

食品ロス削減へ余剰在庫の再流通支援 オークファングループが事業拡大

東証マザーズ上場のオークファン子会社で、企業の抱える返品や余剰在庫の流動化を支援しているSynabi（シナビス）が今年7月、新たなサービスに乗り出した。支援対象を従来のアパレルや家具、家電製品などと併せて、食品にも拡大。専用のウェブサイトを通じて割安な価格で一般に再販売している。シナビスは不良在庫解消を後押しして企業のキャッシュフロー改善を手助けするとともに、かねて問題視されている食品の大量廃棄問題の打開にも貢献したい考えだ。



「Otameshi」の画面イメージ（シナビス提供）

シナビスの「アセットリクイデーション」（AL）事業はメーカーや卸・小売事業者から在庫を買収した上で、他のインターネット通販サイトやリサイクルショップに販売するなど、さまざまな手段で商品として再び流通させ、サプライチェーン上に滞留する在庫の解消を後押し。物流センターでの在庫保管や配送などは業務提携相手の佐川急便が一元的に手掛けている。

不良在庫は廃棄したり、処分業者や現金問屋に売却されたりすることが多いが、小売業者などの間には商品をデイスカウントして再販売されると現行品の価格やイメージに悪影響を及ぼすと懸念する向きも多い。シナビスは顧客企業の要望を踏まえ、商品価値を傷つけないようイベント会場で無料配布する記念品に転用したり、日本製品の人気が高い海外に輸出したりするなど工夫。必要に応じて埼玉県に構える自社物流センターで再流通に必要な加工を施している。

オークファンは主力事業としてネット通販やオークションの相場に関する情報を日々提供しているため、再流通の際に適正な価格を設定できるのも強みだ。大手ネット通販会社が他の業者に

転売していた在庫をシナビスが再流通化し、処分コストを大幅に低減するなど、成果を挙げている。

AL事業拡充の一環として、7月に食品の取り扱いを本格的にスタートした。余剰在庫をシナビスが買い取る点は他の商品と同じだが、食品に関しては新たな試みとして、専用サイト「Otameshi」（オタメシ）で写真を交えて紹介、一般の消費者が気軽に購入できるようにした。

扱うのは日持ちする乾麺やレトルト食品、コーヒー、清涼飲料、菓子など。さらに化粧水や香水、ハンドクリーム、リップクリームといった日用品やコスメもラインアップに加え、市場価格の5割以下程度で販売する。当初は150〜200アイテム規模でスタートし、早急に1千程度まで拡充させる計画という。購入商品は佐川急便が全国に配達する。

お得な商品の情報に敏感な30〜50代の女性をターゲットに設定。「売れ残りを格安で処分」といったネガティブな印象を与えないよう、サイトは有償サンプルを提供しているとのコンセプトで、明るいイメージにすることを心掛けている。

AL事業を手掛けるシナビスの藤井厚執行役員は「独特の商慣習『3分の1ルール』に従い、まだ賞味期限まで時間が残っている食品が店頭に並べら

れず大量に廃棄されてきた。日用品もパッケージが変更になれば古いものが結構な量捨てられている。われわれのサイトを利用してもらうことで現状を改善し、企業の負担を軽減できる」と解説する。

寄付で社会貢献も可能

新サービスは、消費者が気軽に利用できる環境を整えるため、社会貢献の色合いを強く打ち出しているのが特徴だ。商品購入の際、消費者は代金の数パーセントを動物保護や環境保護、新興国支援などに取り組む社会活動団体の中から好きな相手に寄付できる。預かった寄付はシナビスが定期的に各団体へ提供、その状況もサイト上で報告する。大量に購入、転売されることで商品のブランド価値を毀損したり、現在の市況に影響したりするのを防ぐため、商品によっては1回当たりの購入数を制限し、販売期間が終われば商品紹介のページを削除するなど、在庫を供給する協賛企業に細かく配慮。今後は、同じく余った食品を生活に困窮した人らに配布する団体「フードバンク」との連携も視野に入れていく。

藤井執行役員は「フードバンクの方々も、欲しい物が欲しいタイミングで手に入らないなどの悩みを抱えていると聞くので、われわれがお手伝いできることはたくさんある」と強調した。

（藤原）