

2026年1月27日
株式会社OICグループ
株式会社ロピア

「食生活♥♥ロピア」、フードロス削減プロジェクトの推進を強化 鮮魚加工にて発生する骨や尾等の端材を利活用した商品を販売開始



※写真はイメージです

「おいしいは、人が生きる力」を経営理念として掲げる「株式会社OIC（オイシー）グループ」（以下、OICグループ）が運営するスーパーマーケット「食生活♥♥（ラブラブ）ロピア」（以下、ロピア）は、「“おいしい♥たのしい♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」の立ち上げによって、フードロス削減の推進を強化し、2026年1月28日より、鮮魚加工の工程で発生する端材を利活用したフードロス商品を、関西6店舗限定で数量限定販売を開始します。

現在、日本国内では、“食品ロス”が大きな社会課題となっており、事業活動に伴って発生する事業系食品ロスの発生量は、年間231万トンとされています。（出典：農林水産省「事業系食品ロス量（2023年度推計値）を公表」令和7年6月）

同様に、ロピアの鮮魚加工を担う関西鮮魚プロセスセンターにおいても、加工の工程上、不可避な鮮魚の食品ロスが年間約5トンに及んでいます。

この課題を受け、ロピアは「“おいしい♥たのしい♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」を立ち上げ、フードロス削減の推進を強化します。

国内136店舗（1月27日時点）を展開するロピアのスケールメリットや商品開発・販売のノウハウを生かし、鮮魚の加工において発生する骨や尾などの端材を利活用した“なめろう”を第1弾として商品化し、今後、“ブリかま大根”や“鮭フレーク”、牛・豚・鶏肉、青果などのフードロス商品を順次展開していく予定です。

ロピアは、日常の食卓に寄り添うスーパーマーケットとして、商品を通じた社会課題の解決にも取り組んでいます。また、OICグループは、本プロジェクトを皮切りに、グループ内で培ってきた生産・製造、流通、小売、外食の各機能を連携し、食料資源を有効利用することで、持続可能な食の循環の実現による社会貢献を目指してまいります。

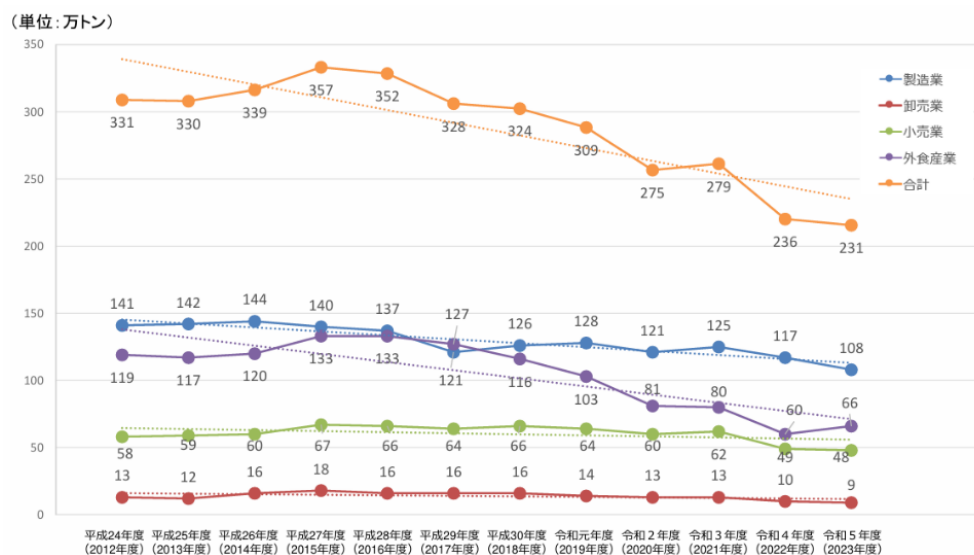
「“おいしー♥たのしー♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」について

現在、日本国内では、本来は食べることができるのに捨てられてしまう“食品ロス”が大きな社会課題となっています。

事業活動に伴って発生する事業系食品ロスの発生量は年間231万トンとされています。

同様に、ロピアの鮮魚加工を担う関西鮮魚プロセスセンターにおいても、加工の工程上、不可避な鮮魚の食品ロスが年間約5トンに及んでいます。

国内136店舗（1月27日時点）を展開するロピアは、この課題を受け「“おいしー♥たのしー♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」を立ち上げ、フードロス削減の推進を強化します。



図：事業系食品ロス量推計値の推移

出典：農林水産省「事業系食品ロス量（2023年度推計値）を公表」令和7年6月

開発経緯と今後の展開について

OICグループは、これまでもフードロス削減の一環として、グループ内の会社のコラボレーションによって、鶏肉の生産加工を行う「株式会社甲斐食産」が“鶏ガラ・モミジ・手羽先”を提供し、ミシュラン獲得ラーメン店「株式会社ソラノイロ」がレシピを考案し、惣菜の企画開発を行う「利恵産業株式会社」が製造を行ったロピアの人気商品“鍋スープセット”や、お肉の加工の際に発生した端材を利活用した“冷凍カレー”などを販売してきました。

今回、2025年3月に行われた、若手社員の主体性や新しいアイデアを応援するためのOICグループ社内公募のビジネスコンテスト「OICー！ビジネスIDEAコンテスト」にて優勝した若手社員のアイデアを起点に、事業系食品ロスの解決に向けた「“おいしー♥たのしー♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」を立ち上げました。

本プロジェクトでは、ロピアの鮮魚加工を担う関西鮮魚プロセスセンターにて、加工の工程上、避けることが難しい鮮魚の食品ロスを新たな価値に変えることができないかという視点から様々な商品を考案しました。

【プレスリリース】

2026年1月27日
株式会社OICグループ
株式会社ロピア

鮮魚の加工において発生する骨や尾などの端材を利活用した“なめろう”を第1弾として商品化し、今後、“ブリかま大根”や“鮭フレーク”、牛・豚・鶏肉、青果などのフードロス商品を順次展開していく予定です。

2026年1月28日より、関西ロピア6店舗限定にて数量限定販売を開始する商品は以下の通りです。

> 第1弾商品

第1弾は、ロピアの人気商品である“適サシサーモン”などを利活用した“なめろう”をはじめ、以下3種類をラインアップしました。新規導入した魚のあらを骨と可食部に分ける機械を使い、身を余すことなく利活用することで、鮮度にこだわった、“なめろう”のおいしさを実現しました。

- ・適サシサーモン なめろう
- ・タイ なめろう
- ・本マグロ なめろう

> 第2弾商品

第2弾は、ロピアの鮮魚商品の加工における骨や尾などの端材を利活用した“ブリかま大根”、“鮭フレーク”、牛・豚・鶏肉、青果などのフードロス商品を順次発売し、今後も幅広く展開していく予定です。

※第1弾商品の販売店舗（50音順）

「ロピア 加古川ヤマトヤシキ店」「ロピア 京都ヨドバシ店」「ロピア 西宮今津店」「ロピア 寝屋川店」「ロピア 兵庫三田店」「ロピア ららぽーと堺店」

※“なめろう”とは、鮮魚をみそ、ネギなどの薬味と混ぜ合わせ、粘りが出るまで包丁でたたいて作る、千葉県房総半島に伝わる郷土料理です。皿に残った身までなめるほどおいしいことから「なめろう」と名付けられたという説があります。

「“おいしー♥たのしー♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」のロゴマークについて

このたびのフードロス削減プロジェクトの名称は、

「“おいしー♥たのしー♥もったいないしー♥” フードロスプロジェクト」です。

食のおいしさと楽しさ、“おなかも地球もごちそうさま”という

食への感謝の気持ちを込めて、名付けました。

デザインのこだわりとして、ロピアを象徴する“♥♥マーク”に、

地球ともラブラブな関係になれるようにと思いを込めました。

また、農林水産省の食品ロス削減国民運動のロゴマーク「ろすのん」をレ

お客様に安心して手に取っていただきやすいデザインにしました。





画像：農林水産省の食品ロス削減国民運動のロゴマーク「ろすのん」

アイデア発案者のコメント

私は、学生時代から環境問題や世界の食糧問題に関して勉強してきました。
ロピアに入社し、働く中で、“食べ物を粗末にしてはいけない”という思いが強まり、
2025年のOICグループ社内公募のビジネスコンテストへ挑戦しました。
“良い商品をそろえるために廃棄が出る”こと自体は製造・販売業の宿命ですが、
それを新たな価値に変えていきたいと考えています。
今回のプロジェクトでの取り組みが、より多くのお客様の“まだ食べることが
できる食材を利活用した商品と出会うきっかけ”となることを願っています。



※試作の様子

OICグループについて

“おいしい・たのしい・うれしい”食体験を世界に届ける、“食品総合流通業”を展開するOICグループは、1971年に精肉専門店として創業し、他の生鮮食品も取りそろえるスーパーマーケットに事業を拡大しました。現在では、小売の枠を超え、生産・製造、貿易、卸、外食まで事業を拡大し、“食のテーマパーク”と位置付けて展開しています。日本国内のみならず、アジアから世界で成長を続け、2031年度までに売上高2兆円の実現を目標としています。

商	号	： 株式会社OICグループ
本	社	： 神奈川県川崎市幸区南幸町2丁目9番地
設	立	： 1971年4月28日
代	表	者： 代表取締役 高木 勇輔
売	上	高： 5,213億円（2025年2月期）
事	業	内 容： 食品スーパーマーケット・食肉専門店・外食店舗の運営、肉加工品・パン・惣菜・調味料 などの製造・販売、食肉・青果物の生産・販売、生鮮品・加工食品・酒の輸出入・卸

ロピアについて

「食生活♥♥（ラブラブ）ロピア」をモットーに、ロープライスのユートピアを作ること为目标に生まれた会社です。「同じ商品ならより安く」「同じ価格ならより良いものを」ご提供し、「楽しく感動できる 愛に満ち愛される」お店を目指しています。

【プレスリリース】

2026年1月27日
株式会社OICグループ
株式会社ロピア

ロピアでは、仕入れ・製造・販売のすべてで工夫を凝らし、価値ある商品をお求め安い価格でお届けできるよう日々挑戦を続けています。

店 舗 数：食品スーパーマーケット「ロピア」は全国22の都道府県と台湾で計145店舗
(2026年1月27日時点)。首都圏を基盤としながら、北海道、東北、関東、中部、九州へ出店。さらには2023年より台湾へ進出し、「LOPIA JAPAN」としてアジアを中心に海外展開を加速しています。

本件に関するお問い合わせ先

- ・株式会社OICグループ 経営戦略本部 広報室：<https://oicgroup.co.jp/contact/media>
- ・株式会社OICグループ 広報事務局（電通PRコンサルティング内）E-mail：oic_lopia@group.dentsuprc.co.jp