



フードロス

---

- 202202214 相原百香
- 202201832 安池海夕
- 202201821 藤田来実
- 202202229 鎌田莉子
- 202202226 小野真采
- 202201882 富樫彩華

# 目次

Agenda

- 01 フィードバック
- 02 問題
- 03 事業提案
- 04 事業内容
- 05 ビジネスモデル
- 06 将来像（今後）

# フィードワーク

---

Formsを使ったフードシェアリングサービスの  
需要調査

# 設問

---

- ・食品を購入するにあたって、最も重視する点は何ですか？
- ・フードロス削減のために日頃から取り組んでいることはありますか？
- ・フードシェアリングサービスを知っていますか？
- ・飲食関係のアルバイトをしている人限定で、販売できなくなった商品をどう扱っていますか？

# 調査結果

---

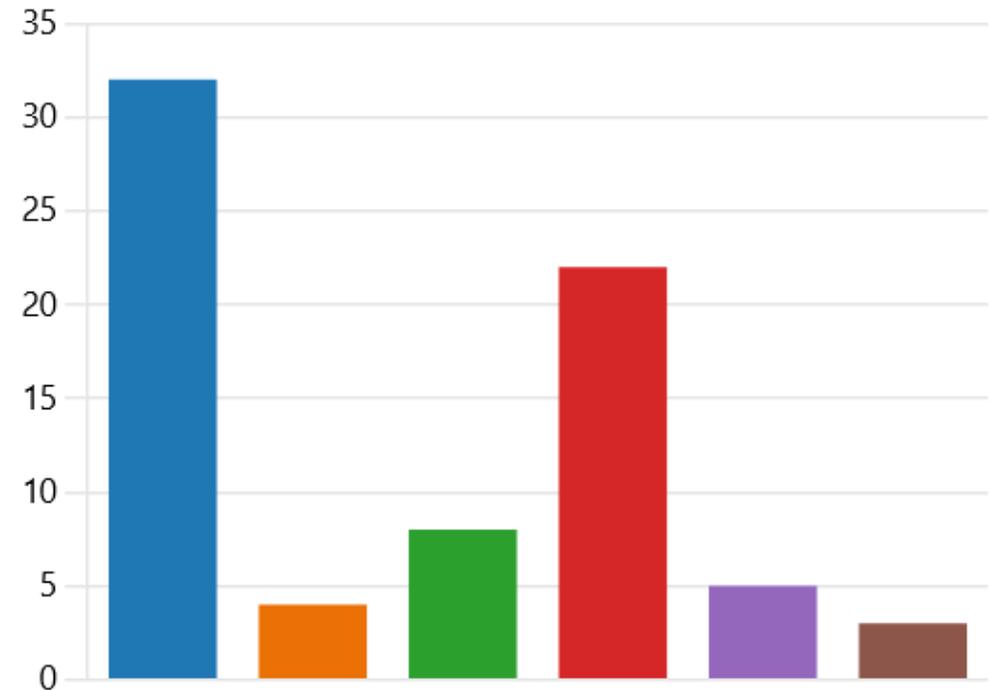
**回答者数**：全体74人－女性56人、男性17人

**年齢**：10代－27人、20代－44人、50代－3人

### 3. 食品を購入するにあたって、最も重視する点は何ですか？

詳細

● 低価格であること	32
● 消費期限の長さ	4
● 形・見た目の良さ	8
● 安全性・品質の良さ	22
● カロリーなど健康的かどうか	5
● その他	3



- 食品を購入するにあたって、**低価格**と**安全性**を重要視している人が多い
- 低価格で販売するフードシェアリングサービスの利用者獲得が見込める消費期限切れの商品はアプリから削除する**

## 5. フードシェアリングサービスを知っていますか？

フードシェアリングサービスとは：おいしく安全に食べられるのに、店頭では売り切るのが難しい食事をお得に購入できるサービス

### 詳細

● 利用したことがある	6
● 存在を知っていて、今後利用したい...	14
● 存在を知らない	26
● 知らなかったが、興味がある	28

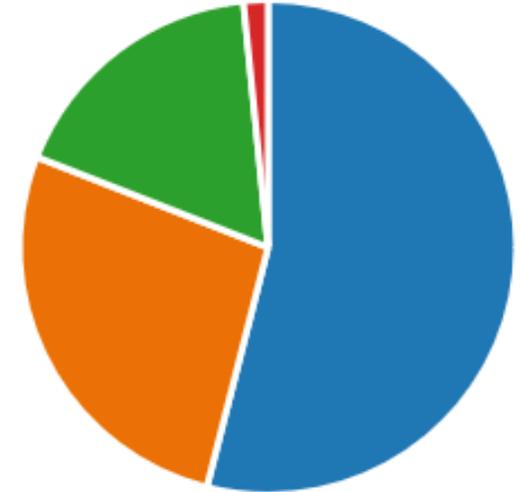


フードシェアリングサービスについて知らない人が7割程度  
→InstagramなどのSNSの広告で認知度を広げる

6. ※飲食関係のアルバイトをしている人限定  
販売できなくなった商品をどう扱っていますか？

詳細

● 廃棄している	34
● 賄いとして消費している	17
● 従業員が持ち帰っている	11
● その他	1

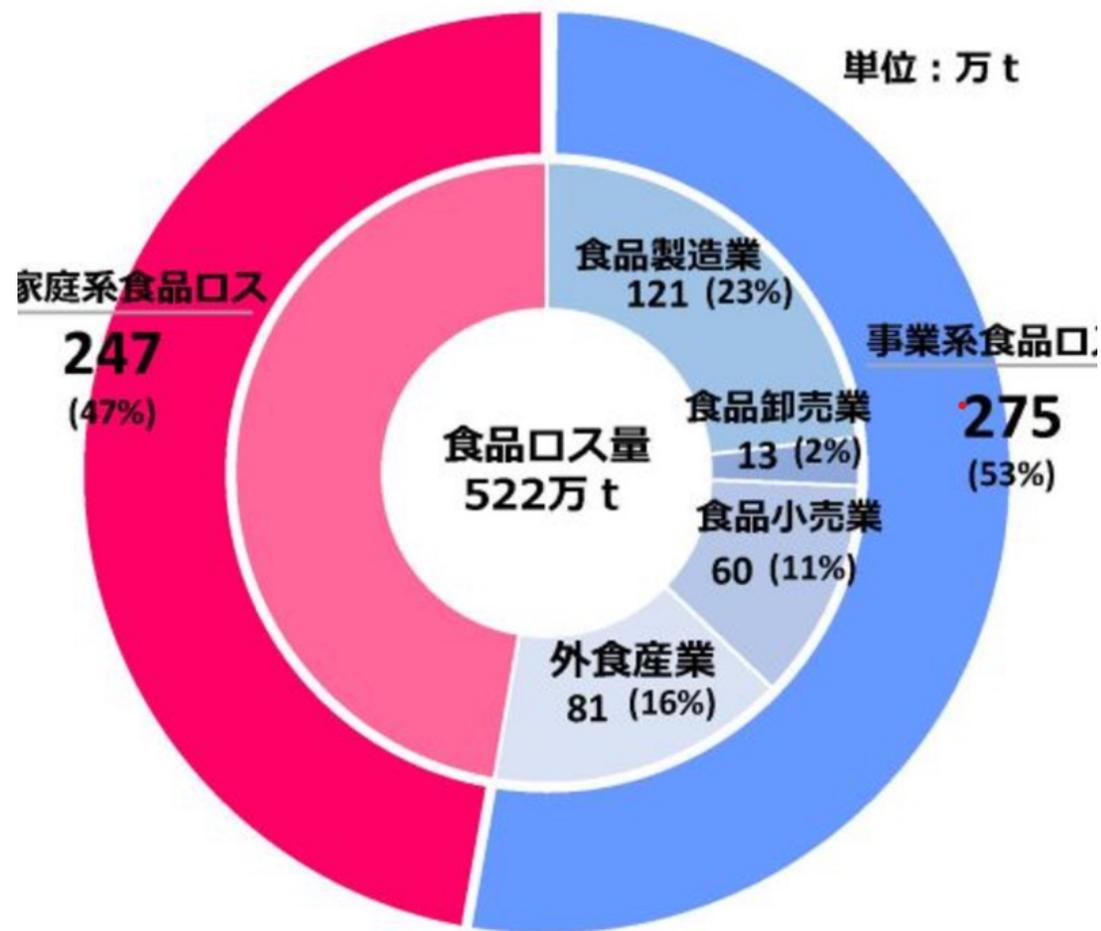


余った食品を廃棄している飲食従業員が5割以上  
→廃棄している飲食店をサプライヤーとして提携する

# 問題

- ・日本の「食品ロス」の量  
⇒人口1人あたり約41キログラム  
(1日あたり約113グラム、お茶碗1杯分)

日本は世界的に見ても食品ロスが多い国



## 事業提案



## OUR VISION

一緒にフードロスを削減し、SDGsに貢献しましょう！

## 事業内容

アプリを設ける

肥料や飼料にする

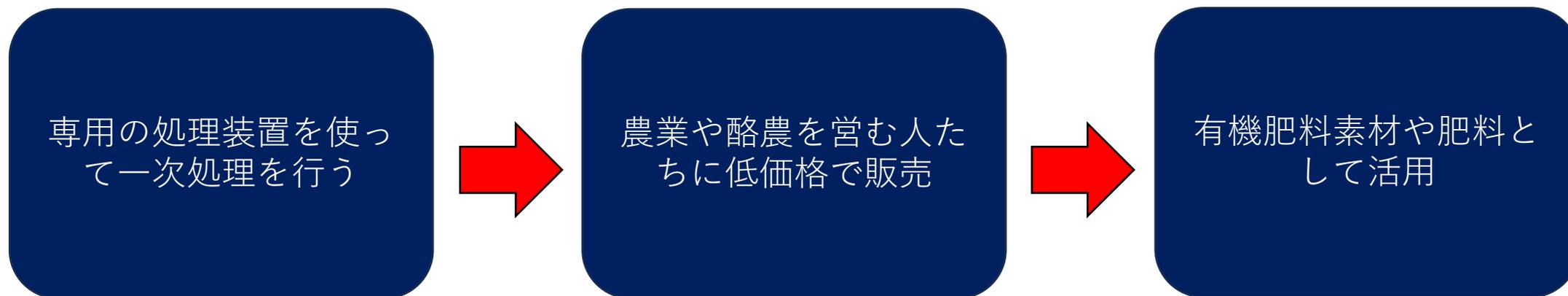
## 1. アプリ



多数の売り手と買い手の取引の仲介役

## 2. 肥料や飼料にする

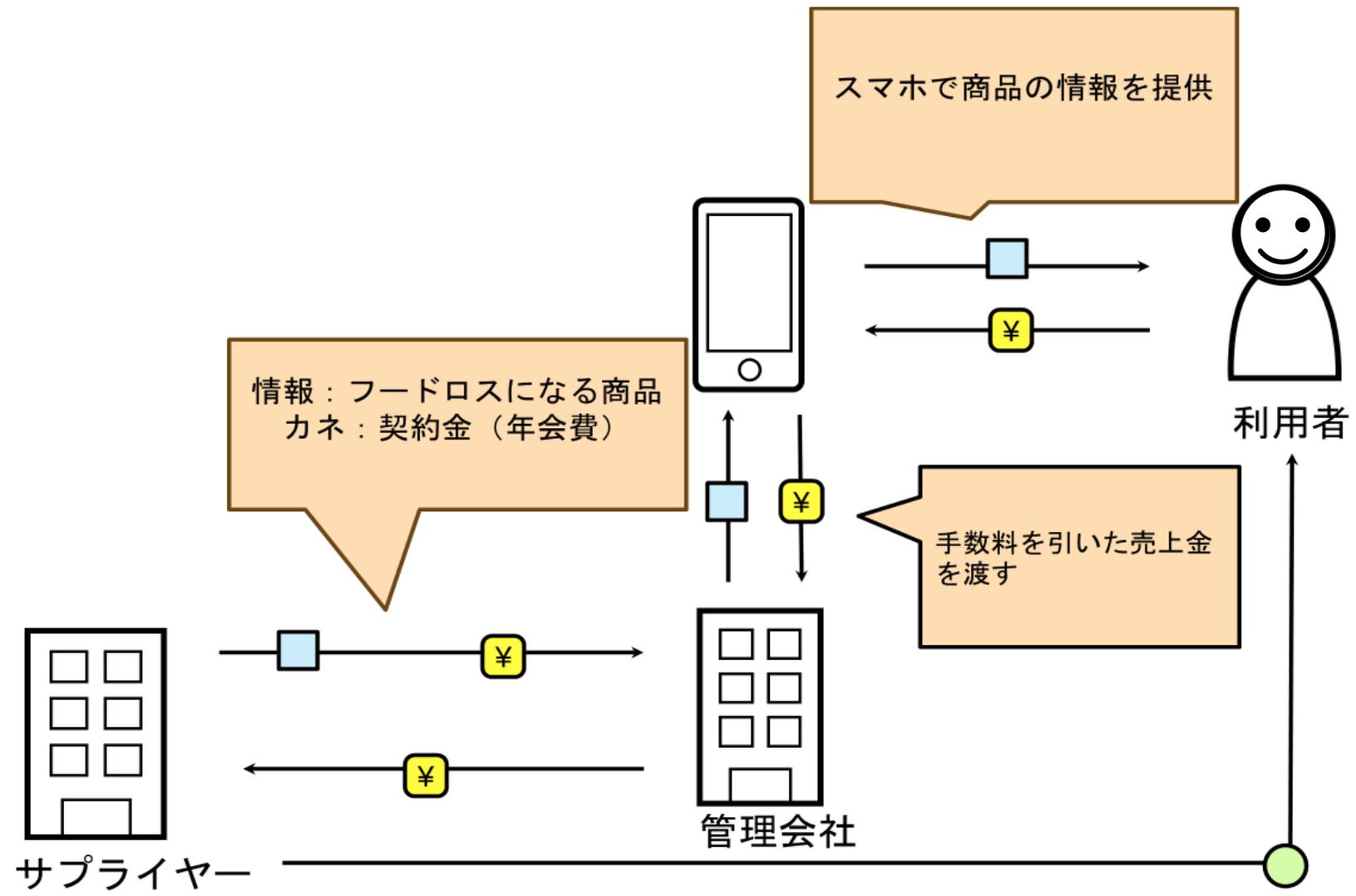
- ・腐っていたり（消費期限切れ）、損傷が激しすぎて販売できない商品などを活用する



# ビジネスモデルキャンパス

パートナー	主要活動	価値提案	顧客との関係	顧客
スーパー 飲食店	破棄されるような食品を消費者に安く提供する	・食品ロスを減らす ・商品を安く提供する ・環境にやさしい	信頼関係	・安く商品を手に入れたい人
	主なリソース 食品 webサイト		チャネル スマホ (webサイト)	
コスト構造		収益の流れ		
売り手との連携 顧客への発信		・売り手からの契約金（年会費） ・購入者からの購入代金		

# ビジネスモデル



# 内部環境



外部環境

強み

持続的で地球に  
貢献出来る

弱み

食品ロスをどこか  
ら仕入れるのか

機会

日本は食品ロス  
が多くチャンス

脅威

既にサービスを  
行う他社がいる





## 強み×機会

日本が沢山の廃棄を生み出せば生み出すほどチャンスがある

## 弱み×機会

ロスを回収すればするほど事業が活気づく



## 強み×脅威

このサービスでロス問題、環境問題などの様々な問題を解決できる。現状や問題を世の中に知ってもらい関心を高めれる。

## 弱み×脅威

回収した家庭、事業の廃棄をさらに無駄にせず利益を確保する必要がある

## 4 P 分析



product	place	price	promotion
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 廃棄される商品を安く提供</li><li>・ 消費者個人が消費しない商品を販売</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ウェブサイト</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 通常よりも安く提供（提供側の意思による）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ X（Twitter）やInstagramで宣伝広告</li></ul>

# USP

- \* 飲食店で廃棄される商品を安く購入できるだけでなく、個人で消費できない未開封の食品も販売できる
- \* その食材に関するレシピや豆知識をウェブ上にアップする
- \* 購入してくれたら、ポイント付与する

## 将来の展望

食品ロスを削減し、持続可能な食の未来を提供する  
プラットフォーム

## 課題

安価に保つ一方で安全性を確保する工夫  
更なる提携先の開拓