

A close-up photograph of a pair of weathered, brown hands cupping a small, vibrant green seedling with four leaves. The seedling is growing out of a mound of dark, rich soil. The background is a dark, textured surface, possibly more soil or a dark fabric, which makes the hands and the plant stand out. The lighting is soft, highlighting the texture of the skin and the freshness of the plant.

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

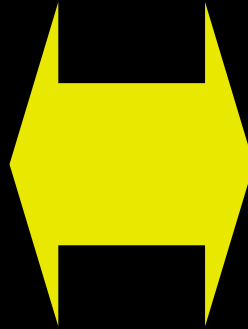
# 情報の流通のお手伝い

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！

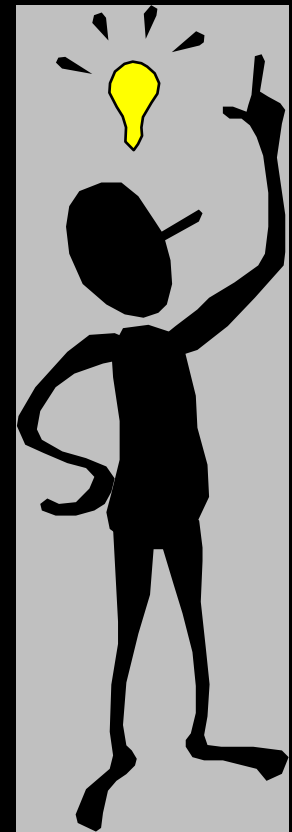
- 短期的な目標

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。