

# 2 西日本インカレ（合同研究会）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）ドウシヤダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）ウエダサトシゼミ
同志社大学	商学部	上田慧ゼミ

※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を使用している場合は「有・無」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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ポパイ	フリガナ）イナバ タカヤ	5 人	無
pop-eye	稲場 琢哉		

## 研究テーマ（発表タイトル）

「つながり」と「お金」を生み出すネット通販 — 社会問題解決へのアプローチ —

※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）

今回チーム pop-eye では、“つながり”と“お金”を生み出すネット通販—社会問題解決へのアプローチ—というテーマで研究を進めた。様々な社会問題がある中で、チーム内で最も問題意識の強かった「農家の減少」という問題に注目し、現状と原因を分析し、解決へのアプローチを考えた。

ネット通販は消費者に広く利用され、非常に利便性の高いシステムである。ネット通販は今までにはなかった「つながり」を生み、それによって「お金（収益、収入）」が生まれることにより、社会問題の新たな解決方法になりうるのではないかと考えた。

### 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）

#### 【国内電子商取引市場規模】

日本国内の BtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、平成 22 年の 7.8 兆円から平成 27 年 13.8 兆円と 1.8 倍も伸びている。EC 市場が拡大している理由として、スマートフォンの普及に伴い、時間や場所を問わずサービスを利用できるようになったこと、決済機能が整えられたことが挙げられる。

#### 【野菜ネット通販と農家の現状】

野菜ネット通販事業を展開している企業はいくつかあり、利用者は 500 万人以上にものぼる。これらの企業は、それぞれのコンセプトや基準に基づいて農家を選定した上で契約し、野菜を仕入れ、全国の消費者のもとへ配送を手掛けている。

一方で農家数は減少しており、理由としては低収入などが挙げられる。既存のネット通販会社と契約している農家は一定の収入が見込まれるが、多品種少量生産を行い、直接販売や無人販売所での販売を行う農家などは収入が低く不安定である。

### 3. 研究テーマの課題

### 【女性の社会進出×ハンドメイド通販 アプローチ成功例】

ネット通販は、インターネットを介して社会（消費者）との“つながり”を生み、収入を得ることができる。この点で、結婚や出産後に退職した女性が再び社会と“つながる”新しいアプローチができていると考えた。

近年ハンドメイド市場に注目が集まっている。ハンドメイドとは手作りのオリジナル製品の事を指し、ハンドメイド製品を作る人をハンドメイド作家と呼ぶ。国内市場規模は1兆9076億円と大きい。市場の拡大にあたって、国内最大のハンドメイド通販専用アプリ「minne」などをはじめ、ネット通販を通じ、誰もが気軽にハンドメイド通販を楽しむことができるようになった。

「minne」において、ハンドメイド作家数は27万人（内9割女性）を超える。ハンドメイド作家は消費者と直接にメッセージを交わすことができ、自由度が高いため、育児や家事と両立しやすい。“つながり”を生み、さらに“お金”を生むという点で社会問題解決へのアプローチができている。

### 【農家の減少×ネット通販】

既存の野菜のネット通販は消費者にとっては利用しやすいが、契約できる生産者は限られる。農家数減少の一因である収入の低さに対し、消費者目線の既存のネット通販では一部の農家のみが対象であるため、問題解決へのアプローチができていない。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

### 【農家の減少×ネット通販】

#### ◎新たな野菜ネット通販事業提案

農家数の減少を食い止めるため、以下の3点に対する問題解決が必須だと考えた。

- ① 収入の増大
- ② コミュニティの創出（情報共有、新規農家育成）
- ③ 作業負担の軽減（高齢化）

①は、ネット通販を利用することによって、より多くの人の目に触れ、購入者が多くなることによって実現できる。②については、ネット通販を個人ではなく、複数の農家でグループを作って行うことにより、情報共有ができる。また、グループの形成によって新たな生産者同士のつながりが生まれ、後継者育成もできる。③についてだが、ネット通販を行うにあたっての作業負担を分散・軽減できる。さらに高齢化に伴う経営規模縮小を踏まえ、複数の農家で助け合うことによって負担を軽減できる。以上3点より、生産者の目線に立ったネット通販をつくることで、消費者とのつながりや生産者同士のつながり生まれ、新たな野菜のネット通販の形となり、農家数減少という問題解決へのアプローチとなり得る。

## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・7/6～13 農業、野菜に関するアンケート（300人 ウェブアンケート）
- ・7/24 イベント参加 複数の農家さんへ聞き込み（JA京都市 夏の感謝祭）
- ・7/31 農業体験（@京丹波 夏野菜収穫、種まきなど）
- ・9/21 農家さんへのインタビュー（13～15時 @山科）
- ・10/1 道の駅調査（@京丹波、南丹 道の駅4、直売所1）
- ・10/25～28 農業や社会問題、ハンドメイド通販に関するアンケート（ウェブアンケート）
- ・10/25 学内アンケート実施（農業、社会問題、ハンドメイド通販など）
- ・10/28 学内でのインタビュー調査（上記のアンケート内容をもとに）
- ・10/31 ハンドメイド作家さん電話インタビュー  
ハンドメイド通販サイト「minne」開発者、阿部雅幸氏電話インタビュー

## 6. 結果や今後の取り組み

今回の研究では農家数の減少という社会問題の現状を見つめなおし、“つながり”から“お金”を生み出すネ

ット通販に着目することで、問題解決へのアプローチとなった。

今後はこのアイデアをもとに、地方創生や農業問題に関して関心のある企業と共同でサイト運営できる環境を模索していき、このサービスを具現化したい。

## 7. 参考文献

- ・京都府農業会議『アグリルネッサンス農業経営きょうと no96』発行日 2016 年 3 月
- ・週刊東洋経済『スーパーはもう不要韓国農協の人気サイト』発行日 2014 年 6 月 21 日
- ・株式会社ナックス編集（2015）『国内最大級ハンドメイドマーケット minne 売り方講座』、minne 監修、東京書店
- ・田中章雄（2008）『事例で学ぶ！地域ブランドの成功法則 33 Build a Regional Brand』、光文社
- ・佐々木一成（2011）『地域ブランドと魅力あるまちづくり-産業振興・地域おこしの新しいかたち』、学芸出版社
- ・株式会社博報堂 地ブランドプロジェクト編著（2006）『地ブランド』、弘文社
- ・寺坂祐一（2015）『直販・通販で稼ぐ！年商 1 億円農家-お客様と直接つながる最強の農業経営』、同文館出版
- ・三好かやの 高倉なを 斎藤勝司（2014）『就農ナビ&成功事例 私、農家になりました。』、誠文堂新光社
- ・名和田竜著 深夜ジュン画（2015）『まんがで身につく ランチェスター戦略』、あさ出版
- ・名和田竜（2010）『全図解 ランチェスター戦略がぜんぶわかる本』、あさ出版

### 主要参考 URL

- ・経済産業省『電子商取引市場規模調査』  
<http://www.meti.go.jp/press/2016/06/20160614001/20160614001.html>（最終閲覧 2016 年 11/5）
- ・農林水産統計『2015 年農林業センサス結果の概要(確定値)』  
[http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2015/pdf/census\\_15k\\_20160427.pdf](http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2015/pdf/census_15k_20160427.pdf)（最終閲覧 2016 年 11/5）
- ・GMO ペパボ株式会社 <https://pepabo.com/>（最終閲覧 2016 年 11/5）
- ・国立社会保障・人口問題研究所、『第 15 回出生動向基本調査』  
[http://www.ipss.go.jp/ps-doukou/j/doukou15/NFS15\\_gaiyou3.pdf](http://www.ipss.go.jp/ps-doukou/j/doukou15/NFS15_gaiyou3.pdf)（最終閲覧 2016 年 11/5）
- ・MMD 研究所 [https://mmdlabo.jp/investigation/detail\\_1521.html](https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1521.html)（最終閲覧 2016 年 11/5）
- ・日本ホビー協会、『ホビー白書 2014 年版』  
<http://hobby.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/2014hakusyo.pdf>（最終閲覧 2016 年 11/5）
- ・労働政策研究：<http://www.jil.go.jp/kokunai/statistics/qa/a07.html>（最終閲覧 2016 年 11/5）

## 西日本インカレ事務局への連絡事項

### <企画シート作成上の注意>

- ※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、西日本インカレ事務局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。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。
- ※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に記載しないでください。
- ※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。