



# 中間発表

---

# SAVE(safe available vegetable essentials) 安全に入手できる野菜の必需品

規格外野菜を利用して非常食を安く提供



# 日本の社会問題を解決

食品ロス



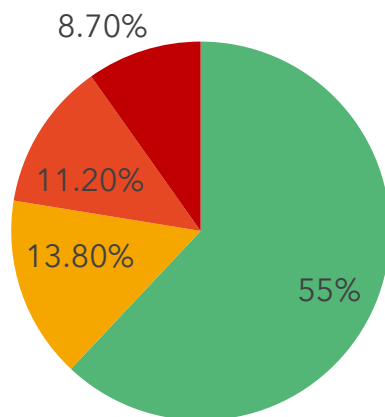
災害時の食

# 食品ロス

令和4年度で約472万トン

## 食品ロスが多い食品

食品割合



■ 野菜 ■ 調味料・油 ■ 果物 ■ 日配品

約30%～40%

規格外野菜として廃棄される



## 規格外野菜とは



市場で定められた規格(大きさ・形・色)  
に適合されず、売れ残る野菜

収穫量の約20%



# 災害時の食

炭水化物（ごはん、パン、麺類）が多い



タンパク質・ビタミン・ミネラル・食物繊維が不足



➡ 様々な病気の悪化や発症につながる。

例.（東日本大震災 糖尿病患者の血圧や血糖値が急速に悪化）



## 規格外野菜を使用することによるメリット

安く非常食を提供する  
ことが可能に



非常食を買える人が増加



食品ロス  
備蓄コスト **削減**

# 主な事業内容

- ・ 規格外野菜の調達
- ・ 製品開発
- ・ マーケティングと販売活動
- ・ 顧客サポートとフィードバック収集



# 規格外野菜の調達について

農家に直接営業を行い提携

一定量、定期的に買い取ることを約束することで、農家にとっても安定した収入源となる

# 製品開発について

手に入れた規格外野菜をどのように非常食に加工するかを決定する  
例、フリーズドライ製品



製造に関しては委託し、安定した品質の製品を提供

(非常食大手サバイバルフーズが永谷園に製造委託している話する)

# マーケティングと販売活動

- ・ 広告を出して、多くの人に知ってもらう
- ・ 製品販売（単品販売、オンラインストア）
- ・ 卸売契約（自治体や企業に営業・提携する）

# SWOT分析

	強み	弱み
内部環境	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 値段を抑えて販売が可能</li><li>・ 環境への配慮が売りになる</li><li>・ 食品ロスと災害時の二つにアプローチができる</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 仕入れ先の確保が難しく、限られている。</li><li>・ 加工の委託に高額のコストがかかる。</li></ul>
	機会	脅威
外部環境	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 備蓄へのニーズの高まり</li><li>・ 低価格な非常食に対するニーズの高まり</li><li>・ フードロスの意識の高まり</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 競合他社の影響力・サービスの向上</li><li>・ 他企業の備蓄食品の質のさらなる向上</li><li>・ 野菜の物価高騰</li></ul>

# 課題と展望



市場での  
低認知

規格外野菜の  
品質管理と  
保存技術

仕入れ  
供給の  
安定性


サステナ  
ビリティと  
社会貢献の  
アピール

製品  
ラインナップ  
の  
多様化

サブスク  
リプション  
モデル導入

SNSの活用

地域  
コミュニティ  
との連携



# 事業のこれからの展望