

課題名

**食料提供者と消費者をうまくマッチングさせ、
フードロスをもっと削減したい！**

CiPPo株式会社

×

高砂市 政策部 経営企画室 企画課

実証内容

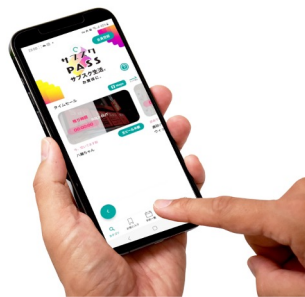
- 地域の情報発信アプリ「CiPPo」を高砂市向けにカスタマイズ
- 飲食店やスーパーのタイムセール品と欲しい人をマッチング
- フードロス削減と共に市内のフードロスの現状把握・可視化



① 店舗のタイムセール情報をアプリに登録



② アプリ上にタイムセールの情報を表示



③ アプリ上のタイムセールのクーポンをタップすることで、クーポンを使用可能



④ マッチング成立

実証結果

- ダウンロード数については目標値を達成した。
- 実証期間が限られており参加店舗数が少なく、また年末年始を挟む中、1日1回以上のマッチングがあった。

実証期間：12/11～1/31（**52日間**）

KPI	目標値	結果
店舗数	20件	13件
ダウンロード数	500件	546件
マッチング数	156回（実証日数×3（回））	63回
フードロス削減量	31,200g（マッチング数×200（g））	11,400g

実証結果

実証を通じて分かったこと

- 飲食店では、店舗側の工夫によりロスが出ないように抑えられている。コンビニやパン・ケーキ屋さんではロスが出ているが表立ってタイムセールスを実施すると、通常価格で買っていただけなくなるという問題がある。
- 店舗は「ロス＝流行っていない」と思われることを懸念し、ロスが出ていることや売れ残りがあることを表に出したくない。
- 飲食店では、席の予約キャンセルによるロスや、ドラッグストア等での季節品やパッケージが変わるもののロスが問題となっている。

高砂市の特徴

- 来店者のほとんどが近所の人という地域密着型の店舗が多く、来店者はリピーターが多い。
- リピーターに対し、タイムセールスを毎日特定の時間で実施していると知られることに強い警戒心がある。

今後の展開

1. フードロスの削減を目的にするならば、**タイムセールスを誰でも見られる情報とせず、クローズドなサービス提供により、利用者には限られた人だけが見られるという特別感を出すとともに、店舗側のタイムセールスを表に出したくないという抵抗感を軽減する。**
2. 地域づくりや活性化まで視野を広げ、**フードロスの情報だけでなく、営業時間中の地域の全事業所やポスト、公園などを近い順に表示すること、スーパーのチラシ・イベント・ニュース・電子回覧板・防災情報等市民にとって役立つ情報を配信すること、などを実施する。**

成果報告会の動画へのURL

<https://youtu.be/VOZyFhyfB9Y?si=XoEY0ZPPzmV-MByK&t=904>