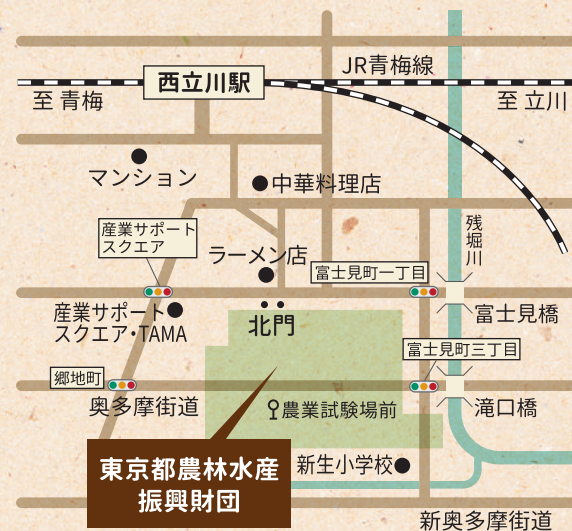




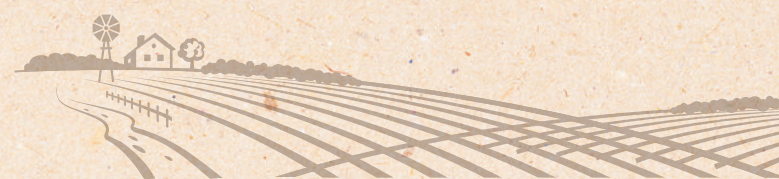
チャレンジ農業支援センター 支援事例集



チャレンジ農業支援センター
〒190-0013 東京都立川市富士見町3-8-1
TEL.042-524-3191 FAX.042-522-5398

公益財団法人 東京都農林水産振興財団
Tokyo Development Foundation for Agriculture, Forestry and Fisheries

東京の農家の創意工夫と
積極的なチャレンジをサポートします！



板橋ふれあい農園会 -板橋区- 活動内容を発信する ホームページの作成



相談内容

板橋生まれの自然と食を、
リアルタイムでおとどけます。

板橋区では、区内で生産された新鮮な野菜や果物の供給および農業を通じて自然に触れる機会を提供する目的で、生産物を直売する橋渡し役を行う政策を進めてきました。

直売やイベントに協力してもらえるよう、区内の農産物生産者に呼び掛けて発足した会が「板橋ふれあい農園会」であり、直売所の設置・運営を行う「スタンド部会」と、区内の小中学校に給食用の食材を出荷する「学校給食部会」で構成されています。

会の活動内容は板橋区のホームページに掲載されていますが、分かりづらい場所にある上、更新にも時間がかかるということで、会独自のホームページを立ち上げたいとのご相談をいただきました。



支援内容

ホームページを開設する目的は、「都市農業」である板橋の農業へ関心を持ってもらうことや、イベントの集客を上げることでした。

農園会が行うイベントの活動内容や、畑で農作物を栽培する様子をリアルタイムで発信できるようにSNSと連携させました。

野菜や果物の収穫時期やレシピを分かりやすく紹介するページを作成し、板橋区民や近隣住民に直売所へ足を運んでもらうコンテンツも充実させました。

今後は農園会のホームページを、農作物の販売促進につながる広報体制として確立することも期待されています。



SNSとも連動し、

情報をリアルタイムで発信。



イベントを
お知らせ！



新たな商品をPRする ロゴマークやパッケージ



相談内容

きめ細かな管理によって生まれた、
とろけるような完熟トマト

江戸時代から300年程続いている加藤農園では、
数年前からトマトの生産販売と収穫体験を行っています。

大、中、小の3品種を、ミツバチ受粉や最小限の水
と肥料を与えるなどの栽培方法を採用して健康的
に育てることで、長期間の収穫と販売を実現してい
ます。

中でも大玉の「サンロード」という品種は市場に
はほとんど出回らない希少なトマトで、贈答品とし
ての販売も予定されています。

これらの高品質なトマトを直売所やオンライン
ショップで販売するため、ロゴマークとパッケージ
を作成したいとのご依頼をいただきました。



支援内容

近隣にある同名の農園との差別化を図るため、
「Ripe TOMATO」というネーミングを提案し、ロゴ
マークとパッケージに使用することになりました。

薄皮で甘みの凝縮したトマトの特長を生かし、農
園の看板には「加藤農園の完熟トマト」というコ
ピーを入れています。

トマトの赤色を引き立てる黒をベースとした
パッケージで、贈答品としても最適な高級感ある
商品となりました。

更に、パッケージと同じトーンでデザインされた
農園のホームページも作成しました。

トマトの質、栽培方法などのこだわりが伝わる
ホームページは、SNSやオンラインショップと連携
してより多くの人々に加藤農園の魅力を発信して
います。

イメージを
統一した
ホームページ



より多くの人々に、農園とトマトの

魅力をたっぷり届けます。



トマトの
赤を引き立てる
黒でデザイン



集客力を上げるための 販促物とホームページの作成



相談内容

綺麗な花は、
育て方だけでなく見せ方も大切です。

山野草のすみれに価値を見出し、生産量が日本一となった栄花園は、「すみれの栄花園」と呼ばれて、約30年間も市場から高い評価を得ていました。

経営者の世代交代を機に、栄花園では自家農園での直売も始め、近隣の消費者とのふれあいを通じて、地域に愛される農園として再出発を進めていました。

花に親しめる拠点を作るため、おしゃれに改装された直売所では、フラワーデザインの要素を加えた寄せ鉢の手法である「ギャザリング」の教室も催されています。

そこで直売店の集客力アップにつながる、販促物作成のご要望をいただきました。



支援内容

「車で来園できる40代から50代の女性」をターゲットとした店作りをし、お客様を店舗へ誘導する導線づくりに必要な販促物を提案しました。

まず、目立たないところにあった店舗や駐車場の看板を、栄花園のイメージに合ったデザインにリニューアルして、道路沿いなどの目立つ場所に設置しました。

のぼり旗やPOP広告作り用のテンプレートも看板と統一感のあるスモーキーブルーベースのデザインに仕上げました。

より広域的なPRも推進するため、ホームページも構築しました。

四季折々の花の情報をリアルタイムにお届けし、店舗の目玉であるギャザリング教室の告知や予約受付はホームページ上からも行えるようになりました。



分かりやすくなった導線と

便利なホームページ。



教室の予約も
HPから



野菜を使った加工品製造の指導とラベルの作成



相談内容

規格外のニンジンが、見た目も味もグレードアップ。

調布市内で多品目の野菜を生産している斉藤農園では、ニンジンとイチゴをメインに栽培しており栽培面積は約60aもの広さです。

収穫した野菜は農協と収穫体験での直売にて販売していますが、販売促進のための取り組みを積極的に行っており、マルシェへの出店や、イチゴの摘み取り体験を実施しています。

農家における女性起業として加工品の製造にも挑戦しており、割れや傷ができた規格外のニンジンや、イチゴを加工利用するためのアドバイスと、製造された加工品のラベルを作成するご依頼をいただきました。



支援内容

斉藤農園のニンジンが薄皮で甘みが強いので、素材そのものが持つ味が活きるよう、ペーストはニンジンとグラニュー糖のみで作りました。

深く割れているニンジンは加工するのに手間がかかるので、ペーストだけではなく干しニンジンも試作し、完成度の高いものができあがり、この試作をきっかけに、ニンジン以外の野菜や果物もドライに加工して販売を開始しました。

ニンジンペーストのラベルはご要望に沿い、10年程前に作られたロゴと女の子のキャラクターを単色で配置し、デザイン性が高く可愛いものを制作しました。

また、イチゴの収穫が始まる時期に入っていたため、ニンジンペーストのラベルとシリーズになるデザインでイチゴのパックを梱包するフィルムも制作し、活用していただきました。



それぞれの素材の味を活かして

完成度の高い加工品に。



統一感あるデザインでシリーズ展開

10年親しまれてきたイラストをブラッシュアップ！



乾燥野菜の商品化に関する アドバイスと商品ラベルの作成



相談内容

いつも食べている地元の野菜が、
一味違う干し野菜に。

町田市では地産地消の推進のため、新鮮で安全な町田産の農産物を「まち☆ベジ」としてブランド化しています。きちんとした管理のもとで生産された農産物のみが「まち☆ベジ」として認定され、直売所や朝市、市内の飲食店などで販売されているほか、JA町田市では、「まち☆ベジ」野菜の加工品を「まち☆ベジFoods」というプライベートブランドとして展開しています。

また、地元産野菜のさらなる有効活用のために、電気乾燥機を導入して乾燥野菜を商品化する計画を進めており、その商品開発に関するアドバイスと、商品ラベルの作成についてご相談をいただきました。



支援内容

商品化を計画している候補の中から、どのような野菜が乾燥野菜に適しているかというご相談をいただき、専門家が自家製の乾燥野菜を用いて説明を行いました。

芋類以外の根菜や冬野菜が乾燥野菜に向いているというアドバイスを元に、大根、ほうれん草、シイタケの乾燥野菜を試作することになりました。

ラベルは直売所を訪れる高めの年齢層をターゲットに、親しみやすさ、手に取りやすさをコンセプトとして、手作り感や素朴感を感じさせるデザインを採用しました。

どの野菜のイメージにもマッチするラベルの付いた乾燥野菜は8種類が商品化され、「まち☆ベジFoods」ブランドの商品として直売所で販売されています。



地元産の安心・安全な野菜を

加工品としても楽しめる。



素朴で
手作り感のある
デザイン



大根
の葉

ほうれん草

椎茸

茄子

切干
大根

きんぴら
ごぼう

干し芋

ねぎ

落ち着いた色合いで
親しみやすく

ラベルのリニューアル、印刷フォーマットの作成



相談内容

手作りの「にぎりやじるし」を買いに行こう。

にぎりや農園は、柚子やトマト、カボチャをはじめとする30品目の野菜・果物を栽培しています。

収穫された旬の作物を使い、手作りでできる分だけのジャムや漬物などの加工品を生産して、直売所での販売を12年も続けています。

加工品に使用する作物も20種類と多種にわたっており、ジャムだけではなくピューレやソースなどの商品も追加される予定です。

ジャムのラベル印刷も農園内で行っていますが、従来の個々の作物をメインにしたデザインのラベルよりも、「にぎりや農園」全体をフューチャーしたデザインにリニューアルされたいとのご相談をいただきました。



支援内容

ラベルデザインは、にぎりや農園全体をブランド化することで、付加価値が生まれることをねらいとする方向性に決定しました。

様々な作物の加工品に対応できるラベルにするため、「農家」や「手作り」をキーワードに、にぎりや農園らしさのある判子や落款をイメージしたデザインを提案しました。

リニューアル後のラベルも農園内で印刷されるため、作物の名前とジャムやピューレといった加工品のカテゴリだけを差替えれば完成する印刷用フォーマットを作成、印刷にはWeb版のシステムを使用し、利用方法もレクチャーしました。

様々な加工品に対応できる

便利で使いやすいラベル。





由木農場 - 日野市 -

農園をPRするためのホームページを作成

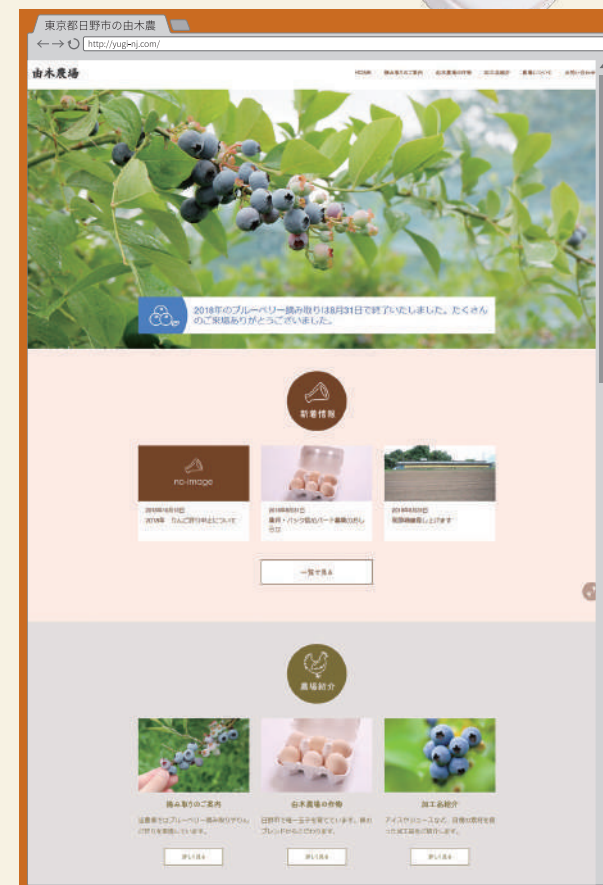
支援内容

由木農場では養鶏、野菜の生産、果物の摘み取り体験と多岐にわたる事業を行っているところが特長です。

そこで、「摘み取り体験のご案内」「こだわり卵の紹介」「加工品の紹介」のページを作成し、それぞれの生産物が入手可能な店舗の情報も掲載することで購入者の増加に役立てています。

また、農場は分かりづらい立地のため、来場ルートを明示するページを設置して足を運びやすくする工夫もしました。

特にブルーベリーの摘み取り体験にはより多くの人々に来てもらえるよう、摘み取りの開始時期には特設のコンテンツを掲載する予定です。



購入者の増加につながる

分かりやすいホームページ。



やわらかく、やさしいデザイン



相談内容

こだわって育てた鶏の産みたて卵と新鮮なフルーツをお届けします。

日野市内で唯一の養鶏場を営む由木農場では、国産の飼料米や魚粉、遺伝子組み換えをしていないトウモロコシなどをブレンドしたこだわりの餌で鶏を育て、安全で高品質な卵を販売することで地産地消を支えています。

20年ほど前からブルーベリー園とリンゴ園を開園し、夏にはブルーベリー狩り、秋にはリンゴ狩りの摘み取り体験も開催しています。

季節の野菜やブルーベリーとリンゴを使った加工品の販売も行っており、より多くの市民に由木農場を知ってもらうことで販売促進へつなげるため、ホームページを開設したいとのご依頼をいただきました。



予約システム付きホームページと ロゴマークの作成



相談内容

摘みたてをそのまま食べられる、
無農薬ブルーベリーを作っています。

閑静な住宅に囲まれたナイトウ果樹園では、ブルーベリーとブドウを栽培し、夏場には摘み取り体験も実施しています。摘みたてをそのまま食べてもらいたいとの思いから、ブルーベリーは無農薬、ブドウは減農薬で栽培しています。

農園ではブルーベリー狩りのシーズンが近づくと、観光雑誌などを見た方々から問い合わせの電話が頻繁に来るようになります。その対応によって農作業の手を止められてしまうことが多くなるため、ホームページを立ち上げて問い合わせを減らしたいのご相談をいただきました。

同時に来園者数をアップするための販促物制作もご依頼いただきました。



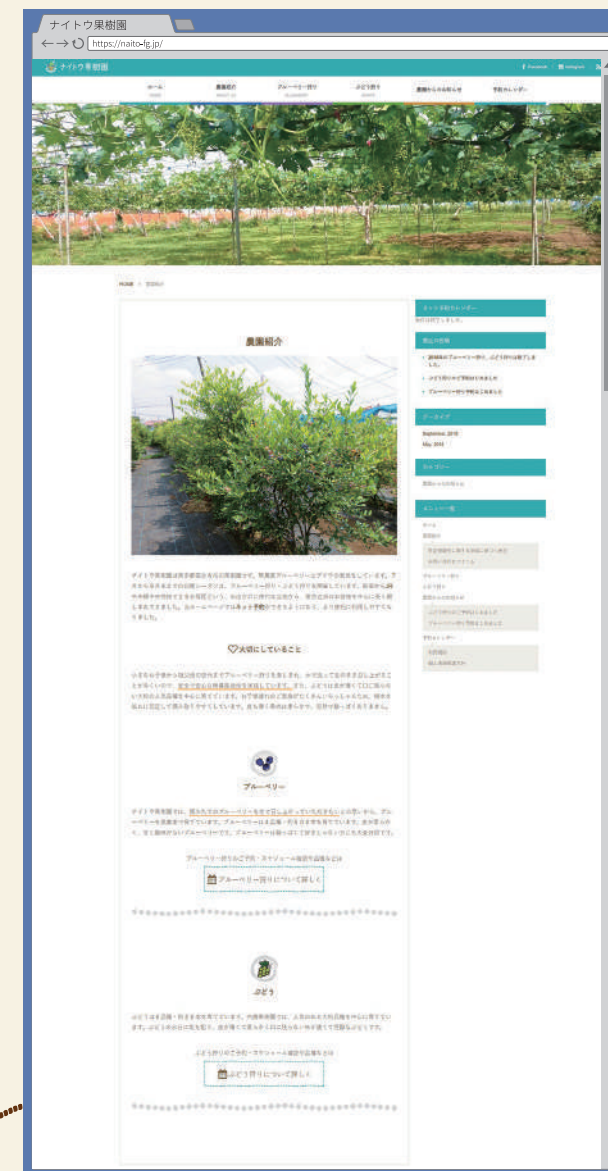
支援内容

ロゴマークは、フルーツを収穫する楽しさを表現したカゴ盛りフルーツの手書きイラストで、親しみやすさと温かさが伝わるものを制作しました。

このロゴマークを名刺とポストカード、商品ラベル用シールなどの販促物に展開しています。

ホームページも販促物と統一されたデザインで制作し、専用のフォームを設置して、問い合わせにはメールで対応できるようにしました。

また、予約管理システムを導入することで、ブルーベリー狩りの予約受付もホームページ上で完結できるようになり、受付作業の削減になったほか、海外を含む様々な地域からのアクセスがあることも分かりました。



分かりやすく
さわやかな
デザイン



ナイトウ果樹園

新事業立ち上げに伴う バラ園全体のブランド化



相談内容

無農薬のバラは、
食用としての楽しみ方も広がります。

ひかりフラワーは無農薬で栽培したバラの苗をメインに鉢植えや栽培用の雑貨を販売している、バラ苗専門店です。2014年に当センターの支援を利用してバラの自動灌水装置を導入し、少人数での運営が可能になりました。

最近、娘さんがバラのエディブルフラワー（食べられる花）を料理・菓子の材料として提供する事業を立ち上げました。また、通販の商品に新しくハーブエキスを追加することも検討しています。

エディブルフラワー事業の販売促進としてホームページを活用するため、古くなっていた機能、デザイン、コンテンツ等の見直し、更にバラ園全体のブランド化に向けてのご相談をいただきました。



支援内容

エディブルフラワー事業の販売促進では、まず、花の美しさを視覚で訴求する必要があります。しかし、従来のホームページはデザインが古くなっているだけでなく、スマートフォン用の表示にも対応していませんでした。

そこでまず制作したシンプルで品があるロゴは、ひかりフラワーが目指している「健康的で個性のある無農薬栽培のバラづくり」をコンセプトとしたブランドイメージが伝わるもので、エディブルフラワーの販売促進にも相乗効果が期待できます。

ホームページはこのロゴを使用したデザインに一新し、スマートフォン用表示に対応しました。

その他にもロゴがプリントされた鉢と、ハーブエキスのボトルに貼るラベル、ポストカードを作成し、ブランド化の推進に役立てられています。



シンプルで品のあるロゴに

ブランドイメージを託して。



HIKARI FLOWER
KOKUBUNJI



ロゴを
さまざまに
活用



活動をPRするための ロゴマークと販促物の制作



支援内容

まずは「花のまち『HAMURA』」をコンセプトとした羽村市園芸組合のロゴを作成することが決定し、ローマ字名「HAMURA」をデザインに使用しました。

ロゴは「HAMURA」の「H」を花の苗に見立てて、葉をつけた苗が羽村市の「羽」の文字にも見えるようにデザインされています。

このロゴマークはイベントスタッフが着用するジャンパーとエプロンに展開され、ロゴマークがイベント来場者の目に留まることで、羽村の園芸を効果的にアピールできます。

今後は販売ブースなどに設置するのぼり旗や、苗の配付時に使うトラックに貼るステッカーの制作も計画されています。

花のまち「HAMURA」を

親しみやすくデザイン化。



まずは
エプロンと
ジャンパーに

相談内容

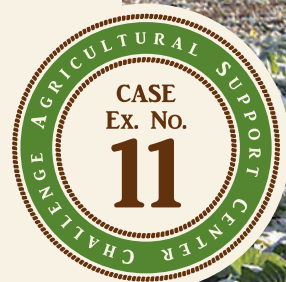
市民の手で広げていく、
花いっぱいのまちづくり。

花の咲く街、緑に囲まれたうまいのある街づくりを目指している羽村市は、官民一体となって植栽の活動を推進しています。

「花いっぱい運動」「パンジー・ビオラまつり」など四季折々の花をテーマにしたイベントが年間を通じて催されており、イベント時に花壇に植えられる花や、イベント参加者に配付・販売する花の栽培は羽村市園芸組合が行っています。

イベントを通じて羽村市園芸組合を認知してもらうために、イベントで使用するグッズの制作をご依頼いただきました。





レイモンドファーム - 西東京市 -

オリジナルのロゴマークを オフィシャルグッズに展開



相談内容

地域に開かれた、
面白い農家を目指しています。

西東京市で野菜農家を営んでいるレイモンドファームは、ホウレンソウ、枝豆、カブなど10品目の野菜を年間通して生産・販売しています。

品目ごとにできる限り長い期間、安定した品質・量を保てるように栽培技術の向上に努めて生産された野菜は、「クラフトベジタブル」と名付けられました。

繁忙期にはボランティアと協力して、農業の楽しみを共有しながら作業を行っています。

オーナーが以前から使用しているオリジナルのロゴを、農園でも多面的に活用したいとのご相談をいただきました。



支援内容

レイモンドファームの販促物は、ベースカラーの緑色に手書き風の白いロゴを配置したデザインとなり、シンプルなデザインがオーナーからも好評でした。

ロゴ入りグッズはレイモンドファームのオフィシャルグッズとして、Tシャツ、手ぬぐい、ワッペン、ステッカーなどに展開されました。

これらのグッズは農産物の販売に活用されるだけでなく、ボランティアのスタッフとロゴ入りのTシャツや手ぬぐいをお揃いで着用し、仲間と楽しみながら作業のできる農園づくりに役立てられています。

更に農園のホームページも作成し、畑での収穫体験イベントなど、地域交流を深めるための情報発信に活用されています。



農業の楽しさをみんなに伝える

様々なオフィシャルグッズ。



仲間と
お揃いで
着ています！

SNSと連動し
情報発信に
活用



日の出の夜明けプロジェクト - 日の出町 -

創立30周年を記念した 企画へのアドバイス



支援内容

検討されているノベルティーの中で、特に集客につながると考えられるのぼり旗と、直売所入口付近の看板、店舗入り口に貼る禁煙マークなどの案内シールの制作を提案し、具体的な設置方法についてもアドバイスいたしました。

ノベルティーは30周年記念で作成された赤丸のロゴマークを活かした、赤一色のシンプルなデザインになりました。

また、リピーターを定着させるために直売所の独自性を文章で表現する必要があることも説明し、新しく設定したロゴマークの由来や制作過程などを伝えるパネルの掲示も提案しました。

これらのアドバイスを実現したところ、直売所が農産物の価値を提供できるようになり、各種イベントで活用する計画も上がっています。

リピーターを定着させることも

重要なポイント。



赤が効いた
シンプルな
デザイン



相談内容

「日の出の直売所」を、
これからもよろしくお願いします。

日の出町ふれあい農産物直売所は、高品質ながらもリーズナブルな農産物を豊富に取り揃えており、お昼過ぎには商品が品薄になる程、地元の人々から人気があります。

平成30年で創立30周年を迎えることを記念し、愛称を「日の出直売所」に改め、直売所のロゴマークを制作しました。

直売所では30周年記念式典やイベントなどを企画しており、より多くの方に足を運んでもらうための集客方法やイベントの内容、ノベルティーの制作などを支援して欲しいとのご相談をいただきました。



アシタバ料理レシピの パンフレット作成



相談内容

お洒落なレシピでイメージチェンジ。

平成27年に発足した三宅島農業振興会では、近年の健康ブームで注目を浴びているアシタバを主力商品として生産、販売を行っています。

同年に当センターの支援にてアシタバのロゴマークとパッケージのデザインを作成しました。

現在はアシタバの生産量が増加し、仲卸業者を新規開拓して販路の拡大を推進していますが、利用方法が分からないとの声が上がっているため、スーパーなどへの販売を強化することが難しいという指摘がありました。

そこで、アシタバ料理が手軽に作れるレシピを開発し、仲卸業者が利用方法を消費者等に説明する資料として使えるパンフレット作成のご相談をいただきました。



支援内容

健康食品としての認識が高いアシタバは、「美味しくなさそう」「健康野菜は苦そう」「昔ながらの食材」というイメージが持たれやすくなっています。

このようなイメージを払拭し、新たに「美味しそう」「おしゃれ」「キャッチー」「かわいい」などのポジティブなイメージに変換することで、消費者に「アシタバを買って料理してみたい」と思われるデザインを提案しました。レシピには三宅島で開催された料理コンテストの入賞作品を盛り込んでいます。

また、アシタバは収穫時期で価格が変動するため、おしゃれ感のある「高級用」パンフレットと、キャッチーなイメージの「一般用」パンフレットの2種類を作成しました。



ポジティブなイメージを思い起こさせる

おしゃれなデザインに。



【高級用】と
「一般用」の
2種類



女性部のロゴマークと ジャムのラベルリニューアル



相談内容

明るく元気な島のお母さんによる 手作りレモンジャム。

八丈島では、戦前に導入され栽培されてきたレモンをハウス栽培し、灌水方法などを工夫し樹上完熟することで良質な果実を安定的に生産する方法を確立しました。通常のレモンよりも大きく皮ごと食べられるレモンは「八丈フルーツレモン」と名付けられました。

ジャムなどの加工品にも活用しており、女性メンバーから成る加工部会によって、朝市での直売や学校給食への提供などが行われています。

八丈フルーツレモンと砂糖だけで作られ、とろみをつけるペクチンにもレモンの綿と薄皮を使用したジャムの質の高さに見合うよう、ラベルのリニューアルと女性部のロゴマーク作成についてご相談をいただきました。



支援内容

製造に加工部会が携わっていることが一目で分かること、ラベルや野菜のパッケージ、のぼりやエプロンなどの販促物に幅広く展開できて、手作り感が伝わるデザインであること、とのご希望があったロゴは、八丈町の花であるストレリチアの花をモチーフに制作しました。花の元気な色合いが女性部の明るく楽しい雰囲気を伝えるデザインとなっています。今後はのぼりにも使用する予定でデザイン提案を行っています。

ジャムのラベルにはレモンのイラストにロゴを配置し、ベースカラーとなるオレンジと緑の手書き風文字でジャムの手作り感を出しています。

リニューアルされた商品は贈答用としての販売も計画されています。

ていねいに手作りされた商品を

島の明るい空気に乗せて。



デザインには
八丈島の花を
モチーフに



手作りのおいしさが
伝わるデザイン。



チャレンジ農業支援事業 平成30年度事業実績

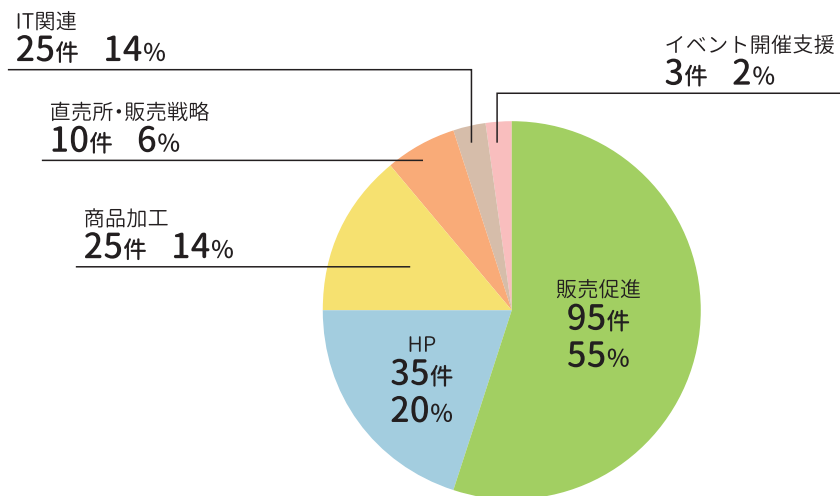
東京の強みを活かした魅力ある農業経営の展開を図るために、経営改善にチャレンジする意欲ある農業者、そのグループ団体に対して新たな取り組みへの支援を行います。専門家派遣や経費補助を連携して行い、東京農業の産業力を強化します。

専門家派遣

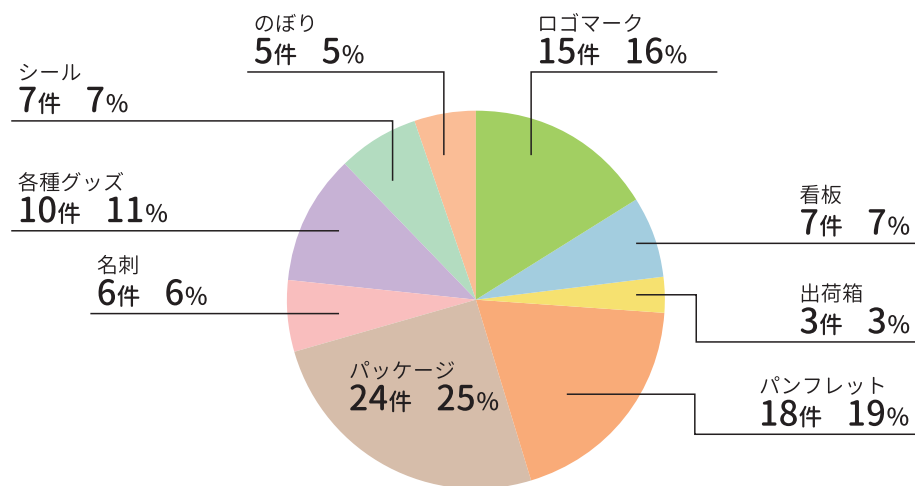
新たな経営に挑戦する際の課題解決のために各分野の専門家を派遣しアドバイスを行っています。1件5回、女性起業では1件10回の派遣を行っています。(費用は無料です。)

(平成31年1月末実績)

派遣内容分類



販売促進内訳



ポイント1 チャレンジ専門家派遣との連携

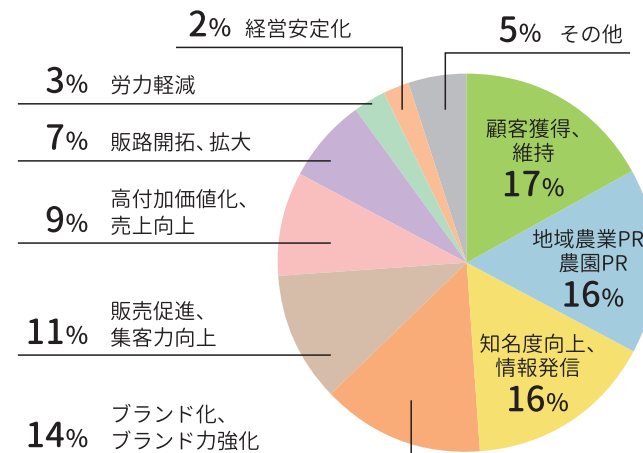
専門家派遣でうけた様々な助言を実現するために補助事業を活用すると効果的です。半額の経費補助を活用し、自己資金だけでは踏み出せなかった販促資材などをつくることができます。より効果的な宣伝活動のお手伝いをします。

補助事業

都内で農業を営む農業者等に対して、都内産農産物の販売促進、商品開発等の農業経営の多角化・改善に向けた新たな取組に必要な経費の一部を補助します。1事業実施主体あたりの事業費下限額は50万円以上上限額は500万円、補助率は1/2以内です。

審査会で事業計画を審査し、平成28年度には21件、平成29年度には24件、平成30年度には29件、合計で74件の事業実施主体に対して経費補助を行いました。(注) 平成30年度は平成30年12月末時点での見込み数字

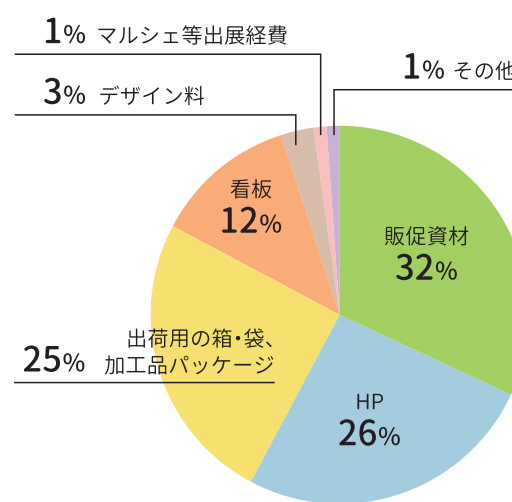
事業を実施する目的



その他

- 地産地消の推進
- 消費拡大
- 新規参入者増加
- 理解醸成
- 安定した販売体制の構築
- 直売所活性化
- 組合活性化

取組内容



販促資材 取組例

- オリジナルロゴマークを使ったのぼり、シール、スタンプの作成
- リーフレット、POP、ショップカード、名刺の作成
- ユニフォームとして、Tシャツ、エプロン、帽子、ブルゾンの作成

HP 取組例

- スマートフォン対応可能にする
- HP用写真の撮影
- 販売サイト、予約システム、顧客管理システムの内蔵

出荷用の箱・袋、加工品パッケージ 取組例

- ターゲットとする消費者層に合わせてパッケージのサイズを複数揃える
- シーズン商品の切り替え後も使えるよう汎用性の高いデザインにする
- 高級感のある贈答箱を作成する

看板 取組例

- 農園へ誘導をするため、主要道路沿いに看板を設置
- 観光農園のオープン時期を書いた看板
- 当日の取扱い品を紹介するスタンド看板

ポイント2 複数の取組を組み合わせる

ほとんどの方が複数の取組を組み合わせて実施しています。看板とのぼり、出荷袋とシール、HPとショップカード等、組み合わせることでより効果的な取組になります。