

「食品ロス」で悩む有名菓子メーカーと消費者をつなぐ『ロスゼロ』

季節イベント後の「食品ロス」を美味しく削減！ 「節分の大豆」を新たなお菓子として再加工し発売

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、余剰が出た節用の大豆を、節分後に再加工して新たな豆菓子「3色福豆」として販売いたします。

今回、共に取り組むのは1913年創業の老舗豆菓子メーカー「富士屋製菓本舗」です。需要予測をしながら「節用の大豆」を製造しているものの、完売せずに余剰が出る場合があります。そこで、2018年より『ロスゼロ』と取り組み、「節用の大豆」を、節分後に「3色福豆」として再加工、販売することで、「食品ロス」の削減に取り組んでいます。



『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、メーカーと消費者とをつなぐサイトです。日本の食品ロスは年間646万トンにも上り（※）特に、季節イベントの際の“作りすぎ”として「恵方巻」「うなぎ」をはじめとした食品が大量に廃棄されていることが問題となっています。『ロスゼロ』では、お菓子の再加工などを通じて、お菓子に新たな価値を付加することによって、食品ロスを削減するだけでなく、お客様、メーカーの皆さんにご満足いただけるようなサービスを提供してまいります。

※・・・環境省「我が国の食品廃棄物及び食品ロスの量の推計値（平成27年度）」

■なぜ「食品ロス」が生まれてしまうのか

- ①メーカー側：「商品が足りない」という状況、売り損じを避けたい
- ②販売店側：「沢山陳列していないと見栄えが悪い」「消費者の目につきやすいよう豊富に仕入れる」「売れ残ってもメーカーに返品できる場合もある」⇒多めに仕入れる傾向

▶今後「AI技術」が導入され販売数の調整・予測が可能となっても、上記のような商習慣、意識の改革にはまだ時間がかかります。

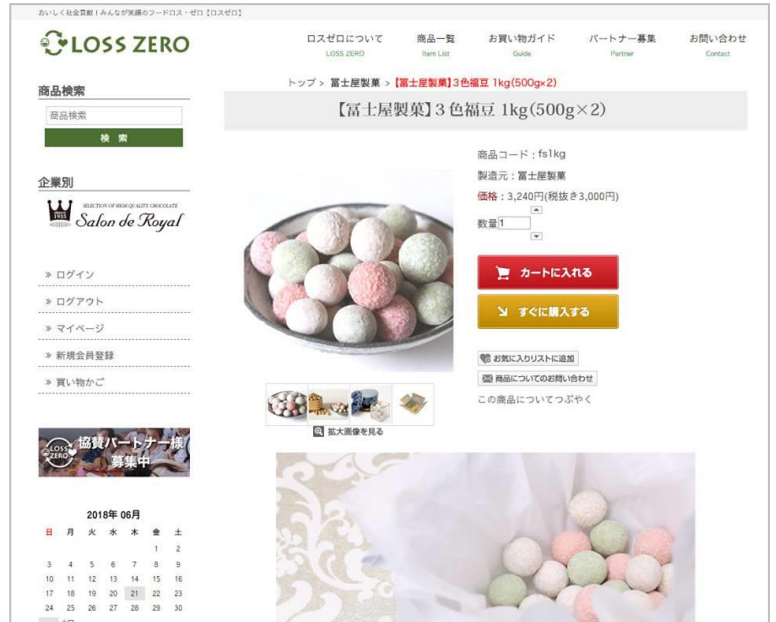
■SDGsでも「食品ロス」は大きな課題。「作る責任・使う責任」が問われる

国連サミットで制定された、SDGs（持続可能な地球を目指した世界共通の17のゴール）でも食品ロスは大きな課題であり、今後ますます「作る責任・使う責任」を企業と消費者は問われることとなります。食品を計画的に製造すること、仕入れすぎないことも大切ですが、経済活動を続ける中で、販売の機会を失ってしまった菓子はどうしても一定数は出てしまうものです。その際に、新たな販売方法・販路を検討し、また、商品を再加工するなどして新たな商品価値をつけ消費者に届けていくことなど、“食品ロスを減らしていく”という、メーカーや販売店以外の努力も必要です。

■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 27 年度の「食品ロス」は年間約 646 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/>



■ 広報 PR 事務所 Appealection 概要

スタートアップ企業やベンチャー企業を中心に、広報・PR 活動を支援している広報事務所。「経営戦略に広報視点は必須」という考えのもと、サービスや商品の開発段階から PR 視点でのアドバイスを行うだけでなく、社長 PR、企業ブランドの作り方・育て方なども支援している。代表の福地は、前職で東証一部上場時の広報リーダーを務め、IPO を目指す企業に、その広報ノウハウを伝えている。また、「日本スタートアップ支援協会」において、広報セミナー講師を務める。一から広報を育てる「広報基礎セミナー」や「経営者向けの広報セミナー」や、自己ブランド力を向上させる「自分の魅せ方セミナー」などの、広報観点での多様なセミナーが好評を得ている。「日本パブリックリレーションズ協会」認定の PR プランナーの資格保有者。また、自身の体験談を元に、女性の多様な働き方提案も行っている。

- ・ 広報事務所 Appealection <https://www.appealection.com/>

※『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