

JA愛知中央会



農業分野におけるDXの状況 & 簡単に取り組む方法

講師プロフィール

村井宗明 ITエンジニア、
東武トップツアーズCDO

小学生の頃からプログラミングを覚えてゲーム開発。
衆議院議員（3期）、文部科学大臣政務官を経験し、
行政デジタル化の専門家に。

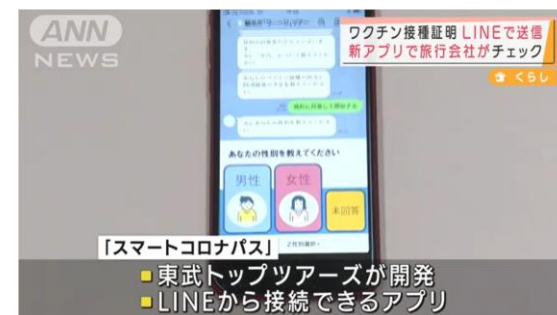
政界引退後、ヤフー株式会社、gumi、LINE株式会社などを経て、
昨年12月から東武トップツアーズへ

（開発作品）

「ワクチンLINE予約システム」「文部科学省 子供の学び応援」
「経済産業省 コロナ事業者サポート」 や多くの自治体など

（資格）

情報処理技術者（FE） 、A I（DeepLearnig協会 G検定）、ITパスポート 930点、
ヤフーリスティング 広告プロフェッショナル試験 912点、LINE広告GreenBadge(Basic)、
WEBアナリスト、SNSエキスパート、マイナンバー1級、
英語 TOEIC 835点、ケアクラーク（介護事務）、ホームヘルパー2級



【第1章】

農業を取り巻く今後のDX

農業のDXニーズ 「やりたいけどできない」

DXをやりたいけど、実現できないという農協や農家が多い

DXをやれって上から言われた
AI、IOT、JPKI って
よくわからないから無理・・・

技術力がない
高額投資のコストもない



実は DXは 2 種類ある

①H-DX

ハイスペック
超高品質

ハイコスト
高額

ハイユーザビリティ
高難度

②S-DX

Smartphone
スマートフォン

SNS

Simple
シンプル操作

Speedy
スピーディー

事例集に出てくる高難度＆高額なものは、
農家に向いていない事もある

「S-DX」

7つのSが付くDX

- **S**imple シンプルな操作
- **S**lim スリムなコスト
- **S**martphone スマートフォンで
- **S**NS SNSを使って
- **S**mallstep 小さくても確実な一歩
- **S**ecurity セキュリティの高いクラウド
- **S**peedy 素早く導入できる

最先端よりも「現実に役立つ」へ

- 農業地域の「現実」とは？

- ①AI、IOT、JPKIなどの超最先端技術はハイスpekすぎる
- ②そのDXのための巨額の投資費用を用意できない
- ③農業地域では、高額なハードでなくSNSを使っている
- ④農業地域では、実際には難しい操作ができない人が多い

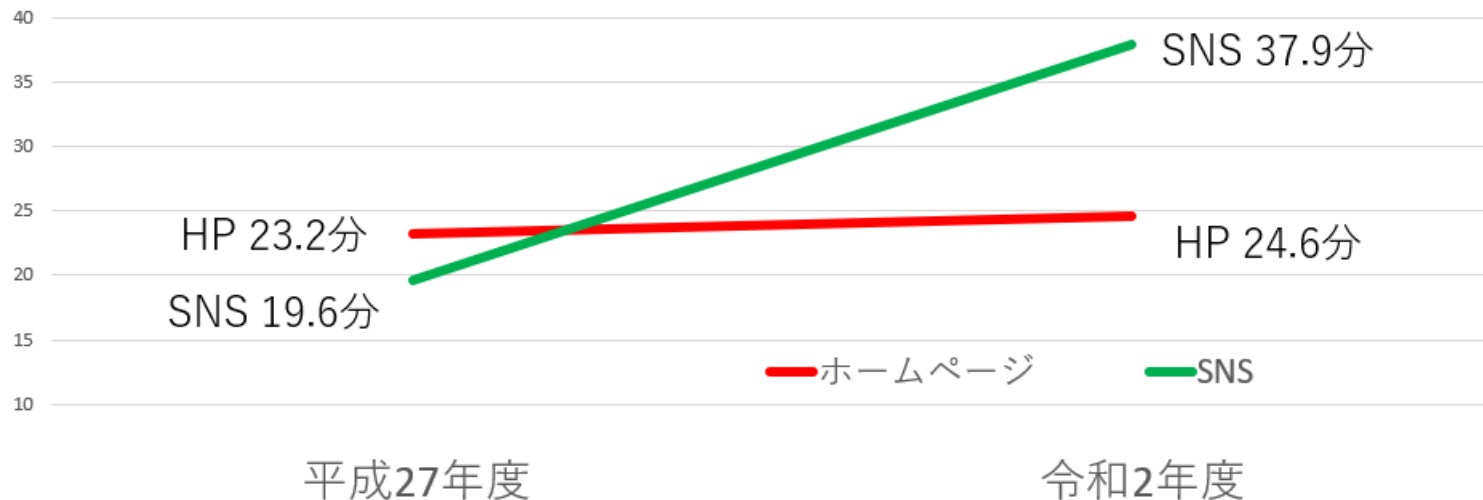
農協、農家を

確実に前進させるのは S-DX

国民は「HPからSNSへ」

技術革新による国民の利用時間の変化

総務省「ホームページからSNSへ」



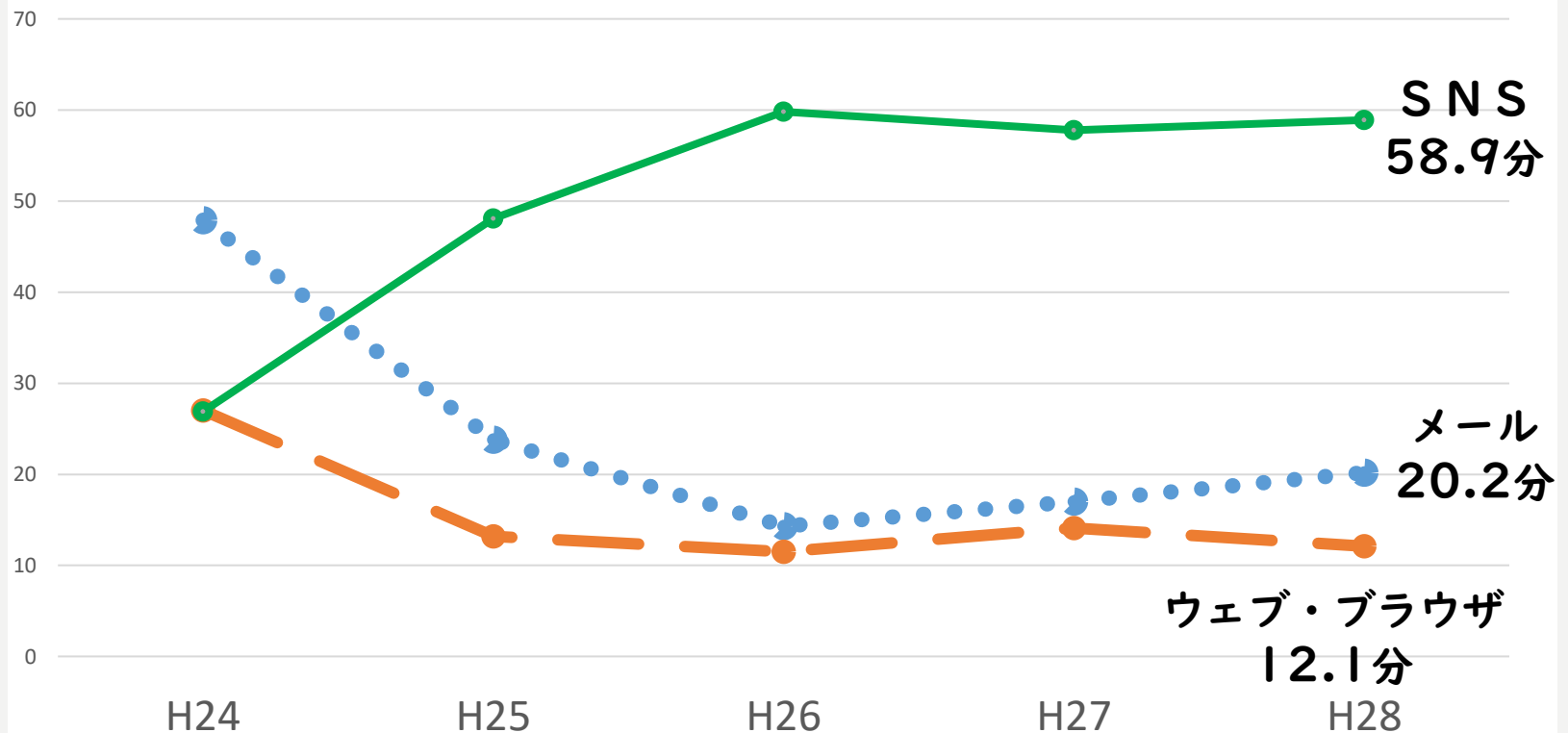
総務省 https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html

技術の進化で、HPよりもSNSの利用が中心に

特に若い世代は 「HP・メール」より「SNS」

インターネット利用時間
(総務省、10代)

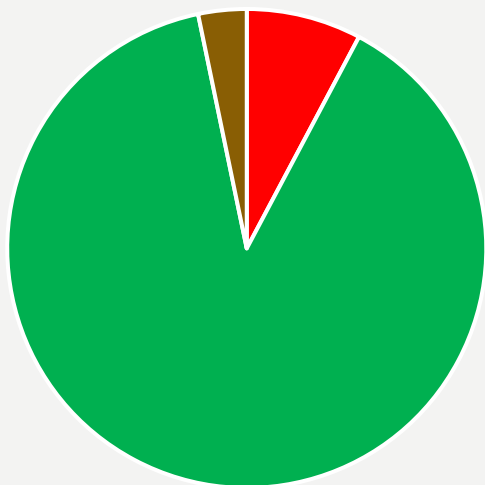
「SNS化」への対応が
未来の勝敗を決定



10代の利用機器（総務省統計）

「PC・タブレット」よりも「スマホ」

平日



■ PC ■ スマホ ■ タブレット

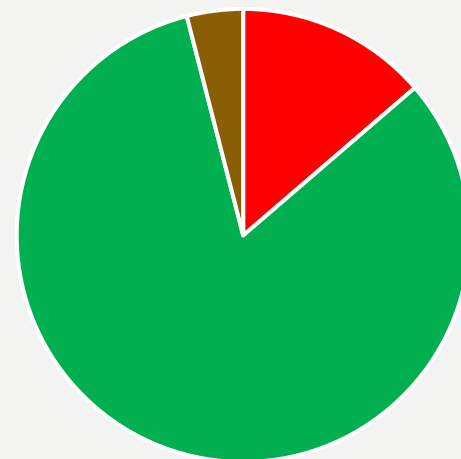
平日

PC	13.1	分
スマホ	150.1	分
タブレット	5.5	分

休日

PC	32.8	分
スマホ	197.1	分
タブレット	9.6	分

休日



■ PC ■ スマホ ■ タブレット

総務省・令和元年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 P 60

- https://www.soumu.go.jp/main_content/000708016.pdf

地域のデジタル化の要点

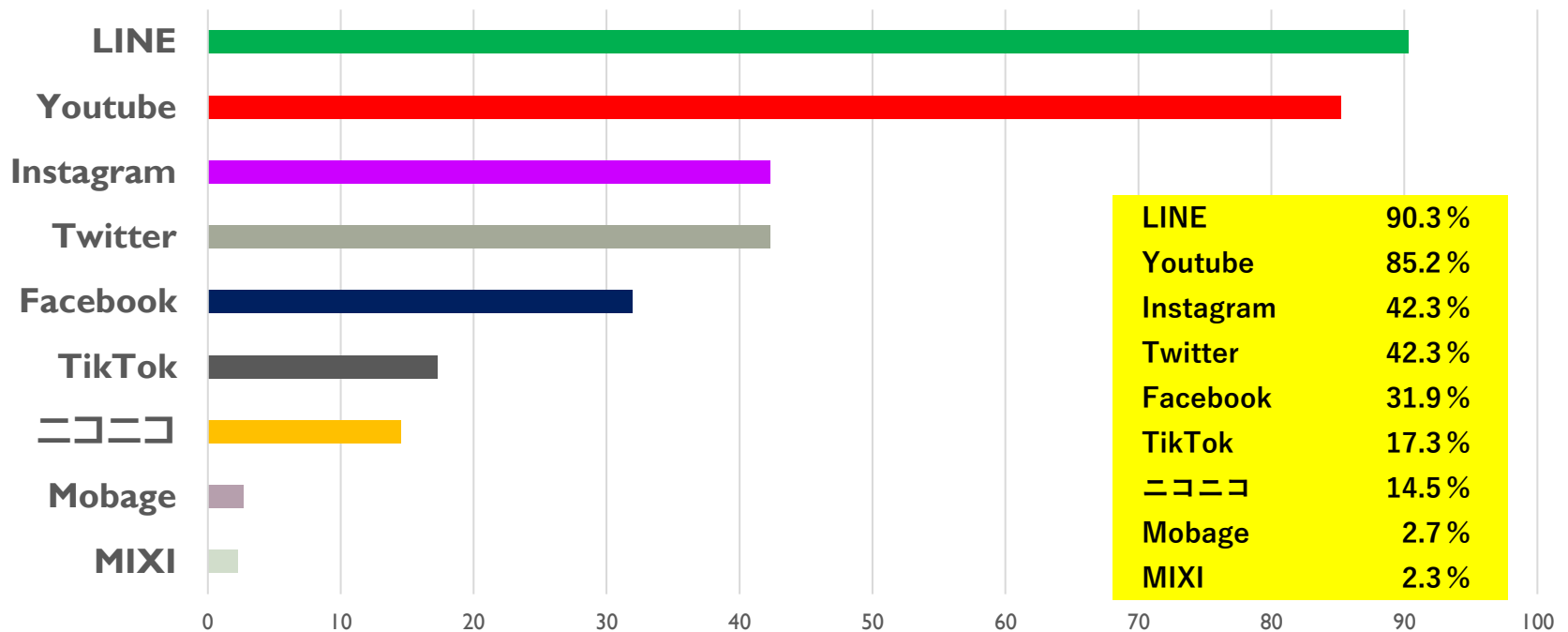
農業地域においては、
「高額で難しいシステム」
がなくても

「LINE」

「YOUTUBE」

だけでもデジタル化できる

(総務省 令和2年度) 日本国民のSNSの利用率



総務省

https://www.soumu.go.jp/main_content/000765258.pdf

「LINE」 「Youtube」
だけでも、十分にデジタル化できる

①LINEの特徴

既存ユーザーをリピーターにするには
最適なツール。

難易度が高いが、最も高機能で効果が高い。

- ・ユーザーが最も多い
- ・個人でも簡単につながる
- ・機能を持たせると、決済などの効果が上がるが、
少し難しくなる

②YOUTUBEの特徴

検索にあたる強力な動画投稿サイト

- ・ 検索に引っかかるので、効果はかなり高い。
- ・ 動画編集は難易度が高いので、身内に得意な人がいなければ外注で発信。
- ・ アカウント登録者の多いインフルエンサーを雇うと効果的

【第2章】

組合員と**LINE**で
つながる**DX**！

LINEの便利テクニク

LINEで十分に
デジタル化できます！

組合員とLINEで
もっと深くつながる
テクニック



LINE活用 便利テクニック

①初級

文字を大きく

グループ

友だちの名前を変更する方法

②中級

送信取り消し

ビデオ

KEEP

位置情報を送る

③上級

お気に入り

お金を送る

日程調整

投票

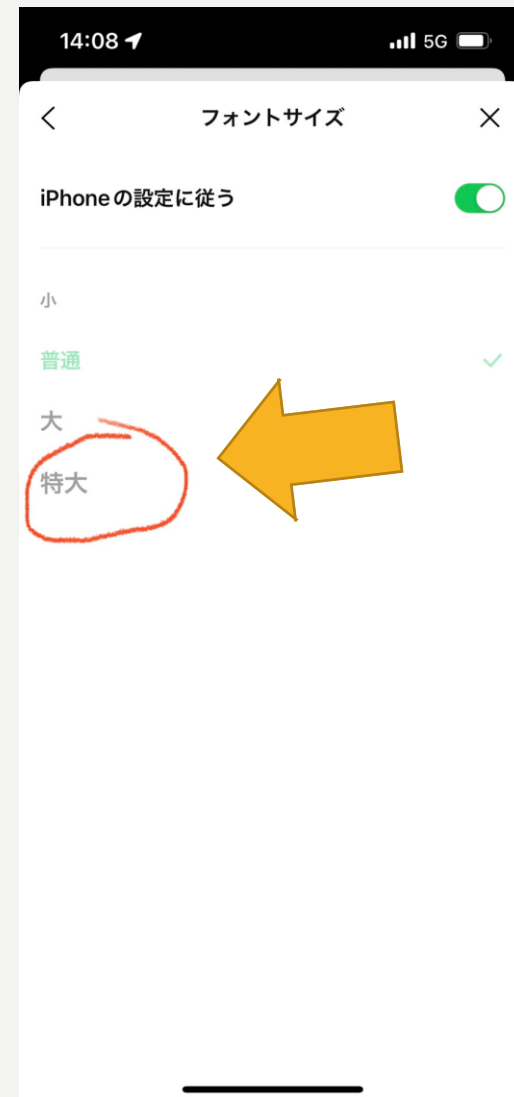
小さい文字が
見えない



初級 文字を大きく①



初級1 文字を大きく②



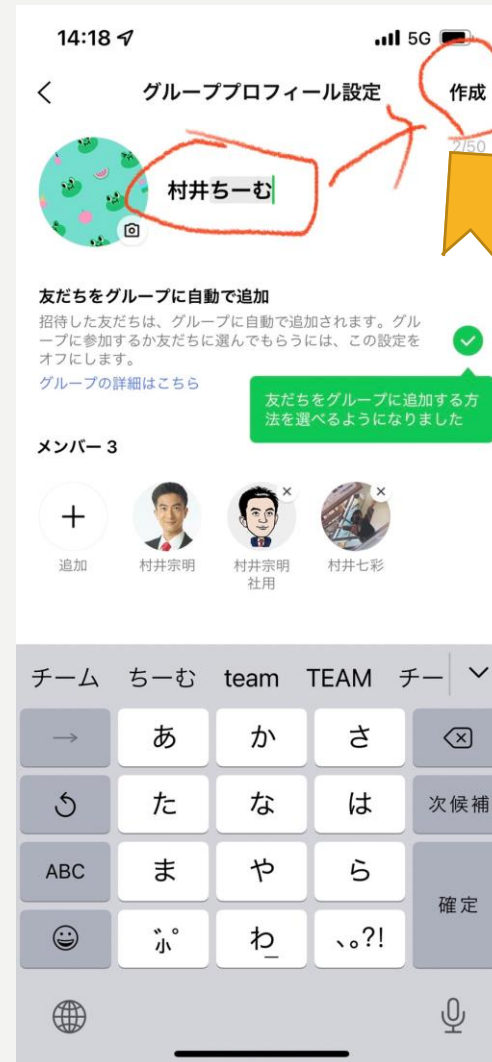
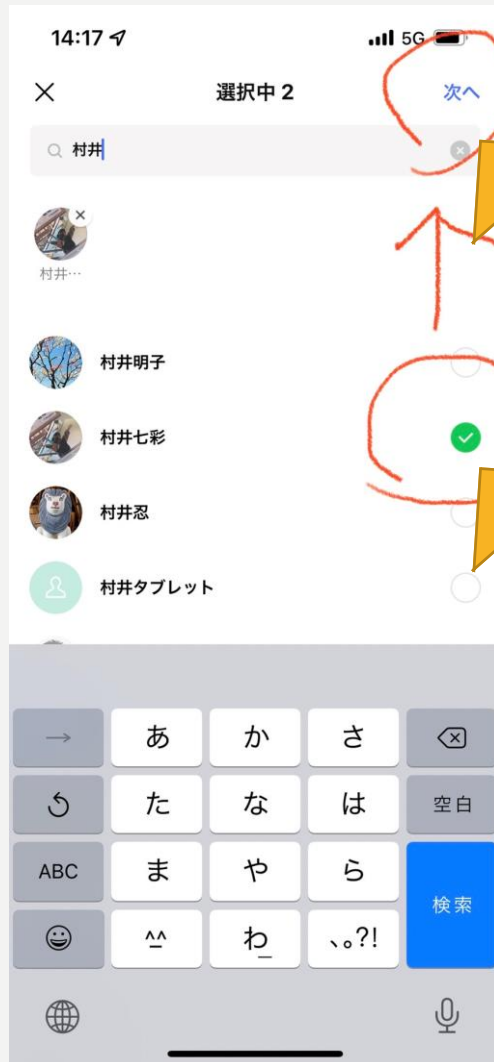
グループの
作り方が
わからない



初級2 LINEグループ①



初級2 LINEグループ②



山田が2人いて
誰なのか
わからない



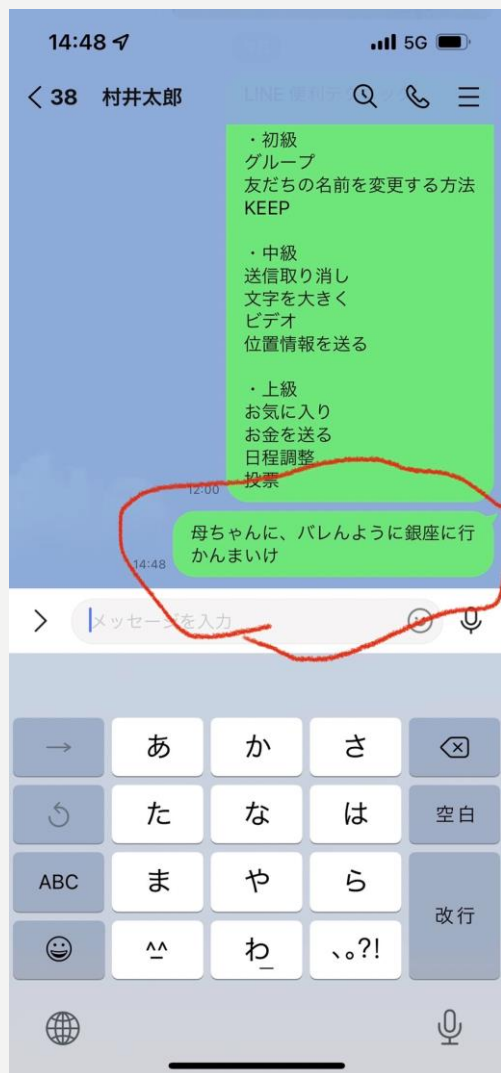
初級3 名前を変える



やばい！
間違えて
送った



中級1 送信取り消し



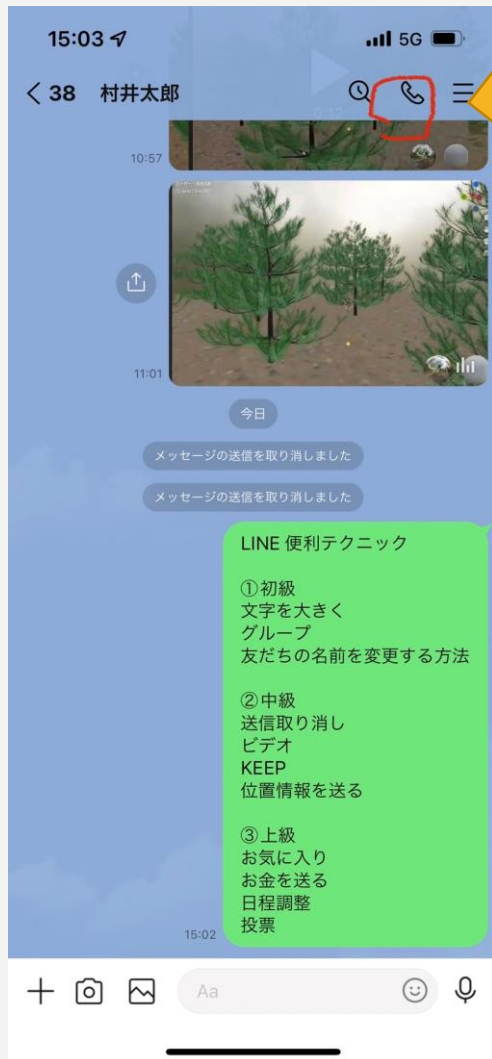
長押し



**ビデオ通話で
顔を見ながら
孫と話したい**



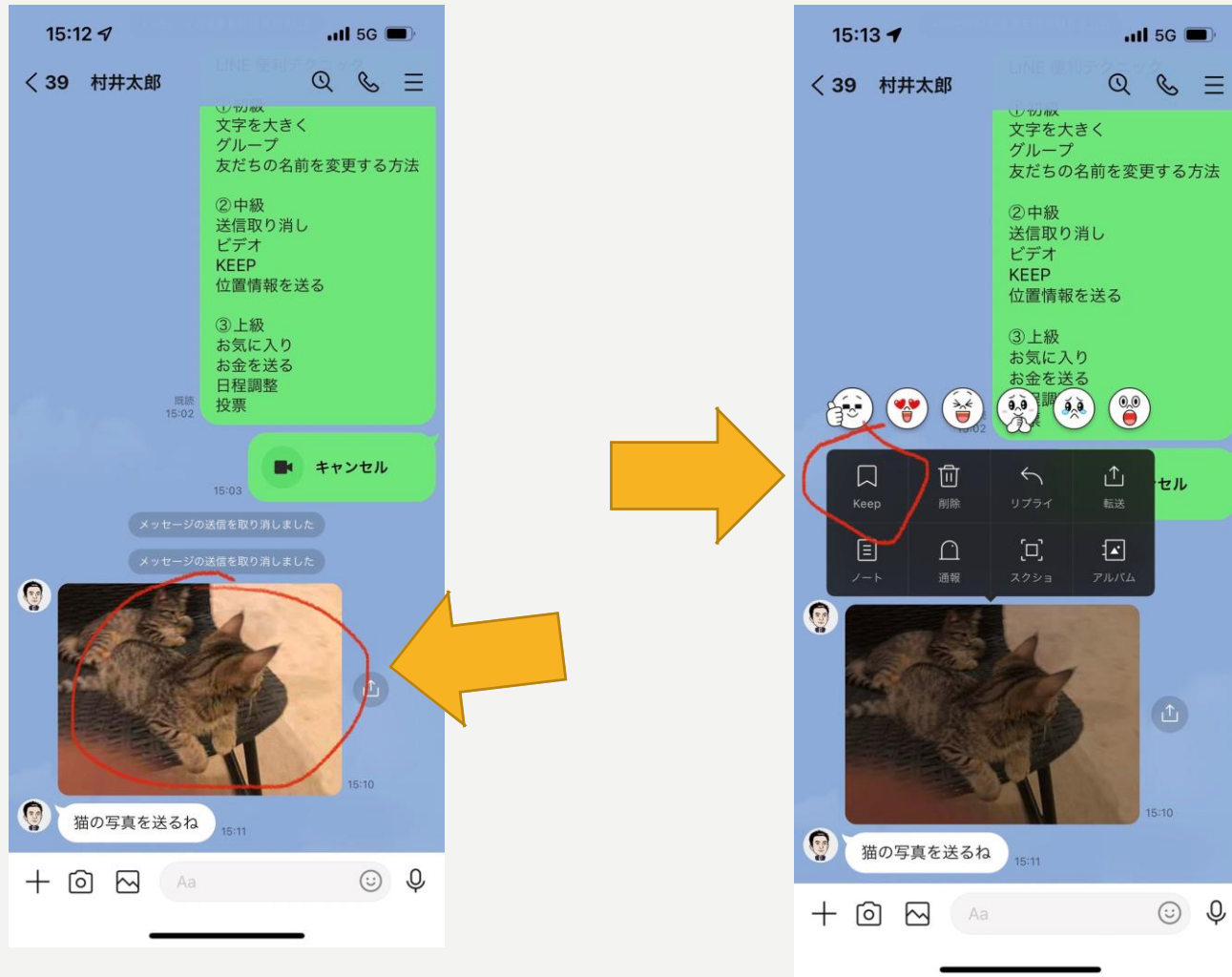
中級2 ビデオ通話



ずっと写真を
保管して
おきたい



中級3 KEEP機能



今いる店や
農地を
伝えたい



中級4 位置情報を教える



上司や妻を
優先的に
表示したい



上級1 お気に入り表示



押して
右スライド

ピン
ボタン

お金を
送りたい



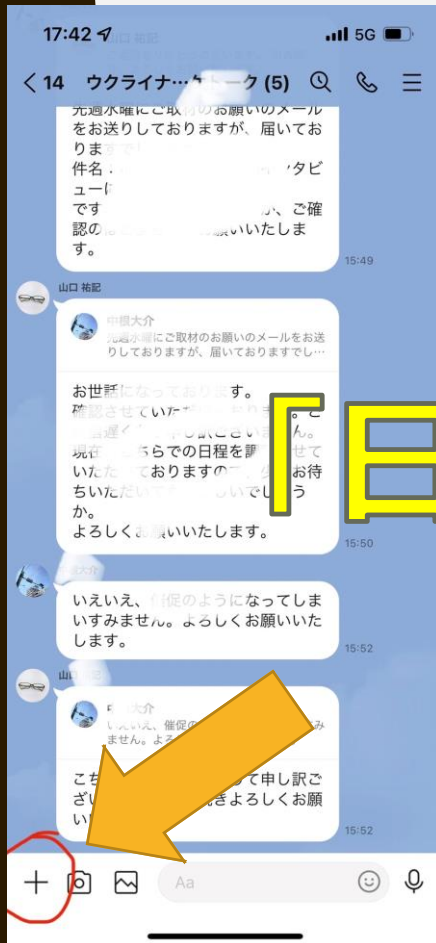
上級2 お金を送る



グループで
日程を
調整したい



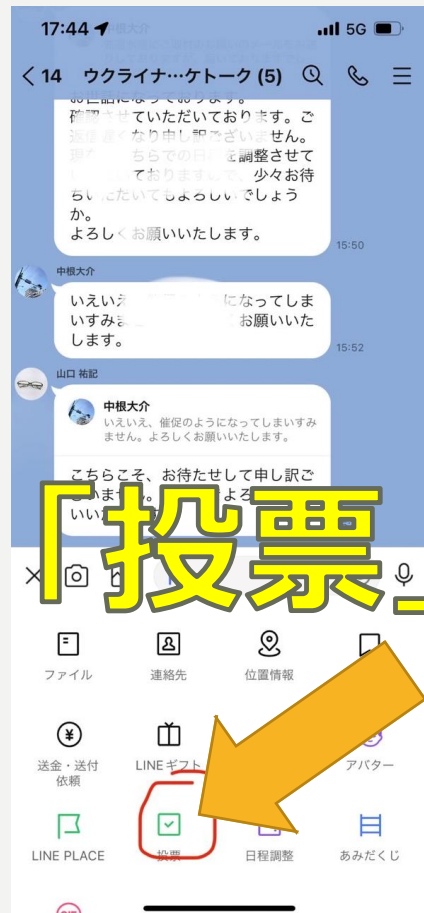
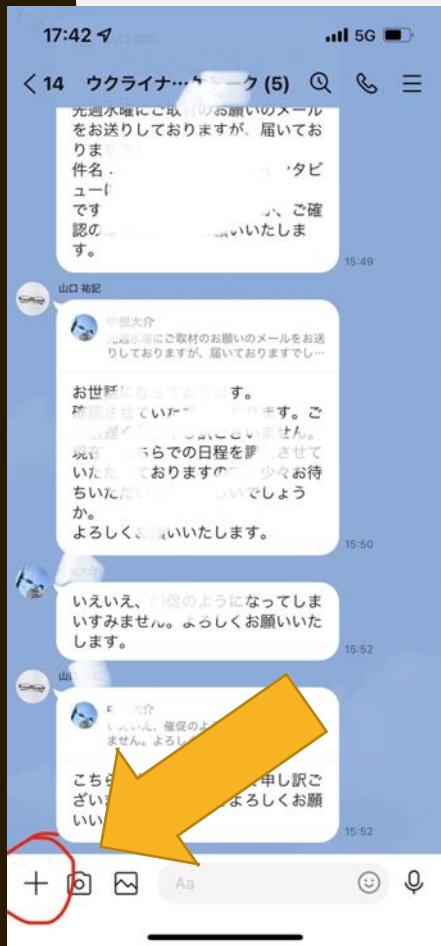
上級3 日程調整



グループで
多数決を
したい



上級4 多数決を取ろう



【第3章】

各農産品の魅力を
YOUTUBEショートや
TIKTOKで
発信してみよう

通信回線の向上で「文字」から「動画」へ

図表 2：スマートフォン上での「ビデオ/映画」カテゴリー 1人あたり月間利用時間
2015年6月～2019年6月



スマートフォンからの動画視聴は、
5年間で約4倍に成長



Source：Nielsen Mobile NetView ブラウザおよびアプリからの利用 ※18歳以上の男女

資料は本発表のデータと外部データに利用可能な範囲は弊社に特許権までお貸しください。電話 03-6837-6500 E-mail jpw_press@nielsen.com

YOUTUBEへの投稿

The screenshot displays a YouTube channel interface. The top navigation bar includes the YouTube Premium logo, a search bar, and icons for home, explore, and notifications. The left sidebar lists navigation options: ホーム (Home), 探索 (Explore), ショート (Shorts), 登録チャンネル (Subscriptions), Originals, YouTube Music, ライブラリ (Library), 履歴 (History), 自分の動画 (My Videos), 後で見る (Watch Later), オフライン (Offline), 開発作品 (Developing Works), and もっと見る (See More). Below the sidebar, there are links to '登録チャンネル' (Subscriptions) and 'チャンネル' (Channels).

The main content area shows a grid of 18 video thumbnails. Each thumbnail includes a video preview, a title, a view count, and an upload date. The titles are in Japanese and cover various topics related to the channel's content, including news, analysis, and commentary. The view counts range from 135 to 1100, and the upload dates range from 9 years ago to 10 years ago.

私のyoutubeチャンネル
過去には24000回再生や 3 万回再生などもありますが、
ほとんどは数百。

実際に農地に行って撮影し **YOUTUBE**に投稿してみました

The screenshot shows a YouTube channel page for '村井宗明 (ITエンジニアとしてのMP)'. The channel has 137 subscribers. The banner image features the text '行政系 ITエンジニア 元衆議院議員 村井宗明'. Below the banner, there are several video thumbnails, all titled '農泊体験' (Farm Stay Experience). The videos include: 'ワカサギ 赤谷湖での釣り (農泊体験)' (57 views, 4 days ago), 'アロマオイルの作り方 (農泊体験)' (1766 views, 4 days ago), 'いちご狩り 30分食べ放題 (農泊体験)' (12 views, 4 days ago), '鹿肉 超新鮮な解体直後のジビエ (農泊体験)' (15 views, 4 days ago), 'ハチ酒、くるみ酒 (農泊体験)' (9 views, 4 days ago), and 'デジタル田園都市国家構想 交付金QAチャット PC版の使...' (47 views, 3 days ago). The left sidebar shows the YouTube navigation menu, and the top bar includes the search bar and user profile icon.

農産品の撮影

農泊に行って**YOUTUBE**に投稿



アロマオイルの林業動画は、4,400回再生

<https://youtu.be/W23C7FIxuU4>

**Youtubeの
撮影機材も
編集技術もない**



YOUTUBEショートへの投稿

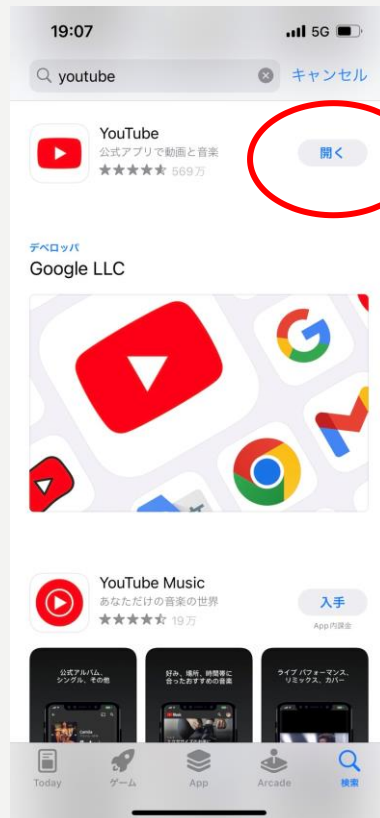
- ①機材を持っていない
 - ②編集技術を持っていない
 - ③チャンネル登録者がいない
- という方へのおススメは、Youtubeショート

YouTubeのショート動画とは、
最大60秒までの「**縦型**」の動画を投稿・閲覧できる
手軽で簡単なサービス



ダウンロードとアカウント

- 1, Youtubeのアプリをスマホでダウンロード
- 2, Googleのアカウントを作成してログイン



撮影と投稿①

1. スマホを縦にしてカメラで撮影
2. YouTubeのホーム画面の「+」のボタン
3. ショート動画を作成を押す



撮影と投稿②

4. カメラロールから動画をアップロード
5. 動画を選んで「ショート動画として編集」



撮影と投稿③

6,動画の範囲を選んで「次へ」

7,「サウンド」と「テキスト」を選ぶ



撮影と投稿④

8, タイトルを選んで 「ショート動画をアップロード」



他のSNS

- ・フォロワーを集めてからでないと効果が出ない。そのため、効果が出るまで、かなりの期間が必要。

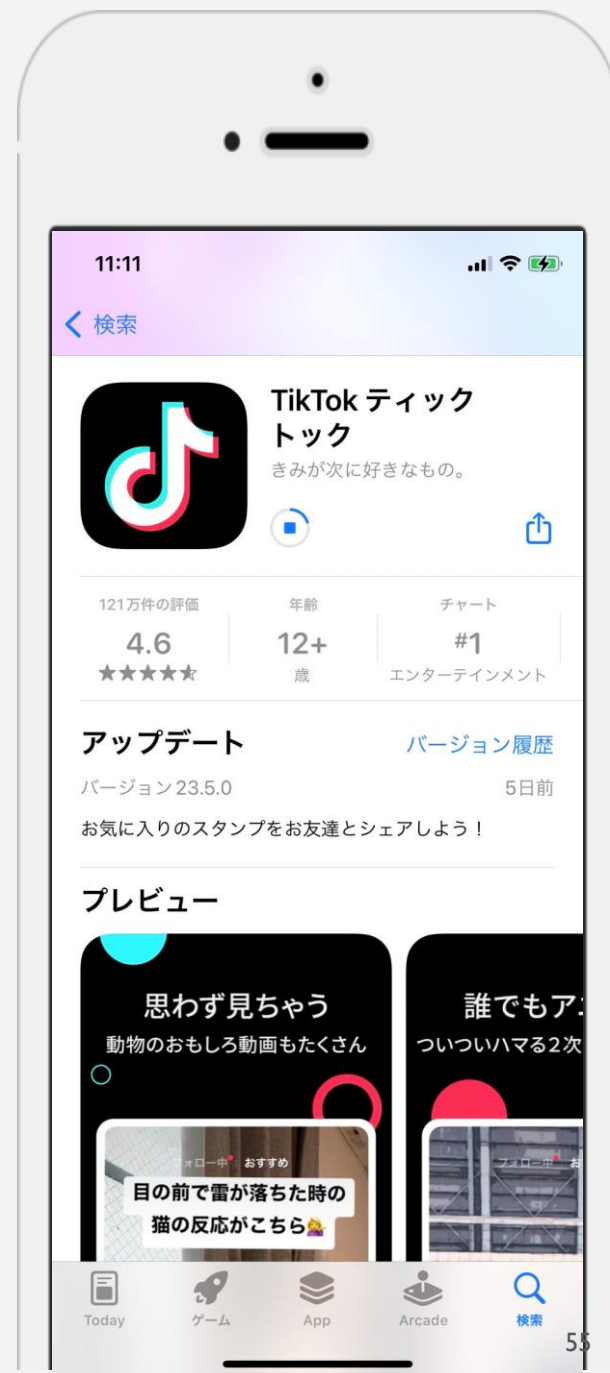


TICTOK

- ・フォロワーがいなくても、一定の再生回数が出る。すぐに、宣伝効果がでる。

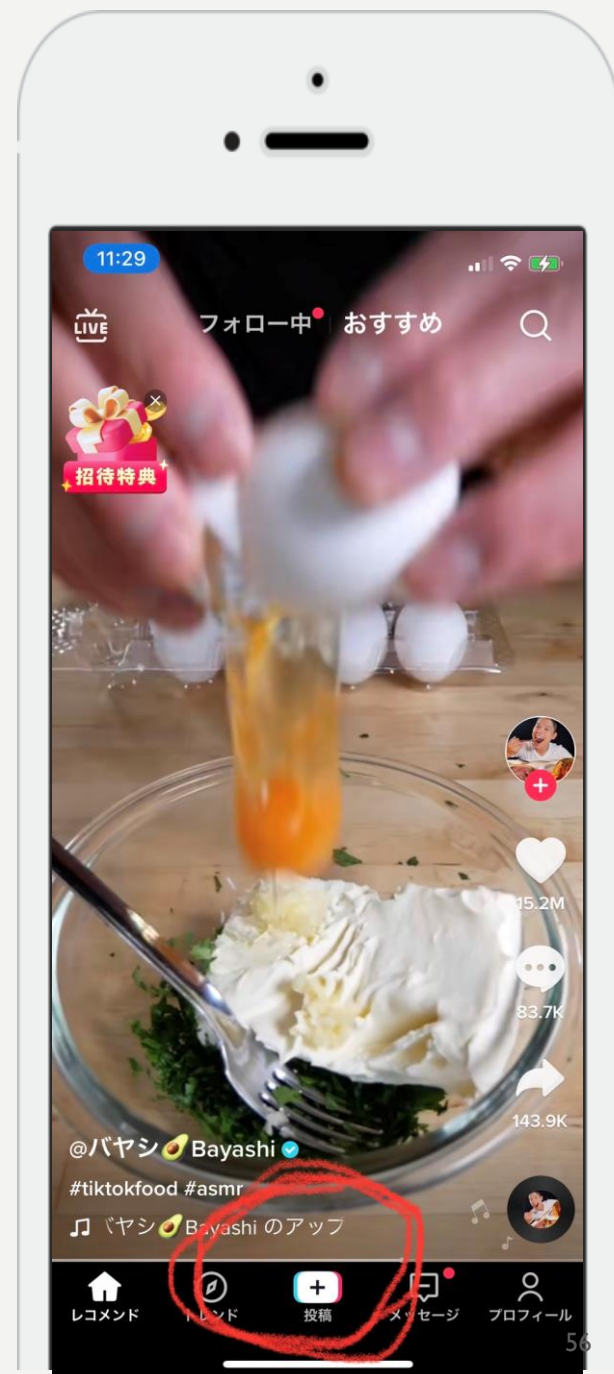
①

まず、スマホで
アプリを
ダウンロード

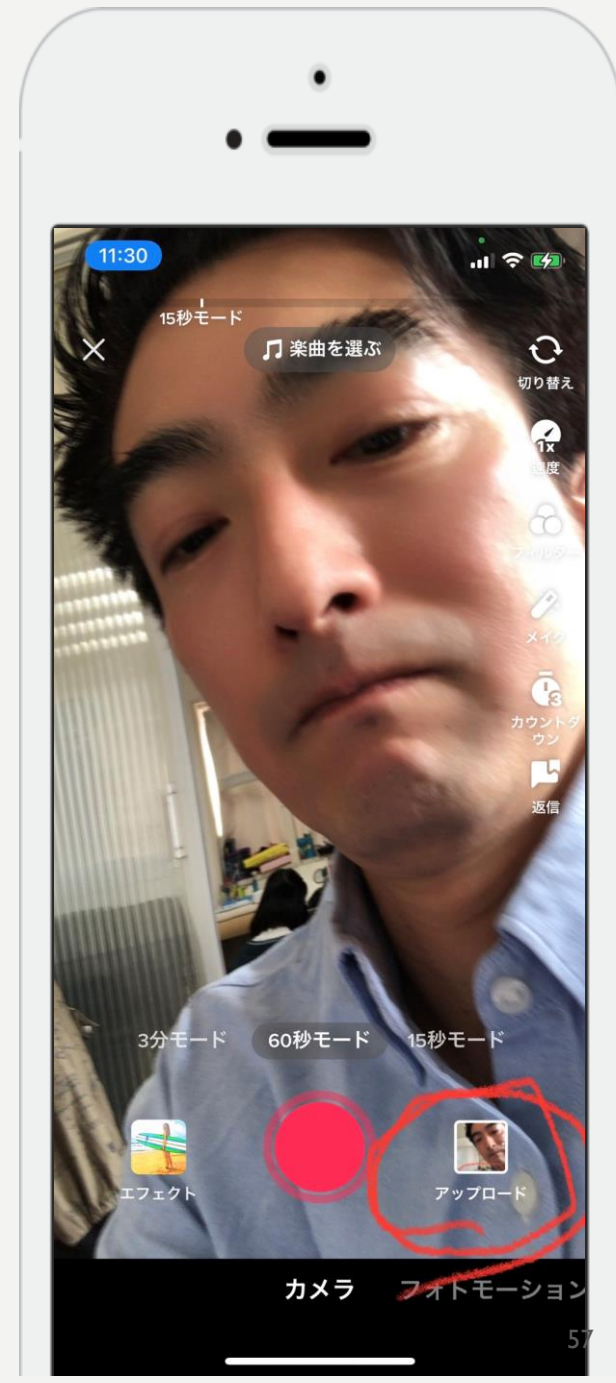
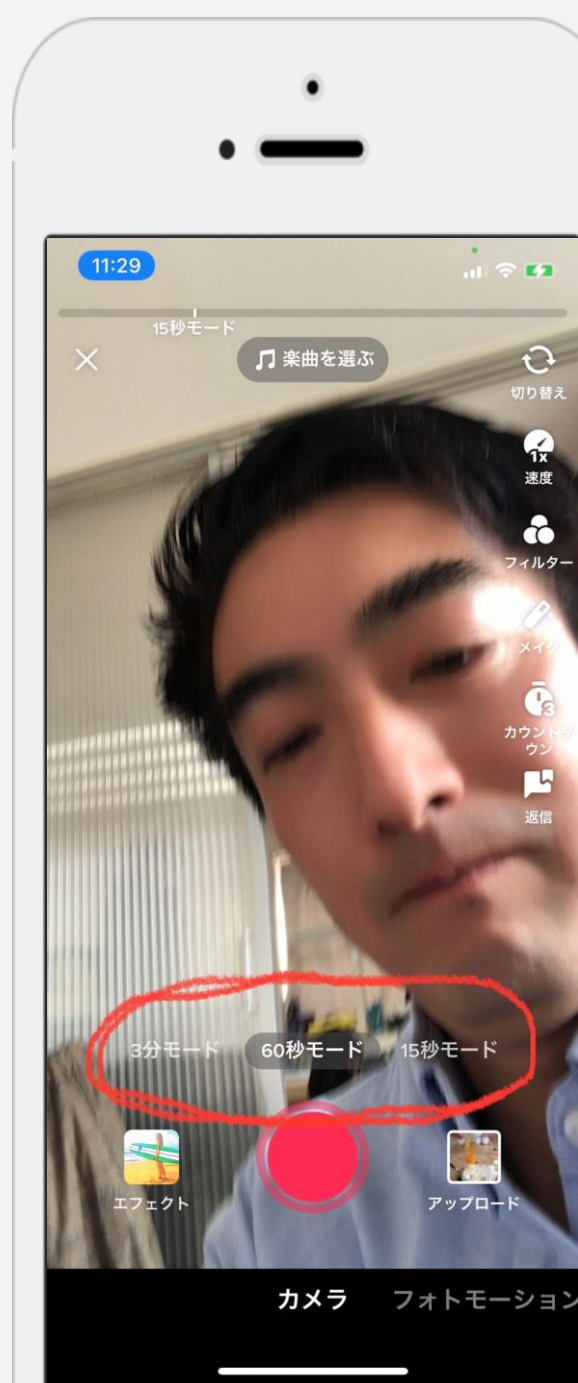


②

投稿ボタンを
押す

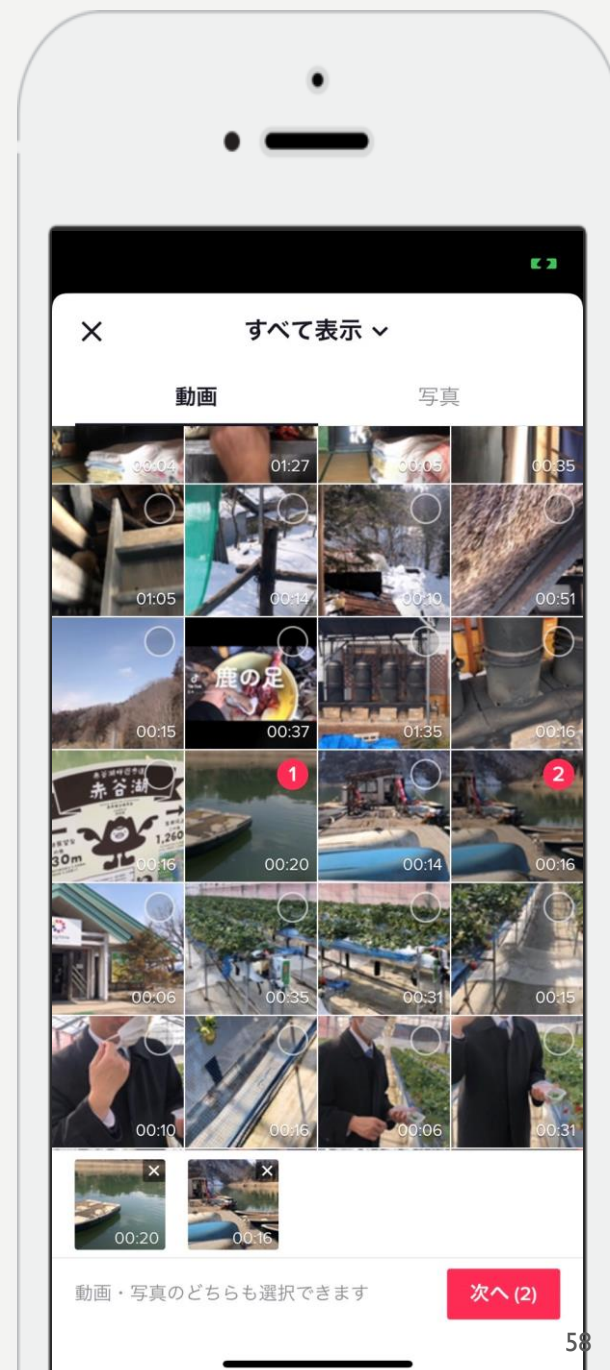


③
秒数を選んで、
アップロード



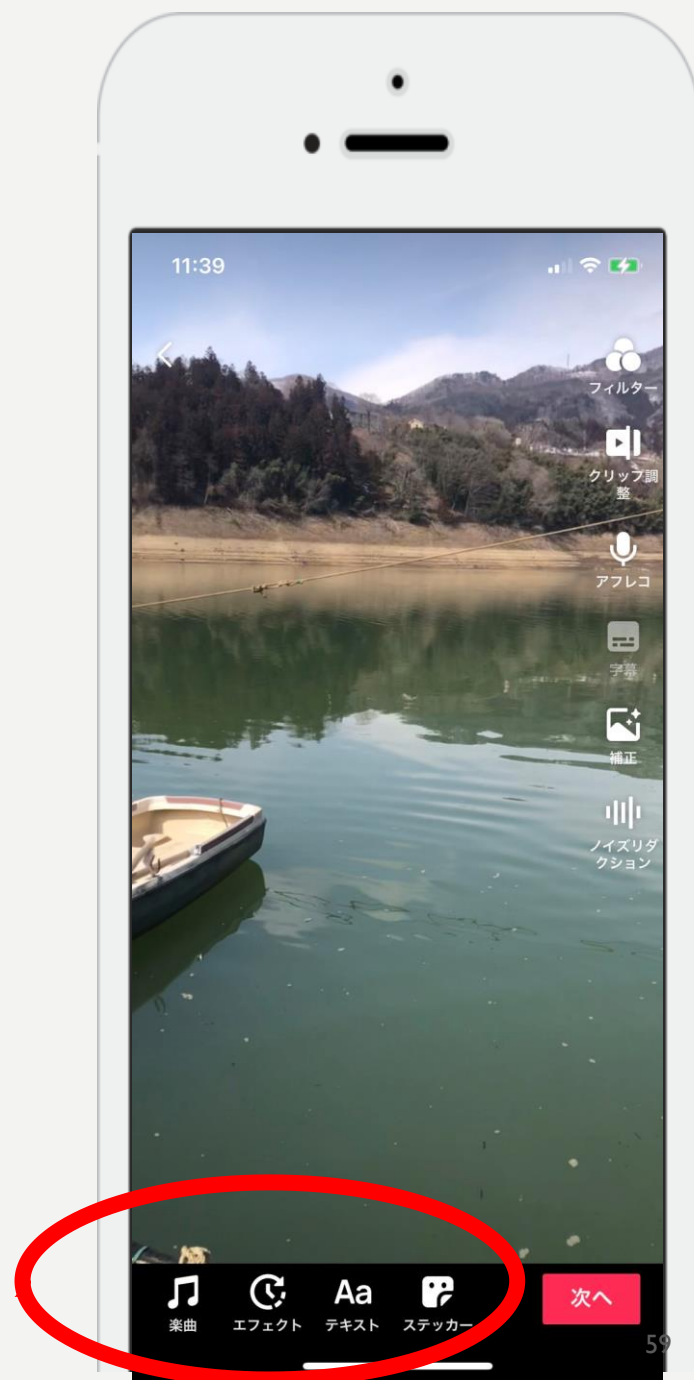
④

スマホで撮った
動画の中から
選んで投稿



⑤

楽曲
エフェクト
テキスト
ステッカー
などをつけて



⑥

タイトルや場所
などをつけてか
ら、
「投稿」ボタン
を押してください



【第4章】

最後に、今後の5G回線後の
「メタバース」という
次世代インターネットを見よう

5 G回線後のメタバース



通信回線が早くなるごとに下剋上が
起こるIT業界。
次は3次元化＝メタバース に転換