

クックパッド サマーインターンシップ 成果発表

岡部 純弥



テーマ

こだわりの商品を買いたくなる
サービスの開発

実体験

- ・ スーパーに美味しい旬の食材を買いに行く
- ・ スーパーでジャガイモのセールが行われていた
- ・ 購入した後に、旬なわけではなく単に大量に入荷しただけだったことに気づく

サービスの概要

今が旬 のこだわりの食材だけを
紹介するWebサイト

価値

- ・今が旬 の食材しか取り扱っていないこと
- ・クリエイターとやりとりができること

ユーザー（購入者）

- ・ おいしい旬の食材が食べたい
 - ・ 「今年ってどの食材がおいしいの??」 「この食材は今年はどの時期に収穫されそう??」
- ・ おいしい旬の食材をうまく見つけられない
 - ・ スーパーなどのお店だと、うまく探せるか不安・・・
 - ・ ECだと他者とのやりとりができず不安・・・

クリエイター（生産者）

- ・（たくさん採れた）旬のおいしい食材を販売したい
 - ・ よりおいしいものを
 - ・ より多く
 - ・ より良い値段で
- ・ 旬のおいしい食材に特化したプラットフォームがない
 - ・ “売れ筋ランキング”などでしか広告が行いにくい・・・

実装

サービスのイメージ

- ・旬の食材を一覧にして表示
- ・カテゴリ
- ・値段
- ・メッセージへのリンク



イメージ図（画像は実際とは異なります）

デモンストレーション



実装したもの

- ・（新着の）食材の一覧表示
 - ・ カテゴリ， 値段， コメント（こだわりポイント）
 - ・ 産地， 生産者名， 賞味期限・・・
- ・ 購入者 - 生産者 間でのチャットサービス
 - ・ 1対1でのメッセージをサポート

実装していないもの

- ・（Webサイトから）直接購入する機能
 - ・ 既存のサービスが多数ある（cookpad mart, amazon, 楽天 …）
 - ・ 既存のサービスへ繋げることが目的
- ・ サイト内の検索機能
 - ・ 「検索する必要がある」ことによる優位性

マネタイズ

アイデア

- ・このサイトを経由して購入した際の手数料
- ・チャットサービスをサブスクリプション制にすることによる収益
- ・サイト内広告の掲載料
 - ・ Google Adsense
 - ・ 広告費をもらった商品をピックアップする

まとめ

- ・ **こだわりの旬の食材** のみを紹介するWebサービス
- ・ **クリエイターとやりとり** を可能にした

課題

- ・ チャットサービスにおけるクリエイターの側の負担が大きい

- ・ 金銭的なインセンティブ

- ・ 送信可能メッセージ数の制限

- ・ ユーザー側がこのサービスを使う動機付け

- ・ 競合（小売専門店, セレクトショップなど）との差別化