Office de PRECO

川崎先生クラス　1班　ざきやまふぁみりー

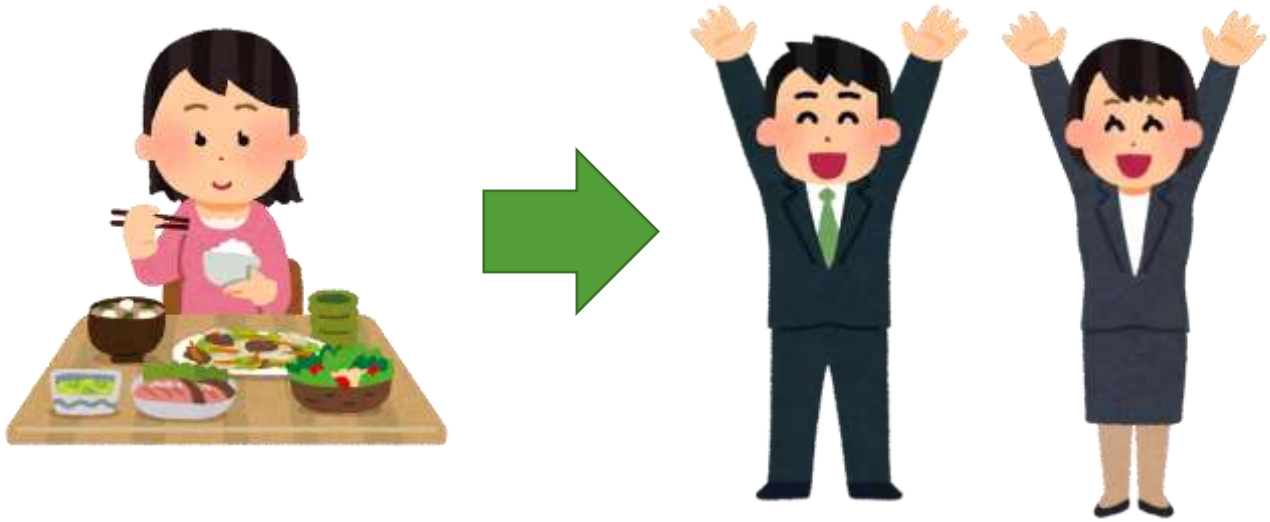
小屋優花　山崎春輝　岸本陽貴

竹内千尋　青木千愛里

Office de PRECO とは？

B to Eへの参入によって

食を通して
会社員の暮らしを豊かにする



アウトライン

1. 市場・背景
2. 提案内容
3. 売り上げ
4. まとめ
5. 質疑応答

市場・背景

B to B

B to C

「B to E」

「B to E」とは？

- Business to Employee の略

企業 → 会社員

企業 ✖ 他社 → 会社員

「サービス・商品提供」

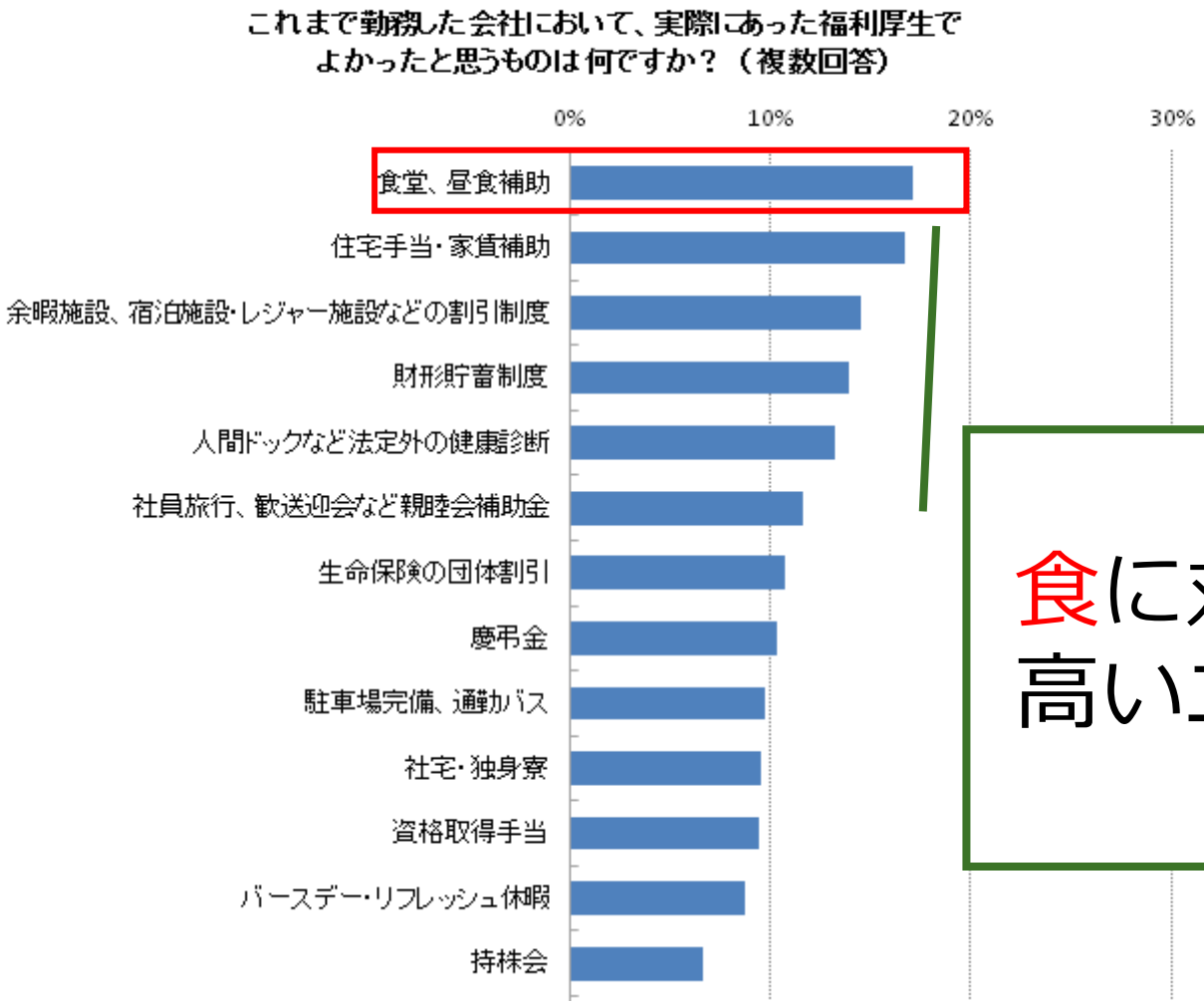
- 主に**福利厚生**を目的として行われる

企業が福利厚生に求めているものは？

- 独自色を出し他社との差別化
- アウトソーシングしたい

「福利厚生．JP」より
http://hr-welfare.jp/articles/strategy2016

会社員にどんな福利厚生が人気？



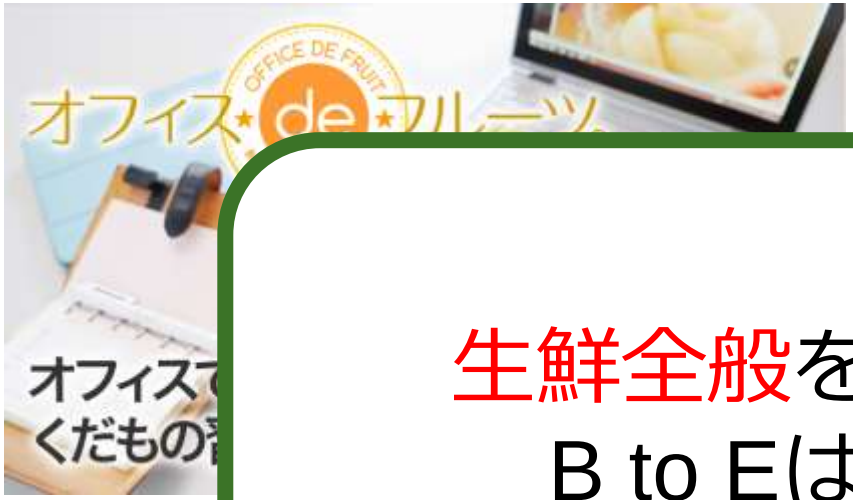
食に対する
高いニーズ

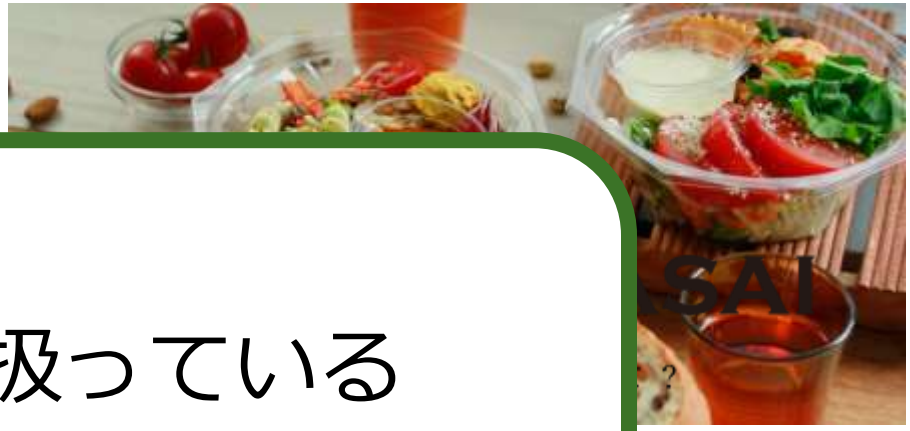
マンパワーグループ調べ
http://www.manpowergroup.jp/navi/jinji/surveydata/150422_01.html

実際、食に関するどんなB to Eが行われている？

オフィス
おかん

実際、食に関するどんなB to Eが行われている？





生鮮全般を扱っている
B to Eはない！！

おかん

企業のニーズ
独自性
アウトソーシング

会社員のニーズ
食

参入のメリット①
競合いない

参入のメリット②
顧客の一括取得

企業のニーズ
独自性
アウトソーシング

会社員のニーズ
食

B To E へ参入しよう

参入のメリット①
競合いない

参入のメリット②
顧客の一括取得

食に対してどんなニーズがある？

でも、時間がなくて
料理できない

経済的、栄養面的に
家で自炊をしたい

メニューを考えるの
大変！！

旭化成調べ
https://www.asahi-kasei.co.jp/asahi/jp/news/2013/pdf/li130910.pdf
楽天リサーチhttps://research.rakuten.co.jp/report/20161220/

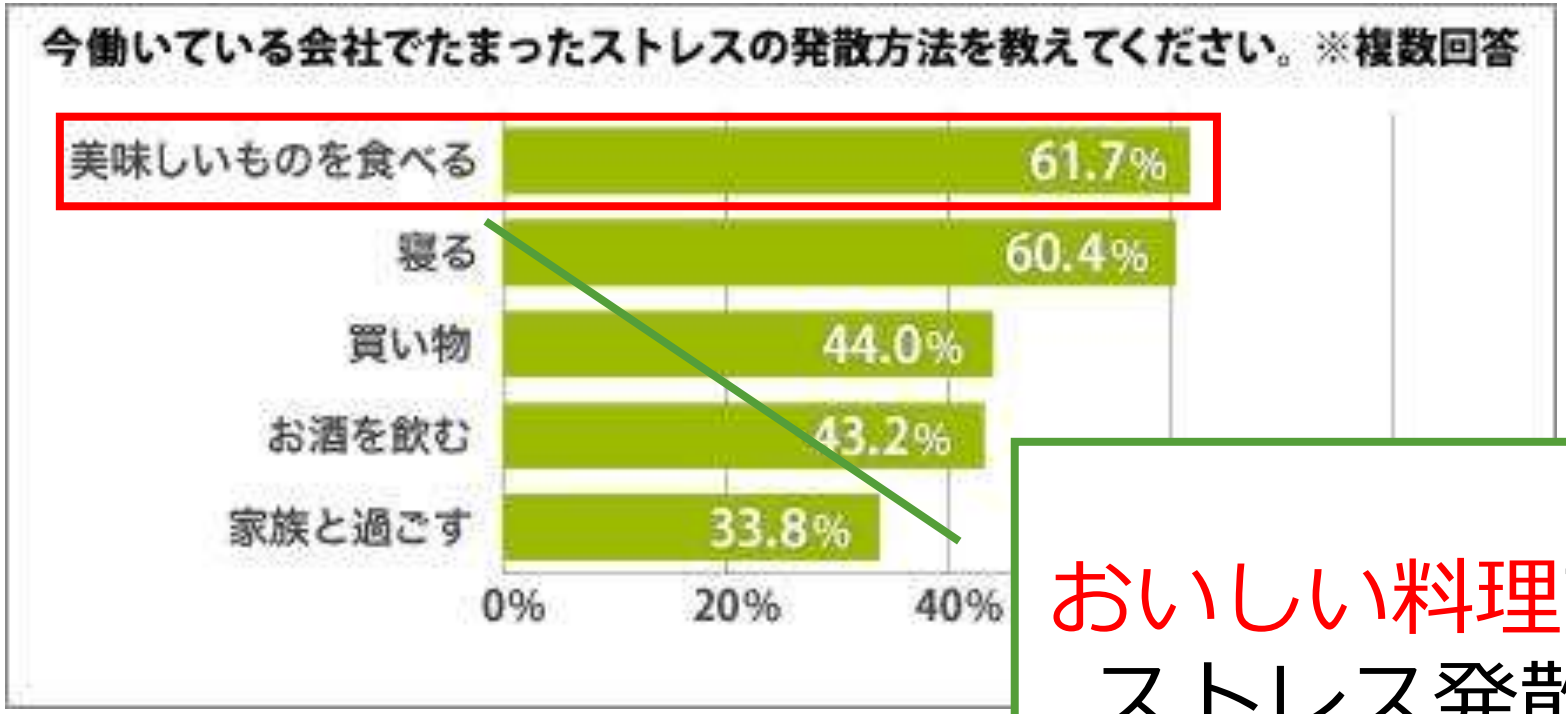
食に対してどんなニーズがある？

でも、時間がなくて
料理できない

自炊に対する
経済面・栄養面・時短の
サポート

旭化成調べ
https://www.asahi-kasei.co.jp/asahi/jp/news/2013/pdf/li130910.pdf
楽天リサーチhttps://research.rakuten.co.jp/report/20161220/

食に対してどんなニーズがある？



おいしい料理で
ストレス発散
したい

日経ウーマン
http://wol.nikkeibp.co.jp/article/trend/20140204/172722/

プレコフーズの強み
・即日配達
・加工技術
・栄養管理士
・飲食店と提携

✖

B to Eの
メリット

✖

会社員の
食に対する
ニーズ

↓

Office de PRECO

提案內容

Office de PRECO

プレバリー

プレマイル

自炊の経済面、栄養面、時短への
ニーズに応える

プレバリー

プレバリーとは？

- 会社員に提供する宅配サービス

- プレコ+デリバリー
  略して、、、
  プレバリー！！

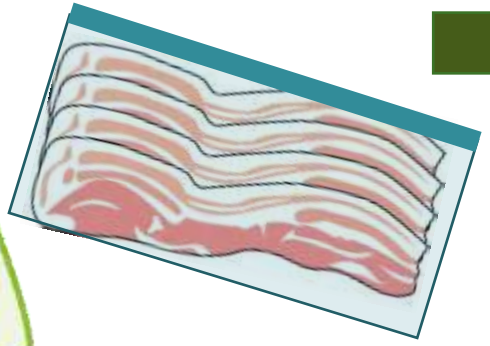
何を届けるの？

時短

経済面

栄養面

料理パック



献立作成

どうやって届けるの？

ケータイアプリで注文

↓

企業の冷蔵庫に届ける

↓

帰りに受け取る

他にも料理パックを宅配しているところと一緒じゃない？

For　会社員

時短

帰り際に食材を
受け取れる

時短

即日配達

経済面

入会費
かからない

栄養面

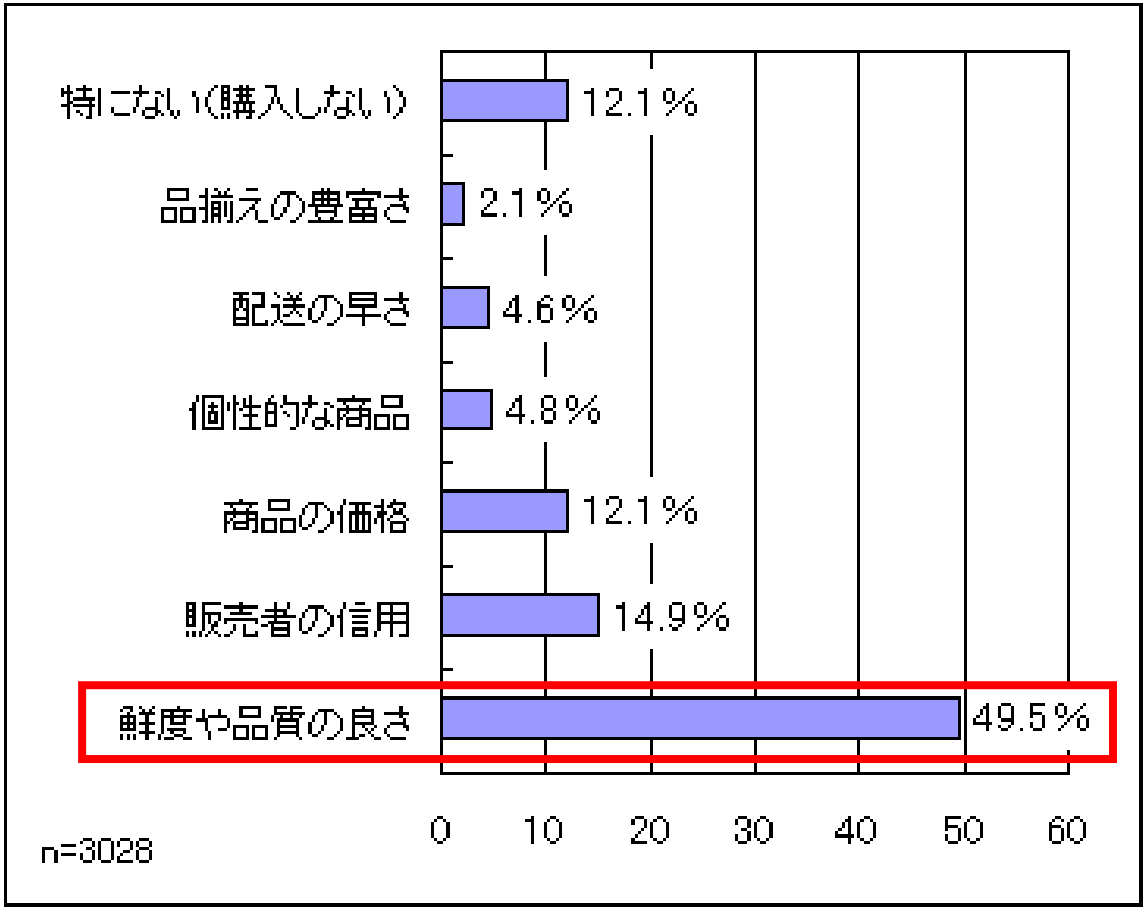
家庭に合わせた
献立

プレコフーズの強みは．．．

鮮度・高品質

ネットで買うとき鮮度と品質を重視！

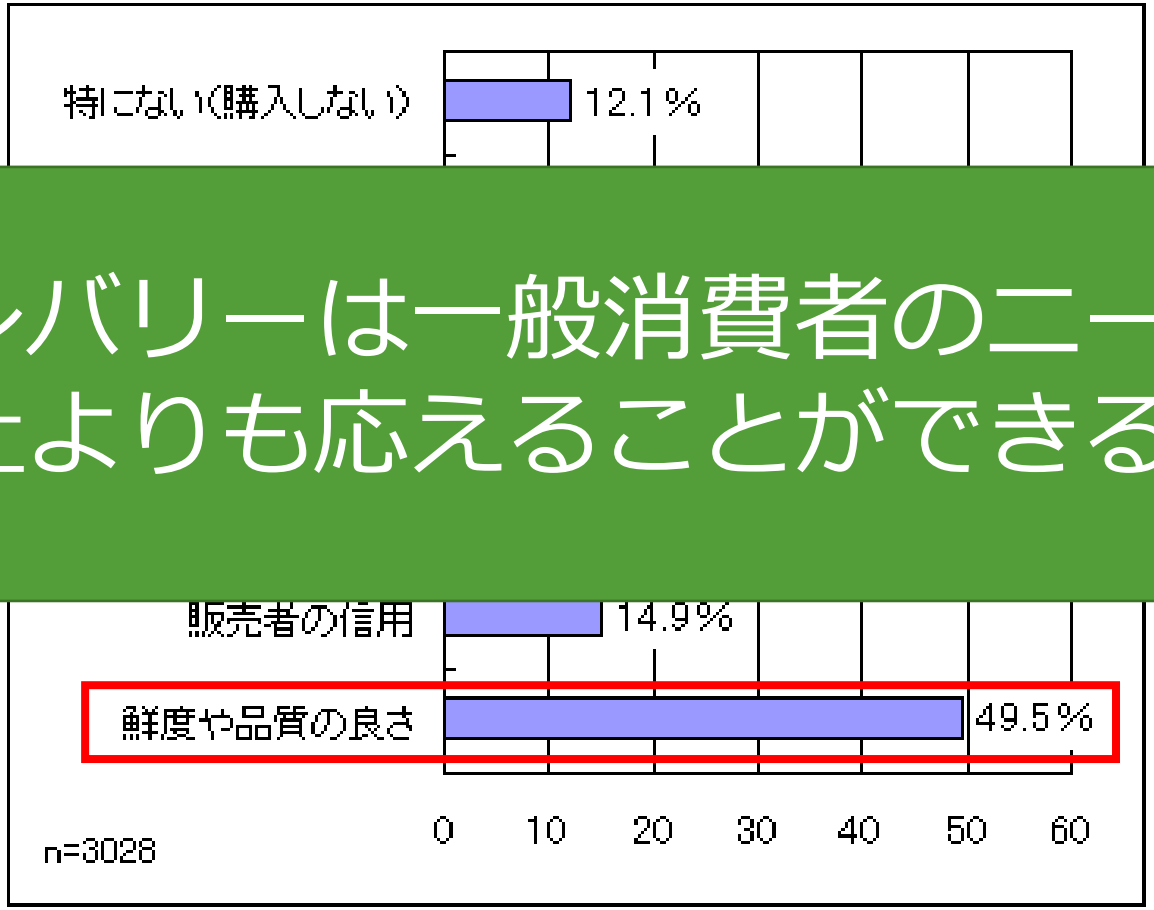
Q．「生鮮食品」をネットで購入する場合、何を重視しますか ？



生鮮食料品のネット販売に関する調査
http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/1103/index.html

ネットで買うとき鮮度と品質を重視！

Q．「生鮮食品」をネットで購入する場合、何を重視しますか ？



プレバリーは一般消費者のニーズに
他社よりも応えることができる！！

生鮮食料品のネット販売に関する調査
http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/1103/index.html

For　プレコフーズ

配送コスト
削減

夕方の
トラック
活用

顧客一括
取得

企業にとってもメリットないと！！
おいしい料理でストレス発散したい！！

プレマイル

プレマイルとは…

①プレバリーで貯めるポイント
②企業が社員にして欲しいことに対して
　実行したら付与されるポイント

会社

健康でいて欲しい

きちんと出勤して欲しい

従業員

人間ドックで高数値！

毎日出勤！

実行

ポイント付与

プレマイルの使い道

プレバリーで
現金利用

提携先の飲食店
の割引券

提携先の飲食店の割引券配布によって

おいしい料理で
ストレス発散
したい

済

提携先の

売り上げ
UP

Office de PRECO

プレバリー

自炊に関する
経済面、栄養面、時間面
でのゆとりを提供！！

プレマイル

提携先の
おいしい料理で
ストレス発散

食を通して
会社員の暮らしを豊かにする

ちょっと待って・・・

売り上げのこと忘れてない？

安心してください。

３００億行きます！！

私たちのターゲットは…

中・大企業

1. 冷蔵庫を置けるスペースがある

2. １つの冷蔵庫で一括して多くの顧客が獲得できる

売り上げ予想モデル

例えば…

大企業であり

都内に本社ビルがある

コカ・コーライーストジャパン（株）

と組んだら…

コカ・コーライーストジャパン公式サイト
https://www.cocacola.co.jp/company-information/company-profile

売り上げ

コカ・コーラ本社ビルに勤める人　➡　487人
その中で週３日以上料理している人　➡　194.4人
その8割が利用してくれるとすると　➡　156人

１パック800円として、週3日利用してくれると…

156人×2.49人×800円/回×12回/月×12ヶ月

↑一世帯あたりの平均人数

＝

44,748,288円/年

旭化成調べ　https://www.asahi-kasei.co.jp/asahi/jp/news/2013/pdf/li130910.pdf
楽天リサーチ　https://www.asahi-kasei.co.jp/asahi/jp/news/2013/pdf/li130910.pdf /
平成27年(2015年)版「国民生活基礎調査の概況」
女性活用－コカ・コーラ
https://www.cocacola.co.jp/content/dam/journey/jp/ja/private/2017/07/pdf/sustainability2017_p65-66.pdf

中・大企業はどれくらいある？

都道府県・大都市別企業数、常用雇用者数、従業者数（民営、非一次産業、2014年）

	【企業数】		【常用雇用者数】		【従業者総数】	
	中企業	大企業	中企業	大企業	中企業	大企業
県名						
総計	556,974	11,110	20,546,059			14,325,652
埼玉県	22,431	253	807,549			331,961
千葉県	18,489	226	580,660			284,051
東京都	83,394	4,538	4,133,538			7,628,071
神奈川県	30,467	572	1,093,443			586,833

５６８,０８４社

プレコグループの配送圏内にこれほどあるため
十分可能性が見込める！

中小企業庁調べ　中小企業白書
http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_kigyocnt/index.htm

年間14社
契約すればよい！

4年間で56社と契約できると…

44,748,288円×56社＝約25億590万4千

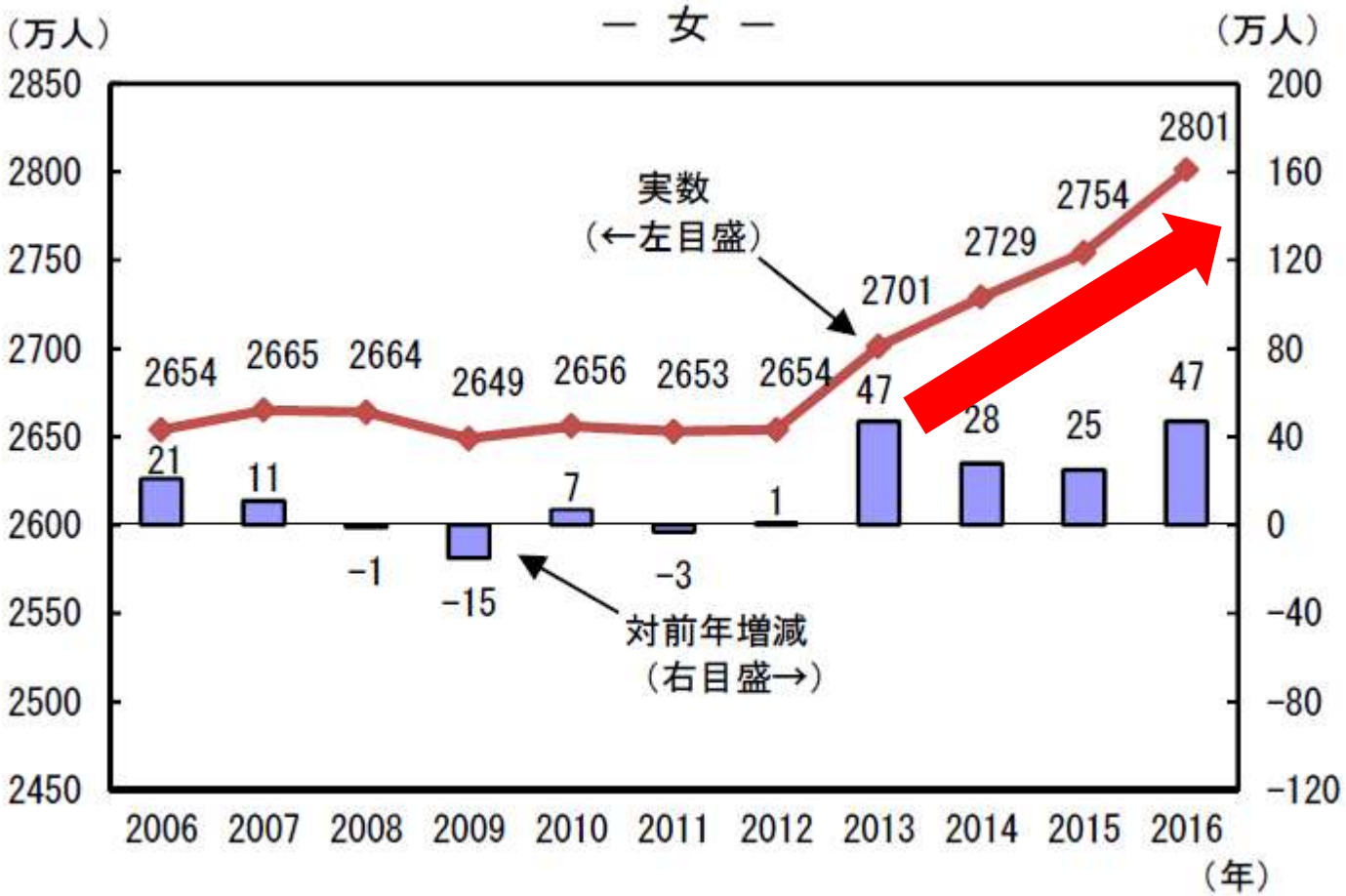
275億＋25億590万4千

↑2020年度末の売り上げ想定額

＝300億590万4千

Office de PRECOには将来性がある！

女性の就業者数の推移



総務省統計局
http://www.stat.go.jp/data/roudou/sokuhou/nen/ft/pdf/index1.pdf

Office de PRECO

＋２５億の売上
認知度UP

福利厚生の独自性
アウトソーシング

プレバリー

プレマイル

食を通してより良い暮らし

売り上げUP

つまり…

Office de PRECO

プレコフーズ　会社員　企業　提携先の飲食店
にとって…

WIN WIN WIN WIN

ご清聴ありがとうございました！！

質疑応答

売り上げ詳細

コカ・コーラ本社（渋谷区）に勤務する人 ➡ 487人

女性161人×60% ＋ 男性326人×30% ＝194.4人
（働く女性の週3日自炊割合） （男性の週3日自炊割合）

想定顧客数割合80%とすると、194.4人×0.8＝156人

156人×2.49人×８００円/回×3回/週×４×12ヶ月＝44,748,288円/社
↑一世帯あたりの平均人数

275億円 ＋ 25億円 ＝ 300億円
↑2020年度末の売上想定額 ↑プレバリーの希望売上額

25億円÷ 44,748,288円＝約56社

旭化成調べ https://www.asahi-kasei.co.jp/asahi/jp/news/2013/pdf/li130910.pdf
楽天リサーチ https://www.asahi-kasei.co.jp/asahi/jp/news/2013/pdf/li130910.pdf /
平成27年(2015年)版「国民生活基礎調査の概況」
女性活用－コカ・コーラ
https://www.cocacola.co.jp/content/dam/journey/jp/ja/private/2017/07/pdf/sustainability2017_p65-66.pdf

コスト①　始めにかかるもの

食材費と人件費以外

• 冷蔵庫	20万×56社＝1120万円
• パッキング機	12万×30個＝360万円
• アプリ開発費	500万円
• 持ち帰りバック	430×8736人＝375万6480円
• 広告費	1258万8800円
合計	3614万5280円

コスト②　毎年かかるもの

食材費と人件費以外

- 冷蔵庫維持費　　2万×56社＝112万円
- 真空パックの袋　　2029万7823円
- 配送のガソリン代　24万7280円

合計　2166万5103円

冷蔵庫の値段置く場所は？

・値段

１台２０万円前後

５６社×２０万＝1120万円

・維持費

一台2万円/年

・場所

通路に設置可能

企業に都合のいい場所

パッキング機について

・値段
一台　約12万円

・大きさ
幅400㎜×奥行500㎜×高さ380㎜

・所要時間
１回10秒

顧客数8736人×2.49人×10秒＝60時間
30個あれば、２時間でパッキングできる！！

https://www.monotaro.com/g/00403766/

真空パックの袋について

- 値段　100枚入りで648円
- 大きさ　15㎝×20㎝
- 一枚当たり6.48円
- 総コストは

顧客数8736人×2.49人×6.48円×144回/年＝20,297,823円/年

http://www.104web.co.jp/item_list/04-0200/

アプリ製作費

クリーク・アンド・リバー社のアプリ開発費見積もりシミュレーターによると…

約300万から500万円

持ち帰るの大変？

おしゃれな保冷バックで持ち帰り労力軽減！！

工夫点

・肩にかけるところは太めにすることで痛くない！
・普遍的なデザインで万人受け！
・プレコのロゴで宣伝効果！

費用

４３０円×156人×56社
＝3,756,480円

SWEETPROMOTION（販促用激安保冷バック）
https://sweetpromotion.co.jp/products/detail.php?product_id=4744&gclid=COuB5OvXydQCFY4IKgod-JIBNQ

年間のガソリン代はいくらかかる？

中央配送配送センターから東京都の有数オフィス街４ヶ所に配送した場合

軽トラックの平均燃費１７km/L　　東京都の平均軽油価格　103.2円/L

走行距離÷想定燃費×平均軽油価格＝ガソリン代

渋谷　　8.8km÷17km/L×103.2円/L×365×2=約38997.4円/年

日本橋　　20km÷17km/L×103.2円/L×365×2＝約88630.5円/年

新宿西口　13km÷17km/L×103.2円/L×365×2=約57609.9円/年

新橋　　14km÷17km/L×103.2円/L×365×2=約62041.4円/年

※往復です

合計　247280円

https://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1386183938
http://www.coara.or.jp/~ichiroh/gus_keisan.html

広告費計算

- キッチントラック　2台
  280万×2＝560万

- 無料配布
  800円×8736人＝6,988,800円

鳥の照り焼き・卵サラダを作ったら…

材料（１人分）

鶏肉の照り焼き

鶏肉(国産)３００ｇ…270円

キャベツ8分の１…50円

卵サラダ

卵１つ…22円

きゅうり１本…96円

味付け…54円

合計488円（定価）

※野菜の値段は外部委託費込み

プレコフーズ様からのご回答より

利益出る？

2015年度損益表より　　原価率➡62.4%

人件費率➡19.5%

○料理パックの食材に対する原価と人件費

488円×(62.4%＋19.5%)＝399円

FLコストが60%とする

○プラスでかけることができる人件費

(800×0.6－399)×8736人×2.49×144回/年

＝253,722,793円

利益出る？

FLコストが60%とする

〇初年度の利益

800×8736人×2.49×144回/年×0.4－5781万383円

↑始め＋毎年かかるコスト

＝944,551,268円

〇２年目からの利益

800×8736人×2.49×144回/年×0.4－ 2166万5103円

↑毎年かかるコスト

＝9,80,696,548円

一食分かけるお金500～1000円

◇1食分の料理にかける予算（平均予算）について　単位：%

	n	500円以下	1,000円以下	2,000円以下	3,000円以下	5,000円以下	10,000円以下	15,000円以下	20,000円以下	20,001円以上
朝食	500	91.4	6.8	1.2	0.4	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0
昼食	620	76.1	20.0	2.6	0.8	0.2	0.0	0.2	0.0	0.2
夕食	677	37.2	46.1	12.1	3.4	0.7	0.0	0.3	0.0	0.1

46.1%

楽天リサーチ
https://research.rakuten.co.jp/report/20161220/

競合他社との比較

	プレバリー	ヨシケイ	パルシステム	コープデリ
一人前の値段	800－50＝750円	約750円	約400円	約400円
何人分から	1人前	2人前	2人前	1人前
栄養管理士	○	○	×	×
注文方法	アプリ	ネット	ネット 注文票	ネット 注文票
即日配達	○	×	×	×
副菜	○	○	×	×
配送料	無料	無料	有料	有料

会社員向け献立

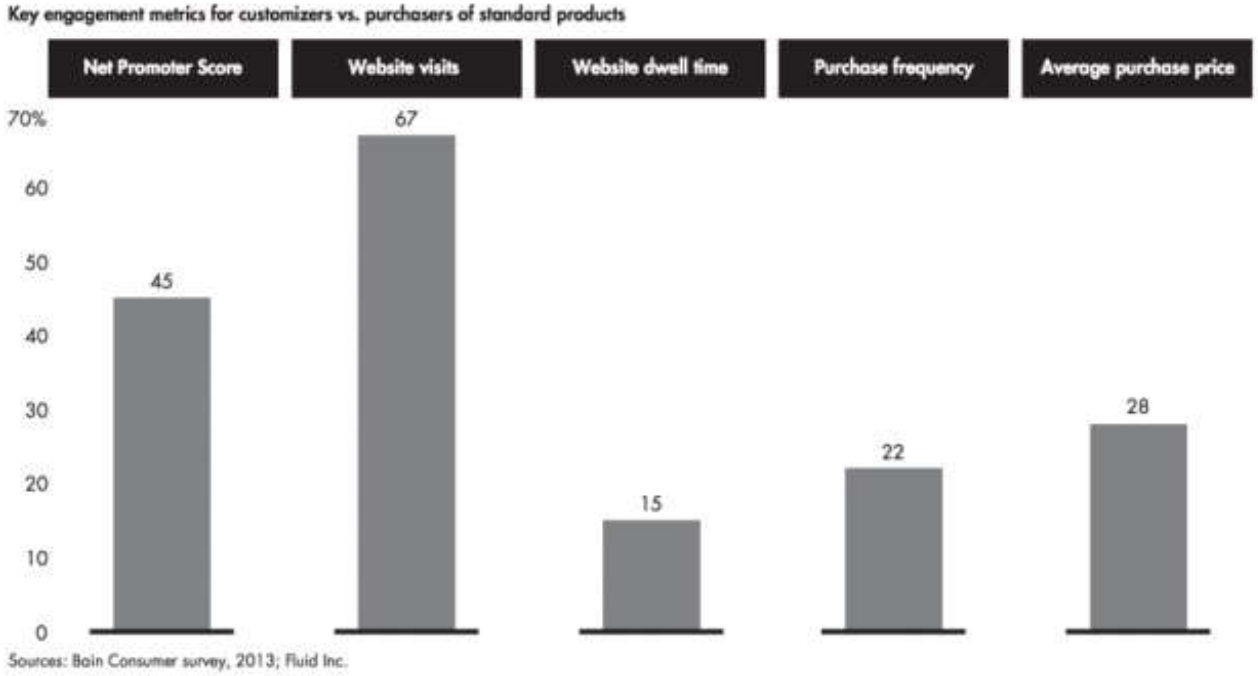
アプリでアンケートに答えると．．．

会社員のニーズに合わせた献立を提供

目が疲れている ☑
健康診断引っかかった ☑
アレルギー物質がある ☑

眼精疲労に良い食材
低カロリーの献立
アレルギー物質抜く

カスタマイズは需要がある！！



NPS（満足度）	訪問数	滞在時間	購入頻度	平均購入単価
1.45倍	1.67倍	1.15倍	1.22倍	1.22倍

通常商品を購入した人と比べて、
カスタマイズ商品を購入した人のエンゲージメント

http://www.bain.com/publications/articles/making-it-personal-rules-for-success-in-product-customization.aspx

自炊時のロス考えたことありますか？

家庭内食品ロスは一日一世帯当たり…

年間６万円分もある！

理由は…

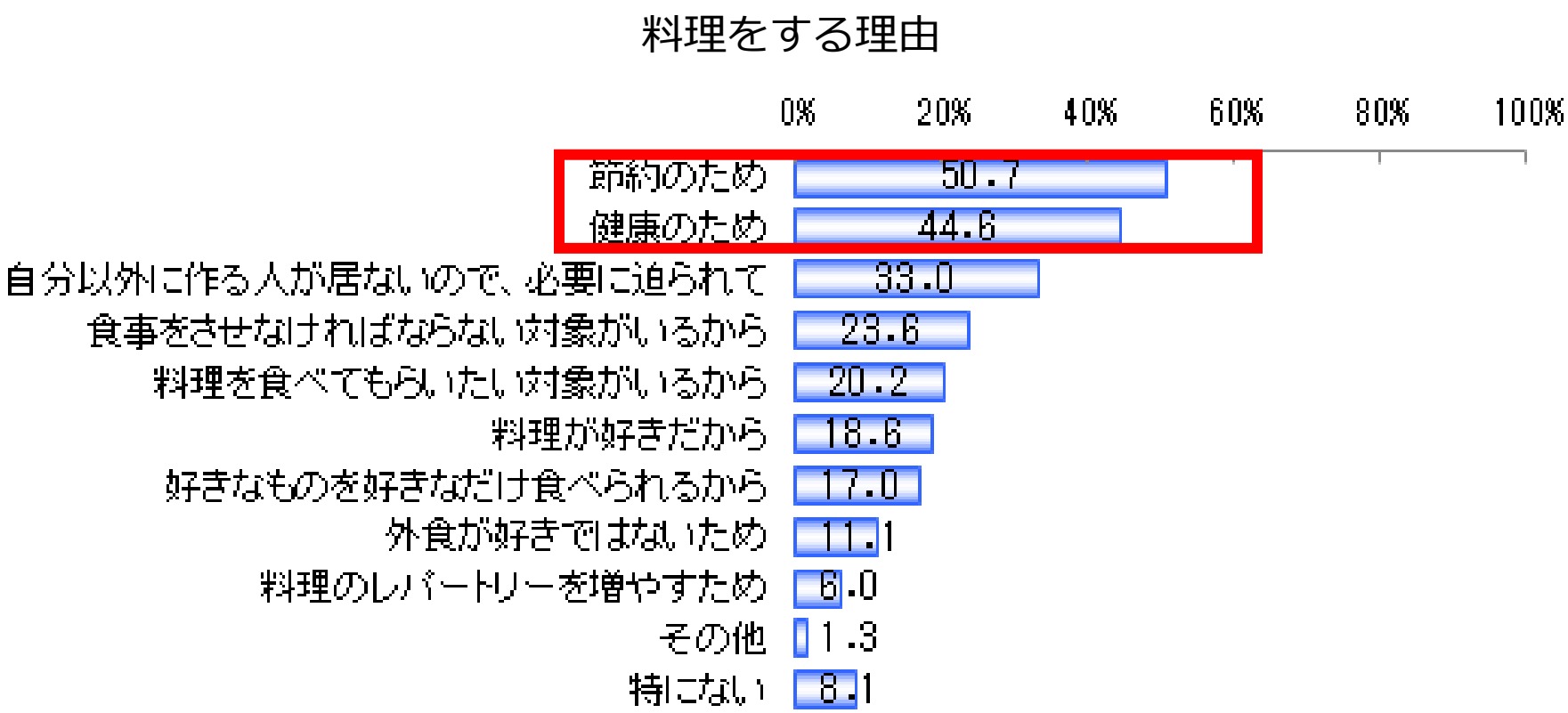
調理の際に使えるところも捨てている

賞味期限切れ（全体の２割が手つかず）

食べ残し

オピニオンワールド
https://www.opinionworld.jp/ja-jp/blog/jp/no-more-waste-of-food

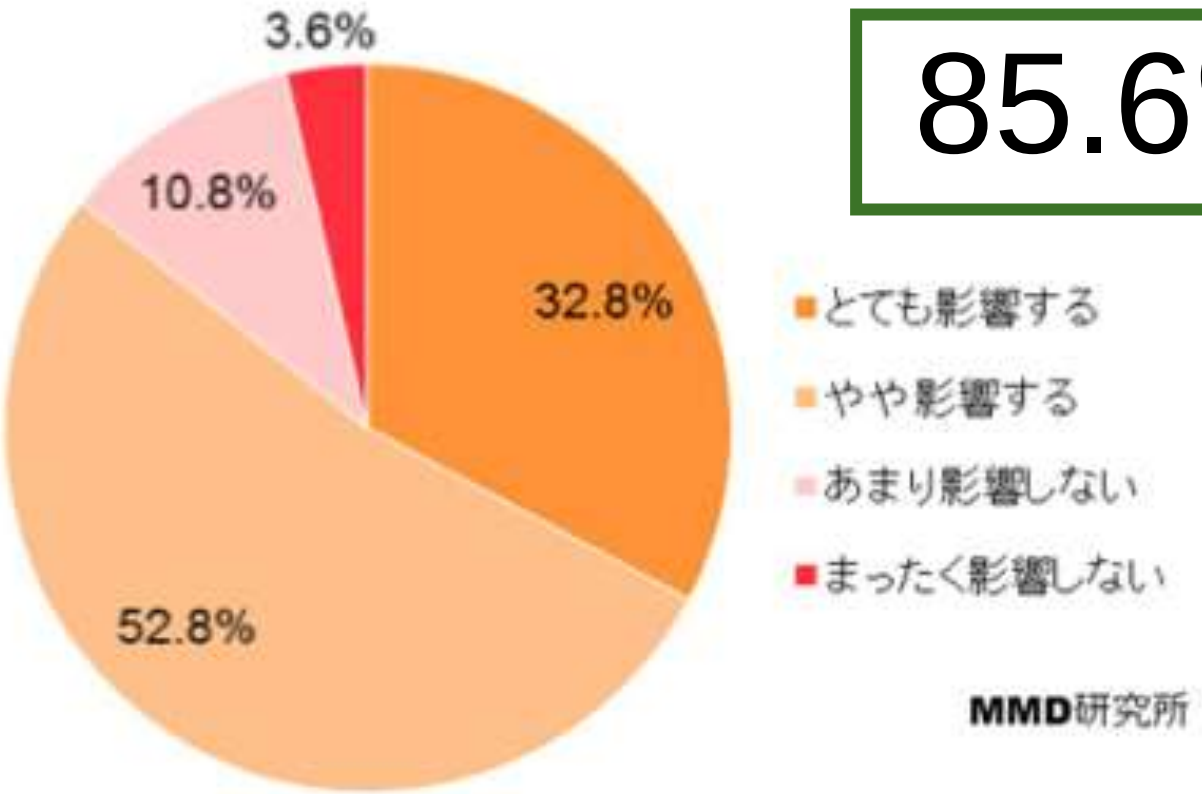
料理をする理由は節約と健康



楽天リサーチ
https://research.rakuten.co.jp/report/20161220/

割引券の効果　新規購入

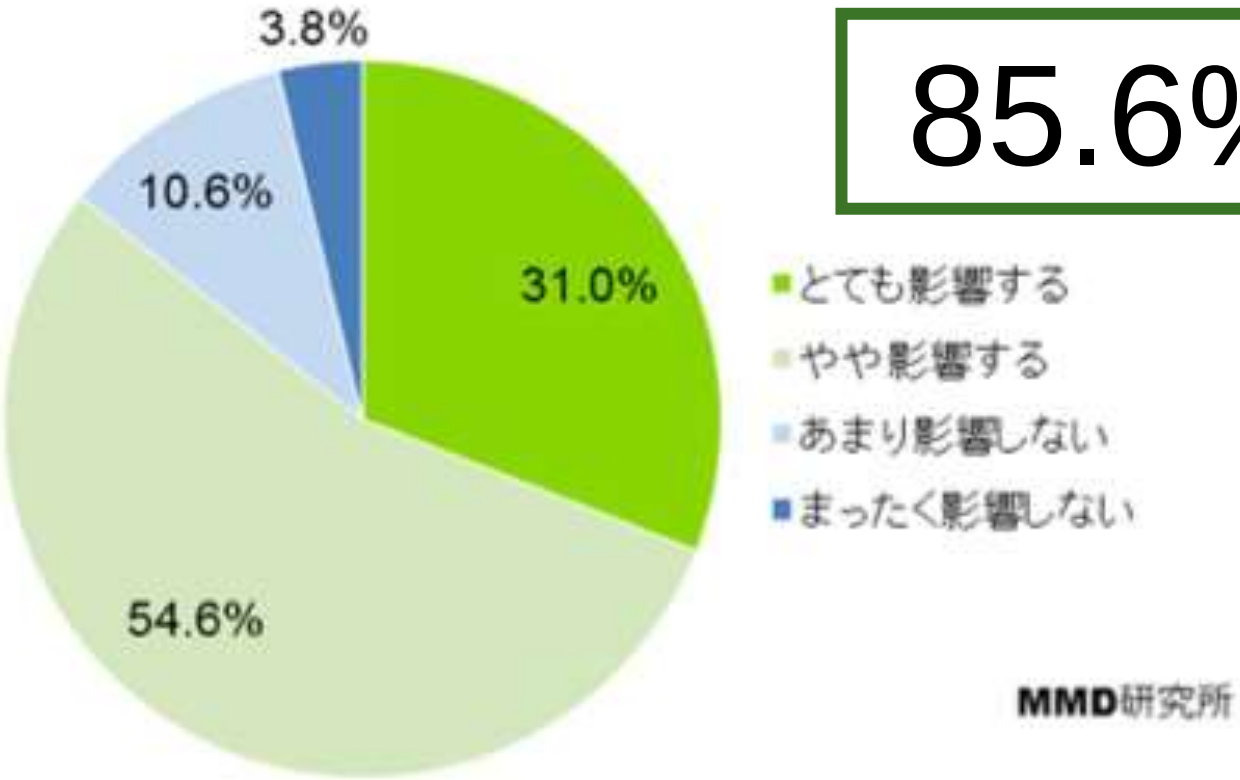
● クーポンがあることによる新規購入・申込の影響度



85.6%

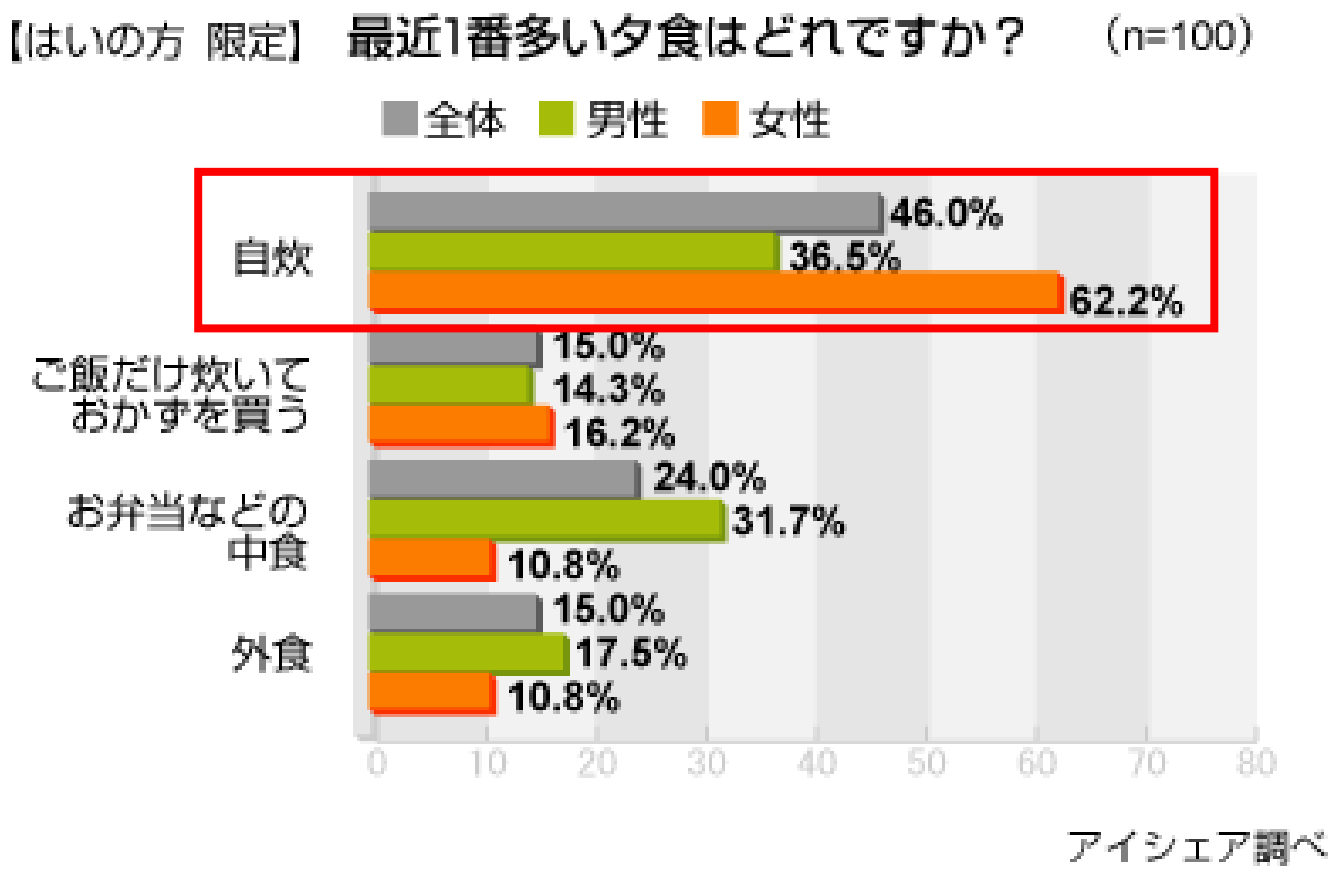
割引券の効果　継続購入

● クーポンがあることによる継続購入・申込の影響度



85.6%

一人暮らしの自炊割合は高い



企業が本当に
提携してくれる？

提携先が本当に提携してくれる？

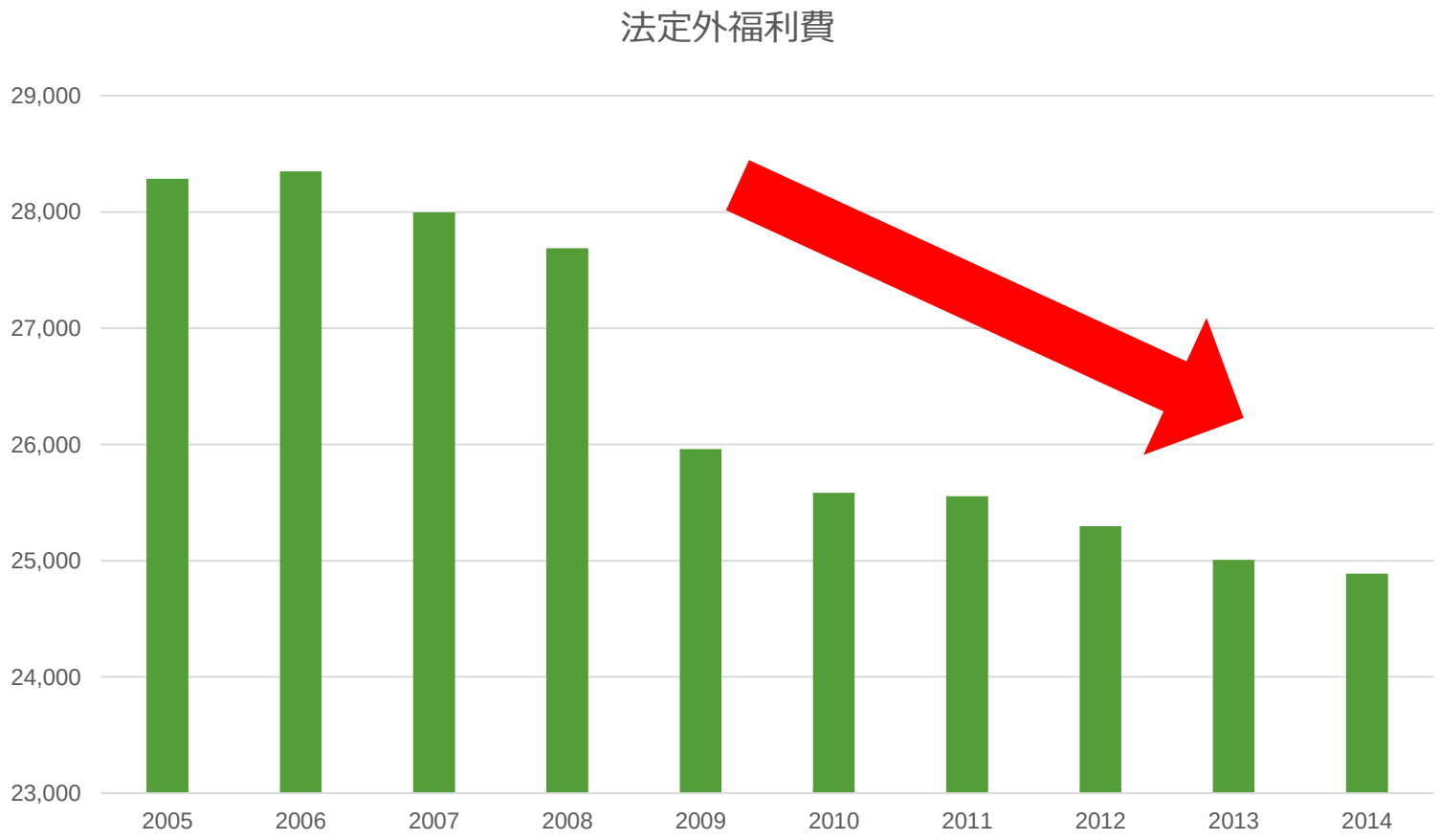
1、コスト面でメリット！！

2、バランスの良い夕食提供で
健康へのニーズに応えてる

3、会社員が健康なことは企業
にとってもメリット

1、コスト面でメリット！

企業は、法定外福利費抑制したい！



日本経済団体連合会
「福利厚生費調査結果報告」

- アウトスーシングする会社→仲介役
- プレコフーズは直接企業と提携する！！

仲介手数料かからない

割引制度

800円のうち　　750円→会社員
　　50円→企業

企業の給食に対する福利厚生費平均一人当たり
1861円/月

プレバリーでは…
50円×2.49人×週3日×4＝1494円/月

企業が負担する額、平均より低い！！

2、バランスの良い夕食提供で
健康へのニーズに応えてる

健康面への企業のニーズがある

法定外福利費に占める「ヘルスケアサポート」「医療施設等」の比率推移

ヘルスケアサポートの割合増加

日本経済団体連合会
「福利厚生費調査結果報告」

どんな福利厚生行われている？

- 昼食に関する栄養面のサポートは行われている！

- しかし、夕飯など家で作る料理に関する栄養管理行われていない…

プレバリーは家で作る料理の栄養面考えている！！

3、会社員が健康なことは
企業にとってもメリット

健康経営

企業価値UP

→・健康的な従業員で収益性向上

（生産性の低下・医療費の増大の防止）

・健康な従業員またはその家族のニーズUP

・CSR活動

http://business.nikkeibp.co.jp/article/report/20130405/246208/

宣伝方法

宣伝方法

拡散
マーケティング

Facebook

きっかけ

Office de 屋台

会社員へ
知ってもらう

無料配布

オフィス街de屋台

目的：会社員の方々にプレコフーズの名前
BtoEの事業内容を知ってもらう！

オフィス街de屋台

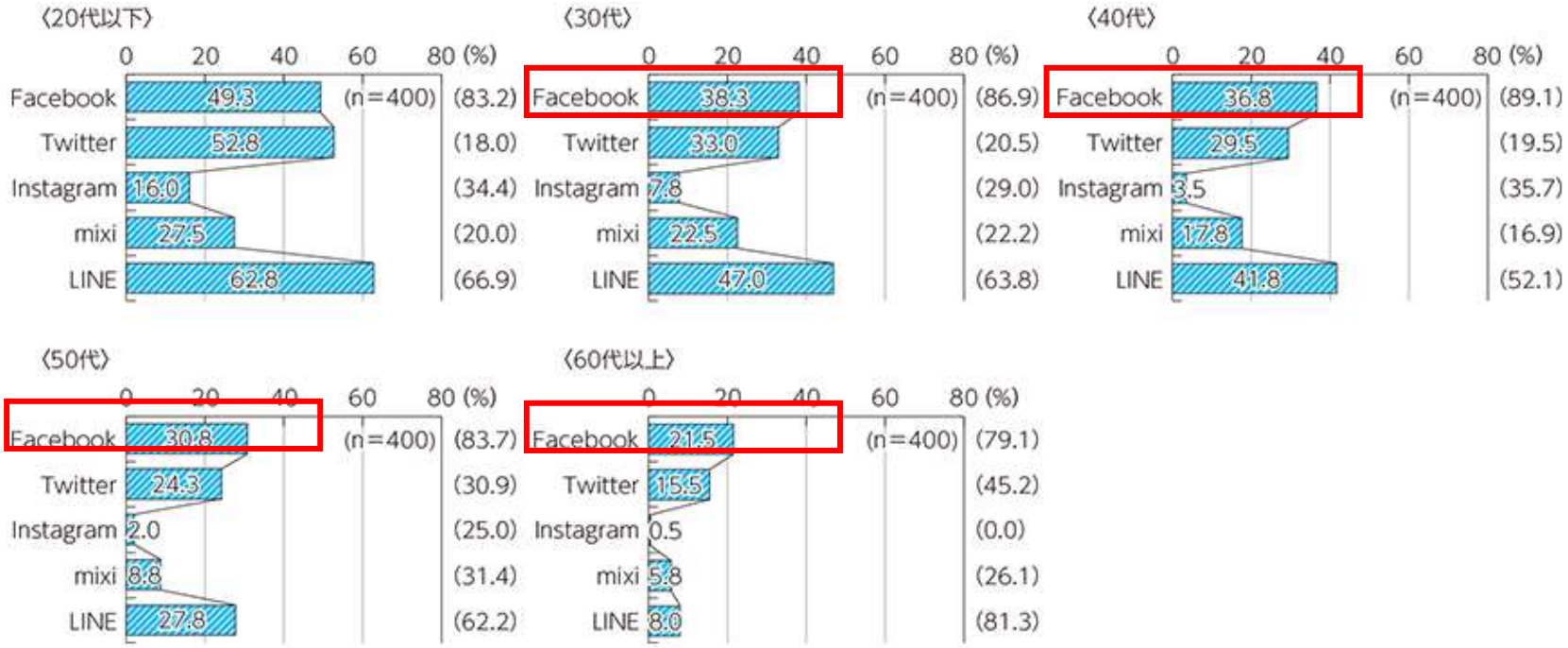
広告内容

・キッチンカーを使い様々な場所で
・料理パックを実演、試食！
・１週間に１回程度実地

千代田区でデモをする場合‥
２４４００企業が集まっている！！

クモノス
https://kmonos.jp/city.html?city=131016

Facebookで料理セットの動画配信

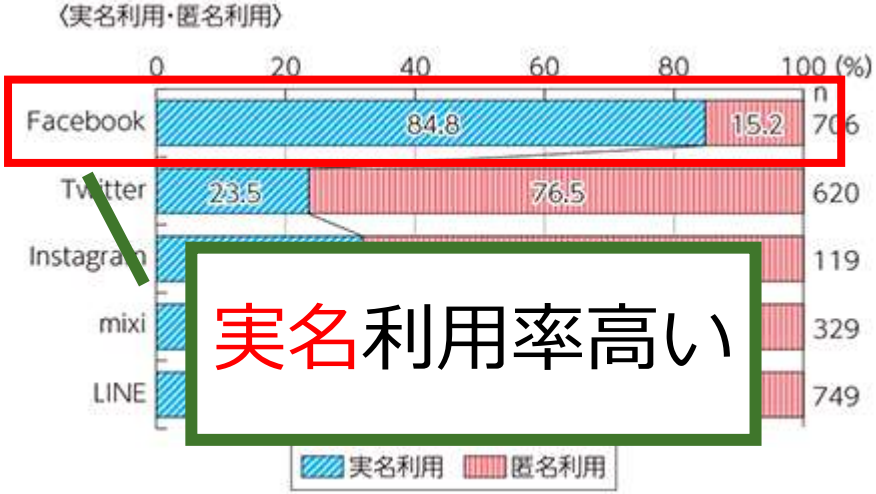


働く世代のFacebook利用率高い

（出典）総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」（平成27年）

Facebookで料理セットの動画配信

図表4-2-2-4　実名利用率



実名利用率高い

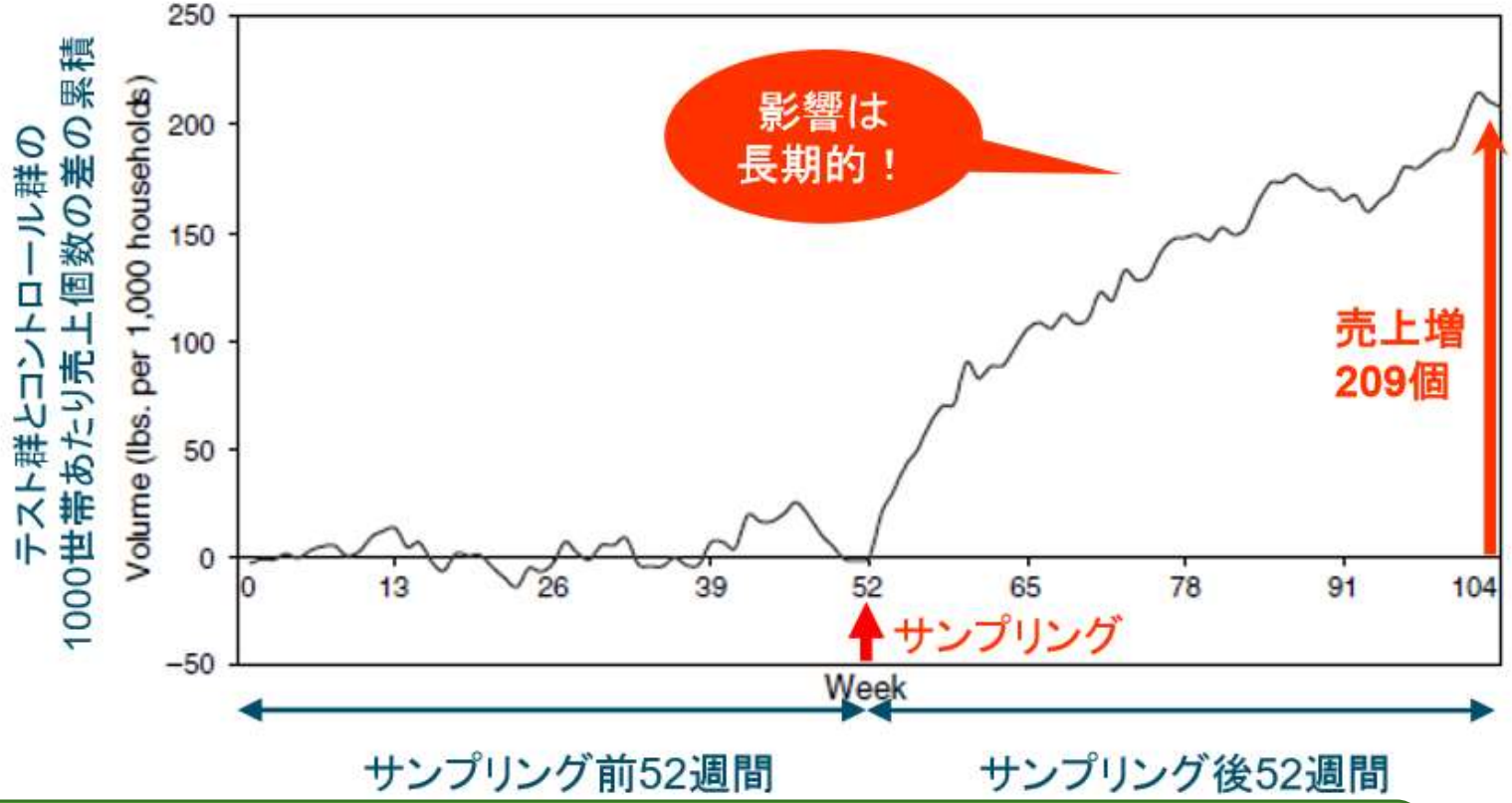
インサイトという
アクセスデータ分析
ツール

マーケティングでき
営業に回るときの役に立つ

（出典）総務省「社会課題解決のための新たなICTサービス・技術への人々の意識に関する調査研究」（平成27年）

無料配布

Figure 1 Experiment 1: Adjusted Cumulative Difference (Test-Control) in Sales Volume per 1,000 Households



長期的な影響！！

Bawa, K. & Shoemaker, R. (2004) “The effects of free sample promotions on incremental brand sales.” Marketing Science, 23(3), pp.345-363.

タイトル

No PRECO, No better life!! For business person

GL101クラス・班番号：川崎先生　1班

チーム名：ざきやまふぁみりー

メンバー：小屋優花　山崎春輝　岸本陽貴　竹内千尋　青木千愛里

アイデアの概要

（実施内容を具体的に）

宅配サービス

・会社に設置したロッカー型の冷蔵庫に即日配達

・注文方法はケータイアプリ

・配達内容は、現在プレコが取り扱っているものに加え、料理パック

＋

ポイント制度

・社員にポイントを付与
ex)朝活、健康診断、

・そのポイントでいろいろな特典もらえる
ex)スーパーの商品プレゼント、都内飲食店割引券

ニーズ

・買い物に行く時間がない
・健康でいたい
・休日にリフレッシュしたい
・会社員に健康でいて欲しい
・会社員に働く意欲を沸かせたい

事業領域（複数○可）	B to B	B to C	その他
肉		○	○
魚		○	○
野菜		○	○
その他		○	○

ターゲット

B to E を行って社員の暮らしの向上と働く意欲を沸かせたいと思っている都内の企業
その会社員

顧客への提供価値

・買い物の時間を省ける
・新鮮で安全な食材
・休日の娯楽
・社員の意識向上

ビジネスの仕組み（活用するリソースを明記）

BtoEを行いたいと思っている企業と連携

↓

夕方空いている配送トラック

↓

細かい加工、少量配達

↓

料理キットと生鮮など販売

↓

収益拡大

収益の流れ（どのように売上300億円を達成するのか？）

BtoEスーパーによる売り上げ
企業に買ってもらう社員へのプレゼントの売り上げ