

食品ロス削減を目指すロスゼロが、MBS毎日放送と実証実験。 オフィスのおやつ消費でCO2削減量を可視化。

事業所内の置き食品を、「脱炭素」コンセプトで開始

食品ロスを活かして資源循環社会の実現を目指す株式会社ロスゼロ(大阪市・代表取締役 文美月)は、株式会社毎日放送(大阪市・代表取締役 虫明洋一)と、「ロスゼロ・オフィス」の実証実験を開始しました。販路を失った食品を事業所内に置くことで消費を促進し、両社で食品ロス削減・脱炭素に取り組みます。



(ロスゼロ代表・文美月と、毎日放送総合営業局営業開発部、REACH REACH事務局大西亮氏)

■「食品ロス削減」・「脱炭素」をコンセプトにした、日本初の置き食品

- 1 事業所内で「おやつが欲しい」「小腹を満たしたい」というユーザーの行動が社会貢献になる。
- 2 販路を失った食品で棚を構成。各食品の「ロスの原因や背景」を記載し、利用者の食品ロスへの理解を促進。
- 3 QRコード決済を導入し、利用者の利便性を向上。
- 4 設置食品のさらなるロスを回避するため食べきり式で行う。商品は毎回変わり、わくわく感を演出。
- 5 アンバサダー制を導入し、事業所内での浸透を積極的に推進。
- 6 CO2削減量を設置事業所で可視化。

■食品ロスが減ると、なぜCO2が減るのか

食品の生産、流通、そして消費には多大な資源とエネルギーが投入されます。廃棄となると、投じたエネ

ルギオーが無駄になるだけでなく焼却による二酸化炭素の発生や、埋め立てによるメタンガス発生など、温室効果ガスの排出につながり環境負荷となります。食品ロスは年間523万トン国内で発生しており(R3農水省推計)、カロリーベースでの食料自給率が4割程度の日本において食品ロスは大きな社会問題。生活者が積極的にロス予備軍の食品を消費することでCO2排出量を減らす一助となります。

■設置商品例・お菓子や小腹を満たす食品など

- ・季節性があり販路を失うも、賞味期限まで長い食品
 - ・3分の1ルール(※)や季節性、イベント後などの原因で発生した余剰商品
- ※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

■株式会社毎日放送

事業内容:

放送法による基幹放送事業(テレビの放送)放送番組の企画、制作ならびに販売ほか。

代表者:代表取締役社長 虫明 洋一本社: 大阪市北区茶屋町17番1号

公式HP: <https://www.mbs.jp>



■REACH REACH

株式会社毎日放送と株式会社博報堂、株式会社博報堂DYメディアパートナーズが、関西ベンチャー企業の成長を促進するため3社が共同で行う事業。会員企業の発信情報の発見と、価値化・戦略的な発信力向上をサポートを行う。

公式HP: <https://reachreach.net/>



■ロスゼロ

事業内容:

2018年、作り手と食べ手をつなぐプラットフォーム「ロスゼロ」を開始。製造や流通で行き場を失った余剰・規格外品を消費者につなぐサブスクリプション「ロスゼロ不定期便」や、CO2削減量の可視化、EC、未利用の原材料を活かすアップサイクル食品開発、講演など、資源循環社会の実現を目指します。

【受賞歴】環境省・消費者庁「食品ロス削減推進表彰」審査委員会委員長賞、農水省後援「食品産業もったいない大賞」特別賞、大阪府「おおさか環境賞2022」大賞、「日本サブスクリプションビジネス大賞2022」特別賞、復興庁「新しい東北」復興・創生の星顕彰受賞ほか
【連携協定】東大阪市・川西市、豊中市と包括連携協定、大阪府と事業連携協定を締結。

代表者:代表取締役 文美月

事業開始:2018年4月

住所: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

公式HP: <https://www.losszero.jp/>

■お問合せ先

ロスゼロ 広報:内田 06-4708-7802 メールアドレス: support@losszero.co.jp