



食を活かす 参加型町おこし

とりたん5班



目次

1. 現状把握
2. 問題点・課題点
3. 地元食材を活かした事例
4. 提案内容
5. 効果予測
6. まとめ

1. 現状把握

北栄町では食を通しての
PR活動を行っているが、
多くの人に認知されていない。

2. 問題点・課題点

- 目玉となる食材が少ない
- 食よりアニメが強い
- PRする場所、媒体が少ない
- PRする対象が狭い

北栄町で行った地元食材のPR活動

～北栄町学校給食 サプライズ給食～

SURPRISE
SCHOOL LUNCH

2024
9
HOKUEI
KYUSHOKU

19月11日はサプライズ給食です！

サプライズ給食とは、北栄町の特産物を活用し、地産地消の大切さや地元への理解をより深めるとともに、児童生徒のみなさんに喜んでもらうことを目的とした北栄町の取り組みです。

北栄町のぶどう栽培

澄み切った空気と中国山系からそそぐ水の恵を受けた、砂丘地ならではのおいしいぶどう。
北栄町の砂丘地は水はけが良く砂丘地特有の朝夕の寒暖差が、甘いぶどうを育てます。大粒ぶどう「巨峰」をはじめ、「デラウェア」、「シャインマスカット」、「ピオーネ」などが栽培されています。その中でもシャインマスカットは、大粒で甘いのが特長で、種がなく皮まで食べることができます。



シャインマスカット

サプライズ給食の献立紹介

今回のサプライズ給食は、大山小麦全粒粉パンにはさむシャインマスカットフルーツパンです。シャインマスカットの他にフルーツとクリームをつけてオリジナルのフルーツパンにして食べてください！
また、北栄町産の米粉でカラッと油で揚げた鶏肉のから揚げや、北栄町産の旬の野菜がたっぷり入ったスープを提供します。

- ・大山小麦全粒粉パン
- ・牛乳
- ・北栄米粉のから揚げ
- ・北栄野菜たっぷりスープ
- ・シャインマスカット

(フルーツ盛り合わせ・クリーム)

大山小麦全粒粉パンとは

「全粒粉(ぜんりゅうふん)」とは、小麦の粒をまるごと挽いて粉にしたものです。小麦粉は表皮や胚芽を取り除いて胚乳だけを使うのに対し、全粒粉は普通的小麦粉では捨てられてしまう表皮や胚芽も粉にするのが特徴です。
大山小麦全粒粉パンは、大山のふもとで栽培された小麦を使用して作られていて、ふわふわとやわらかいのが特徴です。
(※この週は火曜日が二日、水曜日がパンとなります)



地元食材をPRする年齢対象が狭い



参加型の食べるコーナーを作り、食材の認知度を高めると共に地元の人々や親子連れのお客様の集客を狙う

3. 地元食材を活かした事例①



高知県安芸郡 馬路村 (人口 800人)

- ・ ゆずの果実を使ったドリンクやギフトを販売し、年間30億円を売り上げるまでに産業を拡大させた。
- ・ 成功の主な要因は産業を中心に村そのものをブランド化したことである。「ゆずの森」として、都会では得られない自然の豊かさをアピールし、同時に観光客を呼び込める工場も整備した。

3. 地元食材を活かした事例②



宮崎県のマンゴー

- ・ 宮崎県産のマンゴー「太陽のタマゴ」は、市場で競り落とされた最上級のマンゴーであり、高級なギフト用として親しまれている。
- ・ 人気の理由として、まず県内に向けて売り込み、県内の人々が県外の人に向けて送るギフトとして立ち位置を確立したことがあげられる。

事例からわかったこと

- PRしたい特産物を売り込むのではなく、村自体をブランド化することによって、「地域ブランド」を活用したマーケティングが可能。
- 観光客に焦点を向けるのではなく、地域の人々にも寄り添った地域密着型の体験イベントを実施する。

4. 提案内容

- ・北栄町オリジナルのアサイーボウルを作って、北栄町の果物をPRしては？

アサイーボウル



<https://images.app.goo.gl/s1nnekYdgH9gY1Fp9>

アサイーってなあ〜に？

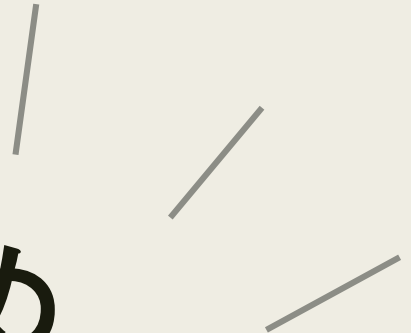


南米原産のヤシ科の植物。
栄養価の高さから「スーパーフード」と称されている。
主な効果は美容効果や心臓病のリスク低減等があげられる。
ヴィーガンのお客様にも対応できる。
現在都会を中心に若者の間で流行している。

<https://veganguide.vcook.jp/acai-nutrition/>

アサイーボウルを起用する理由

- 都会中心で人気となっているアサイーボウルを地域の食材を使用する地域マーケティング要素に活用することで、地元の人々や県外、国外の観光客を呼び込む強力なコンテンツが創出できるため。
- 県内でアサイーボウルを販売している店舗は数少ない。よって、ふらっと寄れる道の駅に併設し、旅の途中にリラックスできる場所を提供したい。



北栄町アサイーボウル改め
ホクイーボウルを提案します!!

ホクイーボウルってなあーに？

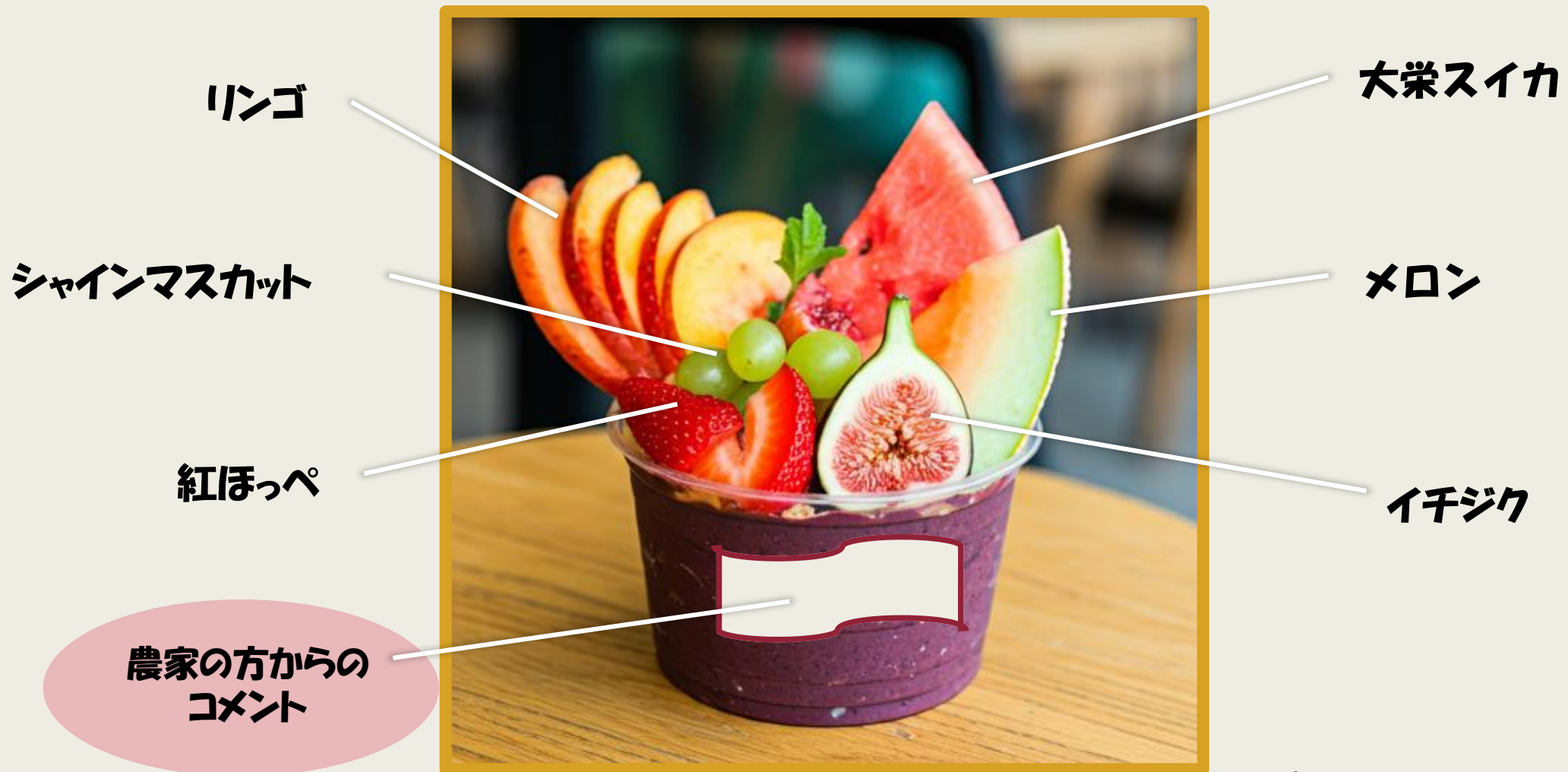
➡ 北栄町の果物をメインに使用したアサイーボウル

例,大栄すいか、紅ほっぺ、ブルーベリー

+ α

- 果物だけをPRするだけでなく、果物を育てている農家さん
もPRする
 - 容器の側面に農家さんによる果物の紹介を入れる
- 北栄町の花をアサイーボウルに入れて、ホクイーボウルの
彩りを豊かにする。
- 観光客に地元の食材を認知してらうために、長期休暇期
間等にホクイーボウルの盛り付け企画を開催する。

ホクイーボウルのイメージ図



(Google Geminiによる画像生成)

-Original menu-



BERRY BERRY BERRY



FLOWER



SMOOTHIE

5. 効果予測

- 道の駅に併設するアスレチックと共に食の参加型コーナーを併設することで、親子連れの観光客が増える。
- 果物に対する農家のこだわりを添えてアサイーボウルを1つ1000円で販売することで食材の宣伝と売上を農家の方に還元できる。
- 地元の名産物が観光地の要素として栄えると、農家と町民のコミュニティが広まり、地域ブランドとしてホクイーボウルの知名度拡大が期待できる。

マーケティングにおける 4P



商品 (Product)
アサイーボウル

価格 (Price)
約1,000円

ターゲット
親子連れ

流通 (Place)
道の駅
(アスレチック)

販売促進
(Promotion)
町民割引

6. まとめ

- 地域の資源や地域住民との連携を重視した活動が地域活性化への鍵となる
- 県外の人より地元の町民に着目して課題解決する必要がある。
- 対象者を多様することで、体験型の価値が高まり、加えて北栄町の様々な果物を認知できる。