

事業所名	従業員規模	所在地	支援テーマ	支援回数
たなまち農園	従業員 3人	福岡県福岡市	新規就農者における事業計画策定・販路開拓支援	コーディネーターのみ 1回 専門家同行支援 2回

相談内容・現状課題

■相談内容

次世代人材投資資金(準備型)を受けて農家にて実地研修を行っており、今年の10月末で終了となる。年中栽培を行うために多品目栽培で30種類以上の栽培を行い、来年春に就農を計画している。日本政策金融公庫の農業者向け創業融資を受ける為には、次世代人材投資資金(経営開始型)の研修計画を作り、認定を福岡市から受ける必要がある。計画書の策定支援を受けたい。

■現状課題等

- ビジネスモデル、キャッシュポイントの整理(生産だけでなく、事業として成立させることが必須)。
- 強み、経験を活かした事業計画策定。
- 野菜のセット販売を中心とした生産計画、収支計画。
- 野菜のセット販売を売るためのブランディングと販路開拓。
- 多品目野菜ではブランディングできないので、代表する品目の絞り込み。

相談所の支援体制・伴走支援チームからの改善提案(問題解決方法)

■支援内容

1. 計画書の策定支援
自分で販路開拓を行い顧客に直接販売をするモデルであるため、野菜のセット販売のゴール設計から逆算して考える事を助言。生産量の確認、生産の特徴の確認、単価設定、生産量×単価で現状の圃場規模での最大売上金額と、必要顧客数を算出。(平均単価3,000円、月150セット、年間売上540万円)4年間で目標達成計画とする。就農初期の経営リスクを軽減させるための次世代人材投資資金・青年等就農資金の確保。
2. 販路開拓支援
BtoCのモデルなので、西新中央商店街のリヤカー部隊を活用した販路開拓を助言。リヤカー部隊で利益を出すのではなく、周知目的だと割り切る。そこからいかに野菜のセット販売に結び付けるかが重要である事を指導。
3. ブランディング支援
事業者の思いがブランドに仕上がることが大切である事を助言し、今のロゴマークについては再考を指導。ブランド認知は1年かけて行う。派手なリヤカーを作り、色でインパクトを与える。「棚町さんのリヤカー」でブランド化を行う。「安心のおすそ分け」をコンセプトとする事を助言。多品目ではなく、お客様にも好評で色も目立つ「にんじん」をブランディングの柱とし、ジャンパー、リヤカー全て「オレンジ」にして目立たせる事を助言。



支援の成果・その後の状況

■支援の成果・その後の状況

適切な販売計画を備えた事業計画が策定できたことで令和元年4月からの就農に向けた準備が整った。さらに次世代人材投資資金・青年等就農資金も確保できたことで、より安定して事業を進めて行く事が可能となり、無事に新規就農のスタートラインに立つことができた。4月からリヤカー部隊の正式出店が決まり、販路開拓の間口が出来る。正式出店の前に12月に初出展。生にんじんのスティックを試食として用意。有機野菜は商店街の相場からすれば安い価格ではないが、尖ったブランディングと味が評価され3時間で完売。設計通りのBtoCの入口ができて上がった。来期の支援テーマはセット販売への導線作りとなる。



リヤカー部隊の出展の様子

■コーディネーター所感

事業者は大学院を卒業後、2年間の農業研修にそのまま進み、新規就農をした。生産に関する知識や経験はあるが、経営や販売、販路開拓、マーケティングは経験が不足している。起業に必要なベース知識を早良商工会が支援し、具体的な内容を農業経営相談で支援を行った。商工会とチームで伴走型支援する事により、新規就農者にとっては安心して事業を始められることとなった。