

【報道関係者各位】

2024年1月10日

## 2024年バレンタインでフードロス削減 Upcycle by Oisix 1月11日（木）よりアップサイクルバレンタインチョコの販売を開始 ～1月15日（月）からは全国のロフト18店舗でも販売～

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※のみ販売するフードロス削減ブランド「Upcycle by Oisix」によるプライベートブランド商品としてギフト向けに開発した「フルーツで彩る アップサイクルクランチバー（ミルクチョコ）」「フルーツで彩る アップサイクルクランチバー（ホワイトチョコ）」「山梨ワイナリーから生まれた濃厚生チョコトリュフ（赤）、（白）」「梅酒から生まれた濃厚ショコラシュトレン」を、2024年1月11日（木）から順次販売を開始します。

バレンタインシーズンもアップサイクルチョコを通じて、手軽に環境配慮型の商品を食生活に取り入れていただく取り組みを加速してまいります。（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。



▲（左）「フルーツで彩る アップサイクルクランチバー（ミルクチョコ）」「フルーツで彩る アップサイクルクランチバー（ホワイトチョコ）」、（中）「山梨ワイナリーから生まれた濃厚生チョコトリュフ（赤）、（白）」、（右）「梅酒から生まれた濃厚ショコラシュトレン」

### ■2024年のアップサイクルバレンタイン、チョコレートも環境に配慮したものを使用

今回、アップサイクルクランチバーと濃厚生チョコトリュフには、「ココアホライズン認証カカオ」を原料としたサステナブルチョコレートを使用しています。「ココアホライズン」とは、自然と子供たちを守る自立的なコミュニティを創造することによって、カカオ農家の繁栄を促進するというビジョンを持つNPOである「ココアホライズン財団」によって運営されている非営利のプログラムです。

「ココアホライズン財団」の認証基準を満たすカカオ原料を使用することにより、森林伐採及びCO2排出量の削減などに貢献することができます。

また、各商品にはカットフルーツ工場ですでに柿の皮、パインの芯や、ワインを製造する工程でぶどうを絞った後に残る果皮・種（ワインパミス）、梅酒づくりの工程で未活用だった梅の実など、それぞれの食材をアップサイクルして使用。食材にもともとある素材の美味しさをそのまま味わうことができます。

今後、季節ごとに発生し未活用となっている加工現場の原料を、積極的にアップサイクルする取り組みを進めてまいります。



## ◀商品概要▶

商品名：「フルーツで彩る アップサイクルランチバー（ミルクチョコ）」／  
「フルーツで彩る アップサイクルランチバー（ホワイトチョコ）」

内容量：2本、価格：1,058円（税込）

商品詳細：ココアホライズン財団によって認証を受けたサステナブルなミルクチョコレート、ホワイトチョコレートそれぞれ使用し、規格外を含む国産米を活用したライスパフ入りでザクツとした食感の食べ応えのあるチョコレートバーです。トッピングにはカットフルーツ工場で廃棄されていた「柿の皮」のチップス、規格外のピスタチオと、色合いにフリーズドライいちご（通常品）を使用しています。ホワイトチョコのトッピングにはカットパイン工場で廃棄されてしまう「パインの芯」のチップス、規格外のピスタチオと、色合いにフリーズドライいちご（通常品）を使用し見た目も華やかに仕上げています。

食品ロス削減量：ミルクチョコは本商品1箱（2本入り）あたり約5gの柿の皮、ホワイトチョコは本商品1箱（2本入り）あたり約4gのパインの芯を使用しています。

商品名：「山梨ワイナリーから生まれた 濃厚生チョコトリュフ（赤）」／「山梨ワイナリーから生まれた 濃厚生チョコトリュフ（白）」

内容量：4個入、価格：1,706円（税込）

商品詳細：ワインを製造する工程でぶどうを絞った後に残る果皮・種などから作られたワインパミスパウダーをクリームと混ぜ合わせ、ココアホライズン認証のチョコレートで包んだ濃厚なチョコトリュフです。クリームはワインで香りづけ、さらにラム酒を加え香り豊かに仕上げています。

食品ロス削減量：本商品1箱（4粒入り）あたり約1.2gのワインパミスを使用しています。



▲「フルーツで彩る アップサイクルランチバー」のパッケージ



▲「山梨ワイナリーから生まれた 濃厚生チョコトリュフ（赤）、（白）」

■商品名：梅酒から生まれた 濃厚ショコラシュトレン

内容量：165g、価格：2,462円（税込）

商品詳細：梅酒づくりの役割を終えた、梅酒梅。その旨みの染み込んだ梅とローストし香りを引き立てたクルミ、レーズンを、有機クーベルチュールチョコと共に生地に練りこみ、職人の丁寧な手仕事で焼き上げました。国産小麦粉と奄美諸島さとうきびから作られたさとうきび糖、沖縄海水の塩、そして世界自然遺産「白神山地」から発見された白神こだま酵母など、厳選された材料を使っています。

食品ロス削減量：1個あたり約16gの梅酒梅（生換算）を活用しています。



▲「梅酒から生まれた 濃厚ショコラシュトレン」

## 商品販売について

■販売開始：2024年1月11日（木）10:00～

URL：<https://www.oisix.com/sc/upcycle2024>

（ページは販売時間になりましたら公開になります）

※濃厚生チョコトリュフ、濃厚ショコラシュトレンは1月18日（木）10:00～の販売になります

## ■実店舗でのお取り扱い

※実店舗では「フルーツで彩る アップサイクルランチバー（ミルクチョコ）」／「フルーツで彩る アップサイクルランチバー（ホワイトチョコ）」のみのお取り扱いとなります

・CHOOSEBASE SHIBUYA

販売開始：2024年1月11日（木）～

URL：<https://choosebase.jp/collections/upcyclebyoisix>

・全国のロフト18店舗（渋谷、池袋、銀座、吉祥寺、横浜、川崎、大宮、千葉、新さっぽろ、仙台、長岡、梅田、千里バンパク、神戸、西宮、京都、彦根、天神）

販売開始：2024年1月15日（月）～

URL：<https://www.loft.co.jp/>

## ■Upcycle by Oisix 概要 累計約100トンのフードロスを削減 オリジナル商品、累計95品を開発 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102トンアップサイクルしフードロスを削減（2023年12月28日現在）。2品から始まったオリジナル商品数は累計で95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。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。



GOOD  
DESIGN  
AWARD  
2023

## ■Upcycle by Oisixは2023年度グッドデザイン賞を受賞しました

「Upcycle by Oisix」は、このたび「2023年度グッドデザイン賞」（主催：公益財団法人日本デザイン振興会）を受賞いたしました。捨てられていたものに付加価値をつけ新たな製品にするアップサイクルの考えを食の世界に取り入れ、畑や加工現場で未活用だった食材累計約102トンのフードロス削減を達成し、自社サプライチェーンだけでなく、食品製造業、外食産業を巻き込んで原料廃棄の課題解決にも乗り出している点が高く評価されました。

## 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398,958人（2023年9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1億5千万食（2023年5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SDGsに取り組み、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。