

**「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』  
味は抜群の“新人さんの割れマカロン”など2種を本日4月16日新発売  
～東京の大人気マカロン専門店「ル・プチクール」の魅力的な商品！～**

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、新たに東京のマカロン専門店『ル・プチクール』と提携し「新人さんの割れマカロン」「マカロンショコラ」の2商品を、本日2019年4月16日（火）より新発売いたします。『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」の削減に取り組めます。



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/> ≫

**◆こだわりのマカロン専門店『ル・プチクール』**

ひとロサイズのマカロン専門店『ル・プチクール』は、2014年に東京・恵比寿で開店、2017年に神保町に移転オープンしました。小さめでぷっくり、季節のカラーやフレーバーにこだわったひと味違ったマカロンをはじめ、写真やイラスト、メッセージが入られるオーダーメイドのマカロンが人気です。

**◆食品ロスの理由と商品の背景**

マカロンはとても繊細なため、製造過程で割れてしまうものがどうしても生まれます。オーナーの川村祥子さんは、マカロンの廃棄を少しでも減らしたいと、マカロンのザクザクとした食感を活かした『エコスイーツ』を誕生させました。

## ◆2つのエコスイーツが誕生

### 【新人さんの割れマカロン】

その名のとおり、新人スタッフの練習で失敗してしまったもの、割れてしまったもの、形がちよっといびつなマカロンです。味は店頭と並んでいるマカロンと変わりがないため、ご自宅用として、また、マカロンのザクザク感を活かしたお菓子の材料としても最適です。※マカロンのみ。クリームはなし

・商品内容：約150g／価格：850円（税込み918円）



### 【マカロンショコラ】※マカロン&フランボワーズホワイトチョコレート

ザクザク食感のマカロンとフリーズドライのフランボワーズをホワイトチョコに混ぜ込んだ、甘酸っぱいホワイトチョコレートです。「割れマカロン」のうち、さらに砕けてしまったものを使用しています。ザクザクした食感、フランボワーズの甘酸っぱさ、ホワイトチョコとのコラボが楽しめます。

・商品内容：4個入り×3セット／価格：850円（税込み918円）

## ■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

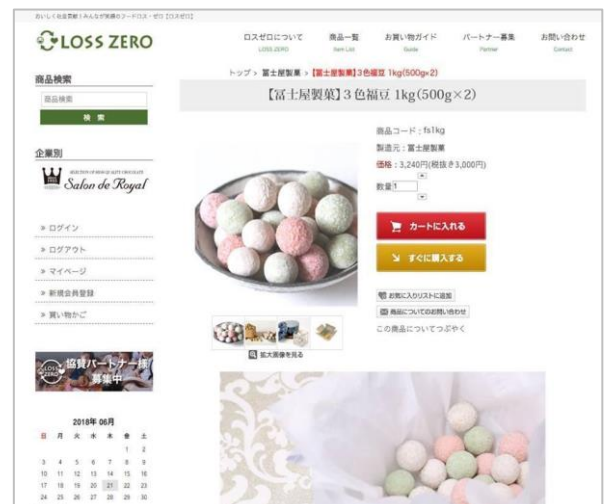
国連サミットで制定された、SDGs（持続可能な地球を目指した世界共通の17のゴール）でも食品ロスは大きな課題であり、今後ますます「作る責任・使う責任」を企業と消費者は問われることとなります。食品を計画的に製造すること、仕入れすぎないことも大切ですが、経済活動を続ける中で、販売の機会を失ってしまった菓子はどうしても一定数は出てしまうものです。その際に、新たな販売方法・販路を検討し、また、商品を再加工するなどして新たな商品価値をつけ消費者に届けていくことなど、「食品ロスを減らしていく」という、メーカーや販売店以外の努力も必要です。



## ■有名メーカーの菓子に特化し販売する『ロスゼロ』

『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、今まで市場に出し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/>