た目、アイデア、調理中に出た生ごみの量の少なさ、です。タイトルとおり、クリエイティブを競うバトルなので、いかに驚きのアイデアが料理にあるか、そして、いかに生ごみの量が少なかったかが、おいしさや見た目の採点よりも高くなっているのです、プロが出てきても必ず勝てるというものでもあり

ません。どんでん返しが起こるといのがこれの面白いところであるといえます(写真1)。詳しくは、以下の動画で手順をみることができます。

(動画)

https://youtu.be/u46VdWHm4_4



CCB ルール

◆今までのCCBを振り返って

2018年の社会人大会では40社の参加があり、参加団体も、国関係省庁の方、ゲーム関係、人材サービス、メーカー、下着のメーカーとか、まったくばらばらのチームで競い合ってもらいました。2019年には対象者を広げ、44社くらいです。大学生の全国大会があり、30校くらいで東京と関西の2か所で開催し、大学生が実行委員をやりました。他に小学生のワンデイ・イベントがあります。同年、オランダのロッテルダムで、日本人留学生在リーダーとなって、一般市民参加で開催しました。2020年はコロナの影響があって、リアル開催が難しかったことから、料理動画コンテストという形に変えました。テーマは「皮」で、食材の皮を活用した無駄のない料理を3分間の動画にまとめて送ってもらいました。チームメンバーは親子または友達(応援しているだけでもOK)で、Zoom等で録画するという形です。これは、高校生の実行委員長の下、実行委員も中学生・高校生で開催されました。ウェブサイトにもその子が開会宣言しているのが出てきます。最終的に50を超える動画が全国から集まって、グランプリを決めました。ほかには単発でCCBを開催したとかいうのはいくつかあります。

◆CCBで印象に残ったことは？

いっぱいあり過ぎて(笑)。社会人大会だと、皆さんそもそも、なるべくごみを出さずに料理するっていうテーマで料理をしたことがないので、まずは野菜を切るところで手が止まる。どうやって切ったらごみが出ないかって考えるからです。なるべくヘタだけを残す、いや、ヘタも食べられるんじゃない？ そんな会話が始まるんです。そういうことを聞くのが僕らは楽しくってしかたがないですね(笑)。

他には、奪い合った後に人気のなかった食材。これは机の上に残ってしまいます。友達からお土産でもらったお菓子や海外の謎のインスタント麺、梅グミみたいなスナック類とか、ちょっと変わり食材みたいなもの…これらは強制的に事務局でチームに分配します。梅グミなんて、誰も取らない。キャラメルも誰も取らない。それが不幸にして当たっちゃったチームは、キャラメルを溶かして、梅の味を付けて白身魚のソースにしたり。「使い切らないといけない」があるから、皆、この45分という時間制限の中で、なんだかんだしてあみ出すんですね。限られた時間で、使い切らなければならないという切羽詰まった感じに追い込まれることで、普段やらないところに一歩踏み出せるということが、大きいという感じがします。

イベント後のアンケートでは、「食材につかえる部分はまだあるということに気がつきました」、「料理は決まったレシピどおりに作らなければならないと思っていたけれど、料理には色々な可能性が無限大にあることを改めて

感じました」、「参加後普段の料理に余った食材を加えてみたり、新しい創作を作るようになりました」、「一番変わったのは、そもそも無駄に買わないことを考えています」などなど。

他には、小学生向けのニュースマガジンとタッグを組み、読者に呼びかけ子ども達を集めて、親は手出し・口出しをしないというルールのもと、小学生だけでやったワンデイ・イベント(写真2)。このときは、やっぱり子どもがどうしようって迷っちゃったときに、近づいていっちゃお母さんもいて、そこを、ぴびぴぴーとか笛を吹いて「そこ下がってくださーい」。最後まで徹底して司会者が親に頼らない場にしたいですね。子どもたちは、最初のうちは、好きな料理は何？ってマイクが近づいたら、離れた観客席にいるお母さんのほうを向くんですよ。でも、お母さんたちは、この場では答えてくれない。あ、助けてくれないということがわかる。すると、自分で話したり、自分で決めてやるようになるんです。それが結構、見ている面白くて、親に頼っているから



写真2 小学生だけのクリエイティブ・クッキング・バトル

自分で判断するのをしていないんですね。アイデアも面白くて、やっぱり既存の概念がそんなにないんです。サラダソーメンを作った子の作品は、上はソーメンで真っ白なんです。「何、これ？サラダに見えないじゃん」って聞いたから、「これは下に隠しているのが面白いの」っていうんですね。やってみたいと思っていることを、純粋にチャレンジしようっていうところや、料理自体を既成の概念なく楽しんでたのが印象的でした。

◆「クリエイティブ」と「クッキング」、ともに一番根本にあるのは、「楽しい」？

僕はどの企画をするときも、基本「楽しい」という軸が入っていないと人は動かないと思っています。美味しい、楽しい、嬉しい、その辺の要素が入っていれば興味のない人にもフェアに届く感じがあり、外に向けて発信するときはどう盛り込むかを考えれば良いと思うんです。料理に関していえば、美味しい、楽しい、やっぱり工作するような楽しさみたいなものもあり、しかも、プラモデルみたいに特別に作るものではなくて、日常的に作れて、誰かに必ず消費されるので、入り口としてもっと活用してもらって、誰でも一度この料理体験というのを通してもらいたいと思います。ここから世の中の身の回りのことをより自分ごと化していくということにつなげていきたいなというのが、一番思いのあるところなんです。料理って、純粋に難しいことなく、作って美味しく楽しいんです。ただ、

それが、作るのが面倒とか、時間がなにかは、一度でも考える機会をもらおうと、自分の優先順序や時間の使い方だけの話で、料理が楽しいとかつまらないのとは別の次元だということがわかると思うんです。時間や生活に追い込まれる前に自分で判断できる状態をもっておくことは、重要だと思います。ゆくゆく料理をすることになるならば、やっぱり早いうちに料理を体験する中で、料理に対して考えたり、自分で楽しみ方を見出したりするっていうのはあったほうが圧倒的にいいだろうなというのを純粋に思います。

クックパッドのレシピが答え合わせになってしまうと、CCBとは逆の流れになるのでは？

レシピというものを人がどう活用するのか、ということだと思います。クックパッドというのは、元々、「クック」と「パッド」で、料理のメモ帳です。あくまで、料理を開発する人がメモを残していく場所で、それを見て参考にする人につなぐというサービスです。作り手が書き残す場であり、見る人からすれば、アイデアをもらう場所だと思うんです。いろんな世界の食材があって、いろんな人たちがいろんな組み合わせを残しているの、何かと何かの食材を入れれば、ほぼ出てくる状態になっていると思います(写真3)。要は、料理をすること、使う人が答え合わせをするのか、自分で工夫しながら作る際にアイデアをレシピからもらってくるのかによって、見え方が変わるものと思っています。私たちとしては、やはり自分で料理ができる



写真3 クックパッドのHPトップ画面
いろんな世界の食材があって、いろんな人たちがいろんな組み合わせを残しているの、一番上のレシピ検索欄に、何かと何かの食材を入れれば、ほぼレシピが出てくる状態になっています(横尾氏談)。

ようになっていってもらえるのが一番嬉しいので、そのまま作るっていうのももちろんありますが、是非、無限のユーザーさんたちの工夫をアイデアとして、たくさん活用して作ってもらえればという期待は大いにもっています。



写真4 教育現場は今がチャンス！
学校現場では、今どんどん答えのないものを追求して学んでいく新しいやりかたに流れが変わってきて、外部からのコラボレーションで授業が始まっています。写真は横浜聖光学院(横尾氏談)。

クックパッド株式会社の中高生に向けた食品ロスの取り組み

クックパッド株式会社では、今、中高生の学校での授業にも取り組んでいます。僕が注力しているのは中高生向きの家庭科の授業です。トマトパスタを作った後に、カードを使ってトマトパスタのカーボンフットプリントを考えるとといった授業などを行っています(写真4)。

料理するというと、みんな調理以外には目が行きにくいんですけど、実際に食材に触れて、その食材は何なのかという学びもその裏には隠れているんですね。その生産の背景から地域とか大地や地球とか、気候の話にも全然繋がって学びができるし、作ってみれば、自分のスキルやアイデア的なところもあり、作り終わったら、親とかを含め誰かに食べてもらうところで、他者の気持ちとか、自分がやったことが人にどう伝わるのか、人の健康にどう影響するのかなど、物理的にも心理的にも

人への影響とつながりの学びにもなり、しかも日常的に学ぶことができる。だから料理というものを通して、今までちょっとわかりにくかった、縁の遠かった環境問題とか社会問題、人との関係、自分の能力をどこに活かしたらいいかわからないという問題まで、ちょっとやってみるとか、そういったものをつなげて、全部日常の中に自分ごと化していくっていうのは、料理の体験によるのは結構強いんですね。

◆ 学校でネックになっている点、または授業についての具体案

彼らと接していて、肌感覚で思うことは、やっぱり学校の授業で環境教育を受けてきている。まだ社会に出てビジネスをやっていない子どもたちなので、純粹に環境の問題に何がいいかということ素直に理解しています。誰もが賢くて考える力も持っているんで、例えば賞味期限だった場合、そもそも賞味期限って何なのかを自分たちで調べて学習をして、それについて、守るべきか守らないべきかというディスカッションをさせるとか、教えるというより考えるきっかけを項目として入れてあげるだけでも、結構変わる気がします。それでも「賞味期限、興味ないよ」みたいな子にしてみたら、やらされになっちゃうので、そこはもっとクリエイティブに、何か一つ、例えばミルクは何日間常温で放置したら臭いが変わるかを実験しようとかになったら、ちょっと興味が出てくる子もいるんじゃないかと思います（写真5）。普段はやらなくても、やってみたらどうなるのか、みたいなものを体験する、実験するみたいな。やりようはいろいろ、



©2020 Too Good To Go

写真5 自分のセンサーを磨き消費期限を知る優れモノ Too Good To Goの Smell-by Label は、絵にある食材の腐った臭いのマグネット。同じ食材に貼っておいて、同じ臭いがしたらアウト、これと同じじゃなかったら、まだいけるというのは実験しているみたいで面白い（横尾氏談）。

考えようという気さえあれば、思いつくことがあるのかなという気がしますね。その場で、僕は期限守るという判断をする子もいれば、それはその人の価値観なので、それでいいと思うんです。ただ、そのディスカッションの中で、そうは考えない人もいるということを知ることが重要だと思うんです。もしかしたら、後々、そういう人がいたから大丈夫かなって思う瞬間もあるかもしれないから（笑）。話す、考える場っていうものを設けるのが一番大切なのかなと思います。

食品ロスの課題と解決 テクノロジーと人間のもつ能力

◆ IoTも含めたテクノロジー、たとえばその日の売れ残り分を安く分配するフードシェアリングアプリ

お店が作り終わったものを何とかするっていうのは既にありますが、そもそもお店が作る前に、人数や出せる料理とかがわかっていたら、作る量とかもコントロールできるんじゃないかと思います。受注予測のところで、もっとお客さんと繋がっちゃえばいいみたいな、双方向で交換ができるツールとして活用すればいいのではないかと思います。それでも突然くる人のことは考えないといけません、すべてが突然だったときと比べれば、少

ない生産量で、残る量も減らせるんじゃないかと思います。今までの売れ方という販売目線でみるのではなくて、お客さんと繋がることで双方向の情報自体が作られるとか、コントロールができるんじゃないか、そういったデータとかコミュニケーションのつながりを活用しながら、今までできなかったところに手をつけるっていうのは、面白いものが眠っている気がします。

◆ テクノロジーの発達によって、人間の能力が退化する危険性

これは難しいですね。もともと人が根本的なところで継続してやってきた行動っていうのは、何かしら最低限の意義があってやってきていると思うので、そこは技術ではなく、仕組みづくりではないでしょうか。新しく浮上してきた問題に対処せねばならない場合は、技術によって解消できるのであれば、そうしてもいいのではないかと思います。もともと食べ物は無料で、その辺に生えているのをとってきて、皆で分けあって食べていましたよね。このシェアしながら皆が食べられる状態を作るとするのは、ずっと続いてきていることなので（写真6）、

これが根本的な前提だとしたら、おそらく今は何かしらの理由で偏っているか、うまく行っていない状態だと思うんですよ。上手くシェアできる状態にテクノロジーをどう使っていけば、良い制度や仕組みが生まれるのかということと、シェアされたものを自分がどう大切に、それを活用して食べきりのかみみたいところ、多分、シンプルにこの2つしか構造はなくて、どういう部分でテクノロジーの導入が良くて、どういう部分は人が引き続いて理解しておいたほうが良いのかを洗い出していっていいのかなと思います。今は廃棄になるものが、農家にあったり、メーカーにあったり、いろいろなところにあるのを、もっとダイレクトに人につなげるやり方があるんじゃないかと思いません。これだけITが進むと、人とか情報の繋がりのスピードが瞬時にリアルタイムにできることを活用した、今までだったら上手くできなかったことをマッチングできるかなという感じがしますね。この観点に立って、今やってることは、どこがずれているのだからとみていくと、流通側にも結構ヒントがありそうですね。



写真6 アマゾンの原住民の集落（イメージ写真）
2019年は熱帯雨林の中の先住民と一緒に2週間ほど暮らしましたが、料理って、火をくべて、とってきたものを焼く、調味料ない、食う、みたいな（笑）。その中で、現代に置き換えると、違うモノに替わって存続しているものも見えてくるんです。そもそも、食料を大切にすることは、理由がなくても、当たり前のように気にするべきではないか根本にあるというのが、僕の個人的な思いです（横尾氏談）。

写真1、2、4は横尾氏より掲載協力いただきました。