

日本初・最大級の社会貢献型 フードシェアリングプラットフォーム

株式会社クラダシ（東京都）



日本初の社会貢献型フードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI」を通して食品等を消費者に販売。賞味期限切迫等の理由で販路を失い、何もしなければ廃棄されてしまう商品を取り組みに賛同する企業から協賛価格で提供してもらう。ブランド価値を毀損せず、無駄を減らし、購入者の社会貢献意欲にも応える。

受賞
ポイント

- ★ 自ら「1.5次流通」と呼ぶ新しいマーケットを創出し、これまでにない食品ロス削減の仕組みを実現させた。コロナ禍にあっても協賛企業と食品ロス削減量を増加させている。
- ★ 協賛企業には社会貢献に熱心というブランド価値を、消費者にはお手頃価格での商品購入と社会貢献の喜びを、社会貢献団体には活動資金を、それぞれ提供する「三方よし」のスキームを構築している。
- ★ 人手不足で収穫できない農作物を学生インターンシップで助ける支援、生活困窮世帯に食品を届ける支援など社会課題の解決に向けた新サービスを次々に生み出し、SDGsを推進している。

事業内容

食品ロス削減ビジネス

協賛企業より提供された倉庫品、余剰在庫などの商品をWeb上のフードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI」を通じて消費者・事業者へ販売。主な商品は食品と飲料。生鮮品、化粧品等も扱う。2015年2月より事業開始。廃棄対象であった商品を流通させることで、食品ロスを削減。売上の一部を社会貢献団体に寄付する機能も持つ。

サービス提供の背景・経緯

社会貢献への強い思いから生まれたサービス

代表が、前職の商社勤務時代、輸出入用大型コンテナ単位での食品等が大量廃棄される事象を海外で目のあたりにする。「社会の役に立ちたい」という思いから、食品ロス削減ビジネスを構想化する。

企業からの理解が得られない当初の厳しい状況乗り越え、2015年にWeb上に「KURADASHI」のプラットフォーム

を開設。事業活動の社会的意義が企業等に認められ、事業を軌道に乗せることに成功する。

サービスの概要とその革新性

「1.5次流通」*マーケットを創出

日本で発生する年間約600万トン以上（2017年度は、612万トン）の食品ロスを削減することは、SDGsの大きな課題の一つである。食品ロスが発生する主たる要因として、賞味期限切迫、納品期限切れ（3分の1ルール）、季節商品などの理由で商品が廃棄されていることがある。3分の1ルールとは、賞味期間の3分の1以内で小売店舗に納品する慣例である。賞味期間の3分の1を超えて納品できなかった場合は、廃棄される可能性が高い。この状況を改善すべく、従来であれば廃棄対象となる商品を消費者ニーズとマッチングさせる日本初のフードシェアリングプラットフォーム「KURADASHI」を創設する。売上の一部を社会貢献団体に寄付する仕組みを装備し、協賛企業のブランド価値を毀損せず、何もしなければ捨てられていた商品に社会貢献という価値を与えて流通させることに成功する。

協賛企業（商品提供側）と個人会員（購入側）は増加が続く。また、「KURADASHI」が生み出した1.5次流通*マーケットに参入する事業者も増え市場も拡大。コロナ禍にあってもマーケットの存在意義は益々高まっており、日本初のサービスで食品ロス問題への社会的関心を集め、活動をリードしている。

サービスの成果・実績とその優越性

業界トップの削減実績

食品ロス削減の月400トン水準（2020年4～6月中旬）は業界内トップレベル。会員数は約15万人、協賛企業数は800社以上に達している（2021年2月現在）。

サービスイノベーションとして優れている点

「三方よし」のスキーム

協賛企業、消費者（会員）、社会貢献団体それぞれにメリットのあるスキームを創出する。協賛する食品メーカー等は、廃棄品の新たな販路を獲得し、廃棄コストを圧縮できる上に、食品ロス問題の解決に熱心な企業としてのブランドイメージ

*新品の流通（1次流通）や中古品の流通（2次流通）でもなく、商品としては問題ないにもかかわらず1次流通から外れ、これまでは廃棄されてしまっていた商品を再流通させる仕組み

組織データ

組織名	株式会社クラダシ	創立年	2014年
業種	飲食料品の卸売・小売	本社所在地	東京都
URL	https://www.kuradashi.jp/	従業員数	20名

を獲得できる。会員は、お手頃価格（商品最大97%オフ）で商品が購入でき、売上の一部が社会貢献団体に寄付されることによってエシカル消費に貢献できる。社会貢献団体は、会員の寄付により活動資金が得られる。この「三方よし」の仕組みに加え、会員の支援金額を「キズナポイント」として「見える化」するなどの細やかな作り込みによって、活動の継続性と実効力を高めている。

産学官民の相互連携による付加価値提供

課題を抱える人や組織の声に耳を傾け、続々と新たなサービスを生み出している。台風被害等の農作物・水産物の流通支援、人手不足で収穫できない農産物を学生インターンシップで助ける「KURADASHI 地方創生基金」、フードバンクへ商品を提供する「KURADASHI フードバンク支援基金」、品川区との協働による生活困窮世帯に食品を届ける支援、飲食店や卸の在庫食材を企業連携によって飲食店で販売する「レストランマルシェ」等がある。

どのサービスも、課題を抱える人や組織のマッチングによって双方の課題解決に寄与するよう設計されている。「2030年フードロス半減」という同社の目標は、産学官民の連携の力で達成を目指すものであり、既存の枠に捉われない様々な社会課題への取り組みに対し、多方面から感謝と喜びの声が届けられている。

社会の発展への寄与

食品ロス削減で日本のSDGsをリード

新たなマーケットを創出し、もったいないを価値へ変換させている。日本の食品ロス削減のパイオニアである。持続可能な社会の実現に向けて、人と組織の意識変革・行動変革を促している。

社会貢献型のビジネスモデルを確立

社会貢献活動で利益を生むビジネスモデルは、社会要請に応える経営を展開する企業の経営革新の手がかりとなる。

