

活動背景

↓農産加工品の開発・生産・販売は、気候や自然条件、農家の生産力・技術等、**農業特有の制約**に影響

↓**工業製品と同様の生産手法や一般的なマーケティング戦略**、そのままの適用は困難。

↓農産加工品の市場を広げていくには、こうした**特性や限界を正しく理解**した上で、**それに合った戦略**を構築することが**重要**。

張研究室で考案したマーケティング戦略

過去**2**年間の活動成果を踏まえたもの

- ★産学官連携による農産加工品の付加価値上昇
- ★消費者ニーズに応じた経営活動
- ★市場展開活動における人工知能の活用
- ★提案型消費による購買意欲の醸成

活動内容

脚注（※）を見てね

(1)「京都中丹いちおし商品」販売・PR活動

(2) AIを利用したアレンジレシピの開発

(3) 事業者の製造現場視察

(4) 専用ホームページのリニューアル

(5) アレンジレシピの試作会開催

(6) CM動画の制作

(7) AIセミナー開催

実施済

準備中

「京都中丹いちおし商品」販売・PR活動

2025年度は、昨年度に引き続き以下のイベントに積極的に出店した：

- 酒蔵ツアーイベントでの地域産品販売
- 福知山公立大学オープンキャンパスでの販売・試食企画
- 舞鶴港国際埠頭 クルーズ寄港時の歓迎イベントで出店
- 福知山市産業フェア出展
- あべのハルカス近鉄百貨店「学園祭」出店参加
- 農林水産フェスティバル出店
- 福知山市シャッター商店街の賑わい創出イベントに参加

多様な販売環境で消費者属性を比較し、購買行動の違いを観察した。

AIを利用したアレンジレシピの開発

カカオのくつきパフェ

～ほろほろと、とけてゆく～

presented by 京都中丹いちおし商品

材料

ポイント

作り方

鶏もも肉のピクルスマリネ

～ピクルスの酸味と香ばしさを活かす～

presented by 京都中丹いちおし商品

材料

ポイント

作り方

京風そば素麺の冷やしだしシウマイ

～上質なだしと素麺の冷やしさを活かす～

presented by 京都中丹いちおし商品

材料

ポイント

作り方

蕎麦茶香るミルクティー風ラテ

～香ばしいミルクティーと、お茶の香りを活かす～

presented by 京都中丹いちおし商品

材料

ポイント

作り方

一般消費者が購入後に自宅でも楽しめる“アレンジレシピ”の開発をAIで実施した。AIが生成したレシピは、地域の老舗料理店のシェフによって、味のバランス、調理工程の現実性、食材の地域性、家庭での再現性、の観点から監修を受け、「学生×AI×プロ料理人」によるハイブリッドなレシピ開発モデルを構築した。

学生の学習成果・気づき

理論 × 実践 × 地域貢献 × デジタル × チームワーク

- ・実践的マーケティング力の向上：商品価値の伝え方。
- ・産学官連携の本質を理解：新商品開発より既存商品の市場拡大。
- ・「地域に貢献する」ことの意味を体験的：自分達の学びが地域の課題解決に直結する手応えを強く実感。
- ・課題発見力と企画・実行力の向上：自ら動く力＝地域活動に必要な主体性。
- ・チームワーク力・コミュニケーション力が格段に向上

みどり戦略との関連性

- 「みどりの食料システム戦略」が掲げる ①地域資源の高度活用、②フードロス削減、③デジタル活用による流通改善、④地域経済循環の創出 と深く関係している。
- 特に京都府中丹地域の農産物（万願寺甘とう、丹波栗、お茶、そば等）を活用した加工食品は、地域循環型の食料システムに直結しており、大学生が地域産業と協力しながら既存商品の販路拡大・情報発信・市場分析を担うことは、持続可能な農業と地域産業の両立につながる。

活動目的

- 「新商品開発」よりも 既存商品の市場拡大を優先課題
- 中小規模の加工事業者にとって、新商品開発は投資負担・リスクが大きく、大学との協働で開発されても成功率が低いケースが多い。
- そのため本取り組みでは、
 - ① 地域産品の認知度向上
 - ② 消費者理解にもとづく販売戦略の強化
 - ③ 人工知能の力を入れた経営活動の効率化
 - ④ 産学官連携を活かした販路拡大支援を目的とし、学生主体で“地域ブランドの市場創造”に挑戦した。



「場所・客層によって求められる商品説明やアプローチが異なる」という現実的なマーケティングの難しさを体験的に理解した。特に、

- ・観光客には「ストーリー」「地域らしさ」
- ・若年層には「使いやすさ・アレンジ性」
- ・地元住民には「安心感・信頼」

が求められる。

商品価値の翻訳（価値の伝え方）の重要性

AI生成レシピ

老舗料理人の監修

高品質アレンジレシピ

イベント・SNSで紹介

購買後の体験価値向上・再購買意欲UP

「AIで開発したアレンジレシピ×老舗料理店シェフ監修」「地域性」「信頼性」「実用性」を兼ね備えた発信が可能となった。これは、

- ・地域ブランドのストーリー性向上
- ・消費者の体験価値向上
- ・既存商品の市場拡大に寄与する、実務的で再現性のある地域ブランド戦略である。

大学・張研究室
地域ブランドチーム

中丹広域振興局

製造事業者

地域料理店等

消費者（地域・観光客）

AI技術

各主体へ
コーディネート、PR、
AI活用支援、分析

支援・コーディネート

地域ブランド品提供

情報発信・PR
コンテンツ制作支援

レシピ監修・味の価値づけ

地域ブランド体験

総括

謝辞
本活動を行うにあたり、ご協力を頂いた京都中丹いちおし商品認定事業者の皆様、並びにすべての関係者に深く感謝申し上げます。皆様、本当にありがとうございました。
※地域農林経済学会学会誌採択論文「農産加工品市場拡大に関する事業者の経営意識分析」及び日本商工会議所まちづくり・地域経済循環推進専門委員長賞受賞論文「農産加工品の市場拡大におけるAI生成情報活用の可能性」等で得られた学術的知見を実践に落とし込んだ取り組みである。