

# 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) メジロダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) コシカワゼミ
目白大学	経営学部	越川ゼミ

※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) コシ C	フリガナ) エンドウ タツキ	5	無	28
越 C	遠藤 樹			

※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)

※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)

フードロス×学生限定販売～「もったいない」から「ありがとう」へ～

※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)

日本では、年間 2842 万トンの食品廃棄物等が出されている。そのうち、まだ食べられるにもかかわらず期限切れや形が不揃いなどの理由で廃棄される食品、いわゆる食品ロスは 646 万トン (平成 27 年度推計) であり、その内訳は事業系が 357 万トン (約 54.7%)、家庭系が 289 万トン (約 45.3%) となっている。これは、世界中で飢餓に苦しむ人々に向けた世界の食糧補助量 (平成 29 年で年間 380 万トン) の 1.7 倍に相当している。以上のことから、日本は世界の食糧問題に反して食べ物を大事にしていないことがわかる。

世界が栄養不足の状態にあるにもかかわらず、必要以上の食料を輸入・生産し、大量廃棄をしている日本の食品ロスの現状は問題である。よって我々は企業側と消費者側が win-win な関係となる仕組みが必要であると考えた。

### 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)

近年、恵方巻が節分後に大量廃棄されることで、農林水産省がスーパーマーケットやコンビニエンスストアなど関係各所に廃棄

を減らすように警鐘を鳴らした。コンビニエンスストアでは、季節ものの商品を完全予約販売にしたり、お弁当やおにぎりなどの商品を10%割引で販売したりして食品ロス削減に取り組んでいる。これによって、予約販売を実施する前より売り上げが伸びた例もある。また、回転寿司チェーンのくら寿司が刺身に使わない部分を利用してフィッシュバーガーを販売したり、訳あり商品を格安で販売する店やそういった店と消費者を結びつけるアプリが開発されたりと、企業レベルでの食品ロスは行われつつある。

行政では、食品ロス削減法案の策定やフードバンクの設置、国連サミットで策定された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」、東京オリンピックに向けた食品に関する運営計画などを行っている。「持続可能な開発のための2030アジェンダ」では、2030年に向けた17の目標を掲げ、その中に「持続可能な生産消費形態を確保する」ことを示している。東京オリンピックに向けた食品に関する運営計画では、可能な限り競技場や選手村の食品廃棄物を削減し、発生する食品ロスのデータを収集することで今後の大規模スポーツイベントなど様々な場面で食品ロス対策を進めるためのレガシーとして、一般への啓発効果も高めるなどの取り組みが考えられている。

### 3. 研究テーマの課題

企業（事業系）が出す食品廃棄量を個人消費者とwin-winな関係で削減する。  
消費者に食品ロスに関する認知や意識を高めさせるための仕組みづくりを考える。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちの目的は食品ロスに対する認知が低い消費者と食品ロスを抱える事業者でwin-winな関係を築くことである。対象者を成長期でSNSなどによる情報発信力がある学生（主に高等学校や大学）にする。販売方法は自転車等を利用し、露店販売をする。学校近辺のコンビニなどのお店を中心に集約し、販売員は余剰食品を販売する店舗から派遣する。購買は学生証を提示することで可能とし、更なる割引サービスも検討する。販売の際は、品質保証がわかる文言を提示し、現在の食品ロス問題の現状を知ってもらうために説明する掲示も行う。仕入れに関しては、買い取る場合と無償提供の2種類が考えられるが、販売員と仕入れ先との交渉により決定するものとする。対象者を学生に限定するのは、若者の情報発信力の高さからこの問題に対する認知を広める狙いと実店舗販売の機械損失を減らすためである。成長期で食べ盛りの学生と企業の廃棄量削減をwin-winな関係で実現できると考える。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

通常廃棄されてしまう余剰食品を抱える店舗とそれ求めている消費者をマッチングするアプリ「Reduce GO」を利用し、消費者（個人）がどれだけ食品ロス削減に貢献できるか試してみた。

### 6. 結果や今後の取り組み

アプリを使った実験の結果、サービスを利用することで恩恵を受けられる利用者は極めて限定的になることがわかった。理由は利用者の生活圏や生活スタイルがサービスに適したものでない限り、月額の利用料や交通費分を回収できないところにある。現状ではサービスの規模が東京限定であり、加盟店も小さなカフェや小売店がほとんどで知名度が高い大型チェーン店は見られない。アクセスも不便な店舗が多く、利用者が受け取れる日や時間帯に欲しいものが出品されているとは限らない。よって、このアプリを利用することで個人が恩恵を受けつつ、食品ロス削減に貢献することは難しいことがわかった。

私たちの今後の取り組みとしては、学生を対象とした余剰食品の移動販売とその仕組みに関して理解し賛同してくれる団体を増やし、この取り組みを実現すると共に更なるネットワークの拡大をするものである。

### 7. 参考文献

● 食品ロス削減関係参考資料（平成31年3月8日版）-消費者庁消費者政策課

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/information/food\\_loss/efforts/pdf/efforts\\_190308\\_0001.pdf#search=%27%E9%A3%9F%E5%93%81%E3%83%AD%E3%82%B9%E5%89%8A](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/efforts/pdf/efforts_190308_0001.pdf#search=%27%E9%A3%9F%E5%93%81%E3%83%AD%E3%82%B9%E5%89%8A)

%E6%B8%9B%E9%96%A2%E4%BF%82%E5%8F%82%E8%80%83%E8%B3%87%E6%96%99+%  
EF%BC%88%E5%B9%B3%E6%88%9031%E5%B9%B4%EF%BC%93%E6%9C%88%EF%BC%98%  
E6%97%A5%E7%89%88%EF%BC%89%27

(閲覧：2019年6月28日)

- 「恵方巻き 残さず満『福』…節分後の廃棄、問題に」読売新聞デジタル、2019年2月2日（閲覧：6月13日）
- 「食品ロス削減推進法が成立…消費者にも努力義務」読売新聞デジタル、2019年5月24日  
(閲覧：6月15日)
- 「セブン『最大10%還元』、ローソン『着実に効果』食品ロス対策競う」毎日新聞、2019年6月26日（閲覧：7月5日）
- 「フードバンクみたか新設」読売新聞、2019年7月3日（閲覧：7月5日）
- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 持続可能性に配慮した運営計画 第二版  
[https://tokyo2020.org/jp/games/sustainability/sus-plan/data/20180611-sus-plan-2\\_JP.pdf](https://tokyo2020.org/jp/games/sustainability/sus-plan/data/20180611-sus-plan-2_JP.pdf)  
(閲覧：7月11日)
- 「食育に関する意識調査報告書（平成29年3月）、食ロスの原因」-農林水産省  
<http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/ishiki/h29/zuhyou/z7-6.html>  
(閲覧：7月8日)
- 企業の食品ロスはどうして出るの？原因と企業が行う取組み事例を紹介  
<https://ecotopia.earth/article-2251/>  
(閲覧：6月13日)
- アプリケーション『Reduce GO』
- 『ガイアの夜明け』（テレビ東京、6月28日）

#### <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