

【報道関係者各位】

2023年2月22日

## Upcycle by Oisix とプロントが初の共同開発商品を販売開始(2/23～) 抽出後のコーヒー豆かすをアップサイクル 外食産業の課題解決に繋げる

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、アップサイクル商品※を開発・販売するフードロス解決型ブランド

「Upcycle by Oisix」が株式会社プロントコーポレーション（本社：東京都港区、代表取締役社長：竹村 典彦 以下プロント）と共同開発した新商品「コーヒーから生まれた 黒糖あられ」「コーヒーから生まれた チョコあられ」を2023年2月23日（木）より販売開始します。

飲食チェーンPRONTO（プロント）の店舗から出る抽出後のコーヒー豆かすをアップサイクル・商品化することで、外食産業のフードロス削減に共に乗り出し、事業系原料廃棄の課題解決に一層積極的に取り組んでまいります。

URL：<https://upcyclebyoisix.jp/>

※ アップサイクル商品：これまで捨てられていたものに付加価値をつけ、アップグレードした商品のこと。



### ■事業系フードロスの削減を推進

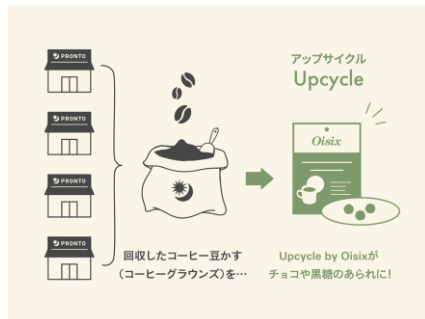
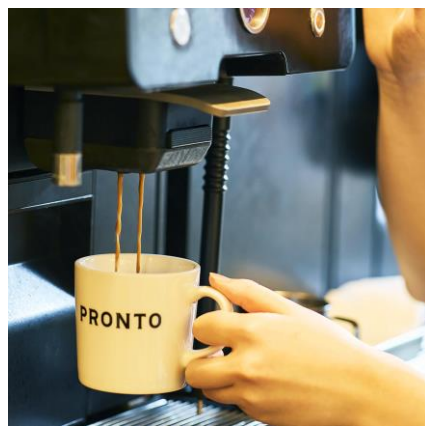
#### プロントから出るコーヒー豆かすの廃棄削減に取り組む

コーヒーは多くの方が日常的に楽しんでいる飲料ですが、ご家庭ではコーヒーを抽出したあとのコーヒー豆かす（コーヒーグラウンズ）は、多くが生ごみとして処理されているのが現状です。

プロントにおいてもコーヒーグラウンズの廃棄には課題を抱えており、Upcycle by Oisixではこのアップサイクルに取り組むことで、家庭ごみ削減のヒント、外食産業での課題解決の両方に意義があると考えました。

プロントでは取り扱うコーヒー豆にこだわりをもって選定しており、またコーヒーグラウンズには食物繊維が含まれています。「そのまま捨てるのはもったいない」という気持ちから、日本らしい事業系フードロス削減の形を提示したいと考え、両社の取り組みがスタートしました。

プロントコーポレーションでは、過去に店内の壁面にコーヒー豆かすを再利用したり、コーヒー豆かすからできた植木鉢「CAFE TSUCHIKO」を開発するなど、サステナブルな活動に積極的に取り組んできました。また、全日本コーヒー協会は抽出後のコーヒー粉の有効活用を推進していきたいと考えており、一般にこれまで「コーヒーかす」と呼ばれていたものの呼称を「抽出後のコーヒー粉」もしくは「コーヒーグラウンズ」とすることを提案し、普及啓蒙に取り組む発表もしており、Upcycle by Oisixでは新商品をきっかけにその後押しにもなれればと考えています。



## ■プロントで丁寧に淹れたあとに残る

コーヒー豆かす（コーヒーグラウンズ）の回収を仕組み化し、  
食物繊維を含み、罪悪感がない「あられ」にアップサイクル

すでに「コーヒー味」のクッキーやケーキなどの洋菓子は市場に多くあるため、商品化にあたっては新しいおいしさ、新鮮な驚きをお客さまにお伝えしたいと考え、日本の伝統的なお菓子である「あられ（和）」と、「コーヒー（洋）」との組み合わせが生まれました。

今回商品化したあられは、揚げずに焼き上げた米菓であり、米菓製造を手掛ける株式会社ありがとう独自の技術により練り込まれたコーヒーグラウンズには食物繊維が含まれるため、手に取っていただくきっかけになる「罪悪感がないお菓子」として、多くの方に楽しんでいただけるように仕上げています。

黒糖あられ：1袋70g（コーヒーグラウンズ15g・食物繊維4.8gを含む）

チョコあられ：1袋50g（コーヒーグラウンズ5g・食物繊維2.8gを含む）

## ■事業系フードロス削減の可能性に取り組む Upcycle by Oisix

2020年の国内のフードロス522万トンのうち事業系は275万トン。さらにその内訳は、食品製造業121万トン、外食産業は81万トン、食品小売業60万トン、商品卸売業13万トンとなっています※。

Upcycle by Oisixが本年1月に発売したチョーヤ梅酒とのアップサイクル商品は事業系ごみの1位となっている食品製造業との取り組み、今回は事業系ごみの2位である外食産業と取り組むことで、食のアップサイクルにはまだまだ多くの可能性があることをお伝えしていきたいと考えています。

※農林水産省「食品ロスとは」

[https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku\\_loss/161227\\_4.html#1](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227_4.html#1)

### 《商品概要》

#### ■商品名：コーヒーから生まれた 黒糖あられ 430円（税込）

コーヒーを淹れたあとに残るコーヒー豆かす（コーヒーグラウンズ）を、甘さとほろ苦さのバランスが絶妙なサクサク食感のあられに仕上げました。黒糖の優しい甘さがコーヒーの香りを引き立てます。

**食品ロス削減量**（食品として活用される量を換算）1袋70gあたり15g

**食物繊維含有量** 4.8g

#### ■商品名：コーヒーから生まれた チョコあられ 430円（税込）

コーヒーを淹れたあとに残るコーヒー豆かす（コーヒーグラウンズ）を、甘さとほろ苦さのバランスが絶妙なサクサク食感のあられに仕上げました。チョコレートの甘さが、コーヒーのほろ苦さを引き立てます。

**食品ロス削減量**（食品として活用される量を換算）1袋50gあたり5g

**食物繊維含有量** 2.8g

発売予定：2023年2月23日（木）10:00～

URL：<https://upcyclebyoisix.jp/>

（実店舗でのお取り扱い・Oisix会員のお客様以外の販売先URL）

CHOOSEBASE SHIBUYA

住所：東京都渋谷区宇田川町21-1（西武渋谷店 パーキング館1階）

営業時間：11:00～21:00

URL：<https://choosebase.jp/>





## ■昼はカフェ、夜はサカバ。PRONTO（プロント） 進化し続ける二面性

PRONTO（プロント）が目指しているのは、嗜む場所「GREAT GOOD PLACE」。「昼はカフェ、夜はサカバ。」という「二面性」をキーワードに、働く人がいつでも立ち寄れる、使い勝手の良い空間を一日中ご用意しています。仕事前や休憩時間に立ち寄れて、人々が集うコミュニティともいえるカフェ空間として。また、仕事終わりに仲間と気軽に集え、会話が弾むキッサカバ空間として。プロントならではの嗜む時間を、カフェとサカバでお楽しみください。



## ■粋なお菓子を作り、届ける会社であり続ける

株式会社ありがとうございます、自分たちが「食べたい」と思う商品づくりを心掛けています。お客様にご納得いただける確かな商品をご提供するため、原料にこだわり、伝統を忠実に守りつつ、新たな技術や素材を取り入れ、常に進化し、ありがたいらしいお菓子を求め、新たな挑戦を試みます。



## ■ふだんのお買い物で、サステナブルな環境配慮型商品を選ぶアクションを応援

生産現場から食材がお客様に届くまで一気通貫で「食」に向き合うOisixだからこそ生まれた「Upcycle by Oisix」は2021年7月8日のサービス開始から、畑や加工現場で未活用だった食材約73トンアップサイクルしフードロス削減（2023年1月26日現在）。2品から始まったオリジナル商品数は63品となりました。これまで見栄えや食感の悪さなどから捨てられていた食材を、より環境負荷が低く、新たな価値を加えた自社オリジナルのアップサイクル商品として開発、おいしく驚きのある新たな食材を生み出しています。

Upcycle by Oisix

フードロスに、新たな価値を

今後もサステナブルな環境配慮型の商品を、より多くのお客様の食生活に手軽に取り入れていただくプラットフォームとしての取り組みを推進します。

## 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などや、できる限り添加物を使用せずに作った加工食品などの食品を取り扱うEC食品宅配サービスです。現在、会員数は361,135人（2022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1億3千食（2022年6月末時点）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。