

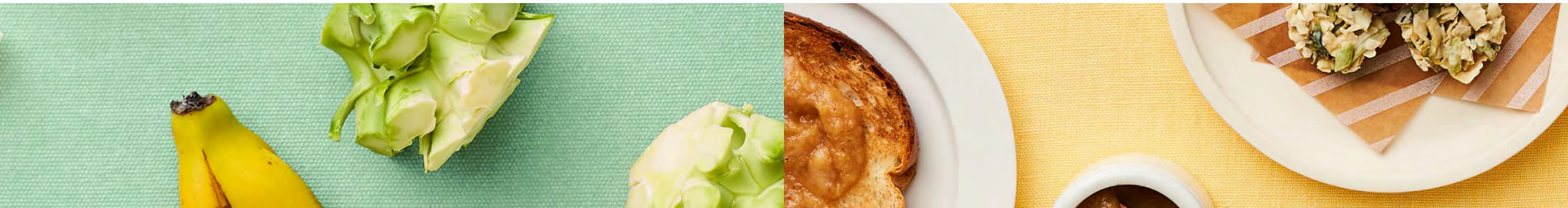


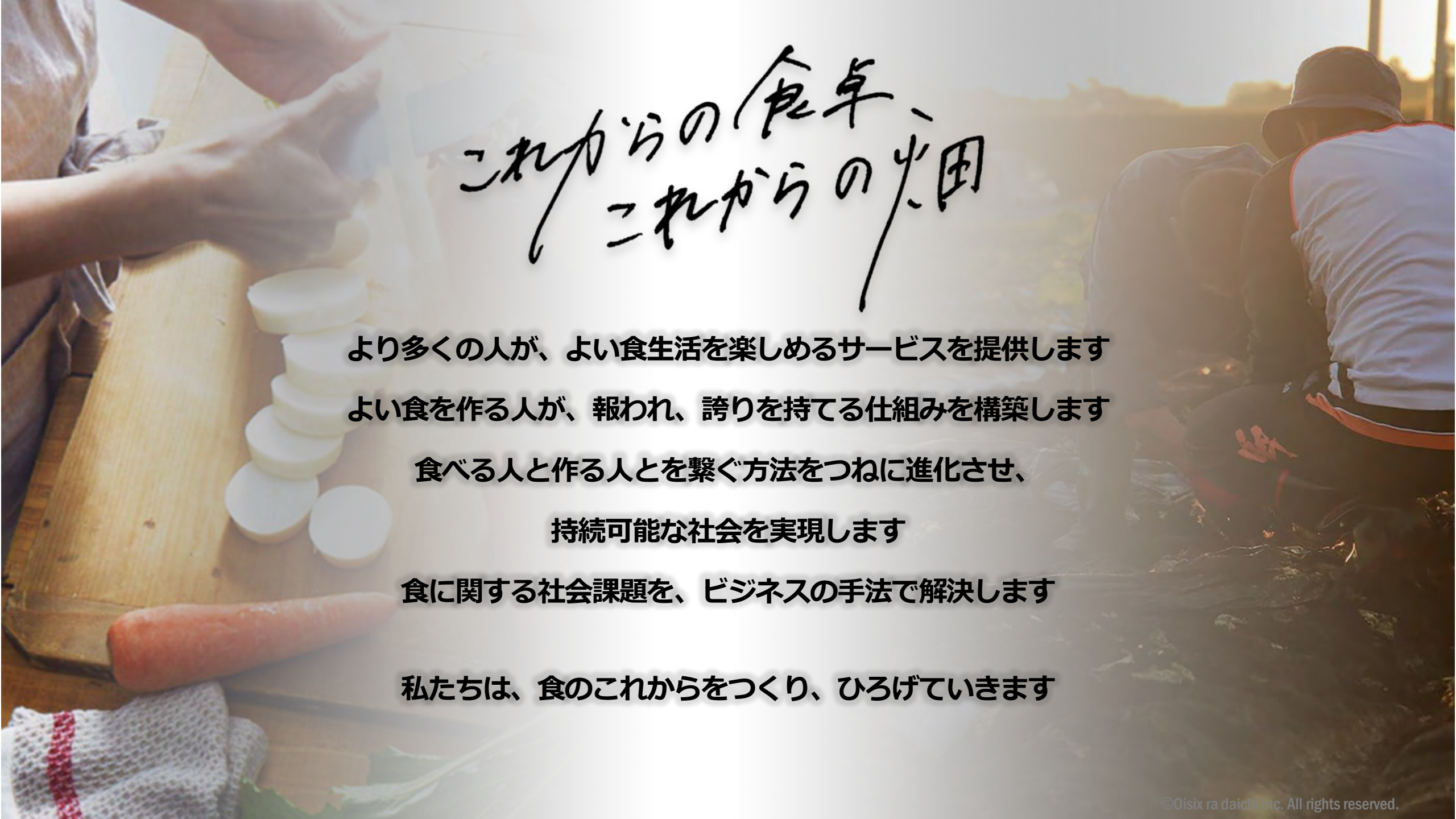
第10回 食品産業もったいない大賞

食べるだけで食品ロス削減に繋がるブランド 「Upcycle by Oisix」の取り組み

2023年1月30日

Oisix ra daichi





これからの食卓、
これからの食困

より多くの人々が、よい食生活を楽しめるサービスを提供します

よい食を作る人が、報われ、誇りを持てる仕組みを構築します

食べる人と作る人とを繋ぐ方法をつねに進化させ、

持続可能な社会を実現します

食に関する社会課題を、ビジネスの手法で解決します

私たちは、食のこれからをつくり、ひろげていきます

ビジネスモデル

独自基準に基づいて厳選した安心・安全な食品を、

日本全国 **約46万世帯** のお客様にお届けする **サブスクリプション型食品EC業**

生産者

青果生産者
全国約4,000軒



製造メーカー



調
達

オイシックス・ラ・大地

国内宅配事業



海外宅配事業



定
期
宅
配

お客様

国内約46万世帯
Oisix、らでいっしゅぼーや、
大地を守る会の3ブランド計



Oisix 主力商品

「つくった人が自分の子どもに食べさせられる食材のみを食卓へ」をコンセプトに
独自基準に基づき作られたミールキットや青果をお届け

ミールキット : Kit Oisix

必要量の食材とレシピをセットでお届けし、
主菜・副菜の2品が20分で調理可能



野菜／果物

生産者が丹精込めて作った
新鮮な食材をピックアップ



当社が目指す 食のサステナビリティ

2021年11月より、生産現場から食卓まで
サプライチェーン全体での**フードロス撲滅**にさらに注力



川上～川下におけるフードロス削減量

※数値は2021年度の値

川上（産地・畑）

産地と直結し連携



ふぞろい・規格外商品や
アップサイクル商品等による
フードロス削減量

年間約**310t**[※]

川中（物流）

需要予測可能な
サブスクモデル



物流過程の食材ロス率

一般食品小売店
約5～10% *Oisix ra daichi*
約**0.2%**

川下（食卓）

“家庭で余らない
サービス”の提供



必要な分の材料がセットされた
Kit Oisix使用で食材廃棄量

約**1/3**にまで削減

※2021年度のフードロス削減型商品の販売量より推計
川上：提携先工場の商品製造・加工の過程で出る廃棄食材（他社商品製造過程での排出含む）、出荷規格外のため小売流通しない食材・需要過多による代品販売重量
川下：ミールキット「Kit Oisix」の利用で削減される食材廃棄量77g/食（2019年6月自社調べ）と、期間累計販売食数から換算した食材廃棄削減重量
Kit Oisixでの規格外商品の活用分は含まない



Upcycle *by Oisix*

フードロスに、新たな価値を

Upcycle（アップサイクル）とは？

これまで捨てられていたものに付加価値をつけ、
新しい商品にアップグレードさせること



2021年7月
立ち上げ

「フードロスに、新たな価値を」
これまで捨てられていた食材を“アップサイクル”し
地球と身体にやさしい新しい食体験をお届けする

産地／加工現場で生じる
廃棄食材を活用した商品開発

安心安全な原料に
付加価値を加えてお届け



安心安全基準を
満たす原料

トレーサビリティ
のある原料

食材の
新たな一面を
知れる驚き

環境に
やさしい
包材

年間

500 t

のフードロス削減を目指す

Upcycle by Oisix の取り組み

産地／加工現場でやむを得ず生じた非可食部や副産物を
付加価値のある商品へと転換



ここも食べられるチップス ブロッコリーの茎



ここも食べられるチップス ブロッコリーの茎

未活用だったブロッコリーの茎をココナッツオイルでさっくりと揚げ、天日塩とてんさい糖でやさしく味付けした新感覚のさくさくチップス。

Made in Japan

30g ¥430



ここも食べられるチップス パインの芯



ここも食べられるチップス

パインの芯(シナモン)

カットフルーツ工場で未活用だったパイナップルの芯を薄くスライスして、ココナッツオイルでパリッと揚げたフルーツチップス。パインと相性の良いシナモンをまぶし、噛めば噛むほど味が染み出る新感覚のスナックです。

Made in Japan

30g ¥646



商品展開 & フードロス削減量

これまでに**54**のアップサイクル商品をお届け

お客様に“おいしく”食べていただくことで、**約71トン** のフードロスを削減

(2021/7/8~2022/1/12までの流通総量より算出)



こども食べられるチップス
ブロッコリーの茎



こども食べられるチップス
だいこんの皮



こども食べられるチップス
なすのヘタ(黒糖味)



こども食べられるチップス
パインの芯



えごま油づくりで生まれた
香ばしかりんとう



えごま油づくりで生まれた
ひとくちサクサク焼き

フードロスを救っている実感や、 楽しく身近に社会課題解決に取り組んでいるお声を頂けている

- **フードロスできて体にも優しい感じ**がして、リピしても良いと思う商品です（30代女性）
- アップサイクルの取り組みを詳しく知りませんが、**お菓子にすると楽しく身近に**感じられた（30代女性）
- 自然の素材に無添加の味付け。大根の皮という**素材を無駄にしない商品でフードロスにも協力**。子どもにも安心して食べさせます（40代女性）
- バナナジャムなのにさっぱり！**バナナの皮なんて食べれるの？**と思って試してみましたが、くどくなく爽やかな味で美味しかったです（50代女性）
- 廃棄するヘタを美味しく食べられる**アイデアはとても良い**と思います。味も黒糖が効いていて、食感も美味しいです。ただ、**もともと廃棄予定のヘタならもう少し低コスト**で提供いただけたのではと疑問に感じます。（50代女性）

食品業界全体を巻き込んだ取り組み

アップサイクル食品を通じたフードロス削減の取り組みを加速させるべく
CHOYA梅酒 様をはじめとした他社協業を推進



CHOYA梅酒を製造する際に
使われる梅を使った
ドライフルーツの共同開発



CHOYA銀座BARでの
コラボコースメニュー化



教育現場を巻き込んだ取り組み

中学生とアップサイクル商品を共同開発するゼミナールや小学生にフードロス・アップサイクルをテーマにした特別授業を開講。



東京都品川区青稜中学校での SDGsゼミナール



東京農大稲花小学校での フードロス特別授業

**Upcycle by Oisixでは、
やむを得ず生じてしまう未活用の食材や副産物を
お持ちの他社様と協業でのフードロス削減を推進しています。**

例えば…

- ・生産現場で出てしまう廃棄食材をどうにか有効活用したい(生産者・流通小売業様)
- ・店舗にサステナブルコーナーを作り、生活者のエシカルニーズに応えたい(小売店様)
- ・ブランドイメージ向上のために、オリジナルでのエコノベルティ品を作りたい(サービス業様)

CHOYA
×
Upcycle by Oisix

チョーヤ梅酒株式会社様で
やむを得ず飼料／肥料化されていた
梅酒の梅を原料にした商品の共同開発事例

FOOD LOSS BANK



FOODLOSSBANK様とコラボした
ここも食べられるチップスの
オリジナルパッケージ制作事例

No waste, Good taste



upcyclebyoisix.jp

CHOOSEBASE SHIBUYA





ご清聴ありがとうございました



Oisix ra daichi





Oisix ra daichi

三輪 千晴



オイシックス・ラ・大地 株式会社
経営企画本部 新規事業開発準備室
Upcycle by Oisix ブランドマネージャー

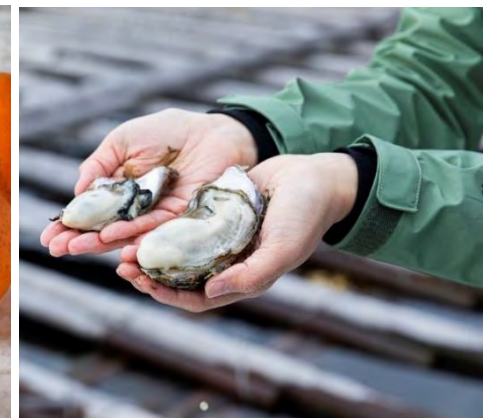
新卒でブランドマーケティングコンサルティング会社に入社し、
BtoC/toB問わず数十社の新規事業開発やリブランディングに従事。

2020年よりオイシックス・ラ・大地に参画。
全社のサステナブルブランディングを推進し、
2021年7月に、フードロス解決型事業として
廃棄食材から新たな食材を生み出すUpcycle by Oisixを立ち上げ。
商品企画からリアル・オンライン接点での顧客体験づくり、
イベントPRの実施等、なんでもやっています。

ふぞろい Radish

見た目より、中身がごちそう

大きいのも小さいのも、
凸凹のも、まだらのも。
中身はおいしいのに、
ふぞろいなだけで見捨てられちゃうなんて、
もったいない。
食べものは生きるための活力だから、
最後まで、おいしく生かしていこう。



■ 牛乳販売支援

休校で給食用の牛乳が余って困っていることを聞きつけ、
企画立案から3日で応援販売を開始



外食自粛の影響でロスとなってしまう飲食店の食材をアレンジ販売。
シェフの方々の食事をお家にいながら味わえる新たな体験を提供



世界のアップサイクルマーケット

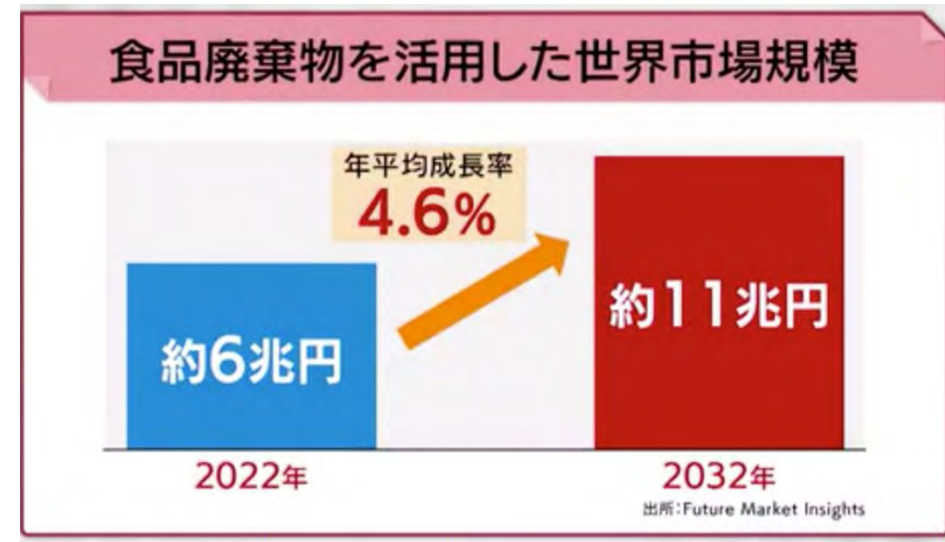


アップサイクル食品認証がスタート

廃棄物が出ない自然な循環型経済の達成のため、
米国では食品廃棄されてしまう原材料から
基準を満たして作られたアップサイクル食品を
認証する制度がスタート(米国 2021.6~)

2032年には11兆円規模 の市場が見込まれる成長分野

米国Future Marketレポートによればアップサイクル
食品市場は2019年時点で5.1兆円、今後10年間の
CAGRは5%以上でマーケットが拡大していくとさ
れている



出所:

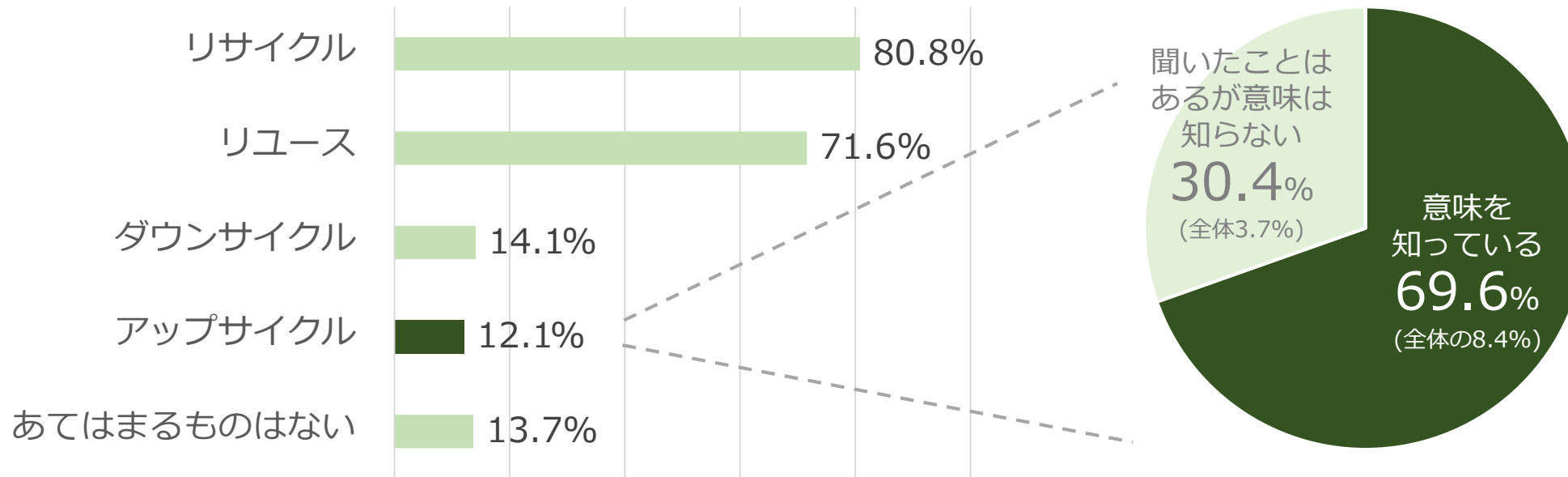
Forbes "Upcycled Food Is The Coolest Trend You've Probably Never Heard Of" 2021,31,May

(<https://www.forbes.com/sites/daphneewingchow/2021/05/31/upcycled-food-is-the-coolest-trend-you-probably-never-heard-of/?sh=3eed7142f0a>) 24

Ecovia Intelligence (<https://www.ecoviainc.com/upcycled-foods-to-take-off/>)

まだまだ認知度が低く、 アップサイクル食品のマーケットが形成されていないのが現状

「アップサイクル」という言葉の認知度



出所：株式会社スナックミー【アップサイクルに関する意識調査】の調査結果を元に作成
2021年7月2日～7月9日 N=2166

コロナ禍により高まりつつあった
**食品ロスという社会課題やサステナブル・SDGs意識に
気軽に取り組めるアクション提案**として事業をスタート