

# 『もったいない』を次の笑顔へ。食品メーカーのロスを減らす『ロスゼロ』

(株式会社ビューティフルスマイル)

食品メーカーで発生する食品ロスを消費者や企業につなぐプラットフォーム。商慣習上の期限（1/3ルール）や製造余剰、販路不足などにより賞味期限が近づいた食品、規格外食品等を買い取り、オンラインや地域イベント、カフェ等で販売。

## 食品メーカー



- 廃棄コスト削減
- ブランド価値アップ
- 潜在顧客獲得

## ロスゼロ



## 購入者



利益の一部を  
途上国へ

## ソーシャル・マーケットプレイス

メーカーの食へのこだわりや思い、ロスが発生した理由などを、ロスゼロが丁寧にHPに掲載して顧客に販売。「作ったものを最後までおいしく食べてほしい」という、食品ロスに対するメーカーの姿勢を全面に出し、SDGs時代の新しいブランド価値向上につなげる。

### □ オンライン

賞味期限が比較的長いもの（単品/定期販売）

### □ オフライン

企業おやつ 定期購入（サブスクリプション）

### □ その他イベント、研修、カフェ、マルシェ

賞味期限が比較的短いもの、地域食材、社名公表しないブランド食品

### □ ロスゼロ・カード

販売時に同梱。QRコードから情報にアクセスできる。手に取った人たちの間に食品ロスの話題を提供することが目的。



<https://www.losszero.jp/>  
Twitter: losszero\_jp  
Facebook: losszero.jp



「おおさか食品ロス削減  
推進パートナー」企業

## ロスゼロ取扱商品（お菓子等のケース）

「もったいないもの」に光を当て、付加価値のあるものとして生まれ変わらせて販売。  
日本社会に新しい消費の在り方を提案。



割れた菓子にチョコを混ぜた新商品

練習用や割れマカロンにチョコを混ぜた新商品

余った節分の豆を加工した新商品



バレンタインチョコの余りに節分豆、  
スーパー・フードを混ぜたチョコバー

規格外野菜・果物をいかしたジュース

割れやズレのある規格外品

余剰仕入れ、販路不足



容器余剰。プラごみを避けるため追加注文分のみ充填

中元用の製造余剰。1/3ルール、販路不足

予想以上の豊作による余剰。ほか規格外野菜など