

「バレンタインのチョコロスを救おう」
ロスゼロ、余剰チョコレートのシェアリング
およびアップサイクルチョコ特集を開始

バレンタインが過ぎても価値は下がらない。ロスゼロが「チョコロスを救おう」特設ページを開設。

もったいない食品を活かして食品ロス削減する株式会社ロスゼロ(大阪市西区、代表 文美月)は、2月15日(水)より、バレンタインデーを過ぎて余剰になったチョコレートの啓発・販売ページを開設します。美味しく、美しくプレゼント用につくられたチョコレートは、2月15日以降に突然その価値をなくし、賞味期限を残したまま余剰になります。当社はフードシェアリングおよび未利用材料のアップサイクル食品の紹介・販売を通じ、「環境とお財布に優しい」消費スタイルを生活者に提案していきます。なおロスゼロの当特集は5年目となります。



■「チョコロスを救おう」概要

当社では、2月15日以降に余剰になってしまったチョコレートに光を当て、特設ページにて生活者に少しおトクで地球に優しいお買い物を提案します。「作り手の想いのこもった商品を最後まで食べてもらいたい」というメーカー様の想いを引き継ぎ、当社のアップサイクル食品ブランド「Re:You(りゆう)」のチョコレートの他、各メーカーで余剰になったチョコレートをストーリーとともにお届けし、生活者にエシカルな消費を提案します。

なお、ロスゼロは2019年からチョコレートのロスに関する啓発・商品開発・販売を行い、今年で5年目になります。

「チョコロスを救おう」特設ページURL: <https://www.losszero.jp/html/page19.html>

※本日以降、5月ごろまで順次、対象チョコレートが増えていく予定です。

※ロスゼロオンラインショップの他、3月以降各地の百貨店でのPOP UPストアでも販売予定です。

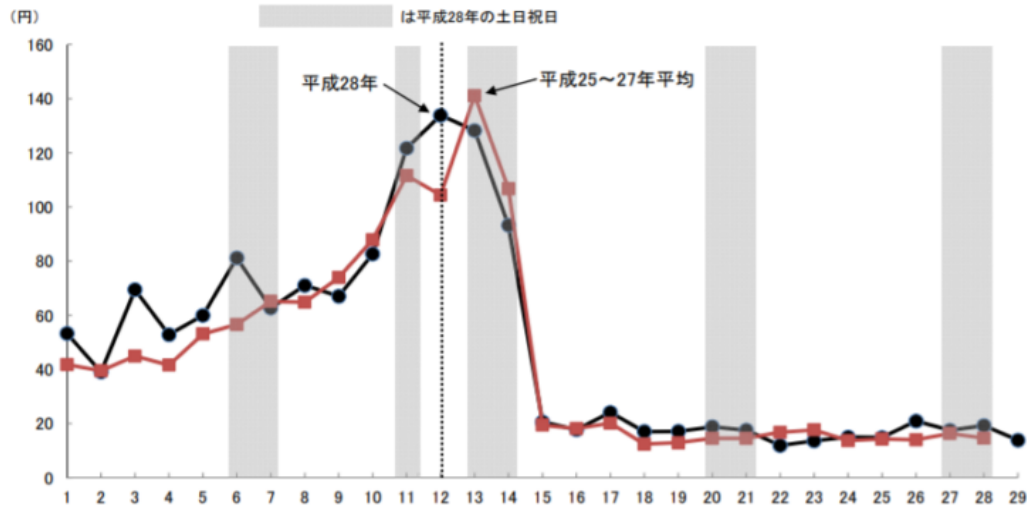
■日本ならではの「バレンタイン文化」

日本記念日協会によると、日本のバレンタインの市場規模は約1260億円(2019年)と言われており、2月14日だけで年間のチョコレートの消費量の約20%を占めると言われています。もとより、宗教的な歴史から「恋人たちの日」として世界各地で親しまれていた文化ですが、日本では1950年代より「バレンタインセール」として商業的な取り組みから始まりました。特に「義理チョコ」や「友チョコ」は日本独自の文化であり、3月14日の「ホワイトデー」も日本ならではのイベントです。

■バレンタインによるチョコレートのロス

イベント用に作られた商品は、時期を過ぎると余剰になってしまいます。2月14日をピークに、バレンタイン用チョコレートの購入量は激減し、販売することが難しくなります(下図参照※1)。マーケットが大きいので、少しの需要予測の差異でも大きなロスとなります。

図2 2月のチョコレートへの日別支出金額(二人以上の世帯)



チョコレートの原材料であるカカオを栽培するために、毎年広大な森林が伐採されています。2020年だけでコートジボワールのカカオ栽培地域で、47,000ヘクタールの森林破壊が発生したと言われており、この面積は東京ドーム約1,000個分に相当します(※2)。チョコレートに限らず、食品ロスは資源の浪費のみならず、生産・加工・輸送・販売といったプロセスを無駄にすることになります。

※1 参考:総務省統計局「チョコレートの季節」 https://www.stat.go.jp/data/kakei/tsushin/pdf/29_2.pdf

※2 参考:国際NGO MIGHTY EARTH <https://www.mightyearth.org/>

■未利用のチョコレート原材料を活かす、当社のアップサイクル商品開発事業

当社では、使われないまま廃棄される資源を生まれ変わらせた、アップサイクルブランド「Re:You(りゆう)」を2021年より展開しています。「食べる理由がある」また、「もう一度、私たちの価値観を見直していこう」との思いを込めて商品開発をしています。

2022年6月にはアップサイクル商品コンテストにて「JR東日本賞」を受賞した他、一部商品は神戸市のふるさと納税の返礼品としても採択されています。

完成した商品はロスゼロ通販サイトや百貨店でのイベント出店で販売しており、今年1月からは初の常設店舗展開となる阪急うめだ本店の「Hankyu PLATFARM MARKET」でも販売を開始しました。



※アップサイクル・・・そのままでは余剰になるかもしれないものを、より価値のあるものに作り変えること

■ 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。

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

・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