

# 食品ロスゼロ ネットなら

## 作りすぎ・規格外：お菓子人気

作りすぎたり規格外になったりしたお菓子などの食品をメーカーから集め、インターネットを通じて販売するサイトが登場している。単なる安売りではなく、食品を余らせない「ロスゼロ」が目的だ。

6月、文字どおりの「ロスゼロ」(<http://www.losszero.jp/>)という販売サイトが本格オープンした。

いま売るのは、富士屋製菓本舗（大阪府富田林市）の「三色福豆」。節分用につくった豆のうち売れずに余ったものを、もち米が原料の寒梅粉でくみ、淡い紅白緑の色に染めた。表面は甘く、かむと大豆の風味が広がる。1箱3240円（税込み）だ。

サイトは、ヘアアクセサリーの販売・製造会社を経営してきた文美月社長（48）が設立したビューティフルスマイル（大阪市）が運営する。きっかけは文さんが、チョコレート菓子をつくるサロンドロワイヤル（同市）の前内真智子社長から「形が不ぞろいなチョコが毎月出てしまう」という悩みを聞いたことだ。



消費者1人あたりの食料廃棄を半減させ、生産でも食品ロスを減らす。



Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標) 全ての国連加盟国が2030年までの達成を目指す、貧困や教育、環境など17分野にわたる目標

文さんは使わないヘアアクセサリーを集め、カンボジアの子どもに贈りてきた。その活動から、ネットを通じて資金を集める「クラウドファンディング」で子どもを支援するための寄付を募り、お返しに規格外チョコを送ることを発案した。約151万円が集まり、カンボジアの学校にトイレ5室をつくった。

取り組みを広げようと立ち上げたのがロスゼロだ。メーカーから作りすぎや規

格外のお菓子を安く仕入れ、収益の一部をカンボジアへの支援にあてる。まず規格外チョコを通常の6割ほどの価格で売ると、購入希望が殺到した。規格外になった量を上回り、そうな勢いだったため、販売は8月半ばで終了した。

いま販売している三色福豆の富士屋製菓本舗の北野登一郎社長（53）は、「環境問題や子どものために何か

できるならばと出品した。自社だけで社会貢献のメッセージを出す余裕はなかなかないから」と言う。

10月以降、焼き菓子の大麦工房ロア（栃木県足利市）など、販売する会社が増える予定だ。文さんは「日本はいろいろなものが余っている。食品を突破口に、文房具など様々な規格外品を扱いたい」と話す。ロスゼロのような取り組み

## 646万トン 無駄に 15年度

国連が15年に採択した「持続可能な開発目標」(SDGs)は17分野の目標のうち、生産者と消費者に対して「つくる責任、つかう責任」(目標12)を提唱し、むだな生産と消費に警鐘を鳴らす。だが、国内で食べられるのに廃棄された食品ロスの量は15年度で約646万トンにのぼった。食品ロス問題にくわしい

井出留美さんは「食品廃棄の費用は結局、代金や税金で消費者が負担している。世界では食料の約3分の1が捨てられている。大量消費を前提にした作りすぎをやめることが大切」と話す。(高重治香)



「ロスゼロ」を運営する文美月社長。手に持っているのが三色福豆



洋服をレンタルする事業を展開する「エアークローゼット」社は、社員が食べるおやつを「ロスゼロ」から購入している=東京都港区