

西之表の農業

種子島高校 第4班

スマートアイランド種子島シンポジウム

2021年3月6日

メンバー： 江口智哉 榎本快 沖田善

松元愛純 廣瀬颯

<私たちが農業を選んだ理由>

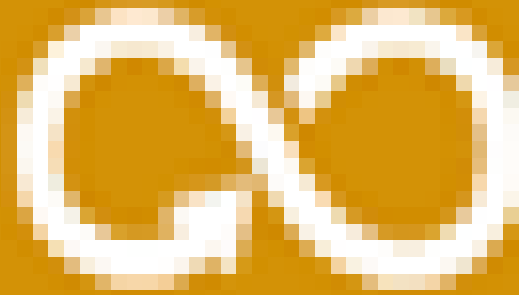
種子島の農業が衰退傾向
にあるため
持続可能な農業を考える
必要があると考えたから

SDGsとの関連

11 すみつづける
まちづくりを



12 つくる責任
つかう責任



A dark grey arrow points to the right from the top left corner. Below it, several thin, light blue wavy lines curve downwards and to the right, creating a decorative border on the left side of the slide.

発表の流れ

- 1、種子島の農業の現状
- 2、種子島の農業の目標
- 3、まとめ



種子島の現状

表1 種子島の農家と農地

	平成17年	平成27年	27年/17年(%)
販売農家数 (戸)	3,572	2,722	0.76
0.5ha未満	265	239	0.90
0.5~1.0ha	860	534	0.62
1.0~2.0ha	1,169	817	0.70
2.0~3.0ha	628	530	0.84
3.0ha以上	650	675	1.04
自給的農家数 (戸)	751	548	0.73
基幹的農業従事者(人)	5,158	3,875	0.75
うち男	2,537	2,070	0.82
うち女	2,621	1,805	0.69
耕地面積 (ha)	8,880	8,760	0.99
うち田	1,907	1,853	0.97
うち畑	6,970	6,910	0.99

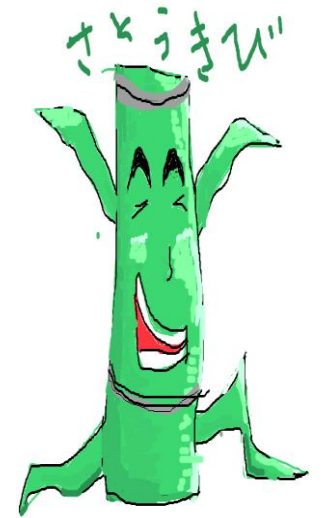
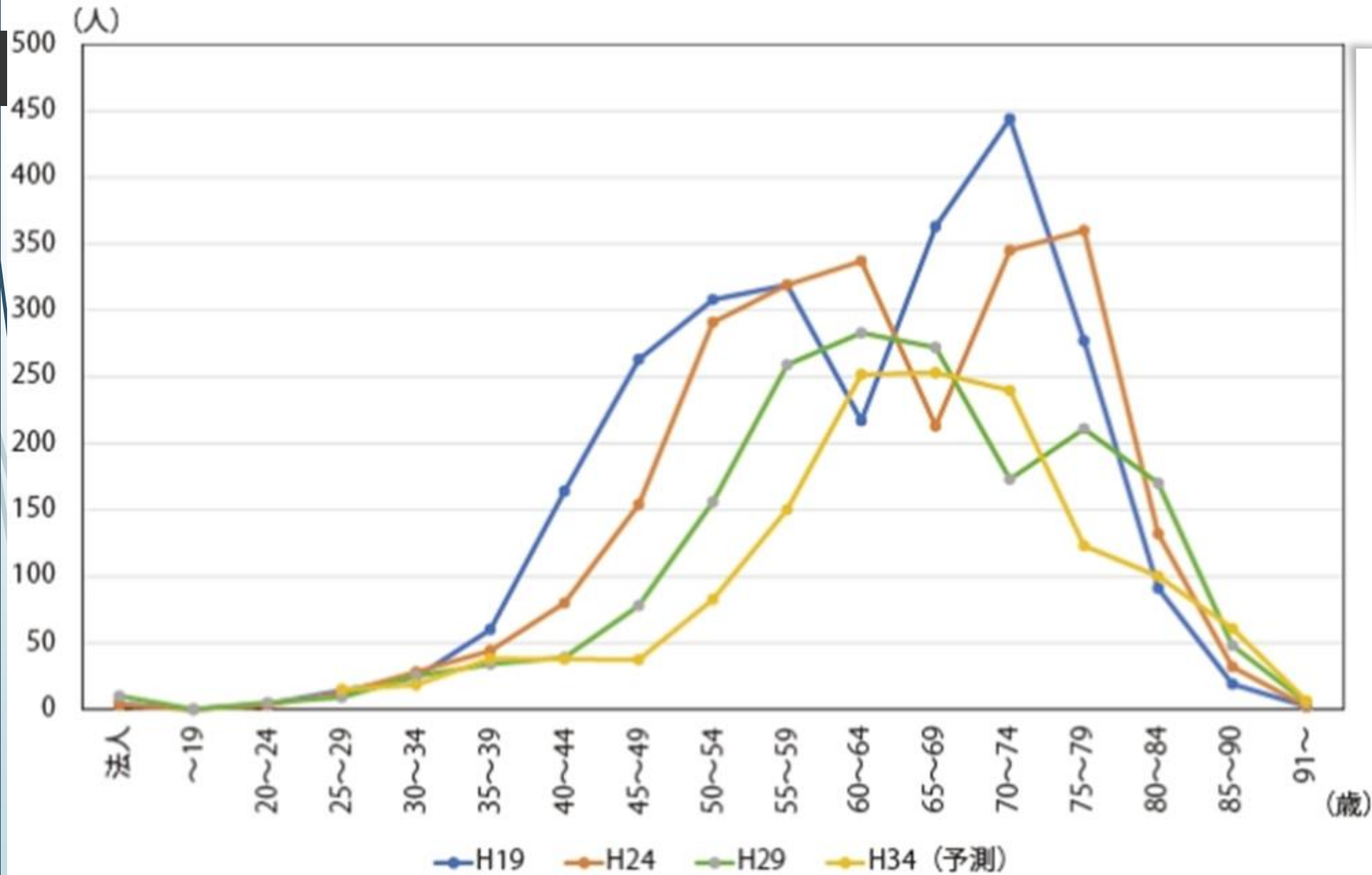
農家数は
減っているが . . .

面積は
変わらない . . .

資料：鹿児島県熊毛支庁「熊毛地域の概況」

注：農林水産省「農林業センサス」などでデータを補完しているため
内訳と合計が一致しない場合がある。

図4 経営主の年齢層別に見たサトウキビ経営体数



生産者の年齢が高齢化している・・・

現状をまとめると . . .



農家数が減っているのにも関わらず
耕地面積は変わっていない
また高齢化が進んでいるため

1人当たりの負担が増えている



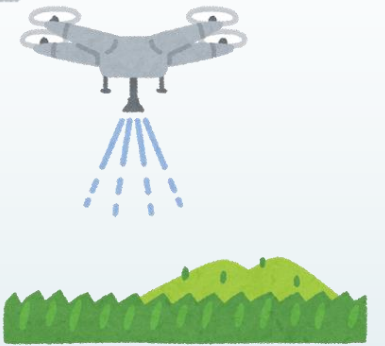


これらの現状を踏まえて . . .

＜目標＞

2030年

農家の負担削減
(機械導入)



2040年

地域ブランドを作る

2050年

都市部への農産物の出荷
(地域ブランドの宣伝)



2030

2030年
農家の負担削減
(機械導入)

<農家の負担削減>

(**スマート農業**) . . . ロボット等の先端技術を活用し、手間や労力を省き高品質生産を可能にする新たな農業。

メリット

- 超省力、大規模生産を実現
- 作物の能力を最大限に発揮
- 重労働、危険な作業からの解放！
- 誰もが取り組みやすい農業の実現
- 消費者に安心と信頼の提供



2030

＜農家の負担削減＞

機械の導入

○フィールドサーバ

→センシング機能と通信機能を一体化したセンサー

(機能) オプションセンサーで計測するのは、気温
と湿度、日射量、葉の濡れ具合など
→PCやタブレットで閲覧可能



lib.ruralnet.or.jp

<農家の負担削減>

○クラウド型の農業生産ツール

クラウドとは

- ・インターネット経由であらゆるアプリケーションにアクセスできるサービス
- ・データ共有や複数デバイスからのアクセスが可能
- ・農業では栽培ノウハウの共有などに活用される

(機能) グーグルマップなどで農地ごとの作業を記録
できる収集したデータは病気の予測

→AIを活用したチャットボットによる指示



<農家の負担削減>

○ドローン

圃場や農作物ひとつひとつを最適に管理し、
農作物の収穫量や品質の向上を目指す

(機能)

- ・ 害虫被害などの早期発見
→ピンポイント農薬散布



2040

2040年

地域ブランドを作る

＜地域ブランドを作る＞

地域ブランドになるためのポイント

○企画先行、プロダクト先行型にならない

アンケート調査や市場調査を実施し、**市場や住民の実際の声に耳を傾ける**ことが大切です。

○現代のトレンドである「体験型」を意識する

ただ、売るのではなく、消費者に**体験を通して**感動や共感を提供する場を創出することがポイント

＜地域ブランドを作る＞

地域ブランド化の成功例 ＜長島＞

ポイント

- ・地域の住民が企業による魅力発信の強化
- ・地域の郷土料理をネットに掲載
- ・ふるさと納税の返礼品
- ・都内のレストランで長島町の食材を使ったコース料理の提供



2050

2050年

都市部への農産物の出荷
(地域ブランドの宣伝)

<地域ブランドの宣伝>

○PR成功例 佐賀

自治体による観光誘致のPR動画

〔ターゲット〕

日本に関心を持つ人が多い国を中心に配信すると、6日間で200万回再生突破。

〔反応と効果〕

- ・ 多くの人々の興味を引き、観光客誘致にもつながった
- ・ Youtubeのコメント欄には
「スキップしないで最後まで見た初めての動画だ。」
「音楽と映像がとても美しい」
「行ってみたい!!」という声も。



<地域ブランドの宣伝>

○PR失敗例

- PR動画を作ってもウェブサイトやSNSに載せずに、**作ったまま放置**してしまう。
- 特殊効果を使いすぎて**製品自体の印象が薄く**なってしまう。
- 何を伝えたいのかが分散して**明確になっていない**
- ターゲットの選定ができていない

<地域ブランドの宣伝>



安納芋推進本部より<http://annouimo-brand.com>

○ P R の 内 容

例えば安納芋 . . .

- ・ 各地で栽培可能だが、種子島の安納芋は品質が高い
- ・ 「安納いもブランド推進本部」に参画し、高品質の安納芋を提供する努力をしている。
- ・ 出荷前に圃場ごとに甘さに関する審査を行い、合格したものをブランド表示で販売している。

表2 糖の含有率の比較

2050

蒸煮後含有率 (%)	安納いも	なると金時
シヨ糖	4.8	1.54
果糖	0.72	0.36
ブドウ糖	0.70	0.35
麦芽糖	10.25	11.73
糖合計	16.47	13.98

<都市部への農産物の出荷>

○出荷

現在SDGsの観点からフードロス削減が注目され品質、鮮度保持が重視されている。

今の注目 直接販売

予約管理システム

ICTを使ったシステム化

QRコード、電子タグ、各種センサー

品質の保持をコールドチェーンから鮮度保持包装

EX 鮮度保持フィルム スパニッシュ



< 都市部への農産物の出荷 >

○出荷面でのPR

ウェブサイト 動画 レシピサイトへの投稿
 公共施設、乗り物でのポスター、チラシ
 ゆるキャラ レストラン 学校、会社との協力

○現状の取り組み

安納芋ブランド化へ
 種子島ブランド「たねがしまる」へ
 ふるさと納税での農作物のPR
 健康食品、新商品の開発



ふるなびより
 (https://furunavi.jp 2月23日閲覧)



西之表市ブログより (http://www.city.nishinoomote.lg.jp)

意見 → + ・PRの方法を更に工夫する
 ・種子島らしさをさらに追求

<まとめ>

(機械導入について)

- ・スマート農業を導入するために、農家に向けての厚いサポートを行う

(PRについて)

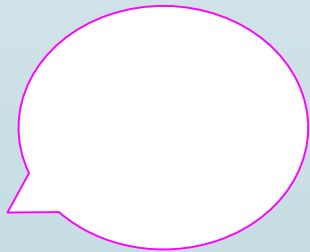
- ・多くの人に知ってもらうために、PR方法を更に工夫する

(出荷について)

- ・出荷、保存方法を工夫し、流通面での島のデメリットを軽減する

幅広い視点からの意見を集めるために...

ブログやホームページなどに
意見を書き込めるような場を
つくる。



<参考文献>

農林水産省2021「令和三年度農林水産関係予算案」
(r3kettei_pr28.pdf令和3年2月26日閲覧)

(r3kettei_pr25(1).pdf令和3年2月26日閲覧)

(r2hosei3_pr01.pdf令和3年2月26日閲覧)

(r3kettei_juten.pdf令和3年2月26日閲覧)

[令和2年度農林水産関係第3次補正予算の概要：
農林水産省](#)

(<https://www.maff.go.jp/j/budget/r2hosei3.html>令和3年2月26日閲覧)

(<https://www.maff.go.jp/j/budget/r3kettei.html>令和3年2月26日閲覧)

鹿児島県種子島地域産業活性化計画

www.pret.kagoshima.jp2021年2月20日閲覧
西之表市役所2021「種子島西之表市サイト」

<http://www.city.nishinoomote.lg.jp>2021年2月20日閲覧

日本総合研究所研究員 2020年 『図解よくわかるスマート農業デジタル化が実現する儲かる農業』
日刊工業新聞社

『地方創生と地域金融』著 山口省蔵 江口晋太郎 2020年

種子島プロジェクト特集 | 大東製糖【含蜜糖の製造と販売】
daitoseito.co.jp (令和3年3月4日閲覧)

JA2021「JA種子屋久公式サイト」
<http://www.ja-taneyaku.or.jp>2021年2月20日閲覧

水落絵理香2020年「マーケティングブログ」
<http://www.blog.hubspot.jp> 2021年2月19日閲覧

ご清聴ありがとうございました

