

【報道関係者各位】

2022年9月30日

## 10月は「食品ロス削減月間」

「実は、食べられないと思って○○な野菜すててました…」

エピソード募集キャンペーン！

野菜を捨ててしまう罪悪感からの解放をめざし、家庭のフードロス削減を応援

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、以下当社）は、10月の「食品ロス削減月間」に合わせ、当社のTwitter公式アカウントや当社発行のソーシャルマガジンにおいて、10月から、野菜のフードロス（食品ロス）削減にまつわる情報の発信・エピソード募集を行います。本企画を通して、野菜類の生理現象による変色や変形など、傷みかそうでないかを知ることによってフードロスの削減につなげたいと考えています。



### ■取り組みの背景

平成26年度「食品ロス統計調査」によると、世帯の食品ロスの内訳は「野菜類」が47.7%、「果実類」17.8%、「調理加工食品」10.2%など、食品ロスの5割近くを野菜類が占めています。

出典：農林水産省 [https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/syokuhin\\_loss/](https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/syokuhin_loss/)

10月の食品ロス削減月間にちなみ、当社サービスをご利用のお客様からお問合せをいただく15種類の野菜に絞って「こんな風に変色や変形した野菜」を「食べる？ or 食べない？」のアンケートを実施しました。

すると、野菜類の生理現象による変色や変形による影響で多くの野菜類が食べられず捨てられてしまっていることがわかりました。※2P目にアンケート結果を記載

### ■こんなご経験、皆さんにもありませんか？ SNSでのご投稿をお待ちしています！

日々お忙しい生活を送る中で、つい野菜類を捨ててしまった経験は誰しもあるのではないのでしょうか。そんな皆さまの気持ちに寄り添いながら、ご家庭でのフードロス削減につなげようと会員へのアンケートとSNSを活用したエピソード募集キャンペーンを企画しました。

皆さまから野菜類のフードロス（食品ロス）にまつわる、赤裸々なエピソードをお待ちしています。「野菜が変色していて、食べるか悩んだ末、捨ててしまった…」など悔やんだその気持ちをTwitterで発信し、シェアすることで、皆さまの例を教訓にこれから日々の生活を送る中でフードロス削減に努めていきたい考えです。フードロス削減につながったエピソード「もう傷んでしまって食べられないと思ったけど、工夫したらまだ食べられた！」「フードロス削減のためにこんな取り組みをしている」等についても併せて募集します。

当企画は、当社が運営するTwitter公式アカウント、Oisix (@oisix\_com)、らでいっしゅぼーや (@radishbo\_ya)、大地を守る会 (@DWMK1975)、食卓と畑をつなげるWebオウンドメディアFarble Online（ファブルオンライン）<https://www.oisixradaichi.co.jp/sustainability/withord/farble/> において発信予定です。

「#その野菜まだ食べられる」や「#フードロス削減」をつけてTwitterでご投稿ください。

実施内容：Twitter公式アカウントから情報発信

- ・ハッシュタグ／ #その野菜まだ食べられる #フードロス削減
- ・Oisix／@oisix\_com
- ・らでいっしゅぼーや／@radishbo\_ya
- ・大地を守る会／@DWMK1975

実施期間：2022年10月1日（土）～11月30日（水）（予定）

本リリースに関するお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：横溝・有賀

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）



## ■当社サービス利用者のアンケートでわかった実態（抜粋）

10月の食品ロス削減月間にちなみ、当社サービスをご利用のお客様から多くのお問合せをいただく15種類の野菜の状態に絞り「変色や変形した食べられる状態の野菜」について「食べた？ or 食べなかった？」のアンケートを実施しました。

### （※）アンケート調査概要

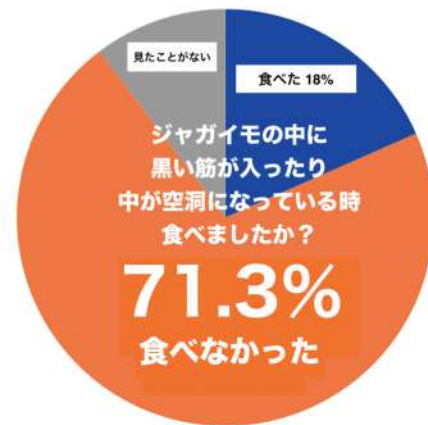
- ・調査対象：現在、当社の食品宅配サービスを利用する全国の20歳～59歳の男女
- ・実施期間：2022年9月13日（火）～9月19日（月）
- ・回答者数：804名

調査の結果、野菜類の生理現象による変色や変形などを知らず、多くのお客様が、まだ食べられる状態の野菜類を食べずに捨ててしまっていることがわかりました。

○ジャガイモ：中に黒い筋が入っていたり、空洞になっている  
→約71%の方が「食べなかった」と回答

○レタス：「一番外側の葉が、白っぽく一枚浮いたような感じになっている状態」  
→約45%の方が「食べなかった」と回答

○トマト：ヘタまわりが緑色でヒビ割れている  
→約21%の方が「食べなかった」と回答



※調査期間：2022年9月13日（火）～9月19日（月）/調査対象：当社会員804名  
オイシックス・ラ・大地（株）



▲外葉が白っぽくなったレタス



▲ヘタ周りが変色しているトマト

なお、アンケートの中で最も「食べなかった」という回答が多かったジャガイモの黒い筋や空洞は、栽培中の高温や、土の中の酸素や水分の不足などにより発生する生理障害だと考えられます。黒い部分は味が落ちますが、お召しあがりになってもお体に害があるものではないと考えられております。気になる場合はその部分を取り除いてからお召し上がりください。

フードロス削減をめざし、実はまだ食べられる野菜の知識を当社Twitterアカウントから発信してまいります。

## ■ FarbleOnlineの企画について

Twitterキャンペーンと並行してFarbleOnlineでは、10月の食品ロス削減月間に合わせた「フードロス削減と分かっているけど捨ててしまう経験」を募るキャンペーンを実施しています。回答いただいた方の中から抽選で20名様に未利用食材を活用したスナックをプレゼントします。

### キャンペーン：

『教えて！「じつはコレ捨ててました」キャンペーン』

～アンケートに答えて未利用食材を活用したスナックを当てよう！～

実施期間：2022年10月1日（土）から10月31日（月）まで

賞品：回答いただいた方の中から20名様に以下のスナック各1袋をセットにしてプレゼントします。

「梅酒から生まれた ドライフルーツ」「えごま油づくりで生まれた 香ばしかりんとう」「こども食べられるチップス りんごの芯」（1500円相当）※賞品の内容は一部変更になる場合がございます。

### キャンペーン詳細：

<https://farble.oisixradaichi.co.jp/posts/food-loss-cp2022>

こちらのリンクからご応募ください。

## 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（代表：高島宏平）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。

本リリースについてのお問い合わせ

オイシックス・ラ・大地株式会社 広報：横溝・有賀

TEL：050-5305-0549（直通） E-mail：publicity@oisixradaichi.co.jp

（上記内容は断りなく変更される場合があります/最新情報は上記お問合せ先までご連絡ください）