

農家を継いだ事業者が、実施機関(NICO)との連携で販路開拓！

ファーム193(新潟県)

稲作・果樹栽培・果物と野菜のドライ加工と農家民宿とを営む佐渡の農家。

1. 相談のきっかけ

地元出身のサブコーディネーター(SCO)が以前より相談に乗っていたところ、相談者が農家民宿を始めるとあたり、サービス価格設定を含め、どのように事業計画を詰めればよいかSCOに相談があった。

相談者自身の事業承継の問題もあったため、経営全体の方向性についても考えたほうがよいとSCOは判断し、当拠点へ相談を促した。

2. 課題整理・分析

■当初は農家民宿の開業を希望していたものの、事業者は栽培と加工の作業が忙しく、立ち止まって経営全体の方向性を検討できていなかった。そこでまずは、現在の事業者の経営状況やビジョンを整理することが先決と判断。

■また、事業者の考える農家民宿は売上(利益)を目的としたものではなく採算確保にはやや難があると判断したため、既存の事業、特に利率も高く安定して生産できるドライ加工品の販売で安定した売上(利益)を確保することが重要と判断。ただし、ドライ加工品は始めて間もない事業のため、販路開拓に力を注ぐこととした。

3. 解決策の提案

■ドライ加工品の具体的な販売先について助言。事業者は生産者としての視点が強いいため、消費者やバイヤーなど買う立場からの視点を知らせてもらう意味も含め、実施機関であるNICOの販路開拓事業を活用することを当拠点から勧め、NICOの担当部署に繋いだ。

■その際に、将来的にどのような農業者になりたいのか、商品コンセプトは何かという、ビジョンづくりの重要性を当拠点から粘り強くアドバイス。

4. 成果

・NICOが管理している県のアンテナショップ『表参道ネスパス』でテスト販売実施が実現。首都圏の消費者の「価格」に対する反応に事業者は「いいものなら高くても売れる」ことを実感した。また、その際にPOP等の販売促進ツールが重要であることも理解でき意識改革につながった。

・NICOが行う『うまいものセレクション会議』に出品。バイヤー等専門家による評価で、カタログ掲載の可否が決まるため、事業者は、専門家の評価を受け、値段の付け方からパッケージ、ネーミングの勘所等、コンセプトづくりの元となる重要な要素に気づきを得た。

⇒こうした活動の結果、NHKの番組「キッチンが走る」からの取材申込みがあった。今後放送されればネット検索されることが考えられるので、それに備えブログを開設。今後パブリシティの結果としてさらなる商品の引き合いが見込まれる。

<相談者のコメント>目の前の作業をこなすことに精一杯で、がむしゃらに突っ走って来たけれど、立ち止まってきちんと考えることができた。

父から農業を引き継ぎ、経営者としてはこれからがスタートだと思っている。今後も、よろず支援拠点そしてNICOには引き続きの支援をお願いします。

<収穫前農産品(左)とドライ加工品(右)>



<NHKの番組情報>



キッチンが走る

2015年10月02日 | お知らせ

10月9日(金)放送の「キッチンが走る」に夫婦で登場します。

【放送予定】 NHK総合

・10月9日(金) 20:00~(関東)

・10月10日(土) 10:05~(関東)

・10月13日(火) 15:15~(全国)

★詳しくは → [キッチンが走る](#)

ぜひ、ご覧ください。