

報道関係各位

2025年11月19日

Kuradashi、年末年始のフードロス削減を目指し、 今年も「ロスおせち」の販売を開始！

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CEO：河村晃平、以下「クラダシ」）は、年末年始の風物詩である「おせち」のロス削減を目指し、今年も「Kuradashi」のサイト上でおトクなロスおせちの販売を開始します。昨年は約7,300件のおせちを販売・レスキューし、フードロス削減に貢献しました。今年も、家族の食卓におトクでおいしいおせちを届けるとともに、少しでも多くのロスおせちを救うことを目指します。

▽特設ページURL：<https://kuradashi.jp/pages/osechi-2026-special>



■「おトクに、ちょっといいこと。おせちレスキュー」

最大9連休となる今年の年末年始を家族や親戚とともにおトクで華やかなおせちを楽しんでいただくとともに、季節商品やおせちのフードロス問題についても知っていただくことで、新しい一年の始まりに廃棄されてしまうおせちを少しでも減らせるよう、昨年に続き今年もKuradashiのサイト上で「ロスおせち」の販売を順次開始いたします。

【販売概要】

- ・販売期間：2025年12月末まで販売予定
- ・特集ページURL：<https://kuradashi.jp/pages/osechi-2026-special>

※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。

■おせちがロスになってしまう理由

恵方巻をはじめ、ハロウィンやクリスマス、お正月などの季節イベントは季節の訪れを感じさせてくれますが、期間中に販売される商品は需要のピークが短く、イベント期間を過ぎると需要が急減するため、フードロスが発生しやすい特性があります。そのため農林水産省では、予約販売や需要予測にもとづく生産調整を推奨し、適切な供給量の確保を呼びかけています。（※1）しかし、需要予測の精度を高めてもなお、予測どおりに販売しきれずロスが生じるケースは少なくありません。

季節性商材の中でも、特におせちはロスが生じやすい商材です。

富士経済の調査（※2）によると、2025年新春のおせち市場は、百貨店などによる早期予約施策が展開されたものの、残暑による冬季商材の購買意欲低下や旅行需要の高まりなどの影響で、秋以降の予約数が前年を下回りました。その結果、多くの企業が準備数を抑制しましたが、11月下旬のブラックフライデーを境に需要が急増し、12月の駆け込み需要に十分対応できず、市場全体では前年割れに至ったといわれています。

このように、おせちは需要の振れ幅が大きく、販売機会の最大化や欠品回避のためには一定の在庫確保が欠かせません。一方で、おせちの具材の仕入れ先や入荷時期はバラバラで完成までに時間がかかり、製造や配送の都合で早期に注文を締め切らざるを得ないという制約もあるため、ロスになりやすいといわれています。

※1出典：農林水産省「[季節食品のロス削減](#)」

※2出典：株式会社富士経済「[重誥おせち市場 25年新春の結果と26年新春の動向を予測](#)」

■Kuradashiのロスおせち

クラダシでは、このようなおせちのフードロスを削減すべく、2021年より「ロスおせち」の販売を行ってまいりました。昨年の「ロスおせち」販売では、多くのお客さまにご協力いただき、2024年12月上旬～年内までで約7,300件のおせちを販売・レスキューすることができました。また、これまでに販売してきた「ロスおせち」は累計で23,000件以上（2021年12月～2025年1月末までの販売個数）となっており、「ロスおせち」への認知・支持は着実に広がっています。

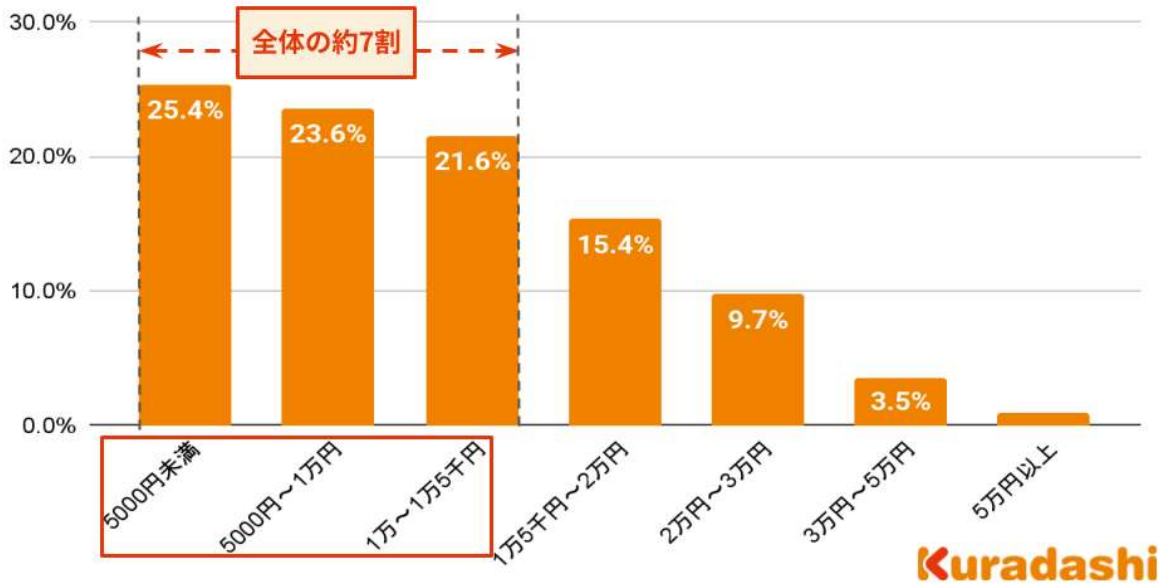
クラダシロスおせち販売件数



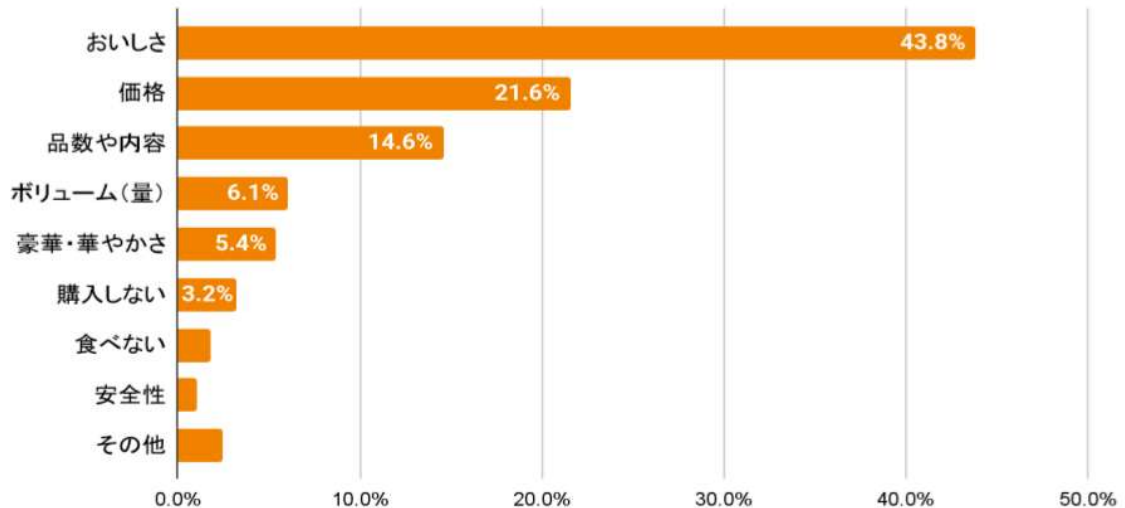
また、Kuradashiが10月に実施したユーザー調査（※4）によると、おせちを購入する際の予算について回答者の約7割が「1万5千円以下」を希望していることが分かりました。おせち選びで重視するポイントでは「おいしさ」が最も多く40.8%、次いで「価格」が21.6%、「品数や内容」は14.2%となりました。

これらの結果から、物価高騰による節約志向の中でも、種類豊富でおいしいおせちを少しでもお得な価格で購入したいという傾向が見て取れます。

Q. おせちを購入する際の予算や価格帯を教えてください。



Q. おせちで重視するものは何ですか。



※4 出典：Kuradashi「[物価高で変わる食生活とフードロス意識](#)」に関するアンケート
(実施期間：2025年10月9日(木)～2025年10月23日(木))

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、フードロス削減を目指すショッピングサイトです。まだ食べられるにも関わらず捨てられてしまう可能性のある商品などをお得な価格で販売し、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団体に寄付することで、SDGs17の項目を横断して支援しています。

いろいろな掘り出し物が見つかる、楽しくてお得なお買い物が社会の徳につながる、そんなソーシャルグッドマーケットです。

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

■株式会社クラダシについて

代表者氏名：河村晃平

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>
- ・冷凍宅配弁当「Dr.つるかめキッチン」 : <https://tsurukame-kitchen.com/>
- ・冷凍宅配弁当「Kitchen Chef & Doctor」 : <https://chef-doctor.com/shop>

【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>

【2025年9月末時点の主な累計実績】

- ・フードロス削減量：30,828トン
- ・経済効果：149億9,926万円
- ・CO2削減量：81,726t-CO2
- ・支援総額：173,991,693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。