



デジタル田園都市国家構想 岡山市での適用

最終報告会資料

岡山大学SDGSアンバサダー COPAIN



岡山大学SDGSアンバサダー COPAIN

メンバー

学生34名

アドバイザー3名

計37名

Achievements

- 岡山大学President Award SDGs奨励賞
- G7倉敷労働雇用大臣会合フォローアップイベント参加
- 日本学術会議第2部学生初登壇
- ILOピッチコンテストなど参加中
- 岡山大学ハーベストピッチ中国銀行賞
- アミューズメント業界ビジネスコンテスト
148チーム中3位...etc.

SDGs・ボランティア活動を通し
多くの人たちに心地よい空間を
提供することを目的に活動。



Q.このロゴは何？



Q.このロゴは何？

A. **デジタル田園都市国家構想**
のロゴ

デジタル実装を通じて地方が抱える課題を解決し、誰一人取り残されずすべての人が
デジタル化のメリットを享受できる心豊かな暮らしを実現する



デジタル田園都市健康特区 in 吉備中央町

健康や医療のデジタル技術を活用し、地域の課題解決を目指しています。岡山大学と産・学・官が連携し、「**誰一人取り残さないエンゲージメント・コミュニティの創生**」を目指し、デジタル技術の活用を進めています。



吉備中央町での経験を活かし、
以下の2点を中心に岡山市で活動

- ・ 誰一人取り残されないための取り組み
- ・ デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

目次

1,誰一人取り残されないための取り組み

2,デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

2-1課題

2-2解決方法

2-3ビジネスモデル

目次

1, 誰一人取り残されないための取り組み

2, デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

2-1 課題

2-2 解決方法

2-3 ビジネスモデル



←吉備中央町で
デジタル化を
促進する中で

場所・年齢・障がい等から起こる情報格差を知り
デジタル化におけるバリアフリーの必要性を実感



2025年1月16日「ダイバーシティ&インクルージョンフォーラム
小さな世界/岡山大学SDGsアンバサダー Copain (コパン)



岡山大学チャンネル (Okay...
チャンネル登録者数 4580人

チャンネル登録

高評価



「情報格差を知ってもらおう」 をテーマに

OHK岡山放送様、両備システムズ様のご支援の下
NPO法人、高校生含む学生団体など計14団体と協力し、
デジタル化におけるバリアフリー啓発を
目的とした手話リレー動画を作成し、
岡山大学公式YouTubeで公開。



手話リレー動画を用い、福祉をテーマにした
フォーラムや地域のイベント（計200人以上）に参加し、
デジタル化におけるバリアフリー啓発活動の実施

誰一人取り残さないための その他の活動・予定

- OHK岡山放送「岡山から拓く共創社会」で手話リレー動画が紹介される
- 手話リレー動画を今後も継続的に作成予定
- 動画作成で学んだことを労働衛生と絡めてILO Youth Congressで発表予定
- 同内容で野毛坂グローバル主催SDGsコンテストで奨励賞以上確定
- 数学検定協会と協力し、病院併設キャンパスで初の数学検定を実施

それぞれが抱える障がい物を
乗り越えられるように
サポートする取り組みを行う

賞金額
800k「誰ひとり取り残さない」コンテストに応募した応募者がとうとういます。
期待しているように、下記の賞を頂きました。

大賞 (12万円) 3作品
特別賞 (2万円) 4作品
入賞 (1万円) 19作品
優秀賞 (5000円) 40作品
奨励賞 (1000円) 150作品

賞状を渡していますが、あなたの作品は、ぜひとも奨励賞以上が確定しました。
おめでとうございます。

特に、賞状発表の発表は基と2-3週間いたづくと思えます。
しばらくお待ち下さい。

なお、奨励賞以上の賞状は、2月10日の午後にお渡しします。

会場（東岡山ICから徒歩）またはオンラインでの参加をいただければ幸いです。



岡山から拓く共創社会 2月15日(土) ひる 12時



目次

1, 誰一人取り残されないための取り組み

2, デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

2-1 課題

2-2 解決方法

2-3 ビジネスモデル

吉備中央町の活動中に
地域探求商品に出会いました。

地域探求商品



高校生のアイデアという
付加価値を加えた、
地域企業が生み出す特別な商品

高校生・企業の声

OKAYAMA

2024.12.14



←の地域探求商品
企画制作に携わる中で

「とてもいい商品ができて、地元では売れるけど
他の地区へ販路開拓ができない」

「販路開拓できなければ、この街の良さが
徐々になくなっていく」

高校生・企業の声

OKAYAMA

2024.12.14



←の地域探求商品
企画制作に携わる中で

「とてもいい商品ができて、地元では売れるけど

私たちが販路を拡大しよう

「販路開拓できなければ、この街の特産品が

徐々になくなっていく」

地域探求商品を 販売する出店



岡山南高校、岡山東商業高校、笠岡商業高校、高梁城南高校、学生団体しゃもじ等

計5校から**8商品300点**の商品を取り扱う
(私たちが企画制作に関わった商品も)

出店成果

OKAYAMA

2024.12.14



来場者数1000人程のイベントに出店し
販売開始3時間弱で**ほぼ全品完売**

購入者の声



高校生なのにすごい!

高校生なのにこんな商品を作られていてすごい。いっぱい買いたい。



地域にこんな商品が!?

モリンガやすいおうといった素材が使われていてびっくりした。初めて聞いた



私も同じ高校なの

販売している商品が私の母校だったから思わず買っちゃった。



美味しくくて最高だよ

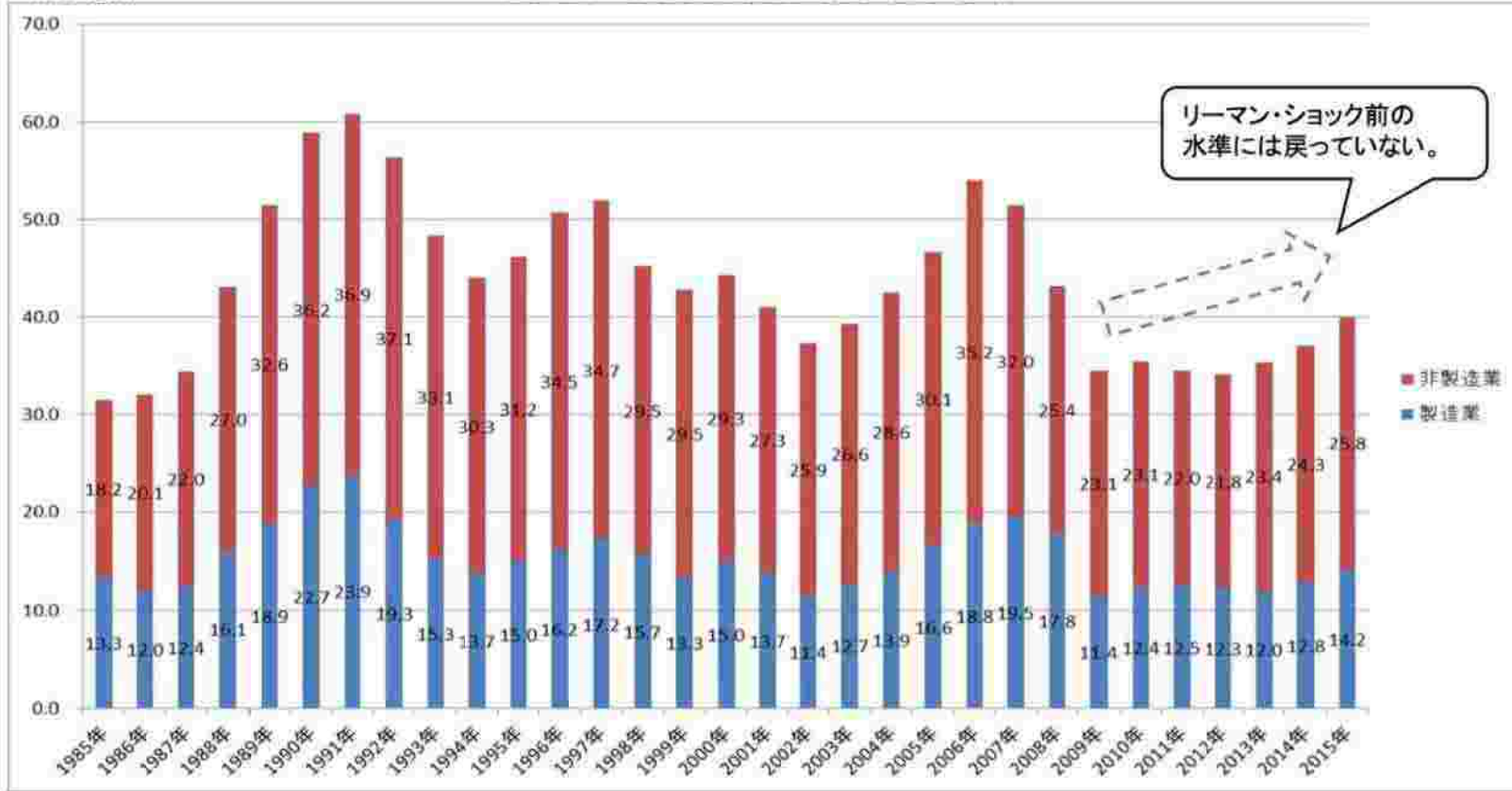
高校生を応援するつもりで購入したけどクオリティーが高くて美味しかった

販路開拓さえ

できれば

単位：兆円

製造業・非製造業別の投資額の推移



参照) 経済産業省 地域経済産業グループ 平成28年11月

低迷している地域経済の

新たな転機

しかし不安があります



イベント以外では
売れるんだらうか

1, 誰一人取り残されないための取り組み

2, デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

2-1 課題

2-2 解決方法

2-2 ビジネスモデル

① 課題

日本大手お菓子メーカー
が強すぎる！！
by地域企業



① 課題

分析

項目	地域で作られたお菓子	大手メーカーのお菓子	売れる可能性の傾向
品質・味	地域特有の素材を使用し、個性的で高品質	安定した品質で多くの人々が好む万人向けの味	消費者の好みによる
価格	手作りや地元素材使用で割高になることが多い	大量生産でコストを抑えた比較的手頃な価格	大手メーカー優位
知名度	地域内では高いが、全国的には低い	広告や販路を活用し全国的に高い知名度	大手メーカー優位
販売チャネル	地元の直売所や限定販売が主、オンライン展開も増加	全国のスーパー、コンビニ、オンラインで広く流通	大手メーカー優位
独自性	地元の伝統や特産品を活かした独自性が高い	トレンドや普遍的な商品展開が中心	地域お菓子優位
規模感	小規模で生産量が限定的	大量生産で安定供給可能	大手メーカー優位
消費者層	地元を愛する人、観光客、ギフト需要が中心	幅広い年齢層と全国的な消費者層	消費者層による

観光地やギフト向けなら地域探求商品が優勢だが
「**知名度の低さと流通網の狭さ**」があり、
日常消費なら大手メーカーが圧倒的優勢

① 課題

地域探求商品は
日常的に流通されづらい

1, 誰一人取り残されないための取り組み

2, デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

2-1 課題

2-2 解決方法

2-3 ビジネスモデル

代理出店を通して

3時間弱で
ほぼ全品完売



購入者の声

代理出店を通して

3時間弱で
ほぼ全品完売

+

購入者の声

||

『新しい購買層（**コト・応援消費**）』
の開拓

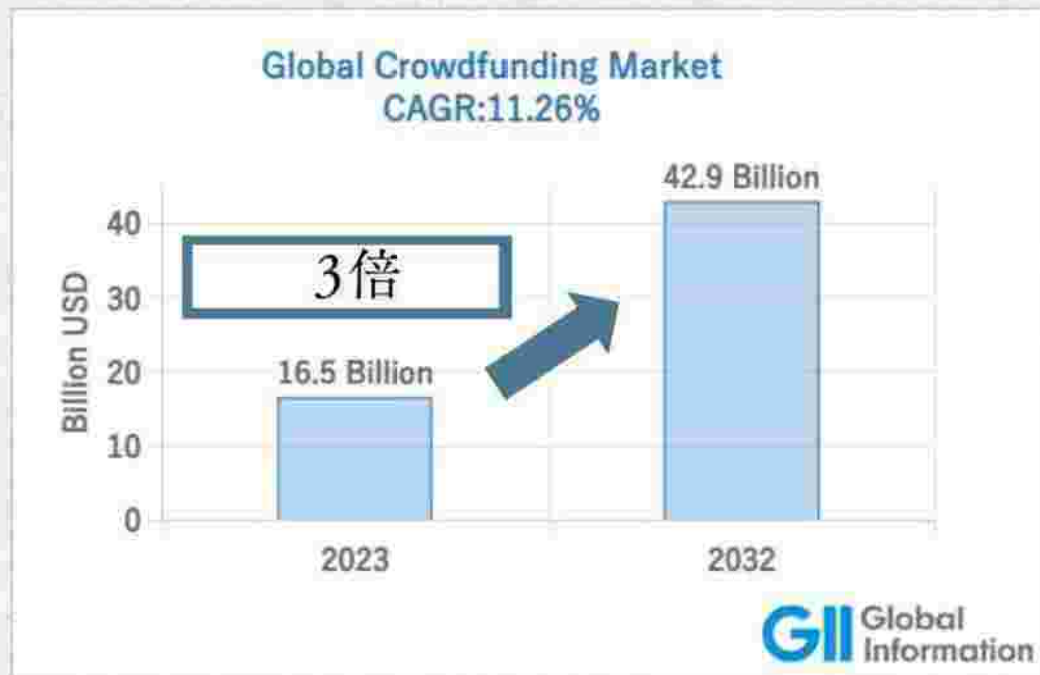
「国家ブランド指数2023」トップ10ランキング

2022年順位	2023年順位	国
2	1	日本
1	2	ドイツ
3	3	カナダ
6	4	英国
4	5	イタリア
8	6	米国
7	7	スイス
5	8	フランス
10	9	オーストラリア
9	10	スウェーデン

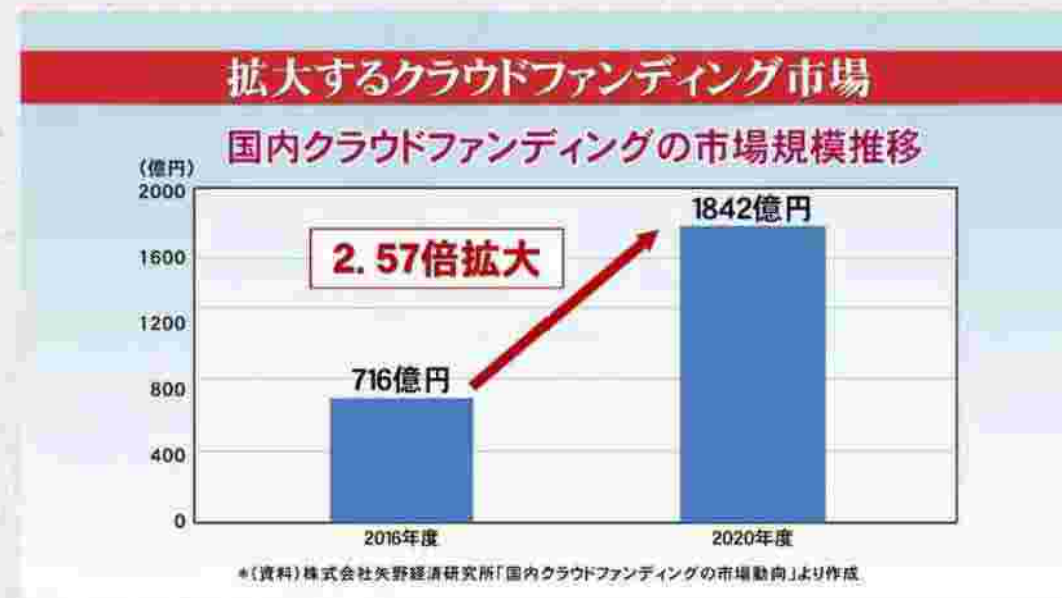
今現在、世界中で
空前の日本ブーム

「国家ブランド指数2023」
イノス株式会社

世界



日本



クラウドファンディング市場は
伸び続ける = 『**応援消費を行う層**』の増加

② 解決方法

まずは応援消費をしてくれる人たちを
日本だけではなく、**全世界から集める**

② 解決方法

日本や海外で デジタルを用いた販路開拓



既存のECやクラウドファンディングサイト
を使い分けて出店支援。

地域探求商品のみならず、

**地域の特産品、地域生産加工品・就労支
援商品・刑務所作業品等のみを出品。**

② 解決方法

> 編集ページ
プレビュー

地域の特別な商品産を多くの人に広めたい！「地域生産加工品販路開拓プロジェクト」

2025/09/04
募集期間：9/4～9/10
募金額



1年以上前に、高校生が企画し地域企業で作った商品を中心に地域で生産・加工された商品の販路開拓を目的に、都道府・県単位の地域イベントやECモールなどのオンライン上で販路開拓を行う他に、地域の産品を詰め込んだギフトボックスをサブスクリプション型で販売し、販

路の拡大を図ることで、地域活性化を推進し、産品を多くの人に広めたいというプロジェクトを立ち上げました。

募金額の目標金額

0円

目標金額: 0円 (0.000000円)

参加人数

0人

募集終了まで残り

38日

リターンを選ぶ

1,000円

【お買得なプラン】 産品の生産者様から、お買得なギフトボックスにてお届けいたします。また、ギフトボックスの送料は別途お見積りいたします。お買得な価格でご提供いたします。お買得な価格でご提供いたします。

★ 定員数：5人 残り定員数：2025年04月

3,000円

【高品質な産品が詰まったギフトボックス】 産品の産品を詰め込んだギフトボックスをお届けいたします。産品が詰め込まれたギフトボックスの送料は別途お見積りいたします。お買得な価格でご提供いたします。

★ 定員数：5人 残り定員数：2025年07月

【高品質な産品が詰まったプラン】 産品の産品を詰め込んだギフトボックスをお届けいたします。産品が詰め込まれたギフトボックスの送料は別途お見積りいたします。お買得な価格でご提供いたします。

★ 定員数：5人 残り定員数：2025年07月

このプロジェクトで実現したいこと

このプロジェクトでは、高校生がアイデアを出し、地域企業が製造した特別な商品を中心に、地域生産加工品の販路開拓を図ります。国内各府県でも販路開拓の機会を増やすための準備をすることで、どこにいても経済の中心になれる社会を目指します。また、商品ができるまでの過程や購入者への感謝の手紙とあわせてギフトボックスに添付することで地域の魅力を発信し、地域や商品への関心を高めることで産品を盛り上げたいと考えています。

そのための、安定した商品が求められるように、私たち自身が制作した地域産品を目的としたギフトボックスを開発し、お土産として売っていただけるように販路開拓を行います。

FAQ



現在制作中の クラウドファンディングサイト

② 解決方法

リワード品 ～日本の物語を味わう箱～



地域で作られ、地域の人々の思いが詰まった
お菓子を月毎に選別し、
BOXに詰め込み全世界にサブスク形式で販売。
値段は二重価格.将来的には交流要素も
開封体験の強化 & 継続特典を設計

制作秘話や感謝の手紙、動画QRコード等を同封し、
お菓子だけでなく開封体験も楽しめる！



国内での現地イベント開催



都市や観光地でPOP UP STOREを展開し、ECサイトのプロモーションを強化します。また、地元企業、高校生、大学生、農家をマッチングさせるイベントを開催して、商品や地域の魅力を向上させます。こういったイベントをまずは年20回行います

目的：

- ・ 応援してくれる日本人や外国人旅行客を獲得する
- ・ 地域の活性化

1, 誰一人取り残されないための取り組み

2, デジタルの力を活用した地方の社会課題解決

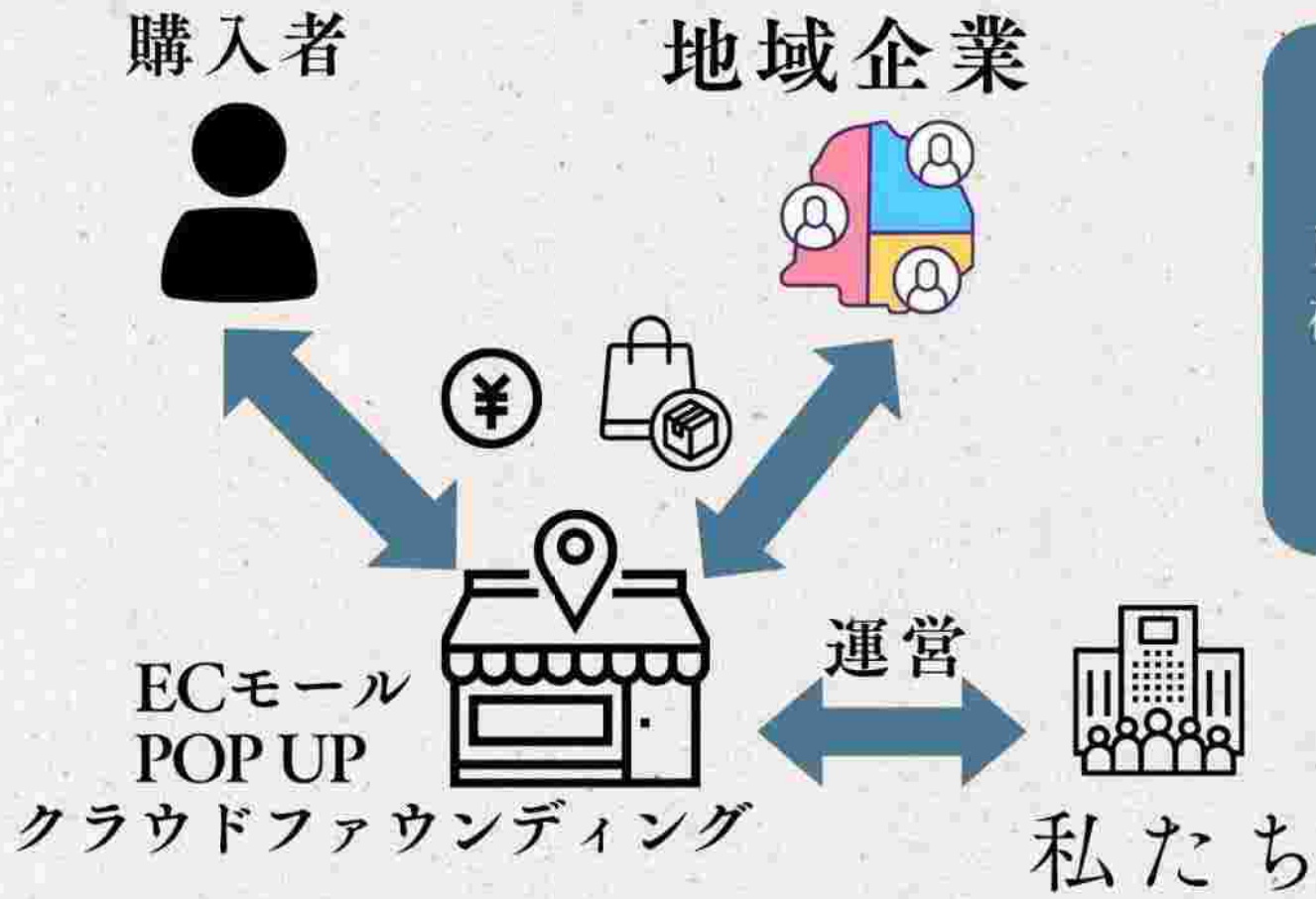
2-1 課題

2-2 解決方法

2-3 ビジネスモデル

③
ビジネス
モデル

フェーズ1, 場所貸しビジネス (安定した収益)



~概要~
ECモールや
POP UP STOREなどで
確保した出店スペースを
地域企業に貸し出し、
手数料を収入とする。

③
ビジネス
モデル

フェーズ2, お菓子サブスクビジネス (成長する収益)



何が売れるか調査
ノウハウの蓄積

フェーズ1, 場所貸しビジネス

購入者



地域企業

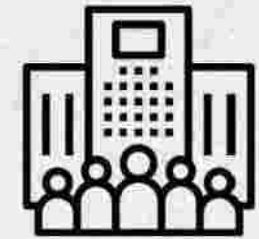


運営

仕入れ



サブスク利用者



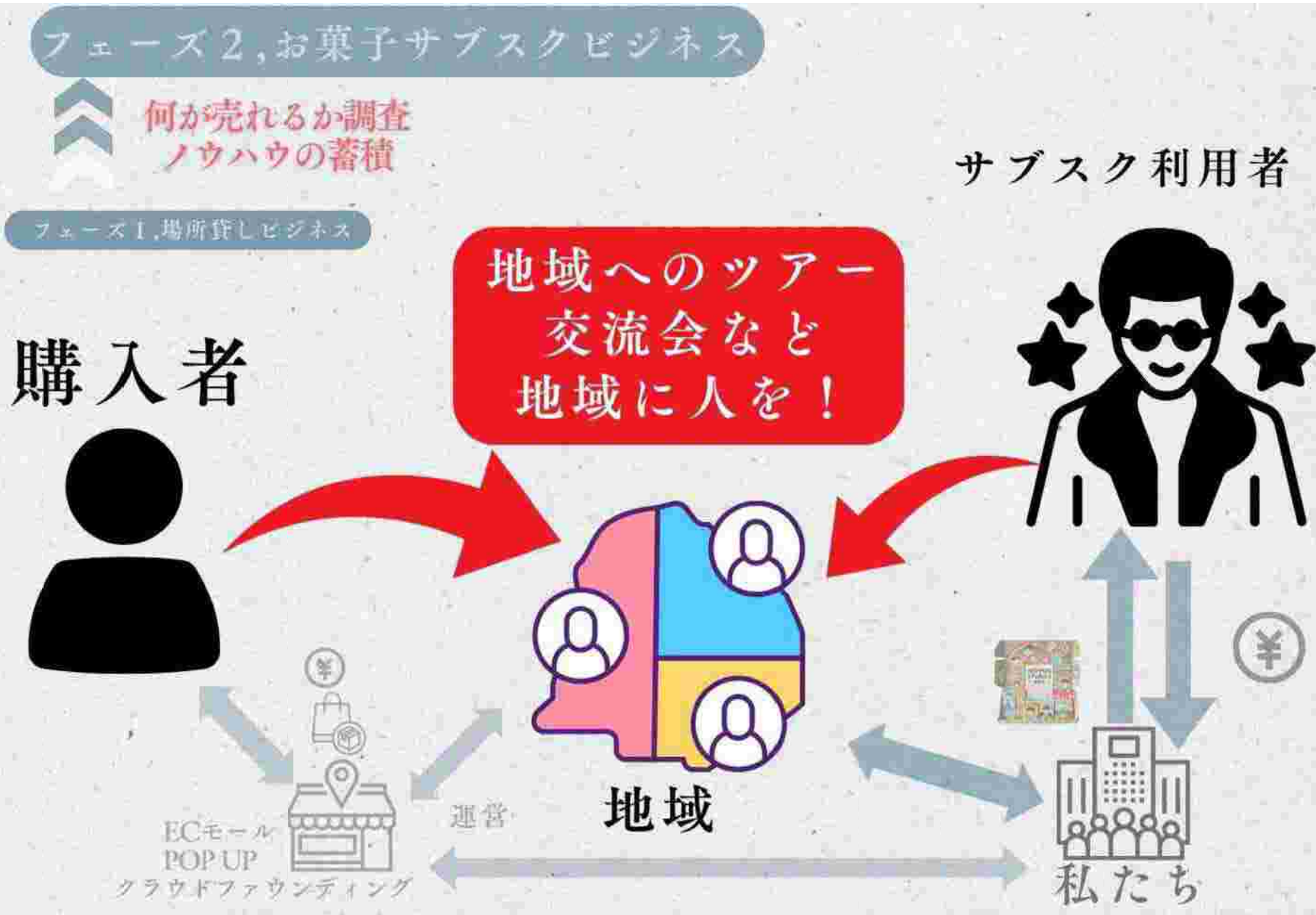
私たち

～概要～
フェーズ1で
得た情報をもとに
セレクトパックを
サブスク形式で販売・
顧客にアプローチ

私たちの強みはサブスクを通して
国内外で“**地域**”を好きな人を育てる

③ ビジネスモデル

地域への波及効果



③

ビジネスモデル

競合比較

比較項目	本事業 (Nippon Stories Box)	Makuake	TOKYO TREAT
ビジネスモデル	サブスク型&販路開拓支援	クラウドファンディング	日本のお菓子サブスク
ターゲット層	応援消費層・海外の和菓子ファン	新規性のある商品を求める層	ポップカルチャーファン
ストーリー性	地域創生&生産者の想いを重視	商品の新規性が中心	エンタメ要素が強い
ブランドの差別化	地域限定品+特産品を厳選	プロダクト単体の独自性	キャッチーなデザイン& SNS 向け
市場リピート率	高 (継続的なサブスク利用)	低 (単発支援が多い)	中 (楽しいが飽きやすい)
価格戦略	国内向け 3,500円/月、海外向け 7,000円/月	バック金額に応じた報酬	約 35ドル/月
競争優位性	地域創生 × サブスクの新モデル	商品ごとの話題性・新しさ	日本文化&アニメファン層に強い

- 地域の小規模企業や高校生に特化
- 「地域創生 × 応援消費 × ストーリー性」
- サブスク型で継続収益を確保
- 二重価格で国内外にアプローチ可能

③ ビジネスモデル



(愛媛大学、岡山大学、岡山理科大学、島根大学、徳島大学、広島大学)

中四国6大学合同で開催された

ピッチコンテストでオーディエンス賞受賞

最後に

デジタルを活用し、多くの人に心地良く
豊かな生活を送れるよう支援することで



新しい地方創生の形を
岡山市から実現