

「食品ロス」で悩む有名メーカーと消費者をつなぐ『ロスゼロ』  
**本日4月9日(火)に“北海道クリームブリュレ”の発売スタート**  
～機会を逃した魅力的な商品！北海道の新鮮な生クリーム・牛乳を100%使用～

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、新たに「北海道クリームブリュレ」を本日2019年4月9日(火)より新発売いたします。北海道産の生クリームをたっぷり使用、なめらかなブリュレとカリカリのキャラメルクラッシュ、濃厚なキャラメルソースが好評です。賞味期限は7月迄、包装も味も通常品と遜色ありません。『ロスゼロ』は販売時期や機会を逃した魅力的な商品を販売することで、ブランド価値を維持したまま、「食品ロス」の削減に取り組みます。在庫限りの数量限定販売です。



日本の食品ロスは年間646万トンにもものぼり（※）、食品の大量廃棄が問題となっています。各メーカーが需要予測をしながら生産調整を行っているものの、食品ロスを削減することは難しい状況です。『ロスゼロ』は、品質は変わらないのに販売機会を失った商品に新たな付加価値をつけ、食品ロスを削減するだけでなく、消費者、メーカー双方に満足いただけるようなサービスを提供いたします。

※・・・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）」

≪『ロスゼロ』サイト⇒ <http://www.losszero.jp/> ≫

### ◆「北海道クリームブリュレ」について

北海道の新鮮な生クリームをふんだんに使用し、生乳の香り豊かに濃厚で滑らかに仕上げたクリームブリュレです。ほろ苦いキャラメルソースと、甘さと苦みのバランスが絶妙なクラッシュ状のキャラメルをかけると、カリカリッと焦がしたキャラメルの食感と苦みがほんのり甘いクリームブリュレに溶けておいしさが広がります。北海道生乳100%のクリームブリュレを是非お楽しみください。

### ～北辰フーズ/素材へのこだわり～

素材はおいしさの原点。北海道ならではの自然の恵みを製品に生かし、お客様にお届けしています。

### 【商品概要】

- ・商品名：北海道クリームブリュレ
- ・販売開始日：2019年4月9日(火)
- ・内容量：クリームブリュレ（プレーン）4個（各105g）  
クリームブリュレ（生キャラメル味）4個（各105g） カaramelソース、カaramelクラッシュ 各8個
- ・製造責任者：株式会社北辰フーズ
- ・販売価格：2,200円（税抜き）
- ・備考：賞味期限は2019年7月10日です。

### 【食品ロスの理由】

食品業界の商慣習「三分のルール」により在庫がだぶついたもの。賞味期限までの三分の一期間を過ぎると、卸先への納品が困難になります。賞味期限は7月までであり、包装も味も通常品と遜色ありません。

## ■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

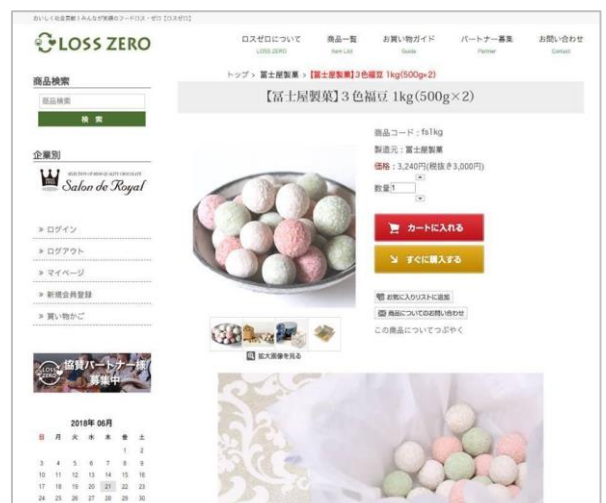
国連サミットで制定された、SDGs（持続可能な地球を目指した世界共通の17のゴール）でも食品ロスは大きな課題であり、今後ますます「作る責任・使う責任」を企業と消費者は問われることとなります。食品を計画的に製造すること、仕入れすぎないことも大切ですが、経済活動を続ける中で、販売の機会を失ってしまった菓子はどうしても一定数は出てしまうものです。その際に、新たな販売方法・販路を検討し、また、商品を再加工するなどして新たな商品価値をつけ消費者に届けていくことなど、“食品ロスを減らしていく”という、メーカーや販売店以外の努力も必要です。



## ■有名メーカーの菓자에特化し販売する『ロスゼロ』

『ロスゼロ』で取り扱う商品は、有名メーカーのお菓자에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・形状不良などで市場に出さずに廃棄していた“食品ロス”の製品を『ロスゼロ』に提供することで、廃棄コストが削減され、新たな収益源に。フードロス削減という社会問題解決の一翼も担います。『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。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」という顧客ニーズに、『ロスゼロ』が価格と品質で応えます。消費者が“ストーリー”を求める風潮が高まる昨今、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”の購入は、時代にマッチした新しい消費スタイルです。

### (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。行政も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』

これまで食品ロス問題を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の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。ヘアアクセサリーを途上国へ寄付する活動での気づきや、社会問題の食品ロスへの関心から、2018年に自身2社目となる「株式会社ビューティフルスマイル」を起業。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 APTWomen」の国内・海外プログラム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。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/>