



## 平成28年度KOBEにさんがらくPROJECT アイデアテーマ

NO.1	区分：農漁業者	団体名：(株)ナチュラルリズム
テーマ	西洋野菜を神戸ブランドに。 カーリーケール、ロメインレタス	
理由	<p>京都の京野菜、石川に加賀野菜、奈良の大和野菜など日本には代表的な伝統野菜や周知された産地がありますが神戸はそれが弱いしかし神戸牛、神戸プリンなど農産物以外では神戸ブランドは強い武器になっています。</p> <p>そして、カーリーケールとロメインレタスを選んだ理由          海外のファーマーズマーケットなどではこの2品種は必ず店先には並んでいます          しかし日本ではあまり見かけることはありません。          他の地域期でも本格的な取り組みもなく先駆けて神戸で取り組みればブランド化しやすいと思います。          またカーリーケールに関してはケールチップスというものが海外ではかなり人気が出てきています。</p>	
NO.2	区分：農漁業者	団体名：(株)ナチュラルリズム
テーマ	真空フライによるケールチップの開発	
理由	<p>京都の京野菜、石川に加賀野菜、奈良の大和野菜など日本には代表的な伝統野菜や周知された産地がありますが神戸はそれが弱いしかし神戸牛、神戸プリンなど農産物以外では神戸ブランドは強い武器になっています。</p> <p>そして、カーリーケールとロメインレタスを選んだ理由          海外のファーマーズマーケットなどではこの2品種は必ず店先には並んでいます          しかし日本ではあまり見かけることはありません。          他の地域期でも本格的な取り組みもなく先駆けて神戸で取り組みればブランド化しやすいと思います。          またカーリーケールに関してはケールチップスというものが海外ではかなり人気が出てきています。</p>	
NO.3	区分：農漁業者	団体名：KOBE SWEETS GARDEN
テーマ	<p>《社会福祉法人の身障者への農業支援による神戸ブランドの制作》          「赤ちゃんのスタイ(よだれ掛け)」や「ストール」を神戸ブランドとして身障者と一緒に作り上げる計画です。          5月の種まき・10月のコットンボールの収穫から加工まで参加いただきたいと思います</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
理由	<p>おしゃれな街神戸・ファッションの街神戸といっても綿の栽培から製品づくりまではどこもしていない。          神戸ブランドを作りたいこと          身障者と家族が同じ職場で働いてもらいたいこと          身障者の自立および賃金アップに協力できること          農業者(kobe sweets garden) 社会福祉法人(北区陽気会)企業(東灘区グランマーマのお針箱)の3者が平成28年1月に連携ができています。          学生の皆様には「デザイン」「パッケージ」「販売方法」に協力をお願いできる。          特に女学生には結婚すれば必需品になる。(自宅用・プレゼント用)</p>	
NO.4	区分：農漁業者	団体名：すまいるふぁーむ藤本
テーマ	機能的でかっこいい作業着の開発	
理由	日本を代表する服飾メーカーが在籍する神戸の地の利を生かして面白いと思ったから	
NO.5	区分：農漁業者	団体名：すまいるふぁーむ藤本
テーマ	都市と農村部をつなぐ仕組みづくり	
理由	同じ市内で距離的に近いとはいえ、ヒトとモノの交流はすくないから	
NO.6	区分：農漁業者	団体名：すまうら水産有限責任事業組合
テーマ	<p>海苔には非常に多くの栄養素が含まれています。須磨海苔は中でもアミノ酸が通常          の海苔に比べ2倍とも言われています。その海苔を美味しく、楽しく、毎日摂取してもらいたいと思っています。          学生さんの斬新なアイデアと発想で須磨海苔に新たなスポットをあてて頂きたいと思っています。</p>	
理由	海苔は九州有明をはじめ全国で生産されています。産地にこだわらなければどこでも手に入れることができます。他の海苔とは違う須磨海苔を使うことで他との差別化を図りたいと思っています。	

NO.7	区分：農漁業者	団体名：炭育ち 池上農園
テーマ	FGパッケージ（デザイン、特徴、栄養価など都市近郊ならではのメリット）の提案	
理由	野菜の流通ルートを通じ、消費者まで届けることができるので	
NO.8	区分：農漁業者	団体名：神戸なごみ農園
テーマ	神戸なごみ農園のロゴ・マークのデザイン	
理由	認知度アップによるブランド力のアップ	
NO.9	区分：農漁業者	団体名：神戸なごみ農園
テーマ	岩岡いちじくのキャラクター・ロゴ・パッケージのデザイン	
理由	岩岡いちじくの認知度アップによるブランド力のアップ	
NO.10	区分：農漁業者	団体名：上大沢里づくり協議会
テーマ	キクイモを活用した加工品の開発	
理由	大沢町上大沢では、地域特産物の育成を進める一環として、協議会員が比較的取組みやすい作物の「キクイモ」栽培を進めてきた。集落内に設置する直売所で生いもとして販売してきたが、知名度の不足もあり販売量の広がりには乏しい状態にある。大沢町全域においても、大沢産農産物のブランド化への取組みを強化しており、裾野を広げる展開を図りたい。	
NO.11	区分：農漁業者	団体名：寺谷営農組合
テーマ	米粉を活用した加工品の開発	
理由	榎谷町寺谷では、地域特産物の育成の一環として、米粉の活用について進めてきた。営農組合の女性を中心となり、米粉料理の講師を招聘し、米粉の料理講習会を開催してきた。しかし、販売まで結びつくような商品が開発できず、苦慮しているところである。そこで、寺谷集落では米粉のブランド化への取組みを強化しており、裾野を広げる展開を図りたい。	
NO.12	区分：農漁業者	団体名：そら・まるごとフルーツ
テーマ	神戸の農産物を使ったお土産の開発	
理由	神戸の農産物をPRできるような加工品が少ないため。	
NO.13	区分：企業	団体名：(株)共和コーポレーション natura-natura
テーマ	今回は店舗店頭にて催事販売を、年間通して進めて行きます。 ポップオーバーという商品がありその中身と売り方、包材等を考えて頂けたらと思っております。 ※ポップオーバーは、パンケーキに次ぐスイーツとして注目されている。	
理由	比較的何にでも合う商品ですので、神戸野菜、神戸加工肉等で地域活性化と全国からのお客様層に（この取組みを）幅広く伝えられればと、考えております。	
NO.14	区分：企業	団体名：近江商店
テーマ	時期にあった商品提案について	
理由	ビールやお菓子などは、中身の内容に大差が無いのに毎年新商品が発売される。 （例 夏限定 冬限定 兵庫県限定） 野菜の品種は毎年の様に増えていかないうえで、“時期時期に合わせたパッケージを作れば今まで野菜を手にとらなかった世代を狙っていけるのでは？”という、仮設の下若者に新しい切り口で提案してもらいたい （受験生にあわせたトマト？）	

NO.15	区分：企業	団体名：(株)有馬せんべい本舗
テーマ	有馬温泉でしか食べられない地域限定商品。 炭酸せんべいを使用した新感覚の商品。	
理由	有馬温泉に来て頂き、食べ歩きしながら街を楽しんで頂けるような商品をと 생각합니다。本店でしか食べられないという特別感のあるものを新しい感覚で考えてもらいたい。	
NO.16	区分：事務局	
テーマ	「食都神戸2020」の実現に向けて必要なこと	
理由	神戸市は、2020年、世界中から「食」で注目を集める街「食都神戸2020」を目指しています。その実現のため様々なプロジェクトを実施していますが、若者目線で、必要なこと、取り組めることを提案してほしいため。	
NO.17	区分：事務局	※大学でチームを編成しなくても応募可能です。
テーマ	複数の大学の学生による連携について	
理由	神戸をはじめとした京阪神の大学に通う学生が協力し、それぞれ専門知識を活かして神戸の農漁業や食の活性化に関わってほしいため。	