

環境省実証事業

実証対象事業に関する説明資料 (株式会社クラダシ・日本語版)

みずほリサーチ&テクノロジーズ



(1) 事業概要 クラダシ：社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」

- クラダシでは、食品や飲料等を主な取扱商品とする社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」を運営している。
- KURADASHIでは「もったいないを価値へ」を掲げ、メーカーで廃棄の対象となった商品（食品ロス）を仕入れ、一般の消費者に低価格で販売している。
- 賞味期限に関する商習慣である「3分の1ルール」、パッケージの汚れやキズモノを販売しない等の流通管理上の都合で、賞味期限前に廃棄対象となった商品の受け皿となっている。
- 売上の一部は環境保護や動物保護などの社会貢献団体へ寄付している。

企業名	株式会社クラダシ
設立年	2014年
本社	東京都品川区
従業員数	58人（2022年2月1日時点）
事業内容	社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」の運営
資本金	1,794万円
売上	1,263百万円
地域	本社、一関営業所

KURADASHIとステークホルダーとの関係性のイメージ



（出典）クラダシ提供資料

KURADASHI利用画面のイメージ



（出典）KURADASHI ホームページ

(2) 事業概要

クラダシ： 社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」

- クラダシではメーカーから、賞味期限間近の商品、規格外・印字ミス等で廃棄となる商品、終売品や返品された商品を廃棄される前に買い取っている。
- KURADASHIの会員は商品を通常価格の最大97%割引で購入することが可能。KURADASHIの会員数は30万人以上に達している（2022年2月時点）。
- 販売された商品の売り上げの一部は、社会貢献団体や同社の社会貢献活動のために設立された「クラダシ基金」に寄付している。「クラダシ基金」では、地方創生事業、フードバンク支援事業等の社会貢献活動を実施している。

KURADASHIで取り扱われる商品

- KURADASHIで販売される商品は食品を中心に、スイーツ・お菓子、飲料、お酒、化粧品、日用品等の多様な商品を取り扱っている。
- 920社以上の企業との取引がある（2022年2月時点）。食品業界の大手メーカー企業とも多数取引がある。

商品の種類	取扱商品の例
食品	肉類、魚、米・雑穀、麺類、パン、みそ汁、チーズ・乳製品、野菜・果物、インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品、缶詰、瓶詰、調味料、おつまみ・珍味
スイーツ・お菓子	洋菓子、和菓子、スナック菓子、あめ・グミ・ガム
飲料	水、ジュース、炭酸飲料、お茶、紅茶、コーヒー
お酒	ワイン、ビール類、洋酒、日本酒、焼酎
日用品	ソープ、クッション、タオル
美容・健康	化粧品、ヘアケア・ボディケア

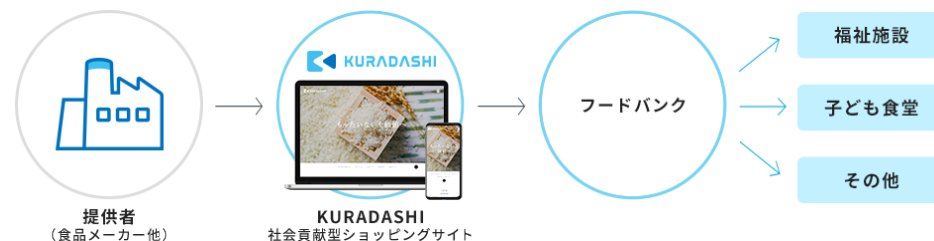
（出典）KURADASHI ホームページ

社会貢献団体への寄付

- KURADASHIで販売された商品の売り上げの一部は、社会貢献団体13団体や同社の社会貢献活動のための「クラダシ基金」へ寄付される。購入画面にて、購入による寄付金額と寄付先の団体名を知ることができる。創業からの支援総額は7,492万円である（2021年12月31日現在）。

フードバンク支援事業

- 社会貢献活動の一環として、全国52団体超のフードバンク団体と食品提供事業者を仲介し、フードバンクの普及に取り組んでいる。（2022年2月時点）



（出典）KURADASHI ホームページ

(3) 事業のポイント

- ・ メーカー、消費者、社会貢献団体という主要な3つの関係主体とも利益を得ることのできる仕組みを確立している。
- ・ 1次流通（新品の流通）と2次流通（中古品の流通）の中間に位置する、1.5次流通にKURADASHIのビジネスを位置付けている。食品業界における1.5次流通の市場を先駆的に促進している。
- ・ 購買情報等のデータを駆使して、仕入価格や販売価格を最適化している。取り扱った商品は特別な事情がない限り売り切り、食品ロスを生み出さないビジネスを実現できている。

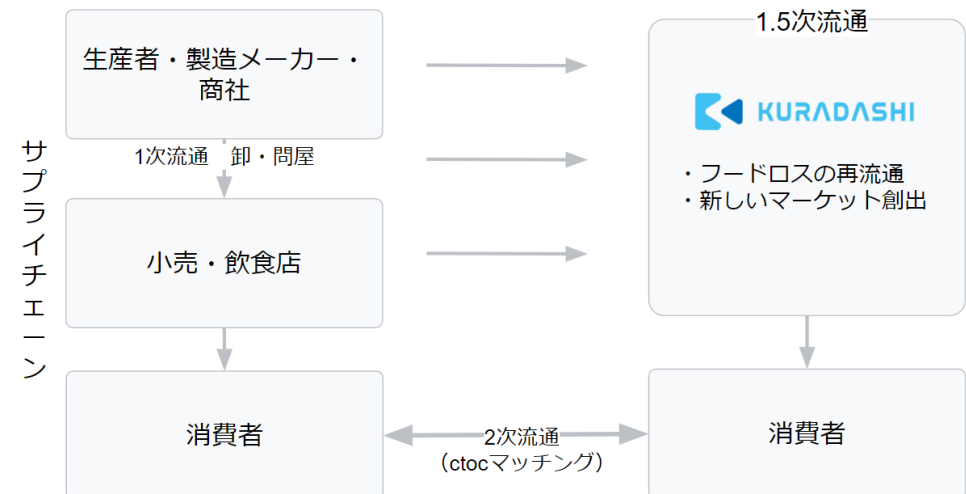
KURADASHIを利用するメリット

- ・ KURADASHIによって、各関係主体をマッチングすることで、3者ともにメリットのある事業を実現している。各関係主体のメリットは以下の通りである。

関係主体	メリット
メーカー	・ 商品の廃棄時のコスト削減 ・ 廃棄されるはずだった商品から販売収益を得ることが可能に ・ 企業のブランド価値向上
消費者	・ 商品を低価格で購入、家計の節約 ・ 購入を通じ、社会貢献を実施可能
社会貢献団体	・ 活動資金の獲得 ・ 活動の広報

1.5次流通の概念図

- ・ 余剰在庫や商品の返品等が要因で、廃棄対象となってしまった商品を消費者に届ける「1.5次流通」を推進。



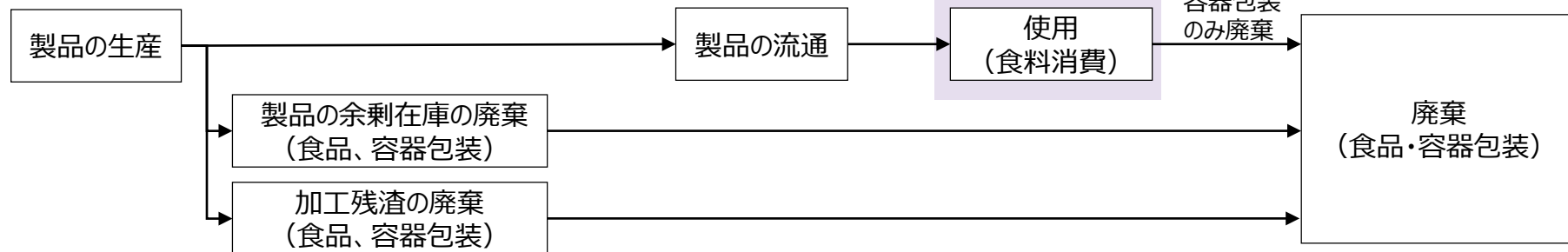
(出典) クラdashi提供資料

(4) 事業フロー（効果推計のためのシナリオ）

クラダシ：
社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」

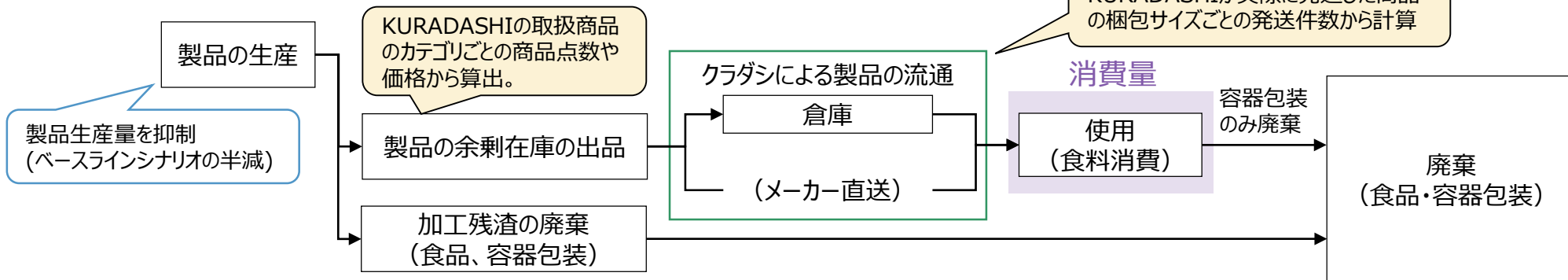
ベースライン

通常の小売店で商品が購入され、メーカーで余剰在庫となった商品は廃棄される



脱炭素型 2 Rビジネス

メーカーで余剰在庫となった商品がショッピングサイト「KURADASHI」によって、消費者に販売される



<機能単位>

- ✓ 生産段階は商品の購入者金額の合計を、流通段階・廃棄段階は商品の取扱点数の合計をそれぞれ機能単位とした

<対象>

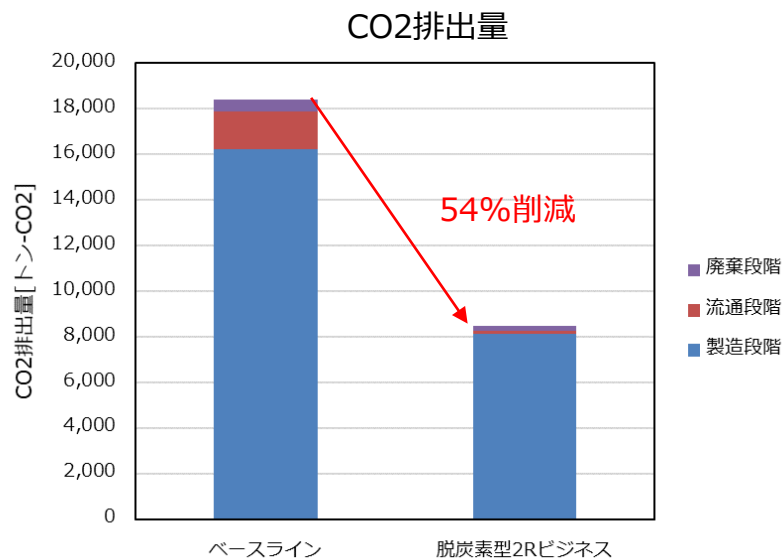
- ✓ 対象製品：ショッピングサイト「KURADASHI」で1年間に取引された食品・菓子・飲料・酒類
- ✓ 対象範囲：食品・菓子・飲料・酒類の製造から廃棄までの全段階。ただし、原料生産段階は含まない。また「クラダシによる製品の流通」では、クラダシのサーバー利用と貸倉庫利用に伴う環境負荷は含まず、クラダシのオフィスからの電力消費量と輸送段階の計上した。

想定条件

(5) 事業の環境面の効果

脱炭素面の効果

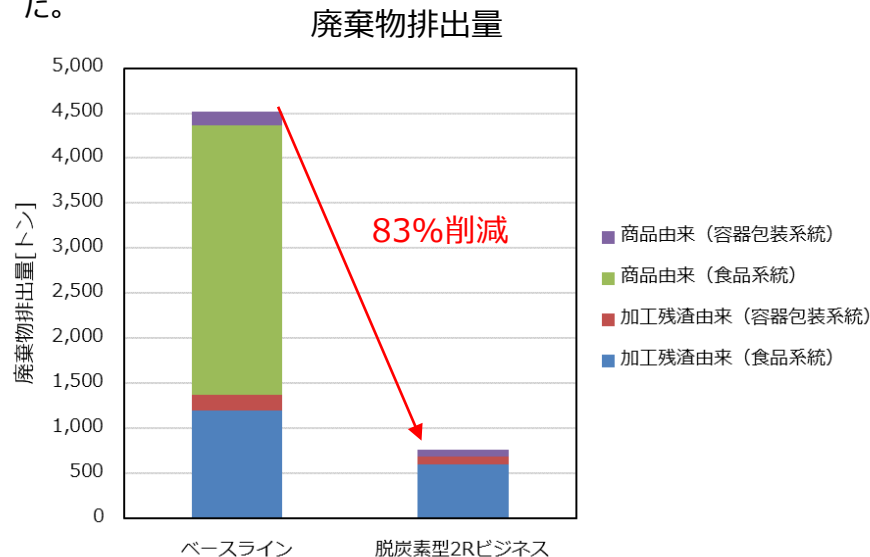
- ✓ 脱炭素型2Rビジネスシナリオではベースラインシナリオと比べ、約54%（9,928トン）のCO2排出量削減効果が期待できる結果となった。製造段階のCO2排出量の影響が大きいため、余剰な製品の製造を行わない脱炭素型2RビジネスシナリオではCO2排出量を削減できることが分かる。



※「脱炭素型2Rビジネスシナリオでは、クラダシのサーバー利用に伴う環境負荷は含んでいない。

資源循環面の効果

- ✓ 製品となった食品の廃棄、ならびに余剰な製品を製造しないことで食品製造に伴い排出される加工残渣を削減でき、脱炭素型ビジネスシナリオはベースラインシナリオより約83%（3,745トン、うち商品由来の食品系統では2,977トン）の廃棄物排出を削減できると試算された。



<算定条件>

- ✓ 両シナリオの製造段階とベースラインシナリオの流通段階のCO2排出量は、環境省「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース（Ver.3.1）」、「グローバルサプライチェーンを考慮した環境負荷原単位」の値を用いた。また脱炭素型2Rビジネスシナリオの流通段階の輸送のCO2排出量は佐川急便の宅配便1件あたりのCO2排出量から算出している。
- ✓ 使用時に食品の廃棄物は出ないと仮定した。脱炭素型2Rビジネスでは商品を売り切るため、流通段階より下流では食品の廃棄物は出ないものとする。
- ✓ 商品の重量は宅配便の発送サイズから推算している。