

竹内謙礼の

## 顧客をキャッチ

賞味期限近の商品を売ることは、ブランドの毀損にもつながりかねず、簡単にはできない。値付けが難しく、もうけも出にくいため仕入れを敬遠する売り手も少なくない。そんな食品ロス対策で注目を集めるのが、シナビス（東京・品川）の Otameshi（おためし）だ。

賞味期限が近い商品を買取り、会員に特別価格で販売。12本入り3千円のドレッシングが約1千円、24個入り4千円のスナック菓子が約2500円と、まだまだおいしく食べられる期限内商品がサイトに並ぶ。「購入額の一部を自分で選んだ支援団体に寄付できるんです。企業イメージを損なわないような売り方を心がけています」と話すのは執行役員藤井厚さんだ。

しかし、食品ロス対策の商品は価格設定が難しく、寄付まですると利益がでないのでは？

「親会社のオークファンは10年以上、ネットオークションの



「Otameshi」はネットオークションの相場調査機能を使ってサービスを展開

## ネットツールで社会貢献

価格相場を調査するツールを個人や法人に提供してきました。そのツールを活用して卸価格を事前に調べて買い取ることで、メーカーにとっても会員様にとっても適切な価格を提示して取引を成立させられるんです。Otameshiの評判は口コミで広まり、メーカー数と会員数は急増。売り上げは昨対比200%で成長しているという。

ネットビジネスで使うツールが社会貢献で役立つ例は多い。ネットショップの仕組みで募金したり、スケジュール管理機能でベビシッターを効率的に派遣したり。複雑な仕事を簡略化することにネットのツールはたけている。今回の事例は、オークションの相場調査ツールを、食品ロスの問題解決に役立たせた。使い方や視点を変えれば、社会貢献に役立つツールがたくさんあるのかもしれない。

（マーケティングコンサルタント）