

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

販路開拓_バイヤーとのマッチング商談会の事例

主な課題

- ・個々の事業者では商談先の開拓、および成約に至るまでの営業提案にノウハウがない
- ・展示会等での紹介のみでは具体的商談に発展しにくく、成果が出しにくい
- ・将来的な地域事業者における販路開拓の自走化を目指すため、伴走支援をして欲しい

具体的な商談先とのマッチング+商談会でのサポートも含めたコーディネートで取引成約を目指す

扱える商材

野菜や果物
肉・魚介類などの一次産品



飲料・調味料など
加工品全般



マッチング提案が可能なバイヤー

卸売

スーパー・量販店

飲食店

ドラッグストア

百貨店

など300社以上

Case

地域ブランディング_シェフ連携・料理教室の事例

主な課題

- ・量販店での販路拡大ではなく、小規模、小ロットでもできる高付加価値化を実現したい
- ・ブランディングの熱源になるコアなファンを獲得したいが、足がかりが掴めない
- ・素材の食べ方、活かし方まで含めた産品PRを行いたい

話題を呼ぶマーケティングと継続的な関係構築によるファン化・ブランド化



二重の販路拡大

ECで継続購入することでファン化を促進

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き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やすく、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



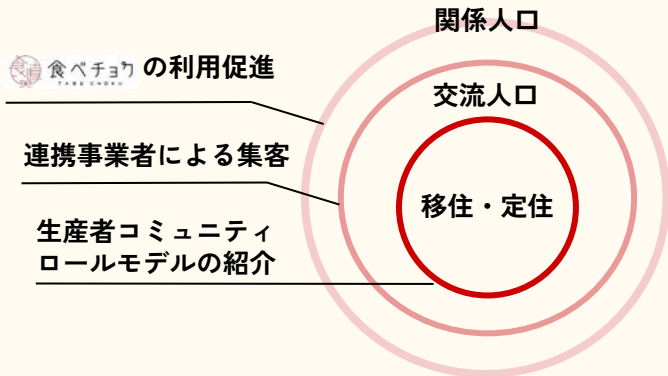
ECでの購入により継続的な関係値を作り
関係人口化

Case

関係人口の拡大_援農コンテンツの事例

 おてつたび とは？

短期アルバイト（お手伝い）とトラベル（旅）を掛け合わせた人材マッチングサービス。日本各地の季節的・短期的な人手不足で困っている地域事業者と、働きながら旅をしたい旅行者をマッチング。



取り組み内容

「活躍している生産者」と「おてつたびに登録する地域・農業に関心のある学生」をマッチングし、学生が、植え付けや収穫作業・食べチョクの梱包・発送作業などを生産者と共に取り組む機会を提供

- (1) 農業の魅力を伝えるためのイベント
「食べチョクおてつたび」を開催
- (2) 若者にとって憧れや目標となる
「ロールモデルとなる農業者」をリストアップ
- (3) マスメディア等への情報提供・制作

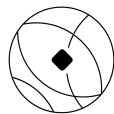
連携先

農林水産省・おてつたび・生産者

スポット人材派遣では「タイミー」とも連携

スキマバイトのタイミーと連携した、欲しいタイミングでの人材派遣、およびタイミートラベルと連携した関係人口の拡大を実施

インパクトスタートアップ協会とは？



Impact
Startup
Association

少子高齢化

閉塞感

これまで:多くの社会的課題を国だけが主体となって解決

課題先進国 日本



これから:民間が主体的に
課題解決に取り組める社会



インパクトスタートアップ



インパクトスタートアップとは

「社会課題の解決」を「持続可能な成長機会」として捉え

社会にポジティブな影響を与えるスタートアップ

- 1 創業の背景や企業の存在意義に「社会へポジティブなインパクトを与えたい」という意志が強く組み込まれている
- 2 目標とするパフォーマンスに「インパクト」に関する指標がある・作ろうとしている
- 3 インパクトの創出に関する活動を実際に行っている

インパクトスタートアップの強み

1 成長の余地 大きい

社会課題の複雑化とともに
市場が拡大する

2 若い起業家の卵 が多い

社会課題を強く意識している
Z世代ほど起業を志す人が多い (※1)

3 地方の雇用 に役立つ

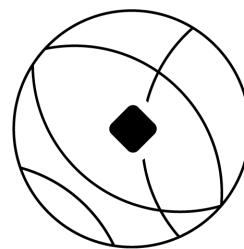
東京など大都市以外で起業している
スタートアップが多い

※イギリスのインパクトユニコーンの5割はロンドン以外を本拠(※2)

インパクトスタートアップ協会とは

「社会課題の解決」と「持続可能な成長」を両立しポジティブな影響を社会にもたらし
「インパクトスタートアップ」のエコシステム構築を目指し設立された非営利型一般社団法人

(2022年12月設立)



Impact
Startup
Association

インパクトスタートアップ協会 - 第一次産業プロジェクトチーム

第一次産業のスタートアップ合計28社が、テーマごとに推進上の課題と解決策をディスカッション (テーマ：農地・技術支援・流通・環境・ファイナンス・人材)

内藤委員 提出資料

一次産業スタートアップからみた課題と提言（意見）

インパクトスタートアップ協会
一次産業スタートアップPT
秋元里奈
内藤祥平
坪井俊輔

一次産業は、私たちの生活基盤を支える重要な産業であると同時に、人口減少や気候変動、グローバル市場の競争激化といった様々な課題に直面している。その中で、新たなテクノロジーやビジネスモデルを活用するスタートアップによる課題解決の動きは重要な意味を持つと考える。

しかしながら、スタートアップが一次産業の現場で成果を出し、持続可能な成長を遂げるためには、制度面やインフラ整備、資金調達環境など、乗り越えるべき壁が依然として多く存在している。本資料では、様々な一次産業スタートアップの声を集めた上で、現在の制度や市場環境の課題と、それらを解決するための具体的な提言をまとめる。

○議論事項の要点まとめ

<農地>

- 地域計画策定は農地集約・集積の観点で非常に重要な位置付けであるが、これらの業務が農業委員会や農地中間管理機構に依存しており、リソースとインセンティブの観点で国が定める集約目標を達成するのが難しい。

- 民間企業が農地マッチングに介在すべきは、まず地域外から広く農業法人等を誘致できるネットワークが自治体には無いことが言えるが、そののみならず、自



資料はこちら：

<https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/kikaku/bukai/attach/pdf/250122-10.pdf>

抜粋：人材

- 繁忙期に外部人材を採用したいが、農村地域ほどインフラ面が整備されていないため受け入れの難易度が高い。現状は自治体と協力し、教職員住宅の空きスペースに寝床を用意するなど、受け入れ態勢をなんとか作り出している状態。
 - 受け入れをしている農家から「市が寝床を用意してくれていることで一步踏み出せた」という声もある。内閣府や国交省の事業との棲み分けをしつつ、農水省にも人材登用につながるインフラ面の整備をご検討いただきたい。
- 外部人材登用の観点から、農作業の標準化も課題。人手を借りたいが、どこを手伝ってもらえば良いか分からないといった農家も多い。属人的な作業も多いため、心理的な不安や考える手間から業務の切り出しが進まず「自分でやった方が早い」という結論になりがち。
 - 外部人材を登用するための作業標準化についても営農指導の一環としてサポートをいただけないか。