



糸島ファームtoテーブル

～全国に糸島の食材を～

(写真は糸島市及び㈱KADOKAWA提供)

1 糸島市の概要



福岡市中心部
から30分



食



自然



体験

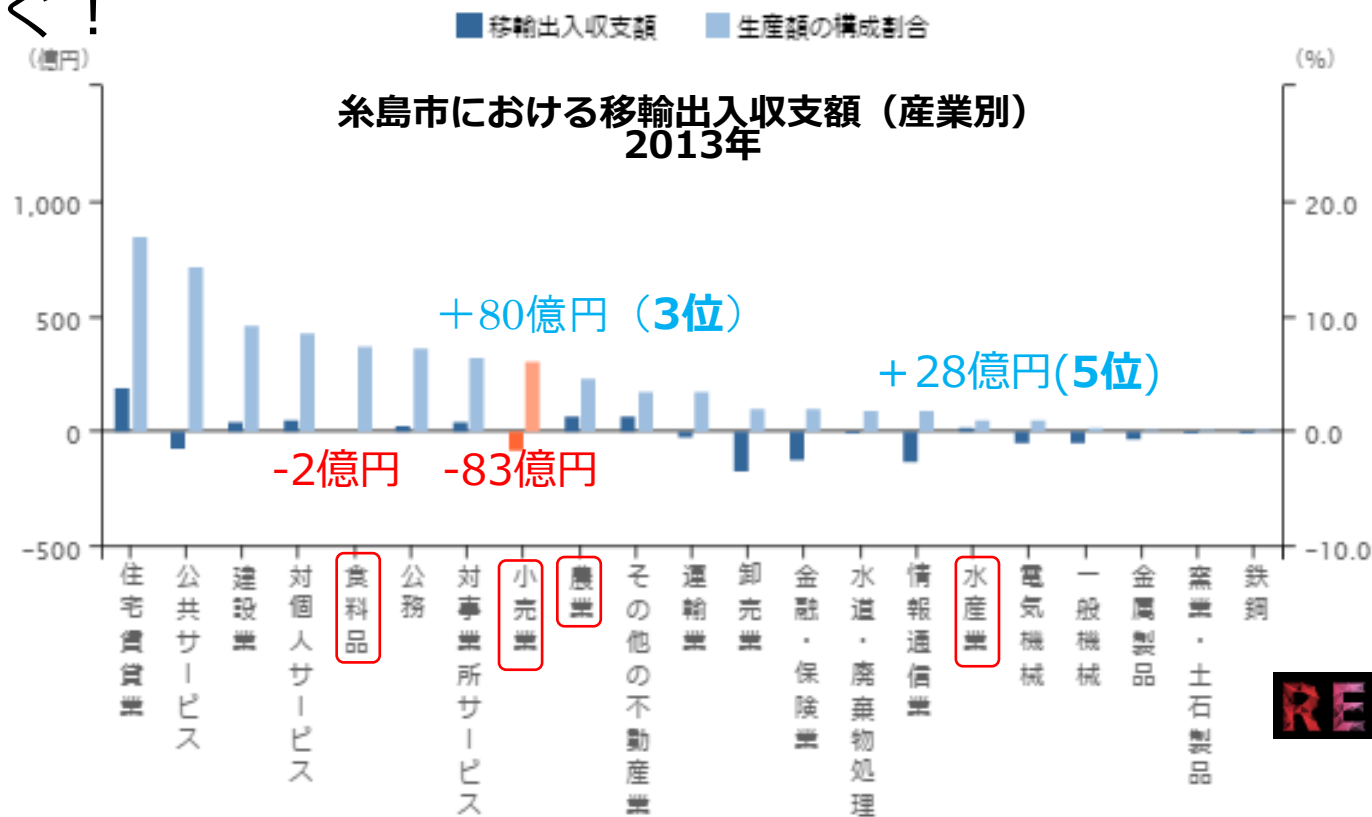


歴史

(マップ、写真とも糸島市提供資料)

2 課題認識のきっかけ

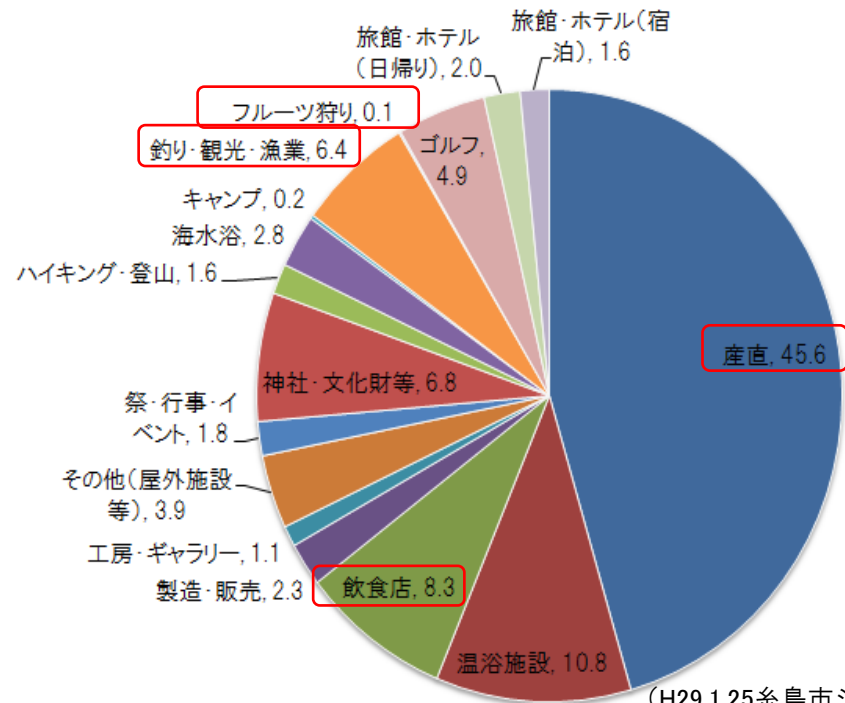
食料品製造業、小売業は移輸出入収支額マイナス。農水産業は外貨を稼ぐ！



3 課題認識

「食材」は一定の評価だが・・・近隣にとどまる。

平成27年 項目別観光入込客



平成27年 項目別観光入込客の要素分類

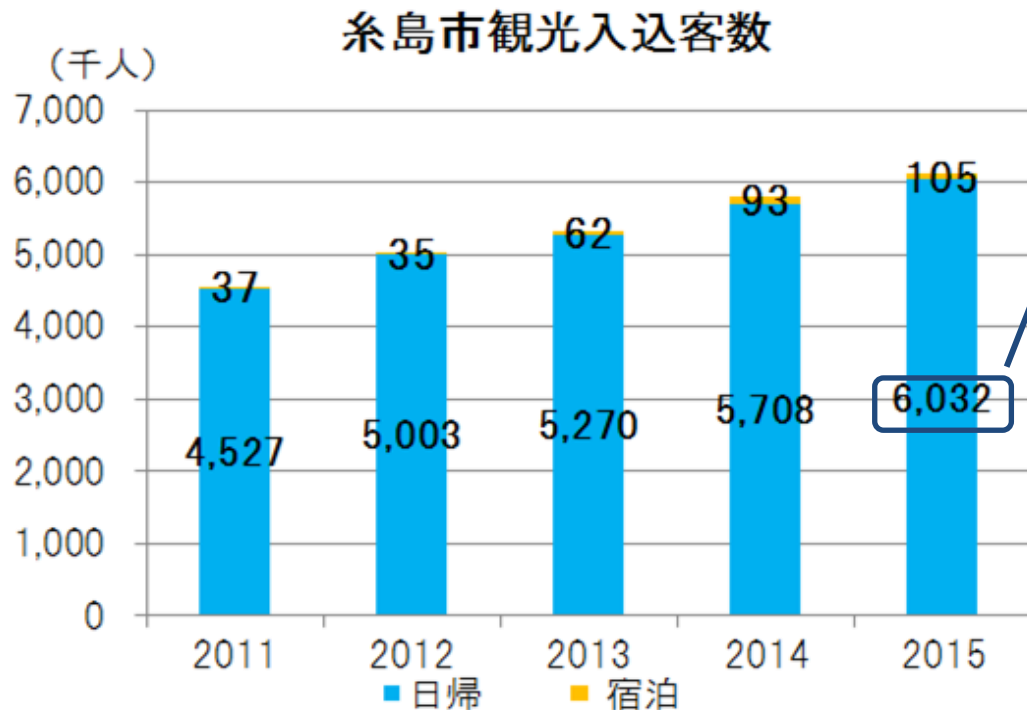
要素	内容	割合
食	産直、観光漁業（カキ）、飲食店、フルーツ狩	60%
文化	祭、神社、工房、ゴルフ	20%
自然	海水浴、登山、キャンプ	5%
気候	釣り、キャンプ、カキなど他の要素と組み合わせ	—

(D・アトキンソン「新・観光立国論」から筆者作成)

(H29.1.25糸島市シティセールス課記者会見資料)

3 課題認識

「食材」は一定の評価だが…近隣にとどまる。



観光客の **98%** が日帰り

(福岡県観光入込客推計調査から筆者作成)

3 課題認識

「食材」は一定の評価だが・・・近隣にとどまる。

もっともっと多くの人に 糸島食材を食べてほしい！



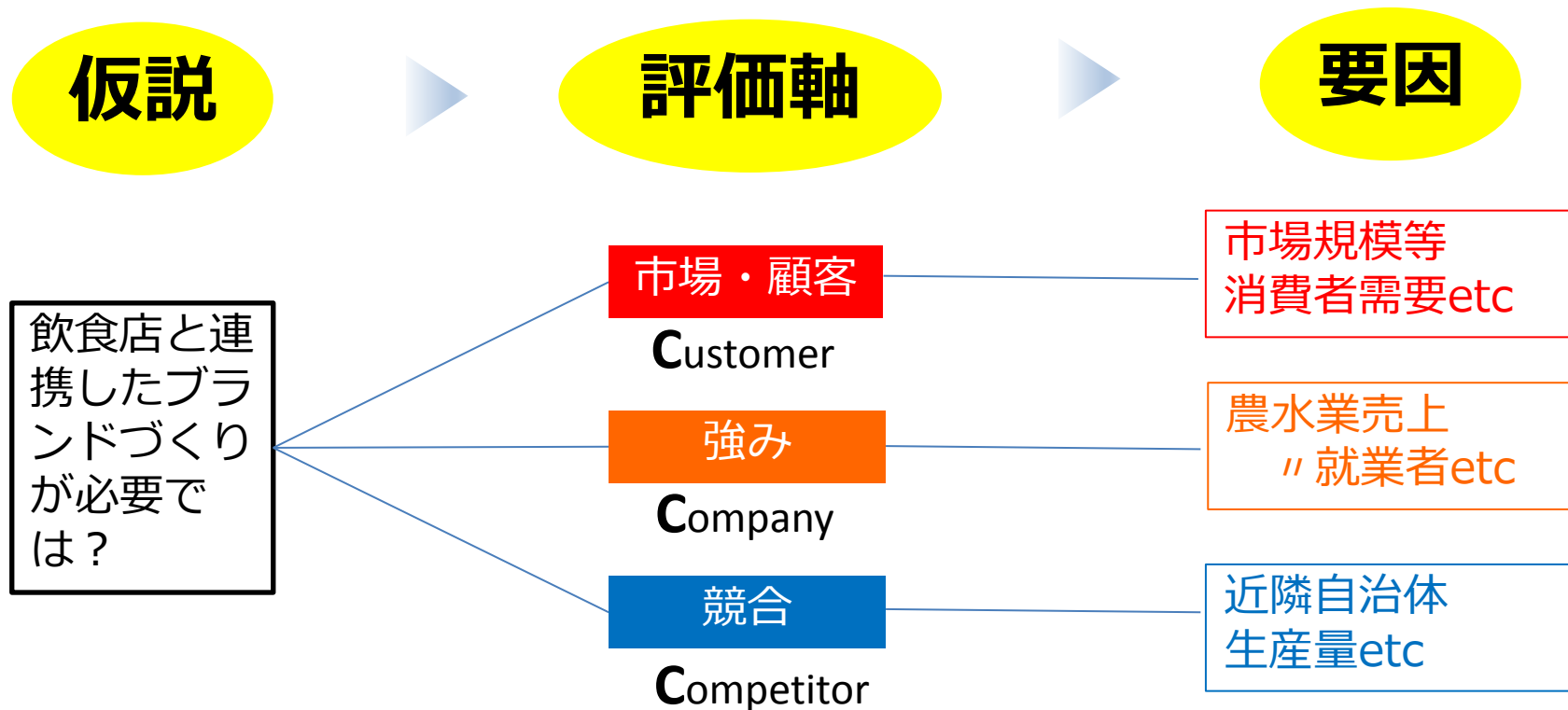
4 仮説の設定

農水産品のブランドづくりでは、
飲食店などのサービス提供が効果が高いのでは？

項目	百貨店など	飲食店、ホテルなど
鮮度	遠方ほど不利	調理するため緩和
価格	価格を付加しにくい	料理として価格を付加しやすい
認知	店頭で競合が多く認知困難	店内表示、メニュー等で認知しやすい
物語性	販売員が個別に説明しにくい	シェフによる説明が可能
情報拡散	顧客層の年齢が高く効果が少ない	若年、勤労世代はSNS等の効果が高い
使用頻度	展示会などが主で、定番採用が少ない	旬に合わせて食材を通年で使用可能
多様性	採用水準が高く、紹介の幅が狭い	技術・品質管理され、広く生産者を紹介可能

5 分析ストーリー

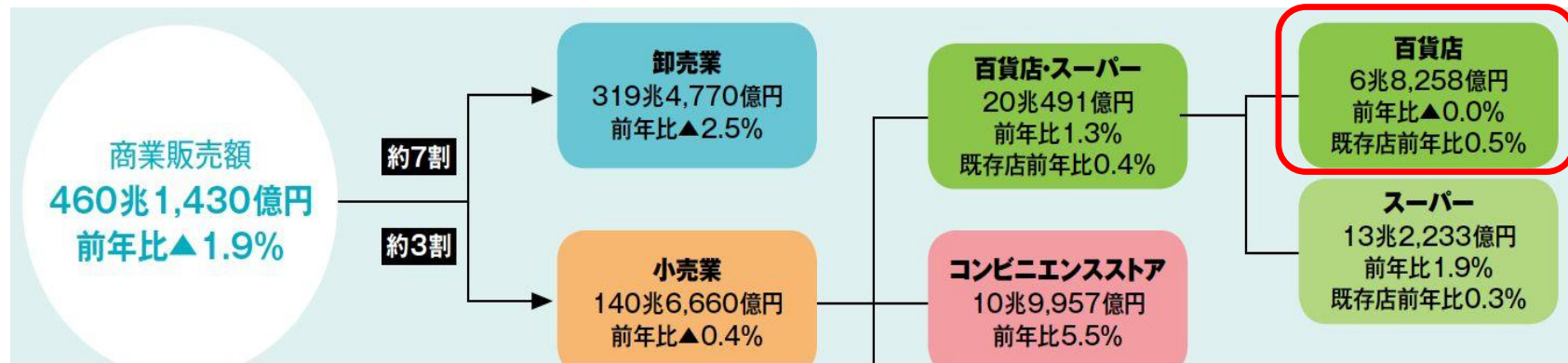
3つのC「市場・顧客、強み、競合」に沿って分析。



6 市場の動向

市場
顧客

伸びてるのは・・・

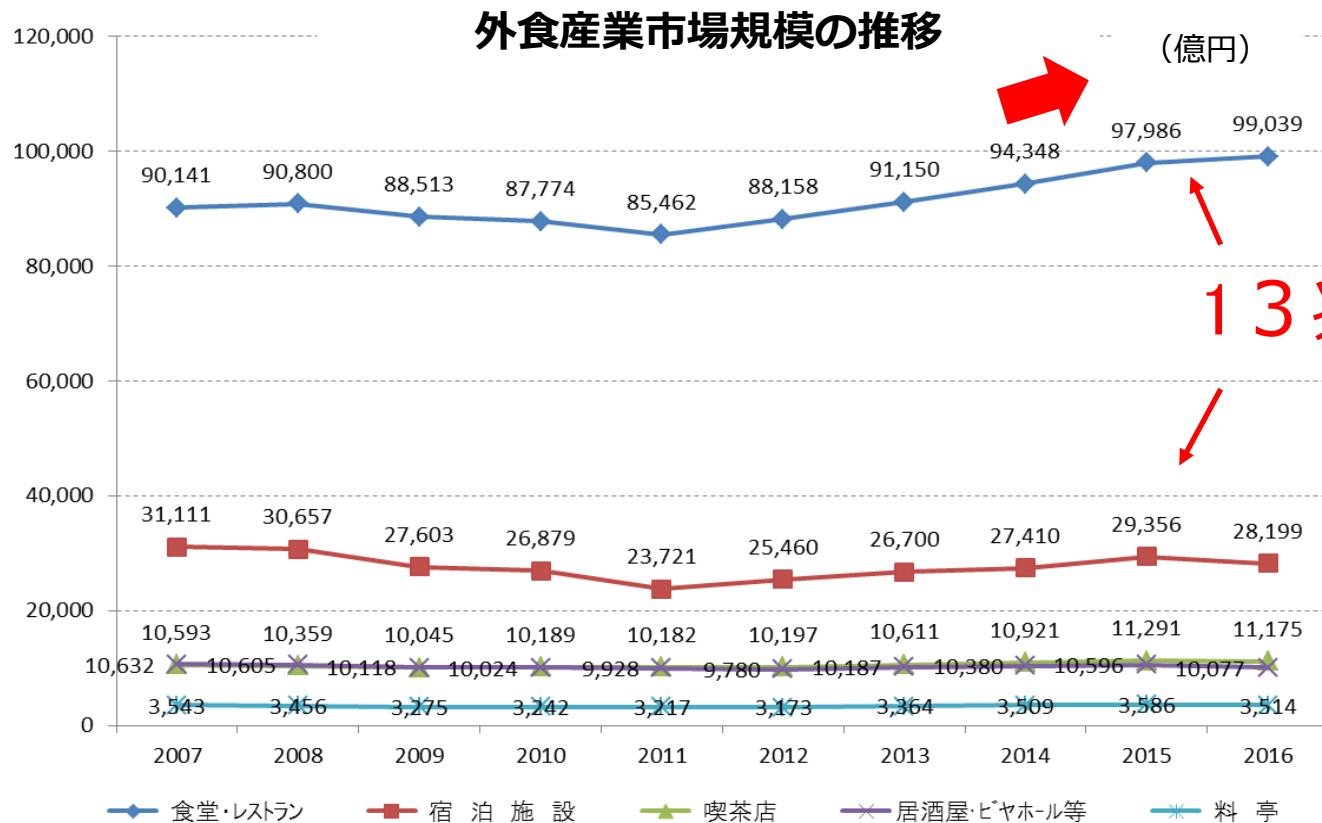


(月刊事業構想2016年7月号)

7 外食産業の市場動向

市場
顧客

外食の需要は増え、特にレストランの伸びは大きい。



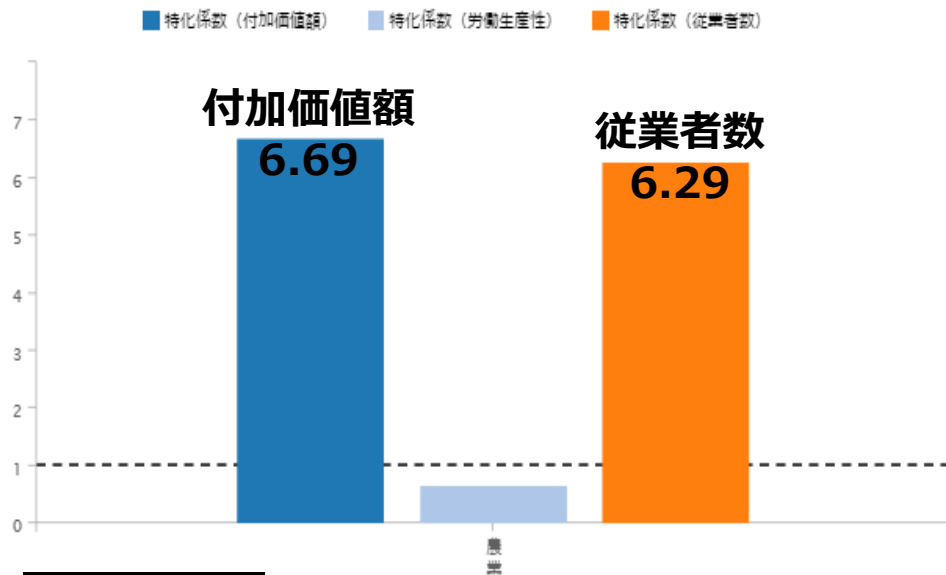
(一般社団法人 日本フードサービス協会HPから筆者作成)

8 強みを見つける

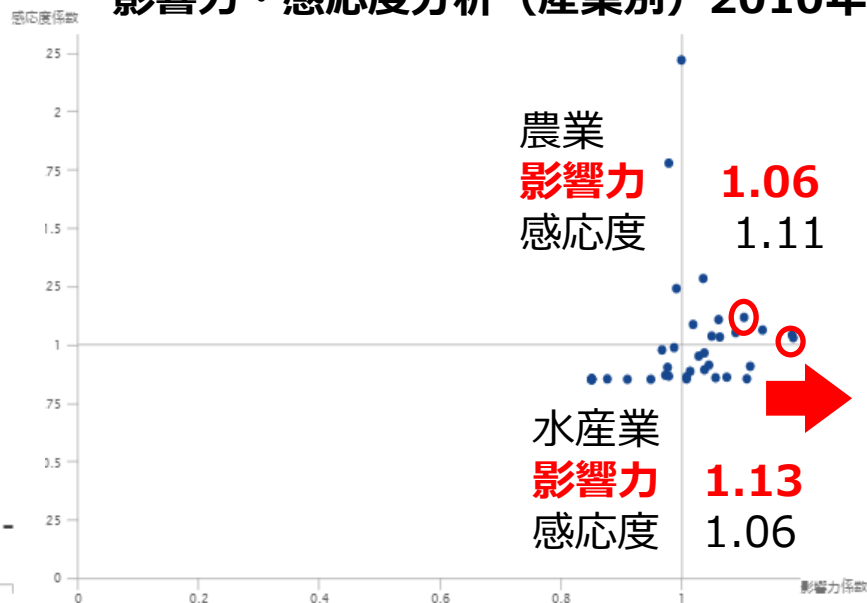
強み

糸島市の農業は付加価値額が全国平均の6倍以上！
牽引力も平均より高く、他産業への波及効果も見込める！

産業別特化係数（農業）2012年



影響力・感応度分析（産業別）2010年

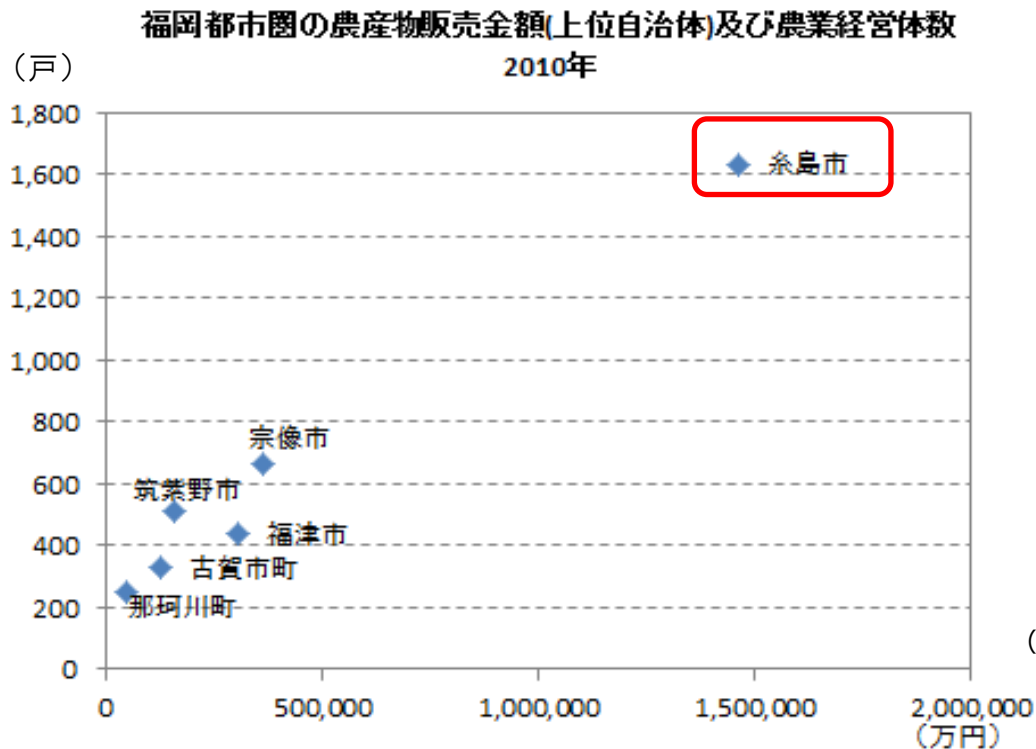


9 差別化のポイント

競合

強み

生産量、生産者が多い。多種の生産物が一気に手に入ることが糸島市の差別化ポイント！



(R E S A Sから筆者作成)

9 差別化のポイント

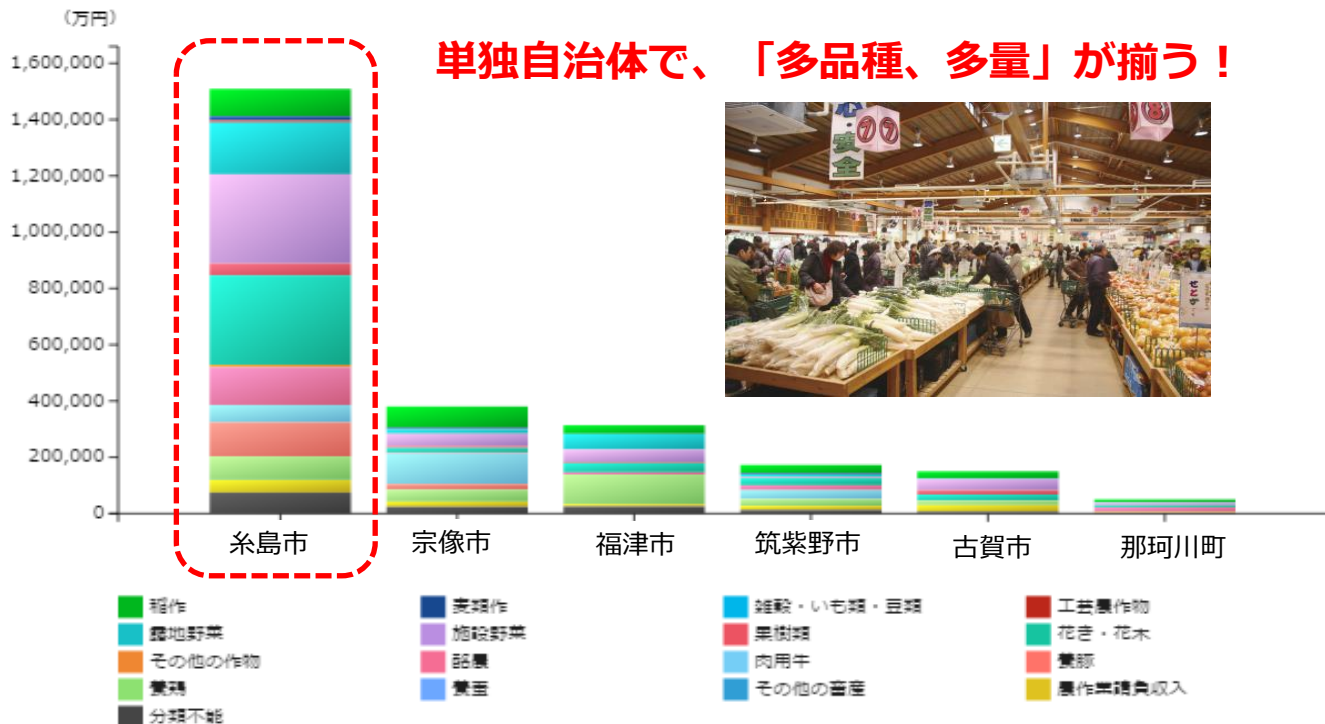
競合

強み

生産量、生産者が多い。多種の生産物が一気に手に入ることが糸島市の差別化ポイント！

糸島市

稲作	97,510万円
麦類作	14,375万円
雑穀・いも類・豆類	785万円
工芸農作物	6,690万円
露地野菜	183,890万円
施設野菜	317,095万円
果樹類	42,435万円
花き・花木	317,255万円
その他の作物	9,585万円
酪農	133,500万円
肉用牛	61,745万円
養豚	120,900万円
養鶏	83,465万円
養蚕	510万円
その他の畜産	150万円
農作業請負収入	44,600万円
分類不能	74,560万円



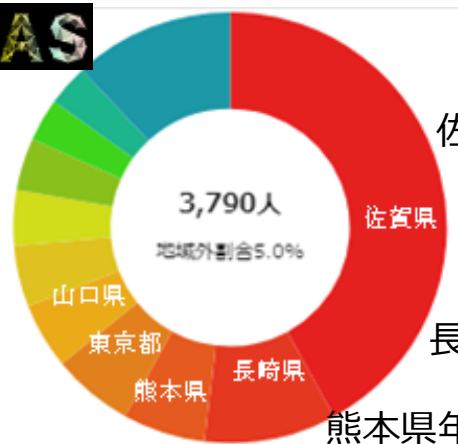
RESAS

10 連携先の発見

競合

近隣県は多いことがわかっていたが、遠方では東京からの流入が4番目に高く、糸島市の東京での知名度向上が伺える。

RESAS

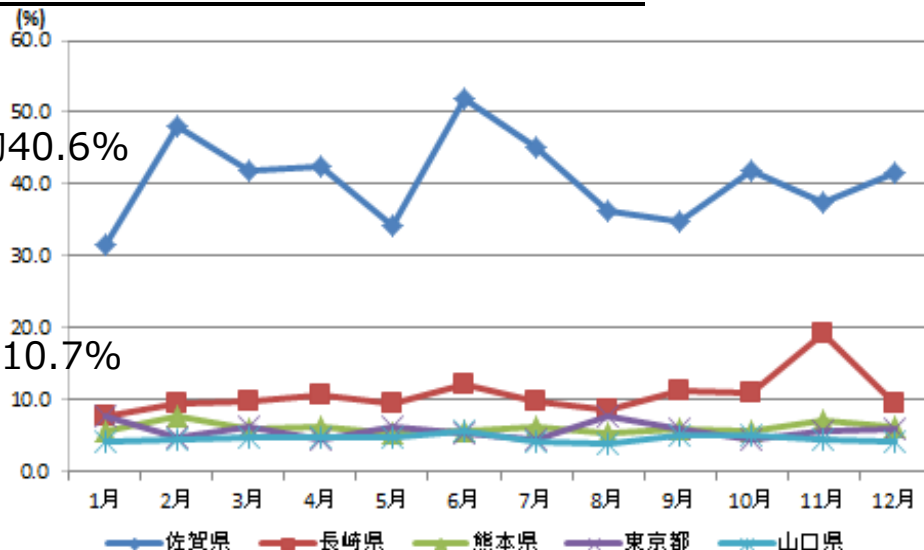


佐賀県年平均

長崎県年平均

熊本県年平均

東京都年平均



2015年東京からの月平均滞在人口の比較（福岡市に隣接する県内自治体）

（上図、下表はRESASから筆者作成）

自治体名	糸島市	筑紫野市	春日市	大野城市	宗像市	福津市	古賀市
滞在人口	234人	230人	184人	174人	200人	145人	104人

11 東京の飲食市場

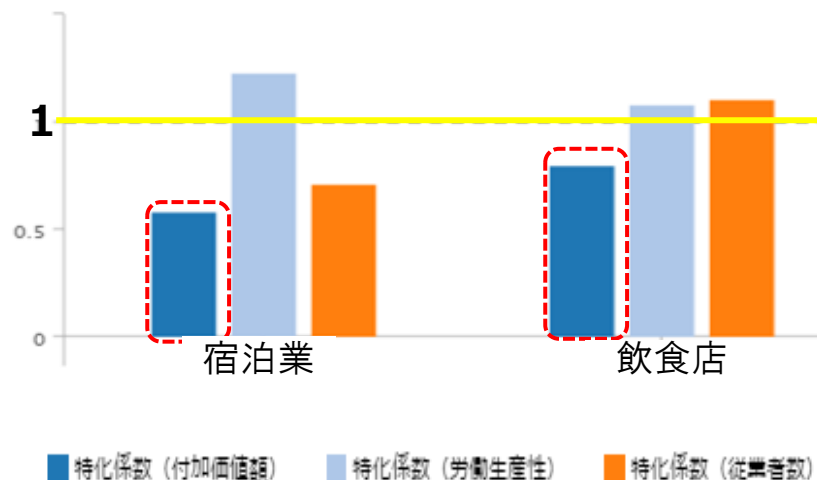
市場
顧客

東京で2番目に多い業種。全国平均より稼げていない。

2014年事業所数（事業所単位）東京都653,819事業所



産業別特化係数2012年
宿泊業、飲食サービス業



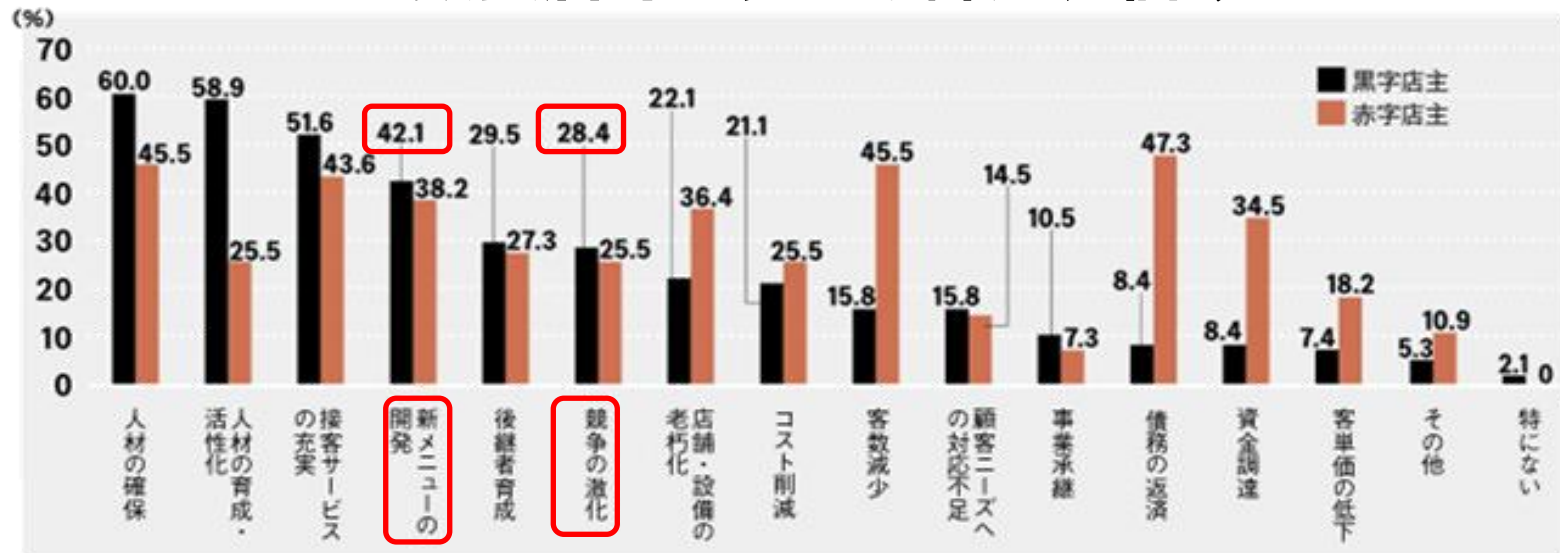
RESAS

12 飲食店オーナーのニーズ

市場
顧客

飲食店オーナーの大きな課題は「新メニューの開発」、
「競争の激化」**差別化**を図るものがほしい！

飲食店オーナーの課題、悩み



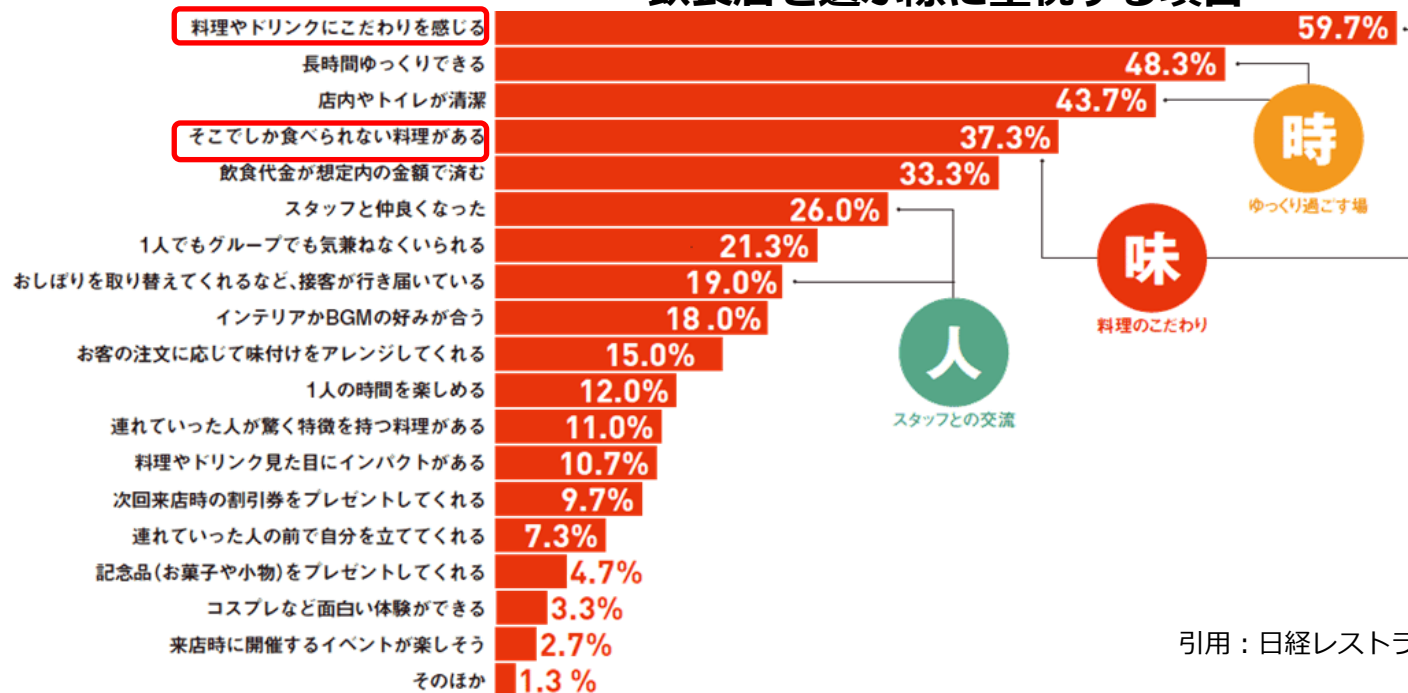
(引用：日経レストランONLINE)

13 消費者が飲食店に求めるもの

市場
顧客

約60%が「料理やドリンクにこだわりを感じる」、約37%が「そこでしか食べられない料理がある」と回答。**料理の差別化**が重要！

飲食店を選ぶ際に重視する項目

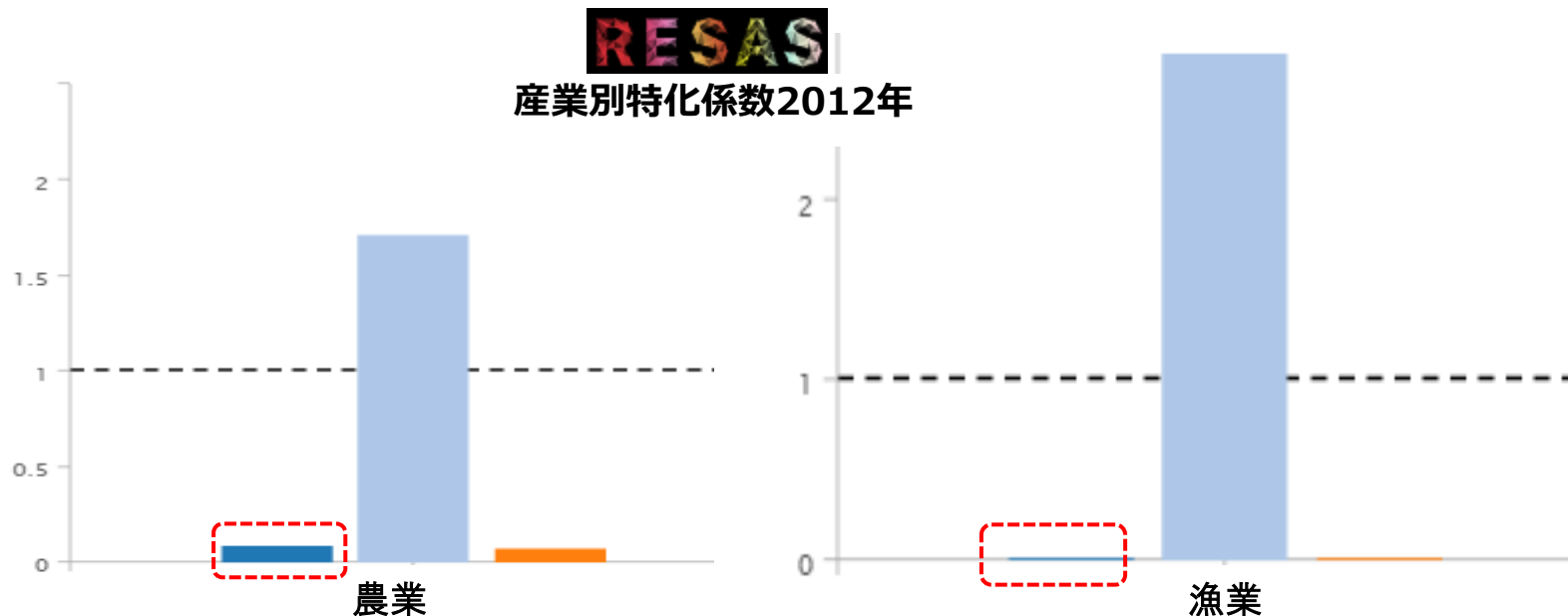


引用：日経レストランONLINE

14 食材での差別化の難しさ

市場
顧客

食材で差別化したくても、東京の農業・漁業の付加価値額は「0」に近く、市場などの仕入れに頼るのみ。



15 仮説検証のまとめ

飲食店に対して各種データ分析を行い、戦略方針を導き出す。



食材

- ✓ 農水産物が豊富、競争優位
(販売額及び従業者数が県内トップ)
- ✓ 福岡での人気・実績



糸島市



飲食店

TOKYO

東京



消費者

- ✓ 外食産業(特にレストラン)の市場は拡大傾向
- ✓ 新メニューで差別化したい
- ✓ 糸島への来訪者が多い
- ✓ 飲食店間競争が激しい
- ✓ 農業・漁業の付加価値が低い
- ✓ 料理へのこだわりや、ここだけの名物を求めている

(写真、市章は糸島市提供、イラストはフリー素材)

強みを「食材」、食材を提供する連携先「飲食店」とし、戦略を立てる

16 戦略方針

飲食店に対して各種データ分析を行い、戦略方針を導き出す。

糸島食材



- ✓ 農水産物が豊富、競争優位
(販売額及び従業者数が県内トップ)
- ✓ 福岡での人気・実績

強み

提供

宣伝



TOKYO 飲食店



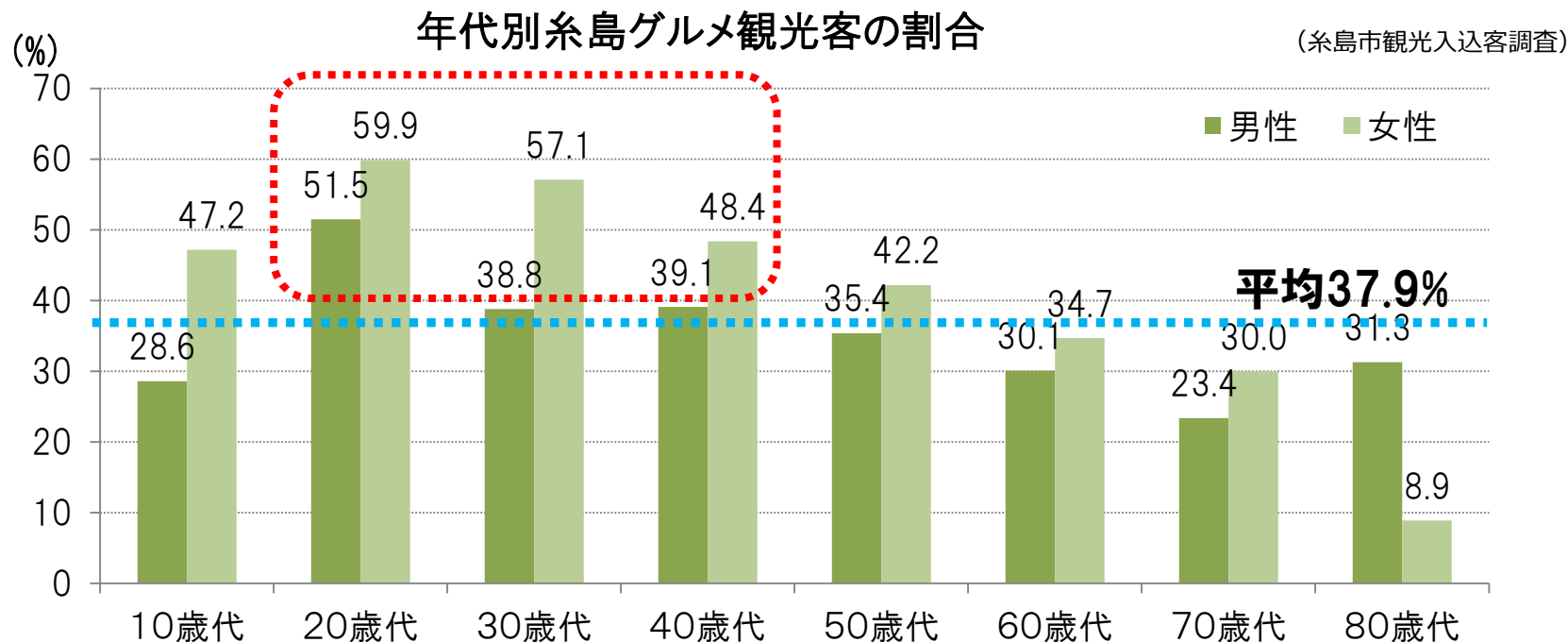
- ✓ 外食市場(レストラン)は拡大傾向
- ✓ 料理のこだわりが求められる
- ✓ 競争に苦しむ
- ✓ 新メニューで差別化したい

?

17 グルメ訴求に効果的な宣伝方法を検討

入手可能なデータで代替。

糸島グルメ観光の成功事例を活用！



18 糸島市に訪問したきっかけ

「雑誌」と「ネット・SNS」を組み合わせ、
「口コミ」を誘導する手法が効果的！？

単位: %

糸島市を訪問したきっかけ (調査地点区分別、性・年齢別)		全 体 (回 答 数)	テ レ ビ 番 組	ラ ジ オ	新 聞 記 事	雑 誌 ・ ガ イ ド ブ ック	フ リ ー ペ ー パ ー	シ ・ パ ン フ レ ッ ト ・ チ ラ	ム ベ ー ジ ・ S N S (ホ ー ム ペ ー ジ ・ B L O G)	親 友 人 や 知 人 の 口 コ ミ ・ 誘 い	旅 行 業 者 の 案 内	仕 事 の 関 係	行 程 の つ い で	そ の 他	無 回 答
全 体		5,084	15.4	0.8	1.9	10.1	0.8	3.1	9.5	33.5	1.8	6.5	17.0	23.1	3.9
調 査 地 点 区 分 別	宮泊	459	12.2	0.7	1.1	6.3	0.2	2.6	4.4	29.2	8.3	18.3	16.8	19.8	3.1
	産直	1,170	12.8	1.2	3.3	6.8	1.3	2.9	2.8	21.0	0.9	5.7	25.4	33.8	5.8
	温泉	403	9.2	1.5	1.0	8.2	0.2	3.0	4.5	30.5	-	1.7	24.3	23.8	9.9
	文化財等	562	19.4	1.2	2.8	12.1	1.1	5.2	15.1	35.8	1.8	3.8	12.6	18.5	6.0
	ハイキング・登山	34	17.6	2.9	5.9	20.6	-	8.8	5.9	35.3	-	2.9	-	44.1	2.9
	飲食	1,087	14.8	0.4	1.7	11.3	0.9	3.2	13.6	41.5	1.0	6.9	16.5	13.3	2.1
	製造・販売	389	29.8	0.8	0.8	12.3	0.5	3.9	14.1	42.7	1.0	3.1	10.5	15.2	1.0
	海水浴	105	17.1	1.0	1.9	21.0	-	-	29.5	41.0	-	13.3	2.9	13.3	3.8
	キャンプ	6	-	-	66.7	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3	-
	ゴルフ	222	9.5	0.5	-	8.6	-	1.4	4.5	36.9	-	9.9	3.2	59.9	0.9
	工房	278	17.6	-	0.7	15.1	1.1	4.7	13.3	35.6	1.4	4.7	18.3	11.2	1.1
	その他	349	16.3	0.6	0.6	12.0	0.3	0.9	12.3	39.8	0.3	6.0	10.3	25.5	1.7

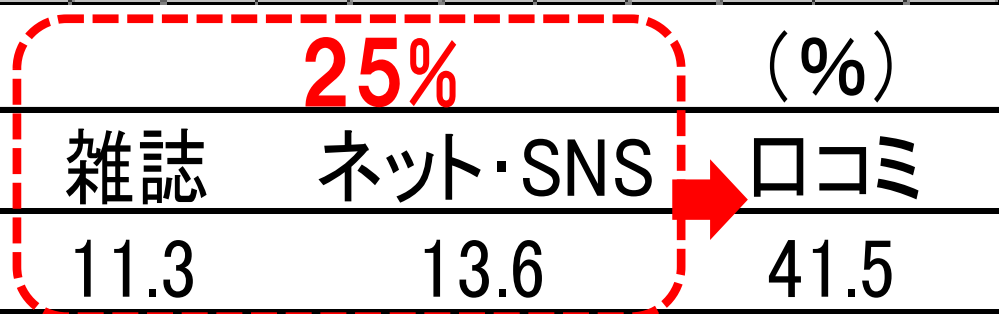
(糸島市観光入込客調査)

18 糸島市に訪問したきっかけ

「雑誌」と「ネット・SNS」を組み合わせ、
「口コミ」を誘導する手法が効果的！？

単位: %

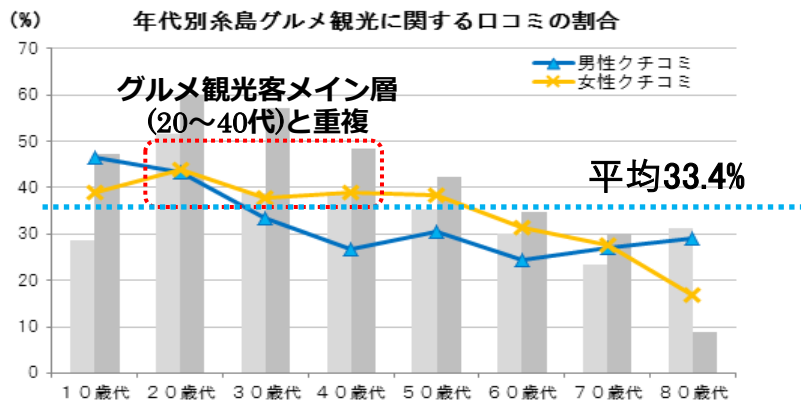
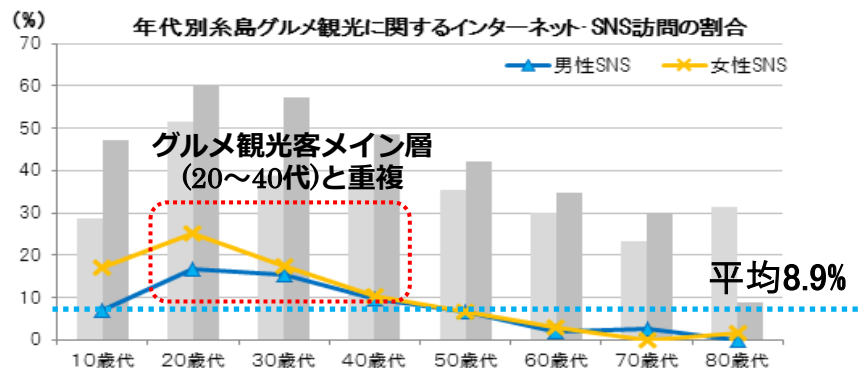
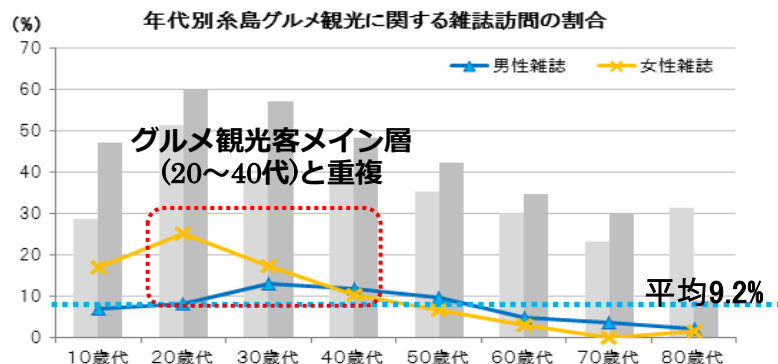
糸島市を訪問したきっかけ (調査地点区分別、性・年齢別)		(全 体 回 答 数)	全 体	テ レ ビ 番 組	ラ ジ オ	新 聞 記 事	雑 誌 ・ ガ イ ド ブ ック	フ リ ー ペ ー ー	シ ・ パ ン フ レ ッ ト ・ チ ラ	ム ベ ー ジ ・ S N S ・ ホ ー	親 友 人 や 知 人 の 口 コ ミ	旅 行 業 者 の 案 内	仕 事 の 関 係	行 程 の つ い で	そ の 他	無 回 答
全 体		5,084	15.4	0.8	1.9	10.1	0.8	3.1	9.5	33.5	1.8	6.5	17.0	23.1	3.9	
調 査 地 点 区 分 別	宮泊															
	産直															
	温泉															
	文化財等															
	ハイキング															
	飲食															
	製造・販売															
	海水浴															
	キャンプ															
	ゴルフ	222	9.5	0.5	-	8.6	-	1.4	4.5	36.9	-	9.9	3.2	59.9	0.9	
	工房	278	17.6	-	0.7	15.1	1.1	4.7	13.3	35.6	1.4	4.7	16.3	11.2	1.1	
	その他	348	16.3	0.6	0.6	12.0	0.3	0.9	12.3	39.8	0.3	6.0	10.3	25.5	1.7	



(糸島市観光入込客調査)

19 媒体別の効果を検証

雑誌、ネット・SNS、口コミは、グルメ訪問意欲の強い（棒グラフ）20～40代と相性がよい！



20 戦略の決定

マーケティング要素から、食材の「提供」「宣伝」両方を押さえる！

糸島食材



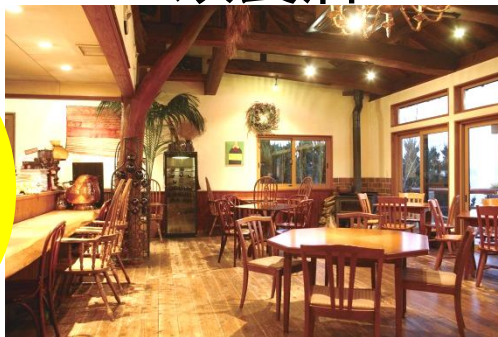
- ✓ 農水産物が豊富、競争優位
(販売額及び従業者数が県内トップ)
- ✓ 福岡での人気・実績

強
み

提
供

宣
伝

飲食店



- ✓ 外食市場(レストラン)
は拡大傾向
- ✓ 料理のこだわりが
求められる
- ✓ 競争に苦しむ
- ✓ 新メニューで差別化
したい

?

20 戦略の決定

マーケティング要素から、食材の「提供」「宣伝」両方を押さえる！

糸島食材



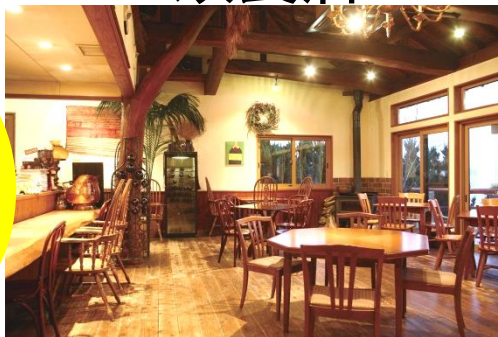
- ✓ 農水産物が豊富、競争優位
(販売額及び従業者数が県内トップ)
- ✓ 福岡での人気・実績

強み

提供

宣伝

飲食店



- ✓ 外食市場(レストラン)は拡大傾向
- ✓ 料理のこだわりが求められる
- ✓ 競争に苦しむ
- ✓ 新メニューで差別化したい

雑誌社



- ✓ グルメ訪問に効果大
- ✓ 年齢層が口コミ誘導につながりやすい
- ✓ 予算効率がよい

21 政策立案

多くの人に糸島食材を食べてもらうため、糸島から東京のテーブルへ。幸せな気持ち、心豊かになれる料理を届ける！

糸島ファームtoテーブル

生産者

福岡の人気食材
多種・多量産品
顔が見える



(写真は糸島市提供及び㈱KADOKAWA提供)

食材提供、イベント出演



糸島の食を紹介する雑誌は多く
関係を構築済



雑誌社

飲食店

新メニュー開発
広告・宣伝



雑誌掲載
イベント開催

ストーリー伝達
生産者交流イベント

消費者

こだわり料理
独自メニュー
安全・安心食材



22 試行

政策案に基づき、シェフを案内。



糸島ファームtoテーブル

～糸島食材で、心も体も癒される～

