

**「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』**  
**5月20日(月)に「おおさか食品ロス削減パートナーシップ」企業に正式認定**  
**～2週間で「食品ロス」を約0.5トン削減！～**

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)が運営する食品ロス削減通販サイト『ロスゼロ』は、2019年5月20日(月)、「おおさか食品ロス削減パートナーシップ」企業として正式に認定されました。本件は大阪府が食品ロス削減に積極的に取り組む活動の一環で、消費者に対して効果的な啓発を実施する事業者をパートナーシップ事業者として決定し、連携していく取り組みです。

『ロスゼロ』は2019年5月7日(火)から20日(月)の2週間で、商品販売により約0.5トンの食品ロスの削減を実現しています。今後も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643万トンにもものぼり(※)、食品の大量廃棄が問題となっています。『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28年度)」

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

## ◆「おおさか食品ロス削減パートナーシップ」とは？

大阪府が食品ロス削減に積極的に取り組む活動の一環で、消費者に対して効果的な啓発を実施する事業者をパートナーシップ事業者として決定し、連携していく取り組みです。

### 【目的】

飲食の提供や食材等を販売する企業等が、食品ロス削減に積極的に取り組み、販売活動を通じて食品ロス削減に係る消費者等への啓発活動を実施する際に、大阪府が取り組みを協力・支援し、広く食品ロス削減の啓発を進めることを目的とする。

#### —事業者の取り組み内容—

- (1) 消費者へ向けた食品ロス削減の啓発・PR
- (2) 1年を通じた食品ロス削減の取り組み
- (3) 府が取り組むキャンペーンや調査などの協力

#### —取り組みの具体例

- (1) 食べきりメニューやリメイクメニューの提案
- (2) 残さず食べることにに対して特典を設ける
- (3) 食べきりポイント(スタンプ)の加算

※大阪府 HP より <http://www.pref.osaka.lg.jp/ryutai/foodloss/partnership.html>

## ■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

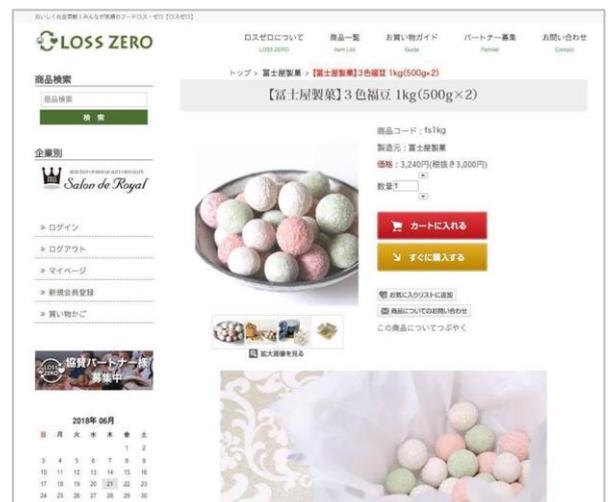
国連サミットで制定された、SDGs（持続可能な地球を目指した世界共通の17のゴール）でも食品ロスは大きな課題であり、今後ますます「作る責任・使う責任」を企業と消費者は問われることとなります。食品を計画的に製造すること、仕入れすぎないことも大切ですが、経済活動を続ける中で、販売の機会を失ってしまった菓子はどうしても一定数は出てしまうものです。その際に、新たな販売方法・販路を検討し、また、商品を再加工するなどして新たな商品価値をつけ消費者に届けていくことなど、“食品ロスを減らしていく”という、メーカーや販売店以外の努力も必要です。



## ■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/>

【報道関係者様からのお問い合わせ】

広報事務所 Appealection 広報担当：福地

TEL：090-4998-1599/E-mail：contact@appealection.com