

ICT や AI 等の新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネス

団体名または企業名	東京ガス株式会社
代表者 役職・氏名	デジタルイノベーション戦略部サービスイノベーション G マネージャー 藤原直彦
担当者名 役職・氏名	デジタルイノベーション戦略部サービスイノベーション G 塩田夏子
住所	〒105-0013 東京都港区浜松町 2-3-1 日本生命浜松町クレアタワー22 階
電話番号	03-5400-3879
FAX番号	03-3437-9264
E-mail	tgtrial@tokyo-gas.co.jp

ビジネス名	junijuni sponsored by TOKYOGAS
ビジネス概要	junijuni (ジュニジュニ) は、賞味期限切迫やパッケージ変更、期間限定プロモーションの終了等を理由に従来は廃棄されていた食品・日用品等をメインに販売しているショッピングサイトです。商品の販売価格には寄付金が含まれており、消費者は商品の購入を通じて、ロスの削減・寄付をすることができ社会課題解決に貢献することができます。 商品提供企業は、ブランド毀損に繋がりにくく廃棄在庫を収益化できる他、ショッピングサイを通じて新規顧客開拓にも繋がります。
対象業種	食品製造業、食品卸売業、食品小売業
対象地域	全国
食品ロス削減の効果	・賞味期限切迫やパッケージ変更、期間限定プロモーションの終了等の理由により、通常販売できなくなった商品在庫を事業者から買い取り、ショッピングサイト「junijuni (ジュニジュニ)」を通し、消費者へ販売をいたします。 ・実績として、2019 年 4 月のサービス開始から 2020 年 1 月までで、junijuni を通して約 51,500 点の食品が購入されました。 また、売上金額のうち 275,264 円を社会活動支援金として寄付いたしました。

ビジネス 開始時期	2019 年 4 月 25 日
料金目安	商品提供企業：出品のための手数料無料 消費者：平均購入価格 3500 円
提供実績	juni juni 会員数：約 5500 名（2019 年 4 月～2020 年 1 月）

ビジネス名: **junijuni** sponsored by **TOKYO GAS**

会社名 東京ガス(株)
担当部署 デジタルイノベーション戦略部
連絡先 03-5400-3879

対象業種・対象地域

対象業種: 食品製造業・食品卸売業・食品小売業
対象地域: 全国

概要

- 賞味期限切迫やパッケージ変更、期間限定プロモーションの終了等の理由により、通常販売できなくなった商品在庫を事業者から買い取り、ショッピングサイト「junijuni (ジュニジュニ)」を通し、消費者へ販売をいたします。
- スナック菓子、乾麺、缶詰、レトルト商品、ペットボトル飲料など「賞味期限」の問題でロスに課題を抱えている事業者におすすめいたします。

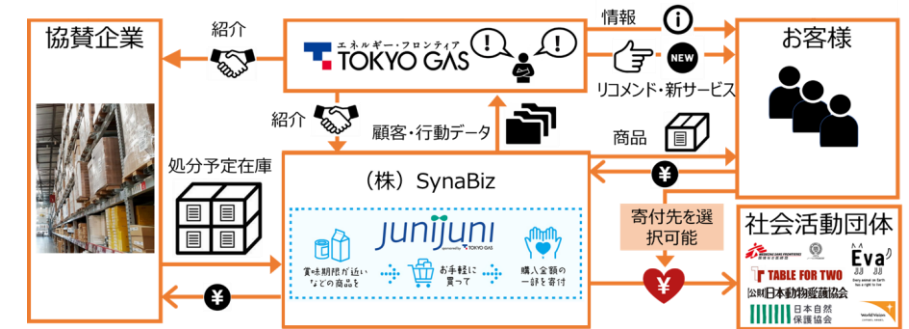
効果

従来は廃棄されていた食品を消費者へお届けすることができます。

実績として、2019年4月のサービス開始から2020年1月までで、junijuniを通して約51,500点の食品が購入されました。

写真、図表等

■ビジネス概要



企業メリット

- ブランド毀損なく廃棄在庫を収益化
- 新規顧客開拓

消費者メリット

- 良い商品をお手軽に購入可能
- 社会貢献に手軽に参加

■実績

- 協賛企業: 約100社
- 延べ取扱商品数: 約10,400点
- junijuni会員数: 約5,500人
- 食品販売実績: 約51,500点 (2020年1月時点)

↓ junijuniはこちら



ICT や AI 等の新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネス

団体名または企業名	バリュードライバース株式会社
代表者 役職・氏名	代表取締役 CEO 佐治祐二郎
担当者名 役職・氏名	取締役 COO 山本和真
住所	東京都港区麻布台 1-9-14 ランドコム麻布台 6F
電話番号	03-5251-4320
FAX番号	03-5251-4356
E-mail	kyamamoto@value-d.co.jp

ビジネス名	産地ロス・食品ロス削減を目指す「tabeloop(たべるーぷ)」
ビジネス概要	tabeloop とは、売り手（食品メーカー、卸、生産者など）と買い手（飲食店、個人）をつなぐ WEB サービスであり、特に一次生産者のところで発生する産地ロスを削減するために力を入れています。tabeloop の特徴としては、生産者と消費者がダイレクトでやり取りができるチャット機能を有し、また、消費者が実際に食べた際のレシピなどを生産者に伝えるレビュー機能を有しています。WEB だけでなく、リアルな場でも食品ロス・産地ロスを削減することを目的として『tabeloop マルシェ』にも取り組んでいます。
対象業種	食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業、その他（農林水産業）
対象地域	全国
食品ロス削減の効果	tabeloop は、まだ食べられるのに廃棄されてしまうもの（規格外、賞味期限等）を対象として販売しています。WEB サービスとリアル販売との食品ロス削減効果はこれまでに 1.5 トン程度です。

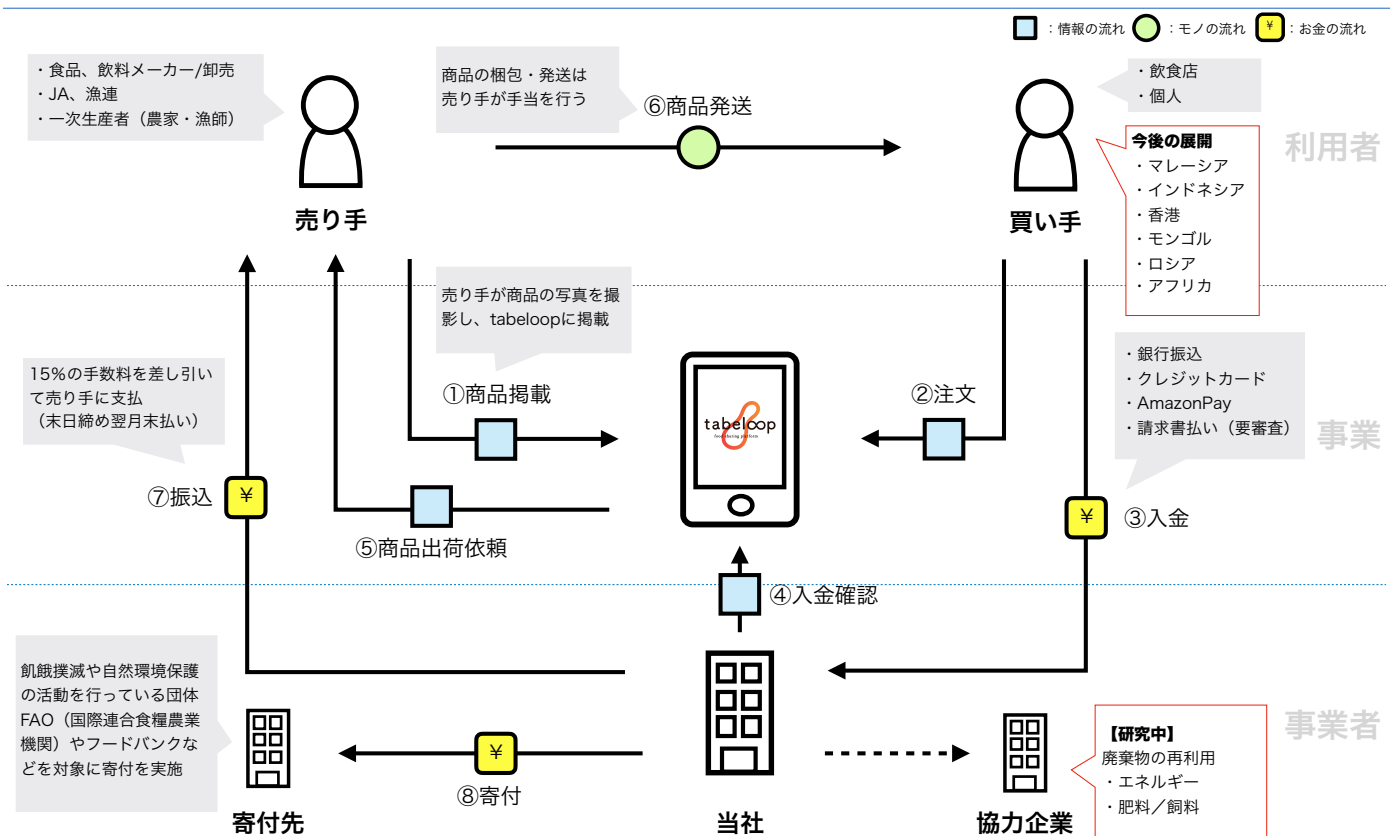
事業系で発生する 食品ロス・産地ロスの削減

- ・卸からメーカーへ返品となるもの
- ・小売から卸へ返品となるもの
- ・一次産業において、発生する農産・水産物のロス（作りすぎ、獲れすぎ）
- ・メーカーによる輸入時等の汚破損により販売できないもの



サイトQRコード

- ・フードシェアリングプラットフォーム：tabeloop（たべるーぷ）とは売り手、買い手とも**会員制**のBtoB、BtoCの**クローズドなECプラットフォーム**です。
- ・当社は売り手から最大15%の手数料を取得、**その一部を飢餓撲滅のために活動している団体等に寄付します。**
- ・また、さまざまな啓蒙活動を通じて食品ロスの認知度を高める活動、若い世代に対する食育活動も推進します。



ICT や AI 等の新技術を活用した食品ロス削減に効果的なビジネス

団体名または企業名	株式会社ビューティフルスマイル
代表者 役職・氏名	代表取締役
担当者名 役職・氏名	文美月
住所	大阪市西区北堀江 1-1-21 四ツ橋センタービル 9F
電話番号	06-4708-7802
FAX番号	06-4708-7810
E-mail	mbun@beautifulsmile.co.jp

ビジネス名	ロスゼロ
ビジネス概要	食品メーカーで発生した規格外品・1/3 ルールによる販路不足などの「もったいない」食品を、消費者・企業につなぐソーシャル EC サイト。作り手の思いやこだわりを HP や同梱チラシで食べ手に丁寧に記載し、メーカーの食品ロス削減への取組みが CSR となるようにブランディング。メーカーの廃棄コストを減らし、さらには消費者に食べてもらうことで潜在顧客への獲得につなげる。一方、消費者にとっては「もったいないもの」を美味しくお得に購入可能。売上の一部で途上国の教育支援を行う。 ロス食材の種類によっては、レストランイベントなどを提案。
対象業種	食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業、その他（JA、一次生産者）
対象地域	全国
食品ロス削減の効果	※食品メーカーの廃棄コストが減り、売上に変わる EC 販売をロスゼロが代行し、ブランディングすることにより、メーカーは食品をロスゼロに出しやすくなる。

料金目安	無料
提供実績	2018 年 4 月～2020 年 1 月までの販売実績 6 トン（6,000kg）

食品メーカーのロスを減らし、消費者に直接つなぐ。 日本に新しい消費のあり方を提案する『ロスゼロ』 (株式会社ビューティフルスマイル)



ロスが減る、笑顔が増える。

食品メーカーで発生する食品ロス（規格外、製造余剰、1/3ルールによる賞味期限間近の食品）を、メーカーをブランディングしながらEC販売。社会に食品ロス問題を啓発しながら、美味しく、楽しく買い物をしてもらうことによって食品ロス削減を目指すプラットフォーム。ロス食材のし種類によってはレストランイベントなどを提案。

□ 「作り手」・「食べ手」・「ロスゼロ」みんながハッピーに



- 消費者向けEC販売
- 法人向けECもしくはオフライン販売
- ロスゼロ食堂（カフェ・レストラン）
- 飲食店とのコラボ。ロス食材を使った食事会の開催
- SDGs企業研修、講演、執筆その他啓蒙活動

「作ったものを最後まで美味しく食べてほしい」という作り手（メーカー）の思いや食品ロスに対する姿勢、ロス発生の原因をHPに記載。提供メーカーのブランド価値向上を目指す。

単なる安売りはせず、新しい食品に生まれ変わらせ付加価値をつけたオリジナル商品開発も積極的に行う。



<https://www.losszero.jp/>
Twitter: losszero_jp
Facebook: losszero.jp



大阪府「おおさか食品ロス削減推進パートナー」認定企業

1

ロスゼロ取扱商品例

ブランド棄損を避ける一つの方法として、付加価値のあるものとして生まれ変わらせるなど、ストーリーやコンセプト、発生の理由を大切に伝えて販売。メーカーのブランディングや商品開発力の向上、購入による消費者の意識向上、教育機関の食育への効果を目指す。



余った節分豆をほんのり甘く加工した「三色福豆」⇒保育園での食育へ。



バレンタインで余った製菓用チョコに節分豆、スーパーフードを混ぜたチョコバー「鬼に金棒チョコ」



パティシエの練習で割れた高級マカロン。チョコを混ぜた商品も。



冷夏による中元用の製造余剰。1/3ルール、販路不足



割れた瓦せんべいに菓子にチョコを混ぜた商品



容器余剰。プラごみを避けるため追加注文分のみ充填



観光客減による土産物の余剰品



規格外野菜・果物を活かしたジュース



割れやズレのある規格外品



ロットによる過剰製造、販路不足

2