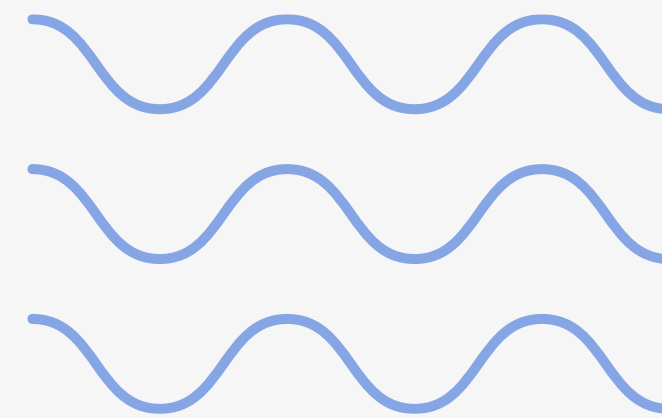


# イノベーションシヨンチャレンジ

## 最終報告

ノートルダム清心女子大学人間生活学部人間生活学科  
豊田ゼミ こめこめくらぶ  
2025年2月22日



# 発表の流れ

- 1.活動の概要・目的
- 2.期待される効果
- 3.活動スケジュール
- 4.活動内容・反省点①
- 5.活動内容・反省点②
- 6.課題
- 7.まとめ・展望



# 1. 活動の概要・目的



## 目的

---

- ・ 岡山県産食品の存在をアピール
- ・ 特に岡山県産のお米
- ・ 地産地消促進
- ・ 食育

## 概要

---

「有限会社米屋のにぎりめし山田村」に協力していただき、オリジナルおにぎりを製作する。

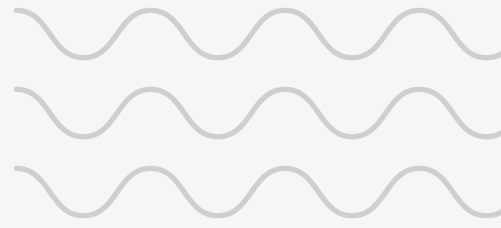


「おかやま秋の収穫祭 地産地消マルシェ」などの地域のイベントで販売、おにぎりレシピの配布やInstagramの投稿、岡山県産の食材について知るきっかけをつくる



家庭で県産食材の使用や、おにぎりづくりを楽しんでもらうことで、食の大切さを実感して貰う

# 2.期待される効果



- 岡山県産のお米や食材の使用

- ➡お米の消費量向上

- 特産品の認知度向上

- 食を通じた農業への関心

- レシピの配布

- ➡岡山県産の食材を買ってみようという意識

- 家庭での調理を通じた家族間のコミュニケーションの増加

- 食育

# 3.活動スケジュール

2024年5月 山田村さんへ協力依頼

6月 販売するメニューを構想

7月 おにぎりの提案を深めるためにゼミメンバーで一度試作を行う  
→再度山田村さんへ案を提出

9月 山田村さんから試作①→試食をしての意見提出

山田村さんから試作②→メニューの決定（焼豚みそ、チャンジャ入りビビンバ、とり天バターライス、エビフライ、高菜明太ツナの5種）

10月 地産地消マルシェに向けて宣材写真、価格、販売個数、広告活動について話し合い



# 4.活動内容①



## おかやま秋の収穫祭 地産地消マルシェ2024

---

日時：2024年10月27日（日） 9：00～16：00

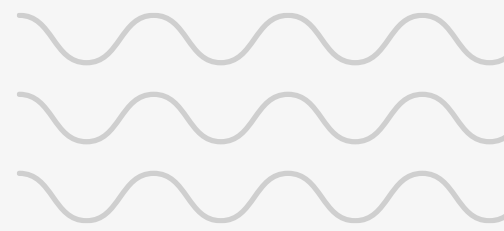
場所：下石井公園

9時に販売開始

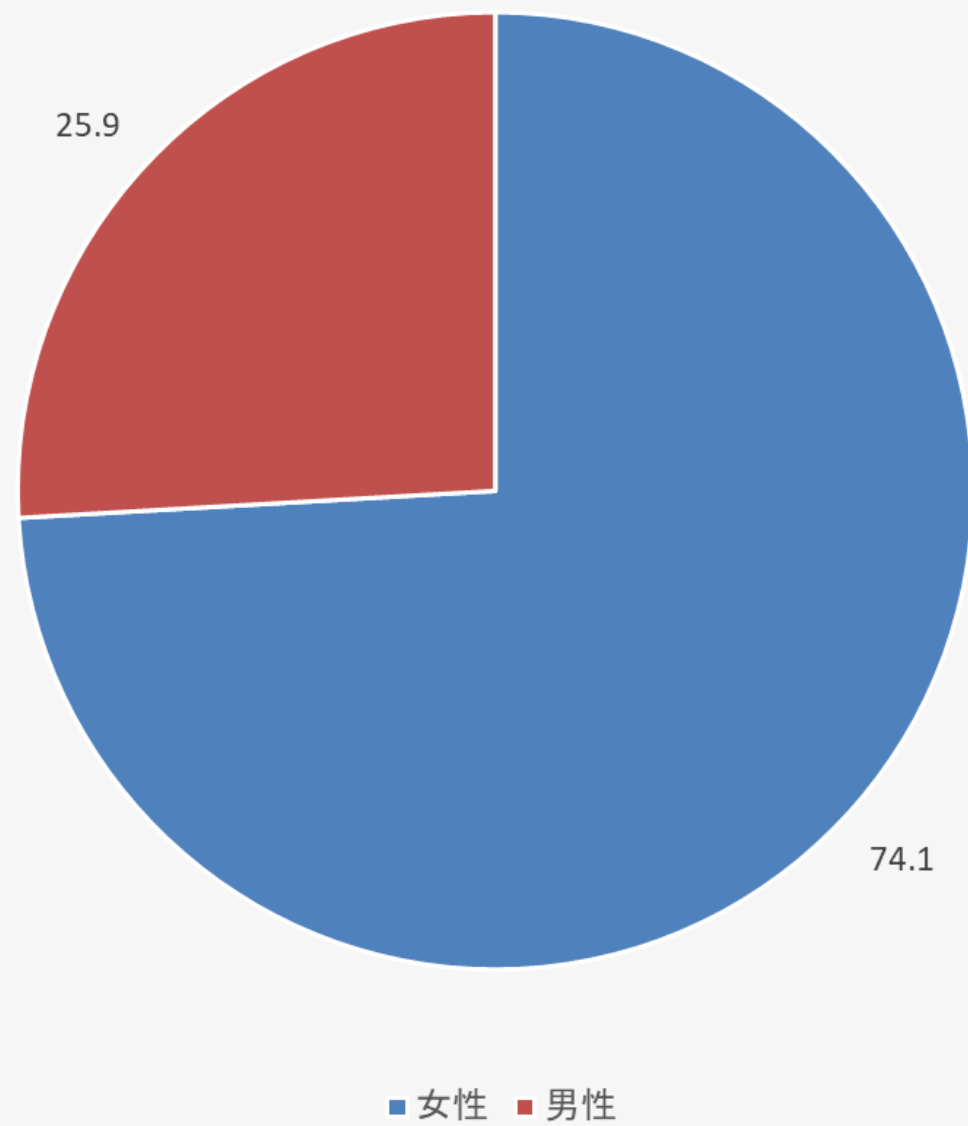
11時台をピークに12：40完売（40個×5種の200個）

来場者は、40代～50代を中心に大人が多かったものの、当初のターゲット層であった子ども連れも多く見られた。

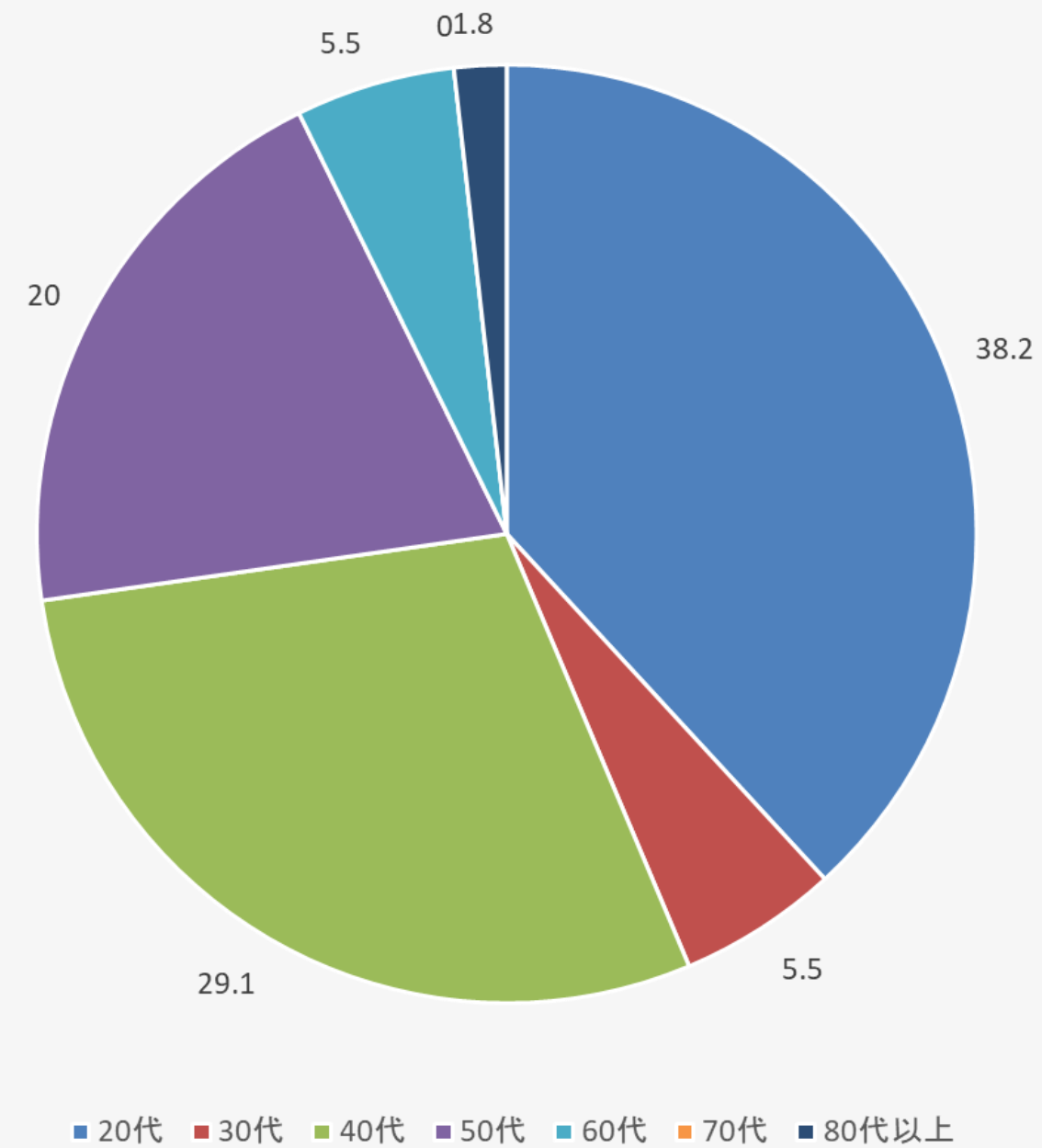
# アンケート結果 (n=57)



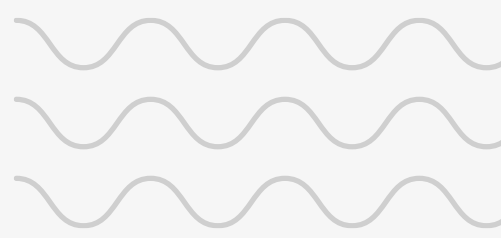
男女比



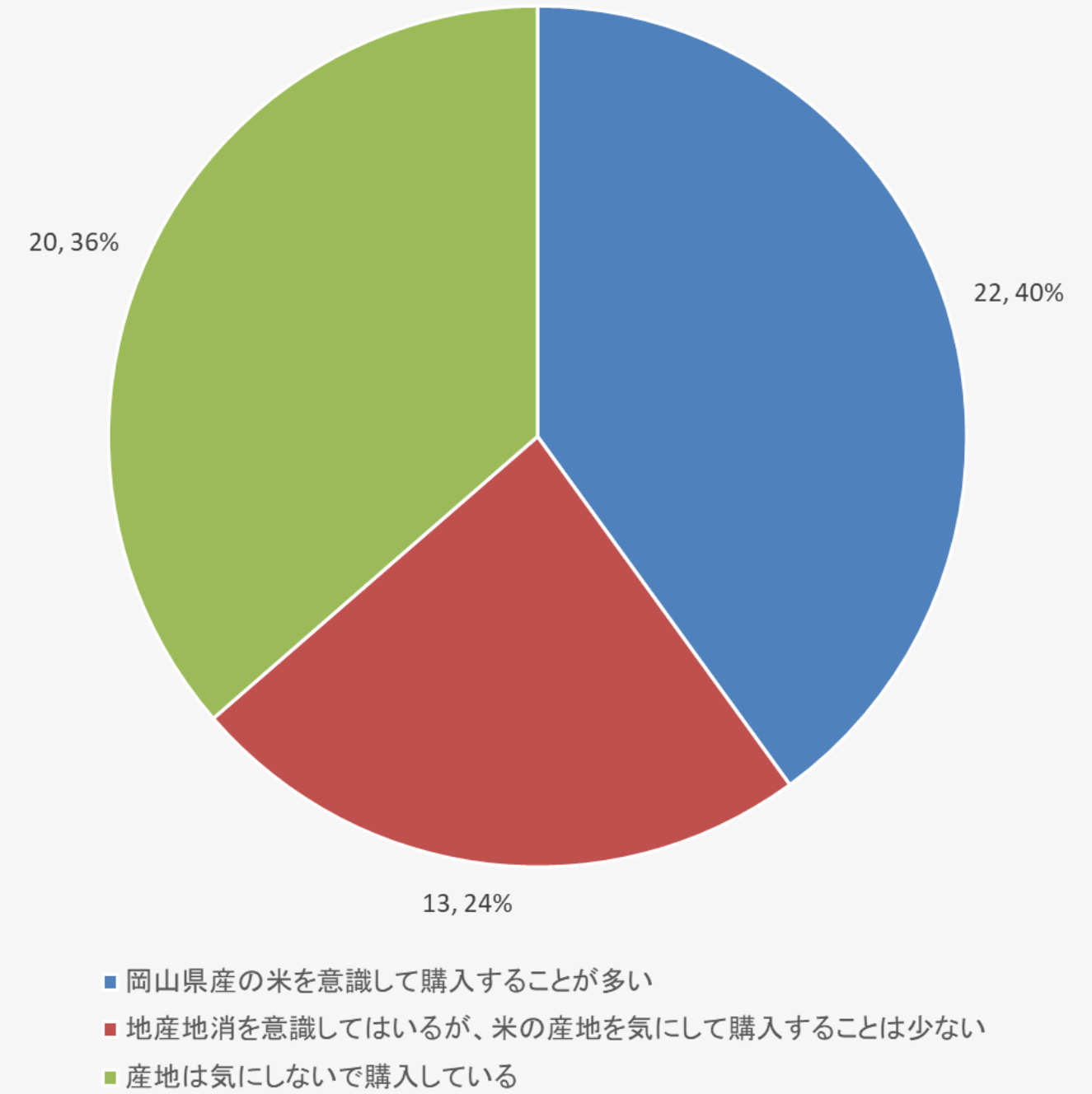
年代



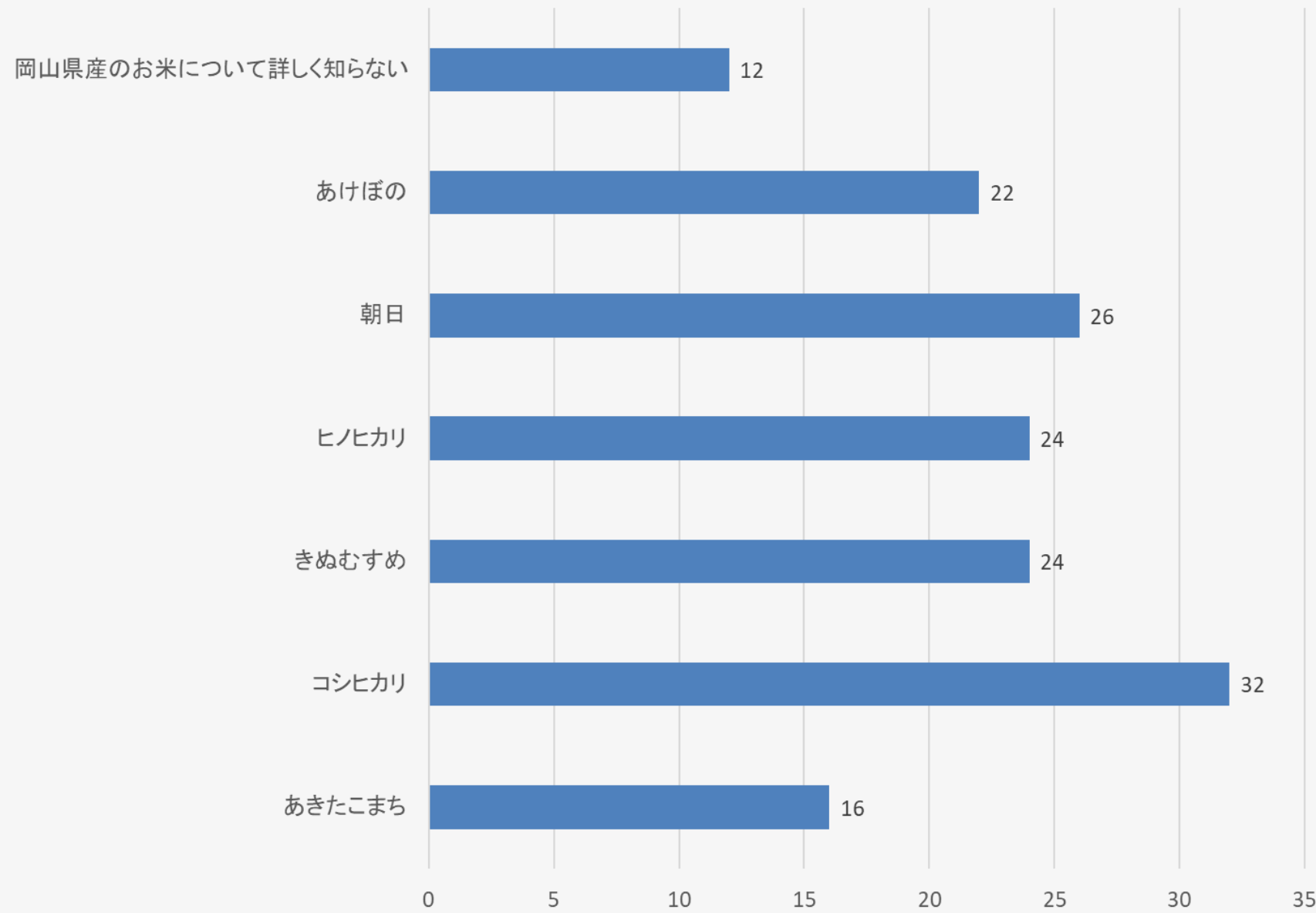
# アンケート結果 (n=57)



## 米を購入する際の意識



## 知っているお米の品種





# この活動で得たこと・反省点

---

## 1. 得たこと

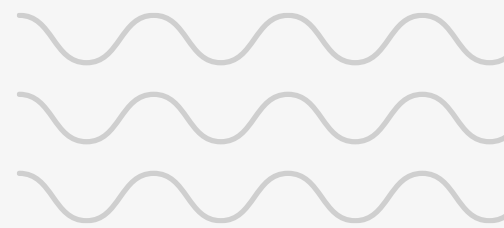
- 商品のネームプレートに「おすすめ」といった工夫を加えることで、顧客の購買意欲が増していた
- チラシ配りによって集客ができた

## 2. 反省点

- もともと悪天候の予報であったため、販売個数を減らしてしまったことでお昼時に売り切れてしまった
- 他店舗のおにぎりと比べて価格が高かったため売れにくかった



# 5.活動内容②



## ノートルダム清心女子大学 学内販売

---

日時：2025年1月14日(火)15日(水)16日(木) 11:30~12:45

場所：ノートルダム清心女子大学 トリニティラウンジ

14日 50個のおにぎりを販売 →7個売れ残る

15日 前日の反省を踏まえ、販売個数を30個に減らして販売 →12時ごろに完売

16日 販売個数を50個に戻して販売 →12時30分ごろに完売

# この活動で得たこと・反省点

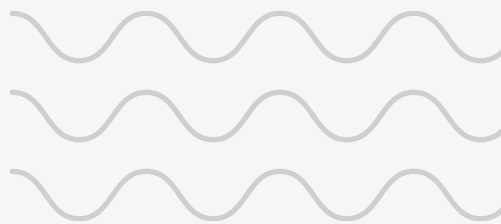
---

## 1. 得たこと

- 売れ行きが良くなくても、呼びかけて買っていただいた方が翌日からリピーターに
- 日替わりのメニューがあることで、リピーター獲得、話題性につながった

## 2. 反省点

- プロモーション不足で初日は売り上げが伸びなかった
- マルシェの売れ行きを参考に販売する種類や個数を設定  
➔客層や時間帯の違いから思うように売れなかった
- 価格が高いと学生にはなかなか売れない



# 6.課題

---

## プロモーション活動

- ポスターの掲示期間が短かった →販売初日にあまり認知されていなかった
- SNS（インスタグラム）の認知度が低い →集客効果が低い

## 販売

- 適切な販売数を検討すべきだった
- 当初予定していたレシピ配布ができなかった  
→お米に関する豆知識を掲載したカードを配布



# 7.まとめ・展望

---

- お米の消費量向上を目的とし、子どもや子ども連れをターゲットとしておにぎりの開発・販売を行った
- 地元企業である山田村さんにご協力いただき、5種類のおにぎりを開発
- 今回の私たちの活動は後輩のゼミに引き継ぎ、今後も岡山の米の消費量増加に尽力していく
- 米の消費量を増加させるという課題は一年間に満たない期間では難しい  
→引き継ぐことで長期的な課題解決へと繋がると考える
- レシピの配布やプロモーション活動など今回できなかった課題に関しても引き継いでもらい、今後の改善に繋げていく