

オイシックスのアップサイクル

城取フードサービス研究所

城取 博幸

オイシックスとチョーヤ梅酒は初の共同開発商品を販売開始

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)は、チョーヤ梅酒株式会社(本社大阪府羽曳野市)と共同開発した新商品「梅酒から生まれたしっとりドライフルーツ」を2023年1月26日から販売を開始した。

梅との新しい出会いを提案する「The CHOYA 銀座 BAR」で当商品を使った「梅づくし」のアフタヌーンティーメニューを期間限定で展開。



オイシックスはチョーヤのアップサイクル原料を使用する商品の取り組みは初めてだが、フードロスの削減の取り組みを他社、他団体に広げて原料廃棄の削減に積極的に取り組んでいる。



「梅酒から生まれた しっとりドライフルーツ」 原材料:梅酒梅(梅、砂糖、酒精)(国内製造)、砂糖、ぶどう糖トレハロース 梅肉をセミドライにし表面に砂糖をまぶした状態。梅酒の梅を十分感じられる



「The CHOYA 銀座 BAR」のアフタヌーンティー(期間限定)で提供される梅酒の梅を使った料理とデザート。期間中は店内で「梅酒から生まれた しっとりドライフルーツ」の販売も行われる

チョーヤ梅酒は紀州産を中心に国産梅を 100%使用、生産者と共に土づくりから取り組み、熟度を高く、香り豊かな梅を厳選して梅酒にしている。梅酒に漬けた後の梅は製品に入れたり、そのまま販売しているが、製品化できなかった余剰の梅は、家畜の飼料や畑の肥料となっていました



チョーヤ梅酒株式会社 企画広報推進部 森田英幸氏 食品残渣は今まで畑の肥料や家畜の飼料として使われていたが、人間向けを最優先するべきだという言葉が印象的であった。

オイシックスのグリーンシフト戦略

- ・農業生産での温室効果ガス削減(当社独自のグリーン基準の導入)
- ・ラストワンマイルでの温室効果ガス削減(配送車のクリーンエネルギー実証実験開始)
- ・包装の脱プラ推進(商品パッケージのさらなるグリーン化)
- ・フードロス削減(従来のフードロス削減の取り組み強化、アップサイクル商品の販売推進)

アップサイクルの取り組みで、オイシックスは、梅酒に使用した後の梅を産地で再び買い戻し、生産者自らドライフルーツに加工することを提案。産地での雇用を確保しながら事業化することで、生産者の収入やモチベーションも向上し、フードロスの削減も同時に叶えることができた。オイシックス会員向けにテスト販売したところ、好評でリピート率も高く人気商品となったという。



オイシックス・ラ・大地株式会社執行役員グリーンプロジェクト責任者東海林園子氏。特に「従来のフードロス削減の強化」「アップサイクル食品の販売推進」を目標に活動をしている



試食プレート「梅ドライフルーツ&バター(プレーン)」(左上)、「燻製梅ドライフルーツとチーズのピンチョス」(右上)、「梅ドライフルーツ&ナッツバター」(左下)、「梅の実入りチーズホイップ最中」(右下)。ドライフルーツは乳製品やナッツと相性がいいため梅のドライフルーツともよく合う。



オイシックスは、「パインの茎チップス」「りんごの芯」「ふぞろいセロリの野菜だし」など、今まで 54 種類のアップサイクル商品を開発し、約 71t(2021 年 7 月 8 日～22 年 1 月 12 日まで)のフードロス削減してきた

オイシックスの強み

質疑応答で「アップサイクル製品はロスがありませんか？」と質問した。
 答えは「製造中に多少の廃棄はあるがほぼゼロです」と頼もしい答えをいただいた。
 SPA(製造小売業)で価格設定を自らできる「BtoC のビジネスモデル」だからできる強みだ。私はオイシックスの新商品発表会にはすべて参加させていただき試食もさせていただいている。フードロスに本気で取り組んでいるオイシックスの輪がさらに広がればいいなと思う。

お土産にいただいたミールキットをつくってみる



「PURPLE CARROT(米国生まれのヴィーガンミールキットブランド)」のノウハウを生かしたシリーズ。「ヴィーガン」梅香る厚揚げマヨ丼。紫のパッケージが特徴



「梅から生まれたしっとりドライフルーツ」もセットになっている。ドライ梅を粗く刻んで耐熱容器に入れ、水大さじ1を加えて電子レンジ 500wで 20 秒加熱し、添付の①梅酢大さじ1。おろしにんにく、砂糖(家庭のもの)を加えてご飯に混ぜ酢飯をつくる



ドライ梅を混ぜたご飯の上に、水菜、パプリカ、大根を玉ねぎドレッシング、ごま油で和えたのサラダを載せ、さらに厚揚げと舞茸を炒めて①で味付けしたものを載せ、ソイソース、クルトン、大葉をトッピングした料理



柔らかいドライ梅と梅酢はご飯とよく合う。温かい酢飯に冷たい生野菜、さらに炒めた厚揚げと舞茸と三層になった斬新な丼。梅酢、梅を使っているためサッパリとして食が進む。

1. 従来のフードロス削減の取り組み強化

オイシックスのフードロス削減は上記の①「アップサイクル食品の販売促進」の他に、②「従来のフードロス削減取り組み強化」の二つの目標を立てている。従来のフードロス削減のために21年「Food Rescue Center(フードロス再生工場)」を建設した。自社で廃棄されている野菜を製品化するという試みだ。22年10月に方針発表と工場見学をさせていただいた。



神奈川県海老名市の配送センターの一角に「フードレスキューセンター」をつくり従来のフードロス削減のための作業所を新設した

執行役員 経営企画本部 グリーンプロジェクトリーダー 東海林氏から「フードロス削減の取り組み」についての発表があった。

「つくる」 ふぞろい、規格外の販売促進、廃棄力所のアップサイクルにより、2022年3月期約100t削減した

「売る」 サブスクモデルを活用した、畑と食卓の需給データマッチング。流通におけるフードロスは、一般小売店5~10% オイシックスは0.2~0.3% (一般小売店の数字は値引きロスを含んでいる数字か それとも市販用オイシックスのミールキットのロスか)

「食べる」 「Kit Oisix」や「ちゃんと Oisix」など食材の使い切りサービスの提供により、家庭での食材の廃棄(Kit Oisixの活用により)約三分の一まで減少させた。

「つくる」「売る」「食べる」と3つに分類してフードロスの削減を明確にしている。製造小売業(SPA)であるからできること。



2. フードレスキューセンターでできること

- ① Kit Oisix 原料を加工品への活用。豊作、ふぞろいなど食べられるが畑で捨てられている食材。加熱・冷却の組み合わせによる「食材の食感・保存コントロール技術」で、カット野菜や加工原料に活用。
- ② つる、皮、へたなど従来は非食部分をアップサイクル商品への転換
- ③ 品質保持期限の延長。傷みやすい生野菜やカット野菜など長持ちしない商品は、包装技術と温度管理による「品質保持期限延長」で、さらなるフードロス削減に貢献。



3. フードロス削減に関する取り組みを強化

年間 310t(アップサイクル 120t+フードロス削減商品 190t)のフードロス削減を実現し、フードレスキューセンターを活用することで、3年間で 1000tのフードロス削減を目指す。明確な数字目標の基に取り組んでいる。数値目標の伴わない目標は単なる「念仏」に終わってしまうからだ。

廃棄ロスの活用、アップサイクル商品はコストがかかるためあまりやりたがらない。オイシックスはコストアップをどう吸収するか？ オイシックスのビジネスモデルの主体は「BtoC」(一部BとB)だ。「BtoB」の場合は価格決定権は力関係によるが、「BtoC」「SPA」の場合はオイシックス側に価格決定権があることもコストを吸収できる。

フードロス削減に関する取組を強化

フードロス量を、さらに削減するためのプランを策定・実行。フードロスについては、2021年の1年間で約310tの減のフードロス削減に寄りました

フードロス削減

√1年間に約310tの減のフードロスを実現しており、オリジナル商品の開発・販売を促進し、さらなる活用をめざす

アップサイクル・ふぞろいMarket Oisix・文庫のフードロス削減取組品

年間フードロス削減量

40t
80t
120t + 190t = 310t
310t
フードロス削減

フードロス削減に特化したフードレスキューセンター
3年間で年間1,000トンのフードロス削減達成を目指す

Oisix ra daichi

9

フードレスキュー工場見学

マスコミ関係者のために写真撮影用の場所を設定してくれた



今まで廃棄されていた食材



「カット工程」廃棄されるネギの青い部分と外皮が一部残るたまねぎ。玉ねぎの外皮(茶色い部分)と白い部分との間に、外皮が一部含まれた部分がある。それは今までは廃棄されていた。その外皮を一枚一枚包丁で取り除き可食できるようにする作業。



ネギも青い部分は捨てられていたが、刻んで加熱することでキットの食材やソースに使われる。これも手作業だ



「加熱工程」カットされた食材は速やかにジェットオーブンを使い加熱。食材ごとの温度と時間を設定して加熱処理している。



加熱済みの玉ねぎは少し焦げ目がついている状態。殺菌効果もあるが、玉ねぎは加熱すると甘味が増す



「包装工程」ロス加工作業は機械を使わず手作業。ここは年間310tのロスを商品化している工場。真空パック工程では自動計量、自動真空パックの機械と手動の機械 2 台の真空パック機を使っている



「冷凍工程」エタノール冷凍機械 4 台で瞬間冷凍を行っている。写真は瞬間冷凍された加熱済みの玉ねぎとネギ。鮮度の良いものを加熱して瞬間冷凍したものをキットの食材やソースに使っている

上の食材を使った料理を試食させていただいた



「レスキュープレート」はデザートを含めて4品

・プレートの上は、「豆腐ハンバーグおろしねぎソース」 廃棄されていたねぎの青い部分をソースに使用

・左下は、「ピラフ」 廃棄されるたまねぎの外皮とロスになったマッシュルームを使用

・右下は、「グリル野菜のサラダ」 ロスになったルッコラと検品ではじかれた柿

・デザートは、「焼りんご アイス添え」 ロスになったりんご、チーズを製造する際のチーズホエイのうち食品として流通していなかった原料を活用

「ロス」とか「廃棄」という言葉が頻繁に出てくるが、一般的な概念ではなく厳しい衛生基準の基に製造されていることを付け加えておきます。「食糧資源」と言った方がいいかも知れない。



ミールキットになった、先程のたまねぎ、青ネギ。小袋に入れられて提供されている。デザート
のりんごは皮付きで提供。

オイシックスはフードロスに真剣に取り組んでいる

大手食品メーカーは、あまりやりたがらない仕事。なぜならコストアップに繋がるからだ。廃棄したほうが効率がよい。しかし、オイシックスはあえて取り組んでいる。

「つくる」「売る」「食べる」の段階で明確にフードロス削減の目標をつくって達成に努力している点もすばらしい。今まで廃棄されていたものの再利用と言っても、ゴミ箱から拾って来たものではない。ちゃんと仕組みをつくり衛生的に製造、保管されていることを工場見学で確認することができた。我々消費者も物を大切にすることに真剣に取り組まなければならないことを実感した。人参、大根、りんごの皮(一物全体、WHOLE FOODS)も工夫して食べられる物は極力食べるようにしたい。