

月刊

Money Concierge

そんなとき、相談できる
TaxHouseの情報誌
マネーコンシェルジュ

2017.7
VOL.74



TaxHouse



特集1

日本の

「食」は

大丈夫か？

THINK ABOUT
"FOOD" IN JAPAN



KURADASHI.jpのサイトには、常時100前後の商品が並んでいる



商品が並ぶKURADASHI.jpのトップ画面。協賛企業は約300社あり、お馴染みの企業も多数参加している



食品業界には「3分の1ルール」という暗黙の了解事項がある。例えば、賞味期限が6カ月の商品の場合、期限の3分の1となる製造後2カ月までの商品しかスーパーやコンビニなどの小売店に卸さない。これも食品ロスを増やしている要因という

「自社商品の廃棄処分のために

億単位のお金をつかっている会社もある

少しでも食品ロスを減らしたいですね。」

グラウクス(株)の関藤社長



「賞味期限内であっても」
廃棄処分という方法を取る

冒頭でも述べたように、日本では大量の食品ロスが社会問題になっています。中でも企業からの食品ロスについては、「賞味期限前にもかかわらず」廃棄処分される食品もあり、この仕組みを根底から見直す必要に迫られています。そして、こうした企業の「食品ロス」の軽減を目指して誕生したのが、社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI.jp (蔵出しJP)」です。運営するグラウクス(株)の関藤竜也社長に開設の経緯をお聞きました。

「以前、商社マンだった時に、経費をかけて製造した食品が、同じくらいの経費をかけて廃棄されている現状を目の当たりにしてショックを受けました。大手食品メーカーの場合、億単位の予算を計上し

ているケースもあります。誰かがこの状況を変えないとダメだと思ったんです」
廃棄処分される理由はいくつかある。売れると思うから製造するわけだが、見込み違いや返品もあり、賞味期限が残り少なくなってくると通常の流通ルートには乗せられない。安売りで売り切ろうにも、明らかな安売りはブランドイメージの悪化につながる。在庫として抱えていても商品価値は下がる一方で、保管費用もかさんでくる。これらのデメリットを考慮し、大手企業ほど「賞味期限内であっても」廃棄処分という方法を取るといわれています。

平均的な割引率は、
希望小売価格の50~80%

「廃棄コストがカットできるビジネスモデルを考えて社内でも新規事業として提案

したのですが、商社が扱うような案件ではないと却下。それなら自分でやるしかない」と独立しました(関藤社長)

最も苦労したのは、このビジネスに賛同してくれる会社集めだったとか。新会社だから知名度も実績も皆無。「単なる安売りサイトと思われて門前払いされたことは一度や二度ではなかった(関藤社長)。それでも粘り強く営業し、100社が集まった段階で社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI.jp」をスタートさせたのです。それ以降は口コミなどで、協賛企業は現在約300社を数えています。

運営の仕組みは、協賛企業から商品情報(価格や賞味期限などの情報)が入ると、賞味期限の残り日数などを考慮して割引率を決定。平均的な割引率は、メーカー希望小売価格の50~80%引き。高いものは90%以上も。割引率が決まったら、商品はサイト上に1週間掲載。

そして、受付期間の終了(あるいは売り切れ)に伴って締め切られる。商品は1個、2個といった単位ではなく、20~30個入りのケース単位が基本です。

購入代金の一部が
社会貢献団体に寄付される

「ネット上では常時100種類くらいの商品が掲載されています。商品はそれぞれの会社の倉庫にストックされており、販売終了に伴って各社から当社に納品されます。それを当社で送り状を付けて当日配送。当日納品、発送の仕組みによって、商品の安全性とトレーサビリティが確保できます。また、購入代金の一部(3~5%)が環境保護支援や動物保護支援、社会福祉支援などを行っている団体へ寄付される点も単なる安売りサイトと一線を画する特長になっています」

登録団体は、「国連WFP(母親と乳幼児への栄養支援)」や「TABLE FOR TWO(アフリカの子もたちに給食を)」など14団体。商品によっては寄付団体の指定が可能です。

購入には、会員登録(無料)が必要。有料のプレミアム会員(月額324円)になると送料無料の特典付き。1回の購入金額については平均3,800円ほどだそうです。会員数は、現在3万7,000人(プレミアム会員はその7%)です。

関藤社長に今後の展望について伺いました。

「食品ロスは、企業にとって誇れる話ではなく、できれば隠しておきたい問題。でも、それでは何も変わりません。大勢の会員を抱えているネットサイトとの連携などを進めて、『KURADASHI.jp』をもっと多くの人に知ってもらい、少しでも食品ロスを減らしたいですね」