

コロナ社会対応ビジネスモデル創造事業補助金実績報告（公開用）

令和3年2月28日

項目	内容
事業者名	会社名：一般社団法人マキシマネットワーク 代表者職名・氏名：代表理事 林 義彦
補助事業テーマ	「京野菜でつなぐ母の思い」
事業実施期間	令和2年10月12日 ～ 令和3年2月28日
事業の目的	① 地元京野菜を使った加工食品の完成（試作品の完成） ② 母親オンラインコミュニティの形成
事業の実績（成果）	<p>① 農家から届く野菜を、いかに良い状態で離乳食として加工するのかに、腐心した。</p> <p>子育て中の親の経験と野菜ソムリエとしての、知識を活かし、また、フードコーディネーター、管理栄養士にもレシピや栄養計算等のアドバイスを頂いた。離乳食は月齢に合わせて硬さや食材を変えて全10種類の試作品を開発した。どういう風に加工するかについての条件や、出来上がった試作品の見た目も含め、様々な機械（乾燥機・粉末樹等）の協力を得られる会社にも相談しながら、試行錯誤を繰り返した。</p> <p>野菜バーに関しても野菜の種類、原材料の種類を変え、全10種類の試作品を開発した。</p> <p>加工販売をするに際し、農家の方からは、通年通して生産・提供できる野菜の種類などの相談も重ねながら、子育て中の親と意見交換する中で、やはり、野菜本来の味を生かした商品にして欲しいとの意見も含めて試作品づくりを実施した。</p> <p>今後販売段階では、やはり複数種類が必要と考える。</p> <p>② オンラインコミュニティに関しては、2回実施し1回は対面で試食・意見を聞く場を設けた。1回目のオンラインに関しては、子育て中の母親に子供の食生活についての意見や、どのような野菜の加工品があれば嬉しいかなどの意見を聞く場を設けた。</p> <p>2回目のオンラインでは、試作品を見てもらい意見を聴いた。</p> <p>現在 157 件のアンケート集計したものの、今後も納得いく商品開発に向け、引き続き多くの意見を聞き商品化までもっていきたい。</p> <p>離乳食に関しては、既に事業実施されている事業者があり、それも参考にしながら取り組みを進めると同時に、独自性を目指したものとしては、多くの農家さん（生産者）との連携と、インターネットによる対面式の意見聴取が実施出来た事は、コロナ禍の中にあって、リモートによる今後の展開につながるものと考えられる。</p>



今後の展望

新たな生活様式の中で、これからは SNS を駆使し、リアルではなくともリモートによる対面など、商品の販売による、様々な意見聴取をする機会が模索出来る。又、改めて、今回の取り組みで、野菜の直売についても、これからはインターネットによる販売も常態化すると考えるに至った。それらを踏まえて、生産者を消費者とつなぎ、又、多職種とつながる様々なネットワークの構築は、子育て経験、農家の経験を踏まえたからこそ、ビジネスモデルとして、新たな市場開拓につながる可能性を見い出せたと思える。

試作品を整品、商品化する道筋には、やはり厳しい状況もあると思うが、トライ出来た事は、次につながるものと思っている。

改めて、様々なネットワークの強みが感じられた事業となった。

地域・農家・子育て世代・高齢者。多くの人からの声を反映しながら、今必要とされるものを、しっかりと位置付けする中で、食の重要性と農家の課題をマッチングさせ、子育て世代や高齢者の必要とする食材に結びついた結果となった。離乳食には、時間を割きたくない。手軽で栄養価が高く安心できるもの。そういった声を反映し、工夫を凝らしながら、試作品を作る中で、下処理が簡単に出来るものには需要がなく、手間がかかる物(例えばブロッコリー・カリフラワーやトマト)に需要があった。つまり、手間暇がかからずに、簡単に調理出来る、素材としての野菜が必要とされ、

	<p>新鮮なまま保存できる物が、望まれている。この食材は、一手間かければ、離乳食にも高齢者の介護食にもなる。</p> <p>又、食卓にも出す事が出来る。業務用の真空包装機を使うことで真空度が高く、新鮮な野菜を状態よく保存できる。この手法が、今必要とされている。私たちが培ってきたネットワークの強みは、地域に根付き、家庭が見える事である。又、農家の課題も解消し、顔も見えるこの事業は、今まで求められながらも、手に入らなかったニーズに沿う、新たな展開が臨めるものである。</p>
--	---