

# 食品ロス削減BOX fuubo (フーボ)

食品ロスとCo2が削減できるサービス



# 会社概要

商号	ZERO株式会社
所在地	東京都台東区東上野 2-20-6 会計センタービル 501
連絡先	<a href="mailto:info@zero-sus.com">info@zero-sus.com</a> / 080-9193-9967
代表者	沖杉 大地 四辻 弘樹(共同代表)
従業員数	4人
決算月	1月
主な取引先	ネスレ日本、湖池屋、JR東海グループ、JPコミュニケーションズ、JR東日本グループ、東急グループ、イオンモール、中国電力、全日空、名鉄グループ、シンコースポーツ、栗山米菓、プライムプレイス、ウィルオブ・ワーク



# 事業にかける想い

Vision

## 地球上の貧困をZEROにする

Mission

## もったいないを循環させて やさしい社会をつくる



# 解決する社会課題



世界中の食糧生産 40億tのうち、13億tが食糧廃棄  
(日本は500万t)

食品ロス

食糧廃棄分を分配すれば、  
世界中に行き渡ると言われている

世界のCo2排出量の8.2%が食品廃棄から発生  
(道路輸送の10%に匹敵)

貧困

Co2排出



世界中で貧困状態(1.9ドル以下/日)は  
約8億人いる(そのうちの半分は子ども)

世界中で335億t発生(日本は5番目)



# 事業概要

誰に SDGsに取り組む企業に対して

目的 フードロスとCo2削減を目的に

何を fuuboを提供しています



# サービス概要

1

場所を選択して  
商品を購入する



WEBサイトなので  
アプリのDLは不要

2

メールに届くURLを  
利用してロック解除



購入したユーザーのみが  
ロック解除できる仕組み

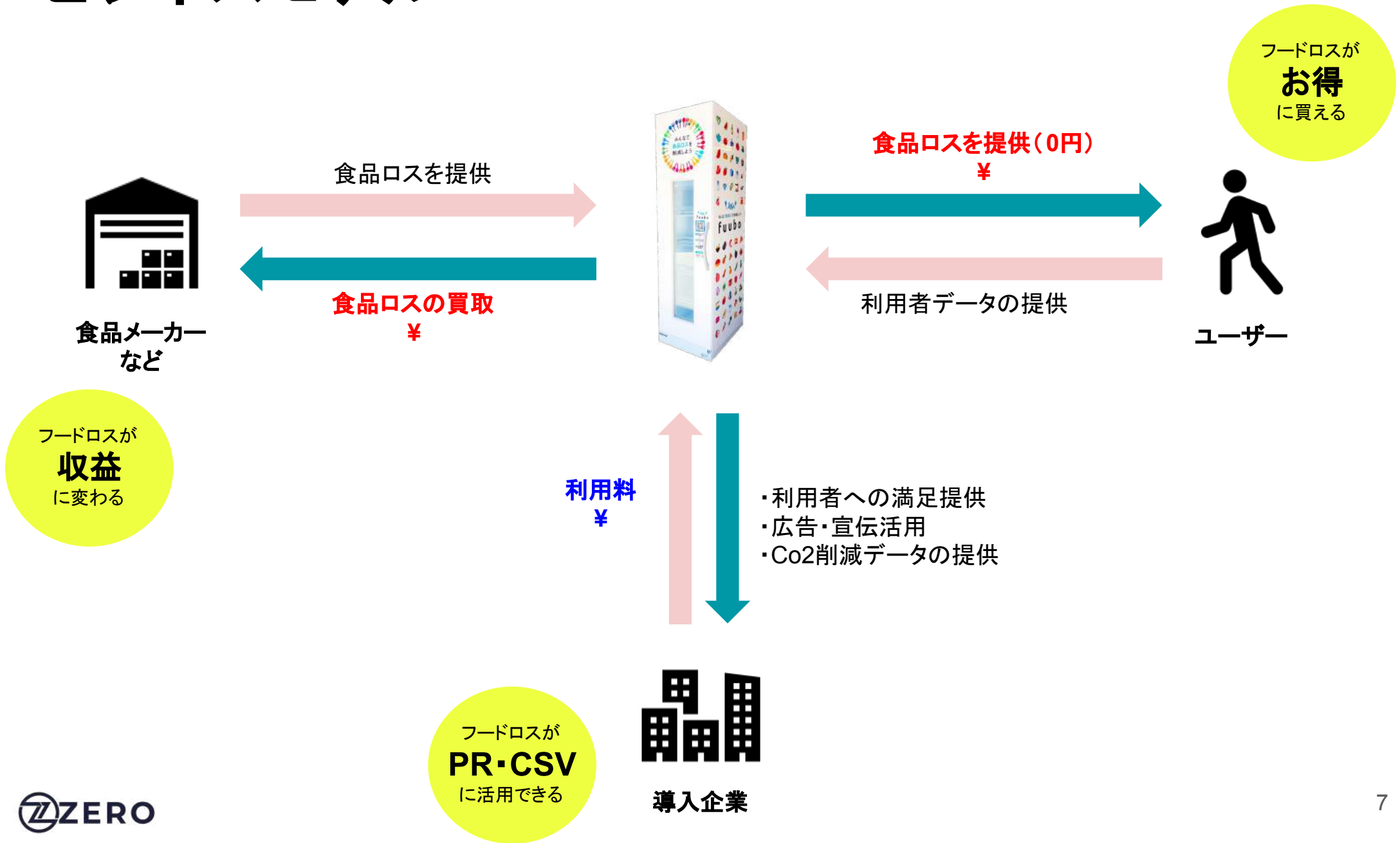
3

購入した商品を受け取る

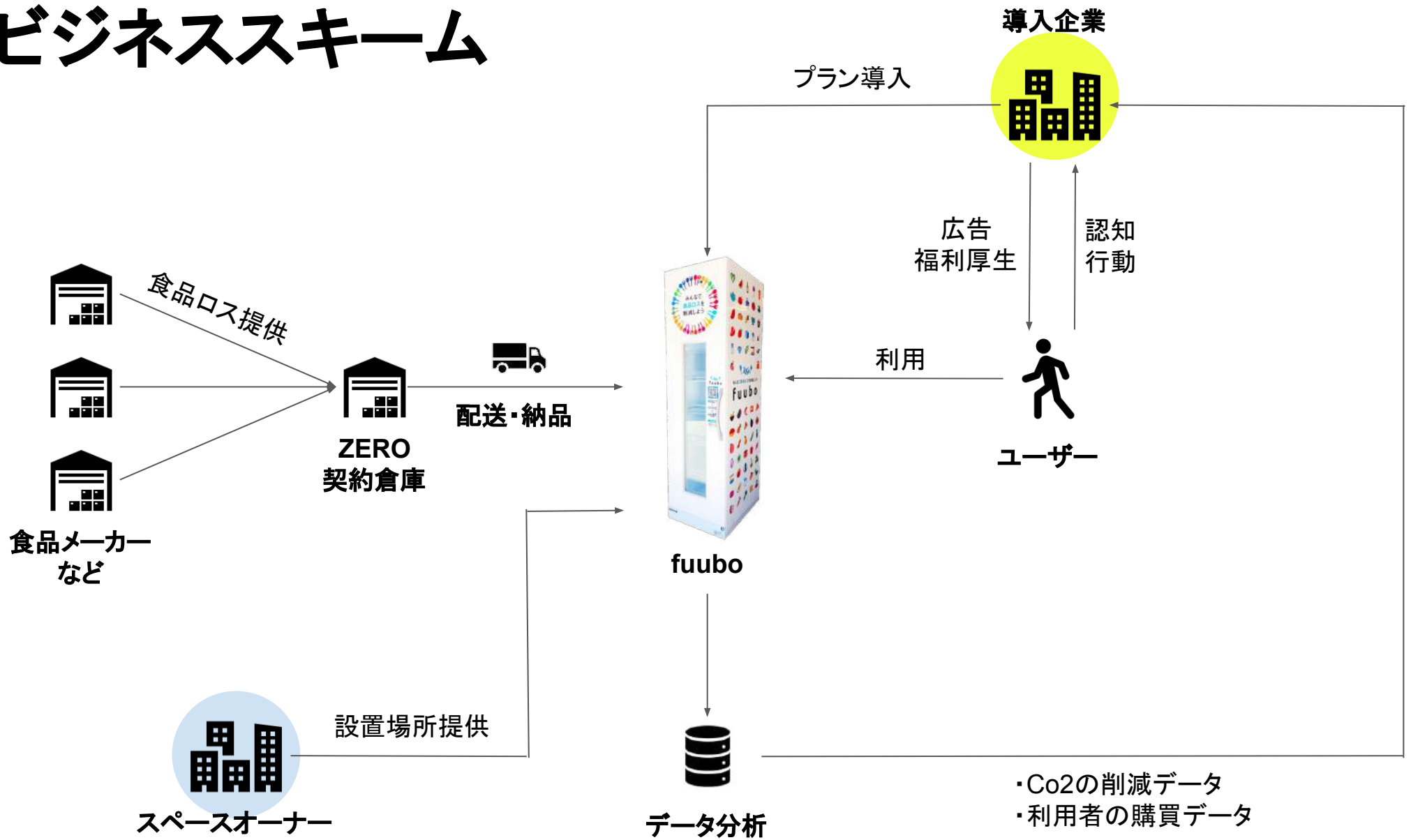


販売と受取をデータで管理  
防犯カメラも搭載

# ビジネスモデル

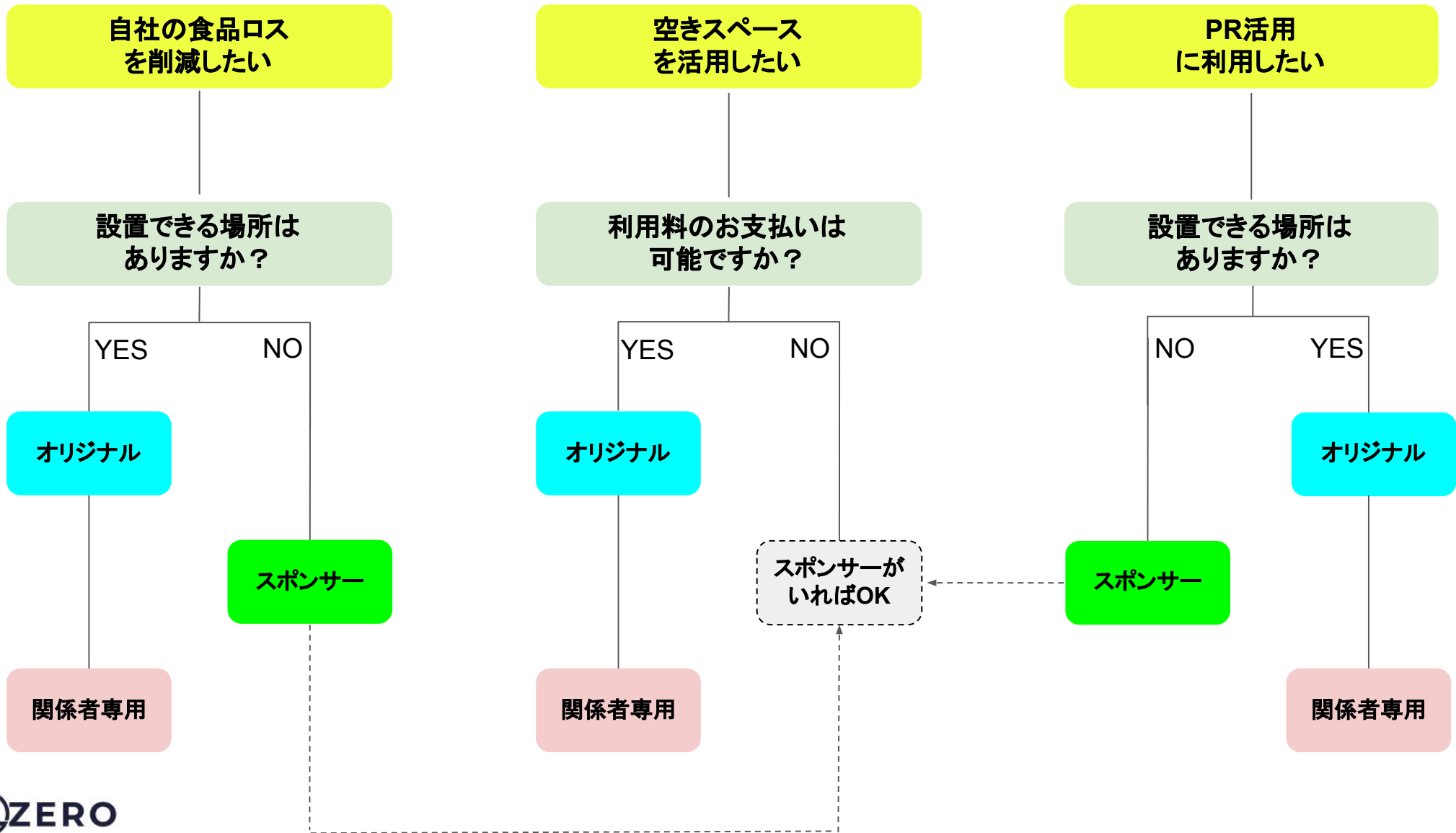


# ビジネススキーム





# プラン検討フロー



# オリジナルプラン

## 特徴

- システム・運用をゼロから構築可能
- 圧倒的なPR力を実現可能
- 煩雑な運用(商品・配送管理)の委託も可能

筐体費用: **95** 万円~※1

運用委託: **15** 万円/月~※2

※1 常温BOX買取の場合  
※2 システム構築は別途

## 導入事例



- <目的>
- ・自社フードロスの削減
  - ・SDGsの取組み
  - ・PR(広告効果5億円以上)



- <目的>
- ・JR東海ECサイトと連携
  - ・無人受取機として活用
  - ・消費期限商品も取り扱う

# スポンサープラン

## 特徴

- 自社商品やサービスのPR、集客に利用可能
- 月間20万PVを超えるWEBサイトで訴求可能
- 1日10万人を超える駅などに設置されたfuuboで訴求可能

## 広告費用： お見積り

<例>

- ・fuuboサイトにバナー設置(インプレッション/成果報酬/期間保証)
- ・BOXIにロゴを掲載
- ・商品にチラシやクーポンを同梱

## 導入事例

### 愛媛県産の規格外みかんを使用したジュース



<目的>

- ・見込み顧客の獲得
- ・テストマーケティング
- ・デッドストックの活用



<目的>

- ・学生の情報収集
- ・コーポレートブランディング
- ・大学とのコネクション開拓

# 関係者専用プラン

## 特徴

- 食品ロスは全て**0円**で提供可能
- SDGsから生まれた新しい福利厚生
- Co2削減データを自社のCSR、CSVとして活用

初期費用: **20** 万円

月額費用: **7** 万円/月~

## 導入事例



- <目的>
- ・福利厚生
  - ・社内教育、社外PR
  - ・テナントのロス削減



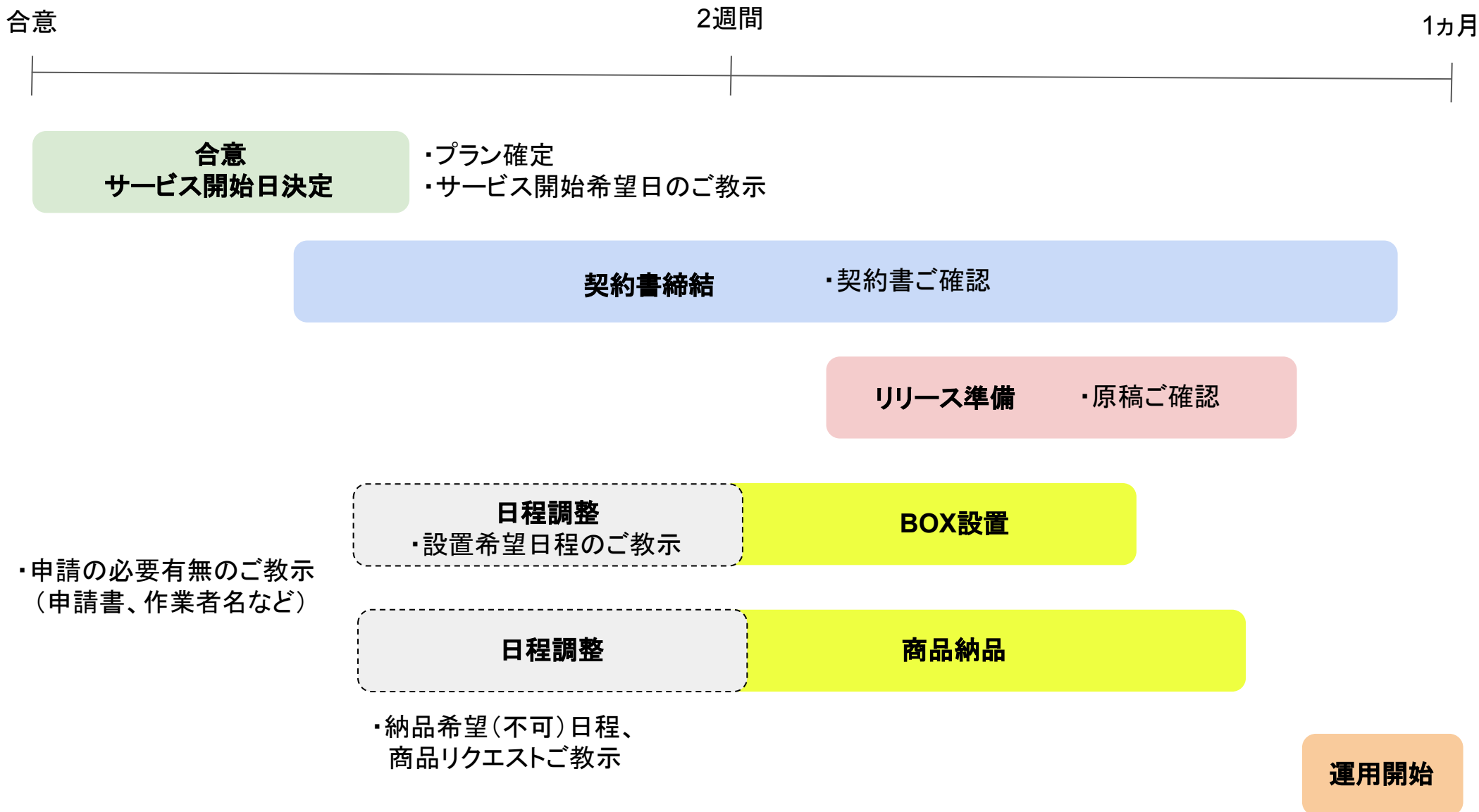
- <目的>
- ・宿泊者向けサービス
  - ・従業員への福利厚生
  - ・地場のお土産のロス削減

# 関係者専用プランの詳細

	ライトプラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン
初期費用	20万円		
月額費用※	7万円	10万円	15万円
食品ロス提供数	150～300個	300～600個	600個以上
配送回数目安	1～2回	2～4回	4回以上
商品リクエスト	○	○	○
CO2削減レポート	×	○	○
自社商品の販売	×	×	○
オリジナルラッピング	×	×	○

※ 常温BOXの場合

# 導入の合意～運用開始までのフロー



# 參考資料

# 食品ロスを取り巻く環境

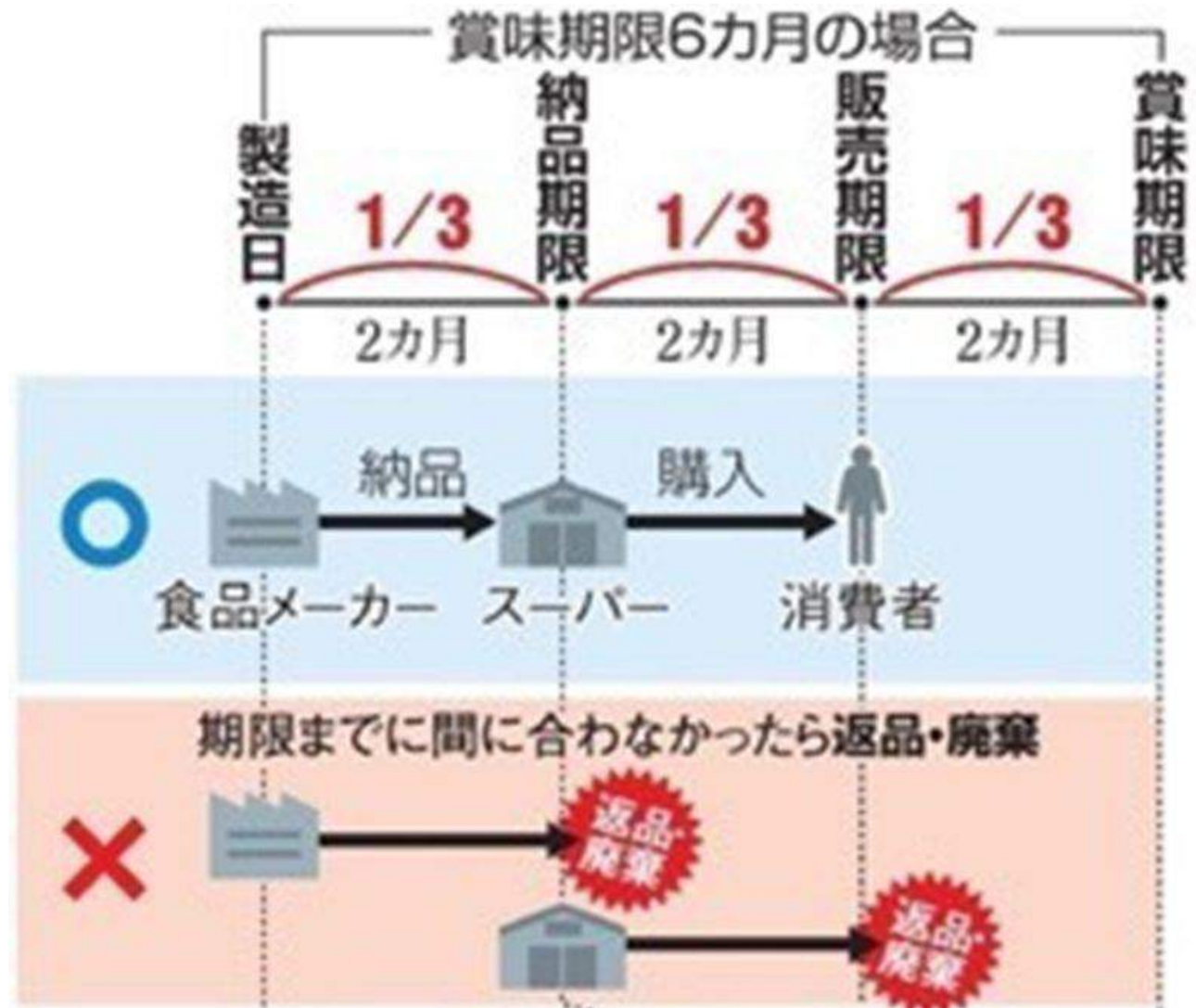
PEST分析	P ポリティカル	政治的要因 食品ロスの削減に関する施策となる基本方針「食品ロス削減推進法」が令和2年に閣議決定。
	E エコノミー	経済的要因 世界全体の食品廃棄がもたらす経済的損失は年間7500億ドル。日本ではゴミ処理経費が年間2兆円。食品ロスは年間500万トン。
	S ソーシャル	社会的要因 SDGs(持続可能な開発目標)の12の中で食品ロス削減が明記。食品流通上の1/3ルールや、販売期限などが大きな課題。
	T テクノロジー	技術的要因 食品ロス削減のために、小売のダイナミックプライシングや、非対面・非接触・キャッシュレスのサービスが求められている。



# 1/3ルール

賞味期限が6ヶ月の場合、賞味期限を3分割した残り4ヶ月を切ると食品メーカーは納品できずに廃棄しています。

fuubo(フーボ)ではこれら納品期限切れ、販売期限切れの商品を流通させることが可能です。



# fuubo(フーボ)の仕様



## 基本仕様(冷蔵タイプ)

- 外形 : 520×636×1900 (mm)
- 製品容量 : 100kg
- 冷却性能 : 2°C~15°C
- 電源 : 単相100V 15A
- 内容量 : 900mlのペットボトルが約120本
- 排水管理 : 不要(自動蒸発)
- 機能 : 扉自動ロック機能  
防犯用庫内監視カメラ  
抗菌作用CCFLライト
- 設置方法 : 工事不要  
転倒防止板

# ネスレ日本の事例



オリジナルのデザインで  
高いPR効果を実現。  
世界的な評価を受ける。



## 導入前の課題

- 1/3ルールにより相当なフードロスが発生している
- ブランド毀損させないため過度な値引き販売はできない
- 食品メーカーとして主体的な 運営管理はできない

## 導入後の効果

- フードロスは買取することで収益を確保できる
- 販売価格はネスレ日本が設定できる
- 設置場所の調整、運営管理は全てお任せできる

# 新潟県の事例（自治体の取り組み）



新潟県のフードロス  
新潟県で再流通させる  
自治体初の取り組み。



## 導入前の課題

- 目に見えるフードロス削減の取り組みがない
- 運営管理や販売責任などが煩雑
- 新潟県のための取り組みが必要

## 導入後の効果

- 多くのユーザーに利用され、地元メディアから取材多数
- 自治体としての業務負担はほぼゼロ
- 新潟県の食品メーカーに限定して商品を展開

# 茨城県の事例（自治体の取り組み）



## 茨城県のフードロス 茨城県で再流通させる 自治体として2つ目の事例

### 導入前の課題

- 食品ロスを削減できる具体的な成功例がない
- 消費者に喜ばれるサービスを提供したい
- 茨城県の良い商品を捨てずに消費させたい



### 導入後の効果

- スタートから3日間で売り切れ、その後も好調に推移
- 利用するためにわざわざ県庁までお越しになられる
- 干し芋や茨城県の銘菓を積極的に販売できている

# 京都府の事例（自治体の取り組み）



京都府

『SDGsの推進に関する連携協定』を  
締結

ZERO・ウェザーニューズ・京都府・JR  
西日本Gの4者間にて連携し、CO2排  
出削減量の算出も行う

## 導入前の課題

- 食品ロスを削減できる具体的な成功例がない
- 京都府としてフードロス削減を行いたい
- 京都府として啓発活動を推進させたい



## 導入後の効果

- 自治体との協定としては、初の取り組み
- 食品ロスだけでなくCO2排出削減量も発信できる
- 利用者・利用頻度も多く、注目されている

# 船橋市の事例(自治体の取り組み)



千葉県内で初の  
一般の方が利用可能なBOX  
市内事業者のロスも削減



## 導入前の課題

- 市として食品ロス削減の取り組みをしたい
- 市内の食品関連事業者のロスを市内で循環させたい

## 導入後の効果

- スタートから3日間でほぼ売り切れ、その後も好調
- 市と協力し、船橋市産の商品の取り扱いを増やす

# マリオットホテルの事例(福利厚生)



福利厚生の一環として  
スタッフの休憩室に設置。  
商品リクエストにもお応え。

## 導入前の課題

- 制服のため外に買い物にいけない
- ホテルとしてもフードロス取り組みが求められている
- スタッフのためにお得な価格で提供したい



## 導入後の効果

- 商品のリクエストを実施しながら展開できる
- クローズド環境にしないことで、PR効果を実現
- 食品ロスだからこそできるお得な価格での商品提供



# ウィルオブ・ワークの事例(福利厚生)



福利厚生の一環として

スタッフの休憩室に設置。

地元新聞などへのメディア露出も。

山形・郡山・金沢・高知のコールセンター4か所で運用



## 導入前の課題

- 給水機の設置・マイボトル配布と絡めて社員へのSDGsの啓発を行いたい
- スタッフのためにお得な価格で提供したい

## 導入後の効果

- 商品のリクエストを実施しながら展開できる
- 地元メディアにも取り上げられ、PR効果も実現
- 社員様同士の交流・お得な価格での商品提供

# トランスコスモスの事例



## 福利厚生の一環、 SDGsの取り組みとして設置

### 導入前の課題

- スタッフのためにお得に提供したい
- SDGsの取り組みを推進したい

### 導入後の効果

- ペットボトルリサイクルの自販機の前に設置
- 将来的には常温、ハーフサイズの展開も



# 日本生命の事例(福利厚生)



保険会社初の導入  
社内外のSDGsの取り組みと  
社員の満足度向上を目指す。

## 導入前の課題

- 企業としてSDGsに取り組まなければならない
- 人材の定着や確保につなげたい



## 導入後の効果

- 社内検修時のコミュニティツールとして活用
- 近辺に広がるBOXへのスポンサーも検討

# エイジスの事例(福利厚生)



Your Partner in Retail Solutions

商品管理・配送・補充などの  
役割を担うサポート企業  
福利厚生でも社内導入



## 導入前の課題

- 物流センター内で気軽に買える場所が少ない
- 社内でも賞味期限管理など、食品ロス対策をされており 関心は高いが社員への啓発も行いたい
- スタッフのためにお得な価格で提供したい

## 導入後の効果

- 気軽に購入でき浸透しやすく社員の方への啓発に
- プレスリリースによりPR効果を実現
- 実際の納品・メンテナンスなどのイメージもわかりやすい

# からくさホテルの事例(宿泊者向け福利厚生)



**karaksa hotel**

**札幌初！  
ホテル宿泊者向けに深夜帯の  
おつまみ需要で満足度向上**

## 導入前の課題

- ホテルの外に出ずに食品などを購入したい
- ホテルとしてSDGsに取り組んでいることをPRしたい
- 北海道の食品ロスを流通させたい



## 導入後の効果

- 外に出ずに、24時間商品を購入できる
- リクエストに柔軟に応じて商品を納品できる

# 第一ビルディングの事例

## DAI-ICHI BUILDING



来客用に活用しながら  
SDGsの取り組みを社内外に紹介

### 導入前の課題

- 社内外の関係者へSDGsの取り組みを訴求したい
- fuuboを活用したい

### 導入後の効果

- 受付横に設置し、来客へのご紹介に活用
- サイトを経由しない利用なので登録不要



# JR東海グループの事例



JR東海グループ5社に導入  
名古屋駅に6台  
静岡駅に1台

## 導入前の課題

- 企業としてSDGsの取組みをしなければならない
- 食品ロスの削減に貢献する
- 駅の活用できていない場所を有効活用したい

## 導入後の効果

- 想定以上に取材があり、PR効果も高い
- 駅を利用するユーザーから評価を得ている
- 駅の有効活用の可能性が増えている



# JR東海バスの事例



**バス業界初の導入！  
食品ロスとCO2削減に貢献し  
デジタルマーケティングとしての活  
用も目指す**

## 導入前の課題

- バス事業者としてCO2の排出削減への取り組みが重要
- 待合室内の活用できていない場所を有効活用したい



## 導入後の効果

- 待合室を利用される方を中心に、多くの方に利用される
- サイト上でのアンケートの実施、バナーでのサービスのPRを検



# JR東日本グループの事例



中央線沿いの駅構内、改札出口などに横展開。地域の企業との連携も視野に入れた展開を行う。

## 導入前の課題

- SDGsの取組みを広く駅利用者にアピールしたい
- 駅の活用できていない場所を有効活用したい
- 地域全体でフードロス削減を色々な形で行いたい



## 導入後の効果

- 想定以上に取材があり注目されている
- 駅の利用者のリピーターも多い
- 将来的に地域の食品企業との連携も視野に

# 東京都立大学の事例(スポンサー)



スポンサーモデルとして初。  
学生、関係者からも高評価。

## 導入前の課題

- 東京都としてSDGsの取り組みを実施したい
- 学生へSDGsの取り組みの啓発をしたい



## 期限近い食品、割安で

竹谷氏らが視察

## 食ロス削減へ 販売機を大学に設置

若い世代に食品ロス削減の取り組みを広げたい。公明党の竹谷(し)子参院議員(参院選挙区候補川東選挙区)は13日、東京都立大学(大塚キャンパス)(八王子市)内に4月に設置された、賞味期限が迫った食品の無人販売機「Foodbox」を視察した。松葉多美子、豊野信一の両都議が同行した。

この販売機は、食品ロス削減事業を手掛けるZERO株式会社(沖杉大地代表取締役)が設置したもので、賞味期限の近い菓子やカップ麺などを定価の3〜5割引で提供している。大学への設置は初。同大の担当者は、多くの学生らに利用されていると説明した。

同大への設置は松葉都議らが都に要望していたもの。竹谷氏は若い世代に向けて食品ロス削減の普及啓発をのりに進めていく」と語った。

## 導入後の効果

- 使用する学生、教職員にとってSDGsを知るきっかけに
- 時間帯を選ばないためサークル活動後などの遅い時間帯でも利用が可能

# 香川栄養学園の事例



栄養学の学園としての取り組み  
と学生への啓発として導入。学  
内のロス販売も行う。



## 導入前の課題

- 食と栄養学の学園として食品ロスは重点テーマである
- 学内のカフェで出るロスを有効活用したい

## 導入後の効果

- 学生に、食品ロスを身近に感じてもらうことができる
- 学内のロス削減に貢献

# 青山ファーストビルの事例



ビルエントランスに導入  
将来的にはマンション導入も

## 導入前の課題

- SDGsの取り組みを推進したい
- 空きスペースを活用したい



## 導入後の効果

- ビル関係者から多くの反響
- 将来的にはマンションの住民向けの設置も検討

# ハレノテラスの事例



**BOXを活用してテナント商品を積極的に販売！**  
**SDGs + 収益化を実践！**

## 導入前の課題

- テナントの食品ロスを削減したい
- BOXで収益化をして持続可能な運営をしたい



## 導入後の効果

- イベント時などのロスをZEROが買取販売でロス削減
- スーパーから出るロスを積極的に販売し、ロスにかかる人件費やコストをカット

# イオンモールの事例(福利厚生)

## AEON MALL

大手小売グループで初導入。  
福利厚生として設置。

### 導入前の課題

- 大手小売グループとしてSDGsを取り組みたい
- 従業員、お客様、両方にお得で社会的価値のあるサービスを提供したい



### 導入後の効果

- 全国のイオンモールからの問い合わせが続出する
- 京都の食品ロス販売に向けても検討する

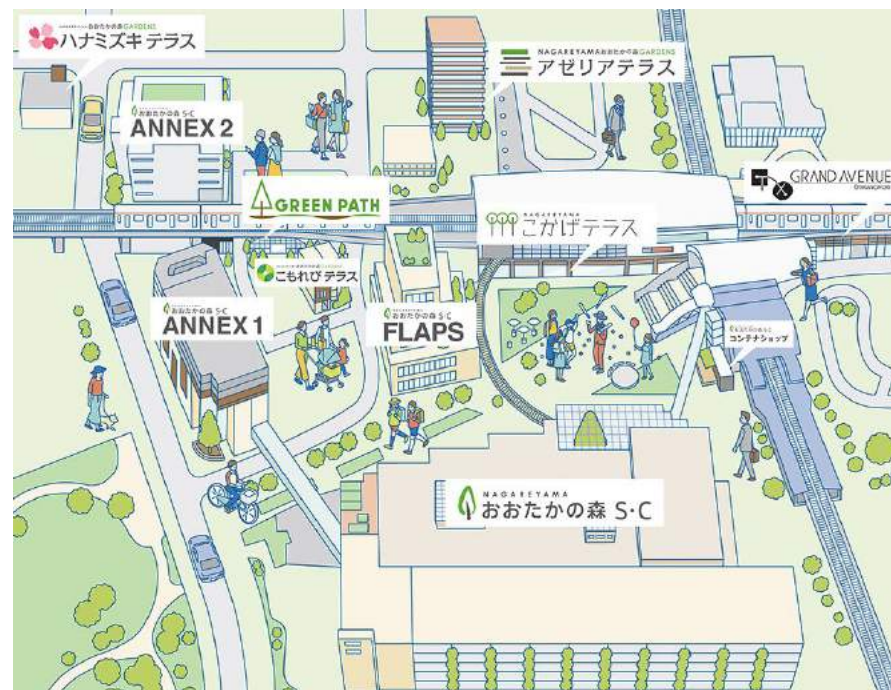
# 流山おおたかの森SCの事例



プレスリリースが  
3日間で13万PVの大反響！  
千葉県内の商業施設で初の設置

## 導入前の課題

- 従業員、お客様、両方にお得で社会的価値のあるサービスを提供したい
- 将来的にはテナントのロス販売し、施設全体としてのロスを削減したい



## 導入後の効果

- プレスリリースが7日間で13万PV
- テナント内の食品ロス販売に向けても運用を組み立てる

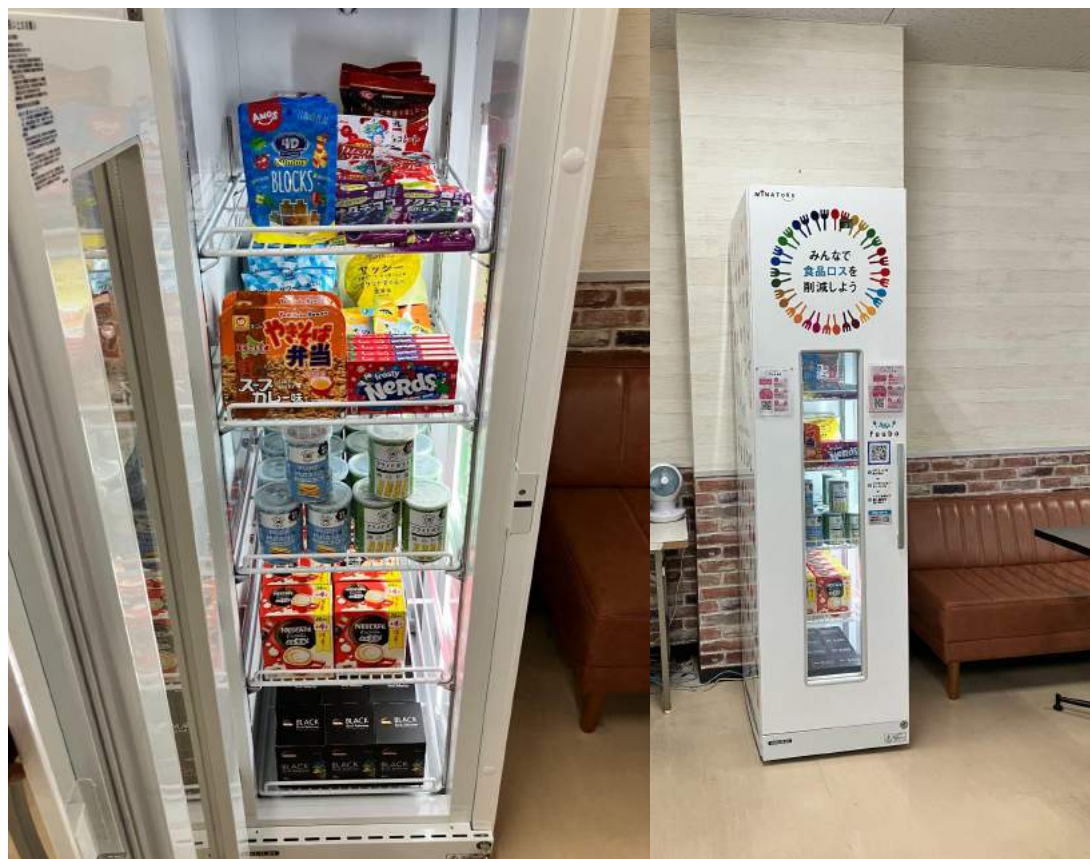
# モラージュ柏の事例



## 従業員休憩室に設置 テナント商品のロス販売も

### 導入前の課題

- スタッフのためにお得に提供したい
- SDGsの取り組みを推進したい



### 導入後の効果

- 従業員向けにお得に提供
- 将来的にはテナント商品のロス販売も検討



# 西武スマイルパーク駐輪場の事例



初の半屋外箇所での設置により  
24時間受け取りが可能に！



## 導入前の課題

- SDGsの取組みを広く駐輪場利用者にアピールしたい
- 活用できていない場所を有効活用したい

## 導入後の効果

- 半屋外のため、時間帯にしばられず利用されている
- 将来的には近隣店舗のロス販売も検討

# スマートPickの事例(オリジナルプラン)

JR東海 MARKET

お土産が受け取れる  
無人受取BOXとして  
初の他社連携システムを開発



## 導入前の課題

- JR東海マーケット(ECサイト)の新たな取り組みとして駅で受け取れるサービスを開発したい

## 導入後の効果

- ECサイトだけでは実現できなかった、オフラインで実物を見て、オンラインで購入して受け取る仕組みを拡げるきっかけを目指す

# 設置一覧

22年2月末時点の状況  
設置済み: (■)60台

## (東海地区)

- 静岡駅
- 名古屋駅
- イオンモール浜松志都呂
- タカシマヤ
- マリオットホテル
- 名鉄イン
- JR東海バス待合室
- ミュプラット神宮前
- ミュプラット一宮
- モレラ岐阜

## (九州沖縄)

- 那覇空港

## (中四国)

- 中国電力
- ウィルオブワーク高知

## (北陸)

- 新潟県庁
- ウィルオブワーク金沢

## (北海道)

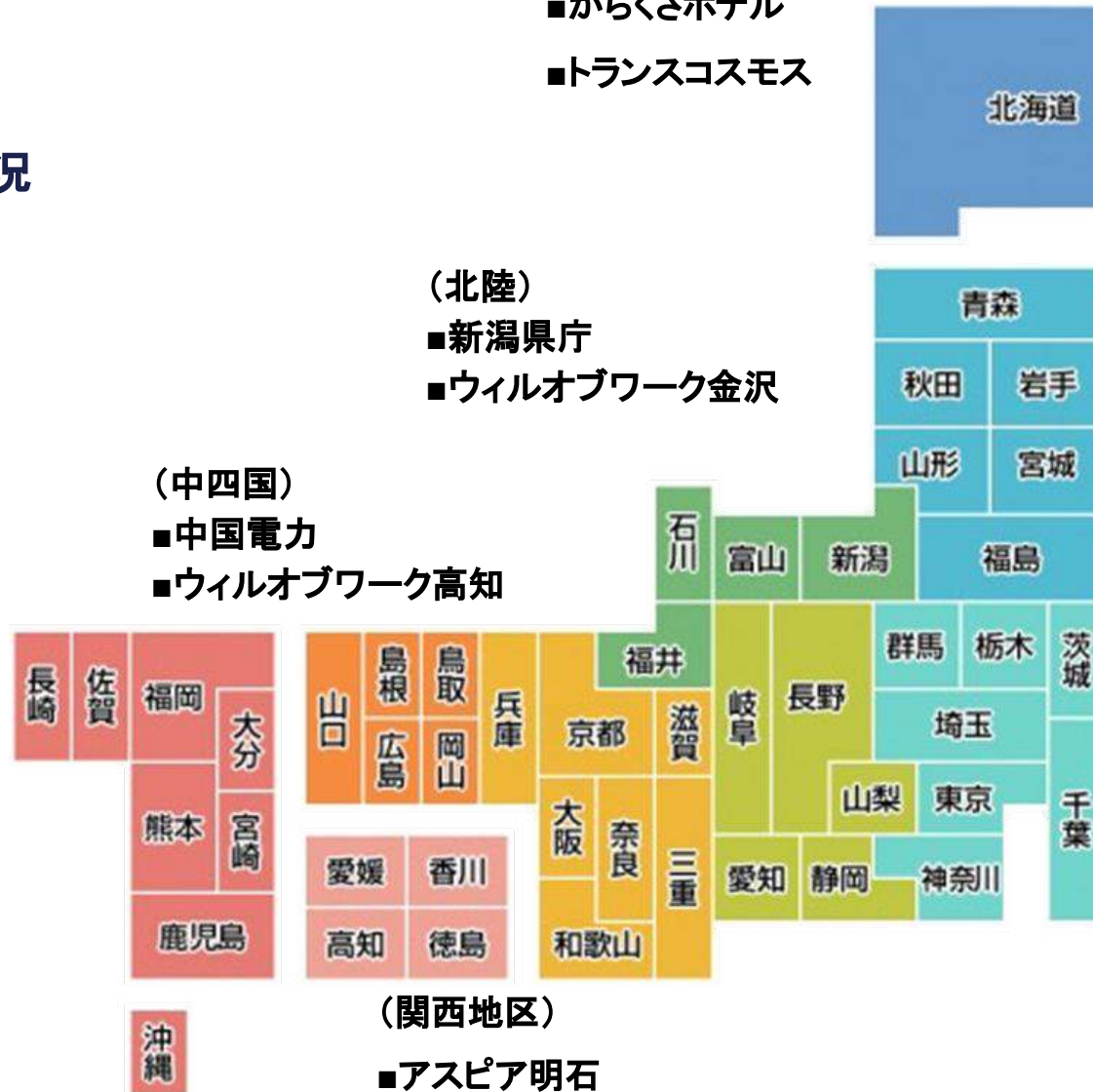
- キラリス函館
- からくさホテル
- トランスコスモス

## (東北/関東)

- ウィルオブワーク山形
- ウィルオブワーク福島
- 茨城県庁
- 深谷グリーンパーク
- ハレノテラス東大宮

## (首都圏)

- ネスカフェ原宿
- 新宿郵便局
- 東小金井駅
- 東京都立大学
- 西国分寺駅
- 八王子駅
- 甲府駅
- 日本生命武蔵野支社
- 武蔵小杉東急スクエア
- 船橋市役所
- モラージュ柏
- 女子栄養大学
- ウェザーニューズ
- 他、企業オフィスなど

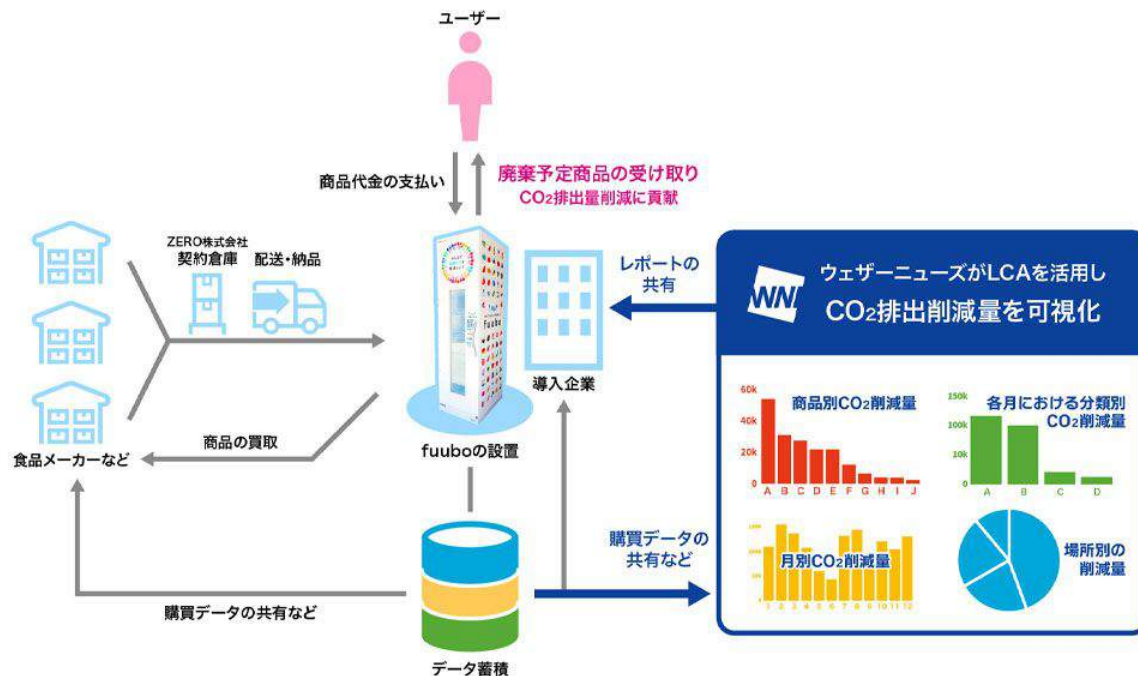
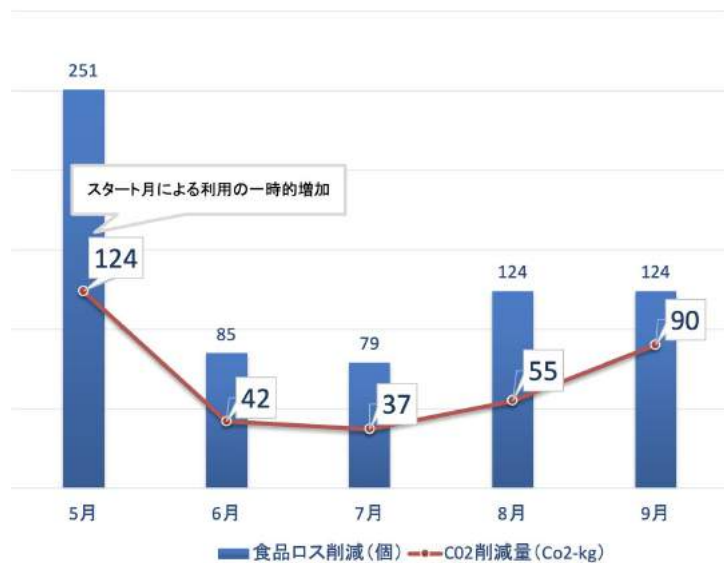


# Co2削減を見える化

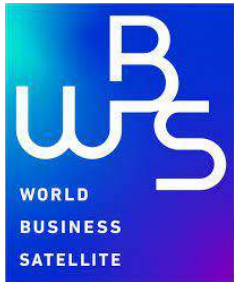
- 算出元 : ウェザーニューズ株式会社
- 算出方法 : オックスフォード大学の文献を元に算出

焼却時のみならず、製造工程も含めたCo2排出量を算出し、  
食品ロスを削減＝Co2削減を見える化

Co2削減量の検証実績/京都駅地下商業施設



# 圧倒的メディア訴求力



fuuboサイト  
**20** 万PV/月

会員数  
**2.5** 万人

リピーター率  
**48** %

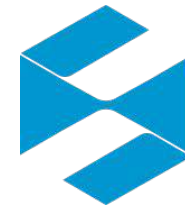
コンバージョン率  
**7.7** %



# 官民連携に適したサービス



農林水産省



経済産業省  
Ministry of Economy, Trade and Industry



- ・環境省のグリーンライフポイント事業採択
- ・脱炭素に向けた国民運動の選定企業に選出
- ・もったいない大賞を受賞など

# 官民連携に適したサービス



環境省とインド環境・森林・気候変動省による  
環境ウィークにて登壇

# 事業連携

## エイチアンドダブリュー株式会社と業務提携を発表

生産者のロス削減に加えて、“ロスが出ない”商品開発、販売・マーケティング戦略を支援し、加工品流通のDX化を目指します。





# 事業連携

## MOTTAINAI BATON株式会社と業務提携を発表 フードロスを活用したレトルト加工品を無人販売機fuuboで展開

生産過程・製造工程で発生したもったいない食材をレトルト製品に加工し、「fuubo」で消費者に販売することで、食品ロス削減を推進します。



# PR・ブランディングの効果

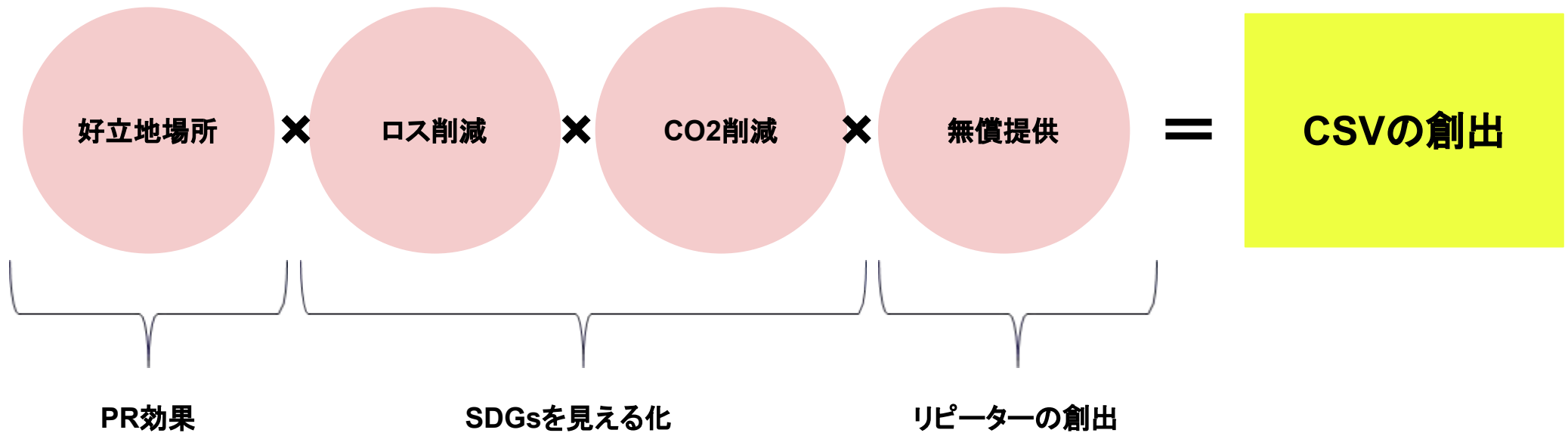
各設置場所(候補)と人流及び広告単価

	1日の利用者数	ポスター代金/月
名古屋駅	87万人	29万円
東京駅	78万人	30万円
品川駅	64万人	30万円
大阪駅	58万人	30万円
京都駅	56万人	29万円
博多駅	39万人	30万円
国分寺駅	24万人	30万円
栄駅	22万人	20万円
静岡駅	12万人	15万円

通常の広告に比べて取材される可能性が極めて高いです。



# PR・ブランディングの効果



## 全品0円キャンペーン実施時の実績(3日間)

PV数	約170,000PV
注文数	約3,000個
新規登録者数	約2,000人
CO2排出削減量(概算)	約1.5トン

# 参考資料 販売している商品の一例

