

インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) ニホンダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) タカイゼミナール
日本大学	商学部	高井ゼミナール

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) タカイゼミシチーム	フリガナ) オザワマサキ	4	無	0
高井ゼミC チーム	小澤将基			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

商品化したドライフラワー

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

Re:reblooming project

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

私たちの研究目的は、現在イベントや結婚式場などで使われ、お客様の手に届かなくなってしまった廃棄される予定の花に価値をつけ、廃棄の量を減らすことです。現在多くの生花店で年間仕入れた花の30%~40%が廃棄されてしまいます。またイベントや冠婚葬祭で使われる花はそのほとんどが廃棄されてしまう現状があります。さらに実際に私たちは生花店に出向き、廃棄される花がどのくらいの量があるかを見させていただき、廃棄される数えきれないほどの花を目の当たりにし、このプロジェクトを行うことを決意しました。私たちは廃棄される花をドライフラワーという新たな価値をつけることで、廃棄される前に多くのお客様の手に届き、生花の廃棄量を減らせるのではないかと考えました。そこで、廃棄されてしまう花の量を減らすため、廃棄される予定の花をドライフラワーにし安価で購入できる販売サイトを提案します。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

まず私たちは搬送時や在庫時に劣化するなど、お客様の手にわたることなく廃棄されてしまう花や、冠婚葬祭や祝い事などで使用されたのち廃棄されてしまう花を「ロスフラワー」と定義付けしました。私たちは実際にイベントや結婚式場に出向き、一度しか使用されていない生花、予備の生花を拝見し廃棄の量を確認しました。また、花の廃棄は毎回お金払って業者に廃棄してもらうとのことでした。このことから花の廃棄を減らすことは生花店にとっても必要であるといえます。一方でドライフラワーの市場価格は比較的高く、C チームがドライフラワーの作品を販売している方々（N=100）に、「ロスフラワーであるため安価なドライフラワーを購入できるサイトがあったら利用したいか」というアンケートを取ったところ、86%以上の方が利用したいと回答しました。このことからドライフラワーを購入している方々の多くが現状の価格を高いと感じ、ロスフラワーであっても安価なドライフラワーがあればそちらを利用したいということがわかりました。以上のことから花の廃棄量の多さとドライフラワーの市場価格が比較的高価ということを現状分析から感じました。

3. 研究テーマの課題

私たちは生花の廃棄の量を減らすために、ロスフラワーをドライフラワーにし安価で販売することが、生花の廃棄を減らすために必要であると考えました。理由は2点あります。まず1つ目に生花店が出す廃棄の面があります。具体的には生花店や結婚式場が出す廃棄の数は計り知れず、それを管理するための場所がないということや生花店は廃棄のために業者に多くの金額を支払い処理してもらっているということがあげられます。そして何より花を販売している生花店が多くの花を廃棄してしまうのは心苦しいということです。

二つ目にドライフラワーの市場価格は比較的高く、C チームがドライフラワーの作品を販売している方々（N=100）に、「ロスフラワーであるため安価なドライフラワーを購入できるサイトがあったら利用したいか」というアンケートを行ったところ、86%以上の方が利用したいと回答しました。このことからドライフラワーを購入している方々の多くが現状の価格を高いと感じ、ドライフラワーを購入するにあたって価格面で満足していないということです。これは今現在ドライフラワーで作品を販売している方々が思っていることなので、新たに作品を販売しようと思っている方々はもっと始めにくいということが言えます。以上のことから生花店やイベントで使われる生花の廃棄を減らし、ドライフラワーの市場価格を比較的低価にすることに目を向けるべきだと思いました。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

本プロジェクトの目的はまず1つ目に生花の廃棄量を減らすこと。2つ目にドライフラワーを安価で販売し多くの方にロスフラワーの現状を知ってもらい、ドライフラワーを多くの方に手に取ってもらうこと。の大きく2つの目的があります。そのために私たちはロスフラワーを用いたドライフラワーの販売サイトを作成しそこで販売をします。具体的には、イベントや冠婚葬祭などで使用される生花の引き取りも行っている大型の生花店から廃棄される生花を買い取り、私たちCチームが倉庫でドライフラワーにし安価で販売を行います。販売サイトで商品を購入していただいた方に商品を送り、ドライフラワーの作品を販売する方々にロスフラワーからできていることを公言してもらえよう促します。そうすることで廃棄の現状をロスフラワーで作品を販売する方々のみならず、その作品の購入者にも廃棄の現状を知ってもらええるという形になっています。

このプロジェクトに関して株式会社ユー花園様から「とてもいいとプロジェクトだと思います。どの生花店も生花の廃棄の問題には常に場所や廃棄量に悩まされています。もしその廃棄の花に新たな価値をつけ販売してもらえらるなら、もちろん廃棄の花を供給しますし、もし廃棄の花に関するイベントなどを開催する際には私たちもぜひ協力したい。」という意見もいただきました。さらにドライフラワーの作品を販売している方からは「とてもいい取り組みだと思います。正直花の廃棄には目を背けていた部分もあったため、このような問題と向き合うためにも廃棄される花からドライフラワーを作り、それを用いて作品を作ることも重要だと感じました。また、廃棄される花であってもドライフラワーが安く仕入れられるのであれば、是非利用したい。もしできるのであれば、私もそのプロジェクトに協力したい」という意見をもらいました。このことから私たちがこのプロジェクトを実行することは必要であると思いました。またドライフラワーを送ったハンドメイド作家の方からも想像していたよりも、花材の状態がよく、色もきれいでした。有料でも購入したいと言っていました。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは本プロジェクトを4月から始めました。まず、生花の廃棄の現状の理解と廃棄の花の提供先を見つけるために株式会社ユー花園様にアプローチしました。株式会社ユー花園様では花の廃棄の現状、花の購入、実際に仕入れる際の価格の交渉を行いました。次に実際にドライフラワーに需要があるのかという調査を行うために、ドライフラワー専門店への調査と毎年世田谷で開催される世田谷アートフリマに出店しました。その際の商品は実際に生花店から出るロスフラワーのみを用いて、Cチームが商品を作り販売を行いました。そこでは多くのお客様からこのプロジェクトに前向きな意見をいただくことができ、このプロジェクトの可能性を感じることができました。そして私たちは同時にドライフラワーの作品を販売している方々にSNS上でアンケートを取り、このプロジェクトへの前向きな意見と可能性、今後活動していく上で改善すべき点がわかりました。その後実際にドライフラワーを使用しているハンドメイド作家の方にドライフラワーを送り、商品に対する意見をいただきました。

6. 結果や今後の取り組み

私たちは株式会社ユー花園様と何度もこのプロジェクトに関する話し合いを行い、本プロジェクトの可能性を伸ばしていきました。またCチームで実際に商品を世田谷アートフリマに出店し多くの方々から商品を購入していただきました。これらのことから私たちはサイトの実現のためにドライフラワー作家へ実際にロスフラワーから作成したドライフラワーを送り、意見をいただきました。結果として、想像していたよりも、花材の状態がよく、色もきれいでした。というありがたい意見をいただき、有料でも購入したいと言っていました。しかし、ロスフラワー＝枯れている、品質が悪いというイメージがまだ一般的にあるため、それを払拭する必要があると感じました。今後の展開としては、サイトの認知向上を図り、多くのドライフラワー作家にアプローチをしていきたいと思っています。さらにその方々を通して継続的にロスフラワーとサイトの認知度向上を図り、ドライフラワーのイメージを払拭していきます。また、事業の拡大として、大学の文化祭やイベントに参加し、ロスフラワーの現状を伝え、新たな顧客を獲得していきたいと考えています。

7. 参考文献

・ 農 林 水 産 省 （ 2008 ） 「 花 き の 消 費 の 動 向 」
<http://www.maff.go.jp/j/study/kaki_sangyo/01/pdf/data5.pdf>

・NTT データ 地球人のためのウェブメディア「助けて！と叫ぶことのできない花のために」
(www.thinktheearth.net/jp/sp/thinkdaily/news/art-design/1140shyflower.html)

・織研新聞

・メルカリ公式サイト(<https://www.mercari.com/jp/featured/camp/>)

・楽天市場公式サイト(<https://www.rakuten.co.jp/>)

・世田谷アートフリア HP(<https://artfleama.net/>)

・株式会社 LIFULL SPACE「レンタル収納町田木曾トランク」
(<https://www.homes.co.jp/trunkroom/b-12742/>)

・株式会社ユ-花園 HP

(<https://www.youkaen.com/>)

・有限会社ロジエ 花屋福太郎 HP

(<http://www.hanaya-fukutaro.jp/811197976>)

・Fun Fun Flower 公式 HP (<http://harukakawashima.com/wp/info/>)

・株式会社エバートロン <https://evertron.jp/フラワーロスを何とかしたいあなたへ/?lang=ja>

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・株式会社日経BPマーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ **ここまでを4ページ以内におさめて、ご提出ください**