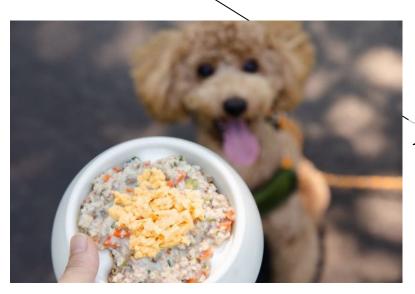
規格外野菜のフードロス問題と 愛犬家の悩みを一挙に解決する ビジネスモデルを埼玉から発信!



愛犬も家族と一緒に健康に!スーパープレミアムドッグフード事業



プロフィール

山口 崇 1967年5月東京生まれ

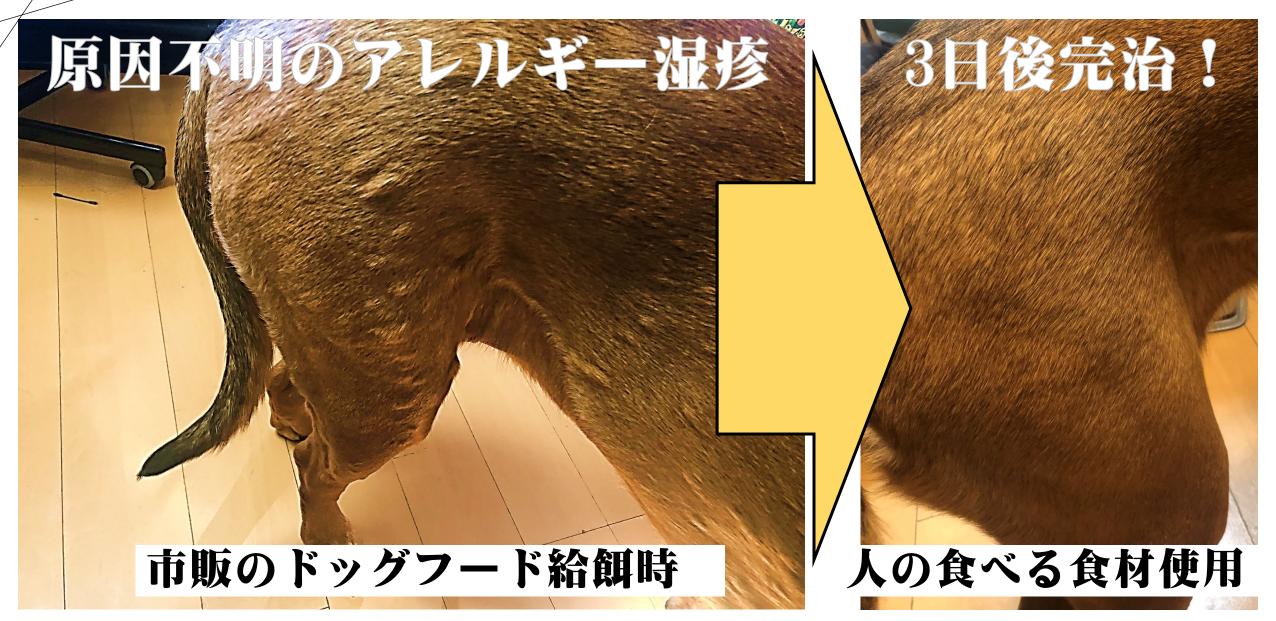
- ■大学卒業後、情報系企業に 就職。その後小売業に興味を 持ち小売業へ。
- ■2019年以降は製造業勤務 →メニュー提案営業を中心に、 惣菜ヒット商品も生み出す。
- ■現在は、起業準備中。
- ■3頭を屋内飼育する愛犬家





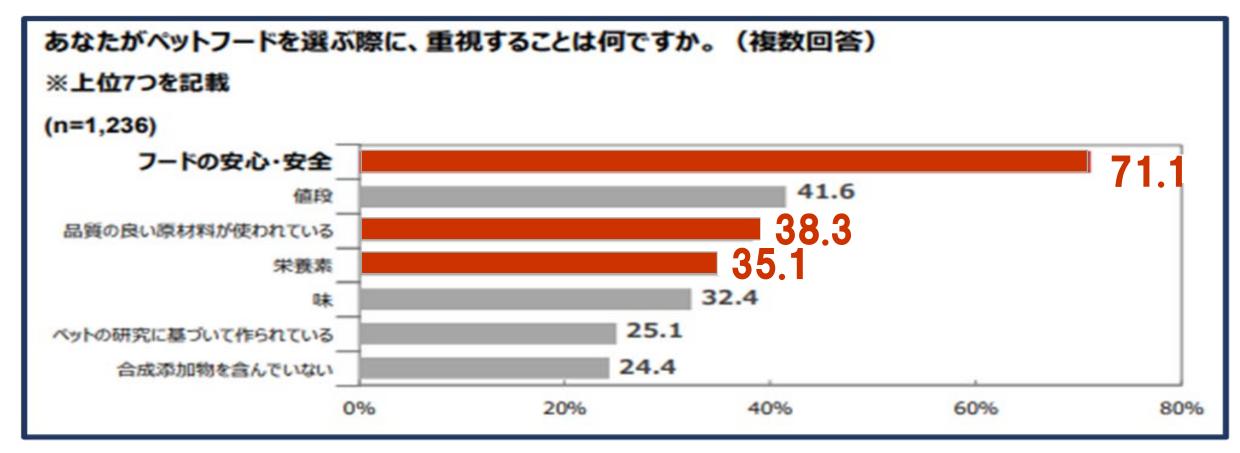


健康と幸福を追い求める想い①



健康と幸福を追い求める想い②

愛犬家の多くは原材料に何らかの不安を…



※出典: https://www.citation.co.jp/wp-content/uploads/2016_09.pdf

健康と幸福を追い求める想い③

雑貨扱いのドッグフード …食品とは違う



- DEAD (屠殺以外で死んだ動物の肉)
- DISEASED (病気の動物の肉)
- DYING (死にかけの動物の肉)
- DISABLED (障害がある動物の肉)

4Dミート使用…法規制なし

開発のきっかけ

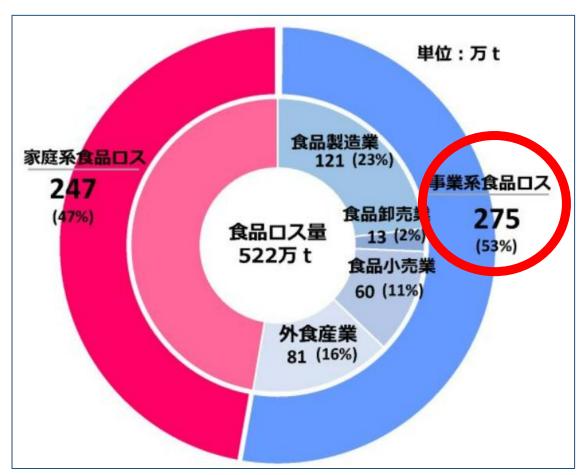




- ■生鮮野菜物流要の埼玉県
- ■カット野菜工場数は埼玉が関東6県でトップ/11社 ※MICROSOFT BING他

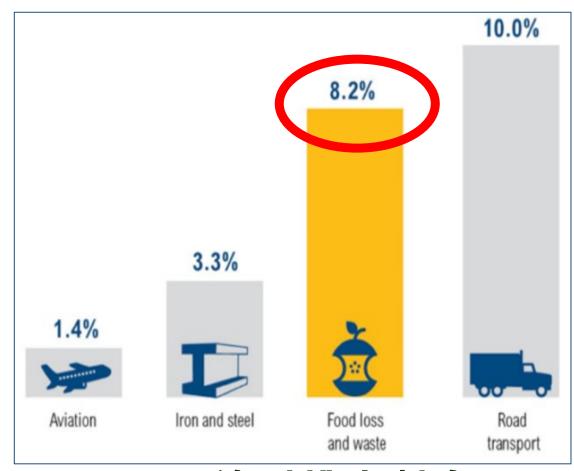
開発のきっかけ②

C02排出 深刻な環境問題



食品ロスの内訳

引用:農林水産省

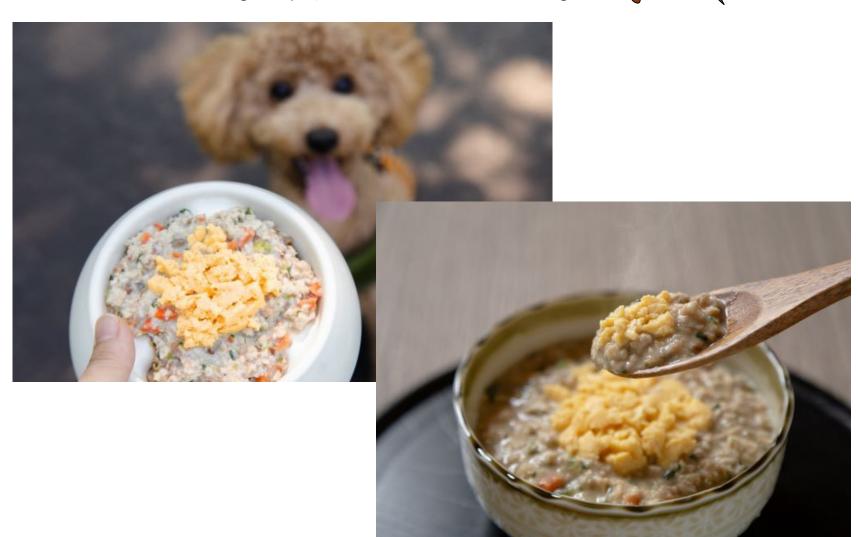


用途別排出割合

出典: World Resources Institute $_{7}$

商品概要①

麦雑炊麦膳(ばいぜん)

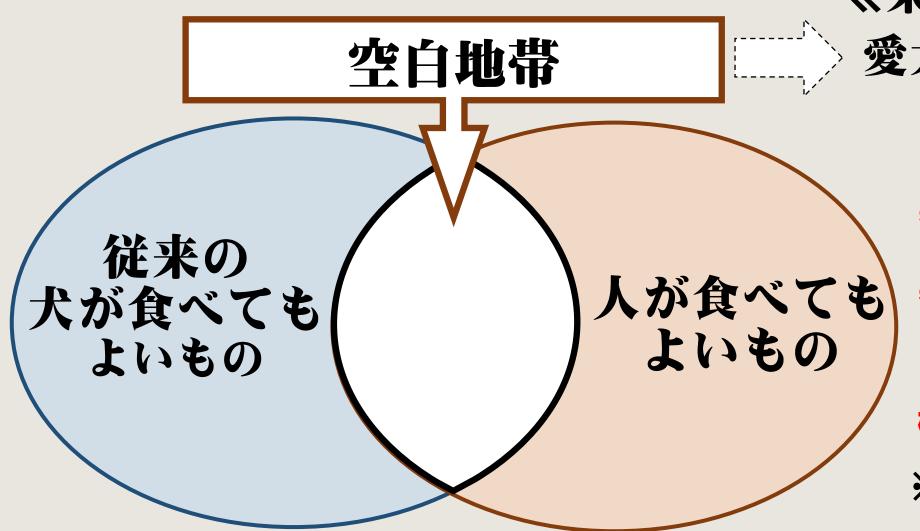




麦膳最大の差別化



麦膳のポイント



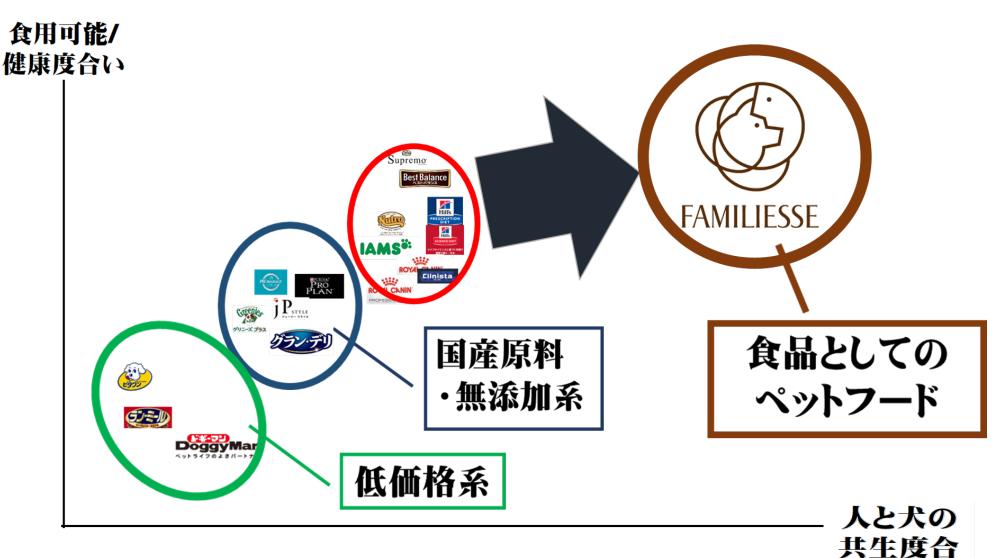
《栄養素をテーマ》 愛犬と食事体験が

できる領域

- ・犬が必要とする栄養素を世界基準でクリア(AAFC02016栄養基準クリア)
- ・カルシウム、鉄、 ビタミンB2の栄養 機能食品
- ※2022年特許出願中

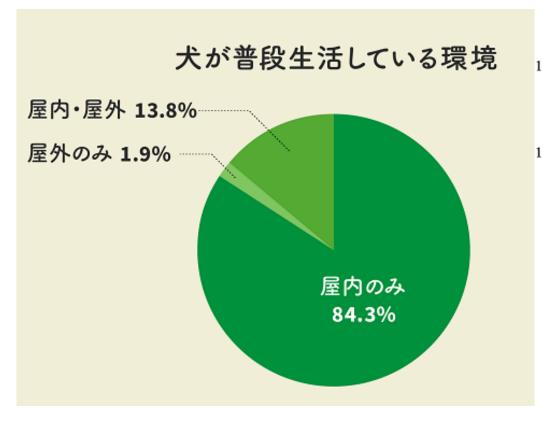
ポジショニング

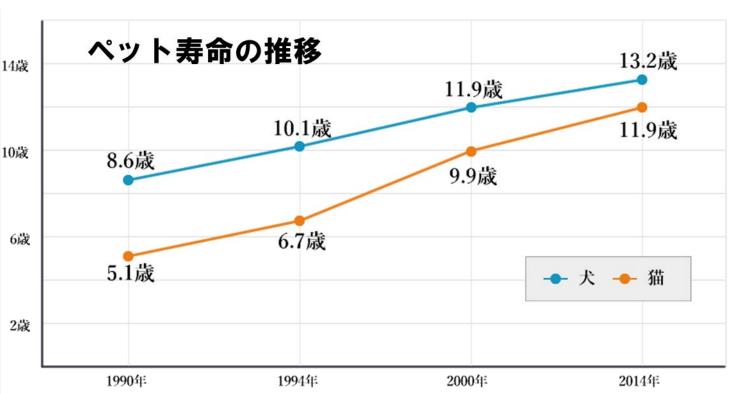
人と犬の幸福&共生フード市場の創造



ニーズ

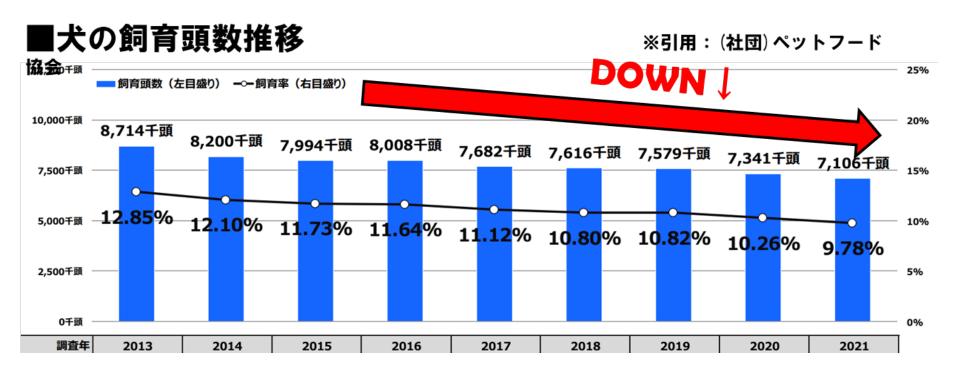
屋内飼育の常態化 →犬の家族化・高齢化・健康志向を加速





出典:東京農工大と日本小動物獣医師会の大規模調査

市場概要



■ペットフード売上推移 単位:億F				
	2021年度	2022年度 (見込)	2023年度 (予測)	2024年度
ペットフード	6,083	6,379	6,725	7,078
ペット用品	2,880	2,911	2,974	
生体+サービス分野	8,225	8 250		8,294
ペット関連総市場(合計)	1	17,542	17,977	18,370
注1:小売金額(末端金額)ベース 注2:2022年度見込額、2023年度以降予測値				

ターゲット層



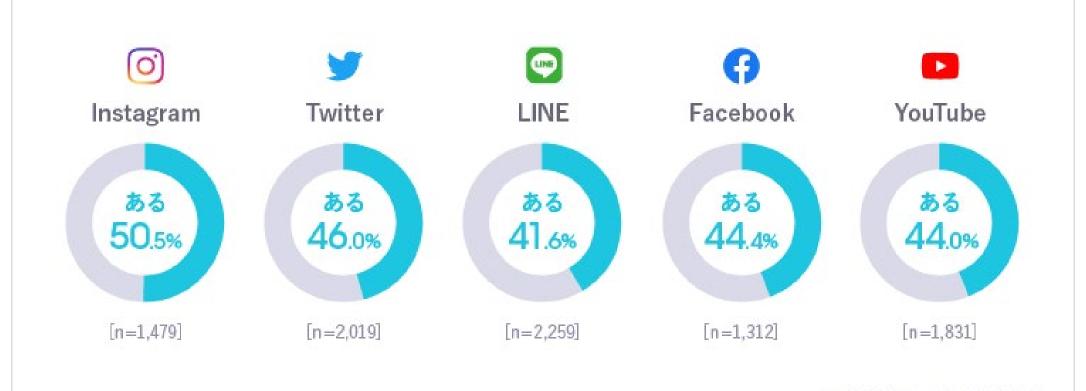
- ・30代後半~50代主婦層
- ・SNS中心の情報収集
- ・愛犬は家族
- ・愛犬の食事にこだわり

プロモーション①



Point 1 (回) INSTAGRANによる顧客獲得

SNSの情報をきっかけや参考に、初めて利用するお店(小売店や飲食店)に実際に足を運んだことがありますか?



アライドアーキテクツ調べ

Point 2 動物病院からの直接案内

- ※有償広告
- ※小規模事業者持 続化補助金取得済



Point 3 動物関連施設からの取次販売



※キックバック ※エリアに対する 営業展開

展望

初年度…アイテム数増に注力

2年目…災害時対応のレトルト食併売へ





ご静聴ありがとうございました http://familiesse.com

