

  


# ロスゼロ®

ロスが減る、笑顔が増える。



# ロスゼロとは？

ロスゼロはもったいない食べ物を活かすことで持続可能な社会の実現を目指し、2018年4月より、フードシェアリングサービス「ロスゼロ」を通じて、作り手と食べ手をつなぎ、食品ロスを削減するプラットフォームを運営しています。

食品製造や流通段階で行き場を失った余剰・規格外食品を消費者に直接つなぐEC（BtoC）事業、サブスクリプション「ロスゼロ不定期便」のほか、未利用の原材料を使ったアップサイクル食品DtoC事業を運営。企業・自治体とも積極的に連携。

その他環境や食品ロス等に関する記事を1,000本以上執筆。アプリではSDGsアクションを促すおみくじを毎日提供しています。



# 日本初！食品ロス削減サブスクリプション「ロスゼロ不定期便」



日本サブスクリプション  
ビジネス大賞 2022  
特別賞受賞！



「いつ、何が、どれだけ発生するのか分からない」のが食品ロス。その特色をポジティブに活かし、「**何が送られてくるかわからないワクワク福袋**」の感覚でユーザーに楽しんでもらえる定期購入サービスが『**ロスゼロ不定期便**』です。2か月に一度、余剰分の食品が多く発生したタイミングでロスゼロからユーザーへ送るサービスで、2021年11月より提供を開始しました。総出荷件数は**15,000件**を超えており、**累計約35万点・約85トン超**の食品を消費者・法人にお届け。**毎月約5~7.5トンの食品ロス削減、約27トンのCO2削減**に貢献しています。

(※ロスゼロ換算)

想いのこもった美味しい食品を最後まで食べてほしい「**食品メーカー**」とおトクに**美味しく社会貢献がしたい「ユーザー**」、そして**地球環境まで、みんながハッピーになる消費スタイル**を実現しています。

同梱用紙の「ロスゼロ不定期便だより」には各食品が**なぜ販路を失ったかを消費者に知ってもらい、食品ロスに対する啓発**につなげています。

ユーザーアンケートでは、「ロスを出さないという輪を広げていけばいいと思ひ、家族で続けている。届くのが楽しい」「会社でとなりの人にお裾分けするような気持ちで楽しめる、食べるだけで社会貢献になる新しい消費だ。」との声を頂いています。

個人消費者のユーザーは開始時から**2.1倍**、法人は開始時から**3.5倍**に増えていることから、今後も普及と将来性が見込まれます。



(※) 毎月の配送件数 (1,000件) × 1件あたりのCO2削減量 (27.19kg[7.5kg×3.625]) = 1か月のロスゼロ不定期便のCO2削減量(27.19トン)

# アップサイクル商品開発 「Re:You(りゆう)」

シリーズ総販売数22,000点突破



不揃いないちごの形が可愛い  
Re:You 気仙沼みなどいちご

余剰になった製菓材料を活かした  
Re:You トッピングチョコレート

メーカーの取引先から「実は原材料も余っているが、新しく商品化するノウハウがない」との声を聞き、余剰になった未利用原材料のアップサイクル商品開発を開始。「食べる理由がある」という意味を込めたオリジナルブランド「Re:You(りゆう)」シリーズを2022年より展開しています。

「Re:You気仙沼みなどいちご(左)」は気仙沼産の**規格外のいちご**をあえて不揃いな形を活かしたビジュアルにしてアップサイクル。「Re:You トッピングチョコレート(右)」は国内で余剰になった高品質の**チョコレートの原材料**をアップサイクル。

この他にも**商品開発実績は10点以上**。**アップサイクル食品コンテストでは「JR東日本賞」を受賞**。百貨店の常設店舗での販売や、神戸市の**ふるさと納税返礼品**にも採択されるなど、**気仙沼から全国へ販路を拡大中**。

開発過程では**様々なセクターの強みを活かす**形で協業。

特に「気仙沼みなどいちご」は、気仙沼のいちご農家、地域復興支援NPO、株式会社JTB、気仙沼在住デザイナーなどそれぞれの強みとインパクトを最大化した商品になっており、**年間数トン発生する規格外のいちごを適正価格で買い取る**ことで、農家の売り上げに貢献。東日本大震災で9割が流失してしまった気仙沼のいちご農家の復興応援にもつなげています。

自治体・NPO・生産者・大企業・学生など、各セクターの架け橋となり、**産官学共同でそれぞれの強みを活かせる形で商品開発の全体コストを下げつつソーシャルインパクトは大きくしています**。そして、その協同の形そのものを、開発ストーリーとして動画で見せたり、同梱リーフレットなどで伝えています。



# ロスゼロアプリ「毎日おみくじ」



ロスゼロの公式アプリでは、ロスゼロの商品を購入できるだけでなく、「毎日おみくじ」でその日の運勢とSDGsアクションを提案。また、「ロスゼロブログ」や「ロスゼロ辞典」では、SDGsに関する読み物を毎日発信中。ブログ記事は1,000本超。

## 百貨店でイベント出店！ロスゼロストア

2020年より計**20回以上**、百貨店にてロスゼロストアをポップアップ出店。食品とともに「**ロスになった理由**」を明記し、消費者に丁寧に説明しています。取り扱い**ブランドのイメージ棄損を避ける**とともに、割引率の表示はせず、イベントの社会的意義やコンセプトを強調。イベントをきっかけに、日本の**食品ロスという社会課題を、楽しく・おいしく・ちょっとお得にポジティブな消費行動へ**と変えています。



## 食品ロス削減 大阪モデル



ロスゼロと東京海上日動火災保険(株)、マグチグループ(株)の3社で結成する「大阪食品ロス削減コンソーシアム」と、大阪府環境農林水産部、大阪商工会議所で産官連携し、食品ロス削減につながる新スキーム（通称：「大阪モデル」）の構築と将来的な新保険商品開発を目指した協定を締結。

実証実験中は大阪府内の食品事業者で発生した余剰商品を専用ダイヤルでワンストップで対応し、受け入れ可能な商品をロスゼロで有償買取をしています。