

# インナー大会プレゼン部門 2018 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。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) ドッキョウダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) オカベ ヤスヒロ
獨協大学	経済学部	岡部 康弘ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

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 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) オカベゼミヨハン	フリガナ) イヅカ チヒロ	6人	無	
岡部ゼミ 4 班	飯塚 千尋			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

## 研究テーマ (発表タイトル)

地元野菜の良さを理解させて地産地消を推進

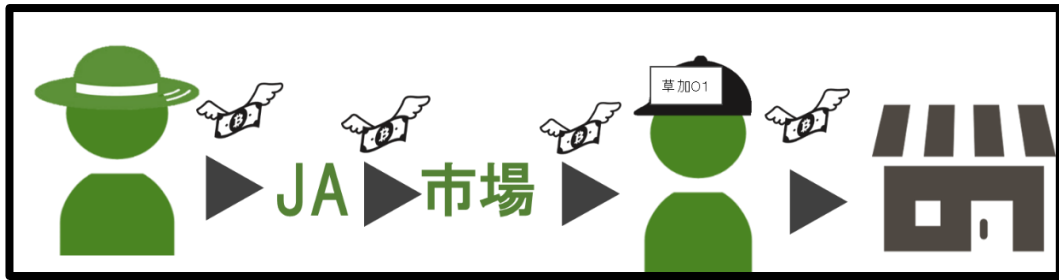
※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

### 1. 研究概要 (目的・狙いなど)

本研究の目的は、主婦の方に地元野菜の魅力に対する認知度を高める、つまり主婦に地元野菜の優位性を理解させたうえで購買につなげることである。地元野菜は消費者にとって、収穫してから手元に届くまでの時間が短く鮮度が良いことや、見た目よりも品質を重視していることなど、多くのメリットがあるにもかかわらず意識して購入されていない。そこで私たちは、この現状をかえるために地産地消に目を向けた。

### 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)

農家が地元のスーパーに直接野菜を卸すこと、つまり地産地消の取り組みは現在の農家ができる最善策といえる。旧来農家は、販売を JA に任せることがほとんどだった。



そのため農家は、JA や仲卸に、中間マーゲンを取られ、かつ値段を自ら決めることができず、虐げられていた歴史がある。そこで、一部の農家が自ら販売網を確立し、直接地元のスーパーなどの小売店と契約することで、中間マーゲンを取られず、かつ販売する値段を自ら決められるようになった。また、（草加の）農家では、鮮度を強みに野菜を生産しているため、遠隔地へ運ぶのは鮮度が落ちてしまうため適さない。JA に販売を委託する場合でも、小売店で販売されるまで二～三日かかるためせっかくの鮮度が落ちてしまう。そこで農家は、地元のスーパーに卸して、地元の人々に食べてもらうという取り組みを行っている。それが地産地消と呼ばれる取り組みだ。

さらに消費者にとっても地元野菜は鮮度が良いことなどのメリットがある。しかし、消費者には地元野菜の魅力が理解されず購入されていないことが現状だ。

### 3. 研究テーマの課題

上記に述べたように、生産者にとってだけでなく消費者にとっても地元野菜の方が市場野菜より優位性があるにもかかわらず、それが理解されていないという現状がある。

本研究テーマの課題は、消費者（主婦）が地元野菜の魅力を知らないことだ。

しかし、現状として地元野菜の鮮度や品質・こだわりを伝えるようなサービスはない。そのため私たちが、アプリを通して地元野菜の鮮度や品質・こだわりを伝えていこうと考えた。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

主婦に地元野菜の優位性（魅力）を理解させて地産地消を推奨させるアプリとして提案するのが「ベジロカル」である。

#### 【概要】

主婦をターゲットにアプリを用いて、地元野菜が近くのどこのスーパーで買えるか知らせ、かつ市場野菜とは違う地元野菜の鮮度を認知させ、購買につなげる。

#### 【アプリの特徴】

- ① 野菜のおいしい見分け方を農家が説明してくれる。
- ② 地元野菜が近くのどこのスーパーで販売しているか（何の野菜かもわかるもの）がマップを通してわかる。
- ③ 三つめは、草加の農家独自のレシピを提供する。
- ④ 四つ目は、主婦同士の口コミで地元野菜の優位性を普及させる。

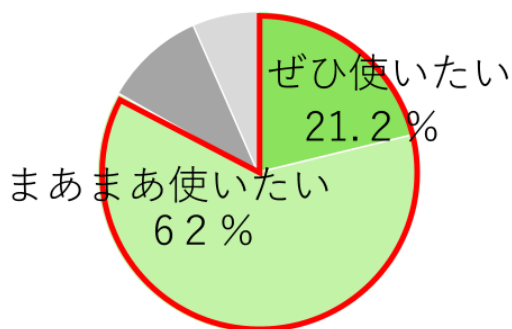
### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

草加市を事業開始の対象地域に選んだ理由は、私たちの通う大学があるためなじみがあるためだ。さらに調査を進めていく中で草加市の農家は、特に地産地消に力を入れていることが分かった。以上のことから草加市がこのプロジェクトを始めるに当たって最適な市であると考えた。そして、草加市が取り組むまちづくり構想の中で地産地消がミッションとして掲げられているため、市役所からも前向きな声をいただくことができている。私たちは、草加市の主婦を対象とした 137 名にアンケート調査（実施期間 8 月 31 日～9 月 20 日）による定量調査を行った。その結果、8 割以上の方がこのアプリを使いたいと答えてくださった。

また、ベジロカルというアプリを通して主婦は地元野菜の魅力を知ることができるため購買につなげることができる。農家は消費者にこだわりなどを伝えることができるため、販売促進につながる。そのため私たちは、農家からの販売手数料によって事業モデルを確立していく。農家から販売手数料をもらうために、まず初回ダウンロードクーポンによってユーザーを獲得していく。ユーザーが増加し

たら、ベジロカルによって地元野菜の魅力をユーザーに伝えられるため地元野菜の売り上げアップが見込める。地元野菜の売り上げがアップしたら農家の収益も増加すると考えられるため、農家から販売手数料を得ることが可能となる。

### Q.ベジロカルを使いたいのか



N = 137



## 6. 結果や今後の取り組み

今後の取り組みとして、2018 年に賛同して頂いているヤオコー、オザム、2 社のスーパーにてサービスを開始する。そして、このサービスをまず草加市の主婦に認知させて普及させていく。さらにほかの市にも地産地消を推進するために地元野菜の魅力を発信していき、その地域の活性化を実現していく。

将来的にはこのサービスを全国的に展開していき、日本各地の活性化に努めていきたい。日本各地で地産地消が広がれば、日本経済の活性化につながるだけでなく、フードマイルージが少なくなり CO<sub>2</sub> の排出量も国として削減できる。

つまりこのアプリ（サービス）は農家だけでなく日本全体にとって有益であるため、普及させるべきだと考える。

## 7. 参考文献

農林水産省

[http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w\\_maff/h18\\_h/trend/1/t1\\_1\\_3\\_03.html](http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h18_h/trend/1/t1_1_3_03.html)

ポケットマルシェ

<https://poke-m.com/products/6165>

ライフネット生命

<https://www.lifenet-seimei.co.jp/newsrelease/2013/5100.html#anchor1>

動画マーケティングの最新情報 | movieTIMES ムービータイムス

<https://www.movie-times.tv/study/statistics/4975/>

[PDF]技術報告 安心情報が消費者の農産物購買行動に及ぼす影響

[https://www.naro.affrc.go.jp/publicity\\_report/publication/files/naro-se/sh72p107.pdf](https://www.naro.affrc.go.jp/publicity_report/publication/files/naro-se/sh72p107.pdf)

地産地消が地域再生の鍵となる要件 - J-Stage

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/tits/16/3/16\\_3\\_3\\_65/\\_article/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/tits/16/3/16_3_3_65/_article/-char/ja)

[PDF]そうかりノベーションまちづくり構想（概要版）

<http://www.city.soka.saitama.jp/cont/s1403/kosogaiyou.pdf>

[PDF]「さらに良質なベッドタウン 24」をめざして - 地方創生 政策アイデア

<https://contest.resas-portal.go.jp/2016/pdf/presen/team24.pdf>

大学連携普及啓発活性化事業（省エネ・省 CO<sub>2</sub>PR 事業） - 埼玉県

<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0502/shoenep.html>

企業が作るスマートフォンアプリの成功例【2】

<https://blog.sedesign.co.jp/1782>

3 社の事例にみる、アプリ集客・プロモーションを成功させる ... - LOGBASE

<https://logbase.jp/blog/promotion-success-stories>

人口ピラミッド 男 女

[www.city.soka.saitama.jp/cont/s1301/030/020/010/030/city-H30-g04.pdf](http://www.city.soka.saitama.jp/cont/s1301/030/020/010/030/city-H30-g04.pdf)

Shufoo!(シュフー)ユーザー層・主婦・女性・子育て・節約

[www.shufoo.net/biz/service/data/index.html](http://www.shufoo.net/biz/service/data/index.html)

シリーズ第4回「農産物の流通の現状」(その2 米と青果物の流れ) | 日本の

[https://www.zennoh.or.jp/japan\\_food/04.html](https://www.zennoh.or.jp/japan_food/04.html)

【ニッポンの分岐点】流通革命(1)「価格破壊」に燃やした... - 産経ニュース

<https://www.sankei.com/economy/news/131130/ecn1311300023-n1.html>

こしがやふあーまーず

<http://www.koshigayafarmers.jp/>

なぜ野菜を食べなくなったのか消費減少の要因 - 低温スチーミング

<http://www.steaming-cook.com/article/14093125.html>

地産地消は地域にどのような影響を与えるか | 地域百貨

<https://chiikihyaku.jp/regional-revitalization/866.html>

地産地消がもたらす 地域への経済効果

[www.oosodekun.com/wp-content/.../03/9e3eca29160a8328faae957686d4b362.pdf](http://www.oosodekun.com/wp-content/.../03/9e3eca29160a8328faae957686d4b362.pdf)

地産地消の効果と地域の活性化 - 野菜の情報ページへ

[vegetable.alic.go.jp/yasaijoho/wadai/0404/wadai1.html](http://vegetable.alic.go.jp/yasaijoho/wadai/0404/wadai1.html)

中村恵二、山口大樹(2018.4) 最新農業の動向としくみがよ〜くわかる本 秀和システム

神山安雄(2006.10) あなたにもできる農業起業のしくみ 日本実業出版社

時子山ひろみ、荏開津典生著(2013.1) フードシステムの経済学 医歯薬

岩崎邦彦(2017.11) 農業のマーケティング教科書: 食と農のおいしいつなぎかた 日本経済新聞出版社

浅川芳裕、飯田泰之(2011.7) 農業で稼ぐ!経済学 PHP 研究所

池本廣希(2008.5) 地産地消の経済学: 生命系の世界からみた環境と経済 新泉社

#### <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、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※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。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※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、4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、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。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)ものに限りです。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・株式会社日経BPマーケティング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は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。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

↑ **ここまでを4ページ以内におさめて、ご提出ください**