

みどり戦略との関連性

1

フードロス減少→食品ロス削減・多様な消費促進

規格外トマトの有効活用により、食品ロス削減と多様な消費者ニーズへの対応を実現する。飲みやすさを工夫し、食育にも寄与することで、持続可能な食の選択肢を創出する

2

持続可能な食の提供→価値創出と持続可能な消費

トマトと甘酒を組み合わせ、健康志向商品を開発する。消費者の理解・共感を得る商品設計で、環境にも配慮した持続可能な食を提案する

3

地域循環・地域活性化→循環型農業の促進

小野市産のトマトと米麹を使った地産地消モデル。ふるさと納税や直販で地域経済を活性化し、広域的な消費促進と地域ブランド価値向上を図る

紹介

『とまと甘酒』は、西村ゼミが取り組む「小野うまいもんブランド」の認知度向上活動の一環として開発が開始された、産官学連携による創造的な成果である。

本品は、ゼミ生たちがフィールドワークを通じて訪問した小野市の女性農家・NAKAGAWA FARM（代表：中河美重）が丹精込めて栽培した完熟トマトを原料としており、トマト本来の旨味・甘味・酸味を最大限に引き出す。

さらに、米麹には小野市特産の酒米「山田錦」を使用し、素材固有の自然な風味と地域の特色を融合させた。そのため、本品も健康志向かつ親しみやすい新規地域特産品として注目されている。

背景

小野市では、農業従事者の高齢化と後継者不足が深刻化しており、地域農業の持続的発展には大きな課題がある。その影響で、新商品の開発や販路拡大といった取り組みが停滞し、地域産業の活性化が進みにくい状況となっている。

また、形や大きさが基準に合わない規格外品の廃棄や、収穫・販売時期の偏りによるフードロスも多く、農家が安定した収入を得ることが難しい。

さらに、地域ブランドである「小野うまいもんブランド」の認知度は依然として低く、販売チャネルも限られている。このため、ブランド価値の向上と市場拡大が、今後の重要な課題となっている。

目的

規格外トマトを活用する本取組は、これまで利用されてこなかった農産物に新たな価値を与え、廃棄削減や農家負担の軽減を図るものである。未利用資源の活用を通じて、地域農業の持続的発展に寄与している。

また、発酵技術を応用した「トマト甘酒」の開発は、地域資源の循環利用と健康価値を同時に実現する取り組みである。食品ロス削減にもつながり、循環型社会に向けた魅力あるモデルとして位置づけられている。

さらに、産官学連携を通して、地域との協働が強化されている。学生は実践的な学びを得ながら地域ブランドの創出に関わり、地域活性化に貢献している。

調査結果と分析

私たちは、2024年11月の学園祭と2025年7月の大阪国際空港で計190名を対象にアンケート調査を実施し、「味」と「価格」に関する評価を分析した。

- ① 女性・若年層を中心に健康志向が高く、一定の需要が確認された。
- ② 試飲後の購入意欲は30%以上上昇し、味の体験が大きく影響した。
- ③ 甘酒が苦手な層からも「飲みやすい」と評価された。
- ④ 約6割が地域ブランドとして魅力的と回答し、地域資源活用の可能性が示された。



将来目標

- ➡ 大手流通への展開：
大手スーパーでの販売を通じ、商品認知度と消費者層を拡大する
- ➡ マラソン大会等でのPR販売：
全国イベントで商品体験を提供し、ブランド力を向上させる
- ➡ 全国発信とコンテスト挑戦：
大会参加や情報発信で地域資源を活かしたブランドモデルを全国展開する
- ➡ 循環型モデルの確立と農家との長期連携：
地域農家との協働を継続し、循環型農業×商品開発の持続可能なモデル構築を目指す。

認知拡大過程



フィールドワークで地域の魅力を学ぶ
2024年6月9日



特産品試飲会を実施
2024年10月17日



小野ハーフマラソンでトマト甘酒販売
2024年12月8日



KITTE大阪でトマト甘酒販売
2024年3月22日



店舗視察
2025年4月24日・5月1日



伊丹空港にて『トマト甘酒』試飲販売
2025年7月5日



トマトの定植(トリコデルマ菌を利用)
2025年9月3日



小野市役所で研究発表
2025年9月3日

まとめ

私たちは本プロジェクトを通じ、地域ブランド価値の向上と大学・地域社会の協働による課題解決の持続可能な仕組み構築を目指している。規格外農産物の活用や循環型農業の推進により、地域資源を有効活用しつつ農家負担の軽減や地域経済活性化にもつながる。また、学生が企画から販売まで主体的に関わることで、若者の社会参加意識やウェルビーイングの向上にも寄与する。今後も産官学連携を強化し、持続可能な循環型地域モデルの確立と地域社会への貢献を進めていく。