

令和3年度 文京区学生と創
るアグリイノベーション事業
実施状況報告会発表資料

東洋大学

三須 菜々海 佐藤 実空 長谷川 兼太 斉藤 りん

夷子 康平 清野 翔太 堀井 淳瑛

令和3年9月30日

目次

- 実施報告
- 導入内容
- 今後の予定



菊地さんのInstagramから引用

実施報告 ～第一回会議～

私たちはこれまでに計三度の会議を行い、質疑応答や提案を行いました。

第一回会議では人型ロボットPepperを交えたオンライン会議を行い、生産者である菊地さんに質疑応答をさせていただきました。今回の会議に先立ち「すずあかね」をモチーフにしたキャラクターを有志の学生と協力し、Tシャツ、スマホケースを作成しました。



主な会議の内容

1. 実際の就農状況を確認
2. 菊地さんのバックグラウンドや農業に対する思いについてのヒアリング
3. イチゴの栽培や販売についての質疑応答



第一回会議から見たこと・課題

見たこと

- 菊地さんのバックボーンからSNSやIT、ICTに対する理解度が高く、意欲的である。
- 過去に映像制作などの経験があるため、イラストやキャラクターの活用には肯定的である。
- スマート農業に興味があり、導入には意欲的である。
- ワーク・ライフ・バランスを重視した生産活動を考えている。

課題

- 「すずあかね」の知名度の低さ
- 現状想定される収穫量が少ない
- 想定販売方法が直売のみと、販売先が限定的
- SNSで情報提供を行っているが、十分なプロモーションには至らない

課題とアプローチ

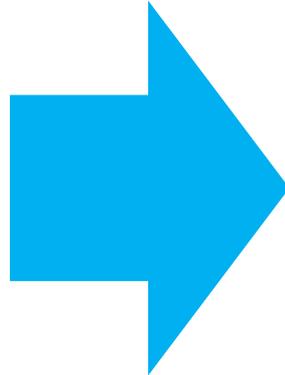
課題

すずあかねの知名度向上

収穫量の増加

販売先の拡充

SNSの有効活用



アプローチ

知名度を上げるための方策

スマート農業による生産性向上

オンライン販売の活用

SNSの利用についての案

実施報告 ～第二回会議～

第二回会議では第一回会議の質疑応答を経て、具体的な政策提言を行った。

具体的な提言内容

1. オンライン販売の導入
2. ポスター等の広告作成
3. ホームページの作成
4. 書籍の出版
5. スマート農業の導入
6. キャラクターを起用したプロモーション
7. レシピコンクールによるプロモーション
8. イチゴを用いた商品の作成及び販売
9. 海外販売することによる話題性の創出



第二回会議から見たこと・課題

見たこと

- なるべく生食のイチゴを販売したいが、生鮮食品を海外に輸出するのは難しいのではないか？
- 現状の農地では大型のスマート農業は逆にコスト増加につながる
- LED補光ではイチゴの過剰反応による品質面の不安がある
- すでにハウス内の温度と湿度のを検知・安定装置はある
- 現状の集荷数ではオンライン販売の需要を満たせないのではないか？

課題

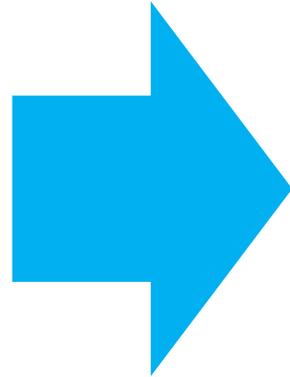
- 実際にオンライン販売で売れるのか？
- SNS等のプロモーションについて効果はあるのか？

課題とアプローチ

課題

突然オンライン販売を行っても
売れる販売の下地がない

認知度を向上する具体的な方策



アプローチ

オンライン販売を開始する前に
農園自体を周知するために、
SNSを有効活用する

話題作りのためにイチゴのレシ
ピコンテストを行う

話題作りのために店舗に出荷

1.オンライン販売の導入

ねらい

- ・ **ターゲットの拡大**
(遠方の顧客獲得)
- ・ 情報発信による **知名度の向上**
(口コミ・新たなプロモーション)

初期費用やランニングコストが
かからないものが理想

Instagramでのオンライン販売

- ・ ECサイトがなくてもできる
- ・ 既にInstagramのアカウントがある
→ 時間や手間があまりかからない
- ・ Instagramで気になった人が
手軽に買える
→ 若者・遠方の客の獲得に繋がる

2.ポスター等の広告作成

インターネットを使わない世代の方々への情報発信
地元への親しみやすさ

農園の特徴

いちごの販売の情報

SNSアカウント

ホームページのURL

YouTubeのURL



玉山うるおいイチゴ園

皆さんこんにちは！ 園長です！！
盛岡市玉山区渋民でイチゴ園を営んでいます。
僕が作っているイチゴは「すずあかね」という夏イチゴです。

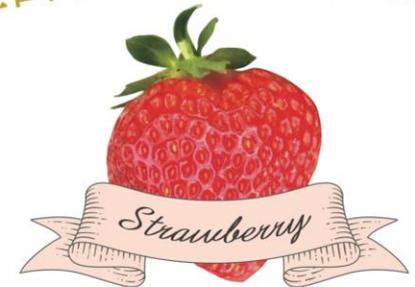
特徴としては、果実は丸みのある球円錐形でサイズが大きく、収穫期は6月から11月頃。果皮はややかためで日持ちがよく、甘味と酸味をほどよく含んでいます。



Facebook account:
HP:



玉山うるおいイチゴ園



皆さんこんにちは！

園長です！！

盛岡市玉山区渋民でイチゴ園を営んでいます。

僕が作っているイチゴは「すずあかね」という夏イチゴです。



すずあかねの特徴
果実は丸みのある球円錐形でサイズが大きく、収穫期は6月から11月頃。
果皮はややかためで日持ちがよく、甘味と酸味をほどよく含んでいます。

玉山うるおいイチゴ園

〒000-0000
岩手県盛岡市玉山
TEL: 000-000-0000
meil:〇〇〇@〇〇〇.com



Facebookもチェック

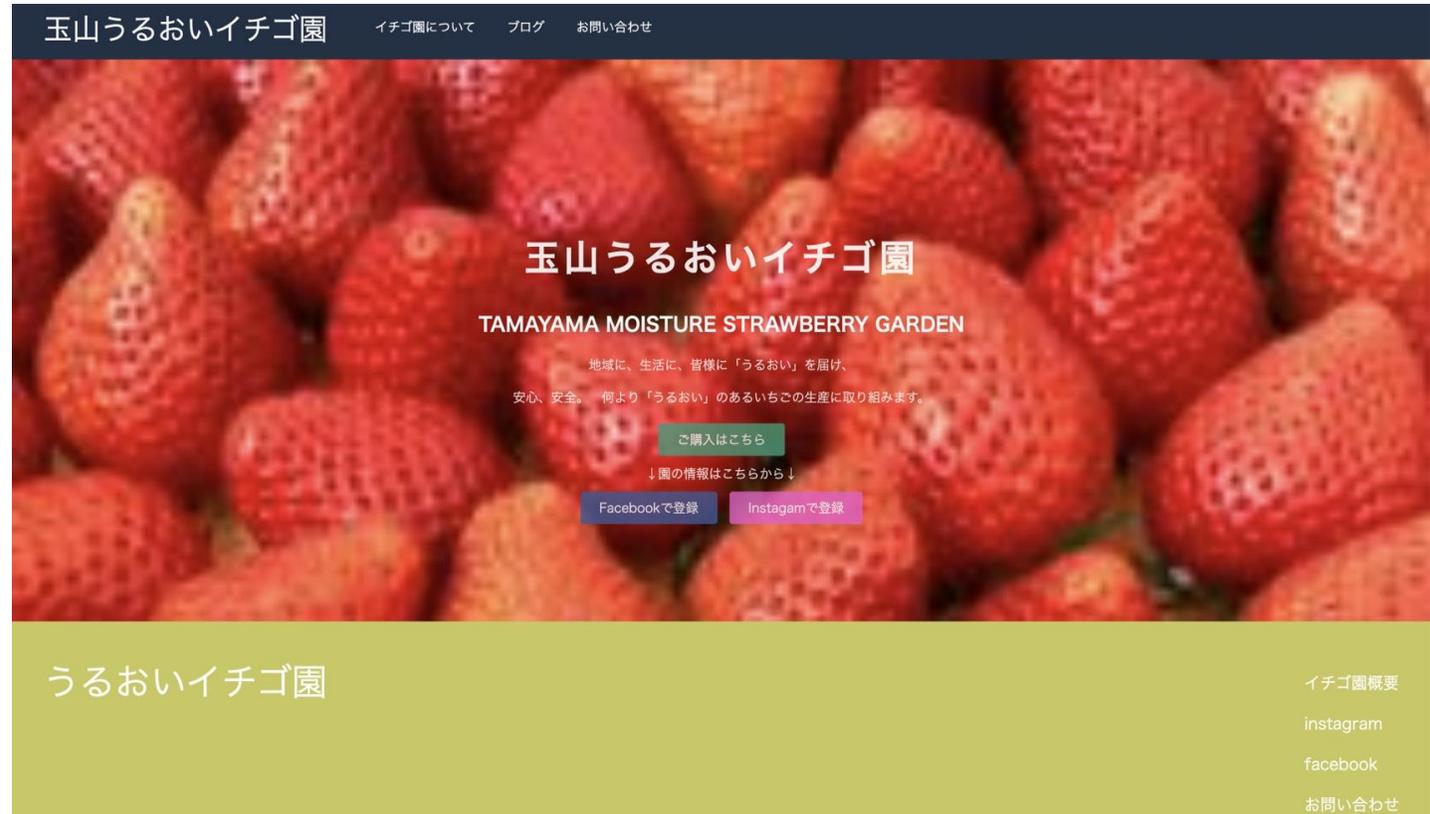
3.ホームページの作成

ねらい

- ・ポスターからの集客を活かす
- ・SNSに縁のない世代にもアピール
→地元の人へのアピールにも繋がる

特徴

- ・SNSの投稿を埋め込む
→ホームページ自体の更新は必要ない
ため手間がかからない
- ・ECサイトとしても運用
→インスタグラムと併用することで
ターゲットを拡大



4.書籍の出版

ゼミで提案

イチゴの成長過程の写真やドローンで撮影した農園の写真などを使用して**写真集**を制作。



多言語対応でAmazonにて販売。



制作過程や農園の様子を鮮明に伝えることが出来るため、購入者の安心へつながる。



5.スマート農業の導入

LED補光

- ・ 時期による**照射時間のばらつきを軽減**
- ・ その植物に適した光の波長の光源を出すことが可能
→**効率的な栽培**
- ・ **病害虫が寄りにくい**
- ・ 運用中の**省エネ効果**

LED光源

発光面の表面温度が低く、赤外線放射が少ない
照明器具の小型化・軽量化が可能

↓
植物に近づけて強い光の照射が可能。

定着型ロボットによる収穫

エンドエフェクタ・ステレオカメラによる、
着色度判定などの条件を満たすことで収穫される。

果実による設定が可能。
モード選択による、様々な収穫状況に対応可能。

↓
**ハウスの中を歩く必要がなくなり、
作業効率化が期待できる。**

アレクサを用いたスマート農業

- ・ 換気扇のON/OFF
- ・ ビニールハウスの巻き上げ
- ・ ミストの噴出

6.キャラクターを使用したプロモーション

ゼミで提案



ねらい

知名度を上げるプロの一つとして
キャラクターを展開することにより、
商品へのイメージを抱きやすくする

- ・「すずあかねちゃん」のアートコンテスト等
- ・受賞者作品の製品化（クリアファイル・シャツなど）
- ・すずあかねちゃんが出演する物語 コンテスト
- ・すずあかねちゃんを用いたキャラスタンドのフォトコンテスト



優秀賞にはイチゴをプレゼントする

7. レシピコンクールによるプロモーション

ゼミで提案

ねらい

すずあかねを使用したレシピコンクール

→ 話題性◎、知名度の向上へ

レシピコンクールの流れ（想定）

すずあかねを使用したレシピを募集（東洋大学）



リモートで審査



最終審査で選ばれたレシピ案を盛岡市内の菓子店で販売

8.イチゴを用いた商品の作成及び販売

イチゴジャム



イチゴソース



どちらも糖度が高ければ、高いほど日持ちが長くなるというメリットがある。

果実酒



果実酢



果実酢の賞味期限：半年～1年ほど
果実酒の賞味期限：しっかりと保存すれば、特にない

お酒に関してはブレンド次第で自家製らしさ(ブランド)を売りだせる

導入内容

SNS戦略に関して参考にしていただだけそうな意見

○投稿内容について

- ・ 農家目線の情報
- ・ 商品化された写真
- ・ いちごの活用方法
- ・ 動画の掲載
- ・ 売れ行き情報
- ・ 公式情報に関する文章量の増加

○ハッシュタグについて

→増やすことで効果UP

○情報発信のターゲット層について

→ターゲットを考えることで
マーケティングがしやすくなる

○Googleマップの情報について

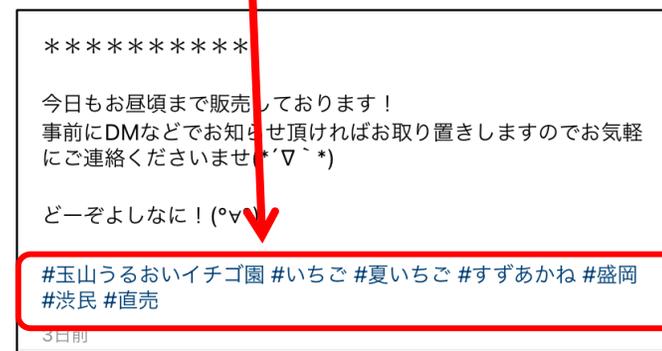
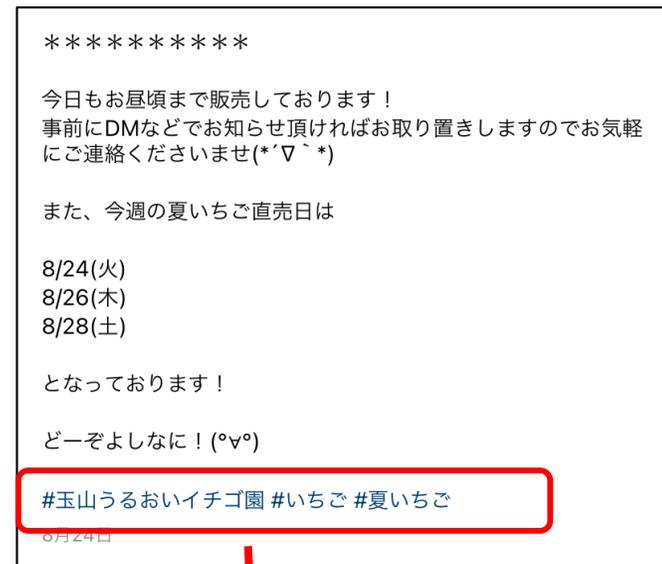
→レビューを増やすことで印象UP
行き先を決める際に選んでもらいやすくなる

SNSで認知度を上げることでオンライン販売の下地に。

○投稿内容について



○ハッシュタグについて



目を引く投稿、興味を持たれやすい内容

閲覧者がわかりやすい情報を掲載することで閲覧者の増加

→集客に

増加させることで効果UP

導入内容

オンライン販売について

令和4年7月開始が目標

(具体的な計画は今後検討予定)

澁澤ゼミとの連携事項

- ・ ECプラットフォームの選定
- ・ 販売戦略の策定



ゼミで提案

連携にあたって今後必要なこと

- ・ 詳細なヒアリング
(現在の経営状況、
菊地様の農業経営に関する展望等)
- ・ ターゲットの選定
- ・ 情報発信による認知度の向上

導入内容

レシピコンテストについて

すずあかねを使用したレシピコンテストを開催することによって認知度向上をはかる。

コンテストの流れ

レシピコンテスト開催に係る素案協議

レシピコンテストの公募開始（東洋大学）

ウェブ会議ツールを利用してリモートで審査

最優秀レシピ案を盛岡市内の菓子店で販売

レシピコンテストの様子や結果については
随時SNS等で公開し、話題を提供

実施報告 ～第三回会議～

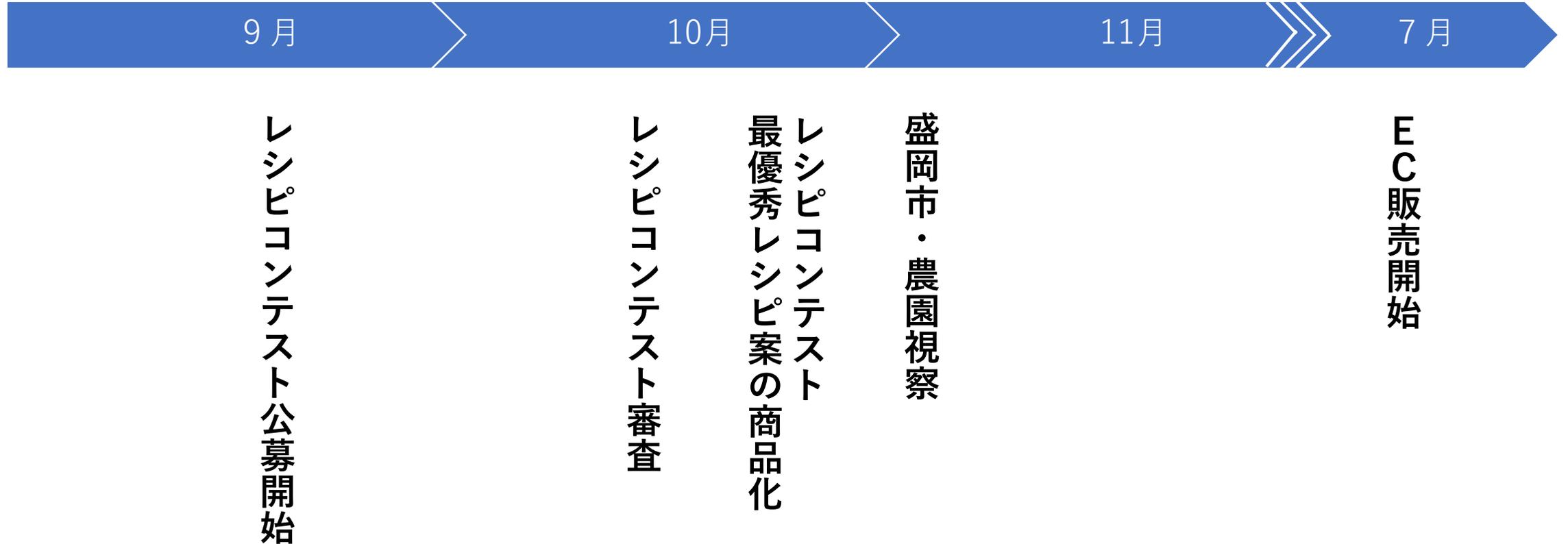
第三回会議では第二回会議の提案を経て、菊地さんの意見を踏まえて前回提言内容について実施の有無とさらなるブラッシュアップを行った。

会議内容

1. 前回提言実施の有無について
2. 実施予定内容についてのブラッシュアップ
3. 今後のロードマップについて



今後の予定



随時会議を行い、EC販売に向けた環境整備を整える



作画：一ノ宮朱里、三瓶弘輝

3年

長谷川 兼太

齊藤 りん

夷子 康平

上谷 凌太郎

清野 翔太

佐藤 実空

杉山 光晃

堀井 淳瑛

三須 菜々海

ペッパー

2年

瀬野晴仁

藤本大輔

山口遥加

飯野健人

一ノ宮朱里

伊藤龍樹

大橋春哉

三瓶弘輝

國廣美優

石井彰真

木村千夏