

【報道関係者各位】

2022年5月10日

オイシックス・ラ・大地が中学生のアップサイクル商品開発をサポート！ 青稜中学校（東京都品川区）のSDGsゼミナールで特別授業を開講（5月23日～） ミシュラン二つ星5年連続獲得の日本料理「傳（でん）」の長谷川在佑氏も特別講師として登壇！！

食品のサブスクリプションサービスを提供するオイシックス・ラ・大地株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：高島 宏平）は、5月23日から青稜中学校（所在地：東京都品川区、校長：青田 泰明）のSDGsゼミナールで特別授業を開講します。SDGsゼミナールは青稜中学校の2年生と3年生の有志が参加する講座で、本取り組みでは実社会で活躍する人材からレクチャーを受けながら約半年をかけてアップサイクル商品を開発します。アップサイクルをする食材の選定をはじめ、ネーミングやパッケージ、マーケティングプランを生徒自身の力で考えます。開発した商品は10月頃に、オイシックス・ラ・大地の定期会員のお客様のほか、一般のお客様向けにも販売を開始する予定です。本ゼミナールを通して未来の日本を背負う子供たちに、自らがSDGs課題を解決できるということ、アイデアが実際に形になって世の中に広がっていくことを実感してもらい、将来に役立ててほしいと考えています。



▲ゼミナール授業イメージ

■取り組みの背景

オイシックス・ラ・大地ではサステナブルリテール（持続可能型小売業）を目指し、2021年7月からフードロス食材を新たな商品に生まれ変わらせるアップサイクル事業に力を入れてきました。ブロッコリーの茎や大根の皮など食べられるのに捨てられていた食材をおいしく手軽に召し上がっていただく「Upcycle by Oisix」というサービスを提案しています。毎日の食の楽しみ方を広げながら持続可能な食生活提案を推進していく取り組みです。サービス開始から2022年4月14日時点で約29トンのフードロス削減に貢献しています。今後は、社内でのアイデアや人材だけでなく外部との取り組み、とりわけ今後の未来を担う学生との取り組みを強化しながらこの活動をさらに社会全体に広げていくことを目指しています。



▲アップサイクル商品イメージ

青稜中学校は、建学の精神に「社会に貢献できる人間の育成」を掲げており、生徒が自ら「SDGs部」を立ち上げるなど、アクティブな教育内容と学校環境が特徴の学校です。本取り組みでは、当社アップサイクル商品開発担当者がマーケティング手法を、日本料理のプロフェッショナルである長谷川在佑氏が日本料理の始末のこころと技を講義します。魅力的なアップサイクル商品を開発することで、SDGsに取り組むきっかけを広く社会に与える経験をしてほしいと考えています。

■中学生が企業と一流シェフのサポートを受けて商品開発をスタート

本取り組みでは、特別講師として当社グリーンプロジェクト担当者として一流シェフが中学生の商品開発を支援します。商品企画開発者としてサポートするのは、オイシックス・ラ・大地のグリーンプロジェクトでアップサイクル商品の企画開発を担当している東海林園子。一流シェフとしてサポートするのは、2022年現在まで5年連続で二つ星を獲得し続け、2022年3月には「アジアのベストレストラン50」で第一位を獲得した日本料理店「傳」の長谷川在佑氏です。

生徒はゼミナールで、5月はアップサイクルについて学んだあと、商品開発に向けてアップサイクルをする食材とその活用方法を考えます。6月に食材と商品パッケージ案のコンテストを行い、夏休みの課題を挟んで9月には商品のネーミングを決定します。それ以降は文化祭で家族に商品サンプルを食べてもらって感想を聞くなど、10月の販売開始に向けてマーケティングプランを練り上げていく予定です。

<特別講師プロフィール>

オイシックス・ラ・大地株式会社 執行役員

経営企画本部 グリーンプロジェクト 所管 東海林 園子

短大卒業後、食品会社の商品企画開発を経て、2006年にらでいっしゅぼーや(当時)にマーチャンダイザーとして入社。入社後から15年ほど商品開発に携わる。2018年のオイシックス・ラ・大地との経営統合後、2019年よりらでいっしゅぼーや商品本部長を務め、2021年1月にグリーンプロジェクトのリーダーに着任した。2021年7月より立ち上げた新サービス「Upcycle by Oisix」では販売開始以来約16トンのフードロス削減に成功。2022年5月より執行役員に就任している。



日本料理「傳」 長谷川 在佑

1978年、東京都出身。老舗割烹「うを徳」にて修行後、2008年に神保町に「傳」を開店。わずか3年目で「ミシュランガイド東京 2011」にて二つ星を獲得。2022年現在まで5年連続で二つ星を獲得し続け、持続可能なガストロノミーを実践するレストランに対して贈られる「ミシュラングリーンスター」にも認証されている。2018年には「アジアのベストレストラン50」で第2位、「世界のベストレストラン50」で第17位を獲得。ついに2022年には「アジアのベストレストラン50」で第一位を獲得した。豊富な食材や日本独特の文化を大切にしつつ、遊び心ともてなしの精神に溢れた「新しい形の日本料理」を体現。各国のシェフとのコラボレーションイベントなどを通して、世界へ発信している。



■商品販売について

発売日：2022年10月中を予定

対象：オイシックス・ラ・大地の定期会員のお客様のほか、一般のお客様に向けても販売予定

■開講にあたって

青稜中学校・高等学校校長 青田 泰明

現代の中学生たちは、SDGs目標を自明の事とし、より良い社会への希求を非常に強く抱く世代です。しかしながら、彼らのそうした未来への希望と熱量が社会に認知される事例は、未だ少ないのが実情でもあります。今回の取り組みは、企業・料理人・消費者という食に関わる三者の共同事業であります。それは、異なる世代による化学反応（子供×大人）だけでなく、経済教育の機会（販売者×消費者）を創出するものであり、何よりも、食という身近なテーマを通じて、「未来への希望」を社会に多角的に提示するものに成り得ると考えています。



日本料理店「傳」 長谷川 在佑

日本には伝統的に、自然との一体感や自然を守りつつ資源を有効活用する共生の考え方が根付いて、その考え方は建築や食など生活のさまざまな場面に活かされてきました。現在世界中で取り組まれているSDGsは、実はもともと日本人が日常のなかであたりまえに取り組んできたことでもあるのです。つまりSDGsには、無理に難しいことをせずとも、古くから日本人がしてきた理にかなったことをもう一度見つめなおすことでも貢献できるのではないのでしょうか。

今回の取り組みが日本人が日本のよさを再認識する機会になるように、また子供たちには、それをリードしながら日本が発信するよい取り組みをぜひ世界中に広げていってほしいと願っています。

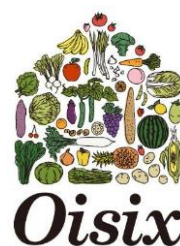
オイシックス・ラ・大地株式会社 執行役員 経営企画本部 グリーンプロジェクト 所管
東海林 園子

日本には、物を大切に「もったいない」という文化が根底にあります。見た目・価格・効率化を求める中でこの文化が薄れてきている部分もあり、SDGsの取り組みは改めて日本の文化を見つめなおす機会になっていると感じています。

食材には、未活用けど美味しい物がたくさんあり、今回の取り組みは子供たちとその宝探しと一緒に楽しめる機会になると楽しみにしています。「SDGsって楽しいんだ！」ということ、子供たちだけでなくご家庭や企業の皆様にも知っていただき、食材への想いが変わる機会になってほしいと考えています。

食品宅配サービス「Oisix」について

2000年に設立。「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」をコンセプトとした、有機野菜や特別栽培野菜、合成保存料・合成着色料を使わない加工食品などの生鮮食品を取り扱うEC食品宅配サービスです。現在、会員数は345,409人（2021年12月末時点）で日本全国の方にご利用いただいています。2013年7月に販売を開始した、必要量の食材とレシピがセットになり主菜と副菜の2品が20分で完成するミールキット『Kit Oisix』は、シリーズ累計出荷数が1億食（2021年11月時点）を突破しています。



オイシックス・ラ・大地株式会社について

オイシックス・ラ・大地株式会社（代表：高島宏平）は、「Oisix」「らでいっしゅぼーや」「大地を守る会」の国内主要ブランドを通じ、安心・安全に配慮した農産物、ミールキットなどの定期宅配サービスを提供しています。子会社の買い物難民向け移動スーパー「とくし丸」や、米国でヴィーガンミールキットを展開する「Purple Carrot」も含め、食のサブスクリプションサービスを広げています。

当社は、「サステナブルリテール」（持続可能型小売業）として、サブスクリプションモデルによる受注予測や、ふぞろい品の積極活用、家庭での食品廃棄が削減できるミールキットなどを通じ、畑から食卓まで、サプライチェーン全体でフードロスゼロを目指しています。

<ゼミナール詳細>

* 下記記載の内容は都合により変更になることがあります

	ゼミナール内容	撮影可能シーン	インタビュー可能者
5月23日 (月)	<u>ゼミナール開始</u> 当社担当者よりアップサイクルについて講義を行います。チームに分かれてどんな食材をアップサイクルするか議論をしてプレゼン。投票を行って3食材に絞り込みます。	<ul style="list-style-type: none"> ・講義風景 ・商品候補食材約10個 ・チームでの議論風景 ・プレゼン・投票風景 ・青稜中学校校内風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・東海林園子 ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒
5月30日 (月)	<u>アップサイクルアイデア出し</u> 23日に決定した3食材をどうアップサイクルするか、チームで議論しプレゼンします。シェフからのアドバイスを受けて、試作アイデアを3つに絞ります。	<ul style="list-style-type: none"> ・講義風景 ・チームでの議論風景 ・シェフの講義風景 ・プレゼン・投票風景 ・青稜中学校校内風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・東海林園子 ・長谷川在祐 ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒
6月27日 (月)	<u>商品とパッケージデザインアイデア決定</u> 30日に絞り込んだ試作アイデアを元に試作したサンプルを試食。シェフからのアドバイスを受けながら、試作品の改善案を考えてプレゼン、商品化する商品案を決定します。また、生徒それぞれが考えたパッケージデザインアイデアをプレゼンし投票します。	<ul style="list-style-type: none"> ・試食風景 ・講義風景 ・チームでの議論風景 ・シェフの講義風景 ・プレゼン・投票風景 ・青稜中学校校内風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・東海林園子 ・長谷川在祐 ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒
9月5日 (月)	<u>商品のネーミング決定</u> 商品のネーミング案をチームごと議論し決定。マーケティングプランも議論します。	<ul style="list-style-type: none"> ・講義風景 ・チームでの議論風景 ・プレゼン・投票風景 ・青稜中学校校内風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒
9月12日 (月)	<u>マーケティングプラン中間発表会</u> マーケティングプランの中間発表会を行い、チームで改善点を議論。文化祭用のポスターをつくるなど、文化祭の準備も進めます。	<ul style="list-style-type: none"> ・講義風景 ・チームでの議論風景 ・プレゼン・投票風景 ・青稜中学校校内風景 ・文化祭準備風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒
9月 24・25日 (土・日)	<u>文化祭でテストマーケティング実施</u> 文化祭に家族を呼び、サンプル品の試食やパッケージ案、マーケティング案について投票をしてもらいます。	<ul style="list-style-type: none"> ・文化祭風景 ・青稜中学校校内風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・東海林園子 ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒 ・文化祭来場家族
10月3日 (月)	<u>商品完成お披露目会</u> 文化祭を振り返ったあと、完成した商品の試食を行います。最後にゼミナール全体を振り返って終了です。	<ul style="list-style-type: none"> ・試食風景 ・講義風景 ・青稜中学校校内風景 	<ul style="list-style-type: none"> ・東海林園子 ・青田泰明 ・ゼミナール参加生徒