

# 廃棄予定のお菓子を用いたフードロス削減プロジェクト

## 【メンバー】

経営学部3年（代表）、法学部1年、理学部2年、農学部4年

## 【指導教員】

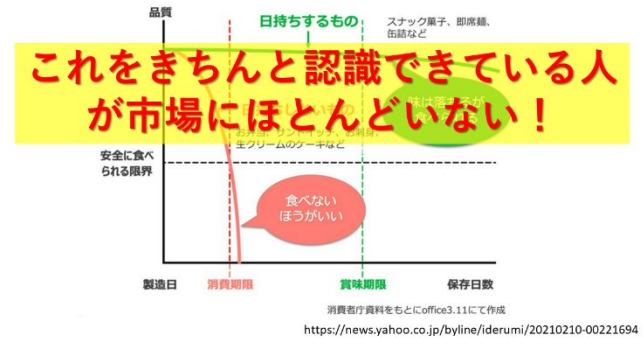
寺田有美子

7/20 ロスゼロさん訪問

2022年8月11日報告



## 賞味期限（おいしいめやす）と消費期限



## 売れ残った理由を消費者に説明すれば受け入れてもらえる！

### フードロスの例

- 会社名の変更で食品表示法のルール上売れない（今回頂いたマロニー）
- 貝柱の取れた牡蠣
- 蓋に傷が付いてオリブオイルは正規で販売できない：本来なら化粧品になるところだったけど美味しいからもったいない
- オリンピック延期によるロス
- 当て込んだ予測が外れて増産分がロスに 気候の影響
- イベントもの（ハロウィン、おせち、バレンタイン）後の商品 イベントが終われば売れない
- 商品の入れ替えによる小売店からの返品品 コンビニに多い

## 7/22 マーケター迫田さんとのミーティング

- ブランド毀損については希望を持ってよい  
 ~安くたたく売られると、ブランド毀損。ストーリーがあって、**社会課題解決や、社会貢献になりそう**だと文脈がしっかりあれば、やりようがある。  
 →地域貢献の文脈も有効：**神戸とゆかりのある企業を狙おう**
- **メーカーさんが狙い目**：小売りや卸しは利益率が低い→ロスした商品をくださいと言ってもメーカーに返品したいからあまり受け入れてもらえない
- **食品を実際に消費する人が、主役**。  
 →当たり前だが、消費する側の立場を考える必要がある

## ・「簿外」

簿外処理：完成品なのに、出荷できずに、工場で廃棄したりするような内部ロスのこと。  
**出来たら簿外にせず、出荷したい**というのは企業側の本音。  
 →これに目を付けるといいのでは？

- 賞味期限切れを扱う：学生である意義・強味  
 世の中経済合理性で回っている  
 > 市場で価値があると判断されにくいフードロスは、なかなか大人は実際のビジネスで扱づらい  
 > **学生だからこそ取り組める。ソーシャルインパクト 神大のネームバリューも生かされる**

## 今後の予定・問題点

- **神戸に関係のあるお菓子メーカーさん**を実際に訪問してまわる  
 →ヒアリング+お菓子の仕入先を探す
- **シェアキッチンヒトトバ**で実際に販売する
- お菓子が売れた場合売らなかった場合の両方において、「お菓子そのもの」と「環境(立地や人通り)」のどちらによるものなのかわからない  
 →アンケートを取る？他の販売方法も行う？  
 ~消費者のインサイトに着目、現実の購買行動

## ※シェアキッチンでの販売について

- 場所：シェアキッチンヒトトバ（10席ほど）



- お菓子は**無料**で提供、席代やドリンク代で収益を得る
- スーパーやコンビニなどに売っているお菓子は今回は取り扱わない
- お酒やコーヒー、ソフトドリンクに合うお菓子  
 (ナッツ類、クッキー、チョコレート、フィナンシェなど)
- >>> **お客様に選んでもらう形**でのお菓子提供

## 【活動内容】

「(賞味期限切れの美味しい食品と出会う場がある前提で) もったいない! という意識を引き出すことができれば、人は、『賞味期限切れ』の食品を消費する」という仮説の検証を9月17日にシェアキッチンヒトバ岡本店でカフェを実施しました。具体的には、来てくださった方々とフードロスについてお話ししたり、お客様の店内での行動を観察しました。また、フードロスに関するアンケートを実施しました。

11月には078KOBEのイベントにて二度の出店を行い、「賞味期限が切れていないお菓子の詰め合わせ500円と賞味期限が1か月切れているお菓子の詰め合わせ300円があるのですがどちらを購入されますか」と来店されたお客さんに尋ね、9月に行ったアンケート結果の1つである「賞味期限切れのお菓子でも値段を安くしたら購入する」が本当なのかを検証しました。(300円の賞味期限のお菓子は実際には存在しないため、ドッキリのような形式で行いました。)

このプロジェクトを通してたくさんのフードロス問題に取り組んでいる大人の方とお話する機会があり、「フードロス削減」の裏にある様々な課題を知りました。これらの学びを4年生以降の活動に生かしていきたいです。

廃棄予定のお菓子を用了  
フードロス削減  
プロジェクト  
報告日 10/12

前回の振り返り

- 9/17 (土) にイベント実施@シェアキッチンヒトバ岡本店
- お菓子3つorお菓子2つ+ドリンク1杯を500円で提供

**メニュー**  
お菓子なお店

『好きなお菓子2つ+ドリンク』  
または  
『好きなお菓子3つ』  
500円

**ドリンクメニュー**

- リンゴジュース
- コーラ
- カルピス
- 紅茶(ミルク/レモン)
- アイスコーヒー
- オレンジジュース
- ファンタグレープ
- マミー
- カフェオレ
- 烏龍茶

↓

イベントの準備や手続きに時間を取られて3日前の時点で宣伝拡散が全くできていない状況

費用は大学が出してくれるし  
集客まで手が回ってないけどまあいっか…

9/14のFBL報告会で上田先生から指摘を受ける

9/15-9/17にしたこと

- SNSは間に合わない
- 岡本駅/摂津本山駅の周辺でチラシを配る(2日間で200枚ほど)
- ターゲットは幼稚園~小学校低学年の子供がいる親子
- 幼稚園のお迎えに来ているお母さん方に対象を絞りチラシを配る(14:00~17:00/幼稚園周辺の公園・踏切待ち)
- 周辺の幼稚園、学習塾、英会話教室

当日の様子

- 9時~準備開始
- 10時30分~営業開始

来てくれた方の内訳

FBLのメンバー, 5

チラシを配った方々, 17

当日の呼び込みで来て下さった方々, 8

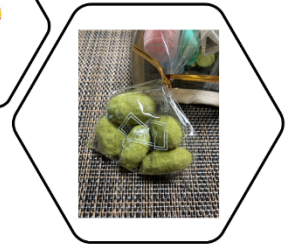
ヒトバ関係者, 10

イベントを出店してみても…

- 「フードロス」というキーワードを用いてサービス内容を説明し、「賞味期限内だが、様々な理由でお店で売れなくなってしまった食品」と伝えていたにもかかわらず、自身で商品の賞味期限や消費期限を確認しようとする客は1人もいなかった。→お店を信頼しているのか、出されたものをそのまま喫食。) **ほとんどの方が賞味期限は気にしていない様子だった。**
- 直接ヒアリングした3~4組ほどでは、「賞味期限内なのに、食べられなく理由」について、「賞味期限が近い」という理由とした理解・知識しかない客ばかりだった。
- ヒアリングできた顧客6組ほどのうち、2組は、「安売りのお店で品質に問題のない食品が安く売られているところに出会ったことで、『世の中には、賞味期限内で、美味しく食べられるのに、通常の販売ルートでは売られなくなる食品がある』という事実を知った」とのことだった。「食べてみると、問題がないし、価格が低価格なので、魅力に感じ、時折購入している」とのこと。
- 食品メーカーに勤務する等し、日頃から食品ロスに高い関心を持っているという客もいた。
- 親子連れの客については、子ども(小学生)が、「学校でSDGについて勉強した」とのこと(2組ほど)
- 店舗近辺は、治安の良さ、暮らしやすさ、人気の高い学校が集まっている等の事情により、東京からの転勤者等も集中して居住している地区。分譲賃貸が高止まりしているなか、敷いて岡本駅前を選択して居住する層は、高所得層が多く、教育意識も高い世帯が多い。結果、社会課題に対する意識も高いのではないかと、とする客の意見が聞かれた。

## 反省点

- 準備不足 (アンケート、ドリンク、宣伝)
- 人手不足 (飲食経験者が少なかった)
- お菓子ドリンクを提供するだけで手一杯
- おやつを選んでもらうときに
  - ①これは廃棄される予定だったところを運良く助かったお菓子であること
  - ②その背景 (余った理由)
  - ③その食品の「賞味期限」を説明したかった
- アンケートの完成度 (誤字脱字、枚数、内容)
- ドリンクはいらなかったかも



## 余ったお菓子

- 賞味期限が残り1か月を切ったもの  
→ 業部の部員にアンケートのお礼
- 賞味期限が残り一か月以上あるもの  
→ フードバンク関西に寄付

