農業や地域産品および学研都市ブランドを活かしたシティプロモーションによる産業振興・観光振興業務（農業や地域産品を活かした産業振興・観光振興施策の展開）

最終報告書

2020年 3月25日

株式会社　京都銀行

飾らない銀行
京都銀行

目　次

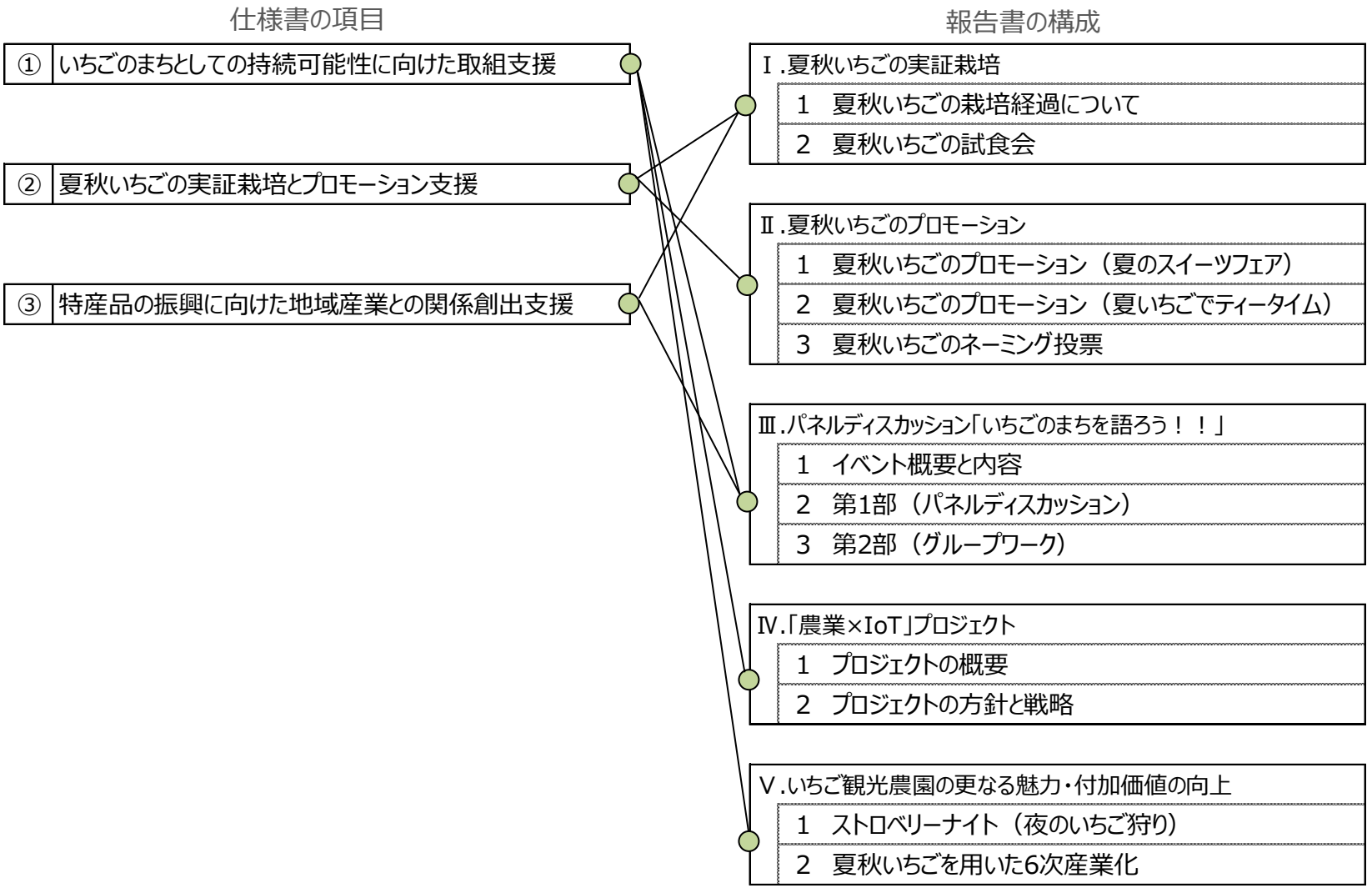
Ⅰ．夏秋いちごの実証栽培	4　頁
1．夏秋いちごの栽培経過について	5
2．夏秋いちごの試食会	10
Ⅱ．夏秋いちごのプロモーション	29 頁
1．夏秋いちごのプロモーション（夏のスイーツフェア）	30
（1）各店の夏秋いちごを使ったスイーツ	31
（2）スイーツフェア後のアンケート	35
2．夏秋いちごのプロモーション（夏いちごでティータイム）	42
3．夏秋いちごのネーミング投票	43
Ⅲ．パネルディスカッション「いちごのまちを語ろう！！」	46 頁
1．イベント概要と内容	47
2．第1部（パネルディスカッション）	50
（1）登壇者プロフィール	51
（2）パネルディスカッションの様子	58
3．第2部（グループワーク）	60
（1）グループワークのインプット資料	61
（2）チームビルディング、アイスブレイク、チームテーマの決定	64
（3）チームテーマの絞り込み、アウトプットプランの共創	65
（4）グループ発表、全体写真	67
（5）各チームのアウトプット	70
（6）アンケート結果	77

目　次

Ⅳ.「農業×IoT」プロジェクト	83 頁
1．プロジェクトの概要	84
2．プロジェクトの方針と戦略	87
Ⅴ．いちご観光農園の更なる魅力・付加価値の向上	92 頁
1．ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）	93
2．夏秋いちごを用いた6次産業化	96

報告書の構成

本業務では、「農業や地域産品を活かした産業振興・観光振興施策の展開」について、仕様書の項目を踏まえて以下の内容で結果をとりまとめている。



Ⅰ　夏秋いちごの実証栽培

１．夏秋いちごの栽培経過について

２．夏秋いちごの試食会

まとめ

ここではまず、夏秋いちごの実証栽培における栽培経過を整理します。また、精華町内スイーツ店、京都市内の有名スイーツ店等を招待した試食会についてもとりまとめ、それぞれの食味等に関する評価等についてみていくこととします。

Ⅰ-1　夏秋いちごの栽培経過について

夏秋いちごの実証栽培は、京都府立大学精華キャンパスのガラス棟にて行われている。ここでは、春に定植した夏秋いちごの栽培経過、栽培時の工夫等についてみていくこととします。

Ⅰ-1　夏秋いちごの栽培経過について

精華町での夏秋いちごは、京都府立大学の実験農場（ガラス棟1棟・0.2反）で実証的に栽培している。夏秋いちごの課題である暑さ対策については、日よけシート、天窓による換気に加え、扇風機やミスト装置により、対策を行っている。

Ⅰ-1　夏秋いちごの栽培経過について

今回の夏秋いちごの実証栽培では、町内のけいはんなラボ棟に入居する学研ベンチャー企業と連携したスマート農業の実証実験も行っている。同社が開発したセンサーを使用することで、気温、地温、湿度等のデータを収集・管理しながら、効果的な栽培方法を模索している。

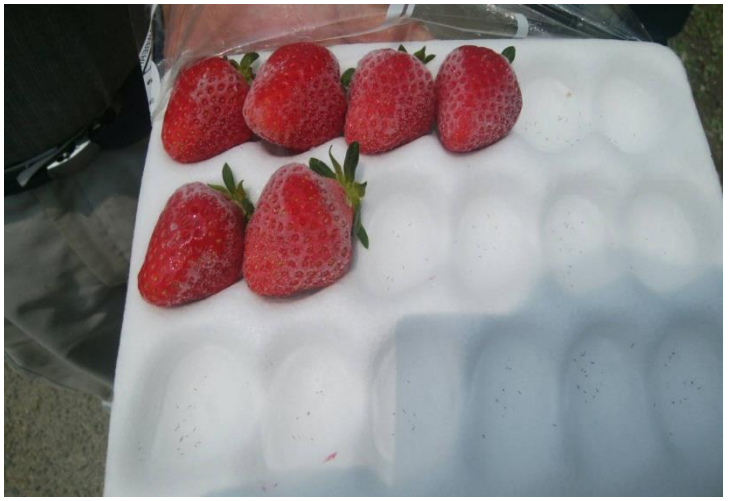
また、栽培技術面では、害虫であるアザミウマについては、アザミウマを食べる虫がマリーゴールドを好むため、高設ベンチ横にマリーゴールドを植えて対策を行い、減農薬化にも取り組んでいる。

Ⅰ-1　夏秋いちごの栽培経過について

実証栽培を行うなかで、ミストは暑さ対策に効果的であることが分かった。2019年は6月、7月の平均気温が例年より低かったこともあり、当初見込んでいた時期よりも早く、花芽が咲き、綺麗な赤色の実を付けるに至っている。

Ⅰ-1　夏秋いちごの栽培経過について

苗を定植した高設ベンチ一帯で実が成り、京都府では初となる夏秋いちごの収穫に成功している。いちごの大きさについてはばらつきはあるものの、概ね10g～20gであった（右下の写真は、収穫後冷凍保存した夏秋いちご）。



Ⅰ-2　夏秋いちごの試食会

（1）　精華町の役職員によるアンケート結果

（2）　町内スイーツ店等によるアンケート結果

（3）　京都市内スイーツ店等によるアンケート結果

（4）　山城北普及センター、山城南普及センターによるアンケート結果

（5）　夏秋いちごの試食会の様子

ここでは、収穫した夏秋いちごの食味や形、香り等について客観的な評価をみるため、試食後のアンケート結果についてみていくこととします。

まず、精華町の役職員によるアンケート結果をみていくとともに、将来の販路確保に向けて町内スイーツ店や京都市内の有名スイーツ店によるアンケート結果についても整理することとします。そのほか、山城北普及センター、山城南普及センターによるアンケート結果についてもみていくこととします。

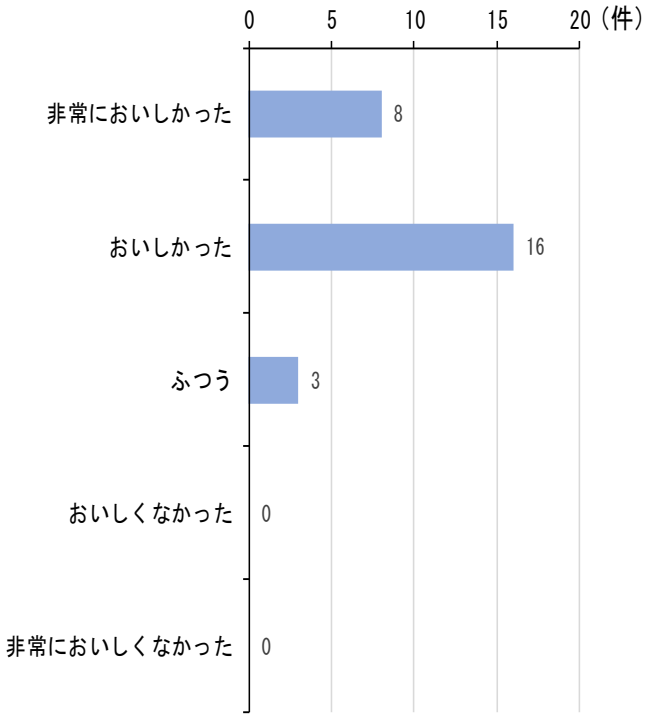
Ⅰ-2-（1）精華町の役職員によるアンケート結果

2019年6月に町内産初の夏秋いちご収穫に伴い、庁内職員（27人）を対象に試食会を実施。各職員からの食味（甘味、酸味等）、冬春いちごと比べた固さについてのアンケートを実施した。

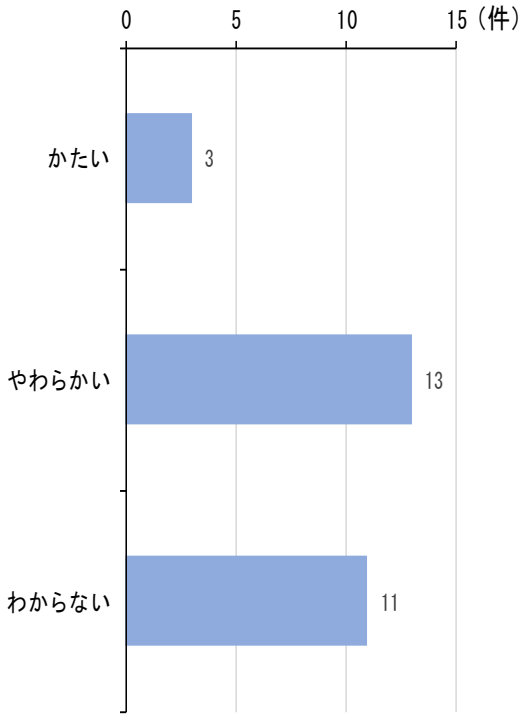
食味（甘味、酸味等）については、「非常においしかった」が8人、「おいしかった」が16人と、大半が味について好意見であった。

一方、冬春いちごと比べた固さについては、「やわらかい」が13人と回答しており、信大BS8-9の特徴である果実の固さについては、試食した人によってバラつきがみられた。

食味（甘味、酸味等）について



冬春いちごと比べた固さについて



Ⅰ-2-（1）精華町の役職員によるアンケート結果

庁内職員向けアンケートによる自由記述の感想をみると、「酸味が少し強い」と言った意見があるものの、「甘みと酸味が程よいバランスである」、「香りがとても良かった」「酸味は少し強いが、後で甘味が来るのでスイーツに合う」など、概ね好意的な意見がみられた。

食感については、「固さは普通」との意見がある一方で、「やわらかい」とする意見もみられた。

その他の感想については、「色も形も良く、おいしかった」、「赤色が強調された綺麗ないちごで、インスタ映えする」など、見た目が良いとの意見が多くみられたが、試食したいちごによっては酸味が強いものもあり、糖度を上げる方法も必要であるなど、品質向上に関する意見もみられた。

回答者	味の感想	食感で気づいたこと	その他の感想
1	最初に甘味を感じたが、後から来る酸味が強く残る感じだった。		
2	いちご全体の色が濃く、香りもとても良かったです。口に入れた時は甘味がありましたが、だんだん酸味が強くなっていきました。夏いちごなので、酸味が強くても良いと思います。	食感はやわらかいので、小さい子どもや高齢の方にも食べやすいと思います。	いちごの色がとても綺麗なルビー色なので、写真で撮っても綺麗に写ると思います。
3	甘味だけでなく、爽やかな酸味もあり、非常においしかったです。	通常と変わらない（かたいいちごではなかったです）。	思っている以上においしかったです。個体差があるように思います。
4	少し水っぽい感じがしましたが、香りが立って良いものでした。実は熟していましたが、甘味が少なかったようです。	水分が多くてやわらかったです。	夏いちごというものをアピールして食べれば良いと思います。
5	酸っぱいと思いました。		色は赤くて綺麗。割と粒が大きいと思いました。
6	少し酸っぱく感じました。		香りはすごく良い。
7	気候を考えた時、少し酸味もあって最高の味。味も濃くて良い。一番果のため、実が大きいが、加工用（お菓子に使う）にはもったいないと思います。	最高ですが、高温でもあり果実が少しやわらかいので、収穫後の品質に心配。もう少し早い目に収穫してはどうかと思います。	精華町としてはいちごの周年栽培を定着させてほしい。今後に期待しています。
8	ヘタに近い部分は、酸味が強かったです。		さっぱりしていて夏に食べるにはいい感じ。見た目も綺麗でした。
9	3粒食べました。うち2粒に関しては酸味が強かった。甘味に関しては普通だと感じた。また香りは強く、かつ桃のような香りも混ざっており良かったです。	かたさは普通でした。見た目が綺麗でした。	個人的には、食感、香り、甘さのバランスが良くおいしかったが、酸味は酸っぱいと感じるものもありました。
10	酸味は強いが、おいしいベリーほどではない。夏の暑い時に食べると、さっぱりと美味しい。	かたさは普通でした。	スイーツ用に使ってみてはどうかと思います。

Ⅰ-2-（1）精華町の役職員によるアンケート結果

回答者	味の感想	食感で気づいたこと	その他の感想
11	酸味が強く感じました。	食感はちょうど良かったです。	香りが良かったです。
12	酸味が強く感じました。		すごく甘い香りがしました。
13	酸味があって、さわやかな味でした。	かたさ普通でした。	
14	とても甘かったです。		
15	甘くておいしかった。程よい酸味でした。		
16	酸味は強いが、甘みを先に感じたのでおいしかったです。		赤色が強調された綺麗ないちごで、インスタ映えすると思います。
17	冬春いちごと比べても、特に違いは感じなかったです。		見た目も良く、通常のいちごとほとんど変わらないと思います。
18	酸味はあるが、全く問題ないと思います。そのほかは、冬春いちごと比べても特に違いはなかったです。	かたさは普通でした。	周年でいちごの栽培ができることを期待します。
19	甘味と酸味が程よいバランスで良かったです。		
20	酸味があり、甘味が少なく感じました。		色も形も良く、おいしかったです。
21			
22	甘味よりも酸味が勝っているように感じました。	かたさは普通でした。	季節外のいちごとしては、上出来だと思います。一方で、糖度を上げる方法も考える必要があると思います。
23	酸味が程よくおいしかったです。甘すぎずで風味も豊かでした。	味はとてもおいしかったのですが、ケーキに乗っているようないちごだともう少し大きい気がします。大きさはものによると思いますが、試食したものは少し小さい気がしました。	
24	酸味が少し強く感じました。	色が濃かった。	おいしかったです。
25	酸味が少し強かったです。		ジャムにするとおいしそうだと思います。
26	酸味は少し強いが、後で甘味が来るのでスイーツに合うと思います。		
27	やや酸味が強く感じました。		想像以上においしかったです。

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

2019年6月に収穫できた夏秋いちごについて、華やぎ観光農園が夏秋いちごの実証栽培を行っている京都府立大付属農場に、町内スイーツ店（8店舗）および京都市内スイーツ店を招待し、試食会を開催。また、試食後には夏秋いちごの食味や形、今後の仕入ニーズ、仕入価格等について、アンケートを実施した。

「洋菓子店A社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

＜全体的な感想＞

・香りが良く、ぜひとも使いたい。現在は、四国や九州からクール便で仕入れている（1パック20粒、600円程度）。

・定期便的な形で出荷してもらえると有難い。また、明後日に何個出荷できるといった、限られた個数の出荷でも対応可能である。

・いちごの成りが良くないときは、3日前位に連絡いただければ問題ない。

・少し青い状態の若めのものが欲しい。また、小さい粒目から大きいものまで混ざっていても構わない。

・小さくて出荷に向いていない実でも、混ぜてkg売りしてもらえるのであれば買い取る。その場合は、価格を下げてもらえると有難い。

試食後のアンケートについて

項目	感想
サイズ感	丁度良い
食味（甘さ）	丁度良い
食味（酸味）	丁度良い
食味（固さ）	丁度良い
食味（全体としてスイーツに合うか）	丁度良い
形（スイーツに合うか）	合う

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「洋菓子店B社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

＜全体的な感想＞

・夏にとれるいちごとしては、本当に美味しい。

・少しヘタの部分が白い位の若めのものが欲しい（ジュクジュクに完熟しているとすぐに悪くなるため）。

・サイズ感はある程度揃っていれば大丈夫である。サイズよりも平積みで若めのものの方が大事である。

・ぜひとも使いたいので、すぐにでも分けてほしい。

・必要量はすぐには分からないが、11月もいちごの確保に苦労しているので、秋の時期にも期待している。

・夏のスイーツフェアには喜んでお手伝いさせてもらう。

試食後のアンケートについて

項目	感想
サイズ感	丁度良い
食味（甘さ）	丁度良い
食味（酸味）	丁度良い
食味（固さ）	どちらでもない
食味（全体としてスイーツに合うか）	合う
形（スイーツに合うか）	合う

「和菓子店A社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

＜全体的な感想＞

・くずもちアイスに使えると思う。

・赤く熟している方が良い。

・時期的に、いちご大福に使って、どれほど販売できるかはよく分からない。

試食後のアンケートについて

項目	感想
サイズ感	丁度良い
食味（甘さ）	丁度良い
食味（酸味）	丁度良い
食味（固さ）	丁度良い
食味（全体としてスイーツに合うか）	合う
形（スイーツに合うか）	どちらでもない

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「和菓子店B社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、おいしかった。一方、食感については冬春いちごと比較するとやわらかい。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件は特にないので、試しに使ってみたい。

・購入したい時期として、6月～10月。1か月に必要量としては、1日20粒程度（いちご大福で使用）。

・「夏のいちごフェア（7月）」、「秋のいちごフェア」（10月）についても、「参加したい」としている。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	―
冬春いちごとの比較（食感）	やわらかい
そのほか気になった点・感想	―
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	特にないが、商品に使ってみたい。
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	―
購入したい時期	6～10月
1か月の必要量	1日20粒程度
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	―

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「洋菓子店C社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、香りもほど良く、酸味もあっておいしかった。一方、食感については冬春いちごと比較するとやわらかい。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件は、値段と大きさを挙げている。

・希望する価格帯、購入したい時期、1か月に必要量についてはシェフと相談すると回答している。

・「夏のいちごフェア（7月）」、「秋のいちごフェア」（10月）についても、「参加したい」としている。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	香りもほど良く、酸味もあっておいしかった
冬春いちごとの比較（食感）	やわらかい
そのほか気になった点・感想	―
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	値段、大きさ
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	シェフと相談
購入したい時期	シェフと相談
1か月の必要量	シェフと相談
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	―

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「洋菓子店D社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、非常においしかった、冬春いちごと比較しても甘かったとしている。一方、食感については、完熟しているものは冬春いちごと比較するとやわらかいとしている。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件、希望する価格帯については、現在は北海道産を使用しており、24個入りで1,200円で仕入れている。

・購入したい時期は、7月、9月、10月、11月。

・1か月の必要量は、1日あたり1パック～3パック。

・「夏のいちごフェア（7月）」、「秋いちごフェア」（10月）についても、「参加したい」としている。

・その他の意見については、必要量を配達してもらえるかといった意見がみられた。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	非常においしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	甘かった。
冬春いちごとの比較（食感）	完熟は少しやわらかい
そのほか気になった点・感想	―
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	現在は、北海道産を使用している（24個入りで1,200円）
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	―
購入したい時期	7月、9月、10月、11月
1か月の必要量	1日あたり1パック～2・3パック使用している。
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	必要量を配達してもらえますか。

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「洋菓子店E社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、おいしかった、酸味も丁度良いとしている。食感についても丁度良いとしている。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件は、完熟で朝採りいちごを挙げており、サイズはMサイズ（1粒10～12g）を希望している。

・希望する価格帯は、1粒30円～40円（送料込み45円）。

・購入したい時期は、6月～10月・11月（国産いちごのみを使用）。

・1か月の必要量は、週2回、Mサイズを960粒+α使用している。規格外の小さいものでも出荷してもらえれば使用するとしている（1パック200円～300円）。

・その他の意見については、今からでも使いたいが、出荷量だけの問題と思う（金曜日、土曜日の発注が多いため）との意見がみられた。
昨年は12月で1パック1,500円～2,000円で仕入れていたので、12月も出荷してもらえるならば嬉しいとの声もきかれた。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	酸味は丁度良い
冬春いちごとの比較（食感）	丁度良い
そのほか気になった点・感想	すずあかねやサマープリンセスより香りが良い。この朱色がケーキに良い。サマープリンセスや紅姫は赤すぎるところがある。今はすずあかねを仙台から1日半かかってクール便で取り寄せている。
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	完熟で、朝採りいちごが欲しい。 サイズはMサイズ（10～12g）
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	1粒30円～40円後半（送料込み45円）で使っている
購入したい時期	6月～10月もしくは11月 （国産いちごのみ使っている）
1か月の必要量	週2回、Mサイズを960粒+αで使用している。 規格外の小さいものでも出してもらったら使う （1パック200円～300円）
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	―
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	―
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	今でも使いたい。量だけの問題かと思う （金曜日、土曜日の発注が多い）。 昨年は12月で1パック1,500円～2,000円だったので、12月もあれば嬉しい。

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「町内のいちご農家・野菜ソムリエ」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、最初に甘さが口に広がり、最後に酸味が残りおいしいとしており、酸味がケーキに合うと思うとの意見がみられた。一方、食感については、冬春いちごと比較するとやわらかい。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件としては、夏の暑さをどう乗り切れるかを挙げている。

・「夏のいちごフェア（7月）」、「秋のいちごフェア」（10月）についても、「参加したい」としている。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	最初に甘さが口に広がり、最後に酸味が残りおいしい。
冬春いちごとの比較（食感）	やわらかい
そのほか気になった点・感想	酸味があって、ケーキによく合うと思う。
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	夏の暑さが問題かと思う。
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	―
購入したい時期	―
1か月の必要量	―
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	―

Ⅰ-2-（2）町内スイーツ店等によるアンケート結果

「町内ベンチャー企業A社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、非常においしかった。酸味がしっかりついていて、香りが良いのでスイーツに合うと思うとの意見がみられた。一方、食感については冬春いちごと比較すると多少かたい。

・希望する価格帯としては、1kgあたり2,500円～3,000円としている。

・「夏のいちごフェア（7月）」、「秋のいちごフェア」（10月）についても、「参加したい」としている。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	非常においしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	酸味がしっかりついていて、香りが良いのでスイーツに合うと思う。
冬春いちごとの比較（食感）	多少かたい
そのほか気になった点・感想	順調に成育しており良かった。今後の気温が気になる。
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	―
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	ピーク時に、町外への販売価格として1kgあたり2,500円～3,000円）
購入したい時期	―
1か月の必要量	―
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	―

Ⅰ-2-（3）京都市内スイーツ店等によるアンケート結果

「京都市内の洋菓子製造A社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、おいしかった、香りが良いとしている。一方、食感については通常の夏いちごよりもやわらかいとしている。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件は、流通が良いことを挙げている。

・希望する価格帯は、1パック750円。

・購入したい時期は、6月末～11月。

・その他の意見については、京都の夏いちごブランドができるとアピールしやすいとの意見がみられた。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	香りが良い。
冬春いちごとの比較（食感）	やわらかい。通常の夏いちごよりやわらかく良かった。
そのほか気になった点・感想	今後の発展に期待しています。
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	流通が良いこと。
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	1パック750円
購入したい時期	6月末～11月
1か月の必要量	―
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	京都の夏いちごブランドができるとアピールしやすい。

Ⅰ-2-（3）京都市内スイーツ店等によるアンケート結果

「京都市内の洋菓子店A社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、冬春いちごと比較るとやや味が劣る部分があるとしているが、夏に採れるいちごとしては十分おいしいとしている。

・固さについては、若干やわらかいものが多いので輸送が心配としている。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件は、量の確保とコストを挙げている。

・希望する価格帯は、1パック750円（上限1,000円までなら考えられる）。

・購入したい時期は、6月～10月。

・1か月の必要量は、900パック～1,000パック。

・その他の意見については、夏にこのクオリティはとても魅力的であり、とても楽しみ。ただ、コスト面が一番の問題といった意見もみられた。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	冬春いちごと比べると少し味が悪いと感じました。
冬春いちごとの比較（食感）	わからない
そのほか気になった点・感想	若干やわらかいものが多いので、輸送が心配。
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	量の確保とコスト
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	1パック750円（上限1,000円までなら考えられる）
購入したい時期	6月～10月
1か月の必要量	900パック～1,000パック
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	夏にこのクオリティーはとても魅力的ですので、楽しみです。コスト面が一番の問題かと思います。

Ⅰ-2-（3）京都市内スイーツ店等によるアンケート結果

「京都市内の洋菓子店B社」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、アンケートでは無回答ではあったが、当日のヒアリングでは夏秋いちごの栽培1年目としてはおいしく、香りが良いとの意見がみられた。

・町内産の夏秋いちごを自社の商品に使用する際の条件は、完熟度を重視している（同店では、いちごを栽培している農家へ直接足を運んで契約し、畑で完熟になったものだけを直送している）。

・希望する価格帯は、1kgあたり2,500円～3,500円。

・購入したい時期は、6月～12月まで。

・1か月の必要量は、1か月で40kg（1パックを300gとすると約134パック）

・その他の意見については、華やぎ観光農園で栽培されている「信大BS8-9」は秋の方が夏より少し収量は少なくなる品種であるが、秋は夏よりも甘く、香りも良くなる品種であるとの意見が聞かれた。

現時点の品質では1kgあたり3,000円は、スイーツ店は少々高く感じるかもしれないので、今後は品質の安定化、向上を図り、3,000円でも売れる位のブランドにしていくことが求められるとの声も聞かれました。

試食後のアンケートについて

項目	感想
味	－
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	－
冬春いちごとの比較（食感）	－
そのほか気になった点・感想	－
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	完熟度を重視したい。せっかく、近くのお菓子屋が取り扱うのであれば、完熟を扱いたい。
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	1kgあたり2,500円～3,500円
購入したい時期	6月～12月まで
1か月の必要量	1か月で40kg
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	－

Ⅰ-2-（4）山城北普及センター、山城南普及センターによるアンケート結果

「山城北普及センター」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、おいしかった。少し酸味があるが、香りが良いとしている。食感については、冬春いちごと比較するとやわらかいとしている。

「山城南普及センター」の試食後のアンケートについては、下記のとおり。

・味については、おいしかった。少し酸味があるが、夏らしい味としている。食感については、冬春いちごと比較すると固いとしている。

【山城北普及センター】　試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	少し酸味があるが、香りが良い。
冬春いちごとの比較（食感）	やわらかい。
そのほか気になった点・感想	―
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	―
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	―
購入したい時期	―
1か月の必要量	―
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	はい
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	はい
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	―

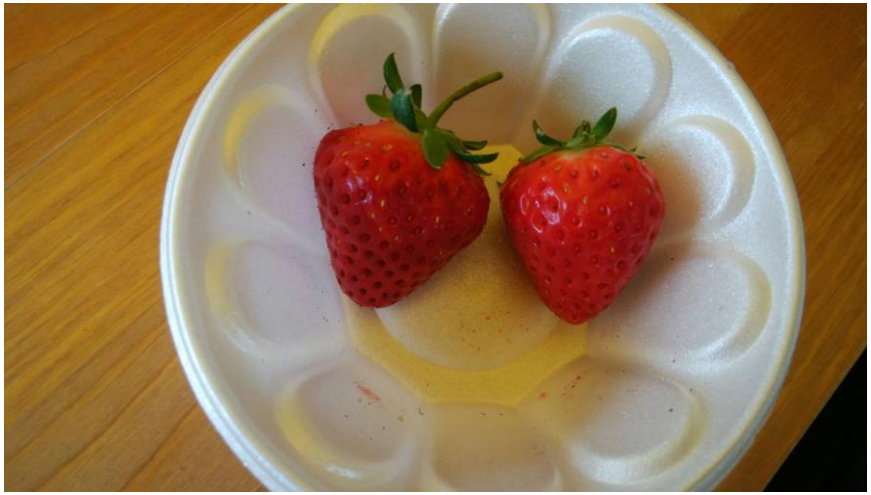
【山城南普及センター】　試食後のアンケートについて

項目	感想
味	おいしかった
冬春いちごとの比較（酸味・甘味）	少し酸味があるが、夏らしい味。
冬春いちごとの比較（食感）	かたい
そのほか気になった点・感想	―
精華町産の夏秋いちごを採用するための条件	―
希望する価格帯（1kgあたり、もしくは1パック（300g）あたり等）	―
購入したい時期	―
1か月の必要量	―
「夏のいちごフェア」（7月）へ参加したいか	―
「秋のいちごフェア」（9月もしくは10月）へ参加したいか	―
精華町産の夏秋いちごについての自由意見	―

Ⅰ-2-（5）夏秋いちごの試食会の様子

Ⅰ-2-（5）夏秋いちごの試食会の様子

2019年6月に採れた夏秋いちごは、小さいサイズでは1粒8g～9g、大きいサイズでは1粒20gになるものもあったが、1粒11g程度のサイズが多かった。



Ⅰ まとめ

- ✓ 精華町での夏秋いちごは、京都府立大学の実験農場（ガラス棟1棟・0.2反）で実証的に栽培している。日よけシート、天窓による換気、扇風機やミスト装置により暑さ対策を行っている。
- ✓ ミスト等の効果に加えて、2019年は6月、7月の平均気温が例年より低かったこともあり、当初見込んでいた時期よりも早く実を付け、京都府初となる夏秋いちごの収穫に成功。
- ✓ 小さいサイズで1粒8g～9g、大きいサイズでは1粒20gになるものもあったが、1粒11g程度のサイズが多かった。
- ✓ 精華町の職員を対象にした試食後のアンケートでは、大半が味について好意見であったが、冬春いちごと比べた固さについては、試食した人によってバラつきがみられた。自由意見については、糖酸バランスや香りが良い、綺麗な赤色であるなどの意見がみられた。
- ✓ 町内スイーツ店等、京都市内の有名スイーツ店による試食後のアンケートでは、固さについては冬春いちごと比較するとやわらかいとの意見がみられたが、味や香りについては、夏に採れるいちごとしては美味しい、香りが良く、酸味もあって美味しいとの好意見がみられた。
- ✓ 1kgあたりの仕入価格（農家視点では販売価格）については、京都市内の有名スイーツ店の方が町内スイーツ店よりも高いことがうかがえる。

Ⅱ　夏秋いちごのプロモーション支援

1．夏秋いちごのプロモーション（夏のいちごスイーツフェア）

2．夏秋いちごのプロモーション（夏いちごでティータイム）

3．夏秋いちごのネーミング投票

まとめ

ここでは、夏秋いちごのプロモーションとして、7月に行われた「夏のスイーツフェア」、10月に行われた「夏いちごでティータイム」、ブランド化に向けたネーミング投票について整理していくこととします。

Ⅱ-1　夏秋いちごのプロモーション（夏のスイーツフェア）

（1）　各店の夏秋いちごを使ったスイーツ

（2）　スイーツフェア後のアンケート結果

町内スイーツ店（8店舗）の協力のもと、収穫された夏秋いちごを使用したフェア「精華町夏のいちごスイーツフェア」が7月13日～7月21日に開催されています。ここでは、各店の夏秋いちごを使ったスイーツおよびスイーツフェア後の反応についてみていくこととします。

Ⅱ－1－（1）各店の夏秋いちごを使ったスイーツ

2019年7月13日～21日まで、夏いちごのプロモーションとして、町内スイーツ店等と連携して期間中に精華町夏いちごを使ったメニューを数量限定で提供するスイーツフェアを開催しました。

【参加店舗】
「御菓子司松雲堂」、「お菓子の工房 がとぅぎゃらりぃ」、「御生菓子司ふたば」、「パティスリー華」、「パティスリー　ベニー」、「パティスリー　ル・フルティエ」、「ポエム洋菓子店」、「ル・パティシェ　ヤマダ」の8店舗。

「御菓子司松雲堂」ではいちご大福、「御生菓子ふたば」ではくずもちに夏秋いちごを使用。いちご大福は半分に切った時、夏秋いちごが果芯まで赤く見た目が良い。また、細かく切ってくずもちの上に乗せても、赤色が綺麗で写真映えしている。

御菓子司松雲堂

御生菓子司ふたば

御生菓子司ふたば

Ⅱ－1－（1）各店の夏秋いちごを使ったスイーツ

夏秋いちごの試食会後、町内スイーツ店（8店舗）に精華町産の夏いちごを使った新商品を開発を依頼し、7月13日～21日までスイーツフェアを開催。

「パティスリー華」、「パティスリー　ベニー」、「お菓子の工房　がとぅぎゃらりー」では、夏秋いちごをふんだんにケーキに使用した商品を開発した。

パティスリー華

パティスリー　ベニー

お菓子の工房　がとうぎゃらりー

Ⅱ－1－（1）各店の夏秋いちごを使ったスイーツ

夏秋いちごの試食会後、町内スイーツ店（8店舗）に精華町産の夏いちごを使った新商品を開発を依頼し、7月13日～21日までスイーツフェアを開催。

「ポエム洋菓子店」では、ショートケーキともう1品、夏秋いちごを一番上に乗せて使用した。

ポエム洋菓子店

ポエム洋菓子店

Ⅱ－1－（1）各店の夏秋いちごを使ったスイーツ

夏秋いちごの試食会後、町内スイーツ店（8店舗）に精華町産の夏いちごを使った新商品を開発を依頼し、7月13日～21日までスイーツフェアを開催。

「パティスリー　ル・フルティエ」では、夏秋いちごを5個使用したタルトを開発したほか、ショートケーキ、ロールケーキにもふんだんに使用。夏秋いちごのタルトは、700円とのやや高めの価格ながらも、売り切れるほどの人気であった。

パティスリー　ル・フルティエ

パティスリー　ル・フルティエ

Ⅱ-1-（2）スイーツフェア後のアンケート結果

2019年7月13日～21日まで開催したスイーツフェアについて、実際に使用した夏いちごの品質のほか、スイーツフェアでの夏いちごを使った商品の売れ行き、今後の仕入ニーズ等について、参加店舗にアンケートを実施している。

スイーツフェア後のアンケートについて

設問	項目	選択肢				
Q1	大きさ （全体的にお菓子に使う前提で）	大きい	少し大きい	丁度良い	少し小さい	小さい
Q2-1	味（甘味）	強い	やや強い	普通	少し弱い	弱い
Q2-2	味（酸味・酸っぱさ）	強い	やや強い	普通	少し弱い	弱い
Q2-3	味 （総合的かつお菓子に使う前提で）	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
Q3	夏秋いちごのネーミングについて どのような名前を付けるか					
Q4-1	今後も精華町の夏いちごを 使いますか？	積極的に使いたい	使いたい	未定	使わない	
Q4-2	Q4-1の理由について	品質	仕入れ値	（店への）メリット	その他	
Q4-3	スイーツフェアで考案したメニューを 今後も販売しますか？	販売予定	未定	販売の予定はない		
Q5-1	夏いちごを使ったスイーツの売れ行き	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い
Q5-2	Q5-1の理由と感じるものについて	精華町の いちごだから	宣伝効果	ブランド名が無い	その他	
	その他の具体的な内容					
Q6	今後も同様のフェアがあれば 参加されますか？	参加する	参加しない	わからない		

Ⅱ-1-（2）スイーツフェア後のアンケート結果

「和菓子店A社」のアンケートについては、下記のとおり。

・大きさについては、少し小さいとしている。

・味については、大きいいちごは甘味が強かったとしている。酸味についてはやや強いとしているが、大福にするとあんこが入っているのでおいしかったと好評だったとしている。

・今後も精華町の夏いちごを使うかについては、未定としており、その理由として仕入れ値を挙げている。

・夏いちごを使ったスイーツの売れ行きについては、いちごは春の商品と思っている方が多いので、あまり良くなかったとしている。

注1：夏秋いちごの試食会のアンケートに回答した和・洋菓子店と、スイーツフェア後のアンケートに回答した和・洋菓子店の社名を伏せてアルファベット表記している。

注2：試食会のアンケートにおけるA社等の表記とスイーツフェア後のアンケートにおけるA社等の表記は、必ずしも同一事業者ではないことにご留意願います。

夏のスイーツフェア後のアンケートについて

設問	項目	回答
Q1	大きさ （全体的にお菓子に使う前提で）	少し小さい
Q2-1	味（甘味）	強い（大きいいちごは甘かった）
Q2-2	味（酸味・酸っぱさ）	やや強い
Q2-3	味 （総合的かつお菓子に使う前提で）	—
Q3	夏秋いちごのネーミングについて どのような名前を付けるか	華いちご
Q4-1	今後も精華町の夏いちごを 使いますか？	未定
Q4-2	Q4-1の理由について	仕入れ値
	その他の具体的な内容	—
Q4-3	スイーツフェアで考案したメニューを 今後も販売しますか？	—
Q5-1	夏いちごを使ったスイーツの売れ行き	—
Q5-2	Q5-1の理由と感じるものについて	その他
	その他の具体的な内容	春の商品と思っている方が多いので、 売れ行きはあまり良くなかったと思う。
Q6	今後も同様のフェアがあれば 参加されますか？	わからない

Ⅱ-1-（2）スイーツフェア後のアンケート結果

「和菓子店B社」のアンケートについては、下記のとおり。

・大きさについては、少し小さいとしている。

・味については、甘味については普通、酸味・酸っぱさはやや強いとしているが、総合的な味の評価としてはやや良いとしている。

・今後も精華町の夏いちごを使うかについては、使いたいとしており、その理由として、精華町らしさがあるためとしている。

・夏のスイーツフェアで考案したメニューは、今後も販売予定としている。

・夏いちごを使ったスイーツの売れ行きについては、普通としており、その理由として、ブランド名が無いからを挙げている。

注1：夏秋いちごの試食会のアンケートに回答した和・洋菓子店と、スイーツフェア後のアンケートに回答した和・洋菓子店の社名を伏せてアルファベット表記している。

注2：試食会のアンケートにおけるA社等の表記とスイーツフェア後のアンケートにおけるA社等の表記は、必ずしも同一事業者ではないことにご留意願います。

夏のスイーツフェア後のアンケートについて

設問	項目	回答
Q1	大きさ （全体的にお菓子に使う前提で）	少し小さい
Q2-1	味（甘味）	普通
Q2-2	味（酸味・酸っぱさ）	やや強い
Q2-3	味 （総合的かつお菓子に使う前提で）	やや良い
Q3	夏秋いちごのネーミングについて どのような名前を付けるか	—
Q4-1	今後も精華町の夏いちごを 使いますか？	使いたい
Q4-2	Q4-1の理由について	その他
	その他の具体的な内容	精華町らしさがあるため。
Q4-3	スイーツフェアで考案したメニューを 今後も販売しますか？	販売予定
Q5-1	夏いちごを使ったスイーツの売れ行き	普通
Q5-2	Q5-1の理由と感じるものについて	ブランド名が無い
	その他の具体的な内容	—
Q6	今後も同様のフェアがあれば 参加されますか？	参加する

Ⅱ-1-（2）スイーツフェア後のアンケート結果

「洋菓子店A社」のアンケートについては、下記のとおり。

・大きさについては、粒によりばらつきがあり、使いにくかったとしている。

・味については、甘味、酸味・酸っぱさともに普通としているが、総合的な味の評価としてはやや良いとしている。

・今後も精華町の夏いちごを使うかについては、使いたいとしているが、1粒の単価が高額なため使用しにくい、大きさがもう少し均一だと使用しやすい等、仕入れ値や品質の安定化についての意見がみられた。

・夏いちごを使ったスイーツの売れ行きについては、精華町のいちごだから、宣伝効果などから、やや良いとしている。

注1：夏秋いちごの試食会のアンケートに回答した和・洋菓子店と、スイーツフェア後のアンケートに回答した和・洋菓子店の社名を伏せてアルファベット表記している。

注2：試食会のアンケートにおけるA社等の表記とスイーツフェア後のアンケートにおけるA社等の表記は、必ずしも同一事業者ではないことにご留意願います。

夏のスイーツフェア後のアンケートについて

設問	項目	回答
Q1	大きさ （全体的にお菓子に使う前提で）	—
Q2-1	味（甘味）	普通
Q2-2	味（酸味・酸っぱさ）	普通
Q2-3	味 （総合的かつお菓子に使う前提で）	やや良い
Q3	夏秋いちごのネーミングについて どのような名前を付けるか	—
Q4-1	今後も精華町の夏いちごを 使いますか？	使いたい
Q4-2	Q4-1の理由について	品質、仕入れ値、その他
	その他の具体的な内容	粒単価が高額なため使用しにくい。 大きさがもう少し均一だと使用しやすい。
Q4-3	スイーツフェアで考案したメニューを 今後も販売しますか？	未定
Q5-1	夏いちごを使ったスイーツの売れ行き	やや良い
Q5-2	Q5-1の理由と感じるものについて	精華町のいちごだから、宣伝効果
	その他の具体的な内容	—
Q6	今後も同様のフェアがあれば 参加されますか？	参加する

Ⅱ－1－（2）スイーツフェア後のアンケート結果

「洋菓子店B社」のアンケートについては、下記のとおり。

・大きさについては、丁度良いとしている。

・味については、甘味、酸味・酸っぱさともに普通としているが、総合的な味の評価としてはやや良いとしている。

・今後も精華町の夏いちごを使うかについては、未定としており、その理由として仕入れ値を挙げている。

・夏いちごを使ったスイーツの売れ行きについては、夏いちごの希少性からやや良いとしている。

注1：夏秋いちごの試食会のアンケートに回答した和・洋菓子店と、スイーツフェア後のアンケートに回答した和・洋菓子店の社名を伏せてアルファベット表記している。

注2：試食会のアンケートにおけるA社等の表記とスイーツフェア後のアンケートにおけるA社等の表記は、必ずしも同一事業者ではないことにご留意願います。

夏のスイーツフェア後のアンケートについて

設問	項目	回答
Q1	大きさ （全体的にお菓子に使う前提で）	丁度良い
Q2-1	味（甘味）	普通
Q2-2	味（酸味・酸っぱさ）	普通
Q2-3	味 （総合的かつお菓子に使う前提で）	やや良い
Q3	夏秋いちごのネーミングについて どのような名前を付けるか	華やぎ姫
Q4-1	今後も精華町の夏いちごを 使いますか？	未定
Q4-2	Q4-1の理由について	仕入れ値
	その他の具体的な内容	―
Q4-3	スイーツフェアで考案したメニューを 今後も販売しますか？	販売の予定はない
Q5-1	夏いちごを使ったスイーツの売れ行き	やや良い
Q5-2	Q5-1の理由と感じるものについて	その他
	その他の具体的な内容	夏いちごの希少性
Q6	今後も同様のフェアがあれば 参加されますか？	参加する

Ⅱ-1-（2）スイーツフェア後のアンケート結果

「洋菓子店C社」のアンケートについては、下記のとおり。

・大きさについては、少し大きいとしている。

・味については、甘味については普通、酸味・酸っぱさはやや強いとしているが、総合的な味の評価としてはやや良いとしている。

・今後も精華町の夏いちごを使うかについては、使いたいとしている。

・夏いちごを使ったスイーツの売れ行きについては、宣伝効果からやや良いとしている。一方、ブランド名が無いことから、ネーミングとして「京いちご」を提案している。

注1：夏秋いちごの試食会のアンケートに回答した和・洋菓子店と、スイーツフェア後のアンケートに回答した和・洋菓子店の社名を伏せてアルファベット表記している。

注2：試食会のアンケートにおけるA社等の表記とスイーツフェア後のアンケートにおけるA社等の表記は、必ずしも同一事業者ではないことにご留意願います。

夏のスイーツフェア後のアンケートについて

設問	項目	回答
Q1	大きさ （全体的にお菓子に使う前提で）	少し大きい
Q2-1	味（甘味）	普通
Q2-2	味（酸味・酸っぱさ）	やや強い
Q2-3	味 （総合的かつお菓子に使う前提で）	やや良い
Q3	夏秋いちごのネーミングについて どのような名前を付けるか	京いちご
Q4-1	今後も精華町の夏いちごを 使いますか？	使いたい
Q4-2	Q4-1の理由について	—
	その他の具体的な内容	—
Q4-3	スイーツフェアで考案したメニューを 今後も販売しますか？	未定
Q5-1	夏いちごを使ったスイーツの売れ行き	やや良い
Q5-2	Q5-1の理由と感じるものについて	宣伝効果、ブランド名が無い
	その他の具体的な内容	—
Q6	今後も同様のフェアがあれば 参加されますか？	参加する

Ⅱ-2　夏秋いちごのプロモーション（夏いちごでティータイム）

2019年10月22日に夏秋いちごのプロモーションイベント第2弾として、精華町アピタに「京都精華cafe」が出店されました。ここでは、当日の様子、来店者によるいちごの楽しみ方についてみていくこととします。

Ⅱ-2　夏秋いちごのプロモーション（夏いちごでティータイム）

2019年10月22日に夏秋いちごのPRイベント第2弾として、1日限定で精華町アピタに「京都精華cafe」が出店。来店客は冷凍いちごを購入し、チョコレートファウンテンを楽しめるほか、夏秋いちごを使った町内スイーツ店のケーキを食べることができ、盛況であった。

来店客は子どもや子ども連れの家族が多く、いちごをたくさん盛った大皿をショーケースに置くだけで、強い集客力を持つことがうかがえた。また、当日はイラストや写真をラテに転写するマシーンも置かれ、京町セイカをデザインとするラテアートも楽しめるイベントであった。

夏いちごでティータイムの看板

京都精華Cafeのブース

町内スイーツ店のケーキ

秋に採れた町内産いちご

当日の様子

チョコレートファウンテン

ラテと夏秋いちごを使ったケーキ

Ⅱ-3　夏秋いちごのネーミング投票

精華町産の夏秋いちごのブランド化を図るために、2019年11月17日～11月27日までネーミング投票が実施されました。ここでは、精華まつりにおける投票の様子についてとりまとめています。

Ⅱ-3　夏秋いちごのネーミング投票

町内産夏秋いちごのブランド戦略やPRとして、今後は商標登録が必要になるため、夏秋いちごの商標名の候補を提案するとともに、地域住民からの投票形式でネーミングを決定するための投票用紙を作成。また、紙ベースでの投票以外に、QRコードを読み込めばアンケートに回答できる仕組みを構築。

ネーミング投票は精華まつりのある2019年11月17日から開始し、11月27日まで実施。投票者は「京いちご」、「華やぎ姫」、「華しずく」の3つの候補から1つを選択する。

精華まつりでのネーミング投票の様子

ネーミング投票用紙

夏秋いちごのネーミング投票！

精華町では、町特産品「いちご」を生かし地域ブランド力を高めるため、華やぎ観光農園へ呼びかけ、今年４月から夏や秋に収穫できるいちご栽培の実証実験に取組み、6月に京都で初めての収穫を迎え、7月には町内スイーツ店と連携し夏秋いちごフェアーを開催しました。今後さらに「いちごのまち精華町」として、年間を通じて観光農業とスイーツで「いちご」を楽しめる町を目指したいと考えています。
そこで、夏秋いちごの「ネーミング」を皆様の投票で決定したいと思いますので、1～3の候補の中から、１つ選んで投票してください。

ご協力よろしくおねがいいたします。

【ネーミングの候補】

1. 京いちご
2. 華やぎ姫
3. 華しずく

【投票用QRコード】

投票期間：2019年11月17日（日）～27日（水）
お１人様１票のみでお願いします。

※投票は2019せいか祭りけいはんな記念公園会場の華やぎ観光農園ブース(11/17のみ)
町役場２階案内に設置している投票箱又はＱＲコードで読み込んで投票をお願いします。

主催：華やぎ観光農園、精華町
協力：精華町スイーツタウン協会

Ⅱ まとめ

- ✓ 7月の「夏のいちごスイーツフェア」では、和菓子にはいちご大福やくずもち、洋菓子店では、ショートケーキやロールケーキに使用されたほか、夏いちごをふんだんに使用したタルトを提供するお店もあった。タルトは税込700円と高めの価格設定であるにも関わらず、売り切れるほどの人気であった。
- ✓ スイーツフェア後のアンケート結果をみると、甘味や酸味のバランスについては、店によって異なるものの総合的な味の評価については、「やや良い」とする意見が多かった。また、夏いちごを使ったスイーツの売れ行きについては、洋菓子店では「やや良い」とする意見が多かった。
- ✓ 10月の「夏いちごでティータイム」では、冷凍いちごやチョコレートファウンテンを楽しめるほか、夏秋いちごを使った町内スイーツ店のケーキを食べることができるなど、盛況であった。来店客は子どもや子ども連れの家族が多く、いちごのみを盛りつけた大皿をショーケースに置くだけで、強い集客力を持つことがうかがえた。
- ✓ 夏秋いちごのブランド化を図るため、11月に「京いちご」、「華やぎ姫」、「華しずく」の3つの候補から1つを選択するネーミング投票を実施。

＜ご参考＞

7月の「夏のいちごスイーツフェア」、10月の「夏いちごでティータイム」、ネーミング投票、華やぎ観光農園でのいちご狩りについて担当者のインスタグラムで発信。いちごの持つ発信力は強く、累計で331件の「いいね」獲得となっている（2020年3月23日時点）。

投稿した内容	投稿日	いいね獲得件数
夏のいちごスイーツフェア①	2019年7月13日	32件
夏のいちごスイーツフェア②	2019年7月20日	48件
夏いちごでティータイム①	2019年10月22日	57件
夏いちごでティータイム②	2019年10月22日	50件
夏秋いちごのネーミング投票	2019年11月17日	40件
華やぎ観光農園でのいちご狩り	2020年2月22日	104件
累計いいね件数		**331件**

Ⅲ　パネルディスカッション「いちごのまちを語ろう！！」

１．イベント概要と内容

２．第1部（パネルディスカッション）

３．第2部（グループワーク）

まとめ

ここでは、12月1日に開催したパネルディスカッション「いちごのまちを語ろう！！」についてみていくこととします。まず、イベント概要と内容をみるとととともに、第1部のパネルディスカッション、第2部のグループワークについてみていくこととします

Ⅲ-1　イベント概要と内容

ここでは、パネルディスカッション「いちごのまちを語ろう！！」 の概要と内容について、まとめています。

Ⅲ-1　イベント概要と内容

- 開催日　：2019年12月1日（日）
- 開催時間：14:00-16:30
- 開催場所：精華町役場　図書館集会室
- 参加人数：29名
  （町内外問わず、いちごが好きな人、いちごのまちについて関心のある人などが参加。うち8名は大学生）

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-1　イベント概要と内容

■パネルディスカッション「いちごのまちを語ろう！！」

＜(第1部）パネルディスカッション＞

1	開会にあたってのご挨拶	10分
2	ファシリテーター/パネリスト紹介	20分
3	販売戦略、生産量UP、品質向上の ３テーマについてディスカッション	40分
4	質疑応答/まとめ	10分

■ファシリテーター（敬称略）
木原奈穂子（神戸大学大学院農学研究科　特命助教）

■パネリスト（敬称略）
井上　拓（華やぎ観光農園）
清水　弘明（清水農園／野菜ソムリエ）
渡部　美佳（株式会社ミュウ　代表取締役）
仲山　徹（一般社団法人日本スイーツ協会認定スイーツコンシェルジュ）
村田　敦史（株式会社ファームウェア　代表取締役、プランナー・農家）
北川　智博（株式会社MISO SOUP 代表取締役）

＜(第2部）グループワーク＞

1	チームビルディング、いちごの試食	10分
2	各チームで、「販売戦略」「新規就農者確保」「品質向上」を深掘りしたアイディアに関する議論を実施	35分
3	各チームアイディアを発表、人気投票、優秀チームへの表彰	10分
4	アンケート記入、記念撮影	5分

スイーツ店が多く集まり、年間約3万人もの観光客が来訪する「いちご農園」がある「いちごのまち」精華町をより活性化させるワークショップを実施。

精華町を「いちごのまち」としてアピールするためにどうするべきか。
近隣住民と農園・スイーツ店・研究者・学生の方々が集まり、自由な発想で議論を実施。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-2　第1部（パネルディスカッション）

（1）　登壇者プロフィール

（2）　パネルディスカッションの様子

第1部のパネルディスカッションでは、農家、スイーツ店、スイーツコンシェルジュ、6次産業化中央サポートセンタープランナーなどの分野で活躍する方により、「販売戦略」「生産量UP（新規就農者確保）」「品質向上」の3点を軸に議論を行いました。

＜ファシリテータ紹介＞

◇木原奈穂子

京都大学大学院農学研究科修士課程修了後、民間中小企業に就職、営業やマーケティング、経営企画を担当。その後、同大学博士後期課程を修了し、現職に至る。専門は、農業経営、農業会計。博士（農学）。

農業への支援のあり方や協同組合の意義についての研究に一貫して取り組むとともに、現在は、丹波篠山市に駐在して、同市と神戸大学との地域連携協定に基づく事業推進や教育に従事。

地域ぐるみによる地域資源管理や地域特産品のリブランディングによる地域活性化について実践的に研究している。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜パネリスト紹介＞

◇井上　拓（華やぎ観光農園）

京田辺市出身。大学卒業後、約2年間不動産仲介会社で勤務していたが、将来自分で何か商売できないかと考えていた時に農業を検討。
2018年1月に華やぎ観光農園へ転職し、いちご栽培や観光いちご園の運営等を学んでいる。

また、2019年度から夏や秋に収穫できる「夏秋いちご」の栽培にも取組んでおり、町内スイーツ店と連携したスイーツフェアを行う等、「美味しいいちごを作り、精華町を関西圏で有名ないちごの一大産地にする」ビジョンを掲げている。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜パネリスト紹介＞

◇清水　弘明（清水農園／野菜ソムリエ）

　農業自営経験年数22年。精華町の地域特産である伏見とうがらしやいちご
を経営の柱に直売作物を交えた農業経営を行っている。

　また、市場出荷だけでなく、野菜ソムリエプロなど資格を活かした直接販売等による経営安定をはかっている。そのほか、JA青と部会・JA青壮年部・アグリ精華の役員として、関係機関と共に生産振興、後継者育成なども行っている。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜パネリスト紹介＞

◇渡部　美佳（株式会社ミュウ　代表取締役）

苺専門家。服飾の仕事をしていた頃に、友人から紹介されたいちごのあまりのおいしさに感動し、2003年に京都のいちごスイーツ専門店「メゾン・ド・フルージュ」をオープン。

いちご栽培農家へ直接足を運んで契約し、畑で完熟になったものだけを直送、そのいちごをベースにしたお菓子を製作している。

いちご本来の味を活かし、基本的なお菓子作りから和菓子、洋菓子、中国菓子と100種類以上のレシピがあり、四季の変化と共に、その時々に一番適したいちごの食べ方を提案している。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜パネリスト紹介＞

◇仲山　徹（一般社団法人日本スイーツ協会認定スイーツコンシェルジュ）

京都市在住。普段は、株式会社成基総研取締役（経営企画室長）として勤務。その傍ら、現在フォロワー数8,000名を越える、京都スイーツの投稿を専門とするインスタグラマーとして活動している。

インスタグラム「tohru_nakayama」で検索。主な保有資格に、一般社団法人日本スイーツ協会認定スイーツコンシェルジュ、国家資格キャリアコンサルタント、JPPI認定ポジティブ心理学プラクティショナーがある。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜パネリスト紹介＞

◇村田　敦史（株式会社ファームウェア　代表取締役、プランナー・農家）

山梨県北杜市在住で、3反の農地でトマト、桃、大根、花豆を生産。

小売業向けバックエンドシステムサービス、企業のWebサイト構築及びサービス設計、小売店経営を経て、2015年に山梨県に移住。

定常経済や地方の過疎化に向け、アグリと農的ライフスタイルを融合した「農産品＝商品ではない」視点からローカリズムファーストモデル、ブルーゾン的兼業農ライフを構築すべく活動中。
2020年初めに山梨県韮崎市に古民家を改修したアウトドアーユーザー向けドミトリーをオープン予定。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜パネリスト紹介＞

◇北川　智博（株式会社MISO SOUP 代表取締役）

瀬戸内うどんカンパニー代表取締役CUO（チーフうどんオフィサー）、6次産業化中央サポートセンタープランナー。

15年前に地域をテーマに起業を志し、未上場のITベンチャーで上場を経験。デジタルマーケティング事業本部統括責任者として10以上の新規事業立ち上げと企業や自治体300以上のデジタルマーケティングに携わる。

現在は経営から企画、マーケティングまで幅広いプロデュースを手掛け地方創生事業を行なっている。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-2-（2）パネルディスカッションの様子

木原氏のファシリテートのもと、「販売戦略」、「生産量UP（新規就農者確保）」、「品質向上」の3点を軸に議論。

- ■精華町いちごの現状として、華やぎ井上氏、清水農園清水氏による現状報告。
- ■「販売戦略」については、京都府内で有名スイーツ店を経営している渡部氏から「京都産いちごの有用性」、MISO SOUP北川氏、山梨移住者の村田氏などから他地域におけるブランディング事例を紹介。
  また、スイーツインスタグラマー仲山氏からは、スイーツにおける“いちご人気”について情報提供。
- ■「生産量UP（新規就農者確保）」については、北川氏、村田氏による他地域事例を中心に、井上氏、清水氏から精華町産いちごの可能性について言及。
- ■「品質向上」について、渡部氏よりその需要を伝えたのち、清水氏、井上氏による取組み内容について言及した。
  また、客席のフロムデータ社からは、華やぎ観光農園と連携して、取り組んでいる内容について説明、情報提供。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-2-（2）パネルディスカッションの様子

木原氏のファシリテートのもと、「販売戦略」、「生産量UP（新規就農者確保）」、「品質向上」の3点を軸に議論。

出所：写真は京都銀行が撮影。

Ⅲ-3　第2部（グループワーク）

（1）　グループワークのインプット資料

（2）　チームビルディング、アイスブレイク、チームテーマの決定

（3）　チームテーマの絞り込み、アウトプットプランの共創

（4）　グループ発表、全体写真

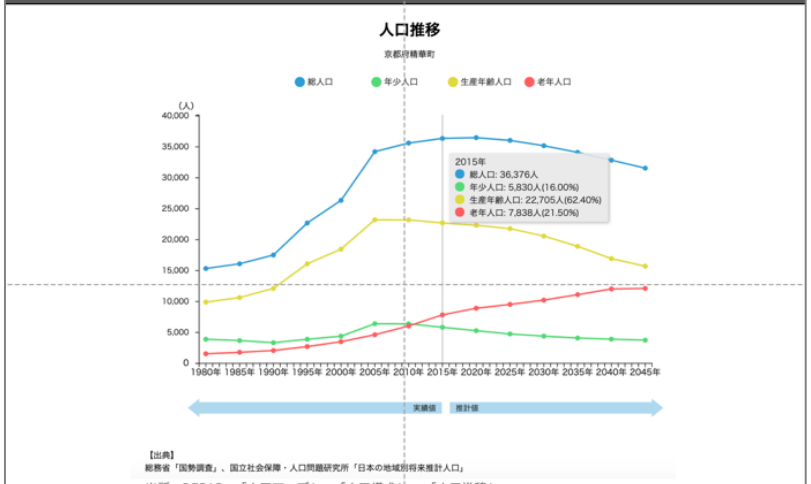
（5）　各チームのアウトプット

（6）　アンケート結果

第2部のグループワークでは、スイーツ店が多く集まり、年間約3万人もの観光客が来訪する「いちご農園」がある「いちごのまち」精華町をより活性化させるワークショップを行いました。精華町を「いちごのまち」としてアピールするためにどうするべきか。近隣住民と農園・スイーツ店・研究者・学生の方々が集まり、自由な発想で議論を実施しました。

Ⅲ-3-（1）グループワークのインプット資料

人口推移



出所：RESAS－「人口マップ」－「人口構成」－「人口推移」

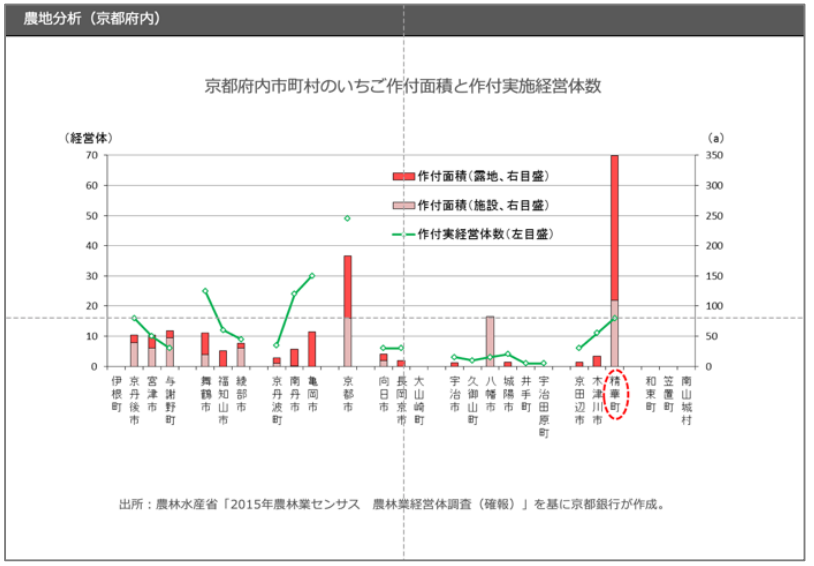
人口転入/転出

出所：RESAS－「人口マップ」－「人口の社会増減」－「From - to分析」

農業の構造（京都府内）

出所：RESAS－「産業構造マップ」－「農業」－「農業の構造」
出典：農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」を基に京都銀行が作成。

農地分析（京都府内）



出所：農林水産省「2015年農林業センサス　農林業経営体調査（確報）」を基に京都銀行が作成。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（1）グループワークのインプット資料

精華町の強み

毎年いちご狩りに、約3万人観光客が来る。

◆オリジナル開発したモニュメント

◆京町セイカとコラボしたタペストリー

精華町の強み

人口あたりのスイーツ店数が全国的に比べても多い。

精華町の強み

６次化戦略に取り組み易い加工施設がすでにある。

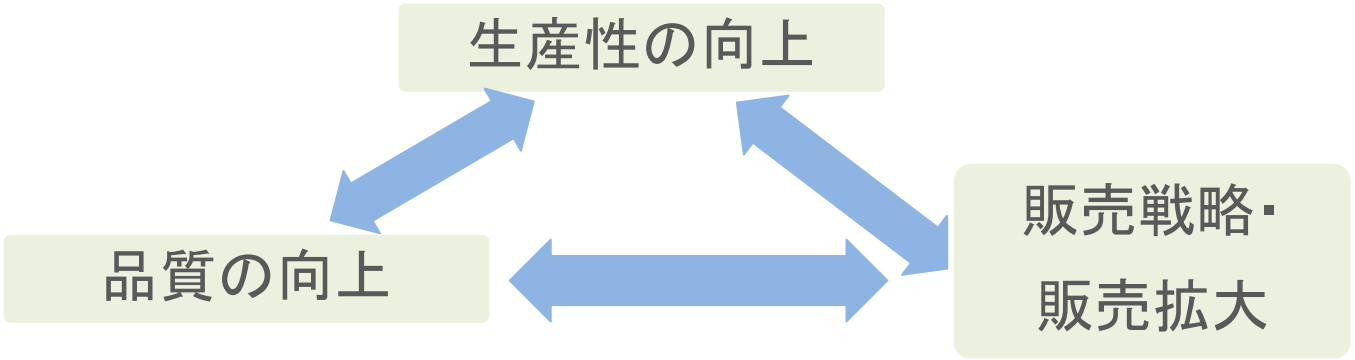
精華町の強み

関西文化学術研究都市。
ATRをはじめとして日本を代表する研究機関が多い。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

精華町の「いちご」 農業×観光

◆見えてきた課題



・産業（「農」・「観光」関連）の活性化と雇用確保
・交流人口の拡大
・新規就農者の拡大
・地域のさらなる魅力の向上（特産品、コト消費）

多様な人を巻き込み、連携して、いちごの魅力を広く発信

出所：精華町作成資料を基に作成。

Ⅲ-3-（2）チームビルディング、アイスブレイク、チームテーマの決定

■チームビルディング

チームビルディングの方法：
6つのテーブルに血液型・年代がバラつくように、バランスよく振り分けました。
また、第1部の登壇者にも各テーブルに参加いただき、グループ内の議論を先導いただく役目もお願いしました。

■アイスブレイク

簡単な自己紹介：
各テーブル内で、自分がどのような属性の参加者で、どのような気持ちでワークショップに参加したかを簡単に説明し合いました。

いちごの感想を記入：
ポストイットの使い方練習を兼ねて、試食したいちごの感想を記載して、チーム内で共有しました。

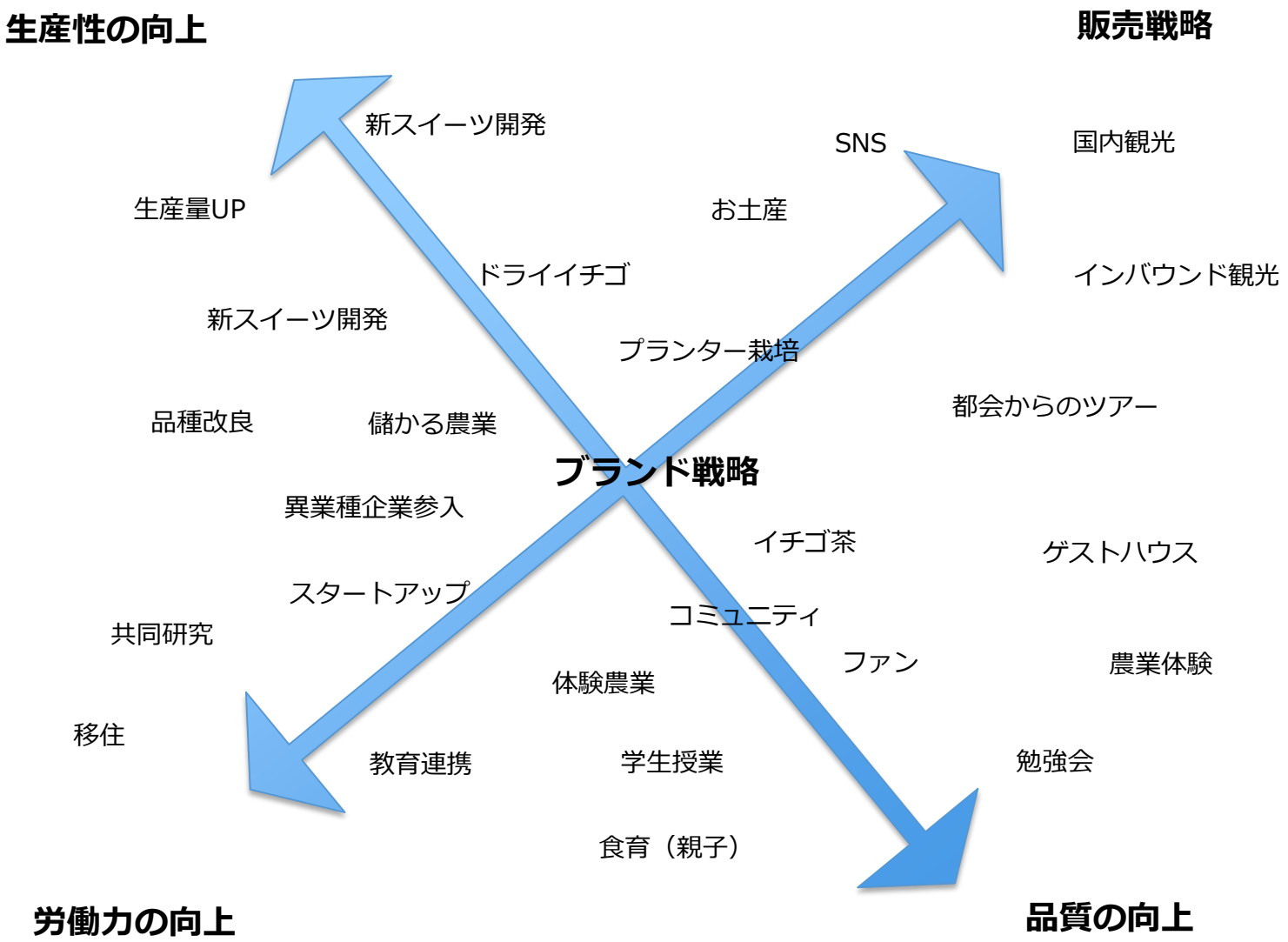
■各自の興味や関心ごとを議論しチームテーマを決定

第1部のパネルディスカッションでも議論した「販売戦略」「生産力UP(新規就農)」「品質向上」の3テーマについて、参加者各自が興味や関心を持っていることを、自らの視点で書き出した後に、チームメンバーとディスカッションして、各チームにおけるメインテーマを決定してもらいました。

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（3）テーマの絞り込み、アウトプットプランの共創

各チームで興味関心をテキストにしてマトリックス化し、テーマの絞り込みを実施。



出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（3）テーマの絞り込み、アウトプットプランの共創

■第1部のパネルディスカッション情報や、グループワークによる議論を受けて各チームにて、

1.「いつ（when）」「どこで(where)」「誰が誰のために(who)」「何をする(what)」のテンプレートに沿ってアイデアを共創し発表。

2. 発表を踏まえ、全員が各チームのプランにシールを貼付。

3. 短時間であるが多くの票を集めたアイディアを、優秀アイデアとして表彰。

結果として下記6チームにおけるアウトプットが創出されている。

■チーム1:【販売戦略】 Berry女（じょ）コンテスト

■チーム2:【生産性向上】援農インターンシップ

■チーム3:【販売戦略】 あなたは何学部!?いちご大学PJ

■チーム4:【品質向上】 いちごで実現する!! ヘルスケアのまち精華町

■チーム5:【生産性向上】農業に携わりたい人に向けた情報発信

■チーム6:【販売戦略】 ふるさと納税でファンを作る!

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。写真は京都銀行が撮影。

Ⅲ-3-（4）グループ発表、全体写真

チーム1

チーム2

チーム3

チーム4

チーム5

チーム6

出所：写真は京都銀行が撮影。

Ⅲ-3-（4）グループ発表、全体写真

各チームが発表した６つの案に対して、参加者全員で投票。

また、第1部のパネルディスカッション登壇者による感想もいただいている。

（投票ルール）

■1人1票を投票する

■各人の判断により、自分のチームへの投票、他のチームへの投票いずれも可。

グループワーク参加者全員による投票

第1部の登壇者によるグループワークのレビュー

優勝！！

チーム６

ふるさと納税でファンを作る!

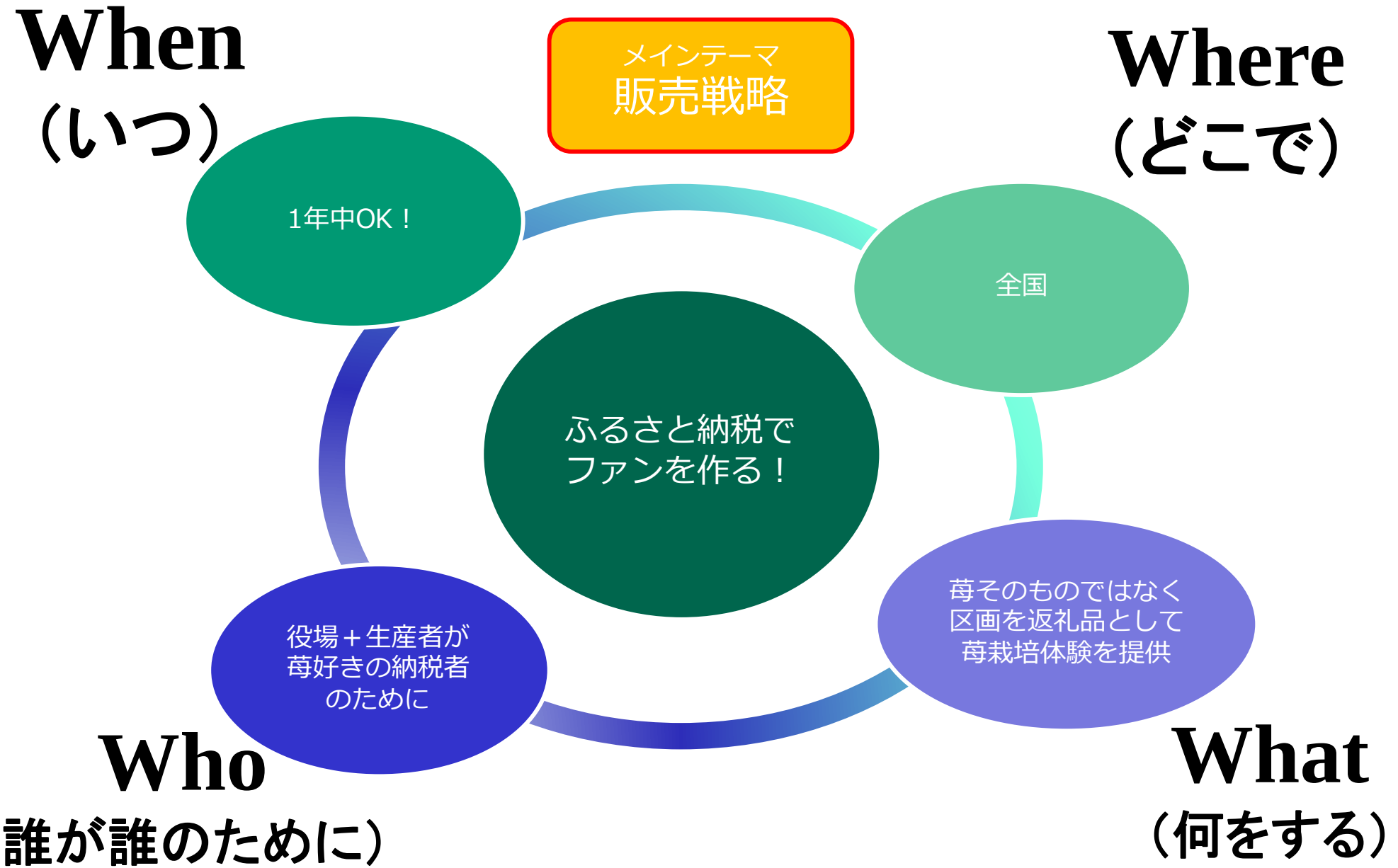
出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（4）グループ発表、全体写真

出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

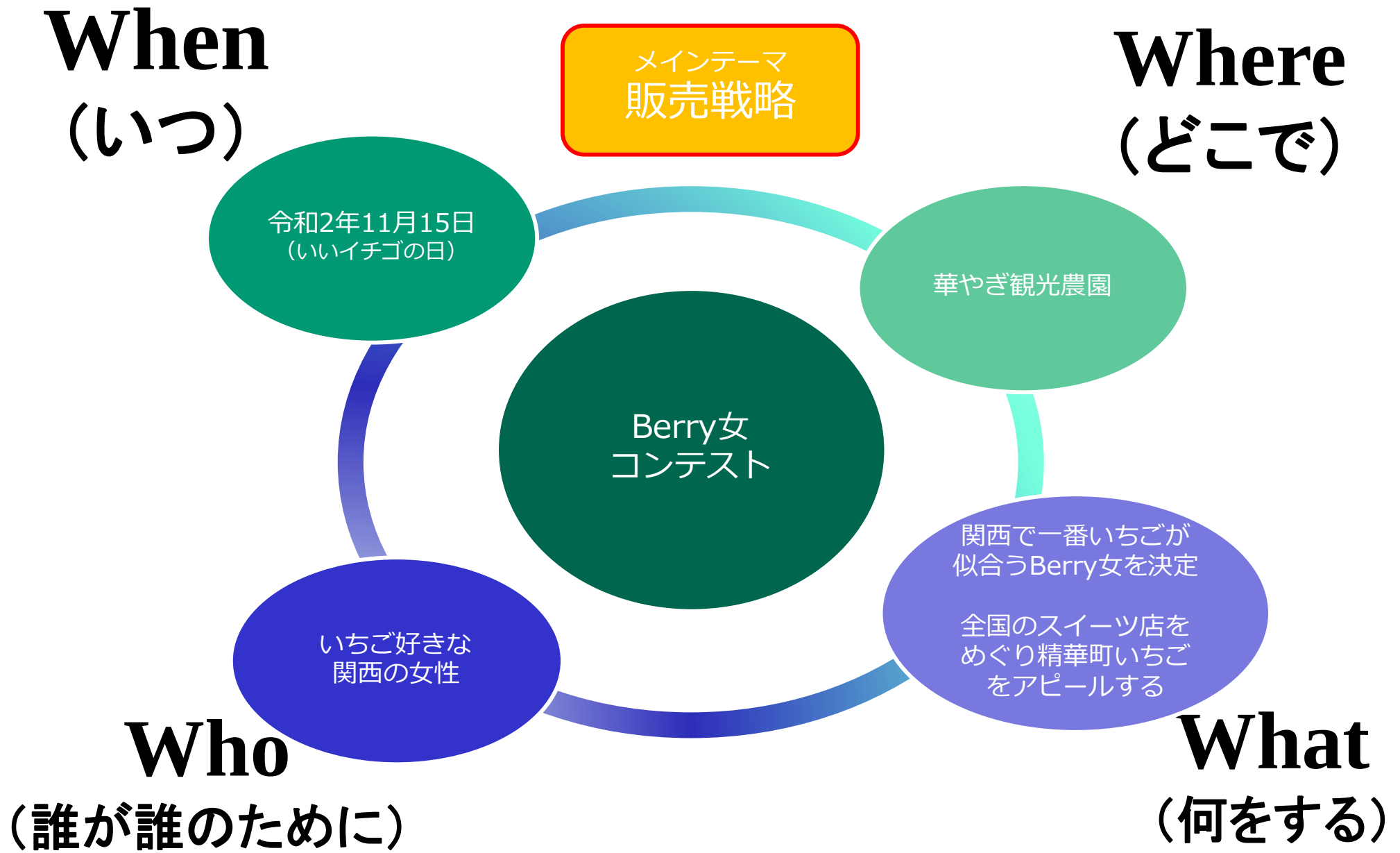
Ⅲ-3-（5）各チームのアウトプット1

優勝



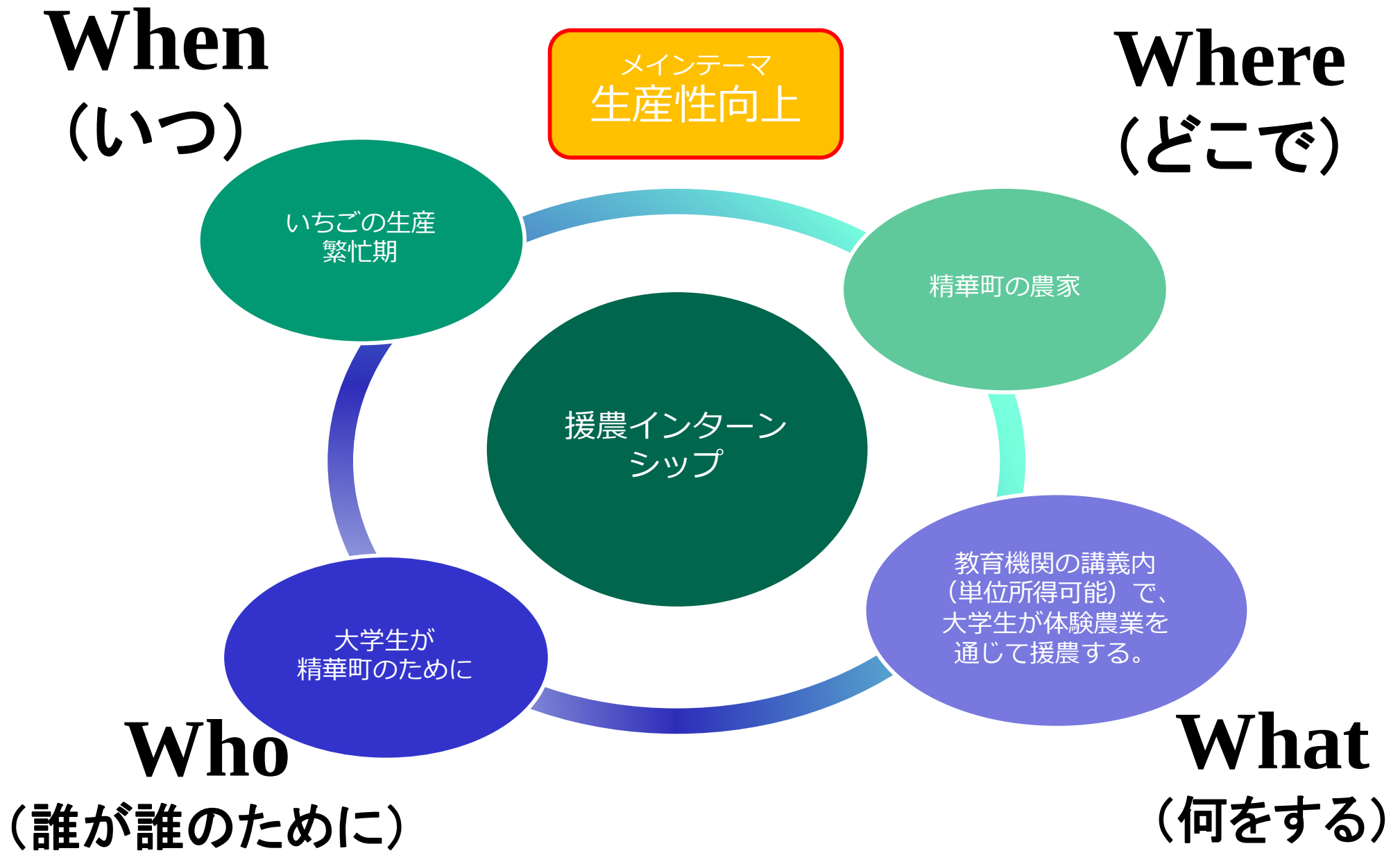
出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（5）各チームのアウトプット2



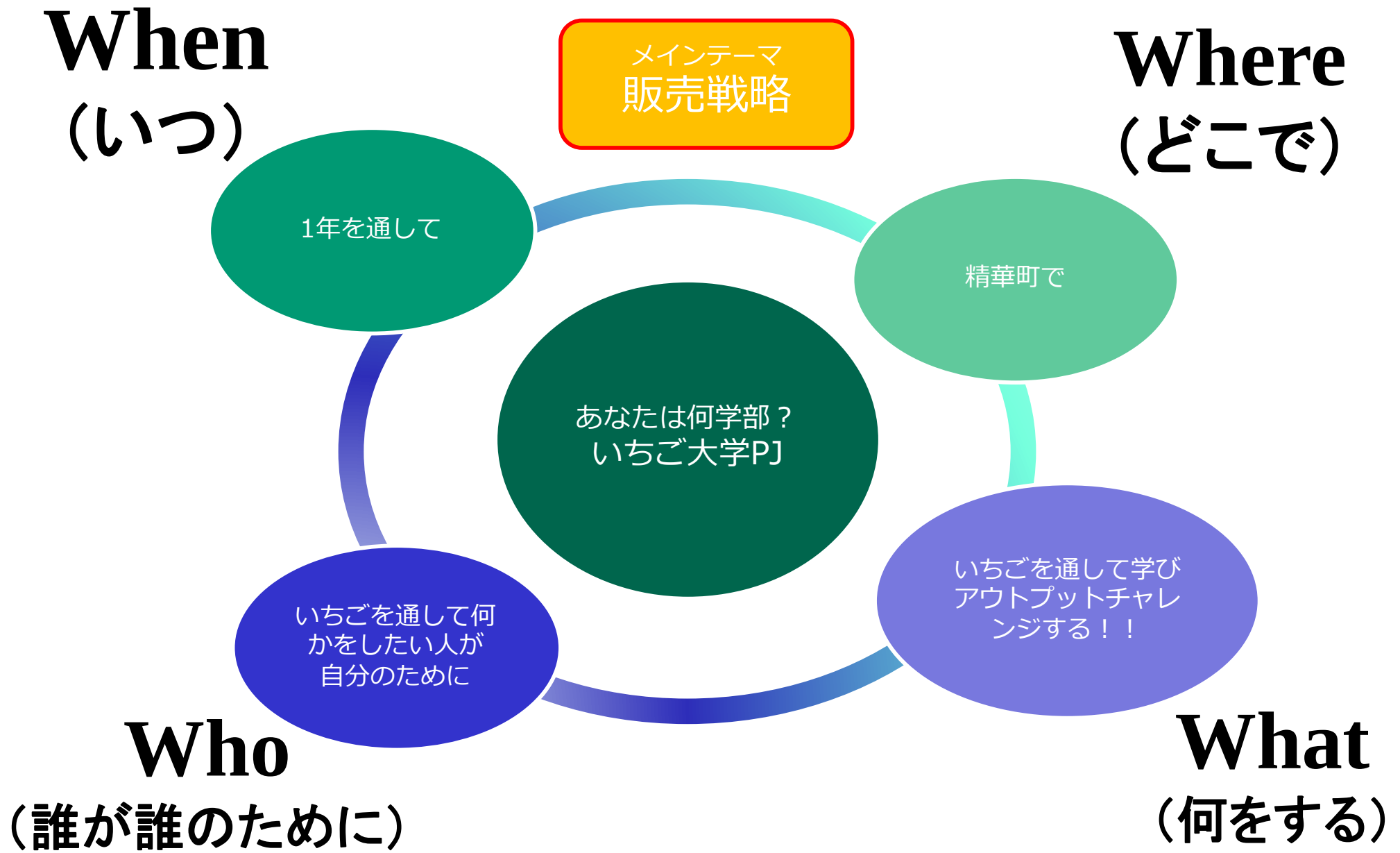
出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（5）各チームのアウトプット3



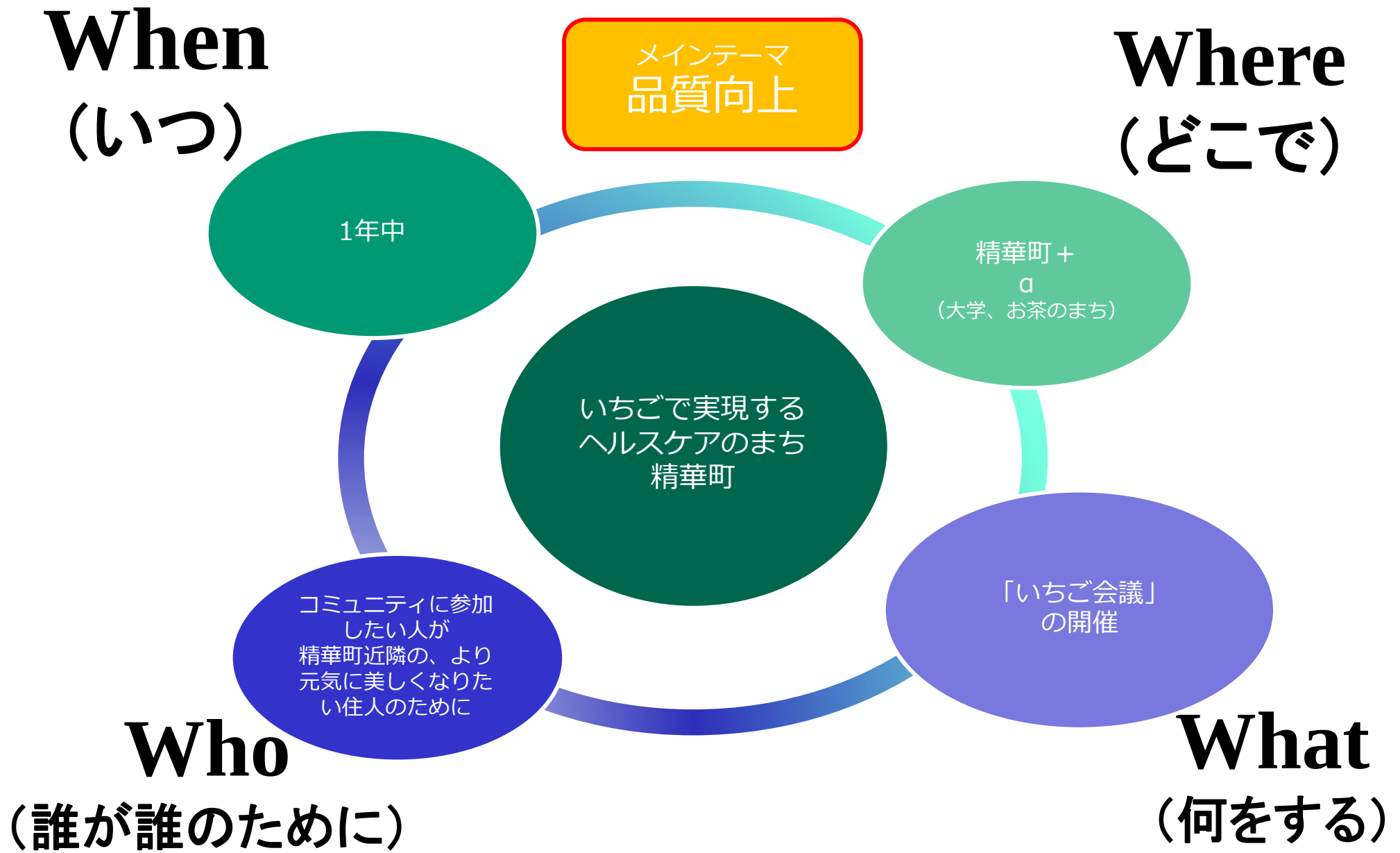
出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（5）各チームのアウトプット4



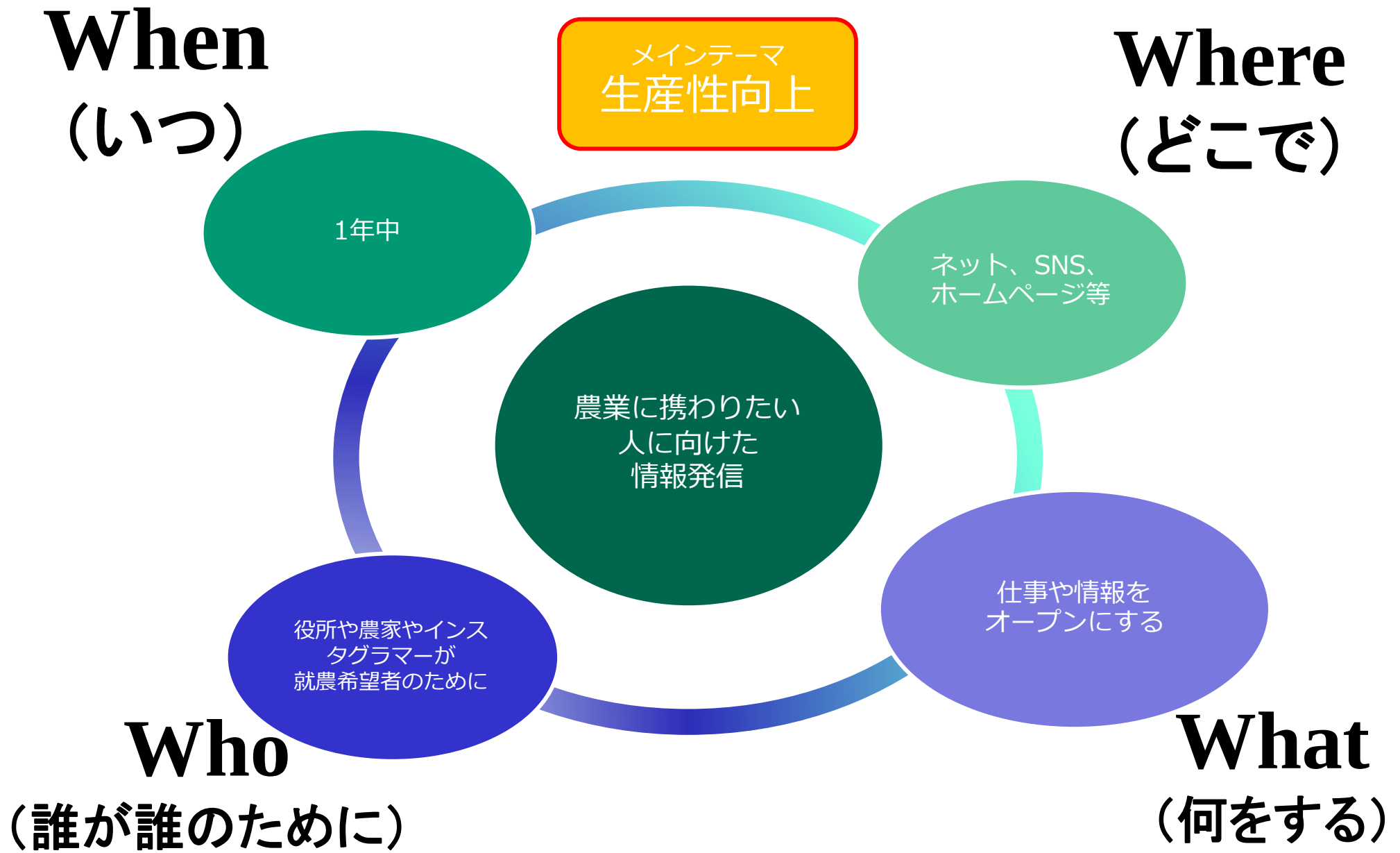
出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（5）各チームのアウトプット5



出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

Ⅲ-3-（5）各チームのアウトプット6



出所：チームラボ株式会社作成の報告書を基に作成。

＜ご参考＞伊豆の国市におけるふるさと納税の返礼品について

静岡県伊豆の国市は日本を代表する紅ほっぺの産地であることから、寄附金額10,000円に対して、厳選した大粒の「伊豆紅ほっぺ」（400g×2パック）をふるさと納税の返礼品として取り扱っている。

また、寄附金額5,000円に対して、同市内6か所の農園のいずれかで、30分間食べ放題のいちご狩りを体験できる共通券（1名分）も返礼品として取り扱っており、2018年度発行分の共通券利用率は9割以上となっている。

出所：静岡県伊豆の国市「ふるさと納税お礼品カタログ」、静岡県伊豆の国市へのヒアリングを基に作成。

Ⅲ-3-（6）アンケート結果

選択肢	回答数 / 第一部のパネルディスカッションについて、総合的な感想を教えてください。
満足	15
どちらかといえば満足	10
総計	**25**

選択肢	回答数 / 第二部のワークショップについて、総合的な感想を教えてください。
満足	14
どちらかといえば満足	8
どちらかといえば不満	1
未回答	2
総計	**25**

選択肢	回答数 / 精華町が、京都府内におけるいちごの産地として有名なことを知っていましたか?
はい	18
いいえ	7
総計	**25**

選択肢	回答数 / 町内の観光農園が、夏秋いちご栽培に取り組んでいることを知っていましたか？
はい	16
いいえ	9
総計	**25**

選択肢	回答数 / 試食したいちごについて、感想を教えてください。
美味しかった	23
未回答	2
総計	**25**

選択肢	回答数 / 精華町内のスイーツ店で、精華町産いちごを使用したスイーツを食べてみたいですか？
1年中食べたい	18
旬なシーズンだけ食べたい	6
特に興味はない	1
総計	**25**

出所：チームラボ株式会社の集計データを基に作成。

Ⅲ-3-（6）アンケート結果

選択肢	回答数 / 「いちごのまち　精華町」の取組みについて、感想を教えてください。
期待できる	21
どちらともいえない	4
総計	**25**

選択肢	回答数 / 今後、「いちごのまち　精華町」の取り組みに対して、積極的に関与したいですか?
はい	21
どちらともいえない	4
総計	**25**

選択肢	回答数 / 京都にはいちごの独自品種がありませんが、京都独自のいちご品種の研究が必要だと思いますか
はい	20
どちらともいえない	4
いいえ	1
総計	**25**

出所：チームラボ株式会社の集計データを基に作成。

Ⅲ-3-（6）アンケート結果

No.	「いちごのまち　精華町」について、精華町の強み/弱みを感じた部分があればご記入ください。	今後、「いちごのまち　精華町」の取り組みに対して、積極的に関与したいですか?	※はいと回答された方は、どのような関わり方を希望されるかご記入ください	京都にはいちごの独自品種がありませんが、京都独自のいちご品種の研究が必要だと思いますか	その他、ご意見・ご要望等がございましたらご記入ください
1		はい	"知られていない"という部分が大きいと思うので情報発信をしたい。	はい	
2	今回の場を設けるなど、町全体でいちごについて考えようとしているのが強みだと思う。	はい	大学生として、大学側で関われることがあれば関わりたい。	どちらともいえない	たくさんのいちご事情、第2部ではいろんな案が聞けて面白かった。
3	隣の行政に住んでいますが、情報が入ってこない。	はい	援農や今回のようなワークショップ	はい	パネラーの方々や、開催いただいた皆様ありがとうございました。
4	強み＝クオリティ、弱み＝集客	どちらともいえない		いいえ	
5	学研都市であること強み、生産農家が少ない弱み	はい	生産農家	はい	いろいろとチャレンジ！
6	いちごのまちと名乗っているにも関わらず、その様子が感じられない。	どちらともいえない		はい	普段、自分が見ない視点で考えを聞けて、良いディスカッションになりました。いちごがおいしかったです。
7		はい		はい	
8	生産が少ないおよび生産者が少ない。	はい	生産および観光	はい	いちごの生産及び普及が京都は幼いし、指導者がいない。奈良に行かなければならない。
9	いちごのまちと言うが周りには伝わっていない。	はい		はい	夏秋いちごは「京いちご」にすべき！！
10	強み＝年中取れる可能性がある、弱み＝生産者が少ないと感じた。	はい		どちらともいえない	

出所：チームラボ株式会社の集計データを基に作成。

Ⅲ-3-（6）アンケート結果

No.	「いちごのまち　精華町」について、精華町の強み/弱みを感じた部分があればご記入ください。	今後、「いちごのまち　精華町」の取り組みに対して、積極的に関与したいですか?	※はいと回答された方は、どのような関わり方を希望されるかご記入ください	京都にはいちごの独自品種がありませんが、京都独自のいちご品種の研究が必要だと思いますか	その他、ご意見・ご要望等がございましたらご記入ください
11		はい	今回のようなワークショップ・企画	どちらともいえない	
12	いちごに関するモニュメント等をもっと作るべきではないか。	はい		はい	ありがとうございました。
13	いちごのPRをもっと行えば認知度も上がりそう。	どちらともいえない		はい	
14	強み：積極的にいろんなことにチャレンジしている。	はい	「いちご会議」に参加したいです！	はい	京野菜として、京料理の最後の定番スイーツとして提供していってもらいたいです。
15	いちごの生産力はこれからも期待できそうですが、宣伝力が課題だなと感じました。	はい	スイーツ店の方や農家との関わり	はい	
16	生産者のつながりが弱いのではないか。	はい		はい	いちごの生産技術の問題が壁となって観光に進めない現状があるように認識しています。いちご栽培のプロと観光を分けることも必要と思料します。
17		はい		はい	とても楽しいディスカッションでした。また是非とも参加したいです。
18	まだまだ田舎的なイメージがあるが…。学研都市のいちごを有名にしたいと思います。	はい	アピールします。いろいろな会議や集まりで利用していきたいと考えています（子供会・老人会）。	はい	ふるさと納税に賛成です。
19	役場の人の行動力によると思います。	はい	アイデア出しにいつでも呼んで下さい。	はい	
20	けいはんな学研都市	どちらともいえない		はい	

出所：チームラボ株式会社の集計データを基に作成。

Ⅲ-3-（6）アンケート結果

No.	「いちごのまち　精華町」について、精華町の強み/弱みを感じた部分があればご記入ください。	今後、「いちごのまち　精華町」の取り組みに対して、積極的に関与したいですか?	※はいと回答された方は、どのような関わり方を希望されるかご記入ください	京都にはいちごの独自品種がありませんが、京都独自のいちご品種の研究が必要だと思いますか	その他、ご意見・ご要望等がございましたらご記入ください
21	いちご感が町に感じられなかった。	はい	いちごのPR。	どちらともいえない	
22		はい		はい	
23	社会的認知が少ない。後継者不足。	はい	援農。	はい	
24	規模が小さい。	はい	周辺整理・備が必要である。	はい	
25	農家が少ない。	はい	いちごの生産をとにかく頑張る。	はい	

出所：チームラボ株式会社の集計データを基に作成。

Ⅲ まとめ

【第1部】

✓ 木原氏のファシリテートのもと、「販売戦略」「生産量UP（新規就農者確保）」「品質向上」の3点を軸に議論。

✓ 精華町いちごの現状として、華やぎ観光農園の井上氏、清水農園の清水氏による現状報告。

✓ 「販売戦略」については、京都府内で有名スイーツ店を経営している渡部氏から「京都産いちごの有用性」、MISO SOUP北川氏、山梨移住者の村田氏などから他地域におけるブランディング事例を紹介。また、スイーツインスタグラマー仲山氏からは、スイーツにおける“いちご人気”について情報提供。

✓ 「生産量UP（新規就農者確保）」については、北川氏、村田氏による他地域事例を中心に、井上氏、清水氏から精華町産いちごの可能性について言及。

✓ 「品質向上」について、渡部氏よりその需要を伝えたのち、清水氏、井上氏による取組み内容について言及。

【第2部】

✓ 第1部のパネルディスカッション情報や、グループワークによる議論を受けて各チームにて、「いつ（when）」「どこで(where)」「誰が誰のために(who)」「何をする(what)」のテンプレートに沿ってアイデアを共創し発表。

✓ 結果として下記6チームにおけるアウトプットが創出された。

■チーム1:【販売戦略】 Berry女（じょ）コンテスト
■チーム2:【生産性向上】援農インターンシップ
■チーム3:【販売戦略】 あなたは何学部!?いちご大学PJ
■チーム4:【品質向上】 いちごで実現する!! ヘルスケアのまち精華町
■チーム5:【生産性向上】農業に携わりたい人に向けた情報発信
■チーム6:【販売戦略】 ふるさと納税でファンを作る!**（優秀賞）**

Ⅳ 「農業×IoT」プロジェクト

１．プロジェクトの概要

２．プロジェクトの方針と戦略

まとめ

精華町においても夏秋いちごを収穫可能であること、スイーツ店においていちごのニーズが年中あることなどから、夏秋いちごの実証栽培において地元農家と連携する学研ベンチャー企業が、自ら夏秋いちごの通年栽培・販売事業を起ち上げる計画をしている。ここでは、当該企業が新たに起ち上げるプロジェクトの概要、方針と戦略についてみていくこととします。

Ⅳ-1　プロジェクトの概要

ここでは、精華町内の学研ベンチャー企業が、新たに起ち上げる夏秋いちごの生産・販売事業の概要についてみていくこととします。

Ⅳ-1　プロジェクトの概要

夏秋いちごは通年で収穫可能であり、またスイーツ店におけるいちごのニーズは年中大きい。こうしたことから、夏秋いちごの実証栽培において地元農家と連携する学研ベンチャー企業が、自ら新法人を起ち上げ、夏秋いちごの通年栽培・販売事業を計画している。

＜実施体制＞

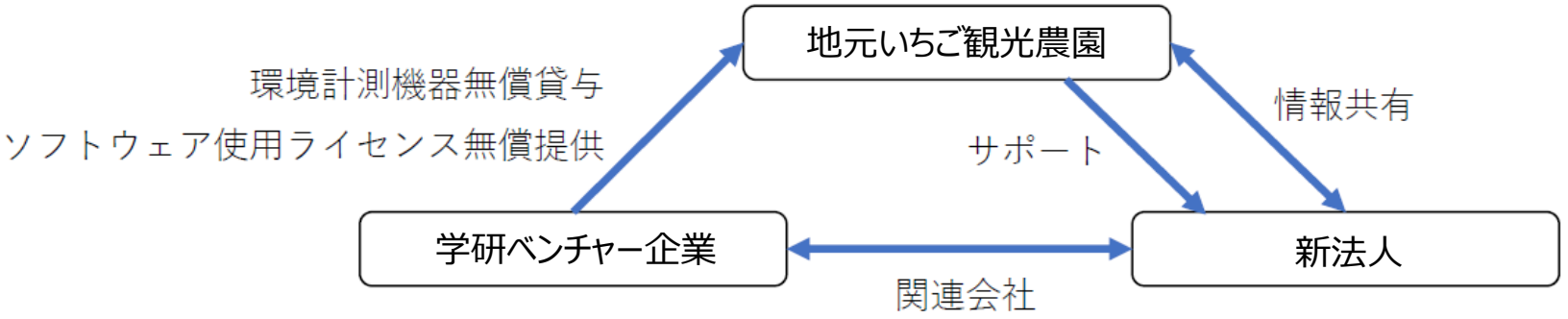
2019年の実証栽培の結果を検証し、引き続き実際の栽培を地元いちご観光農園で行い、環境計測機器およびソフトウェアを学研ベンチャー企業が提供する。当事業において、地元いちご観光農園は学研ベンチャー企業の関連会社であるエイノーズ と信大BS8-9栽培に係る情報共有を行う。また、地元いちご観光農園は、可能な範囲において新法人に助言等のサポートを行う。

＜生産＞

栽培実務は新法人が行うが、信州大学の大井美知男先生のコンサルティングを受けることによって、技術的な補完を図る。また、作業の効率化や低コスト化、ノウハウの共有促進などを補助するITインフラについては、学研ベンチャー企業から調達する。

＜販売＞

スイーツ店やホテルなどを中心に顧客開拓し、1日に1、2便程度は新法人が配送する。顧客ニーズに合わせて、自社で賄えない配送は配送業者に委託する。

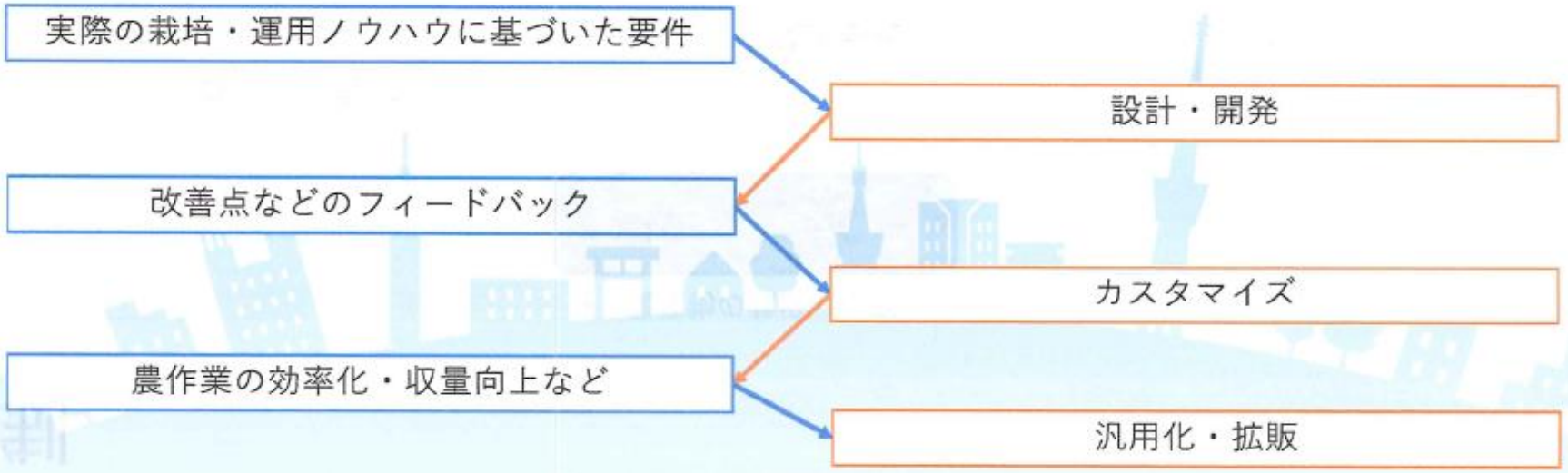


出所：夏秋いちごの生産・販売事業を起ち上げる学研ベンチャーの資料を基に作成。

Ⅳ-1　プロジェクトの概要

新法人を立ち上げる学研ベンチャー企業は、システム・ソフトウェアの開発を行い、新法人はいちご栽培を通じて改善点などのフィードバックを行い、システム・ソフトウェアの実証を行う。

学研ベンチャー企業はこれらを取りまとめて、当該システム・ソフトウェアやノウハウを汎用化し、いちご栽培に関心のある人にシステム・ソフトウェアやノウハウを拡販していく。



出所：夏秋いちごの生産・販売事業を起ち上げる学研ベンチャーの資料を基に作成。

Ⅳ-2　プロジェクトの方針と戦略

ここでは、精華町内の学研ベンチャー企業が、新たに起ち上げる夏秋いちごの生産・販売事業の方針と戦略についてみていくこととします。

Ⅳ-2　プロジェクトの方針と戦略

【方針】「四季成りいちごの特徴を活かした生産と販売」

◆四季成りいちごの周年栽培

✓ 収穫適期に季節性がないため、年間を通して収穫できる。

✓ 通年で基本的に同じ作業を行うことにより、雇用計画などが立てやすい。

✓ 一季成りいちごと比較して1株当たりの「成り」は少ないが、通年で収穫できることから、年間の収穫量は一季成りいちごと同等もしくは上回る見込み。

◆スイーツ向けの外観と味

✓ ケーキに映える形と色で、果芯も赤くカットに向いている。

✓ サイズも大きすぎず、スイーツで使用しやすい

✓ 一季成りいちごと比較して酸度が高く、スイーツ向けの糖酸バランスである。一方で、糖度が20を超え、一季成りいちごよりも甘い「信大BS8-9」を出荷している農家もある。

【戦略】

✓ 四季成りいちご（信大BS8-9）の周年栽培ノウハウの確立

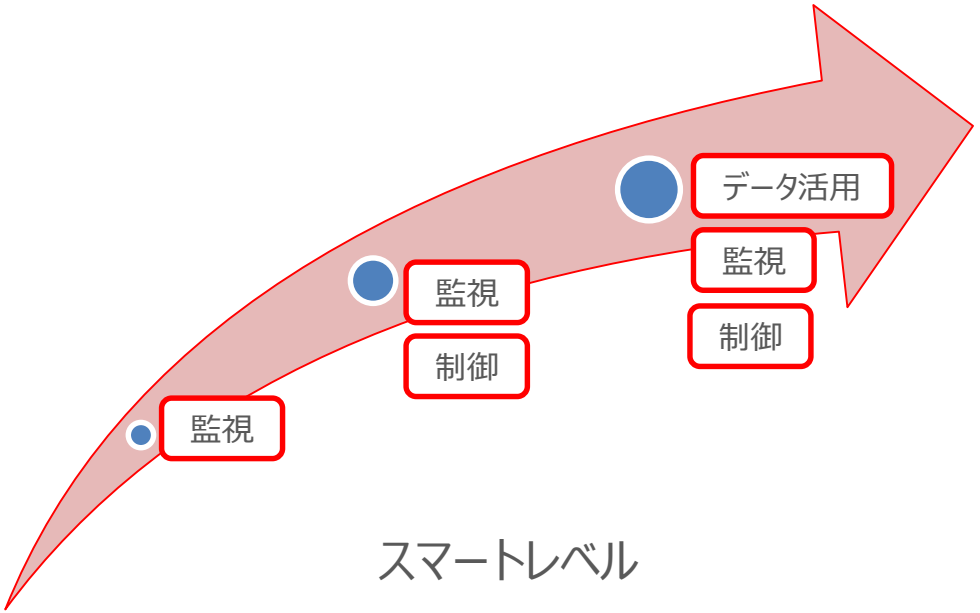
✓ ITを駆使して、栽培、収穫、選別、出荷全ての行程のスマート化を実現

✓ 顧客ターゲットを近隣のスイーツ店に絞る

✓ 顧客と年間定額単価の売買契約を締結することで、スイーツ店における仕入価格と新法人における売買価格の安定化を図る（スイーツ店のいちごの仕入価格は、夏秋、クリスマスシーズンに高騰するため）。

出所：夏秋いちごの生産・販売事業を起ち上げる学研ベンチャーの資料を基に作成。

スマート農業の実現



農業のスマート化

スマートファームシステムの導入により、栽培から出荷までの工程をITにより管理。

- 栽培管理
- 設備管理
- 作業管理
- 出荷管理

情報共有によるブランド力向上

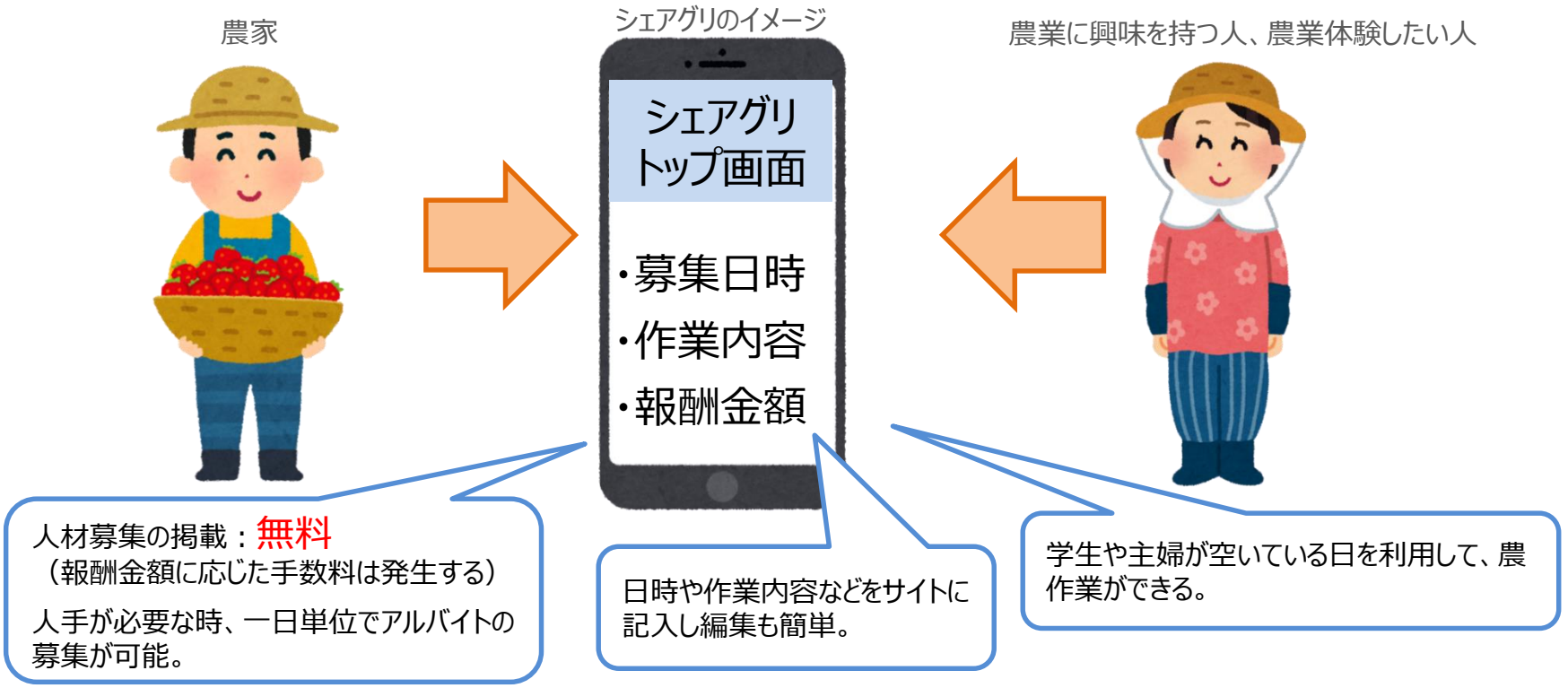
スマートファームシステムの情報共有機能を介して、チームでノウハウや栽培状況を共有し、地域やチーム全体で安定した収量と品質を確保。

出所：夏秋いちごの生産・販売事業を起ち上げる学研ベンチャーの資料を基に作成。

＜ご参考＞人手不足の課題解決に向けて（農業人材シェアリング）

株式会社ガイアックス（本社：東京都千代田区）の社内ベンチャーである株式会社シェアグリ（本社：東京都千代田区）は、2019年7月に農業に特化したデイワークアプリ「シェアグリ」をリリースしている。また、同アプリは、2019年12月に総務省主催の「異能vation」2019年度ジェネレーションアワード部門の企業特別賞である「株式会社IACEトラベル賞」を受賞している。

「シェアグリ」は、農業に興味を持つ人・農業体験したい人と農家の超短期求人マッチングを実現し、「その日だけの農作業」を可能にする農業人材シェアリングサービスである。都心部と地方、また地域内で農業人口をシェアリングすることにより、農業の人手不足問題の解決を目指すとともに、ライフスタイルの一部に農業という選択肢を提供している。関東や東北をはじめ北海道、沖縄、九州など全国に展開しており、現在の登録ユーザー数は約1,000人、農家の登録も約100名あり、300件以上のマッチングが成立している。



出所：いらすとやのイラストを基に、京都銀行で作成。

Ⅳ　まとめ

【事業概要】

✓ 夏秋いちごの実証栽培において地元農家と連携する学研ベンチャー企業が、自ら夏秋いちごの通年栽培・販売事業を起ち上げる計画をしている。

✓ 学研ベンチャー企業は、新たに起ち上げる新法人と連携し、夏秋いちご栽培にかかるシステム・ソフトウェアやノウハウを汎用化するとともに、いちご栽培に関心のある人にシステム・ソフトウェアやノウハウを拡販する。

【方針】

✓ 四季成りいちごは一季成りいちごと比較して1株当たりの「成り」は少ないが、通年で収穫できるため年間の収穫量は一季成りいちごと同等もしくは上回る見込みである。

✓ 栽培する夏秋いちごの品種「信大BS8-9」は、ケーキに映える形と色で果芯も赤くカットに向いており、サイズや糖酸バランスもスイーツに向いている。

【戦略】

✓ 四季成りいちごの周年栽培ノウハウの確立。
✓ スマートファームシステムの導入により、栽培から出荷までの工程をIT管理（農業のスマート化）。
✓ 同システムの情報共有機能により、チームでノウハウや栽培状況を共有し、地域やチーム全体で安定した収量と品質を確保。
✓ 顧客と年間定額単価の売買契約を締結することで、スイーツ店における仕入価格と新法人における売買価格の安定化を図る。

町内学研ベンチャー企業が夏秋いちごの生産・販売の新法人を起ち上げることは、地域課題であった夏秋いちごの生産拡大、新規就農者の拡大につながるものである。また、スマートファームシステムの導入は生産性向上や品質向上、システムやノウハウの汎用化や情報共有機能により、更なる新規就農者の拡大、担い手育成につながることが期待できる。

販売戦略においても、顧客と年間定額単価の売買契約を締結することで、スイーツ店における仕入価格と新法人における売買価格の安定化を図ることができ、双方にメリットがある事業計画となっている。

Ⅴ　いちご観光農園の更なる魅力・付加価値の向上

１．ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）

２．夏秋いちごを用いた6次産業化

ここでは、いちご観光農園の更なる魅力、付加価値の向上に向けた提案として、ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）について、みていくとともに、6次産業化に向けた取組みについてみていくこととします。

Ｖ-1　ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）

ここでは、ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）を行っている滋賀県東近江市の「ベジタブルガーデン」についてみていくこととします。

Ⅴ-1　ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）

いちご狩りは、家族連れやカップル等に人気であるが、このところひと味違った「夜のいちご狩り」にも注目が集まっている。暖かい昼に比べて夜は温度が低くなるため、ひんやりした美味しいいちごを楽しめることに加えて、ライトアップされたハウスの幻想的な雰囲気が魅力となっている。

また、精華町は2018年2月に「チームラボと考える精華町いちごタウン構想未来会議」を開催しているが、同会議におけるワークショップでは、精華町をいちごのまちとしてアピールするためのアイデアとして、「ストロベリーナイト in ビニールハウス」が、参加者間投票におけるアイデア賞に輝いている。

関西では夜のいちご狩りを行っている農園はほとんどなく、滋賀県東近江市の「ベジタブルガーデン」では、昼だけでなく、夜は幻想的にライトアップされたなかでいちご狩りを楽しむことができる。

料金についてみると、昼（9時～16時、大人・45分食べ放題）では、1～3月は2,000円、4月～5月下旬は1,800円となっているのに対して、夜間（日没後～21時）は2,500円とやや高めに設定されている。

夜のいちご狩りは、関西では珍しい体験型プログラムであるので、新たな魅力や付加価値の向上につながることが期待できる。また、夜でも利用できる体験型プログラムの提供により、①滞在時間の延長、②観光消費単価の引き上げ、③宿泊客数の増加につなげることも期待できるだろう。

Ⅴ-1　ストロベリーナイト（夜のいちご狩り）

滋賀県東近江市のベジタブルガーデンの園内の様子。入口にはココアなどの温かい飲み物を提供するスペースがある。照明については、一般的な電球を地面に設置し、その上に農業資材等のフタを被せたシンプルな造りとなっている。

出所：写真は京都銀行が撮影。

Ⅴ-2　夏秋いちごを用いた6次産業化

ここでは、6次産業化に向けた取組みについてみていくこととします。

Ⅴ-2　夏秋いちごを用いた6次産業化

一般的な６次産業化のプロセスにおいて、観光農園が担う形態は以下の５つに分類できる。商品開発については、作りたいものを作るのではなく、消費者に求められている商品を作る必要があり、日頃消費者と接している地元和洋菓子店等の意見を取り入れることも有効である。

現状の観光農園の人員が限られるため、2次、3次の役割を自社で行うことは難しいので、まずは、下表①のように、製造・加工については、地元食材の活用に関心のある地元スイーツ店、少ロットでも発注できる食品加工業者への委託から始めることが近道である。販売・流通についても、商品開発において協力が得られる地元スイーツ店やけいはんなプラザホテル、直売所での販売から始めることが現実的である。

①の場合、観光農園はいちごの生産に専念でき、商品開発やパッケージデザイン、設備、衛生管理への投資は不要となる。販売・流通についても、地元スイーツ店、けいはんなプラザにてお土産として販売するところから始め、人員に余裕があるときはいちご狩りで訪れた人向けに販売する。将来的には、加工品をふるさと納税の返礼品として取扱うことを検討してみても良いだろう。

なお、加工品を製造したものの、在庫を抱えるリスクがある。まずは、試験的に限定販売しながらマーケティング調査を行い、適正な数量を見極めていく必要があるだろう。

＜6次産業化の経営形態＞

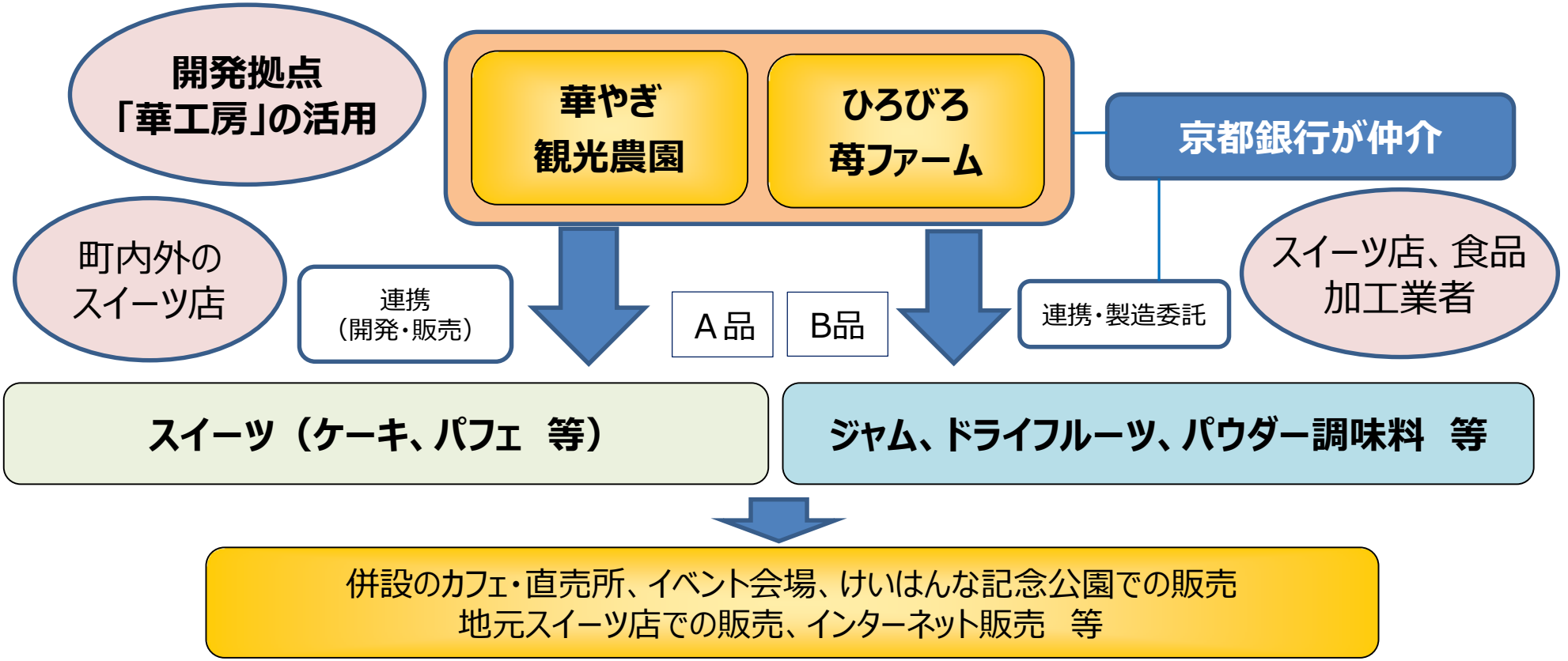
	1次	2次		3次
	原料生産	商品開発	製造・加工	販売・流通
①	観光農園	委託	委託	委託
②	観光農園	観光農園	委託	委託
③	観光農園	観光農園	委託	観光農園
④	観光農園	観光農園	観光農園	委託
⑤	観光農園	観光農園	観光農園	観光農園

Ⅴ-2　夏秋いちごを用いた6次産業化

６次産業化に向けた連携体制

夏秋いちごのうち、いわゆる「A品」は町内外のスイーツ店へ出荷・連携し、夏秋いちごを使ったスイーツを開発する。いわゆる「B品」は加工用とし、スイーツ店や食品加工業者との連携・委託によりジャムやクッキー、ドライフルーツ、パウダー調味料といった加工品の開発を検討する。

製造委託にあたっては、スイーツ店や食品加工業者だけでなく、「華工房」の利活用も考えられるだろう。

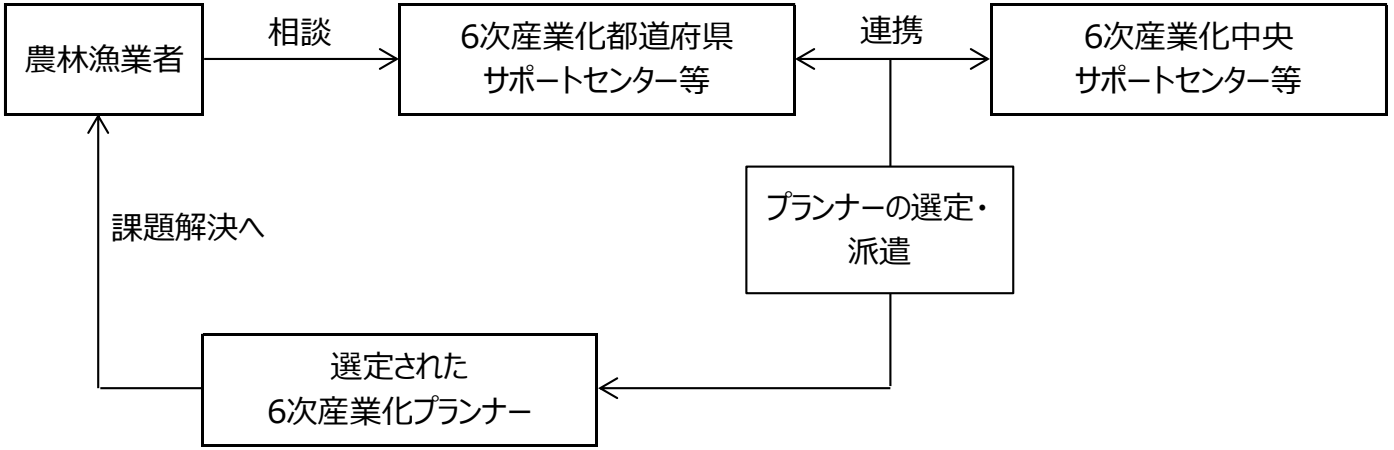


Ⅴ-2　夏秋いちごを用いた6次産業化

6次産業化を進めるにあたっては専門的な知見が必要となる。6次産業化中央サポートセンターは、6次産業化の取組みを支援する機関であり、全国に設置された都道府県サポートセンターと連携し、6次産業化に関する専門的な課題を解決へと導いている。

同センターでは、農林漁業者のニーズに応じて、加工や販路開拓、衛生管理、経営改善、輸出、異業種との連携など、多様な分野において民間の専門家である「6次産業化プランナー」を派遣し、課題解決にむけたアドバイスを無料（原則3回まで）で行っている。

図　6次産業化サポートの流れ



6次産業化都道府県サポートセンターでは、都道府県段階で産業化をサポートする相談窓口となる拠点を設置し、関係機関等と連携し、地域に密着した6次産業化の総合的なサポート等を行っている。

一方、6次産業化中央サポートセンターでは、高い専門性が必要な場合や、都道府県域を超える広域的な取組みに対して、都道府県サポートセンターと連携して支援を行っている。

6次産業化プランナーには、「新商品企画」、「新商品の商品設計」、「衛生・品質管理」、「新商品の販路開拓」、「新商品企画の情報収集・分析」、「農林水産物の加工・生産技術」、「ブランディング」、「他事業者とのネットワーク」、「経営管理」等の専門家が登録されている。

Ⅴ まとめ

- ✓ このところ、夜間にライトアップされたハウスの幻想的な雰囲気で行う「夜のいちご狩り」も人気である。
- ✓ 関西では「夜のいちご狩り」を行っている農園は少なく、珍しい体験型プログラムである。料金については、夜の方が昼よりも高めに設定されている。
- ✓ 滋賀県東近江市の「ベジタブルガーデン」を例にみると、入口にはココアなどの温かい飲み物を提供するスペースがある。また、照明については、一般的な電球を地面に設置し、その上に農業資材のフタを被せたシンプルな造りとなっている。
- ✓ 現状の観光農園の人員を踏まえると、観光農園は原料生産に特化し、商品開発、製造・加工、販売・流通は外部へ委託するところから始める方が近道である。一方、在庫発生のリスクがあることから、まずは試験的に限定販売しながらマーケティング調査を行い、適正な数量を見極めることが求められる。
- ✓ 夏秋いちごのうち、いわゆる「B品」を加工用とし、商品開発にあたっては、スイーツ店や食品加工業者と連携・委託する。販売・流通については、協力が得られる地元スイーツ店やけいはんなプラザホテル、直売所などでの販売が想定される。
- ✓ ６次産業化の取組みを支援する機関として、６次産業化中央サポートセンターがある。同センターは全国に設置された都道府県サポートセンターと連携し、6次産業化に関する専門的な課題を解決へと導いている。
- ✓ 6次産業化サポートセンターは、農林漁業者のニーズに応じて、多様な分野において民間の専門家である「６次産業化プランナー」を派遣し、課題解決にむけたアドバイスを無料（原則3回まで）で行っている。

おわりに

【いちごを軸とする産業振興・観光振興】

（1）夏秋いちごのニーズ

試食会に参加したスイーツ店における感想は、夏にとれるいちごとしては十分美味しいが、固さはやわらかいとする意見がみられました。また、試食会や夏のスイーツフェア後のアンケートなどから、品質の安定化、収量の安定化という課題も見えてきました。

（2）パネルディスカッション「いちごのまちについて語ろう！！」

第1部では、「販売戦略」、「生産量UP（新規就農者確保）」、「品質向上」について知見を有する方々によるパネルディスカッションを実施しました。

第2部ではパネルディスカッションの3つのテーマについて、参加者がチームごとにグループワークを行いました。なかでも、「ふるさと納税でファンを作る!」アイデアは、実現性の高いアイデアであり、参加者間投票で優秀賞に輝いています。

（3）「農業×IoT」プロジェクト

町内学研ベンチャー企業が夏秋いちごの生産・販売を始める計画があり、課題であった夏秋いちごの生産拡大、新規就農者の拡大につながっていくことが期待できます。

また、同計画の中で導入されるスマートファームシステムにより、生産性や品質の向上、システムやノウハウの汎用化や情報共有機能を活かして、更なる新規就農者の拡大、担い手育成につながっていくことも期待できます。

おわりに

（4）いちご観光農園の更なる魅力・付加価値の向上

「夜のいちご狩り」については、関西では行っている観光農園は少ないので、一人あたりの単価も高めに設定可能です。夏秋いちごを用いた6次産業化については、観光農園は原料生産に特化し、「B品」の商品開発、製造・加工、加工品の販売・流通を委託することが近道です。

また、観光農園のニーズに応じて、6次産業化に関する民間の専門家である「６次産業化プランナー」を利用することも効果的と考えられます。

精華町では、「学研都市精華町」の都市ブランドを確立させることで、地域創生戦略の取組みを進められていますが、この報告書が精華町のシティプロモーション、農業や地域産品を活かした産業振興・観光振興の一助となれば何よりの幸いです。