

---

---

# トー屋

— 課題挑戦型インターンシップ —

千葉雄太 須藤拓馬 熊川隆志 児玉一真 小松海琴

---

---

# 目次

① 背景

② 解決案

③ 目的

④ サービス内容

⑤ サービスの流れ

⑥ メリット

⑦ 問題点

⑧ 結論

# 背景

エコ米の認知度が低い

→どう認知度を上げるか

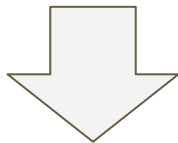
エコ米を買う人が少ない

→エコ米をおいしいと宣伝する必要がある

# 解決案



**エコ米を紹介しよう！**



**WEBページによる認知度upを提案**

# 目的

①エコ米の認知度UPを狙う



②ト一屋のリサイクルプロジェクトの取り組みを認知してもらう

③エコ米及びエコ米を使用した商品をより買ってもらう



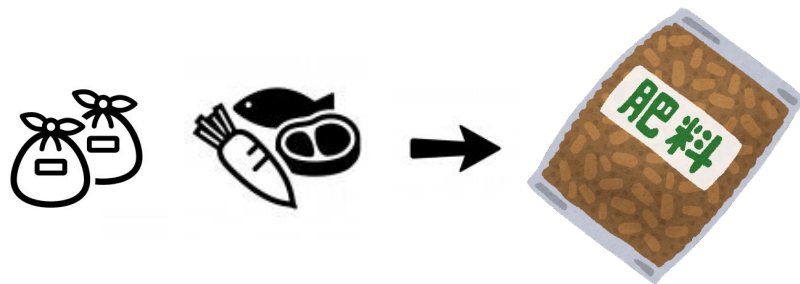
# 取り組み内容

## 取り組みのweb掲載



- ・取り組みの掲載
- ・紹介動画の掲載

## 肥料作成の過程

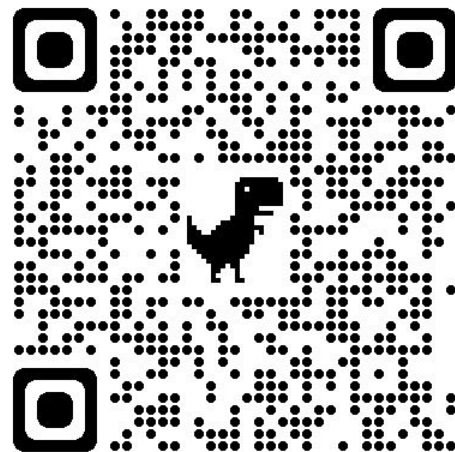


- ・肥料が造られる過程を分かりやすくゲームで説明

# 作成した成果物

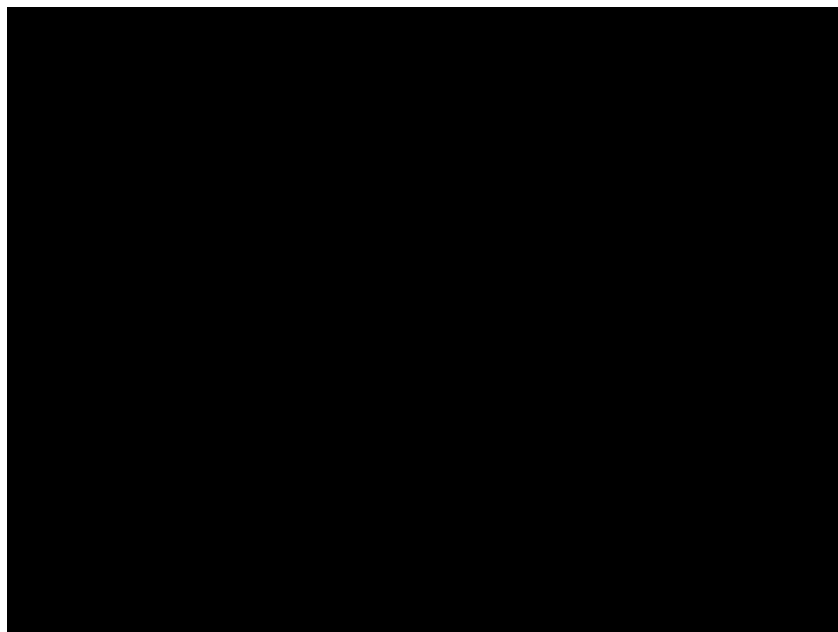
Webページ URL:<https://www.yatex.org/gitbucket/c119073-taka/internship/pages/ecomai.html>

エコ米の作成過程をゲーム感覚で体験できる  
Webページを作成



# 作成した成果物

**紹介動画** エコ米プロジェクトについてまとめた紹介動画を作成





# 成果物の内容

## ○取り組みの掲載

- ・トー屋のエコプロジェクトの取り組みを掲載

## ○紹介動画の掲載

- ・取り組みやその成果の内容。
- ・わかりやすい端的な内容

# 成果物の内容

- 肥料作成の過程をわかりやすくゲームに
  - ・文章ではなく視覚に訴える
  - ・感覚的に内容を学べる
  - ・楽しみながら学べる
  - ・誰でも学べる



# メリット

誰でも見れる

コスト0

エコ米についての情報が  
わかる

製造工程を知ることが  
できる

トー屋さんの情報を得る



# 問題点

## ○WEBページに訪れない

- ・自主的にWEBページを見に来る人がいない可能性がある

→WEBページのQRコードを店に張ってもらう

## ○味がわからない

- ・WEBページを訪れても味がおいしいのかわからない

→店で試食や他の米を買った時のおまけとして食べてもらう

# 結論

WEBページを使って  
エコ米の認知度、売上の向上を狙う