

ビビッドガーデンのミッション

生産者のこだわりが “正當に評価される”世界へ

規模の小さい生産者にとって、いまの流通構造は、利益を上げていくのが非常に難しい仕組みです。

こだわりをもって農作業や漁に取り組む生産者も、いまや少しずつ、この業界から姿を消していています。

色鮮やかな農地や豊かな海を残し、持続可能な一次産業にしていくために。

栽培や漁にこだわりを持つ、規模の小さい生産者さんもきちんと利益を得ることができる世界を目指していきます。



食べチョクのご紹介

こだわり生産者が集う日本最大のオンライン直売所

「食べチョク」は認知度・利用率など9つのNo.1*を持つ日本最大の産直通販サイトです。全国のこだわり生産者から直接食材や花きを購入でき、消費者が生産者に食べた感想を伝えるなど直接やりとりできることが特徴です。



登録ユーザー
100万人+



生産者数
10,000軒+



商品数
50,000点

流通額：1ヶ月で2,471万円売り上げる生産者も

生産者別 月間最高売上



製品のブランディング・生産者様伴走支援・EC活用・フェア販売等で100件以上連携

全国の自治体、中央官庁との取り組み



Case

有機農業の取り組み促進事例

主な課題

- ・ 消費者側への理解が広がらず、購入促進や価格転嫁が難しい
- ・ 生産者側に取り組むべきメリットを感じてもらえず、既存の栽培からの置き換えが進まない
- ・ 消費者の行動変容につながったポイントが把握できず、次なる取り組みに繋げにくい

消費者理解の解像度を上げ、“有機”をテーマにつながる関係人口を拡大



45名が参加 ▶

消費者理解を深める
多面的な発信・イベント等を実施

反応率やコメント、食ベチョクでの販売
データなどを取得

何が消費者の行動変容につながるの
かを特定し、取り組みを拡大

Case

販路開拓_EC活用の事例

使い始めるための丁寧なサポート

佐賀県食べチョク（EC）登録生産者数（3年間）

18軒(2020年4月)→**168**軒(2024年8月)

初期の売上獲得を支援する

熊本市送料無料キャンペーンによる売上

2780万円（2week）

ファン化を促進するための多彩な情報発信

LP



SNS



メルマガ



動画



取り組み内容

- (1) 食べチョクスタッフによる出品支援研修会
- (2) 購買データの収集と分析サポート
購買データの収集と分析を行い、定量と定性面での分析結果を各生産者にフィードバック。
- (3) 送料無料キャンペーンの実施
- (4) 商品と梱包に対する個別フィードバック
食べチョクスタッフが商品内容、同梱物、梱包の観点で改善点を生産者さんごとにフィードバック。
- (5) web特設ページの開設
地域の特産品の魅力が伝わる特設ページを開設し情報発信。

導入自治体

佐賀県・群馬県・山梨県・大阪府・愛媛県、熊本市・大田市・中野市・宇都宮市・熊本県球磨郡錦町...など多数

Case

交流人口・関係人口の拡大_援農コンテンツの事例

主な課題

- ・ 就農→移住を連結した取り組みを行いたいがかっかけになる取り組みが作れない
- ・ 生産者の支援にもなるようなコンテンツを作りたいが、協力してもらうのが難しい
- ・ 参加者との継続的な関係が作りにくく、興味から行動への移行が難しい

複数企業の強みも活かしながら**交流人口を拡大し、移住・就農へのきっかけを作る**



サービスを活用した集客実施・および事務局を運営



受入生産者の拡大・およびコンテンツ造成を支援



ECでの購入により継続的な関係値を作り
関係人口化