## 平成25年度生産環境総合対策事業報告書 (有機農業総合支援事業のうち有機農産物価値理解促進事業)

## 実施報告書

平成26年3月

株式会社 ぐるなび

#### 目次

- 1. 事業の目的・概要
- 2. 協議会の実施
- 3. 実需者向け有機JAS取扱い促進のための課題調査
- 4. 実需者向け有機JAS取扱い促進のための講習会実施
  - ・セミナー内容と講師プロフィール
  - ・セミナーアンケート集計
- 5. マッチング
  - ・地域段階でのマッチング
  - ・都市圏でのマッチング
- 6. 生産者から消費者への直接販売につながる周知活動の実績
  - ・マルシェでの周知活動
  - ・メニューフェア・料理教室を活用した直接販売モデルケースの実証
  - ・飲食店メニューフェアによる周知活動
- 7. 生産者及び実需者の商談活動に活用できる事例の情報提供
- 8. 新規就農者向けの販売戦略の構築を支援するための相談活動
  - ·実施内容
  - ·実施体制
- 9. WEBを活用した消費者への周知活動
- 10. まとめ

#### 1、事業の目的・概要

#### (1)本事業の目的、背景

本事業は農林水産省の平成25年度の生産環境総合対策事業のうち有機農産物価値理解促進事業として、実需者への有機農産物の理解促進を通じ、更なる流通の拡大を図るために行われている事業である。株式会社ぐるなびは「日本発世界へ」を企業理念に、日本食文化を守り育てるため欠かすことができない食材を守るべく、有機農産物生産者の代理人として、有機農産物市場の成長への寄与したいと考え本事業を実施した。

#### (2)成果目標

小売業等実需者の有機農産物の理解を促進することを目的に、以下3つの成果目標を設定した。

- ①有機JAS制度に関する講習会を4回以上開催
- ②全国2ブロック(宮城・福岡)の県庁所在地において有機農産物マッチングフェアを開催
- ③商談活動に活用できる20事例以上を紹介し情報を広く提供

#### (3)事業概要

#### ①協議会の実施

事業期間内に3回の協議会を実施。第1回は、事業内容、手法、時期等を確認し、有機JAS認定農産物の現状調査内容の確認と意見交換、有機農産物の価値向上のための施策についてぼ議論を行った。第2回は、講習会・マッチング結果を踏まえ、より効果的な施策内容についての議論を行った。第3回は、施策実施結果及び事例集などについての事業検証及び今後の方向性について議論を行った。

#### ②実需者向けに有機JAS認定農産物の取扱促進のための課題調査

流通・販売、加工業者、飲食店に対して、現在関心がある有機農産物等についての調査を行った。

#### ③実需者向けに有機JAS認定農産物の取扱い促進のための講習会の開催

小売業・飲食店・当社スタッフ向けの講習会を複数回実施

#### ④地域段階での有機農産物マッチングフェアの開催

仙台と福岡でマッチング商談会を実施した。また商談会開催にあたり、東北、九州の100生産者に対して、現状の課題調査を行った。その他、東京・大阪で飲食店を対象とした商談展示会を実施した。

#### ⑤生産者から消費者への直接販売に繋がる周知活動の実施

マルシェ・ジャポン、飲食店メニューフェア、飲食店料理教室を実施した。

#### ⑥生産者及び実需者の商談活動に活用できる事例の情報提供

本事業参加生産者、バイヤーから成功事例の収集を実施し、成功事例集として取り纏めを行った。

#### ⑦新規就農者向けの販売戦略の構築を支援するための相談活動、成功事例セミナーの実施

就農5年未満の新規就農者を対象に当社の社員が1生産者に一人、担当となり、販路開拓計画を立て、課題解決に 向けた相談、施策実施を行った。

#### (4)講習会・商談会実施スケジュール

| 日付                | 実施内容               | 場所            | 概要  | その他           |
|-------------------|--------------------|---------------|---|---------------|
| 2013年8月5日<br>(月)  | ぐるなび社員研修 (東京)<br>1 | ぐるなび本社        | ぐるなびの生産者AEをはじめとした食材プロモーション部門の営業に対して、有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を行う。    | 講師:徳江氏        |
| 2013年9月12日<br>(木) | 有機農産物講習会(東京)       | ぐるなび本社        | 東京近辺の飲食店を集め、有機農産物の基礎知識を<br>学ぶ勉強会を行う。                        | 講師:徳江氏        |
| 2013年9月21日<br>(木) | 有機農産物商談会(東京)       | 品川プリンスホテル     | 東京の講習会に出られた人を対象にぐるなび主催の<br>展示会併設で商談ブースを設け、約束型の商談会を<br>実施する。 |               |
| 2013年10月23日       | 有機農産物講習会(仙台)       | トラストシティカンフ    | 宮城県内の飲食店および全国のバイヤーを集め、有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を行う。                  | 講師:徳江氏<br>高橋氏 |
| (7K)              | 有機農産物商談会(仙台)       | アレンス仙台        | 東北エリアの生産者と仙台の講習会に出られた方を<br>対象に約束型の商談会を実施する。                 |               |
| 2013年11月21日       | 有機農産物講習会(福岡)       | エルガーラホール      | 福岡県内の飲食店および全国のバイヤーを集め、有<br>機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を行う。              | 講師:徳江氏<br>水野氏 |
| (木)               | 有機農産物商談会(福岡)       | 2,073 2711 70 | 九州エリアの生産者と福岡の講習会に出られた方を<br>対象に約束型の商談会を実施する。                 |               |
| 2014年1月8日<br>(水)  | ぐるなび社員研修(東京)<br>2  | ぐるなび本社        | ぐるなびの加盟店担当の営業に対して、有機農産物<br>の基礎知識を学ぶ勉強会を行う。                  | 講師:徳江氏        |
| 2013年1月16日<br>(木) | 有機農産物講習会(東京)<br>2  | ぐるなび本社        | 東京近辺の飲食店を集め、有機農産物の基礎知識を<br>学ぶ勉強会を行う。                        | 講師:徳江氏        |
| 2013年1月21日<br>(火) | 有機農産物商談会(東京)<br>2  | 品川プリンスホテル     | 東京の講習会に出られた人を対象にぐるなび主催の<br>展示会併設で商談ブースを設け、約束型の商談会を<br>実施する。 |               |
| 2014年1月29日<br>(木) | 有機農産物商談会(大阪)       | 帝国ホテル大阪       | ぐるなび主催の展示会併設で商談ブースを設け、約<br>束型の商談会を実施する。                     |               |
| 2014年3月10日<br>(月) | 成功事例セミナー           | ぐるなび本社        | 有機生産者に対して、今年度の事例・実績から成功<br>事例と今後の展開について言及するセミナーを開催<br>する。   |               |

#### 2、協議会の実施

協議会委員は下記の通りである。

| 所属                              | 役職               | 氏名      | 協議会における役割(専門分野)                       |
|---------------------------------|------------------|---------|---------------------------------------|
| 一般社団法人フードトラストプロジェクト             | 代表理事             | 徳江 倫明   | •有機農産物実務者                             |
| 株式会社野菜くらぶ<br>(農業生産法人グリンリーフ株式会社) | 代表取締役            | 澤浦 彰治   | ・群馬県の有機JAS認証生産者                       |
| 有限会社リーファース                      | 代表取締役            | 水野 葉子   | ・消費者への啓発(農林物資規格調査会<br>専門委員 千葉大学非常勤講師) |
| かごしま有機生産組合                      | 代表               | 大和田 世志人 | ・有機生産者組合                              |
| 株式会社農水産ID                       | 理事               | 藤井淳生    |                                       |
| 特定非営利活動法人日本オーガニック<br>検査員協会      | 代表理事             | 丸山 豊    | ・有機農業に関する専門団体                         |
| 一般社団法人新日本スーパーマーケット協会            | プロジェクト<br>マネージャー | 籾山 朋輝   | ・小売業業界団体で小売業界に影響力が大                   |
| 株式会社あどばる                        | 仕入総責任者           | 稲垣 大介   | ・全国で60店舗を展開し食材仕入総責任者<br>(小規模多品種)      |
| 株式会社東京フート                       | 執行役員             | 橘川 昭文   | ・国内69店舗、海外13店舗で国内外への<br>展開(中規模少品種)    |

#### 【第一回】

実施日: 平成25年8月20日(火) 15:00~16:45

会場:株式会社ぐるなび8階会議室

#### 参加者:

- ・一般社団法人フードトラストプロジェクト 徳江 倫明氏
- ・かごしま有機生産組合 大和田 世志人氏
- ·株式会社農水産ID 藤井 淳生氏
- ・一般社団法人新日本スーパーマーケット協会 籾山 朋輝氏
- ・株式会社 東京フート橘川 昭文氏
- ・株式会社あどばる 稲垣 大介氏
- ・一般社団法人フードトラストプロジェクト 天内 浩之氏
- ・一般社団法人フードトラストプロジェクトこばやし さち氏
- ·NPO生活工房つばさ・游 高橋 優子氏

#### 【商流について】

- ・仕入れ側からするとやはり商流の問題が大きいと思う。送料が店舗負担であると、それだけで仕入先選択肢から外されやすい。(稲垣氏)
- ・今までの経験上でも飲食店との取引ケースは少ない。(大和田氏)
- ・飲食店がココだという生産者を決めて週1回(2万円以上)でも発注するようなスキームができれば送料を生産者負担にしてもやっていける。(徳江氏)
- ・飲食店に案内するときは「こういうやり方でなら納品出来る」など具体的な方法も提示する必要があるので、飲食店向けの調査や講習会でもそれを踏まえたうえで準備する必要がある。(徳江氏)
- ・どの規模の事業者・MDをターゲットにして調査をするのか決める必要がある。大型店は取り扱い規模は大きいが安定供給意識が高い為、生産者とのギャップを埋める必要がある。規模は小さいが地場スーパーの中にはロス率を気にせずこだわりの商品をあつかうところもあるのでそういったこだわりスーパーをターゲットにするか?こだわりスーパーのようなところであれば東京で5社ほど知っている(籾山氏)
- ・スーパーで唯一昨対比が伸びているのが惣菜・弁当売り場。そこに向けて価格訴求以外の素材訴求(有機野菜)ができれば面白いかも。(籾山氏)

#### 【講習会について】

・実儒者に向けて、「こういう取引の形が可能で、こういう結果がだせますよ」という明確な導入イメージを与えることが重要。有機生産者だからこそ対応できないこと(大量生産など)もあるということはご理解いただく。(徳江氏)

#### 【新規就農者支援について】

- ・1年目の生産者では畑の質が悪いので業者に卸せるような野菜は出来ない。人にもよるが本来は5年ぐらいから野菜の質が安定してくるので就農間もない生産者はおすすめしない。(高橋氏)
- ・この生産者のこの野菜を売りたいという「プロダクトアウト」形かニーズに合わせた「マーケットイン」形かどちらの考え方で生産者を選ぶのか?(藤井氏)
- ・支援する新規就農者に関しては、ぐるなび営業の方で「この生産者を応援したい」「ぜひこの野菜を世に出したい」と思える生産者をある程度決め打ちで案内する。(ぐるなび京極)

#### [WEB]

- ・WEBは生産者視点ではなく、一般消費者視点で身近な有機としての見せ方を検討して欲しい。(徳江氏)
- ・有機に対する社内意見も取り入れ9月中のアップを目指す。(ぐるなび大隅)

#### 総括

・有機がなぜ必要なのかということを実儒者・消費者目線で伝える必要がある。(大和田氏)「消費者が有機を必要としている」ということを理論立てて証明していく必要がある。(ぐるなび京極)

#### 【第二回】

実施日: 平成25年12月4日(水)15:00~17:00

会場:株式会社ぐるなび15階会議室

参加者:

一般社団法人フードトラストプロジェクト 徳江 倫明氏 /有限会社リーファース 水野 葉子氏/株式会社あどばる 稲垣 大介氏

特定非営利活動法人日本オーガニック検査員協会 丸山 豊氏 /一般社団法人新日本スーパーマーケット協会 籾山 朋輝氏

一般社団法人フードトラストプロジェクト 天内 浩之氏 /一般社団法人フードトラストプロジェクトこばやし さち氏

NPO生活工房つばさ・游 高橋 優子氏/農林水産省 伊藤 博行氏

#### 【講習会・商談会募集について】

- ・生産者と飲食店を繋ぐだけではなく、繋ぐにはどうしたらよいか?どういう意識改革が必要なのかというところを考える必要がある。(伊藤氏)
- ・当初は生産者とコンタクトを取るにも、連絡がつきやすい時間帯などもわからず苦戦していたが、だんだんと生産者とのコンタクト方法のノウハウは蓄積できてきている。生産者から「実儒者にどうアピールしていいか分らない」という声も多いので、デジカメセミナーやキャッチコピーセミナーを開催し、生産者の知識を底上げするのはどうか。(京極)
- ・現状、参加者が少ない分、商談の質自体は高いように感じる。(徳江氏)
- ・バイヤーにも有機に対する熱意に温度差があり、思いのほか参加者が伸びない。その理由を明確にする為にも個別のヒアリングで「ロスが多い」「安定仕入れが 出来ない」など具体的な興味が薄い理由を吸い上げたい。(籾山氏)
- ・飲食店はJASや無農薬との違いを知らないところが多く、講習会だけでも引きがある。平気で有機以外を有機と表示しているところもあり、まずは東京から意識改革を促したい。(水野氏)
- ・バイヤーも実は有機の知識が浅かったりするが、利益にならない、時間が無いなどの理由でなかなか講習会や商談会に足を運ばない。徳江さんの講義の動画をWEBにアップし、訴求できないか。(籾山氏)

#### 【継続的に有機の取扱いについて】

- ・近所のスーパーでは一度は有機を扱ってくれるが、売れずに段々しなびてくる。POPなどをしっかり用意し、消費者にささる提案が必要だと感じている。(水野氏)
- ・地方では直売所などの取り組みがさかん。地方スーパーなどと繋げられないか。(徳江氏)
- ・静岡のシズテツストアなどにピンポイントで案内していくのはどうか。売価は自由で売れなければ出展者が持ち帰りするような道の駅方式であれば、販売側も扱いやすい。(籾山氏)
- ・シズテツストアのような感度の高そうな事業者は1つ2つご紹介いただき、アタックしていきたい。(京極)

有機野菜のシェアは1%程度でまだまだニッチで、スーパーに常設されるにはまだまだ。裾野を広げるよりは関心を持つ人にアプローチし取り扱ってもらうことが必要。(伊藤氏)

- ・スーパー1、2社に対してヒアリングをかけ、チェーン店に対しては派遣型のセミナーを開催するのはどうか。(京極)
- ・生産者とシェフとの間の距離は離れすぎていてなかなか触れる機会が無く、下手をするとお互いの意見が悪い形でぶつかってしまう。そういった意味でぐるなびが間をとりもつことは重要。(高橋様)

#### 【マルシェ募集について】

- ・案内は随時かけているが、なかなか反応は薄い。(徳江氏)
- ・有機の新規就農者には、マルシェ出展→顧客開拓→卒業というような傾向・流れがあり、しっかりと有機を作っている農家はつかまえにくい。(高橋氏)
- ・国の事業なので、ただ広く案内をかけるのではなく、有機を語る上でしっかりスクリーニングが必要でやる気のある生産者に出ていただきたい。(伊藤氏)
- ・有機農業参入促進協議会のリストや、農水省HPに掲載されている生産者情報を参考に案内したらどうか。(伊藤氏・高橋氏)

#### 【WEBページについて】

- ・「東京でオーガニックが食べられる店」というのをコンテンツに入れて欲しい。現状はそういったサイトがなく、東京で有機野菜を外食するのが大変。(高橋氏)
- ・現状、ぐるなびで「有機」と明記するのは危険な面もある。実際に有機を扱っていなかったり、無農薬を有機とうたっていたりという事態も想定でき、今のご時世としては危険。ぐるなびレストランページでは、各店舗の責任で「オーガニック」や「有機」を語っていて、検索することも可能。(京極)

#### 【第三回】

実施日: 平成26年3月10日(月)15:45~16:30

会場:株式会社ぐるなび6階会議室

#### 参加者:

- ・一般社団法人フードトラストプロジェクト 徳江 倫明氏
- ・特定非営利活動法人日本オーガニック検査員協会 丸山 豊氏
- ・株式会社 東京フート橘川 昭文氏
- ・農業生産法人グリンリーフ株式会社 澤浦 彰治氏
- ・一般社団法人フードトラストプロジェクト 天内 浩之氏
- ・NPO生活工房つばさ・游 高橋 優子氏

#### 【総括】

- ・実際に自身も出展してみて、新たに取引を開始した生産者もあり、卸・小売りの事業者にとっては良い商談会だったと感じた。(天内氏)
- ・レストランとの取引が苦手な農家もいるので、小売り・バイヤーをもう少し多く集めてもよかった。(丸山氏)
- ・事例セミナーで紹介されていたが、イタリアンtantoが行っている店頭での野菜販売は

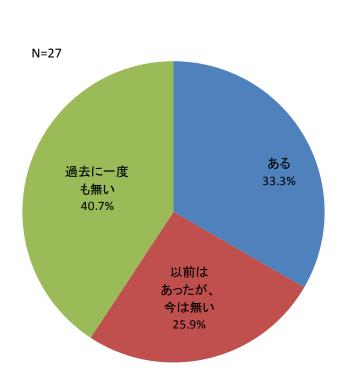
良い取り組み。仕入れ時の量が少ない⇒単価が上がる。量が多い⇒単価が下がる。今後の飲食店の可能性として、メニューで提供する分の食材に加え、店頭で 販売する分も合わせて仕入れることで単価を下げるというやり方もあるのではないか。(橘川氏)

- ・現在ぐるなびページでも「こだわりページ」などを設け、生産地や生産者画像を載せる動きがあり、店舗もユーザーも情報を欲しがっている。(ぐるなび宇野)
- ・現在、生産者にとって、「この野菜が欲しい」とか「取引をして欲しい」といった良い話はいくらでもある。PRをする前に、大きな課題である流通をどうするかを考えなければ絵に描いた餅になってしまう。(澤浦氏)
- ・レストランに卸す農家は増えているがボトルネックは流通。居酒屋などは例えば1日にレタス1箱は使わないので、少量の発注になってしまい送料が割高となって しまう。多品種生産している農家では安定供給が難しいという現実もある。(澤浦氏)
- ・生産者目線で考えると、個人取引では宅急便対応で大きな手間を取られ、ギブアップしてしまう。「野菜が潰れていたよ」などクレームが入った時など1件1件対応が難しい。取引相手によって生産方法を変えた方が効率が上がる。例)キャベツの大きさを大玉にしたり。(澤浦氏)
- ・飲食店は少量多品種発注を行うところも多い。ただお好み焼き屋のようにキャベツに特化した店があったりする為、飲食店、生産者のswot分析をし、それぞれのニーズに合った相手を分析する必要がある。(高橋氏)
- ・飲食店を含めた実需者の有機に対する知識・理解の低さはまだ感じる。有機について知ってもらう機会を今後も継続的に行いたい。今年度の事業での反省点を受け、今後の有機の発展に生かせればと思う。(徳江氏)

#### 3、実需者向け有機JAS取扱い促進のための課題調査

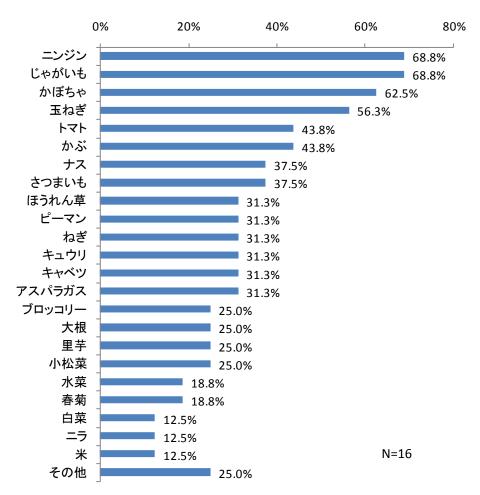
実需者向けに有機農産物取扱の現状についてヒアリング調査を行った。有機農産物の取扱いについて、あるという回答が約30%。 以前はあったが今はないと回答した人が約26%となった。過去に一度も取扱いがない人が40%となっている。取り扱っている有機農産物については、ニンジン、じゃがいもが約65%でかぼちゃ、玉ねぎと続く。

#### 【有機農産物取扱いの有無】



#### 【取り扱っている有機農産物】

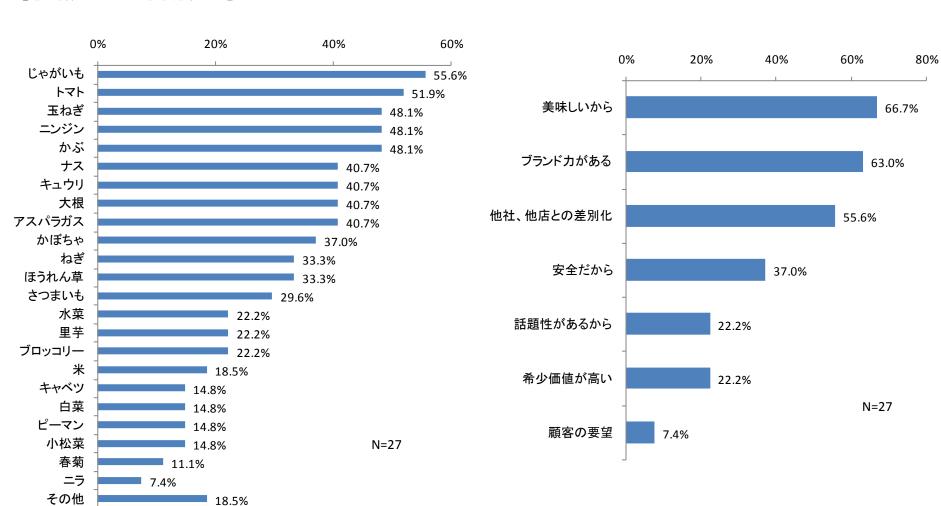
対象:現在または過去に有機農産物の取扱い有り



今後取扱いたい有機農産物はじゃがいもが約50%でトマト、玉ねぎ、にんじんと続く。取扱いたい理由としては、「美味しいから」に続き、「ブランド力があるから」「他者、他店との差別化」という意見が多いことがわかる。

#### 【取り扱ってみたい有機農産物】

#### 【有機農産物を取り扱いたい理由】

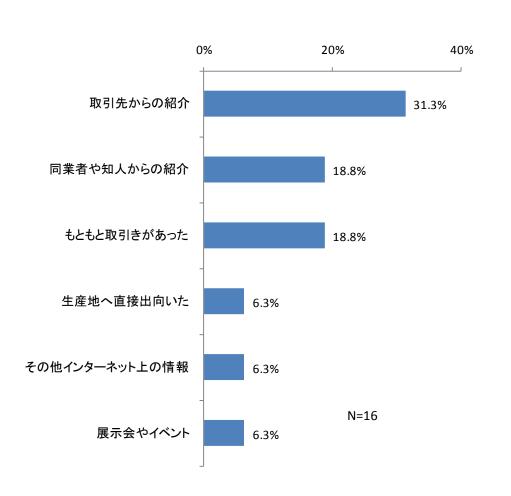


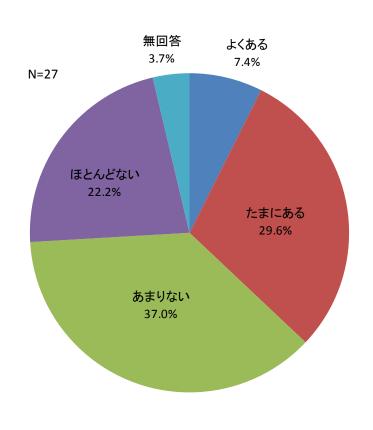
取引の契機について、取引先からの紹介が約30%である。また、生産地に直接出向き取引につながったケースも約6%である。消費者からの有機農産のリクエストについては、「よくある」、「たまにある」が約40%である。

#### 【取引きの契機】

#### 【客からの有機農産物のリクエスト】

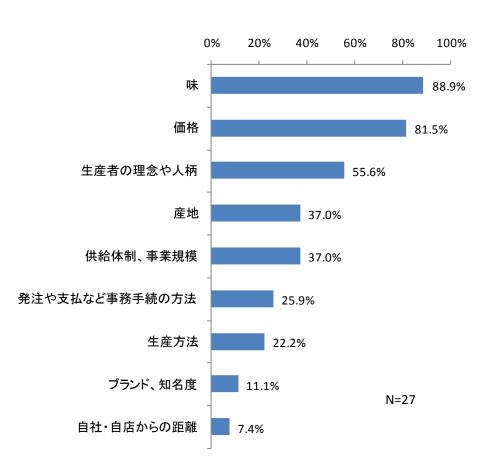
対象:現在または過去に有機農産物の取扱い有り





取扱い時の重視点としては、味、価格が上位であるが、供給体制や事務手続きより、生産者の理念や人柄が上回る。

#### 【有機農産物取扱い時の重視点】



#### 4、実需者向け有機JAS取扱い促進のための講習会

#### (1)講習会の実施

実需者向けに有機JAS取扱い促進のための講習会を実施した。講習会で有機農産物の知識を得た後に商談会を実施したため、商談がスムーズに進んだとの声が挙がった。また、当社従業員90名人に対しても有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。 有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を2回実施した。

#### 勉強会一覧

| 日時             | 実施内容              | 場所                   | 概要   | 講師  | 参加者数                |
|----------------|-------------------|----------------------|--|---|---------------------|
| 2013年8月5日(月)   | ぐるなび社員研修<br>(東京)1 | ぐるなび本社               | ぐるなびの生産者AEをはじめとした食材プロモーション部門の営業に対して、有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。 | 徳江 倫明氏  | 50名                 |
| 2013年9月12日(木)  | 有機農産物講習会<br>(東京)  | ぐるなび本社               | 有機農産物に興味がある東京周辺の飲食店向けに、<br>有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。          | 徳江 倫明氏  | 27名                 |
| 2013年10月23日(水) | 有機農産物講習会<br>(仙台)  | トラストシティカンファレ<br>ンス仙台 | 宮城県内の飲食店および全国のバイヤー向けに有機<br>農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。            | <ul><li>・飲食店</li><li>徳江 倫明氏</li><li>・その他バイヤー</li><li>高橋 芳道氏</li></ul> | 飲食店13人<br>その他バイヤー7人 |
| 2013年11月21日(木) | 有機農産物講習会<br>(福岡)  | エルガーラホール             | 福岡県内の飲食店および全国のバイヤー向けに有機<br>農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。            | <ul><li>・飲食店</li><li>徳江 倫明氏</li><li>・その他バイヤー</li><li>水野 葉子氏</li></ul> | 飲食店10名<br>その他バイヤー9人 |
| 2014年1月8日(水)   | ぐるなび社員研修<br>(東京)2 | ぐるなび本社               | ぐるなびの加盟店担当の営業に対して、有機農産物<br>の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。               | 徳江 倫明氏  | 40名                 |
| 2013年1月16日(木)  | 有機農産物講習会<br>(東京)2 | ぐるなび本社               | 有機農産物に興味がある東京周辺の飲食店向けに、<br>有機農産物の基礎知識を学ぶ勉強会を実施した。          | 徳江 倫明氏  | 16名                 |

講習会風景





#### (2)講師プロフィール

#### 徳江 倫明氏

1978年日本初の有機農産物専門流通団体の「大地を守る会」の創設メンバーとして共同購入システムの開発、卸物流の開発を手がける。また1988年には日本初の有機農産物宅配システムの「らでいっしゅぼーや」を企画し、代表として生産者、加工メーカー、消費者との全国的なネットワークを構築。さらに1997年には日本初のオーガニックスーパー「マザーズ」を設立。2000年には有機JASの施行と同時に農林水産省登録機関「アファス認証センター」を設立するなど、とにかく食の安全・安心に関する新しい分野の企画開発に挑戦し続ける。現在 FTPS(株)代表取締役他 IFOAMジャパン 副理事長 オーガニックマーケティング協議会代表 など

#### 高橋 芳道氏

JOIA会員。宮城県石巻高校卒業。司法書士事務所、不動産会社勤務を経て就農。2002年からオーガニックと特別栽培の検査に従事。2005年JOIA/IOIA講習会修了。国内3つの認定機関と契約。指導農業機械士。ISO14001およびISO22000内部監査員。事業者向けの講習会講師や検査員として活動中。

#### 水野 葉子氏

1995年米国のIOIA(独立オーガニック検査員協会)にてオーガニック検査員資格取得。ミネソタ在住時より自然治癒力、東洋医学、ネイティブアメリカン療法、自然出産・育児等の研究を深めると同時に環境問題にかかわる。日本初のIOIA認定オーガニック検査員トレーニング・コーディネーターとなり、日本初のIOIA公認オーガニック検査員となる。現在、独立オーガニック検査員として日欧米オセアニアにおける14のオーガニック認定機関に登録し検査業務を行うと同時に講演、オーガニック認証指導コンサルティングも多数こなしている。

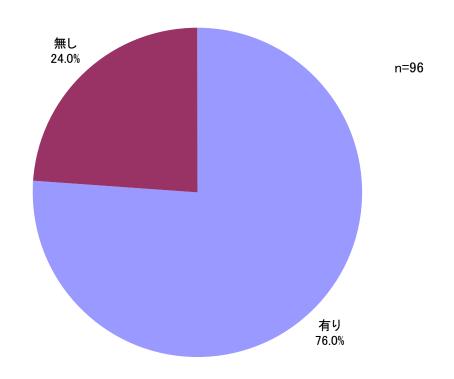
#### 4、マッチング 地域段階

#### (1)生産者課題調査

地域段階での有機農産物マッチングフェア開催にあたって、生産者に対する参加以降及び現状の課題のヒアリング調査を実施した。本事業でマッチングを実施した地域段階のエリアである東北、福岡の生産者100生産者に対しての調査である。 調査内容は以下の通りある。

#### 有機JAS認定の有無

有機JAS認定は、「有り」が76.0%、「無し」が24.0%。



#### 有機農法を始めた契機

#### 消費者・生産者双方への安心・安全のため・・・55件

- ・生産者にも消費者にも安心できる農産物は健康にも良い。
- ・農薬や化学肥料を使わない健康に優しい農作物作りは、家族の健康も消費者の健康にも影響を与えると思った。
- ・昭和50年前後、化学肥料、化学農薬にたよった農法から抜け出し安心して食べてほしかった。
- ・自分が安心して食べられてこそ他人に出荷する事ができる。当然有機でやるべきでしょう。
- ・安全で美味しいものを身近な人に届けたい。
- ・昭和40年代農薬中毒になり入院通院を3年~4年し、これを機会に無農薬栽培をし有機農法に入りました。
- ・近所の農家で農薬事故があった。友人たちと一緒に有機に転換した。
- ・残留農薬問題を知り人体に影響のない農作物を作り、安心安全なものを食べてもらいたいから。
- ・自分の健康や、食べる人のことを考えて、農薬をかけるのが嫌に なった。
- ・自分が安全な食品を食べたいとの思いからはじめました。健康にも良く環境にも良いので。
- ・少しでも美味しく農薬にたよらない安全な生産物を作りたい。それ と有機農法で作った米を食べた方から「うまかった」の声をずっと聞い ていたいから続けています。
- ・私達の蔵は全量無農薬・無化学肥料の米を使用し日本酒を造っています。飲み物(酒類)の為、なるべく安全な物をとの事で作っています。
- ・有機農法をはじめる以前、薬剤散布中に気を失ったことがある。そんなことがあり、安全で安心して食べてもらえる野菜を作りたいと思いました。
- ・病気になったことで、食を意識し考えるようになった。体にとって良いものを食べないと、いい体はできない。農薬を使わずに、安心・安全なものを作りたい。
- ・安心・安全をモットーに有機農法をはじめた。慣行農業で使用する農薬は、生産者・消費者の両方にとって体によくない。

#### 環境保全、環境負荷の軽減・・・42件

- ・生き物と人間が共生できる栽培方法をやりたかった。 農薬や化学肥料を使わない農法は、環境にも人の健康にも優しいと思うから。
- ・農薬や化学肥料を減らすと生態系の維持にも役に立つので、生物の多様性も確保されるため。
- ・人の体に優しい農法は、環境に与える影響も少ないから。
- ・地球環境全体を考えると、有機栽培が最も人間の生産活動として相応しい。
- ・化学肥料や農薬を使うと農地がダメになるので、継続的な農業が出来なくなる。体にも環境にもいいと思うから。
- ・安心・安全はもとより、地域の生態系保存の寄与するため。生態系が維持されることで、本当の安全・安心も得られると思うから。
- ・未来永劫農業を継続するため
- ・楽しく生産したい。ここちよい暮らしがしたい。ずっと先の未来へつながる農業でありたい。
- ・日本有機農業研究会に参加して。子供たちの健康や地域の環境を 考えると有機農業以外には考えられない。
- ・化学合成物質に違和感を感じた。自然環境を守るという意味で農薬や化成肥料は使いたくない。まわりの生物(昆虫、鳥、最近etc)も同じ生命を持っている。人間だけの地球ではないと思う。有機農業は彼らの力なくして成り立たないものだ。
- ・北には讃岐富士、西には美しい土器川という恵まれた自然の中で暮らしているので、その自然を汚染するような農業はしたくなかった。
- ・始めたきっかけは、安全で環境にやさしい農業をしたかったから。
- ・自分の畑から化学物質で汚染されているものを流したくないと考えたから。
- ・子供たちが自然とふれ合える場所として、年に5回ほど農場で学校を開いているが、自然環境を守りたい。安心・安全で持続的な循環 農業をやりたいと有機農業を始めた。今もその想いで続けている。

#### 周囲からの影響、先代からの引継ぎ・・・30件

- ・有吉佐和子の複合汚染を読んで、触発された。
- ・父母が30年前から有機栽培に着手していたのがきっかけです。
- ・都会に住んでいていろいろのマスコミで野菜問題を知らされた。中国産の農薬問題とか。 Uターンして、故郷で自分で安心してできるものを作りたいと思ってから。
- ・日本有機農業研究会に参加して。子供たちの健康や地域の環境を考えると有機農業以外には考えられない。
- ・矢部町で日本有機農研の第二回大会が開催され、それに参加してみんなの話を聞いたのがきっかけ。やっぱり有機栽培が安心で野菜もおいしい。
- ・有吉佐和子の「複合汚染」をS45年、朝日新聞に書かれているのを読み、その当時仕事をしながら何となく疑問に思っていたことが全て書かれていたので自分達が有機農業をやり続ける事で、食も環境もそして人の心も豊かなものになり、未来が楽しく暮らせる社会になるのではと考えて、行動を起こし今にいたっています。
- ・父の代から始まった。自分の身体をこわしてから。有機に転換した。
- ・岡田茂吉の自然農法論に興味をもった。指導者に会い勉強会に参加。
- ・竹熊先生の講演を聞いたこと。子供に安全、安心なものを食べさせた かったこと。そういう農業がやりたくなったこと。
- ・ロディールの有機農法を読んで感銘を受け、現在も続けている。
- ・一楽照雄氏とめぐり会い安全で安心して食べる農産物の生産をしよう と思った。
- ・地元で代々続いている農家だったが、それまで行ってきた慣行農法(化学物質に頼る・生物多様性を否定する)に疑問を持ち、1979年に一度家を出て、埼玉県小川町の金子美登さんの農場の研修生となり、有機農法を学んだ。

#### 付加価値をつけるため・・・14件

- ・近隣の生産者などと一緒に、より環境への負荷の少ない、しかも付加 価値の付くであろう栽培方法を模索してきた。
- ・新規就農のため、他の農家との差別化に有利と判断したため。
- ・従来と違う形の付加価値をつけたかったから。
- ・付加価値がついて高く売れると思ったから。
- ・始めた当初は販売額の上昇が見込めたから。
- ・生活のため、取得の向上を望んだ。
- ・体にも環境にも良いものを作れば、それなりの価値を分かってくれると 思ったから。
- ・生産物の付加価値による所得の向上。
- ・20代のころに(昭和60年頃)農薬中毒による体調不良をおこし以来 農薬を使用した農業はできなくなり必要にせまられて無農薬栽培を行っ てきた。60代の現在でも農薬アレルギーの為に全農園で有機無農薬栽培を行っている。現在では無農薬有機栽培の表示は(有機認証分は表示)市内が、他の茶とは違うコンセプトの茶として消費者より支持されている。
- ・農産物の有利販売と安全で安心な農産物を供給する事を目的にJAの 部会組織として設立し、有機認証に取り組んだ。
- ・専業農家として、市場で比較優位性を得るため
- ・慣行栽培では経営的に不安定で不安だった。市場の引取り価格の高 低に左右されない契約栽培の割合を増やしたかった。
- ・都内でサラリーマン(営業職)をしていたが、人が作ったものを売るため に朝から深夜まで費やすことに面白みを感じなくなってしまい、生産から 営業まで一人で出来る仕事をやってみたかった。もともと農業に興味が あったので、全国をまわって収納できる場所を探し、現在の場所を選んだ。 有機栽培を選んだのは、どうせ農業を始めるのなら、付加価値のつけや すい農法を…と考えたから。

#### 有機農法をしていて困ったこと

#### 雑草・病害虫対策・・・44件

- ・雑草対策と病害虫対策。
- ・害虫駆除が困難。現在は手でつぶすしかなく限界がある。草取りが大変、慣行栽培と比べ労力が掛かる。
- ・農薬を使わないので、病害虫対策が大変。
- ・雑草の防除が困難になってきた。
- ・雑草の処理
- ・雑草対策が大変である。
- ・茶栽培については園内除草が非常に多く、手作業の為、夏期の草対策が頭の痛い所です。
- ・病虫害対策。有機種苗の確保
- ・手間がかかる。防虫対策etc.
- ・害虫、病気が出ても手作業で駆除するのが大変。
- ・雑草対策と労働力の確保。お米もだんだん売れなくなってきている。 野菜はもともと有機だから50円高い値段をつけても売れない。
- ・田んぼの草(除草作業の手間がかかる)。
- ・虫の駆除。(年間を通しての)人の確保。
- ・耕作放棄地を引き受けて、そこで有機農業を始める場合もあるのだが、一度放棄されてしまった圃場は雑草がひどい。除草剤を使えば一発で楽に草がなくなるのだが、有機農業の場合、手作業で除草するしかないため、とても時間・人手・お金がかかる。

#### 有機農法への認知・理解、販路開拓・・・31件

- ・商品の付加価値が十分に認知されていない。 青森県では特に慣行 栽培農産物との差別化が難しい。
- ・付加価値を認めて販売できるところが少ない。
- ・秋田は大潟村を除くと、他の地域よりも有機への取組が遅れており、 周囲の理解がなかなか進まない。
- ・価格に価値が反映されていない。
- ・有機農産品の価値が十分に認知されていない。
- 茶流通の中では、有機茶の価値が低く、商社及び販売側認知度が低くて価格が安定しない。
- ・他の農家の人達より「変わり者」と言われ、村八分状態が続きましたが、出来た農産物は外観も見劣ることもなく、生産量も変わらず安心して栽培ができると、生産者も喜んでいます。
- ・生産原価と販売価格の不均衡。生産者の思いと価格の反映のさせ方について悩む。
- ・有機農法をすることの意義が理解できず、虫や病気雑草に負けて、 有機農法をあきらめる人が多いのが残念で仕方がない。 やり続ける ことで、様々の経験、苦労が自分なりの有機農法になるのにと思って ます。
- ・販路の確保がうまくいかない。生産されたものが全部売り切れない。
- ・雑草などで周りから苦情が来る。収量がどうしても少ない。周りに理解者が少ない。集落でも、どうしても浮いてしまうことがある。
- ・栽培法の分かる消費者が少なく、商品価値が認知されにくい。
- ・地元では、有機農法への認識がまだ弱いです。
- ・有機農産物に対する消費者の理解。販売先の確保。
- ・有機生産物(米)が一般米より人気がないような気がすること。
- ・"化学物質(農薬や有機肥料)に頼らない、安心・安全な作物"と、
- "見た目が綺麗な作物"は、天候や病害虫の発生などによっては両立 しない場合もあるが、その両立を強いられる場面があったこと。
- ・周囲に有機の生産者がいない。孤立している。慣行農法の農家と考え方が違い、隙間があると感じる。

#### 収穫が不安定・・・26件

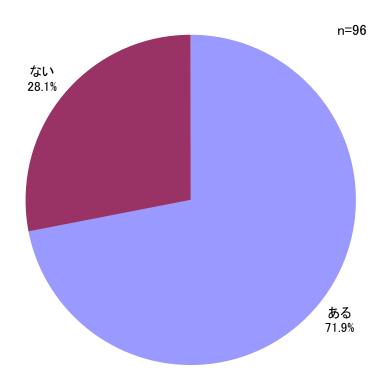
- ・安定した生産量が確保しにくい。
- ・生産が安定せず、注文通りの出荷ができないこともある
- ・一部の品種で害虫(ナガタマムシ)の発生で木々が枯れたりしている所があり、安定した生産量が確保できない。
- ・安定した生産量が確保できない(病害虫)
- ・やっぱり収量が不安定。
- ・なかなか計画通りにいかない。予期せず大きな障害にぶつかり、あれこれ作物に挑戦しては失敗のくりかえしである。
- ・当初は認知度の低さ。生産量が計画できない。
- ・収量が不安定で病気等が発生しても限られた農薬しか使用できない。 雑草管理等にかなりの労力がかかる。手間、ひまかかる割には、価格的 にはそれほどでもない評価である。
- ・計画通りの生産量を上げる事がなかなかできない。計画時期に合わせるのも難しい。
- ・契約栽培なので、多く取れたり、少なかったりすると困ります。
- ・安定した生産量が確保できないこと。そのことを利用者(バイヤー)に理解していただけない場合もあること。
- ・安定した生産量が確保できない。そのため、セット野菜を販売しているが、野菜の種類が足りないことがある。
- ・取り組み始めてから数年はまったく収量が上がらず、赤字続きだったこと。 貯金が底をついた時は自殺も考えた。 現在でも、安定した生産量が確保しにくいので、有機農業に対する理解が不十分なバイヤーに遭遇すると苦労が多い。
- ・土が出来上がるまでは病害虫に弱く、収量が確保できなかった。
- ・病害虫が出ても農薬が使えないため、収量が減る。

#### 天候の影響・・・14件

- ・栽培管理に手間がかかる。収穫時の取り残しが出る。 天候に左右され やすい。
- ・天候により収穫量がだいぶ左右される。
- ・何と言っても台風だね。ただ、これは避けられないけど。
- ・天候不順
- ・台風被害にあった時。それと今年は雨が少なく芋の肥大が進まず、小 ぶり、小玉傾向で収穫が少ない。
- ・天候不順の影響を受けやすい。規格外の割合が高い。
- 天候に流される。
- ・台風や長雨には困る。最近は猪や鹿が出没して作物をやられている。
- ・天候に左右され、安定した生産量が確保できない。
- ・有機栽培は、その年その年の気候の変化によって異なり、病害虫の発生に対して、前年と同時期に出ると思い準備し対策をしていると、時期がずれたりするので困ります。ある生産者は「畑と作物と話できねーと(難しい)」と言います。有機栽培は、安定した生産量を確保するのがなかなか困難です。なお、価格にも苦労賃が確保・上乗せができません。
- ・効率が悪い。慣行栽培に比べ、天候の影響をモロに受ける。
- ・悪天候が続き除草作業が出来ず、草の勢いに作物が負けて生育できず生産量が確保できない。何年かに一度ですが、虫の大発生で同じ状態になることもある。
- ・農法が露地のみなので、気候の変動が多いと作物に響く。生産が安定しない。
- ・天候の不順(収量が安定しない)。

## 有機農作物の自身での売り込み経験

有機農作物の自身での売り込み経験は、「ある」が71.9%、「ない」が28.1%。



#### 売り込み時に課題となったこと

#### 価格・・・24件

- ・価格が慣行栽培品と変わらず、生産者の努力が報われない事。
- ・販売価格と、計画通りに農産物が収穫出来ない場合の対応
- ・付加価値に関する価格。
- ・近郊農家に比べると、輸送コストがかかり、単価交渉が難しい
- ・価格と連続した出荷
- ・価格の折り合い。
- ·価格、規格
- ・価格、品目等のマッチング
- ・価格の問題。少し高い。
- ・価格のつけ方。品揃え。
- ・価格の決め方。こちらの希望がなかなか受け入れてもらえない。
- ・部会として、JAと販路の拡大を図っている。課題としては、価格面と 決済方法。
- ・販売価格やロット。
- ・値付けが難しい。生産量が少ない中で、どういうコンセプトで販売するかがなかなか決まらない。
- ・価格面(折り合いがつきにくい)
- ・金額面。
- ・価格。有機農産物を大量に出したくても、市場が開かない、動かない。

#### 生産量が不安定・・・21件

- ・農産物の量的マッチング、質的マッチングが課題。収穫量が変動するので、不作の年は取引先から不安がられる。
- ・天候による収穫量の変動。価格面で実需者との開きが大きい。
- ・天候に左右されない安定供給。販売価格のすり合わせ
- ・取扱量が少ないと、取引すらしてもらえない。
- ・量的問題が一番であった
- ・安定的な量の確保が難しいこと。運賃が高くなる(地理的な問題)。
- ・提案先によるが、こだわり農産物を扱っていただく提案先との、出荷量のバランスがとれない。

自信を持って「継続的に出荷できます」と言えない。

- ・生産量の確保
- ・品質の安定。継続しての出荷。
- ・コンスタントに一定量継続出荷できるか。
- ・注文される作物と量が、その時の状況で出荷を約束できない時があるので、それを理解してもらった上で、成約を取り付けている。
- ・規格がそろわない。量的に無理がある。

生産が不安定(安定供給に不安)。価格面で折り合わない。

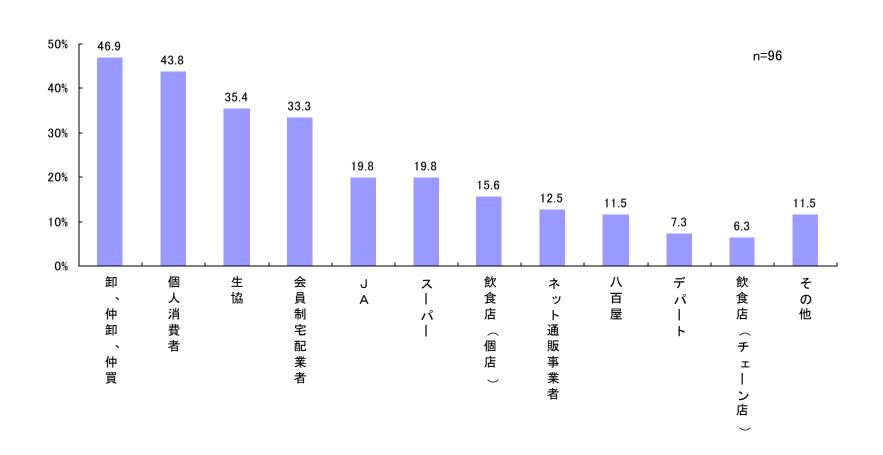
- ・納期と数量の確実性をどのようにみるか品目を増やして、通年の納品ができるか。
- ・安定供給できるか。規格など。

#### 有機農作物に対する認知・理解・・・10件

- ・生産段階での苦労があまり知られていない。
- ・苦労の割にはあまり評価されない。
- ・栽培方法に関する取引先の理解不足。
- ・契約時の価格面で有機栽培の苦労を分かってもらえない。
- ・有機農産物に対しての認識度、理解がイマイチである。
- ・価格面での認知が田舎ではあまり感じられない。
- ・有機栽培を実践しているのに、また説明をしても信じてもらえないことと、販売量と収穫量との差が多い場合、無理(取引できない)との話があり、成約できなかったことがあります。
- ・収穫量が不安定であることや、出荷時期がずれてしまう場合があることに対して、バイヤーや売場担当者にご理解をいただくこと。また、そうなった場合の対応を決めておくこと。
- ・提携(消費者との直接契約)で野菜セットを販売するという形がメインなので、時期によって野菜の種類や量にバラつきがあることや、野菜セットの内容を選べないことを理解していただく必要があった。

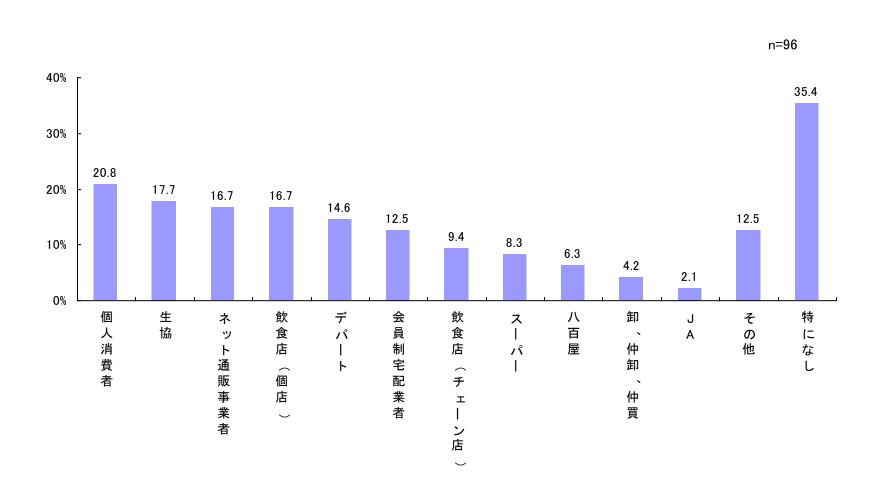
#### 取引きしている事業者

取引きしている事業者は、「卸・仲卸・仲買」(46.9%)が最も多く、以下「個人消費者」(43.8%)、「生協」(35.4%)、「会員制宅配業者」(33.3%)と続く。



### 今後取引きしたい事業者や、新たに開拓したい流通経路

今後取引きしたい事業者や新たに開拓したい流通経路は、「個人消費者」(20.8%)、「生協」(17.7%)、「ネット通販事業者」(16.7%)、「飲食店(個店)」(16.7%)が15%以上で上位となるが、「特になし」は35.4%となっている。



#### (2)仙台実施結果

①日時

2013年10月23日(水) 13:30~16:30

②会場

トラストシティカンファレンス仙台

③参加者

生産者11者、バイヤー18社(飲食店10店舗、その他8社)

④成約件数/商談数

3件/52商談

| _ 商談結果一覧                |          |    |    |    |
|-------------------------|----------|----|----|----|
| 生産者名                    | 小売·流通·加工 | 飲食 | 通販 | 合計 |
| よつばファーム                 | 2        | 2  | 2  | 6  |
| 仲萠ふゆみずたんぼ生産組合           | 0        | 3  | 1  | 4  |
| 永田 ユキオ                  | 2        | 3  | 1  | 6  |
| 大郷府グリーンファーマーズ           | 2        | 1  | 0  | 3  |
| 竹内 信男                   | 2        | 3  | 1  | 6  |
| 中山 建 (自然農場 風天)          | 4        | 2  | 0  | 6  |
| 南方水稲部会 有機の会 Cブロック       | 2        | 0  | 1  | 3  |
| にっこり農業販売株式会社            | 0        | 2  | 0  | 2  |
| 無農薬生産組合登米支部 ニラ部会        | 1        | 1  | 0  | 2  |
| ドリームながわ                 | 1        | 2  | 2  | 5  |
| 野菜畑 ((株)アイアディールクリエーション) | 1        | 4  | 0  | 5  |
| 一関地方有機農業推進協議会事務局        | 2        | 1  | 1  | 4  |

#### 商談風景







#### (3)福岡実施結果

①日時

2013年11月26日(木) 13:30~16:30

②会場

エルガーラホール天神

③参加者

生産者11者、バイヤー18社(飲食店10店舗、その他8社)

④成約件数/商談数

6件/88商談

| <u>商談結果一覧</u>     |          |    |    |    |
|-------------------|----------|----|----|----|
| 生産者名              | 小売・流通・加工 | 飲食 | 通販 | 合計 |
| 有限会社かごしま有機生産組合    | 3        | 4  | 0  | 7  |
| 堀田敦弘              | 5        | 2  | 0  | 7  |
| 株式会社宮崎茶房          | 3        | 2  | 2  | 7  |
| 園田農園              | 2        | 4  | 1  | 7  |
| 鳥越農園ネットワーク        | 3        | 3  | 2  | 8  |
| 株式会社アビオス          | 2        | 5  | 2  | 9  |
| 有限会社吉水農園          | 4        | 2  | 1  | 7  |
| 株式会社長有研_長崎有機農業研究会 | 2        | 3  | 2  | 7  |
| 株式会社オリーゼミネラル農園    | 3        | 3  | 1  | 7  |
| 株式会社野の花農園         | 3        | 4  | 1  | 8  |
| 中島農園              | 2        | 4  | 1  | 7  |
| 有限会社きのこ屋          | 4        | 2  | 1  | 7  |

#### 商談風景









#### 5、マッチング 大都市圏

(1)東京開催(第1回) ぐるなび商品展示会併設

①日時

2013年9月18日(水) 9::00~17:00

②会場

品川プリンスホテル

③参加者

生産者10者、飲食店25店舗

④成約件数/商談数

10件/89商談

#### 商談結果一覧

| 生産者名                          | 小売·流通·加工 | 飲食 | 通販 | 合計 |
|-------------------------------|----------|----|----|----|
| 有限会社ナチュラルシードネットワーク            | 0        | 11 | 0  | 11 |
| グリンリーフ株式会社 株式会社野菜くらぶ          | 0        | 8  | 0  | 8  |
| 株式会社岸本農園                      | 0        | 8  | 0  | 8  |
| 株式会社丸越                        | 0        | 8  | 0  | 8  |
| 有限会社ユニオンファーム                  | 0        | 9  | 0  | 9  |
| 有限会社三扇商事                      | 0        | 10 | 0  | 10 |
| オーガニックファームつくばの風有限会社           | 0        | 9  | 0  | 9  |
| 合同会社五穀豊穣 萩と宇部のおいしい魚屋Bucch-ine | 0        | 9  | 0  | 9  |
| 農業生産法人 マイファーム滋賀農場             | 0        | 11 | 0  | 11 |
| 有限会社人と農・自然をつなぐ会               | 0        | 6  | 0  | 6  |

#### 商談風景





#### 展示商談風景



#### (2)東京開催(第2回) ぐるなび商品展示会併設

①日時

2013年1月29日(水) 9::00~17:00

②会場

品川プリンスホテル

③参加者

生産者9者、飲食店14店舗

④成約件数/商談数

3件/43商談

#### 商談結果一覧

| 生産者名              | 小売·流通·加工 | 飲食 | 通販 | 合計 |
|-------------------|----------|----|----|----|
| 萩原農園              | 0        | 5  | 0  | 5  |
| 株式会社 自然農法販売協同機構   | 0        | 4  | 0  | 4  |
| 株式会社宮崎茶房          | 0        | 4  | 0  | 4  |
| ファームさいかち          | 0        | 4  | 0  | 4  |
| 一関地方有機農業推進協議会     | 0        | 4  | 0  | 4  |
| 下里有機の里づくり協議会&横田農場 | 0        | 7  | 0  | 7  |
| 関東土を愛する会          | 0        | 4  | 0  | 4  |
| にっこり農業販売株式会社      | 0        | 4  | 0  | 4  |
| 有限会社すどう農産         | 0        | 4  | 0  | 4  |
| ひなた村              | 0        | 3  | 0  | 3  |
| 飯田農園              | 0        | 3  | 0  | 3  |
| にこにこ農園            | 0        | 10 | 0  | 10 |
| 株式会社信州オーガニックフーズ   | 0        | 4  | 0  | 4  |
|                   |          |    |    |    |

#### 展示風景







#### (3)大阪開催 ぐるなび商品展示会併設

①日時

2013年1月29日(水) 9::00~17:00

②会場

帝国ホテル大阪

③参加者

生産者9者、飲食店14店舗

④成約件数/商談数

3件/43商談

商談結果一覧

| 生産者名                   | 小売・流通・加工 | 飲食 | 通販 | 合計 |
|------------------------|----------|----|----|----|
| 池上 義貴                  | 0        | 5  | 0  | 5  |
| OJT                    | 0        | 4  | 0  | 4  |
| 牛尾農場                   | 0        | 3  | 0  | 3  |
| ファーマーズファクトリー"チョちゃんの野菜" | 0        | 6  | 0  | 6  |
| 市島有機農業生産出荷組合           | 0        | 5  | 0  | 5  |
| Mother Earth           | 0        | 7  | 0  | 7  |
| 伊賀有機農業推進協議会            | 0        | 4  | 0  | 4  |
| ひなた村                   | 0        | 4  | 0  | 4  |
| にっこり農業販売株式会社           | 0        | 5  | 0  | 5  |

#### 商談風景



#### 展示風景





#### 6、生産者から消費者への直接販売につながる周知活動の実績

#### (1)マルシェでの周知活動

恵比寿マルシェ、横浜マルシェを活用し、消費者への直接販売の場を設けた。

| 日時     | 場所  | 店舗名             | 商品名      | 産地   | 販売価格   |
|--------|-----|-----------------|----------|------|--------|
|        |     | 狭山茶増岡園          | 有機栽培煎茶   | 埼玉   | ¥1,050 |
| 11月3日  |     | 狭山茶増岡園          | 有機栽培紅茶   | 埼玉   | ¥525   |
|        |     | 狭山茶増岡園          | 特別栽培煎茶   | 埼玉   | ¥1,050 |
|        |     | すみだ農園           | 里芋       | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | さつま芋     | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | 牛蒡       | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | 新生姜      | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | ピーマン     | 千葉   | ¥150   |
|        |     | すみだ農園           | 甘唐辛子     | 千葉   | ¥150   |
| 11月17日 |     | すみだ農園           | 葉付き人参    | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | ミニ冬瓜     | 千葉   | ¥150   |
|        |     | すみだ農園           | わさび菜     | 千葉   | ¥150   |
|        |     | すみだ農園           | 水菜       | 千葉   | ¥150   |
|        |     | すみだ農園           | かぶ       | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | チンゲン菜    | 千葉   | ¥150   |
|        |     | すみだ農園           | サラダほうれん草 | 千葉   | ¥150   |
|        |     | すみだ農園           | 里芋       | 千葉   | ¥200   |
|        | 恵比寿 | すみだ農園           | 牛蒡       | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | 人参       | 千葉   | ¥200   |
|        | 心儿开 | すみだ農園           | キャベツ     | 千葉   | ¥300   |
|        |     | すみだ農園           | アイスプラント  | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | レタス      | 千葉   | ¥250   |
|        |     | すみだ農園           | サニーレタス   | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | ネギ       | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | 大根       | 千葉   | ¥200   |
|        |     | すみだ農園           | ほうれん草    | 千葉   | ¥200   |
| 1月19日  |     | すみだ農園           | 人参ジュース   | 千葉   | ¥350   |
| 17,190 |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機玉ねぎ    | 北海道  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機ジャガイモ  | 北海道  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機人参     | 千葉県  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機ごぼう    | 北海道  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機安納芋    | 鹿児島  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機サツマイモ  | 千葉県  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機長ネギ    | 千葉県  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機小かぶ    | 千葉県  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機大根     | 千葉県  | 200円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機みかん    | 和歌山県 | 300円   |
|        |     | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機八朔     | 鹿児島  | 400円   |

|       |        | (株)ヴァレンチア       | 小松菜                  | 茨城  | 150円 |
|-------|--------|-----------------|----------------------|-----|------|
|       |        | (株)ヴァレンチア       | ほうれん草                | 茨城  | 150円 |
|       | 144.00 | (株)ヴァレンチア       | ルッコラ                 | 茨城  | 100円 |
| 1月25日 | 横浜     | (株)ヴァレンチア       | サラダ小松菜               | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | サラダほうれん草             | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | ラディッシュ               | 茨城  | 150円 |
|       |        | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機玉ねぎ                | 北海道 | 200円 |
|       |        | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機ジャガイモ              | 北海道 | 200円 |
|       |        | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機人参                 | 千葉県 | 200円 |
|       |        | 農事組合法人 ナチュラルシード | 有機ごぼう                | 北海道 | 200円 |
| 2月2日  |        | (株)ヴァレンチア       | 小松菜                  | 茨城  | 150円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | ほうれん草                | 茨城  | 150円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | ルッコラ                 | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | サラダ小松菜               | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | サラダほうれん草             | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | 小松菜                  | 茨城  | 150円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | ほうれん草                | 茨城  | 150円 |
| 2月22日 | 恵比寿    | (株)ヴァレンチア       | ルッコラ                 | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | サラダ小松菜               | 茨城  | 100円 |
|       |        | (株)ヴァレンチア       | サラダほうれん草             | 茨城  | 100円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶ティーバッグ/green    | 鹿児島 | 600円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶ティーバッグ/yellow   | 静岡  | 600円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶ティーバッグ/brown    | 鹿児島 | 400円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶ティーバッグ/mix      | 鹿児島 | 400円 |
| 3月16日 |        | 彩香茶園            | 有機日本茶/green          | 鹿児島 | 600円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶/yellow         | 静岡  | 600円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶/brown          | 鹿児島 | 450円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶/mix green      | 鹿児島 | 450円 |
|       |        | 彩香茶園            | 有機日本茶/greenish yelow | 鹿児島 | 450円 |







#### (2)料理教室・メニューフェアを活用した直接販売につながる周知活動の実績

#### ①イタリアン居酒屋 Tanto(東京都板橋区)

開催日:11月30日参加費:1,000円参加者数:7名

総席数:50席

平均予算:2,500円(通常平均)、950円(ランチ平均)

電話番号:050-5796-4593

住所: 〒175-0094 東京都板橋区成増1-15-7

#### ※11月1日~11月30日にメニューフェアを開催



#### ◆参加者の声

- ・作り方のちょっとした工夫で素材の優秀さが味にしっかり出るということを学べ 為になりました。(20代女性)
- ・有機、減農薬などの区別を分かりやすく教えていただいた。(40代女性)
- ・野菜の甘さを感じおいしかった。(40代女性)
- ・以前から野菜に使われている農薬が気になっていたため、有機農産物には興味があった。(40代女性)

#### ◆シェフの声

・有機・オーガニック・無農薬・減農薬等の区別がわからない方が一般的。その違いを区別していただくのがまず一歩。有機は1つの農場では少量しか生産できないので、定番メニュー化はきつい。契約農家の確保が重要です。







#### ②BARDIGO(東京都中央区)

開催日:11月30日 参加費:4,500円 参加者数:14名

総席数:28席

平均予算:4,500円(通常平均)、3,500円(宴会平均)

電話番号:03-3551-5535

住所:〒104-0041 東京都中央区新富1-4-3 レプレビル1F

#### ※11月1日~11月30日にメニューフェアを開催



- ◆参加者の声
- ・身体に悪い農薬が多く使用されている野菜が普通に出回っていることが恐いと思いました。(40代女性)
- ・有機野菜はよく洗えば皮ごと食べられるということを知り参考になりました。 (40代女性)
- ・有機野菜を購入できるイベントなど定期的にあれば参加したい。(40代女性)
- ・有機野菜を手に入れる方法を知りたい。(30代女性)

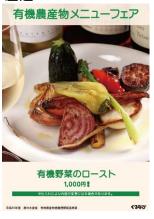
#### ◆シェフの声

・普段から有機野菜を扱っていることもあり、お客様にはスムーズに受け入れられてた。メニューだけではなく有機野菜の魅力も伝えられるよう工夫しました。 もう少し告知の部分を大々的にできればより良かったと思う。





#### 差込メニュー



#### ③セレーナ(東京都港区)

開催日:2月22日開催

参加費:4,000円 参加者数:9名 総席数:22席

平均予算:6,000円(通常平均)、1,350円(ランチ平均)

電話番号:050-5796-8785

住所: 〒108-0073 東京都港区三田5-7-8 ジャンボール三田1F

#### ※11月1日~11月30日にメニューフェアを開催「



#### ◆参加者の声

- ・身体にいいものをとりいれたいと考えていたので、色々な種類の野菜を使い、 野菜不足を改善させていければいいと改めて思いました。(40代女性)
- ・有機野菜は野菜の甘みを生かした料理に向いているという点が参考になった。 生産者の情報や栽培の工夫なども知りたいです。(30代女性)
- ・家で作れそうなメニューで嬉しいです。今後も例えば旬のものを使って家で 簡単に作れるメニューの料理教室があれば是非参加したいです。(30代女性)

#### ◆シェフの声

・当店ではもともと野菜料理に力を入れていたのでお店のイメージにマッチして よかったと思います。既にバーニャカウダなどで有機野菜を取り入れて提供 しています。

普段の料理と目先を変えたりとか組み合わせを工夫したので<mark>参加者には興味を もっていただけた</mark>と思います。







#### ④10th story ~1001~目黒(東京都品川区)

開催日:2月13日開催

参加費:5,500円 参加者数:13名 総席数:40席

平均予算:6,000円(通常平均)、3,000円(ランチ平均)

電話番号:03-5420-0777

住所: 〒141-0021 東京都品川区上大崎2-13-28ソフィア白金1001

#### ※11月1日~11月30日にメニューフェアを開催「



#### ◆参加者の声

- ・以前から有機農産物に興味はあったが<mark>価格が高い</mark>ので、こういう機会でないと 食べられないと思い参加。有機野菜の種類の多さに驚きました。(20代女性)
- ・今まで知らなかった野菜を知ることができた。(20代女性)
- ・健康に良さそうだと思った。今度自分でも作ってみようと思う。(30代男性)
- ・味の違いや栽培方法、産地などに興味がある。(20代女性)

#### ◆シェフの声

・野菜のソースのバーニャカウダを作り他とは違う味わいを出しました。野菜そのものの味を楽しめるようにしました。今回はキノコがそこまで甘くなかったが、和風パスタでソースに味がしっかりあったので、キノコは味より触感を楽しみました。キノコのパスタは今回の味付けで今後のメニュー導入を検討。







#### ⑤無国籍ダイニングヴィットリア(千葉県柏市)

開催日:1月21日開催

参加費:1,980円 参加者数:5名

総席数:32席

平均予算:3,000円(通常平均)、3,500円(宴会平均)

電話番号:050-5796-3698

住所: 〒277-0005 千葉県柏市柏3-1-9 森山ビル1F



- ・アヒージョ、ジェノベーゼは難しいというイメージがあったがア持っていた よりも簡単そうだったので家で練習します。(20代女性)
- ・家でも手軽に作れるお料理を学ぶことができて良かったです。(20代女性)
- ・今回の有機レシピを学び、葉物とそれ以外で火の通り方が違う点が参考に なった。(20代女性)

#### ◆シェフの声

・有機野菜は味が良いので食材の味をストレートに感じられる内容を意識し、 家庭でも簡単に作れるレシピを作りました。参加者の反応が良かったので、 次回も開催希望。ほうれん草は味がしっかりしていて、サツマイモは甘みが 強くておいしかった。







#### 7、新規就農者向けの販売戦略の構築を支援するための相談活動

#### (1)相談活用の概要

生産者とシェフを繋げる当社のサービスであるGPM(ぐるなびPRO メンバー)として、全国の新規就農者10生産者(5年以内9生産者)のサポートを実施した。 それぞれの生産者に弊社の担当者が付き、販売戦略の立案から販売促進のサポートを行った。まずはヒアリングレポートを活用し徹底的に生産者情報を理解し、 年間の戦略スケジュールを作成した。その後実際に飲食店のシェフへの商品紹介や展示会、マルシェ出展のサポート等を行った。

#### 生産者ヒアリングレポート

|         | ぐるなび太郎<br>茨城県茨城市茨城1-1-1<br>1999年9月  |                            |  | 役職                |                     |                     | 社長               |  |  |                   |  |  |
|---------|---|----------------------------|--|-------------------|---------------------|---------------------|------------------|--|--|-------------------|--|--|
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 1000年0日   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   | 9年9月 資本金 1,000万円           |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 年間3,000万円(豊作時4,00   | 0万円、不作時                    | 2.000万円)   | 利益                |                     |                     | 年間300万円          |  |  |                   |  |  |
|         | トマト農園   |                            | -1   | 従業員数              |                     |                     | 5人               |  |  |                   |  |  |
|         | 100ヘクタール 地代 (ビニ   | -1007                      | m 1182 000 TE III  |                   | 11+±01-7EU          | intri \             |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 100ペクタール 地代 (ヒュ   |                            | 9)10)2,0007) 1-  | 2~3年に16           | 川よ町面に扱り             | EC)                 |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | よいトマトの品種を探すのに   | は苦労した(含                    | 全国50のトマト   | 農家を半年掛            | けて食べ歩い              | t=0)                |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 金太朗トマト  |                            |  | 品目                |                     |                     | トマト              |  |  |                   |  |  |
|         | たが、なかなか味見した味  | が再現できない                    | いるいろな  | 人に聞いてみた           | こところ、土壌の            | のミネラル分が             | 味見した土地           | と異なることを  | トマトに出会っ<br>発見した。今は                       | て栽培を始る<br>は、ミネラル分 |  |  |
|         | 首都圏への拡版を意識、値  | 書への拡版を意識、値段との折り合いでこの土地を選んだ |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 10トン  |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
| 1月      | 2月 3月   | 4月                         | 5月   | 6月<br>〇           | 7月                  | 8月                  | 9月               | 10月  | 11月                                      | 12月               |  |  |
|         | 口金太朗トマト:糖度が10度<br>味が虫を寄せ付けづらく、1   | (ある甘いトマト<br>てやすさがあ         | ・。トマト嫌いの<br>る。但し、水分  | 子供20人に1<br>に弱いので、 | とべさせたとこ?<br>雨が多い6月は | 5、18人が食べ<br>:通常月以上に | られた。通常<br>水分への配点 | のトマトに比べ<br>似が必要。                                 | て病害に強く、                                  | 葉っぱの苦             |  |  |
|         | 祖父の作ったトマトの味にな   | るべく似てい                     | るトマトを探し  | ていた。冬のト           | マト栽培も考え             | たが、重油が              | 直上がりしてお          | り、夏野菜に   | 特化した。                                    |                   |  |  |
|         | アメーラトマトと茨城4号の祖  | Ht合わせ、果                    |  |                   |                     |                     |                  |  |  | 果水清氏。知            |  |  |
|         | 6~9月。収穫は毎朝5時~   | 7時に行う(収利                   | 後、暑い中産   | 品を移動させ            | ると傷みが発:             | 生するため)期             | 間中は休みか           | ほとんどない   | 状態。                                      |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  | - American (1981)                                | was me                                   | 4 7 - 1.          |  |  |
|         | で連作障害を抑えた。日照  | が長ければ、君                    | き度は上がるの  | ので、日照不足           | が心配。                |                     |                  |  |  | FOLE              |  |  |
|         | 創業時、50%は国の補助金   | 2、15%は県や                   | 経営改善計画<br>市の補助金、   | を作成し、市 <br>残りは金融機 | 町村から当該で<br>関の融資で第一  | 女害計画の認知<br>った。      | を受け、認定           | 『農業法人の関  | 199.                                     |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
| 分品      | 10% 一部病害などが見られ  |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 社名・店名   | 卸值                         | 市場価格   | 利益                | 納品頻度                | 納品                  | 方法               | 1回ロット  | 納品割合                                     | 等級                |  |  |
| JA      | -   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | -   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
| 卸       |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 五穀や株式会社   | 2ka=800円                   |  |                   | 週に1回                | 佐朝9時頃取り             | こ来る              | 100kg程度  | 50%                                      | A品より              |  |  |
| me      |   |                            |  |                   |                     | 74,1-13047          |                  |  |  | 少し劣る              |  |  |
| IU) (SE |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  | -  | y 095 W           |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  | -  | -                 |  |  |
|         | ささや(地元スーパー)   | 2kg=1,200円                 | 200g=200円  | 2kg=500円          | 連絡あり次第              | 日社トラックで制            | 延                | 15箱(30kg)  | 10%                                      | AД                |  |  |
| 小売      |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  | <u> </u>          |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | わたた株式会社   | 2kg=1,000円                 |  |                   | 毎日                  | 白社トラックで制            | RIE.             | 1箱(2kg)  | 5%                                       | A&                |  |  |
|         | トラットリア トマトハウス   | 10kg=4,000円                |  |                   | 毎日                  | 白社トラックで制            | 隧                | 3額(6kg)  | 10%                                      | A品                |  |  |
| 飲食店     |   |                            |  |                   | 1                   |                     |                  | 1  |  | t e               |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 白針基標節高  | <b>-</b>                   | 212 F00F   | '9911- L 7        | FEIA                | W22 2241P4          |                  | <del>                                     </del> | <u></u>                                  | A.B.              |  |  |
| その他     |   | <b>—</b>                   |  |                   | ma- v               |                     |                  | <del>                                     </del> | 019                                      | R.B.              |  |  |
|         |   | L                          |  |                   |                     |                     |                  |  | 10%                                      | ឧដ្               |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  | io   |  |                   |  |  |
|         | 安定価格は難しい。値決め  | が可能なのは                     | 、相場が下が   | っても通常の値           | <b>格で買っても</b>       | らえるこだわり             | 商品か特別割           | 安な商品のみ   | ١.                                       | 6                 |  |  |
|         | 紹介で広げていきたい。   |                            |  |                   |                     |                     | 介。営業人員           | がいるわけで   | はないので、                                   |                   |  |  |
|         | 飲食店からは、シニア向けにもう少し糖度が低いトマトを作ってくれといわれており、対応する予定。  |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 質の高いトマト。ニーズに応じたトマト育成を行うことができる。  |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | 今後は飲食店への拡大をはかり、店やシェフのブランドネームを借りて、通販に力を入れていきたい。  |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  | しないと消費は  | 下がる一方。                                   |                   |  |  |
|         |   |                            |  |                   |                     |                     |                  |  |  |                   |  |  |
|         | ハウス、豊梅など高額な設  | <b>歯投資を行った</b>             | ので 計算で   | きる服路を箱            |                     |                     |                  |  | 探し続けるうえ                                  | <b>t</b>          |  |  |
|         | 1月<br>1月<br>1月<br>2日<br>2日<br>2日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3日<br>3 | 国社 2017年の高級を停すが、           | 型性 24・マキの品種を探すのには苦労化した(<br>金魚部)マト 地がかった単数を持ていていたが「産型と<br>を放けって農業を行っていたが「産型と<br>がなくなからない場合した機能を含め、<br>を加えるため有機管理を利・月の2ヶ月<br>日本型を作っていたが、産型と<br>を加えるため有機管理を利・月の2ヶ月<br>日本型を削ります。 | 日社 ***            | 日社                  | 語せ                  | 語せ               | □社   | □ 10 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 | □ 10社             |  |  |

#### 年間スケジュール

|    | 初年度   |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|----|-------|-----|------------|----|----|------|-------|------|------|-------|------|
|    | I期    |     |            | Ⅱ期 |    |      | Ⅲ期    |      |      | IV期   |      |
| 市場 | ・ターゲッ | ト分析 | 市場・ターゲット分析 |    |    | ターゲッ | ト確定・ア | プローチ | ターゲッ | ト確定・ア | プローチ |
| 1月 | 2月    | 3月  | 4月         | 5月 | 6月 | 7月   | 8月    | 9月   | 10月  | 11月   | 12月  |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |
|    |       |     |            |    |    |      |       |      |      |       |      |

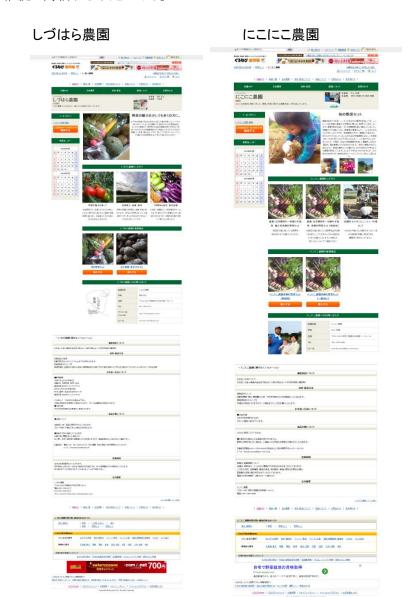
#### (2)支援生産者一覧

本事業では、下記生産者の支援を行った。本支援に希望する生産者で、販促に積極的な新規就農者を対象とした。また本事業のみで終わらせるのではなく、今後も継続的に支援を続ける予定である。

| 生産者名         | エリア              | 就農年数  | 品目                              |
|--------------|------------------|-------|---------------------------------|
| 萩原農園         | 埼玉県児玉            | 5年    | ちぢみほうれん草・ブロッコリー・とうもろこし・茄子・人参    |
| 飯田農園         | 愛知県名古屋市          | 6年    | 有機トマト及びその加工品                    |
| しづはら農園       | <br>  茨城県水戸市<br> | 4年    | 有機野菜60品目程度                      |
| 成田ふぁーむ       | 大阪府豊能郡           | 2年    | リーフレタス・レタス                      |
| ビオランド紀の川     | 和歌山県紀の川市         | 4年    | 葉物、茄子、オクラ、きゅうり、みかん              |
| にこにこ農園       | 神奈川県藤沢市          | 4年    | 有機野菜約50種                        |
| ひなた村         | 山形県長井市           | 1年以内  | 行者菜                             |
| ムカエあぐりらんど    | 岩手県一関市           | 10年以内 | 小松菜・ほうれん草・芋・いちご・にんにく・長芋・ごぼう、加工品 |
| 信州オーガニックジャパン | 長野県須坂市           | 5年以内  | 果実・野菜・味噌                        |
| ファームさいかち     | 長野県塙科郡           | 5年以内  | 大根など約15品目                       |

#### (3)当社サイトの活用

新規就農者の支援の一環として、当社サイトへの情報掲載で、BtoB、BtoC]両者への情報発信を行っている。WEBサイトも本事業で終了させるのではなく、今後も継続し掲載する予定である。





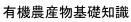


#### 8、WEBを活用した消費者への周知活動

#### (1)相談活用の概要

生産者とシェフを繋げる当社のサービスであるGPM(ぐるなびPRO メンバー)として、全国の新規就農者10生産者(5年以内9生産者)のサポートを実施した。 それぞれの生産者に弊社の担当者が付き、販売戦略の立案から販売促進のサポートを行った。まずはヒアリングレポートを活用し徹底的に生産者情報を理解し、 年間の戦略スケジュールを作成した。その後実際に飲食店のシェフへの商品紹介や展示会、マルシェ出展のサポート等を行った。

# トップページ 有機野菜 ● 有機農産物って何? ず有機JAS認証って何?





#### 身の回りの有機について



#### 講習会動画



#### 食べる有機野菜



CARDHONEA >

料理教室開催レポート



#### 商談会等開催レポート



Copyright® Gurunavii, Inc. All rights reserved.

C BEETHOMEN >

< BETHOMEA >

Copyright() Gurunevi, Inc. All rights reserved.