

大宮知信 人生三毛作

おみや・とものお、ノンフィクション・ライター。1948年、茨城県生まれ、中学卒業後、集団就職。週刊誌編集者など二十数回の転職を繰り返して、現在に至る。「平山郁夫の真実」(新潮社)「死ぬのにはいくらかかるか!」(祥伝社)など著書多数。

まだ食べられるものを捨ててしまつのは、ノーベル平和賞を受賞したマータイさんじゃないけど、モットイナイ。

ということで、食品ロスの削減に立ち上がったのが、グラフィクス(東京都)社長の関藤竜也さん(44)。元商社マンだ。阪神淡路大震災の体験が起業の根底にある。当時、大阪・豊中に住んでいた関藤さんも被災。自分の被害は比較的軽かったため水や食料を持って神戸へ救援に行った。だが個人の力には限界があり、社会的な問題は「みんなで取り

組むことの大事さを身にしみて感じました」。

大学卒業後、一部上場の総合商社に入社。廃棄される寸前の食品を集めて消費者に安く提供し、食品ロスを減らす新規事業を会社に提案したが、「面白そうだね、世の中のためにもなる。だけど、人の食いかすみたいなものでは

べるのが商社ではない」と一蹴された。

その後商社を辞め、12年間経営コンサルティング会社に勤務。クライアントに食品メーカーが多く、商品がゴミとして大量に捨てられる現状を見て

元商社マンが40代で起業 食品ロス削減の旗振り役に



て「取引先の人と、いつも何とかならないかねと話していた。いずれ食品ロスの問題を

手がけたい気持ちがあった。昨年2月、社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI.jp」を開設。供給側のメーカーに呼びかけて賞味期限が迫った食品を集め、ネット上で最大9割程度の値引きをして販売する。販

しても送料が無料となるプレミアム会員は月320円。昨年2月21日にサービスを始めてから1カ月で会員が1万人を超えた。契約企業は200社に上る。

今回の事業は三毛作目、ベンチャー起業家への転身だが「脂が乗りまくっている」40代半ばで徹夜仕事もいとわず、モチベーションは高い。

「だれも果実を取ってない分野で新しいマーケットを作っていくことになる」と、先行者メリットに期待を掛ける。東京オリンピックが開かれる2020年までに、食品ロスを20%削減することが当面の目標だ。

サイトで商品を購入する場合は会員登録が必要で、一般会員は無料。商品を何回購入

「難しい数字ですが、私はそういう社会を目指す旗振り役でいたいと思っています」