

【報道関係者各位】

2023年7月27日

【#名前をつけたら食材になりました】  
加工現場で毎月1トン廃棄されているえのきの軸を「えのしゃき」と命名、おいしくレスキュー  
Kit Oisix「まるでホタテ！えのしゃきフライのせカレー」発売開始(7/27～)

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、これまで廃棄されていたえのきの軸を「えのしゃき」と名付けてフライに加工し使用したミールキット「まるでホタテ！えのしゃきフライのせカレー」を2023年7月27日（木）より販売開始します。URL: <https://www.oisix.com/sc/enoshaki>



### ■中食・外食の業務用やスーパーで見かける便利食材 製造時に約15%が廃棄

中食・外食の業務用や、一般的にはスーパーでパック詰め商品として見かける機会が増えた、料理に使いやすく便利な「カットえのき」。実はその製造時には1株あたり約15%の廃棄が生じており、今回商品化した加工現場では、その量は月間約2トンにものぼります。そのうち特に株元に近い1トンは、菌床に使われる“おがくず”が混入するリスクがあり、検品による拾い出しにも手間がかかるため廃棄するしかないものの、残りの1トン分は、えのきがギュッと集まりバラバラになっていないだけの理由で、ほぐす手間をなくすために廃棄されていました。

### ■フライにすることで、ホタテの貝柱のような食感が生まれる

新食感のヘルシー食材「えのしゃき」としてミールキットで身近な存在に

Oisixではこのえのきの軸を「えのしゃき」と名づけて商品化を進め、衣をつけて揚げることで、まるでホタテのような食感と旨みを感じられるフライを開発。手軽においしくフードロス削減に貢献できるミールキットメニューとして商品化しました。



## ◀商品概要▶

### ■商品名：

Kit Oisix「まるでホタテ！えのしゃきフライのせカレー」（2人前）

1,933円（税込）

細かいえのき同士がぎゅっと密着したえのきの軸をOisixでは「えのしゃき」と名づけました。繊維状になったシャキツとした食感は、まるでホタテの貝柱のようです。丁寧に衣づけしたフライにアップサイクルし、カレーにトッピングしました。フライの香ばしさとスパイスの香りが食欲をそそる、ボリューム満点のカレーです。

販売開始：2023年7月27日（木）10:00～8月3日（木）10:00

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

### ■名前をつけると、捨てられていたものが食材に変わる

Oisixでは、未活用の食材に名前をつけることで新たな食材として身近な存在になることを願い、これまで加工現場で廃棄されてきた端材を積極的に名づけて商品化しており、「さばっぱ（サバの切り身を作る際に切り落とされた端材）」「にらっくきー」などをミールキットに使用し、人気メニューとなっています。



#名前を  
つけたら  
食材に  
なりました

栄養もある。おいしさもある。  
足りないのは「名前」でした。

おいしい。栄養もある。でも見捨てられちゃうこともある。

Oisixは、そんな食材に名前をつけて使います。

ニラの茎の「にらっくきー」。サバの端っこの「さばっぱ」。

名前があると愛着が生まれる。

名前があると捨てなくなる。名前があると食材が変わります。

捨てないを始める。Oisixのフードロス削減の取り組みです。

#捨てないを始める

Oisix

さばっぱ



▲切り身にする際にカットされたサバの身の端材を「さばっぱ」と命名

にらっくきー



▲規格を揃えるために焔で切り落とされるニラの茎を「にらっくきー」と命名



▲【さばっぱ使用】端材のさばで！ガパオセット



## 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401,463人（2023年3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、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。