

食品ロスのサブスク『ロスゼロ不定期便』が 日本サブスクリプションビジネス大賞2022・特別賞を受賞

サブスク一年で累計14万点超・約35トンの食品ロス削減を達成。

もったいない食品を活かし、エシカルな消費スタイルを創造する株式会社ロスゼロ(大阪市西区、代表 文美月)のサブスクリプションサービス『ロスゼロ不定期便』は、一般社団法人日本サブスクリプションビジネス振興会(東京都渋谷区、代表 佐川隼人、以下:サブスク振興会)が主催する、優れたサブスクリプションサービスを表彰する『日本サブスクリプションビジネス大賞2022』にて、特別賞を受賞しました。なお、当サービスは開始一年で累計14万点超・約35トンの食品ロス削減を達成しています。



■『日本サブスクリプションビジネス大賞2022』とは

サブスク振興会が日本のサブスクリプションサービスのさらなる活性化を目指して、優れたサブスクリプションサービスを年に一度表彰しています。今回140社を超えるエントリーの中から『お得』『悩み解決』『便利』『新規性』『成長性』『安全性』の6要素で審査されました。



■『ロスゼロ不定期便』とは

「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す。

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。

なお同サービスは日本国内における「食品ロスを防ぐ福袋」として初のサブスクリプションです(2021年11月当社調べ)。

ロスゼロ不定期便HP:

<https://www.losszero.jp/shopdetail/000000000354>



■『ロスゼロ不定期便』ユーザーメリット

- (1) 食べるだけでロス削減になり、社会貢献ができる。作り手も食べ手も、地球もハッピー。
- (2) いつ何が届くのかワクワク。二ヶ月に一度のお楽しみ。
- (3) おトクで美味しい、こだわりの食品が届く。



■『ロスゼロ不定期便』一年間の実績

ロスゼロ不定期便は2021年11月からサービス提供を開始し、ユーザー数は約2500名、行先をなくした食品14万点超、累計約35トンがお客様へ届けられました。また、総額7100万円相当の食品が社会に活かされたこととなります。

■『ロスゼロ不定期便』商品内容例

お届けする食品のうち、賞味期限が2週間以下の食品は約5~10%程度で、4週間以上の賞味期限の食品が過半数を占めています。賞味期限を長く残したまま、ロスになってしまう原因として、「3分の1ルール(※)」が関係しています。その他に、時期が過ぎてしまったイベント商品や、製造過程の規格外商品など、まだ美味しく安心して食べられるのにロスになってしまう、もったいない食品をお届けしています。

※ 食品の納入期限を賞味期限の3分の1以内とする流通・小売業界特有の商習慣(後述)

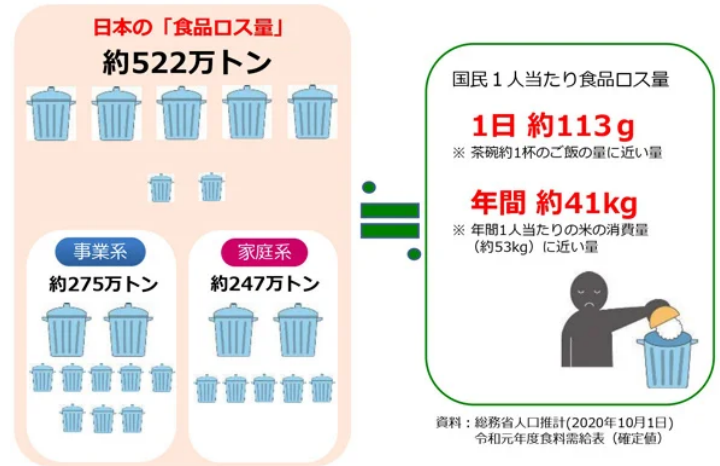
■食品ロスの現状

「食品ロス」とは、本来食べられるにもかかわらず捨てられる食品です。

日本の食品ロスは年間522万トン発生しています(R2農水省推計)。この数字は、日本国民が毎日お茶碗一杯分のご飯を廃棄しているのと相当します。この食品ロスのうち、約53%が事業系食品ロスが占めており、農林水産省は、食品流通過程で発生する3分の1ルール(※)の見直しを進めています。

食品ロスには「生産・保管・加工・輸送・消費・廃棄」の流れがあり、それら全てのプロセスでエネルギーが利用され、炭素が排出されています。また、食品ロスは水分を多く含むため、焼却廃棄において多大なエネルギーが消費されています。つまり、食品ロスの発生は、生産者の労力や生き物の命や資源を無駄にするだけでなく、流通過程で利用されたエネルギーも無駄にし、それを廃棄するためにもコスト・環境負荷がかかります。脱炭素社会を目指すうえで、もったいない食品を活かす「フードシェアリング」が注目されています。

日本の食品ロスの状況(令和2年度)



※ 食品の納入期限を賞味期限の3分の1以内とする流通・小売り業界特有の商習慣

■ロスゼロ不定期便の開発経緯

当社では従来より賞味期限が近いものを集めて福袋のように届ける「ロスゼロボックス」を不定期に販売し、毎回好評を得ていましたが、需要の高さを感じつつも供給が不安定なために継続していませんでした。その「ロスゼロボックス」をブラッシュアップし、新しい魅力と価値をつけたサブスクリプション型サービスとして生まれ変わらせることとなりました。

また同サービスは、大企業の若手・中堅社員を中心とした55の企業内有志団体が集う実践コミュニティ「ONE JAPAN」内の事業共創プロジェクトから生まれたものでもあります。マッキンゼーエリクソンと「ロスゼロ不定期便」を開発、ONE JAPANでのPoCを経てサービスローンチに至りました。

■ロスゼロ概要

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事業を運営しています。2020年「食品産業もったいない大賞」特別賞を受賞。

2021年 東大阪市・川西市と包括連携協定を締結。

2022年 大阪府と事業連携協定を締結。大阪市より「おおさかトップランナー」認定を受ける。

・代表取締役 文美月

・ロスゼロ事業開始 2018年4月

・〒550-0014 大阪市西区北堀江1-1-21 四ツ橋センタービル9F

・資本金(資本準備金含む) 6,000万円

・URL: <https://www.losszero.jp/>



■本件に関するお問合せ先

株式会社ロスゼロ 広報担当: 前川・中角

電話: 06-4708-7802 FAX: 06-4708-7810

メールアドレス: support@losszero.co.jp