

【報道関係者各位】

2023年4月24日

## フードロス解決を目指す「Upcycle by Oisix」のアップサイクル商品を 【九州初】天神ロフトで販売開始（4/28～） G7サミット農業大臣会合で提供された「梅酒から生まれたドライフルーツ」含む10商品

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※1を開発・販売するフードロス解決型ブランド

「Upcycle by Oisix」の10商品を、株式会社ロフト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：安藤 公基）が運営する天神ロフトにおいて2023年4月28日（金）より販売開始します。

2023年4月22日（土）・23日（日）に宮崎市で開催されたG7サミット農業大臣会合のレセプションで提供された「梅酒から生まれたドライフルーツ」を始め、人気の10商品が九州で初めて店頭でお買い求めいただけます。

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取り組みを拡大してまいります。URL：<https://upcyclebyoisix.jp/>

※1：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。



### ■九州では初！ Upcycle by Oisixの人気商品が店頭で購入可能に

2021年7月のサービス開始以降、「Upcycle by Oisix」ではOisixを始めとしたECサイトでの販売に限らず、首都圏のナチュラルローソンを始めとし、積極的にお客様がサステナブルな商品に出会えるタッチポイントを全国で250店舗※2以上に増やすことで売り上げを伸ばしてきました。畑や加工現場で未活用だった食材約80トン※3をアップサイクルしフードロスを削減。2品から始まったオリジナル商品数は66品となりました。天神ロフトは、九州では初めての販売店舗となります。

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。

※2：2021年7月～2023年3月末の外販展開数

※3：2021年7月～2023年3月末までの購入による累積削減量

### ■宮崎で開催されたG7サミット農業大臣会合のレセプションで提供された商品も登場

G7広島サミット関係閣僚会合の一つである農業大臣会合が、2023年4月22日（土）・23日（日）に宮崎市「シーガイアコンベンションセンター」で開催されました。各国の大臣を迎えるレセプションのメニューとして、Upcycle by Oisixが食品業界全体のフードロスを減らす取り組みとしてチョーヤ梅酒株式会社と共同開発した「梅酒から生まれたしっとりドライフルーツ」が採用されました。

天神ロフトでは、この商品を含めた10商品が店頭でお買い求めいただけます。



## ■販売店舗情報

- ◇店舗名：天神ロフト
- ◇所在地：〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神4-3-8 ミーナ天神4階
- ◇営業時間：午前10時～午後8時
- ◇電話番号：092-724-6210 ※～4月27日(木)店舗休業中

# Loft

## (販売開始の背景について)

ロフトは、セブン&アイグループの事業会社として、グループの環境経営指針である「GREEN CHALLENGE 2050」のもと「ロフト グリーンプロジェクト」をスタート。その一環として、環境に配慮した品揃えを進めています。地球のこと、環境のこと、様々な面に目を向けた、サステナブルな雑貨や食品をこれからも提案していきます。

## ◀商品概要▶

■商品名：※価格は税込

### ここもおいしく ブロッコリーの茎チップス 430円

冷凍野菜工場から出る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、素材の味と食感を引き立てたチップスに。天日塩とてんさい糖のやさしい味付けなので、小腹がすいた時やお子様のおやつにもぴったりです。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約300g

### ここもおいしく だいこんの皮チップス 430円

漬物工場から出るだいこんの皮を、ココナッツオイルでさっくりと揚げ、素材の味と食感を引き立てたチップスに。天日塩とてんさい糖のやさしい味付けなので、小腹がすいた時やお子様のおやつにもぴったりです。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約125g

### ここもおいしく なすのヘタチップス 430円

なすのヘタをココナッツオイルで揚げ、かりんとうのように仕上げた新感覚チップスです。低温でじっくり揚げ黒糖で味付けることで、食べにくい“ヘタ”の部分を食べやすく生まれ変わらせます。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約90g

### ここも食べられるチップス パインの芯（シナモン） 646円

カットフルーツ工場で未活用だったパイン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。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約120g

### 梅酒から生まれた しっとりドライフルーツ 538円

「チョーヤ梅酒」が厳選して使用した梅酒の梅を丁寧に種抜きし、まろやかな味わいのドライフルーツに仕上げました。香料・酸味料を使用せず、梅本来の味を最大限楽しめます。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約120g

### えごま油づくりで生まれた ひとくちサクサク焼き 322円

えごま油を搾油した際に残った搾りかすを国産小麦に加え、昔懐かしくやさしい食感のおせんべいにしました。お子さまのおやつにもおすすめです。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約0.4g

### えごま油づくりで生まれた 香ばしかりんとう 322円

えごま油を搾油した際に残った搾りかすを国産小麦に加え、特有の香ばしさを活かした黒糖味のかりんとうに仕上げました。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約2.4g



### 梅干しから生まれた 梅酢あめ 322円

未活用だった梅酢を活用し、ほどよい塩味と梅の風味が豊かな梅酢あめ。ビートグラニュー糖のスッキリとした甘さと、強すぎない塩加減で、お子様からご年配の方までお楽しみいただけます。個包装なので、持ち歩いて気軽に食べられます。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約0.16g



### 梅干しから生まれた 梅酢あめ（梅ペースト入り） 322円

未活用だった梅酢や潰れたり皮が破けた規格外の梅を使い、ほどよい塩味と梅の風味が贅沢に味わえる梅酢あめ。和歌山県紀州産の梅酢と沖縄県産の塩シママースを使い、あめの中心に梅ペーストを仕込み、1粒で2つの梅味を楽しめます。個包装なので、持ち歩いて気軽に食べられます。

食品ロス削減量（食品として活用される量を換算） 1パックあたり約2.7g



### コーヒーから生まれた 黒糖あられ 430円

飲食チェーンPRONTO（プロント）で、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、国産もち米の生地に練りこみ、洋風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パックあたり約15g



## ■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日に最初の商品を販売開始。これまでに畑や加工現場で未活用だった食材約80トンアップサイクルしフードロスを削減（2023年3月末現在）。2品から始まったオリジナル商品数は66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。

ブランドサイトURL : <https://upcyclebyoisix.jp/>

## Upcycle by Oisix

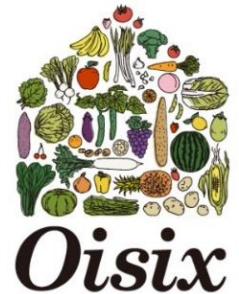
フードロスに、新たな価値を

### 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1億4千万食（2023年3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。