

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）ニホンダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）カワノゼミナール
日本大学	商学部	川野ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）チームハマッコ！	フリガナ）カナヤマアスカ	5	無
チームはまっこ！	金山明日香		

研究テーマ（発表タイトル）

食農教育～日本の農業を再興する～

※必ず＜企画シート作成上の注意＞を確認してから、ご記入をお願いいたします。

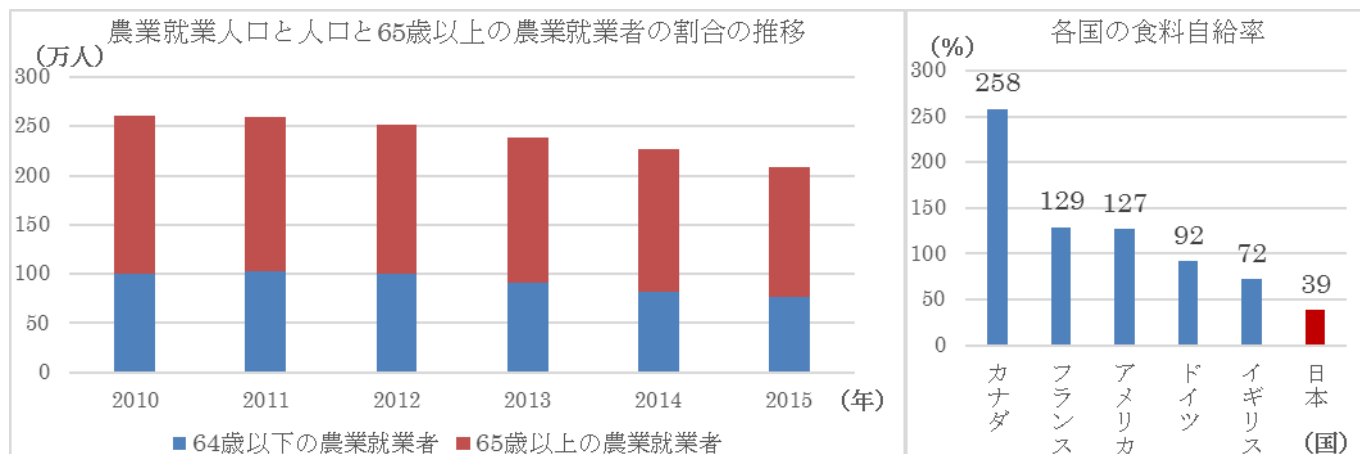
1. 研究概要（目的・狙いなど）

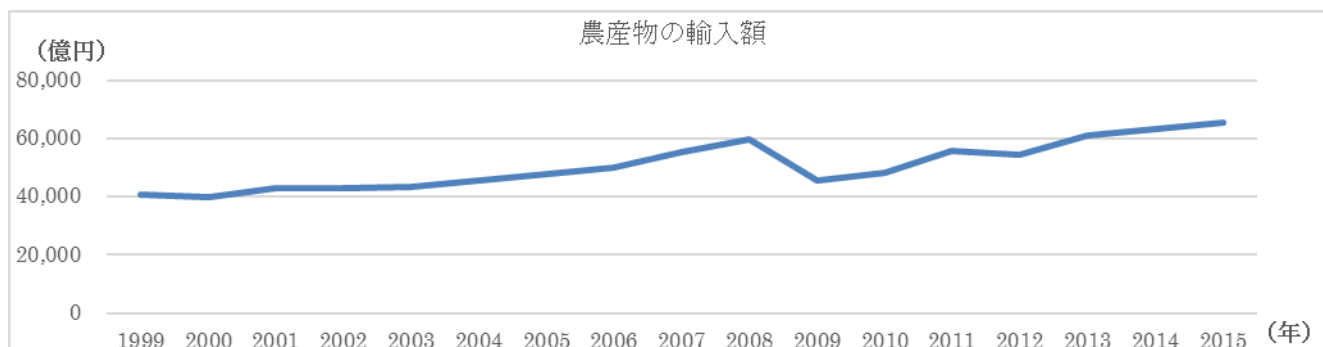
現在の日本の農業は、食料自給率の低さや TPP などの影響により農業改革が求められている。そのため、「食」と「農」への理解を深める「食農教育」を行い、日本の農業の実態を認知してもらうことが非常に重要である。しかし、現在行われている「食農教育」は効果的とは言えない側面を孕んでいる。そこで、より「食」と「農」への理解を深めてもらえるような食農教育に取り組む。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

日本の農業の問題点として、次の3点が挙げられる。1 点目は、農業就業者の減少・高齢化が進行している点だ。2010 年から 2015 年までの 5 年間で農業就業人口は約 50 万人減少している上に、全体に占める 65 歳以上の農業就業者の割合も高くなっている。2 点目は、外国からの輸入額・量ともに上昇傾向である点だ。3 点目は、食料自給率が 39%と極めて低い点だ。これは各国と比較しても非常に低い数値である。

更に、TPP により、安価な外国産の農作物に消費者が流れてしまい、品質、味、鮮度、安全性が軽視されてしまう恐れがある。このように、日本の農業は現在危機的状況にあると言える。





3. 研究テーマの課題

前述したような現状があるにも関わらず、この現状を認知していないことが問題である。この問題の解決のためには、現状を理解していない人に対して、私たちが積極的に取り組むことができる食農教育を行う事が最適であると考えられる。食農教育に取り組んでいる組織の中でも、JA 横浜が多種多様な方法で積極的に取り組んでいることが分かった。しかし、積極的に実施していても農業体験やクッキングスクールといったイベントを開催すること自体が目的となってしまう、地域農業の役割や「食」と「農」のつながりを一方的に伝えるだけで終わってしまっているという問題を抱え、実施内容に課題が残るために改善が必要であると言える。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

問題の解決のために、短期的施策と長期的施策を定める。短期的施策としては、JA 横浜をモデルとして日本の農業への理解を深めてもらうことで直売所の販売高の増加を目指す。長期的施策としては、短期的施策を繰り返し実施し、規模を日本全国に広めることを目標とする。期間は、短期的施策を半年間、長期的施策を 5 年間と設定する。長期的施策は私たちの学生期間では実行することができないため、短期的施策のみを実行する。

短期的施策では、マーケティング手法の AIDMA モデルを用いる。AIDMA とは、Attention（注目）、Interest（関心）、Desire（欲求）、Memory（記憶）、Action（行動）からなるローランド・ホールが提唱した「消費行動」の仮説である。これを適用して、Twitter で注目を集め（Attention）、ホームページで関心を高める（Interest）。そして、イベントにより欲求を喚起し（Desire）、コンセプトの立案で記憶づける（Memory）。最終的に直売所での購入という行動（Action）につなげる。ここでは、直売所での販売高を理解が深まったことを示す代替指標とする。この一連の施策を「はまっこの輪」と呼ぶ。

「はまっこの輪」の具体的な施策は以下の通りである。農業を知る機会が少ないことが問題であるため、不特定多数の人が利用している Twitter を用いて注目を集めることで農業の現状を認知してもらうためのきっかけをつくる。Twitter から誘導し、更に農業の詳しい情報を伝えるため、食農教育に関する問題意識や私たちの活動を伝えるホームページを作成する。また、JA 横浜の公式ホームページを改善する。より詳細な情報を提供し、農業の現状に関心を抱かせる。直売所に来てもらうためのイベントとして、野菜のおいしさを伝える野菜フェスを開催する。イベント内で農業の現状を伝えるパネルの展示やクイズを行う事で、楽しみながら農作物・農業への理解を深める。新たに考案したコンセプト「4H」により、記憶づける。「4H」とは、Harvest（地元で収穫された新鮮な農作物を食べよう）、Home（自宅で食べよう）、Harmony（都市との調和を図る）、Honest（正直な耕作の認知）を意味する。旬の野菜の POP や野菜を使用したレシピの POP、「4H」の定着、日本の農業の現状を伝えるパネル、スタンブラー、ポイントカードなどにより、直売所の改善を図る。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

7 月 28 日より、Twitter で情報発信を開始し、インプレッション数の最高値は 9 月 23 日現在で 3,350 回を記録した。8 月 18 日に食農教育の問題意識や私たちの活動を伝えるホームページを開設し 4 回更新した。また、JA 横浜の公式ホームページの改善にも取り組んでおり、現在調整中である。8 月 27 日に JA 横浜が管轄する直売所の一つであるメルカートかながわで「野菜フェス」を開催し、94 人の方に来場して頂いた。そして Twitter、ホームページ、直売所で「4H」の PR 活動を行い、直売所内には新たに野菜を使用したレシピや野菜の栄養素を記載した POP を設置した。

6. 結果や今後の取り組み

AIDMA モデルに基づくすべての施策を実施することができ、プロセス実現が可能であることが立証できた。また、野菜フェス前・後

に実施したアンケート調査の結果により、国産の農作物への理解が深まり有効性が立証できた。今後は短期的施策を繰り返し実施することに加えて活動範囲を全国に展開することで国産の農作物の購入を促す。これにより日本の農業の再興を目指す。

7. 参考文献

- ・石田信隆（2014）『「農協改革」をどう考えるか』一般遮断法人 家の光協会
- ・石田信隆（2011）『TPP を考えるー「開国」は』日本農業と地域社会を壊滅させる』社団法人 家の光協会
- ・板垣啓四郎（2012）『我が国における食料自給率向上への提言 PART2』筑波書房
- ・川野克典（2016）『管理会計の理論と実務 第2版』中央経済社
- ・小島吉四郎・山本元（2013）『マーケティングの活用 3つの発想・7つの手法』産業能率大学出版部
- ・櫻井通晴（2012）『管理会計論 第5版』同文館出版
- ・宮崎哲也（2006）『図解入門ビジネスマーケティング 2.0 戦略手法がよ〜わかる本』株式会社秀和システム
- ・水越康介（2010）『Q&A マーケティングの基本 50』日本経済新聞出版社
- ・山本淳子（2011）『農業経営の継承と管理』農林統計出版株式会社
- ・農林水産省「世界の食料事情と農産物貿易交渉我が国の農産物貿易の動向」
〈http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h18_h/trend/1/t1_1_1_02.html〉（2016/9/22 アクセス）
- ・農林水産省（2010年～2015年）「農業労働力に関する統計農業就業人口及び基幹的農業従事者数」
〈<http://www.maff.go.jp/j/tokei/sihyo/data/08.html>〉（2016/9/22 アクセス）
- ・農林水産省（2011年）「諸外国・地域の食料自給率」
〈http://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/013.html〉（2016/9/22 アクセス）
- 農林水産省（1999年～2015年）「農林水産物輸出入概況」
〈http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kokusai/houkoku_gaikyou.html#r27〉（2016/9/22 アクセス）
- 農林水産省（2010）「農業就業者の動向」
〈http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h23_h/trend/part1/chap3/c3_3_02.html〉（2016/9/22 アクセス）
- ・JA 横浜
〈<http://ja-yokohama.or.jp/>〉（2016/9/22 アクセス）
- ・JA 全中
〈<http://www.zenchu-ja.or.jp/>〉（2016/9/22 アクセス）
- ・JA 東京あおば
〈<http://www.ja-tokyoaoba.or.jp/>〉（2016/9/22 アクセス）

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となります。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りません。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。