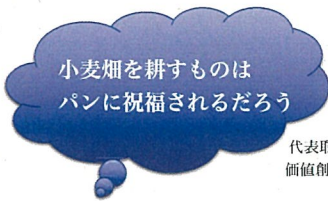




「大山こむぎプロジェクト
～農商工連携による地域資源を活かした、
大山こむぎのブランド展開～」



令和4年2月24日
株式会社こむぎプロジェクト
代表取締役 経営管理修士 (MBA)
価値創造プロデューサー® 笠谷信明



1975年(昭和50年)46歳 鳥取県米子市生まれ
経営管理修士 (MBA)
鳥取県立米子東高等学校 / 日本大学法学部
関西学院大学専門職大学院経営戦略研究科 修了

現在は、経営コンサルタントと社会起業家としての2つの法人の
経営者として活動をしている

座右の銘:
人生の行路は楽しく、また歩むに十分値するものである。しかし、それは一度きりである。



① コンサル業務



② 地域商社



大地を耕し地域を豊かに
③ 農業法人

I, はじめに

II, 大山こむぎプロジェクトの紹介

III, 現状と今後のアプローチ

IV, まとめ

「人生とは出会いである
その招待は、二度と繰り返されることはない」 ハンス・カロッサ



2017年米子商工会議所での出会いを
きっかけに関学へ進学

佐竹隆幸先生より教わったこと

「地域にとってなくてはならない企業」
「顧客価値創造経営の実現」
「企業倫理とは、
"企業の信用力創造のための戦略的手段"」

大山こむぎプロジェクトは、プロジェクトから法人化したソーシャルビジネス

I, はじめに

修士論文のテーマ: ソーシャルビジネスとしての農業の新しい可能性の考察
～鳥取県における耕作放棄地の解消を目指して～



専攻は「アントレプレナーシップ」

ソーシャルビジネスとしての
農業の新しい可能性の考察

～鳥取県における耕作放棄地の解消を目指して～



2021年1月23日
関西学院大学専門職大学院
経営戦略研究科
学籍番号: S20190115
氏名: 笠谷 信明

2020年3月

買っちゃいました。。



大地を耕し地域を豊かに

Copyright © 2020 たいせつプロジェクト All rights reserved.

VUCA、風の時代、コロナ、、、



VUCAフレームワーク
VUCA Framework



出典：アイ&カンパニー

Copyright © 2020 たいせつプロジェクト All rights reserved.

今日のテーマ「ブランド」とは何か？



ある特定の商品やサービスが消費者・顧客によって識別されているとき、その商品やサービスを「ブランド」と呼ぶ

一般財団法人ブランド・マネージャー認定協会による
消費者・顧客から見た「ブランド」の定義

ブランドとは、個別の売り手または売り手集団の財やサービスを識別させ、競合する売り手の製品やサービスと区別するための名称、言葉、記号、シンボル、デザイン、あるいはこれらの組み合わせ

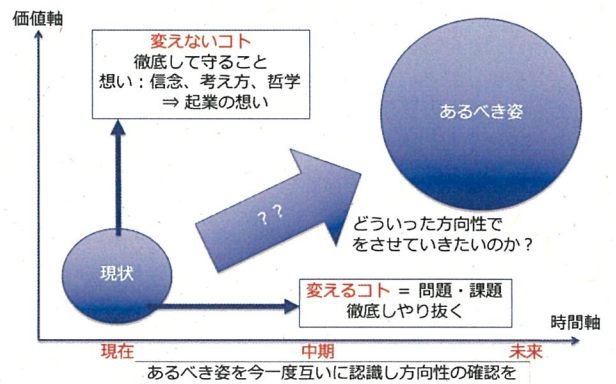
フィリップ・コトラー



ブランドの語源は、
牛の“焼き印”に起源する
※諸説あり

Copyright © 2020 たいせつプロジェクト All rights reserved.

私の思考性



Copyright © 2020 たいせつプロジェクト All rights reserved.

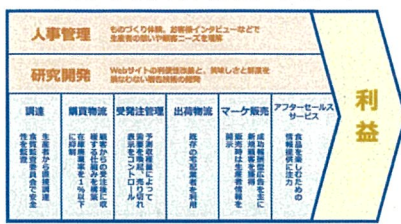
「ブランド」戦略とは



○ 戦略立案に必要なフレームワーク

- 1, PEST分析
- 2, 3C分析
- 3, 5Fオース分析
- 4, SWOT分析
- 5, STP分析
- 6, 4P分析 4C
- 7, バリューチェーン分析

オイシックスのバリューチェーン



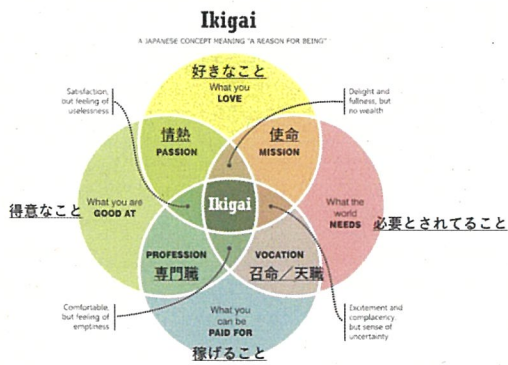
Tortoise

Copyright © 2020 たいせつプロジェクト All rights reserved.

私のマインドセット1/2



Copyright © 2020 たいせつプロジェクト All rights reserved.



沿革

2010年
米子市内のパン屋 麦ノ屋 出井亘シェフ「県産小麦が欲しい」
シェフの想いをかなえ、酪農家である岸田牧場が生産を開始
「失敗したら牛に食べてもらいたい」

2011年
2,7トン収穫

2013年
学校給食会での取組スタート

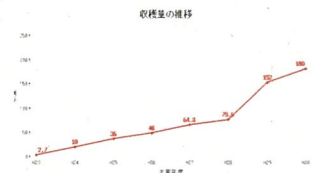
2014年
笠谷事務局長として参画

2018年11月
法人化

II, 大山こむぎプロジェクトの紹介

取組実績

<<生産実績>>
平成23年 (2011年) 2,7トン 平成24年 19トン
平成25年 36トン 平成26年 48トン低アミロ
平成27年 64,8トン 平成28年 75,6トン
平成29年 153トン 平成30年 154トン
令和元年 190トン 令和2年 220トン
令和3年 230トン



中国四国農政局「ディスカバー農山漁村(むら)の宝」



＜食材部門＞

● 最優秀賞

＜受賞理由＞

＜受賞コメント＞

食のみやこ鳥取県“特産品コンクール”食材部門 最優秀賞

小麦の生産量ランキング (都道府県別)

順位	都道府県	収穫量	割合
1位	北海道	471,100t	61.60%
2位	福岡県	54,900t	7.20%
3位	佐賀県	36,900t	4.80%
4位	群馬県	23,100t	3.00%
5位	愛知県	22,800t	3.00%
6位	滋賀県	19,900t	2.60%
7位	埼玉県	19,300t	2.50%
8位	三重県	19,000t	2.50%
9位	熊本県	15,300t	2.00%
10位	茨城県	13,500t	1.80%

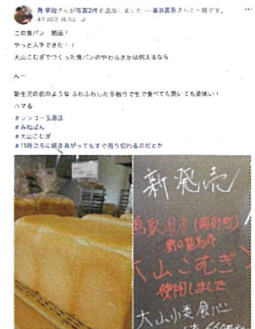
データ：農林水産省「作物統計」平成30年(2018年)



既に第一弾の商品開発は完了し、一昨年4月から販売もスタートしました

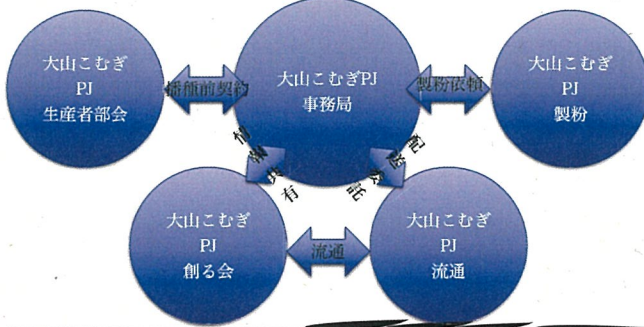


冷凍生地の導入に伴い、大山こむぎ商品の取り扱いの幅が広がりました
新しい品種との組み合わせで冷凍生地の多様化を図りたいと思います



大山こむぎプロジェクトは何を目指すか？！

全国一人口の少ない県であるが食の関心度の高い集団 (県民性) の創造を！
わざわざ大山こむぎを食べに来て頂く仕組みの創造を！
小麦の持つ可能性を職人 (作り手) の技で付加価値を加えて頂きたい！



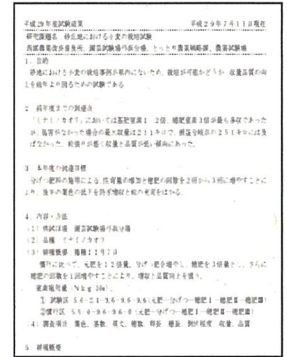
2, 生産品種の多様化への研究

既に実験・研究はスタートしています

砂地における小麦の栽培研究など、西部農業改良普及所、園芸試験場弓浜分場、とつとり農業戦略課、農業試験場の協力のもと生産試験等をおこなっている

多様化を求める理由として、
1) 小麦粉としてのレパトリーの多様化
2) 生産作物としてのリスク回避
3) 生産量の調整
今後、耕作放棄地等の活用促進の“戦略的作物”となることを目指している

適正が高い品種を産地品種銘柄にすることで生産振興も加速すると考えている



事務局の機能

- 1) 次年度の利用小麦量の目測と収量の調整をおこないます。
- 2) 生産者部会 (小麦生産農家さん) と播種前契約をおこないます。
- 3) 収穫後の小麦を製粉会社へ配送する段取りをおこないます。
- 4) 学校給食会さん等大口取引先と来期の利用量の調整をおこないます。



3, 生産農家の顔の見える化

国内小麦の中でも先進的な取り組みをしています



よりひらけた圃場にし、ワークショップ等を定期開催し、小麦の生産にかかわることでわたしの圃場わたしの小麦となるように取り組みを進めていきたい

小回りがきくことを逆にとり、通常の製粉と異なり生産者指定とすることで生産者の名前の入った商品展開をおこなっている。

生産者さんの生産意欲の向上と繋がる



“ブランド展開”の報告なので実例を報告いたします 1/5



日本農業新聞

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.



日本海新聞 掲載

23

“ブランド展開”の報告なので実例を報告いたします 4/5



ペーカリーブック

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

23

“ブランド展開”の報告なので実例を報告いたします 2/5



パンニュース

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

23



旬刊政経レポート

“ブランド展開”の報告なので実例を報告いたします 5/5



こはく

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

23

“ブランド展開”の報告なので実例を報告いたします 3/5



ペーカリーブック

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

“ブランド展開”の報告なので実例を報告いたします 5/5



STORES.jp

E.Cプラットフォーム

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

23



今後のポイント

- 1, 低アミロにならない品種への切り替え
- 2, 県内の学校給食を国産小麦から鳥取県産小麦へ
- 3, “意味・意義の美味しい”から美味しい小麦粉に
- 4, このプロジェクトが鳥取の農業を変革させる
- 5, 直販力の強化

“真の”
地域にとってなくてはならない企業に
なくてはならない

III, 現状と今後のアプローチ

IV, まとめ

経営理念

鳥取県産小麦を通じ、
地域社会に新しい価値創造を提供する

志・事業ビジョンがあっても市場に共感をいただき、
利益体質のビジネスモデルでなければ継続できない



“真の”
地域にとってなくてはならない企業に
なくてはならない

- 1, 多様性を増やすことと素早い変化に対応する
- 2, 量より質を追求する
- 3, 足を知る
- 4, 食の安心・安全はもちろんのこと、
生産者の顔や作り手の想いを直接お届けします！



連携事業（農商工連携・6次産業化）を通じて

- 1) 生産者の生産意欲・小麦の生産振興
- 2) 品質向上化を目指すサイクルづくり
- 3) 大山こむぎのブランディング向上を目指します

ご静聴ありがとうございました

IV

私達は今後も鳥取県産小麦を作り続けます！
御指導と御協力を引き続き、宜しくお願い致します



Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

ご静聴ありがとうございました

IV

ありがとう
ごさいまりに

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.

何かあれば、お気軽にお問い合わせください

IV



何かお役にたてることがあるかもしれません！
お気軽にお問い合わせください

TEL / 0859-57-6661
e-mail / kasaya@nvc-idea.com
LINE / newvaluecreation



① コンサル業務



② 地域商社



③ 農業法人

Copyright © 大山こむぎプロジェクト All rights reserved.