

【報道関係者各位】

2025年4月23日

## オイシックス・ラ・大地 × キリン氷結®が初タッグ！ 企業の垣根を超えた「モッタイナイ！を、おいしい！に。プロジェクト」が発足 ～全国の果実のフードロス削減と農家を支援 氷結®ブランドやKit Oisixとのコラボ商品販売を目指す～

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、キリンビール株式会社（本社：東京都中野区、代表取締役社長：堀口英樹、以下キリンビール）が立ち上げた企業横断プロジェクト「モッタイナイ！を、おいしい！に。プロジェクト」に参画します。本プロジェクトでは、企業の壁を越え、各社の強みを生かしながら協働することで規格外果実の活用・価値創造に取り組み、より多くの果実のフードロス削減および日本全国の果実農家支援を目指します。

URL : [https://www.kirin.co.jp/alcohol/rtd/hyoketsu/brand\\_action/collaboration/](https://www.kirin.co.jp/alcohol/rtd/hyoketsu/brand_action/collaboration/)



### ■「モッタイナイ！を、おいしい！に。プロジェクト」とは

本プロジェクトの発起人であるキリンビールでは、2024年5月に「キリン氷結®mottainaiプロジェクト」を発足し、おいしいのに規格外の問題で廃棄される果実を「モッタイナイ果実」と位置づけ、これを使用した氷結®mottainaiシリーズを発売しています。このたび、企業の壁を越え、各社の強みを生かしながら協働することで規格外果実の活用・価値創造に取り組み、より多くの果実のフードロス削減および日本全国の果実農家支援を目指す取り組みとして、「モッタイナイ！を、おいしい！に。プロジェクト」へと進化することが決定しました。当社は、そのプロジェクト第1弾として参画。「モッタイナイ果実」を活かして、「氷結®」ブランドやOisixのミールキット「Kit Oisix」とのコラボ商品・施策等の展開を目指します。

### <2027年までのプロジェクト目標>

- ・年間250tの「モッタイナイ果実」削減を目指します。
- ・100軒の生産者様にプロジェクトに賛同いただき、参加いただくことを目指します。
- ・1200万人のお客様に、商品の購入やイベント参加などを通し、プロジェクトに参加いただくことを目指します。



▲キリン 氷結®mottainai  
浜なし（期間限定）  
※出荷は終了しております

### ■プロジェクト参画の背景

当社は、「これからの食卓、これからの畠。」を企業理念に掲げ、食に関する社会課題をビジネスとして解決することをミッションに、創業以来フードロス問題に向き合っています。全国約4000軒の農家と日々やりとりをする中で、昨今産地の課題が特に深刻化していることを感じています。猛暑や豪雨、台風などで突然的に規格外品が発生することが常態化しているほか、人件費や資材、燃料費などの価格高騰、生産者の高齢化により年々経営が難しくなっているという声もあります。当社では、そのような課題にアプローチしながらお客様のニーズにも応えられる商品展開をすることで、産地にもお客様にも嬉しい三方よしの取り組みを推進。自社のサプライチェーンにとどまることなく、商品開発のノウハウを活かすことで他社のフードロス解決も進め、2024年3月期は畠のフードロスを約500t削減。主力事業である「Oisix」で取り扱う規格外商品は2025年3月末時点で累計441品に拡大しています。

産地全体の課題解決には、さらに業界全体を巻き込んだ大きなうねりをつくっていくことが重要と考え、このたび本プロジェクトへの参画を決定。今後もあらゆる食領域のフードロスを削減すると共に、よりお客様に興味を持ってもらえるような新しくて驚きのある、そして何よりおいしい商品を生み出すことで、持続可能な食の未来の実現を目指してまいります。

## 【ご参考】オイシックス・ラ・大地が取り組む産地の課題解決

### 一規格外品を生まない取り組み

流通上の問題で、おいしく食べられるのに大きさや形などで「規格外」とされていた青果を救うため、当社では一般的な規格よりも幅広く「正規品」と捉え、青果販売をしています。さらに、Oisixのミールキット「Kit Oisix」の食材としても積極的に活用することで、なるべく規格外品を生まない取り組みを進めています。



### 一規格外品の価値をあげる取り組み

#### ・天候起因で突然発生する規格外品をお得にお届けする「おたすけOisix」

猛暑や豪雨、台風などの影響で突然発生してしまう規格外品や豊作品、外的要因で余ってしまって通常の流通では扱いにくくなつたもの、一般にはほとんど流通しないけれどもおいしく食べられる野菜の部位を集めた商品などをお得に販売するサービスを2022年8月から展開。ならではのおいしさを伝えたり、おいしさが伝わる親しみやすいネーミングをするなどの工夫もあり、物価高のなかの家計応援にもなり、産地の収入にもなる三方よしの取り組みです。



#### ・捨てられていたものの価値をアップグレードする「Upcycle by Oisix」

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を販売する取り組みで、2021年7月のサービス立ち上げからのべ128品の商品を開発しています（2025年4月18日時点）。取引のなかつた生産者から廃棄食材の活用について相談が入るようになるなど、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だ取り組みに成長し、共創パートナー団体は65団体にのぼります（2025年3月末時点）。アップサイクルの考えを食の世界に取り入れてフードロス削減を達成したことが評価され、2023年にはグッドデザイン賞を受賞しました。



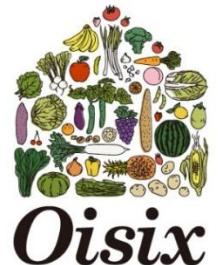
### 一お客様のニーズに応えながら高齢化する生産者の負担軽減も叶える青果の開発

核家族化や共働き世帯の増加に伴い、お客さまから「野菜を使い切れない」「カットされた野菜を買うとすぐに傷んでしまう」というお声を多くいただきました。それに応えて、白菜や大根、キャベツなどの重量野菜のミニ版「スペペベジ」の販売を開始しました。お客様からは「ミニで扱いやすいので野菜室から出す時も楽」「まな板に収まるサイズで包丁を入れる回数も減る」「新鮮なうちに使い切れる」と好評。生産者にとっても、収穫時身体に大きな負担がかかる重量野菜をミニ化することで、高齢になっても苦労なく収穫ができると好評のお声をいただいているです。



### 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、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352,423人（2024年12月末時点）で日本全国の方にご利用いただいている。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2億食（2024年8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」「らでいいしゅぼーや」「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。子会社に、事業所、学校、病院などの給食事業を展開する「シダックス」、買い物難民向け移動スーパー「とくし丸」、米国でプラントベース食材のミールキットを展開する「Purple Carrot」などがあり、食の社会課題を解決するサービスを広げています。また、「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、畠から食卓まで、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。