日本を変える 17Goals ▽171△

アットテーブルなど

課題解決へ連携

大日本印刷（ＤＮＰ）と、同社グループで小売り・食品業界向けにマーケティング支援を手がけるアットテーブル（東京都品川区）は、ＤＮＰのイノベーション施設「ＤＮＰプラザ」（東京都新宿区）内にあるカフェスペースで、Ｃａｋｅ．ｊｐ（同）の冷凍ケーキ販売を始めた。フードロス対策は喫緊の課題。アットテーブルの企画力と、Ｃａｋｅ．ｊｐの企画・販売力をかけあわせ、課題解決に資する商品開発につなげていく。

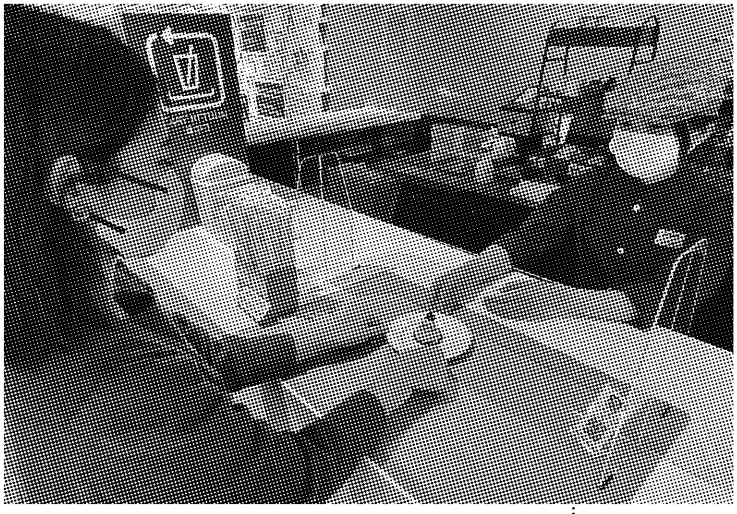
アットテーブルは消費者ニーズに応じた販促支援策を提供するＤＮＰ発ベンチャーとして創業。スーパーマーケットや食品メーカーへの支援実績を有する傍ら、「（販促）アイデアのアウトプットは顧客次第」（ビジネスデザイン室の古川和男リーダー）で、自社での商品化といった事業の広がりを模索していた。

冷凍ケーキで食品ロス対策

カフェで提供

近年食品ロスの問題が叫ばれる中、課題解決につながる商品の開発・販売に向けて、スイーツ総合ＥＣ（電子商取引）サイトを運用するＣａｋｅ．ｊｐと連携。同社の冷凍スイーツ「10Ｍｉｎｅｅｔｓ（テンミニーツ）」を、社会課題の解決策を発信するＤＮＰの「問いカフェ」で提供し、消費者のニーズの調査を続けている。

10Ｍｉｎｅｅｔｓは完全受注生産で廃棄ロスが少なく、冷蔵ケーキより賞味期限が長い。解凍に6―8時間を要する通常の冷凍ケーキと比べ、解凍後5―10分とすぐに食べられる点も好評だ。



㊤大日本印刷（ＤＮＰ）グループのアットテーブルはＤＮＰプラザの「問いカフェ」で冷凍スイーツを提供している㊦Ｃａｋｅ．ｊｐの冷凍スイーツ「10Ｍｉｎｅｅｔｓ（テンミニーツ）」

販路拡大狙う

飲食店では、商品の廃棄が課題となる。Ｃａｋｅ．ｊｐはウェブ販売専業だったが、同社の曽根直人副社長は「冷凍保存が可能な点や、配送にかかる二酸化炭素（CO_2）の削減といった利点を、カフェチェーンなどへも訴求したい」と、販路の拡大を狙う。

問いカフェでの提供事例を受け、提供を検討する小売店も現れている。古川リーダーは「今後も食に関わる国連の持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）を切り口に、取り組みを進める」と話す。各社の事業拡大が期待される。

無断転載・複写禁止 ㈱日刊工業新聞社