

農家と消費者の架け橋へ

第4期SAS東京
農業チーム
(SocialAgricultureSatisfaction)

これまでの活動まとめ

農家のこせがれネットワーク

みずほの村市場

土と平和の祭典(種まき大作戦)

JA湘南でてこい祭り

農と食の仕事にこだわりたい人に贈る講演会 & 交流会

みやじ豚BBQ

東京朝市アースデイマーケット

緑提灯

農業技術通信社

産業全体での問題と、生産者、消費者の問題があり、相互に絡み合っている

【産業】

■未成熟

○農業経営の非効率

■国際競争力の低さ

○安い輸入品に対する競争力がない

○減反政策、高関税の是非

○高額の補助金

■農業の衰退

○農家の高齢化、農業従事者の減少

○休耕地の増加

○自給率の低下



【生産者(農家)】

■経営力不足(マーケティング、営業力、など)

○経営意識の不足(生産だけすればよい)

○補助金頼みの経営

○兼業農家、家族経営が多い

○多くの農家が低収入(収入の格差)

【消費者(個人・飲食店・流通)】

■安心・安全な農作物の入手が容易でない

○農業に関する無関心

○情報の不足

どこの農家がどんな農産物をつくっているのか？

消費者に役立つ農産物の特性等

○大手流通に左右される物流。

問題意識

- 市場の閉鎖性(農業と生産者に値段を決めさせない)
- 農家のJA以外との取引の少なさ
- 消費者の農作物へ対する知識の少なさ
- 消費者(メーカー)が求めるものが農家に伝わらない
- 自らの農作物が持つ価値に生産者が気づかない

お互いのコミュニケーション(知識)の不足

KAKEHASHI

～アクションプラン～

- 農家と消費者を繋ぐ架け橋に！

SocialAgricultureSatisfaction

(やる気のある農家と飲食店・消費者のマッチング)

農家にとってのマーケット

消費者にとっての案内役

志の高い農家をサポート

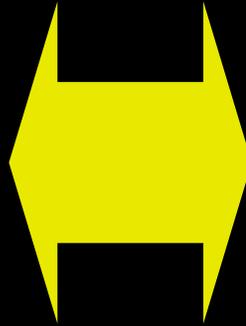
情報の流通のお手伝い

農家と消費者(プロ)をつなぐことで

農家、消費者がかかえる問題解決に貢献する

【農家】

- 安定量を安定価格で売りたい
- 誇りを持って作った作物を価値がわかる人に買ってもらいたい
- 自分の作物の価値創造



【消費者(プロ)】

- 他店との差別化
- お客様に対して商品の質のアピール
- 質の良い食材仕入れ
- プロとして誇りを持てる商品を買りたい
- 店のブランド力形成

～ 条件を満たす農家と
条件を満たす消費者(プロ)をつなぐ ～

■条件とは■

農家と消費者(プロ)共に

- (1) 理念がしっかりしていること
- (2) 質の高い農産物・料理・商品開発を作っていること
- (3) 美味しいものをつくろう！という情熱があること
- (4) ”お客様のために”という高い意識をもっていること
- (5) 向上心を持って努力していること

情報流通のお手伝い 2

■1st ステップ■

- 条件に合う、農家と消費者(プロ)を探す
- 出逢う
 - ～我々と農家、我々と消費者との膝を交えたリアルな交流～
- 信頼関係をつくる
 - ～我々と農家、我々と消費者との間に信頼関係を構築～
- 農家と消費者(プロ)をつなぐ
 - ～膝を交えたリアルな交流のお手伝い～

■2nd ステップ■

- 出逢った農家と出逢った消費者(プロ)のデータベース化
- つながった農家と消費者にさらにKAKEHASHIを広めてもらう
- ネットを使った活動報告

※他社との差別化

- 規模が小さいからこそ、ひとりひとりの顔がわかる生身の人間による”膝を交えたリアル交流”により、人の温度、人間力が伝わる交流を目指す。
- 質、信頼性の高い情報
 - 交流により生まれる相互モチベーション向上
 - 感動、刺激により人間的なあたたかさを生む
 - リアル交流による、人と人との出逢いの波及効果により、更に出逢いを生む

“つなぐ”ことによって生まれる効果

<農家にとって>

- 市場を通さない販売経路を開拓できる
- 質の高い”プロの店”で扱われることによるブランド力形成、PR効果
- 販売量、販売価格の安定、確保
- 消費者のニーズを意識した生産を行えるようになる
- 売上向上

<消費者(プロ)にとって>

- 他店との差別化(うちの店だから、食べられる食材)
- 農家の顔が見える質の高い農作物(安心、安全、美味しい)を手に入れることができ、質の高い美味しい商品・料理づくりにつながる。
- 売上向上

<相互作用>

- お互いの生の声を聞く事ができ、お互いの商品開発、生産に活かすことができる。
- モチベーションの向上
- お互いの商品価値を高め合うことにより、相互ブランド力向上

これから！

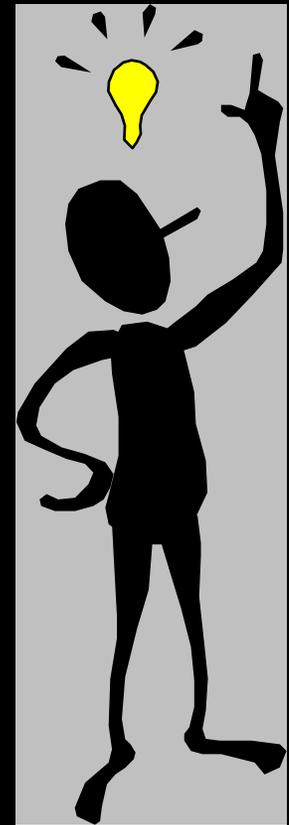
- 短期的な目標

一人でも多くの農家と消費者の架け橋へ。
まずは身近な農家と消費者のマッチング

- 長期的な目標

農家と消費者の距離を縮める。
お互いの理解を進め、情報の流通を活性化させる
ことが農業の活性化に繋がる。

農家と消費者の意識改革 (一万人の一步を！)



ご清聴ありがとうございました。