

報道関係各位

2023年12月18日

Kuradashi、年初めにちょっといいこと「ロスおせち」の販売を開始！ ～季節商品のロス削減を目指す～

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」を運営する株式会社クラダシ(本社:東京都品川区、代表取締役社長:関藤竜也、以下「クラダシ」)は、年末年始の風物詩である「おせち」などの季節商品のロス削減を目指し、今年も「Kuradashi」のサイト上でロスおせち特集を開始いたしました。

▽特設ページURL: <https://kuradashi.jp/pages/special-osechi-2024>



■季節商品のロスの問題

「日本で最もフードロスを削減する会社」をビジョンに掲げ、持続的に社会課題の解決に取り組むビジネスを展開するクラダシは、フードロス削減を目指し、賞味期限が切迫した食品や季節商品、パッケージの汚れやキズ・自然災害による被害などが要因で、消費可能でありながら通常の流通ルートでの販売が困難な商品を買取り、ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」で販売することで、従来より季節商品などのロス削減に取り組んでいます。

農林水産省が公表した令和3年度の日本の食品ロス量は523万トン^(※1)です。

食品ロス量523万トンの内訳は、事業系食品ロスが279万トン、家庭系食品ロスが244万トンとなっています。前年度と比較すると、全体では1万トン増加しており、家庭系食品ロスは3万トン減の一方、事業系食品ロスは4万トン増加しているという状況です。

事業系の食品ロスの要因のひとつに「季節商品のロス」があります。中でもよく知られているものに「恵方巻の大量廃棄」があり、農林水産省が予約販売に取り組む企業を一覧で公開し^(※2)、予約販売の形をとる企業が増えるなど、ロスを出さない取り組みが強化されつつあります。しかし、2022年の恵方巻売れ残りの損失額は10億円^(※3)もあると発表されており、現在も解決には至っていません。

恵方巻をはじめ、ハロウィンやクリスマス、お正月など、華やかで心弾む季節のイベントは、私たちに季節の訪れを感じさせてくれます。しかし、昨今の事業系の食品ロスの増加にもあるとおり、季節商品のロスの防止は難しい現状があります。季節商品を販売する食品関連事業者も、予約販売や需要予測による生産コントロールを行っていますが、需要予測の精度を上げてもおおよそ予測通りに販売することは難しく、どうしてもロスになってしまう商品が発生しています。

※1参考: <https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/230609.html>

※2参考: <https://www.maff.go.jp/i/press/shokuhin/recycle/231207.html>
 ※3参考: <https://news.yahoo.co.jp/byline/iderumi/20220207-00280797>

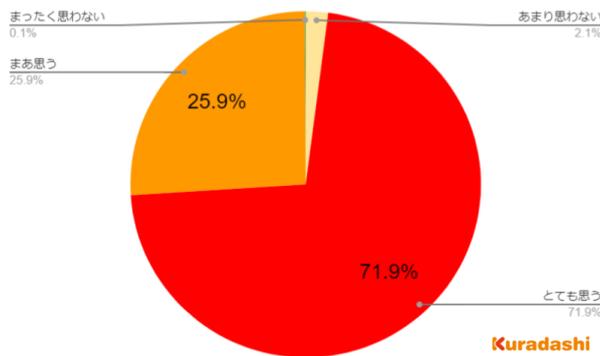
■おせちがロスになってしまう理由とは

おせちの需要予測は特に難しいと言われています。その背景には、おせちは少量で品数が多いために仕入れ先や入荷時期にバラつきがあり完成までに時間がかかることや、製造や配送の都合で早い時期に注文を締め切ってしまうことなどがあります。

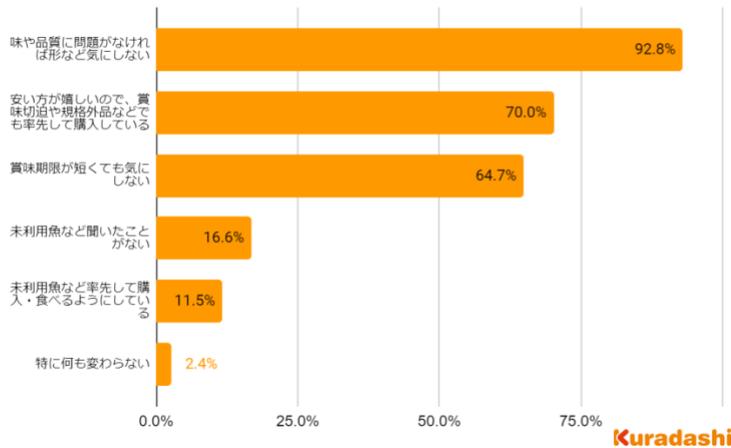
クラダシは、そんなおせちのロスを削減にも取り組んでおり、昨年は6,450食のおせちを販売・レスキューいたしました。(※2022年12月～2023年1月末までの販売数字)

コロナ禍以降、豪華なおせちを購入することが定着し、おせち市場は拡大傾向にあります。2023年は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行して、年末年始に親族などで集まる機会が増えるという予想のもと、多くの食品メーカーやデパートが多種多様なおせちを用意しました。その一方で、国際情勢が不安定で円安・物価高がつづいていることや、値上げによる買い控えの影響もあり、おせちを購入しない消費者も増えています。

Kuradashiが10月に行ったユーザー調査(※4)によると、「値上げを受けてよりお得に商品を購入したい」という設問に対し、「とても思う」と回答した方が71.9%、「まあ思う」と回答した方が25.9%で、回答者全体の96.8%がよりお得に食品を購入したいと考えていることが読み取れます。

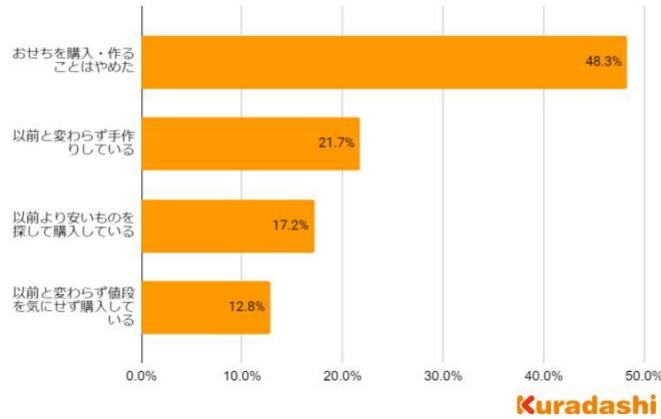


さらに、「値上げとともに、規格外品や訳あり品、未利用魚などが注目されているが、これらの購入についてどう思うか」という設問に対し、規格外品や訳あり品の購入については「味や品質に問題なければ形など気にしない」と回答した方が92.8%と最も多く、次いで「安い方が嬉しいので、賞味期限切迫や規格外品などを率先して購入している」と回答した方が70.0%となりました。



※4参考: <https://corp.kuradashi.jp/news/23-11-02/>

今年のおせちの購入についての設問に対しては、「今年購入する・作る予定はない」と答えた方が全体の48.3%と約半数を占めており、おせち自体を楽しむ方が減っていることや、物価高騰が年末年始の消費行動に影響していることが読み取れます。



季節商品やおせちのロス問題を少しでも知っていただくことで、あたらしい1年のはじめに廃棄されてしまうおせちを少しでも減らし、皆さまにお得な価格で華やかなおせちを楽しんでいただきたいと、昨年につき今年もKuradashiのサイト上で、「ロスおせち」の販売を開始いたしました。

■Kuradashiのロスおせちの商品(一例)

2024おせち「まかないおせち 18品」2~3名用
 出品理由: ギフトの端材を利用したおせちのため



2024おせち「美食良菜 塩分糖質に配慮おせち」2人前
 出品理由: 流行の変化により通常の販路で販売ができないため



■Kuradashiロスおせち販売概要

- ・販売期間:2023年12月末まで販売予定
 - ・特集ページURL:<https://kuradashi.jp/pages/special-osechi-2024>
- ※お届け予定日は商品によって異なります。
※販売期間は延長する可能性があります。

今後もクラダシはフードロス削減を目指し、楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんなソーシャルグッドマーケットを創出してまいります。

■楽しいお買い物で、みんなトクするソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」とは
Kuradashiは、楽しいお買い物で、みんなトクするソーシャルグッドマーケットです。

フードロス削減を目指し、まだ食べられるにもかかわらず捨てられてしまう可能性のある食品などを、おトクに販売しています。さらに、売り上げの一部を環境保護・災害支援などに取り組むさまざまな社会貢献団体への寄付やクラダシ基金として活用し、SDGs17の目標を横断して支援しています。楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。

URL:<https://www.kuradashi.jp/>

■株式会社クラダシについて

代表者氏名:関藤竜也

設立:2014年7月

本社所在地:〒141-0021 東京都品川区上大崎3丁目2-1 目黒センタービル 5F

URL:<https://corp.kuradashi.jp/>

【サービス紹介】

- ・ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」:<https://www.kuradashi.jp/>
- ・クラダシが自社で運営する「クラダシ基金」:<https://www.kuradashi.jp/fund>

【店舗一覧】

- ・Kuradashi店舗一覧:<https://kuradashi.jp/pages/stores>

【クラダシのサステナビリティ】

- ・サステナビリティサイト:<https://corp.kuradashi.jp/sustainability/>
- ・サステナビリティレポート:<https://speakerdeck.com/kuradashi/sustainability-report>

【2023年9月末時点の主な累計実績】

- ・フードロス削減量:18,855トン
- ・経済効果:91億7,366万円
- ・CO2削減量:49,984t-CO2
- ・支援総額:118,960,451円

「Kuradashi」、「ソーシャルグッドマーケット」、「1.5次流通」、「もったいないを価値へ」は株式会社クラダシの登録商標です。