

地元米を活用した地方創生

～コウノトリ育むお米で日本を元気に～



神戸大学 保田ゼミ

前迫 優希・七條 耀胤・小濱 直大

豊岡市について



画像提供：豊岡市環境経済部



自身で撮影



写真提供：豊岡市立コウノトリ文化館

現場で得られた知見

豊岡市の農業にとって「コウノトリ米」は重要



ＪＡたじま・兵庫県立コウノトリの郷公園にて

フィールドワーク

「コウノトリ育むお米」とは

知名度は低い（**13.7%**）

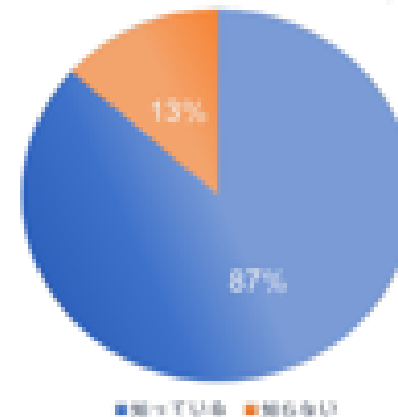


- ・無農薬、無化学肥料で安心
- ・4年連続で特Aランクを獲得
- ・コウノトリの野生復帰に貢献

写真提供：JAたじま

コウノトリ米に関するインタビュー調査

コウノトリ育むお米の知名度は
13.7% (n=145)



■場所：大阪駅グランフロント近くのうめきた広場
■日時：2018年8月24日（日）午後16時30～18時頃

大きな展望

コウノトリ米の**消費量・生産量**UP

農地や生産者が増加し、コウノトリの**生息地**拡大

コウノトリの**生息数**UP

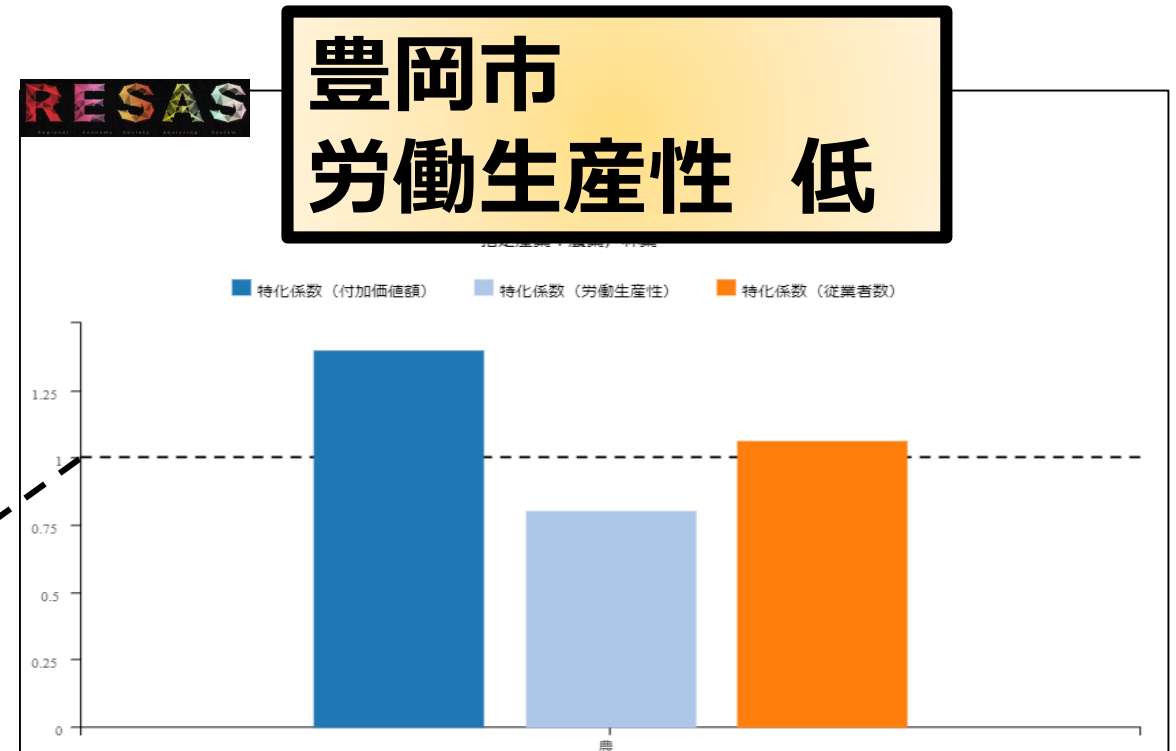
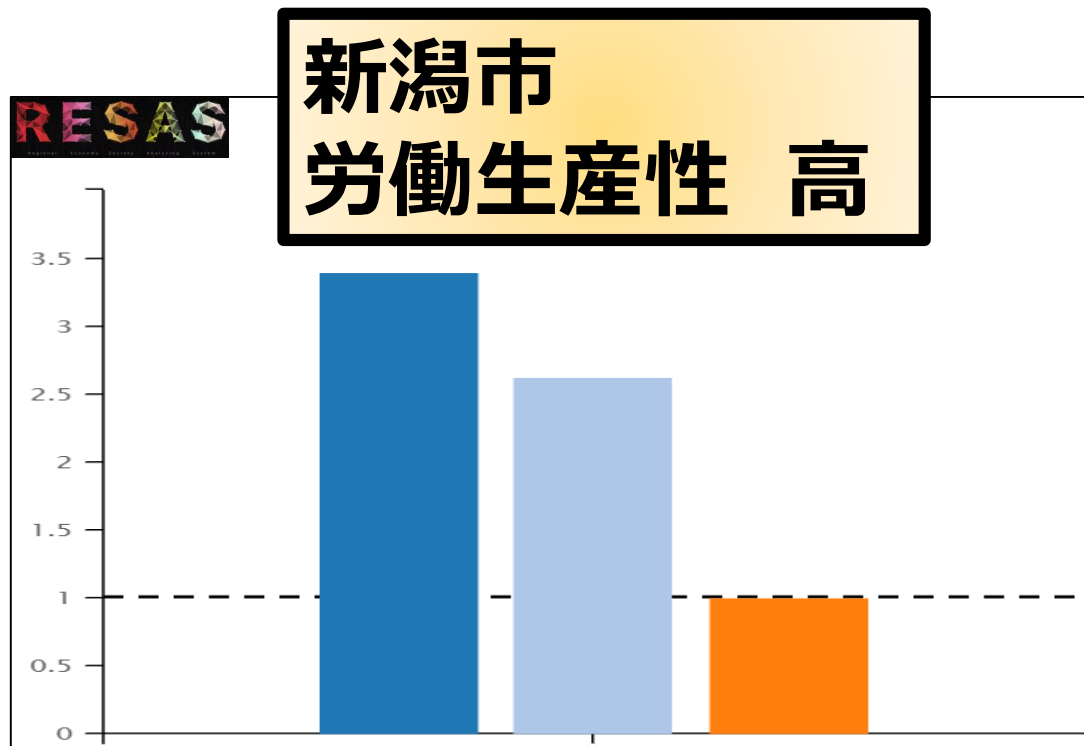
綺麗で自然豊かな**田園**が拡大

自然豊かな風景を**日本全体**に横展開

自然豊かな美しい国、日本へ！！

現状分析①

- ・農業分野の労働生産性は低い
- ・新潟県のような広大な耕作面積を実現することは難しい



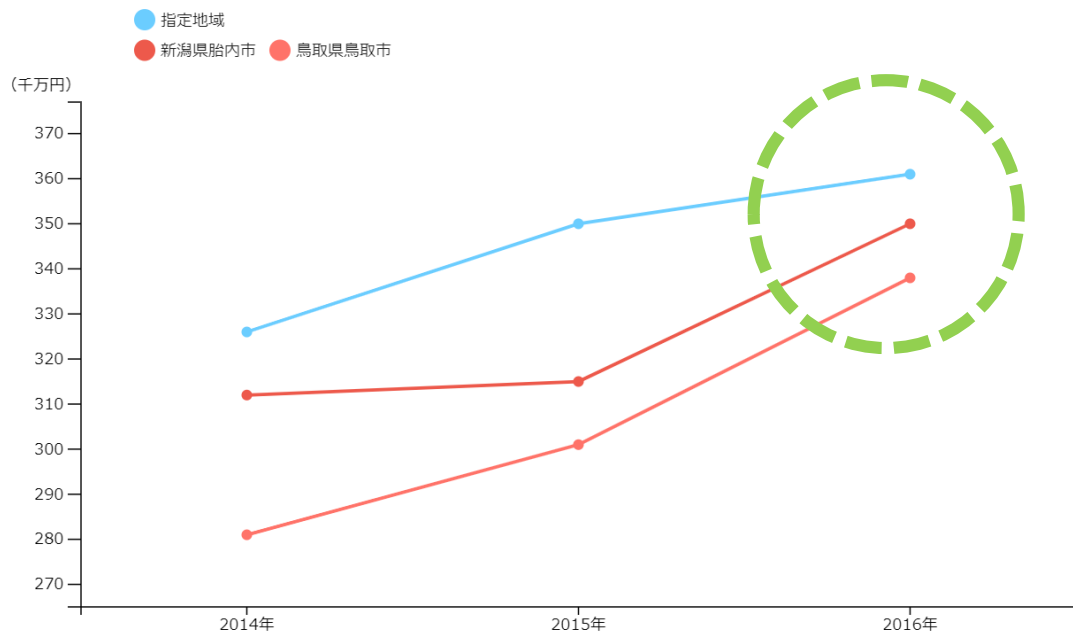
現状分析②

- ・加工品開発→お米の産出額UPの傾向にある
- ・「消費者の目に留まる機会を多く作ること」が重要



農業産出額(総額)

農業部門：米



新潟県 胎内市

- ・地元米を使った米粉商品の開発
- ・「米粉カフェ」の出店
- ・イベントへのブース参加

鳥取県 鳥取市

- ・米粉普及サポーターの募集
- ・JA主体の米粉商品の開発

今あるコウノトリ米スイーツ

種類少

すべて焼き菓子

(バームクーヘン、カステラ、チーズケーキ)



高価格

バームクーヘン 1100円

カステラ 1600円

セット品 約2500円～3500円



写真はイメージ



なすらなす

オーガニックなひと時を



実際の商品(試作)

ターゲット

笹村 愛美

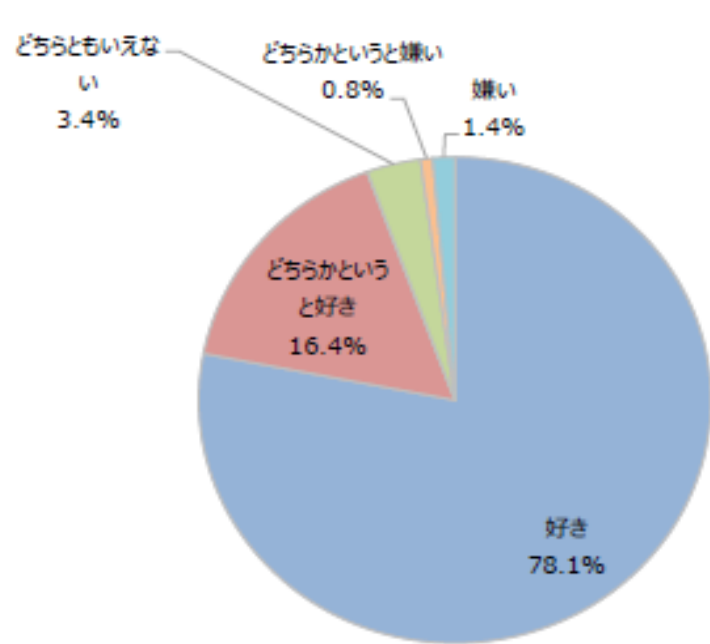


- ・女性
- ・28歳
- ・独身
- ・都市圏在住

- ・勤務先周辺にコンビニ多数、家近くにはスーパーあり
- ・**キャリアウーマン**(事務職、6年目、年収400万円)
- ・健康に対して危機感はないが、**漠然と健康に気は使っている**
- ・朝食は手軽に手早く済ませる派
- ・仕事中に間食として**甘いもの**をよく食べる
- ・食事代わりにコンビニ、スーパーでスイーツを買って食べることがある
- ・世の中の流行に敏感
- ・夜ごはんは遅くなりがち(一人の時は1000円、外食の時は3000～4000円)

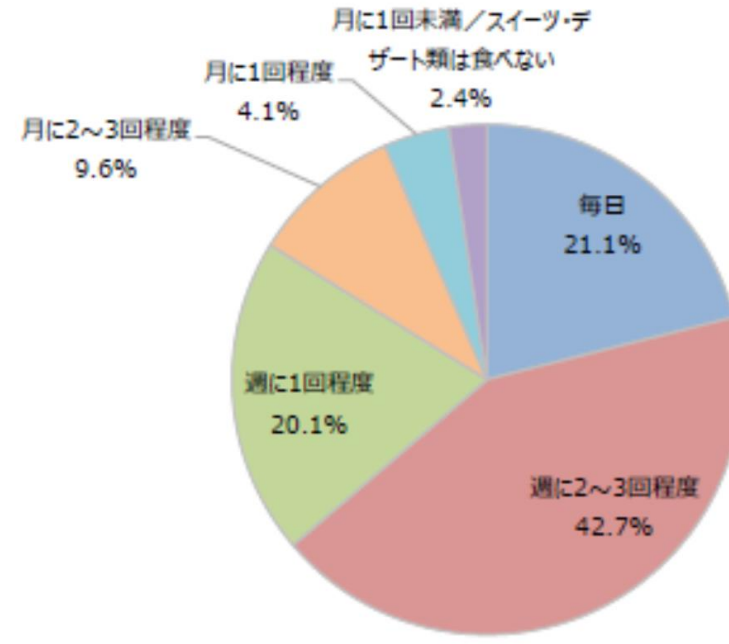
スイーツに対する意識調査

20代の約8割はスイーツが好き



n=800

20代の約6割が週に3回以上食べる



n=800

スイーツに対する意識調査

日本人はみんな甘いものの好き
特に女性と若者はその傾向強 = **20代女性**

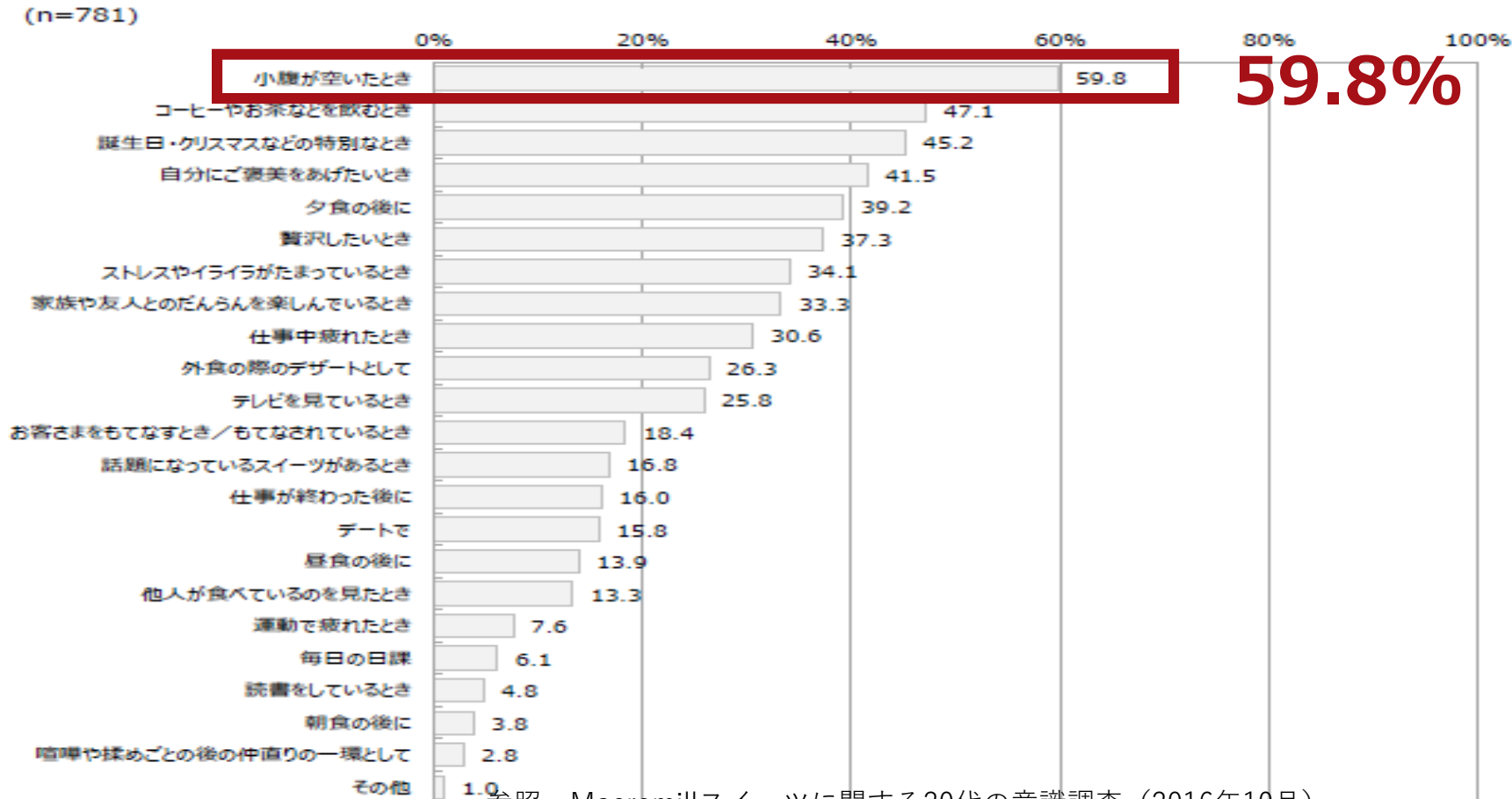
20代女性のスイーツに対する特徴は何か？

n=800

n=800

20代女性スイーツの食べ方に関する調査

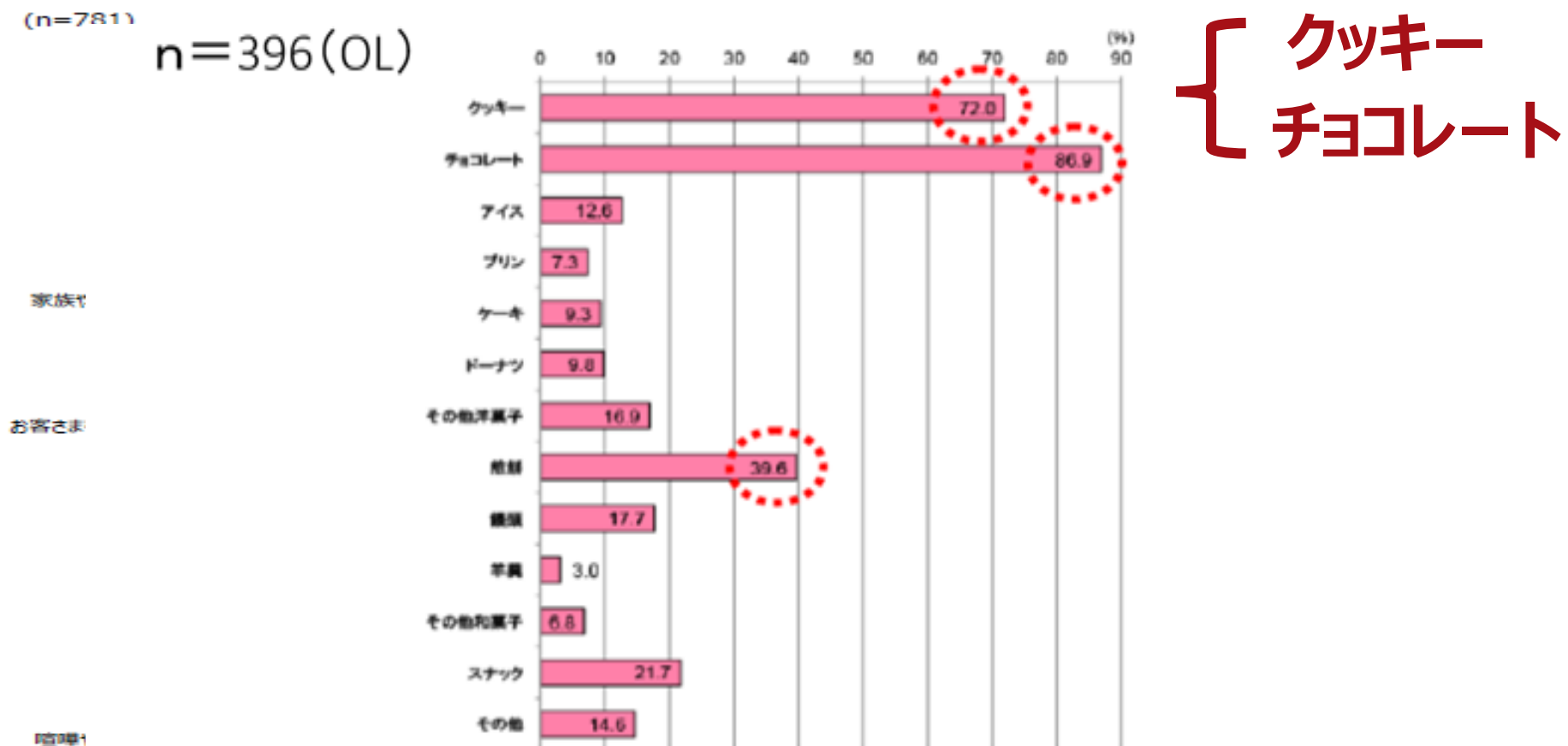
小腹が空いたときに食べる



参照 Macromillスイーツに関する20代の意識調査 (2016年10月)

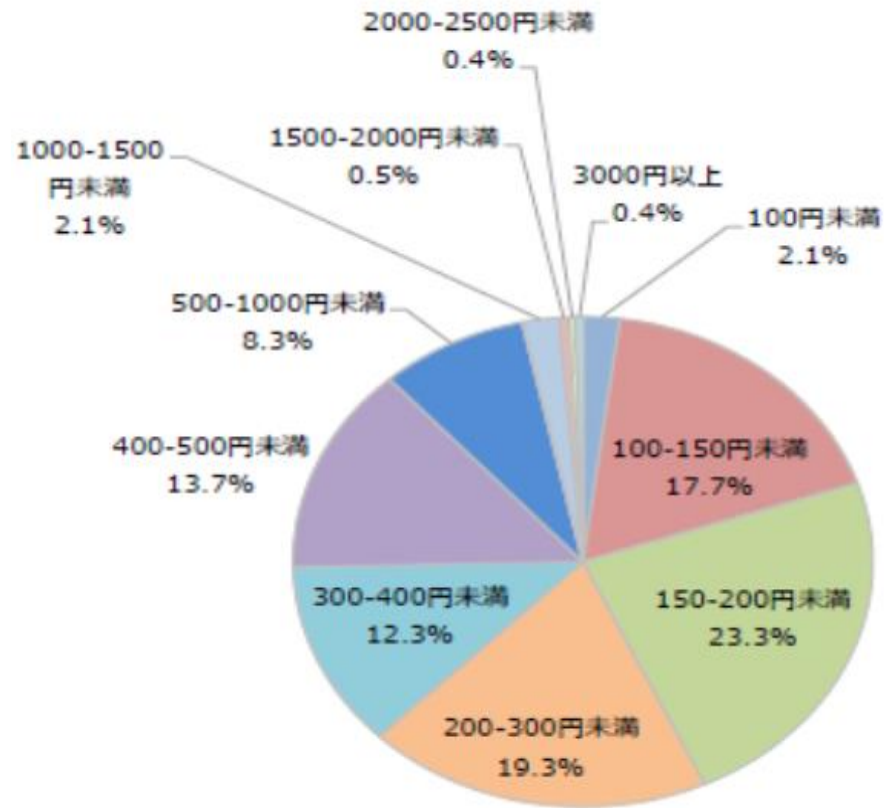
20代女性スイーツの食べ方に関する調査

約8割はチョコ・焼き菓子を食べる



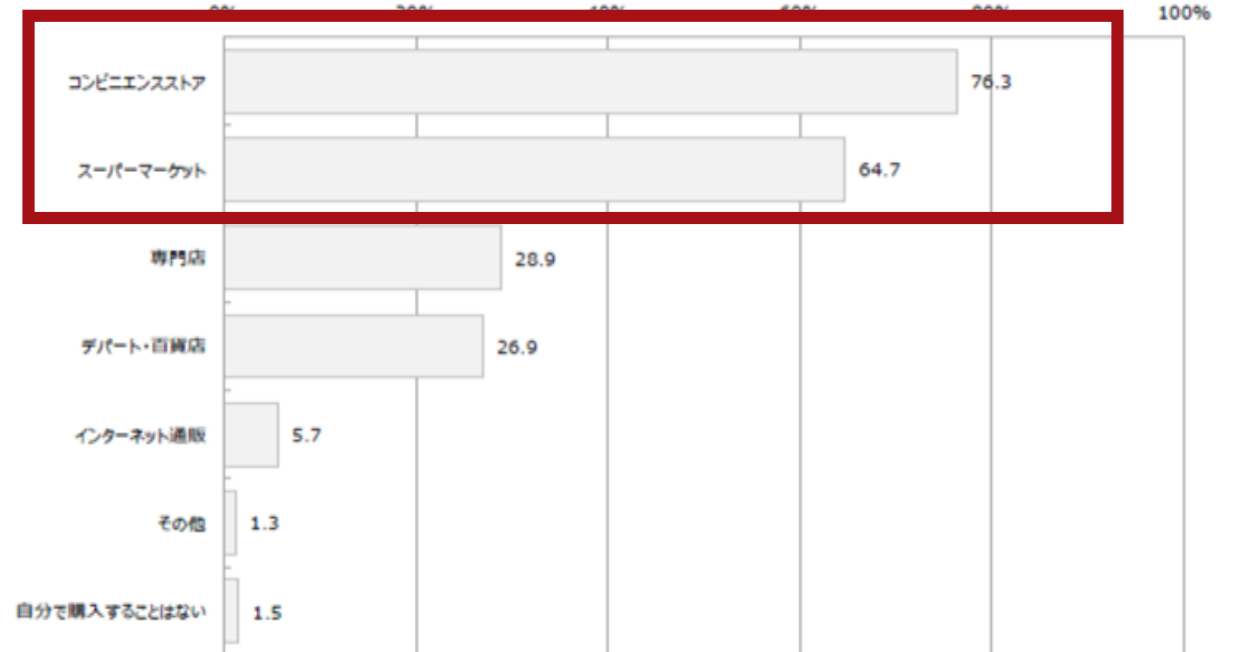
20代女性スイーツの食べ方に関する調査

300円未満



コンビニ・スーパーで購入している

(n=781)



20代女性スイーツの食べ方に関する調査

約15%は食事代わりに食べている

(横%)

	n(TOTAL)	おやつとして	食後の デザートとして	食事の代わり	その他	
1000-1500 円未満 2.1%	TOTAL	1179	70.3	65.7	4.4	1.2
	男性10代	42	82.9	53.3	2.1	2.1
	男性20代	100	74.5	62.4	4.8	1.9
	男性30代	120	68.0	63.7	1.4	1.0
	男性40代	101	57.9	72.9	2.8	2.1
400	男性50代	121	64.1	59.2	0.0	1.0
	男性60代	98	59.9	58.3	3.3	0.8
	女性10代	41	76.4	73.8	9.0	0.0
	女性20代	101	74.7	72.5	14.6	2.1
	女性30代	120	74.8	75.2	4.8	0.0
	女性40代	103	80.9	62.0	4.0	3.4
	女性50代	126	71.8	66.2	5.9	0.0
	女性60代	106	68.6	66.4	2.3	0.8

20代女性スイーツの食べ方に関する調査

20代女性は**300円未満**のチョコや**焼き菓子**を
小腹を満たすために食べている

→空腹という問題を手軽に美味しく好きな甘いもので解決したい

女性の食習慣・健康意識に関する調査

不健康だと思っているが控えられない食生活・生活習慣

参照 ニッセイアンケート健康に関する調査結果（2016年11月）

順位	食生活・生活習慣	全年代	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
1位	運動不足	37.2	34.8	40.9	40.8	37.4	31.8	22.8
2位	甘いもの	33.0	36.1	40.5	34.5	30.7	28.2	20.0
3位	飲酒	24.9	18.0	21.5	26.8	29.4	24.5	14.2
4位	脂っこいもの	20.7	25.6	27.1	24.3	18.4	11.8	8.5
5位	夜更かし	20.0	28.9	24.4	20.7	19.3	13.9	7.2
6位	スナック菓子	18.1	23.5	26.0	22.7	14.5	8.8	3.2
7位	特になし	15.2	12.9	11.1	11.8	13.9	21.3	41.5
8位	喫煙	14.3	16.0	15.4	16.1	14.3	11.1	7.2

控えられない食生活・改善できない生活習慣（n＝13259）

性別	
男性	女性
33.4	41.5
21.4	46.2
34.9	13.7
23.9	17.0
17.1	23.2
15.9	20.7
15.2	15.1
20.9	6.9

ヨーグルト+きなこ



豆腐アイス



写真は両方ともCOOKPADより

女性の食習慣・健康意識に関する調査

- ・スイーツが不健康であると気付きながらも食べてしまう
- ・イメージで健康に良さそうなものを選ぶ

不健
参照 二

順位	食生活
1位	運動
2位	甘い
3位	飲酒
4位	脂っ
5位	夜更
6位	スナ
7位	特に
8位	喫煙

控えられない

写真は両方ともCOOKPADより



なすらなす

オーガニックなひと時を



実際の商品(試作)

ないすらいす

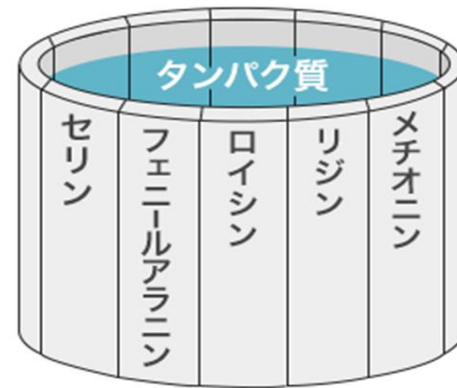


- ・オーガニック食材を使用！
- ・腹持ちがよく、ダイエットをサポート！
- ・美肌の元となるタンパク質を逃しにくい！

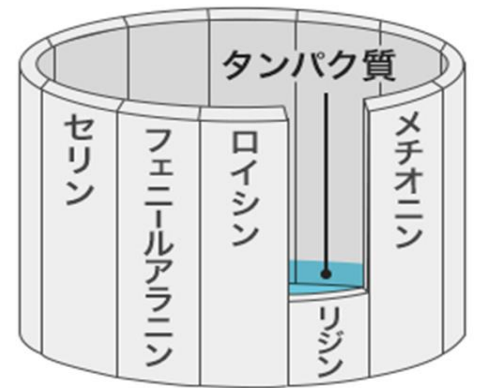
ないすらいす

アミノ酸スコアが100のため
摂取したタンパク質を逃さない

アミノ酸の桶の理論



十分なタンパク質を生成



十分なタンパク質を
生成できない

(画像) POWER PRODUCTION (パワープロダクション) – グリコ

4 P

PRODUCT

米粉・オーガニック食材

(はちみつ・大豆粉)

PRICE

¥ 300

4 P

PLACE

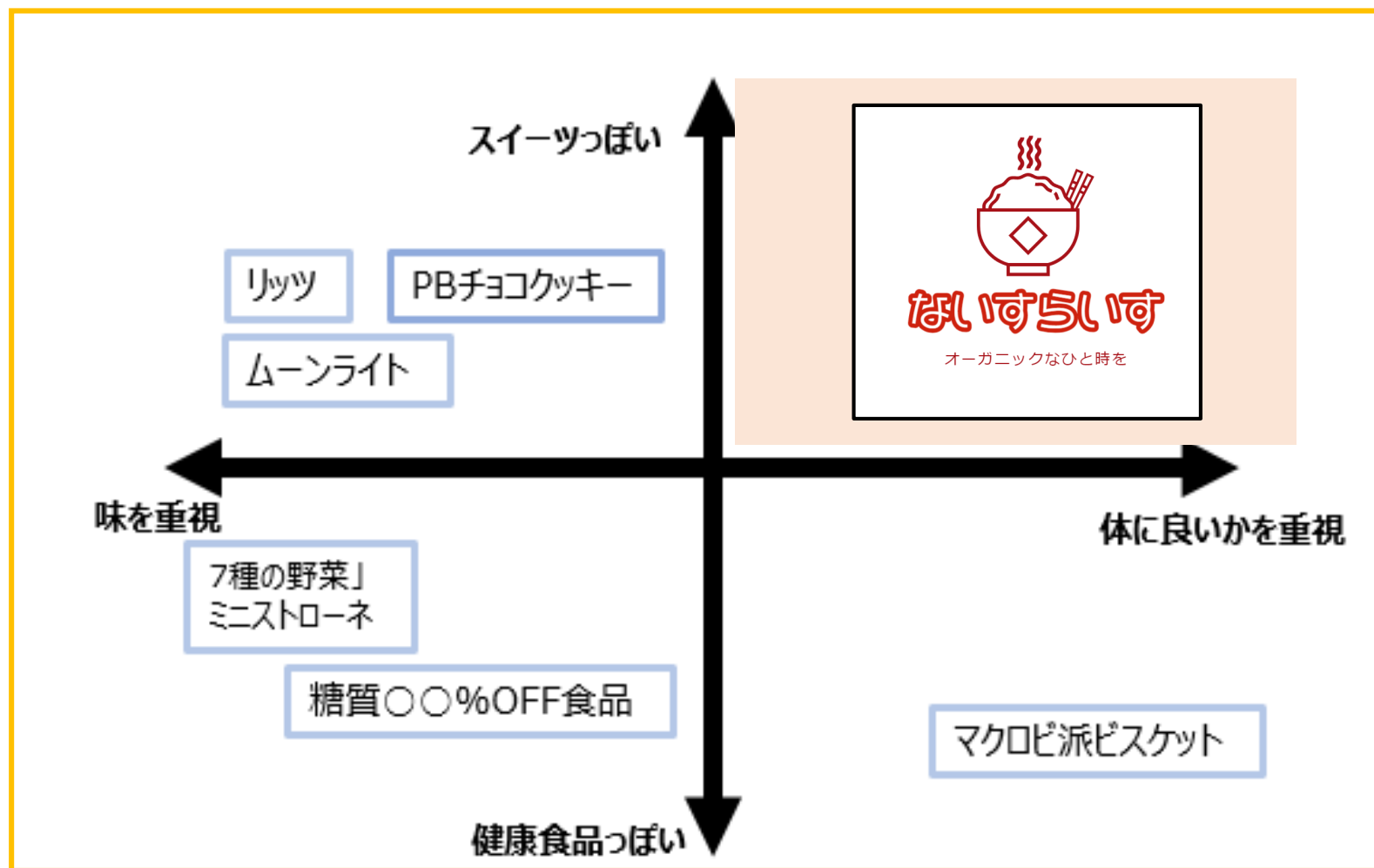
コンビニ・スーパー

(菓子コーナー付近)

PROMOTION

SNS・フライヤー

ポジショニング



ポジショニング

市場には「**スイーツかつ健康そう**」な商品はない

健康食品っぽい

収益予想

H29 ビスケット小売金額推定

3,650億円



コンビニ・スーパーにあるビスケット類

約30種類



1種類に約**120億**円

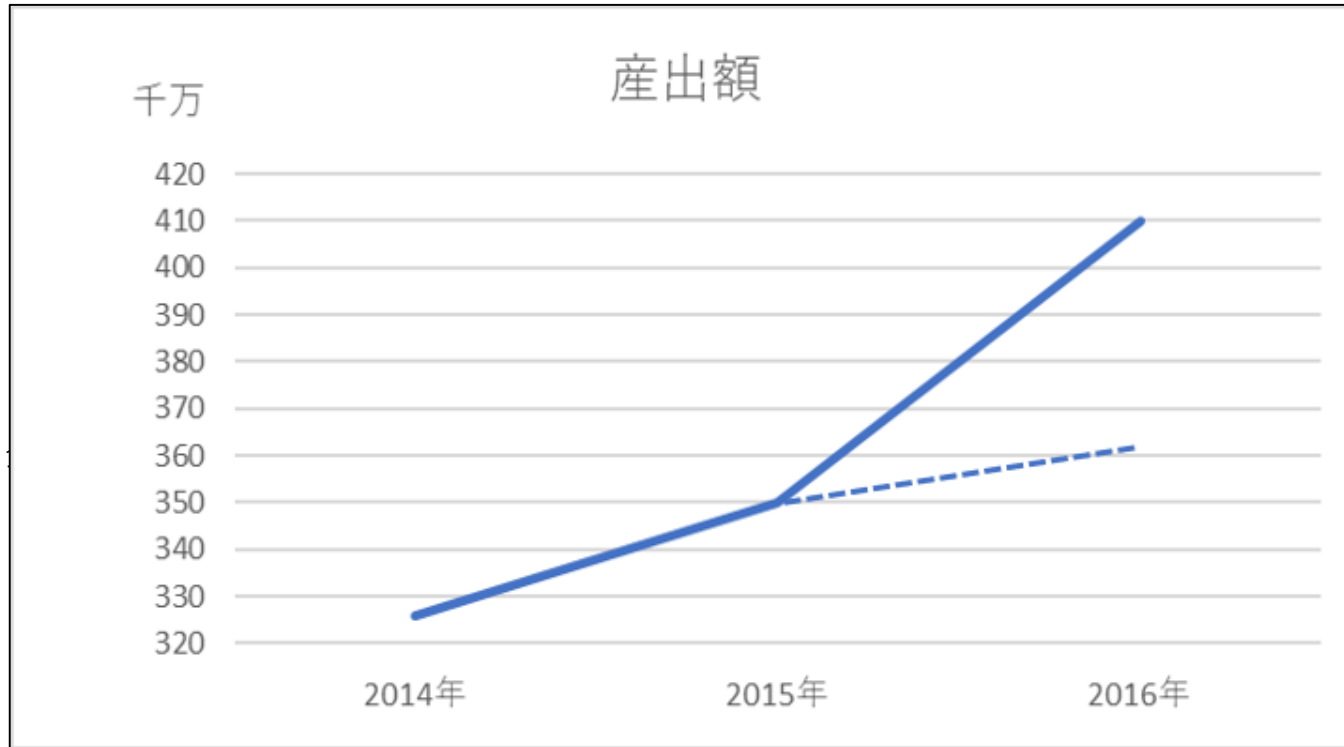
全日本菓子協会 平成29年 菓子生産数量・金額 推定結果

ビスケット類にはビスケット、クッキー、クラッカー、プレッツェル、乾パン、パイ、サンドビスケット、その他を含む

競合商品である
森永製菓「マクロビ派」
の売れ行きが好調

1袋(8枚)の内、米粉は12円分含まれる
同程度120億円 = 4千万袋売れると仮定した場合、**4.8億**円

収益予想



クラ

伸び率3%→**17%**

約**430**ha分の収益

2017年度の耕作面積

試食調査



試食調査

40・50代 女性の反応が良かった

Qクッキーについて	スイーツか	健康食品か	小腹が空いたときに食べたいか	300円は妥当か
全体(n=70)	73.5%	33.3%	78.2%	63%
60代 男性(n=3)	100%	0%	66%	33%
50代 男性(n=2)	100%	0%	0%	0%
30代 男性(n=1)	0%	0%	0%	0%
10代 男性(n=1)	0%	0%	0%	0%
60代 女性(n=8)	75%	12%	87%	62%
50代 女性(n=12)	83%	16%	80%	33%
40代 女性(n=17)	76%	11%	70%	52%
30代 女性(n=8)	87%	0%	62%	75%
20代 女性(n=4)	50%	0%	25%	50%
10代 女性(n=3)	33%	0%	66%	66%

総括

「ないすらいす」はお米の消費量を上げるための施策に成りうる提案

ご清聴ありがとうございました。

