

「食品ロス」で悩む有名菓子メーカーと消費者をつなぐ新しい“絶品お菓子プラットフォーム”

『ロスゼロ』売上げ等でカンボジアの教育環境支援を実施

クラウドファンディングと売上げの一部で、トイレ施設を5つの小中学校に、文房具650名分寄付等を実施

株式会社ビューティフルスマイル（本社：大阪府大阪市西区、代表取締役社長：文美月）は、食品ロス削減通販サイト『ロスゼロ』において、規格外のチョコレートをリターンとするクラウドファンディングでの集金と、売上げ金の一部を使って、カンボジアの教育環境支援を実施したことを報告いたします。5つの小中学校へトイレ施設を建設、文房具・教科書9点セットを650名分支給、また、教育支援から就職支援まで行うNGOの「PSE」（「Pour un Sourire d'Enfant」）へ寄付いたしました。

今回のカンボジア教育環境支援は、支援団体へ送金するのではなく、ビューティフルスマイル代表の文が直接カンボジアに行き、現地の子供たちが本当に必要なものを事前にリサーチ。「トイレ施設建設」「文房具・教科書支給」「NGO寄付」を、再度自ら現地入りし寄贈いたしました。

『ロスゼロ』は、規格外や販売機会を逃したという理由で市場に出回らなかった“規格外の菓子”“生産余剰”など、品質としては全く問題ないのに廃棄していた菓子を、『ロスゼロ』完全オリジナル商品としてアレンジして販売している、メーカーと消費者をつなぐサイトです。今後も、食品ロスの削減に努めていくと同時に、売上げの一部を使って、カンボジアの教育環境支援を行っていきます。



▲文房具を650名寄付。代表の文が直接カンボジアで手渡し



▲NGO「PES」へ代表の文が寄付



▲5つの小中学校へトイレ施設を建設。代表の文と子供たち

## 『ロスゼロ』カンボジア教育環境支援について

### <寄贈項目>

- ・5つの小中学校へトイレ施設建設を支援
- ・文房具や教科書等の「学びの9点セット」を650名へ寄贈
- ・NGO「PES」へ寄付

### <寄贈の背景>

- ・リターンとして、規格外のチョコレートを提供するクラウドファンディングにて「1,507,384円」の支援を達成。フードロス削減にも貢献しながら、カンボジアの子供たちへの支援も行う、『ロスゼロ』の前身となるプロジェクトで達成した資金を寄贈。
- ・食品ロス削減サイト『ロスゼロ』は、売上げの一部をカンボジアの子供たちへ寄付。先日、1.2トンの食品ロス削減を達成。

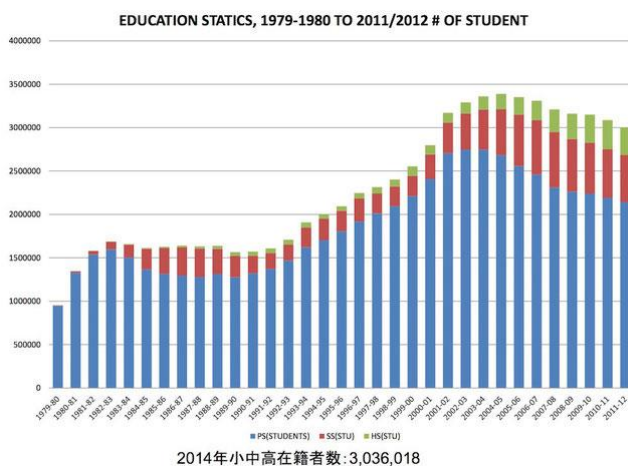
## ■カンボジアの教育環境事情

### 進学率について

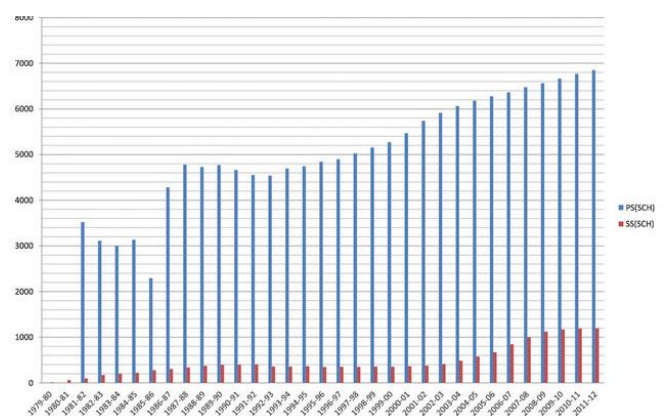
カンボジア教育省の統計によると、カンボジアでは小学校の入学率は100%近くになりましたが、都市部と田舎の差が以前広がったままです。未だに校舎や教員の不足から、全国の7割の小学校は午前と午後の2部制となっており、1日の学習時間は4時間程度で必要とされる授業時間を確保できていない現状があります。市内から1時間以上離れた学校も多く、「家から学校までの距離が遠い」「金銭的な余裕がない」など様々な理由で退学する子供も多く、中学への進学率は約56%、高校への進学率は25%に下がります。親が教育を受けていない家庭が多いことで、子供への教育の必要性を感じる機会が少ないことも1つの原因です。また、体育や美術など情操教育は後回しにされ、主要科目だけが重要視される。理科の実験道具、絵の具や楽器など備品をそろえている学校はほとんどありません。

そこで、『ロスゼロ』では、文房具9点セットを650名分寄贈。学びを深めるために必須となる教科書や文房具というツールを届けることで、誰でも・どこでも学べる環境づくりを支援します。

(資料参考:「やくそくプロジェクト」<https://www.yakusoku-pj.com/>)



▲小中高校・在籍者数グラフ(2014年)  
■小学校 ■中学校 ■高校



▲小中学校・学校数のグラフ(2012年)  
■小学校 ■中学校



## 学校のトイレ施設について

学校の環境整備や教育機会提供の観点から、実際にトイレが少ないため、男女共同で使用せざるをえない学校が多数あります。そういったことを理由に、初月経を迎える年頃の女子生徒を中心に学校から遠ざかってしまったり、トイレを我慢してお腹を痛めてしまったりという現状があります。さらに、農村部では家庭の7~8割にはトイレがなく、また、トイレがあったとしても清潔な環境とは言いにくい衛生状態です。

今回『ロスゼロ』は、扉付きで衛生面にも配慮したトイレ施設を、5つの小中学校へ寄贈。女子生徒のプライバシーも守られ、子供たちが安心してトイレを利用できる環境づくりを支援しました。



▲Memol 小学校。トイレが非常に不衛生な状態



▲『ロスゼロ』が寄贈したトイレ施設

## 就職について

学校で学ぶことが困難な子供たちは、当然、将来的に自分がつきたい職業への就職も困難になります。そのような子供たちのために、学習機会を与え、社会で活躍する大人の育成を目指して、多くの職業訓練プログラムを運営しているNGOが「PSE」です。フランスがカンボジアで運営する児童施設で、約6000人の児童が在籍しています。「PSE」では、学習する環境にない児童をカンボジア全土から調査・面接して選びます。何歳からでも、どの程度の学力でも、学ぶ機会を提供。そのあと児童たちは職業訓練を受けます。職業訓練は20のコースがあり、社会で活躍する人材を多く輩出しています。

以前、代表の文は、自身が経営するヘアアクセサリーの別会社（リトルムーンインターナショナル株式会社）において、ヘアアクセサリーの販売を「PSE」で職業訓練を行う女性たちと共に実施。女性たちは、しっかりと販売スキルを身に付け、社会で働くことへ希望を持っていました。『ロスゼロ』では、カンボジアの子供たちが社会で活躍でき、また、働くことに希望を持てるよう教育支援を行いたいとの思いから、「PSE」への寄付を決定いたしました。



▲2017年4月、PSE主催イベントにて、セールスキルを学んだ女性たちがアクセサリー販売をサポート

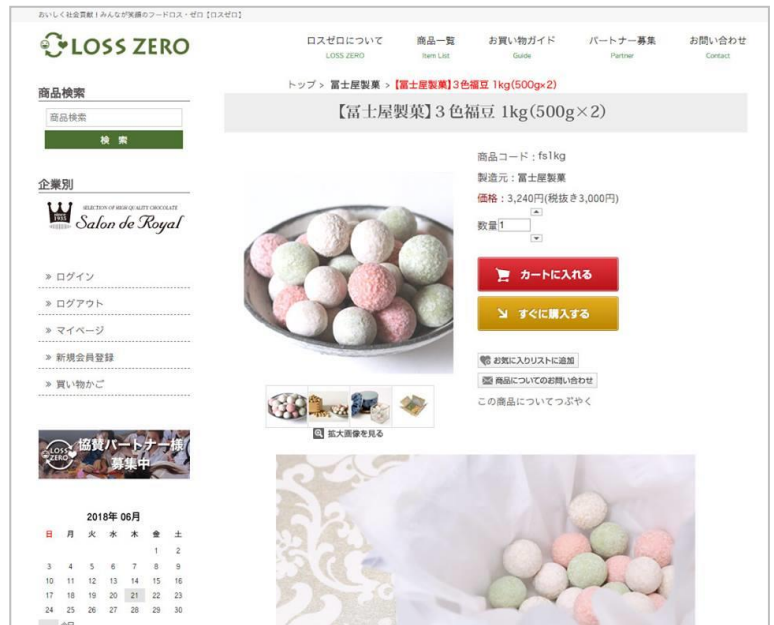
## ■社会問題化している日本におけるフードロスの現状

環境省及び農林水産省による推計の結果として、平成 27 年度における食品廃棄物等は約 2,842 万トン（前年度約 2,775 万トン）、また、本来食べられるにもかかわらず廃棄されている食品、いわゆる「食品ロス」は年間約 646 万トン（前年度約 626 万トン）です。飢餓に苦しむ人々への世界の食料援助量が年間約 320 万トンであるのに比べて非常に大きな数字であり、日本における 1 つの大きな社会問題となっています。

## ■有名メーカーの菓子に特化し販売する『ロスゼロ』の特徴

『ロスゼロ』で取り扱う商品は、有名メーカーのお菓子に特化。“規格外の菓子”“生産余剰”など、品質としては全く問題ないのに廃棄していた菓子を、『ロスゼロ』完全オリジナル商品としてアレンジして販売いたします。

“既製品のたたき売り”ではなく、今まで市場に出ていない菓子のため、食品メーカーのブランドイメージを傷つける心配がないだけでなく、食品ロス削減に取り組むメーカーとして、ブランド価値向上に寄与すると考えています。購入者は、有名メーカーと『ロスゼロ』がアレンジしたおいしいお菓子を、いつもより低価格で購入することができるだけでなく、食べることで、「食品ロス」の社会課題の解決にもつながります。



## ■“5方よし”のサービスを目指す『ロスゼロ』

『ロスゼロ』では、(1) 食品メーカー、(2) 食品購入者、(3) カンボジアの子供たち、(4) フードロス問題を抱える社会全体、(5) 『ロスゼロ』の、合計 5 者にとって有益な仕組みづくりを目指しています。



### (1) 食品メーカー

規格外・形状不良など、これまで市場に出さずに廃棄していた“食品ロス”の菓子を『ロスゼロ』に提供することで、廃棄コストが削減され、新たな収益源となります。『ロスゼロ』での販売を通じ、フードロス削減という社会問題解決の一翼を担います。また、『ロスゼロ』収益の一部がカンボジアの教育支援や自立支援につながるため、CSR 活動の側面も持ち合わせています。また、既製品のたたき売りではないため、メーカーのブランドイメージを損なう心配もありません。



## (2) 食品購入者

「美味しいものを食べたい」「ブランド菓子を低価格で楽しみたい」という顧客ニーズに、『ロスゼロ』が価格面・品質面で応えます。購入者が“ストーリー”や“意味”を求める風潮が高まる昨今において、社会問題「食品ロス」の解決につながる『ロスゼロ』での“もったいないお菓子”購入は、時代にマッチした新しい消費スタイルとなっています。

## (3) カンボジアの子供たち

『ロスゼロ』の売り上げの一部を、カンボジアの子供たちへの教育支援や自立支援のために使用いたします。『ロスゼロ』は、日本だけでなく、世界に貢献できる事業活動を行います。

## (4) フードロス問題を抱える社会全体

平成 26 年度の「食品ロス」は年間約 621 万トンと、日本におけるフードロスは社会問題になっています。2018 年 3 月には東京都が「東京都食品ロスもったいないフェスタ」イベントを主催するなど、行政が力を入れて取り組み始めている問題について、『ロスゼロ』がその問題解決の一端を担います。

## (5) 『ロスゼロ』

これまで日本において、食品ロス問題は NPO 法人、行政などが主体となって行ってきた領域となっており、ビジネスとして取り組むベンチャー企業はほとんど存在しませんでした。SDGs（国連で採択された、持続可能な地球に向けた世界の 17 の目標）のうち、12 番「生産・消費」、4 番「質の高い教育を子供たちに」に準じサービスを展開しています。ロス削減を啓蒙し、新しい消費の在り方を社会に提案する企業を目指します。

### ■ 『ロスゼロ』 サービス概要

- ・サイト名：ロスゼロ
- ・開始日：2018 年 6 月 27 日(水)
- ・概要：フードロスとなっていた有名メーカーの菓子の加工・販売、収益の一部をカンボジアに寄付
- ・運営会社：株式会社ビューティフルスマイル
- ・URL：<http://losszero.jp/>



### ■ 株式会社ビューティフルスマイル 会社概要

代表取締役の文は、2001 年に自宅の PC 一台で、ヘアアクセサリーの EC サイト（リトルムーンインターナショナル株式会社）を起業。受賞確率 1% 以下の「楽天市場 Shop of the Year」を 3 度受賞するなど、日本最大級のヘアアクセサリー EC サイトへと育て上げることに成功。ヘアアクセサリーを途上国へ寄付する活動を行っていく中で、の気づきや、社会問題となっている食品ロスへの関心から、自身 2 社目となる「株式会社ビューティフルスマイル」を起業し、EC サイトのノウハウを活かした『ロスゼロ』をオープン。「東京都女性ベンチャー成長促進事業 APT Women」の国内・海外プログラムともに選出されシリコンバレーに派遣。2018 年 7 月東洋経済「すごいベンチャー 100」の一社に選出された。食品ロス問題を解決し、新しい消費のあり方を提案する企業として、期待を集めている。スローガンは、「もったいない、を次の笑顔に変える」。

- ・会社名：株式会社ビューティフルスマイル
- ・所在地：〒550-0014 大阪市西区北堀江 1-1-21 四ツ橋センタービル 9F
- ・事業内容：食品ロス削減通販サイト『ロスゼロ』運営
- ・代表取締役：文 美月
- ・URL：<http://beautifulsmile.co.jp/>



※『ロスゼロ』は、株式会社ビューティフルスマイルの登録商標です。  
※その他会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

### 【報道関係者の方からのお問い合わせ】

広報事務所 Appealection 『ロスゼロ』広報担当 福地  
TEL：090-4998-1599／E-mail：contact@appealection.com