

2020  
Support  
Examples

チャレンジ農業支援センター

# 支援事例集



01 (株)山口トマト農場



02 どこでもマルシェ



03 宇佐美農園



04 高橋果樹園



05 東京うど生産組合連合会



06 粕谷野菜直売所



07 以志井農園  
いちごランド



08 カトウファーム



09 ネイバーズファーム



10 志村農園



11 東村山市果樹組合



12 中藤洋蘭園



13 森藤園



14 みやけじまファーム

チャレンジ農業  
支援事業  
令和2年度事業実績

15



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！



01

2020  
Support Examples

01

(株)山口トマト農場

— 練馬区 —

(株)山口トマト農場 | 練馬区 |

## トマトキーマカレー缶のラベル制作

### 相談内容

割れてしまった美味しいトマトを有効利用したカレー

ヤシガラ培地の養液栽培で育てた中玉トマトは、皮も薄く甘いと大評判で、収穫したトマトは、その日のうちにハウス併設の自動販売機で午前中に売り切れています。

ただ、栽培中に割れてしまったものは冷凍保存し、杉並区内の福祉作業所にカレーとしての加工を依頼しています。今回、そのトマトをふんだんに使用したトマトキーマカレー缶を直売所で販売するため、ラベル制作の相談をいただきました。



## 支援内容

B品として売るのではなく、新しい価値をプラスして生まれました

福祉作業所が新しいトマトカレーのレシピを考え小ロットの製造にも対応してくれました。缶にしたことで保存期間も長くなっています。

製品自体の美味しさに加え、新鮮なトマトの写真を全面に展開し、英字フォントをデザインしたおしゃれな缶はとても好評です。直売所でもすぐに人気となり、リピーターも増えています。

今後は練馬区内の5か所の直売所の他、マルシェ等のイベントでの販売を予定しています。



オシャレな海外雑貨のような

ポップなデザインが大好評



2020  
Support Examples

02

どこでもマルシェ | 練馬区 |

## 看板、横断幕、のぼり旗とチラシ、 オリジナルの防曇袋とエコバックの制作

### 相談内容

マルシェを盛り上げて、  
地元の皆さんに新鮮な野菜を届けたい

どこでもマルシェは、2016年に発足した練馬区石神井地区の野菜生産者の団体です。生産者が軽トラ・軽バンで運び入れて野菜を直接販売するスタイルで定期的にマルシェを開催しています。

新しい開催地であるJA東京あおば支店跡地は石神井公園駅にも近く、住宅街であるため人通りが多い場所ですが、今まで周辺住民への案内が十分でなく、集客に苦労するなどの課題がありました。

そこで、目に付きやすい看板や横断幕、のぼり旗とチラシ、販売時に使用するオリジナルの防曇袋とエコバック制作の相談をいただきました。



## 支援内容

### マルシェのファンになってもらえるように

看板と横断幕は、別場所での開催時にも活用できるように付け外しが可能で開催日時部分を変更できる仕様にし、開催の1週間前に設置、開催後は撤収しています。エコバックは野菜を購入した方へのプレゼントとして配布しています。練馬大根が入るよう大きさや強度にもこだわって制作し、次回開催時に持参してもらうことでリピーター獲得を、そして普段の買い物にも活用してもらうことでマルシェのPRに繋がることを期待しています。チラシは周辺の飲食店やクリニック等においてもらうことにしました。

実際に集客数が増えているのを実感しており、今後更に地元の皆さんそのためのマルシェとして定着し、消費者との繋がりが生産者のモチベーション向上や収入増加へと結びつくと考えています。



ポップで明るいデザインで

マルシェの楽しさを演出しています



2020  
Support Examples

03

宇佐美農園 | 足立区

## 生産者の思いを込めた 小松菜のパッケージ制作

### 相談内容

大切に育てた一品をお客様に届けるために

江戸時代から続く宇佐美農園では、馬糞や牛糞の堆肥を用い、さらに土壤中の微生物をいかに活性化させるかというところに着目しながら土づくりに力を入れ、小松菜を通年作っています。学校給食専門に卸していましたが、新型コロナウイルスの影響で学校が休校になり行き先が無くなってしまい、直売所やスーパーなどに出荷することになりました。

足立区は小松菜が名産であり、直売所では多くの小松菜が並ぶことになります。その中でお客様の目に付くよう、オリジナルのパッケージの制作の相談をいただきました。



## 支援内容

子どもたちへの想いを込めたパッケージで認知度が上がっています

袋のデザインは、宇佐美農園が15年ほど前から食育事業として、足立区内の学校の社会科見学や職場体験を受け入れていることから、「麦わら帽子の農家」と「子ども」をハートで繋ぐデザインとしました。以前からホームページで使用しているデザインのウサギも取り入れ、ホームページのQRコードを入れました。

直売所ではパッケージが目を引き、いち早く売れるようになりました。新鮮でおいしい小松菜を味わった消費者からはホームページ宛てに購入希望の問い合わせが来るようになるなど、ブランド価値も高まっています。



生産者と消費者を結ぶ

優しくてかわいいハートが目印です



令和2年度 専門家派遣

2020  
Support Examples

04

高橋果樹園 | 立川市 |

## 高級感あるリーフレット、贈答用箱、 手提げ袋、ラベルと便箋の制作



### 相談内容

どの季節にも味わえる魅力を  
多くの方に知っていただくために

立川市で江戸時代から養蚕や植木業を営んでいた高橋園ですが、現在はブルーベリーや桃など年間を通じて季節の果物を生産しています。

「高橋果樹園」ブランドとして以前にロゴマークとホームページを制作しましたが、季節ごとに提供できる果物についての案内が十分とは言えず、年間を通しての購入には繋がっていませんでした。

そこで、農園と果樹の紹介用リーフレットを作りました。

また贈答用途での注文も増えてきたことから、高級感のある箱、手提げ袋、また直売所の案内やのぼりのご相談をいただきました。



## 支援内容

商品価値を高め、購買意欲がわく、そんなブランドに成長しています

リーフレットは、園のこだわりや果実の種類と販売時期などを分かりやすく紹介し、コンパクトなサイズにまとめました。店頭で配る他に、高級感ある仕上がりとなった贈答用箱や手提げに手書きメッセージと共に同封することにより、贈った側、送られた側双方への周知に繋がっています。

直売所へ案内するA型看板やのぼりもテーマカラーであるブルーを共通して使うなどの工夫で、お客様へ情報のほかにも園の印象をより良く伝え、一層のブランド化に繋がっています。

高橋果樹園  
←→ URL: <https://takahashi-fruits.com/>

高橋果樹園  
新規登録  
会員登録  
会員登録  
アカウント  
お問い合わせ  
オンラインショッピング

● 果樹園日誌 ●

ごあいさつ

こだわりの東京フルーツをみなさまへ

ご購入はこちら

販売所  
オンライン販売

高橋果樹園  
〒191-0014 東京都立川市高橋町1丁目10番地  
TEL: 03-5932-1111  
FAX: 03-5932-1112  
E-mail: [takahashi@takahashi-fruits.com](mailto:takahashi@takahashi-fruits.com)



ブルーとゴールドで

高級感がありつつ、すっきりと

04

高橋果樹園 — 立川市 —

ブルーとゴールドで

高級感がありつつ、すっきりと

● 果樹園日誌 ●

ごあいさつ

こだわりの東京フルーツをみなさまへ

ご購入はこちら

販売所  
オンライン販売

高橋果樹園  
〒191-0014 東京都立川市高橋町1丁目10番地  
TEL: 03-5932-1111  
FAX: 03-5932-1112  
E-mail: [takahashi@takahashi-fruits.com](mailto:takahashi@takahashi-fruits.com)

QRコード

令和2年度 専門家派遣  
令和2年度 助成

2020  
Support Examples

05

## 東京うど生産組合連合会

立川市・小平市・国分寺市・三鷹市・武蔵野市・練馬区

### 東京うどのレシピブック、 専用の紙製スタンドの制作



#### 相談内容

江戸東京野菜「東京うど」のおいしさを、  
もっと家庭でも味わってほしい

うどは「室(むろ)」と呼ばれる穴の中で栽培されています。都内で採れたものを「東京うど」と呼び、主に多摩地区の名産として、「江戸東京野菜」にも登録され、高級料亭などに卸されています。

東京うどのブランド力を上げ販売していくためにも、ご家庭での消費を視野に入れ、うどに馴染みが無く食べ方が分からない、料理の仕方が分からないという方に向けた、レシピブックを作りたいとの相談をいただきました。



## 支援内容

分かりやすいレシピと保管しやすい形で誰でも気軽に東京うど料理にチャレンジできる

これまでレシピを掲載したチラシやリーフレットはありましたがあ、各地域がそれぞれに制作していました。そこでブランドイメージを統一するために、共通で使用する新しいレシピブックを制作しました。定番から新しいものまで、一般家庭でも作りやすいメニューの写真をふんだんに使用して掲載し、東京うどの歴史や、独特な栽培方法、保存方法や下処理の仕方なども紹介しました。江戸東京野菜であることも強調してブランドを印象付けています。

手に取りやすいA6サイズのレシピブックは保管しやすく、専用に制作したスタンドに立てて直売所やイベント会場で配布することにより、幅広い世代の消費者の購入のきっかけになることが期待されています。また、東京うどを宅配する際にも、箱にレシピブックを入れ配送しています。

現在は市場やJA直売所で販売していますが、今後はネット販売の本格化も視野に入れ、JA全農が運営するJAタウンネットショップへの掲載をはじめています。



## 新しい「うど」を演出するデザイン



2020  
Support Examples

06

粕谷野菜直売所 | 立川市 |

## ロゴマーク、看板、防曇袋、 ホームページと通販用箱の制作

### 相談内容

集客に繋がる好立地の活かし方と、  
リピーターになってもらうために

隣地にある農園で多品種少量生産を行っている粕谷野菜直売所は、人や車の通りも多く立地は良いものの、既存の看板は小さく、また夏は温暖化対策のグリーンカーテンに覆われて店舗が見えづらくなることもあります。集客に課題がありました。

今後は一般的な野菜に加え、西洋野菜などの品種を増やすなどして他との差別化をしていきたいとの思いもあり、ロゴマークとそれを活用した看板のほか、防曇袋や箱への展開、販路拡大のためのホームページ制作、さらに、店舗の商圈の見方の相談をいただきました。

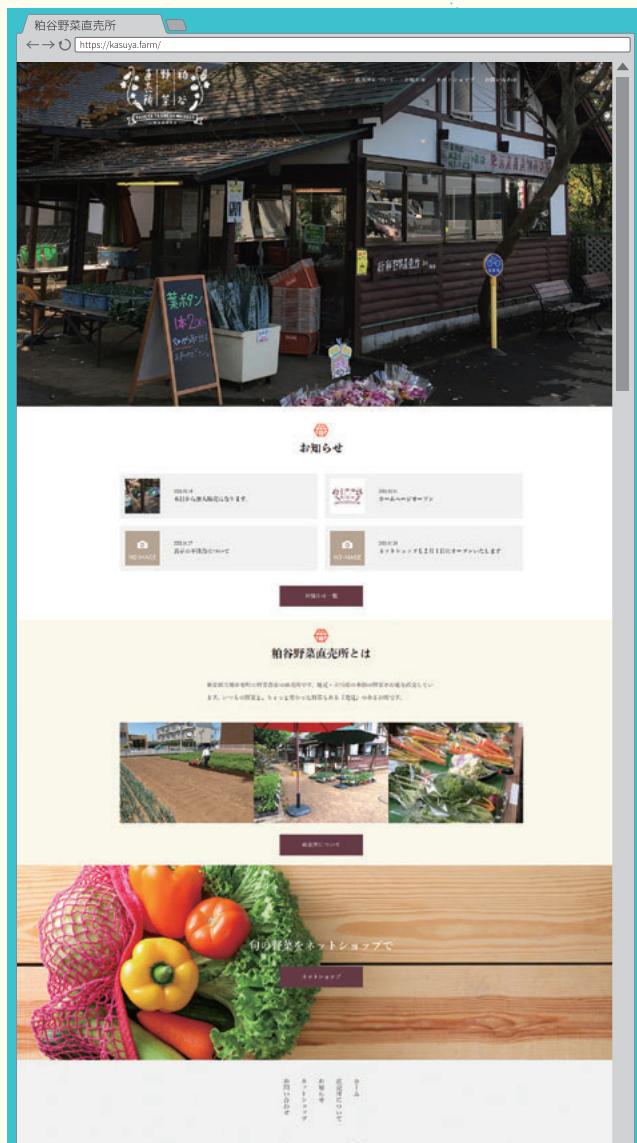


## 支援内容

### 目立って分かりやすくなった看板と 印象を残すロゴマークでファンを増やします

直売所の雰囲気に入ったロゴマークを制作し、大通りに面した場所や店舗前への看板の設置を行いました。道行人はもちろん、バスの乗客の目も引く効果が出ています。また、制作したホームページでの野菜セットの販売のためのダンボール箱や防曇袋も作り、ブランド化を進めています。

さらに、現状を把握して今後の販売戦略に活かすため、近隣の商圈分析も行い、中小企業診断士の指導を受けました。今後は商品を増やしたり、ホームページやSNSでの情報発信を積極的に行っていくなど、顧客の年齢層の拡大、集客力のアップやリピーター確保に繋げていく計画です。



遠くからでもよく見える

分かりやすく印象的なデザインです



2020  
Support Examples

07



## 以志井農園 いちごランド | 三鷹市 | 看板、のぼり旗、ホームページ、 ECサイトで利用する専用箱などの制作



### 相談内容

ホームページと看板で集客につなげたい

以志井農園いちごランドは、数年前からいちごの栽培を始め、今年度から7種類の品種の食べ比べが出来る農園として「いちごの制限時間食べ放題」と「摘み取り量り売り」を新たに開始しました。

農園は交通量の多い道路沿いに位置していますが、今まで手描きの看板のみで、集客には繋がっていませんでした。

また、更新しやすいホームページや、今後のECサイトについて相談をいただきました。



## 支援内容

「また来たい!」と思ってもらえる  
いちご農園を目指しています

大通り沿いに大きく目立つ看板を設置したこと  
で、イチゴの摘み取りなどを行っている農園である  
ことをお伝えできたほか、開催期間や日時などの  
情報発信にも役立てられています。この看板は  
デザインの可愛さもあって写真を撮る人が続出する  
など大人気になりました。周囲には統一した  
デザインののぼり旗も立て、雰囲気を盛り上げて  
います。

いちご箱と配送用の箱やシールも同じく可愛ら  
しさを前面に押し出したデザインで制作しました。  
ホームページにはECサイト機能を付け、ツイッター  
で開園情報を発信しています。

The screenshot shows the homepage of Ichigo Land's website. At the top, there's a large image of strawberries growing on plants. Below it, a section titled "新着情報" (New Information) displays three recent posts. The main content area features a large strawberry graphic with the text "いちごランド" and "かわいい" (cute). Below this is a "カレンダー" (Calendar) for February 2021, followed by a "以志井農園SNS" (Ishii Farm SNS) section with links to their official accounts.



とにかくカワイイ!

誰かに教えたくなるデザインです





2020  
Support Examples

08

カトウファーム

町田市

プリンのラベル、詰め合わせ用贈答箱、  
紙袋、直売所の場所表示

### 相談内容

人気のプリンと卵を贈り物としても楽しんでもらいたい

カトウファームの直売所ではこだわりの卵と、この卵を使用した手作りプリンを製造販売しています。「町田市名産品」、「東京都地域特産品認証食品」にもなった手作りプリンです。

製品は様々なメディアに取り上げられるなど以前から人気があり、最近では贈答用としての需要も増えてきました。今まで既製品の箱を使用していましたが、よりブランド価値を高めるためにオリジナルパッケージの制作と、直売所の場所表示の相談をいただきました。

## 支援内容

### オリジナルのブランディングで販売促進に繋げる

ロゴマークと商品マークを活用し、卵とプリン、そして詰め合わせ用の各種パッケージを制作しました。贈答品用として落ち着いた高級感のあるデザインになっています。手土産に便利な紙袋や、今後増えることが見込まれるネット販売のための配送用箱も制作しました。配送用箱は、卵とプリンが壊れないように工夫がされています。

また、直売所に掲げるタペストリーもパッケージに合わせたデザインで制作し、直売所の場所が分かりやすくなり利便性が向上しました。



### 卵とプリンの色をかたちに



令和2年度 専門家派遣  
令和2年度 助成



**ネイバーズファーム | 日野市**

## ネット販売開始に伴うホームページ、パッケージとシールの制作、看板とのぼりのデザイン

### 相談内容

身近に感じられる農園を目指して

園主は、大学で農業を学び、その後農業法人に就職し、トマトのハウス栽培に関する事業に携わりました。トマト栽培を始めると面白く、奥が深く、より消費地と近い農業を志し、清瀬市の農家での研修を経て、日野市でネイバーズファームをスタートしました。

露地野菜の多品目栽培を行い、地域の方へ向けた庭先での販売が中心です。今回、念願のトマトのハウスが完成、トマト生産が本格的に始まり、パッケージのデザイン、ネット販売を考えてホームページなどについて相談をいただきました。

## 支援内容

### 統一性のあるデザインでブランド化

ハウスで栽培されたトマトは、ほかの露地栽培の野菜と共に、主に農園内や近隣の直売所で販売されています。トマトのパッケージやシールの制作、農園の看板やのぼりのデザインをしました。パッケージは、近隣の地図などを背面にデザインし、QRコードを載せ、地域との繋がりを大切にする想いを込めて制作しました。デザインの世界観を統一させることによりブランドの確立に繋げています。

看板が出来てからは、看板を見て併設の直売所に立ち寄ってくれる新しいお客様も増えています。

トマトの安定生産が見込めるようになり、ホームページでは、ECサイトでの販売を開始しています。



地元への想いが詰まった

デザインです





2020  
Support Examples

10

志村農園 | 東村山市

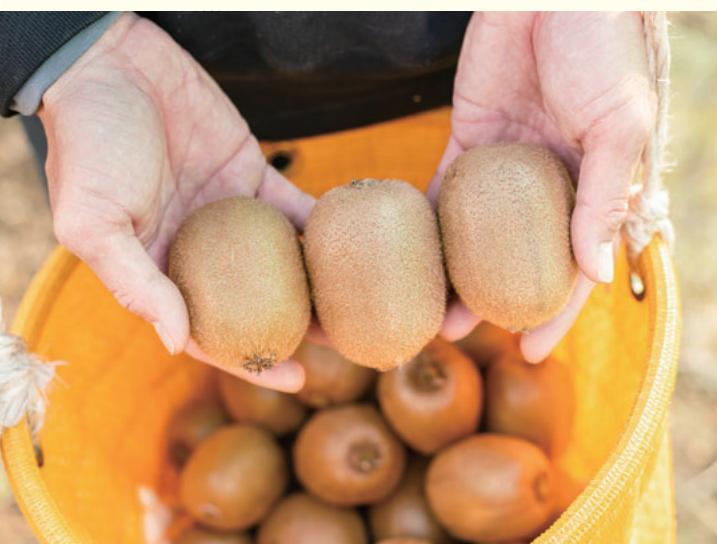
## 贈答用の箱、メッセージカード、 店頭販売用の防曇袋の制作

### 相談内容

#### 贈答品としての活用に合わせて

志村農園では、野菜やキウイ、梨や柿などのフルーツを生産しています。生産物を販売する際に無地の平箱を利用していましたが、商品の特徴や農園自体の印象を伝えられませんでした。

そこで、農園のブランド化も視野に入れ、贈答品としての販売にも利用できる箱と同封するメッセージカード、店頭での販売時に手に取ってもらえる防曇袋についてのご相談をいただきました。



## 支援内容

**印象的なデザインで  
ファンやリピーターづくりに一役買っています**

ロゴマークは、食卓で楽しむ野菜のイメージを中心に優しい印象で制作し、各アイテムに展開しました。

ケーキを入れるような箱は、手土産としてフルーツを贈るのに最適です。同封するカードも柔らかな色遣いで制作し、裏面にはメッセージを入れられるようにしています。生産物に合わせて園主の想いや、美味しい食べ方などを伝えています。防曇袋にもロゴが入り、陳列上も目立って一目で志村農園産と分かります。

これらはブランド化の第一歩としてPR効果をもたらし、リピーターや農園のファンづくりに繋がっています。



**爽やかな色合いの箱が**

**果物の鮮やかな色を引き立てます**



令和2年度 専門家派遣  
令和2年度 助成



11

2020  
Support Examples

11

東村山市果樹組合 | 東村山市

## 贈答用箱、手提げ袋の制作

## 相談内容

東京・東村山と東村山市産の果樹の魅力を広く知ってもらうために

昭和43年にブランド梨「多摩湖梨」を生産する東村山市内の農園が集まり発足された組合では、現在の主要な顧客層である直売所利用の地域固定客に加え、域外から家族層等を中心とした新たなターゲットの獲得が課題となっています。

贈答用の需要が増えていることから、60年来使用している梱包資材等のデザインや機能を刷新し、梨の他にもぶどうやキウイといった東村山市産の果樹を広くPRするための相談をいただきました。



写真提供 東村山市

## 支援内容

### 新しいデザインでお客様に届けます

ロゴマークは八国山の上に、果実とその葉を配置し、「実がなる東村山=東村山フルーツ」を表現しています。ロゴマークを使って梨の段ボール箱と手提げ袋を制作しました。手提げ袋は持ちやすい形にするなど改良を加えています。

組合員が統一されたデザインの梱包資材を使用することでロゴマークや「多摩湖梨」の名称が広まり、新たな顧客層の開拓に繋がることが期待されます。

今後は他の果物についても、段ボールの他のはり等の販促物を順次制作するなど、継続した取組みが予定されています。



一目で分かる

かわいらしいデザインが印象的



2020  
Support Examples

12



中藤洋蘭園 | 国分寺市 |

## 新商品の魅力を引き出し、販売促進に 繋げる見せ方、伝え方等のアドバイス

### 相談内容

**天然石とランを組み合わせた  
新商品の魅力を効果的に伝えたい**

中藤洋蘭園は、切り花と数千種類の原種洋ランを生産し、公開温室でのイベントやECサイト、JAの直売所での販売の他、ラン展への出展販売を行っています。新しい試みとして、天然石にランを着生した商品を開発しました。天然石はクォーツやフローライト等で、ブラックライトに反応し発光するものもあるなど、同じものが二つとないハンドメイド感が魅力です。

商品をランの展示会に出品してみたところ、コーナー表示やポップ、プライスカード等の必要性を感じたことから、今後の販売促進のための相談をいただきました。



## 支援内容

### 命名から商標登録、販促物の制作と 様々な支援でサポートを行っています

展示会やイベントで必要なポップやプライスカード、商品の魅力を伝えるディスプレイ方法などの提案を行う中、商品名も不可欠な要素であることから、「オーキッドストーン」と命名されました。

商品名に関しては、類似商品が出た時に備えて商標登録の重要性を指摘、東京都知的財産総合センターで登録分類等の相談、登録申請方法をアドバイスしました。

その後、育て方や楽しみ方を掲載した簡易的なリーフレットとタグを制作して展示会等で利用していますが、さらにオーキッドストーンの美しさや面白さを伝えて販売促進に繋げるため、新しく作るリーフレット等やECサイトで活用できるようにプロカメラマンによる商品撮影を行いました。



### 「オーキッドストーン」の

### 世界にひとつだけの景色を楽しんで!





13

森藤園  
—瑞穂町—2020  
Support Examples

13

森藤園 | 瑞穂町 |

## 東京狭山茶のオリジナルパッケージ、 ホームページの制作

### 相談内容

オリジナルパッケージで  
すべての世代にお茶の楽しさを届けたい

森藤園では東京狭山茶の栽培、製茶、販売を一貫して行っています。販売は自店舗のほか、直売所で行っています。

若い世代の方にも気軽にお茶を楽しんでもらえるように、以前使用していたパッケージに対するお客様の反応や意見を取り入れ、新しくパッケージを作ることにしました。あわせて、オンラインショップを開設するための相談をいただきました。



## 支援内容

### お茶の文化を広く伝えていきます

印象的なロゴマークと茶葉の種類を色鮮やかに整理したパッケージを制作しました。希少価値が高い手もみ茶はロゴや商品名を金箔押しして高級感を出し、定番シリーズはシンプルで明るいデザインにし、森藤園の商品であることが一目でわかります。

同様のイメージで制作したホームページでは、おいしいお茶の淹れ方なども写真を多用して紹介し、瑞穂町の東京狭山茶を多くの方に知りたいという思いを反映させました。今後はECサイトとリンクさせることで、より一層の新規顧客獲得、知名度の上昇などが期待されています。

The screenshot shows the homepage of the Mori Fujien Mizuho website. It features a large image of a tea plantation at the top. Below it, there are sections for "森藤園について" (About Mori Fujien) and "当園のこだわり" (Features of our garden). The "こだわり" section includes three circular icons: one with a portrait of a tea master, one with a close-up of tea leaves, and one with a tea plantation. There are also detailed paragraphs about the tea-making process and the quality of their tea. At the bottom, there is a "店舗情報" (Store information) section with a photo of the tea house and contact details.



さわやかでスッキリとした

若い世代にもアピールするデザイン



2020  
Support Examples

14

## みやけじまファーム | 三宅島 | ロゴマークと出荷箱の制作



### 相談内容

#### お客様の目に留まるロゴマークを

園主は以前、ダイビングショップのインストラクターをしていました。2000年の噴火によって島外避難を余儀なくされ、避難先の静岡県の農家で10年間働き、三宅島に戻って重機やユンボを使って自分で土地を開墾し奥様と2人でこのファームを開きました。

静岡での農業経験を活かし栽培方法を工夫してあしたばを通年出荷できるようになり、新規販路を視野に入れたロゴマークと出荷箱の相談をいただきました。

## 支援内容

### 家族の想いを込めたロゴマークのデザイン

家族のイメージでロゴマークを作りたいとのことでした。みやけじまファームで作っている、赤芽いも、いちご、あしたばを加えて何回も校正しロゴマークが出来上がりました。

ツイッターにこのロゴをアップしたところ、大きな反響があり、すごくカワイイ、という声をたくさんいただいています。今後、このロゴマークと箱の評判が売り上げにも反映していくことを期待しています。オリジナルのロゴができたことで、自分たちのブランドとして売っていこうという気構えもでき、2020年に行われた明日葉の品評会では夫妻で金賞と銀賞に輝いたことも励みになっています。



### 家族の笑顔のロゴマーク

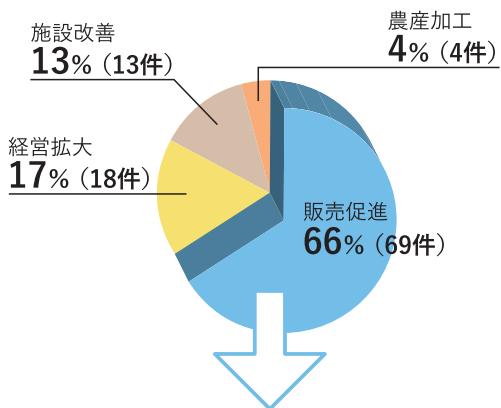


# 令和2年度 チャレンジ農業支援事業実績(令和3年3月末実績)

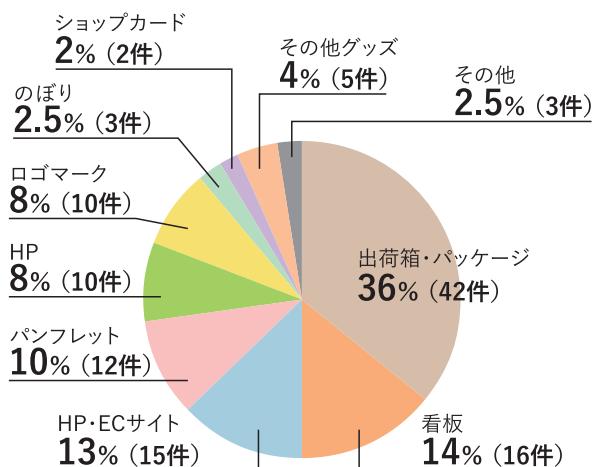
## 専門家派遣

都内で農業を営む農業者等が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いました。専門家は1相談あたり5回、女性起業では10回までの派遣が可能。費用は無料。

### 専門家派遣申込の目的(延べ104件)



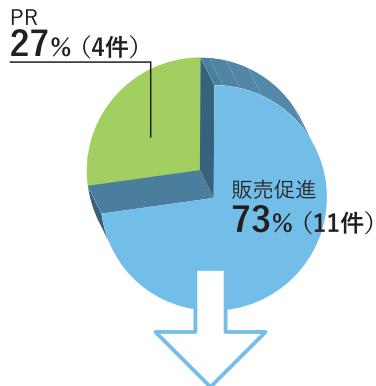
### 販売促進の内容内訳(延べ118件)



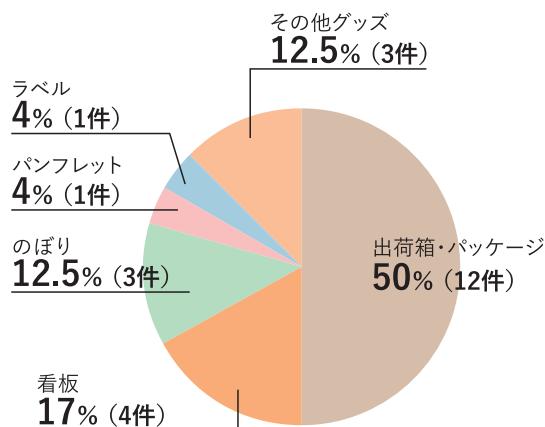
## 助成

専門家派遣の助言を受けた農業者等が助言を実現するために、必要な経費の一部を助成しました。1事業実施主体あたりの助成金額は15万円～250万円(事業費は30万円～500万円)、助成率は1/2以内。審査会で事業計画を審査し、令和2年度は15件の事業実施主体に対して助成を行いました。

### 事業を実施する目的(15件)



### 販売促進の取組内容(延べ24件)



令和2年度は、新型コロナウイルス緊急対策として、販路開拓等への専門家派遣、販路開拓ナビゲータ派遣、新たな販路の開拓のためのEコマース等への出店助成を行いました。(令和2年7月～令和3年3月)

### 販路開拓等への専門家派遣

緊急対策として、販路開拓等の専門家を派遣し、新たな販路開拓や6次産業化に必要なアドバイスをしました。

対象農業者	28人
派遣回数	132回

### 販路開拓ナビゲータ派遣

緊急対策として、商品の売り込みや商談の仲介など販売先と農業者等とのマッチングをサポートする販路開拓ナビゲータを派遣しました。

対象農業者	28人	販路先	42件
派遣回数	69回	派遣回数	98回

### 新たな販路の開拓のためのEコマース等への出店助成

緊急対策として、新たな販路の開拓のためのEコマース等への出店をするために必要な経費の一部を助成しました。1事業実施主体あたりの助成金上限は、農業者100万円、団体200万円で、助成率は4/5以内。

ホームページ(Eコマース付き)	39件
ホームページ(Eコマース付き)、新たに出店するマルシェ	2件
新たに出店するマルシェ	1件

# 令和3年度 チャレンジ農業支援事業概要

チャレンジ農業支援センターでは、農業者の稼ぐ力を応援します！

## 1. 専門家派遣

### 01 支援内容

農業者の新たな取り組みに対して、適切な専門家を派遣して支援します。  
1相談あたり原則として5回を限度(ただし、新たな経営部門の立ち上げを計画する場合には、  
1相談あたり10回を限度)とする派遣が可能です。  
派遣に関する費用は無料です。

#### 【登録専門家の専門分野】

ブランド化戦略、マーケティング、販売管理、販路開拓、デザイン、Webデザイン、IT関連、  
食品製造加工、広告宣伝、撮影、レシピ開発、その他

### 02 支援対象

- ① 都内で農業を営む農業者(就農が確実な者も含む。)
- ② 都内で農業を営む農業者が構成するグループや団体
- ③ その他知事が認めた者

### 03 申込方法

お申し込み受付後センタースタッフが訪問日程や進め方を  
調整いたします。

[お申し込みはこちら! →](#)



## 2. 販路開拓ナビゲータ派遣

### 01 支援内容

農畜産物やその加工品等の商品の売り込みや商談の仲介など販売先と農業者等とのマッチング  
をサポートする販路開拓ナビゲータを派遣します。  
派遣に関する費用は無料です。

### 02 支援対象

- ① 都内で農業を営む農業者(就農が確実な者も含む。)
- ② 都内で農業を営む農業者が構成するグループや団体
- ③ その他知事が認めた者

### 03 申込方法

お申し込み受付後センタースタッフが訪問日程や進め方を  
調整いたします。

[お申し込みはこちら! →](#)



## 3. 助成

### 01 助成内容

専門家派遣を受けた農業者の農業経営の多角化・改善に向けた新たな取り組みに必要な経費を  
助成します。

**【助成事業】** 都内農産物の販売促進(イベント開催、広告、PR、デザイン制作、HP等開設、調査)  
都内農産物の商品開発(商品開発・製造、分析)

**【助成率等】** 1事業実施主体あたりの助成金額は15万円～250万円(事業費は30万円～500万  
円)、助成率は1/2以内。  
助成金の交付決定にあたり審査会による審査があります。  
事業は3月31日までに完了してください。

### 02 事業実施主体

原則としてチャレンジ農業支援センターにより派遣された専門家の助言を受け、助成の対象  
となる取組を行う次に掲げる者とする。

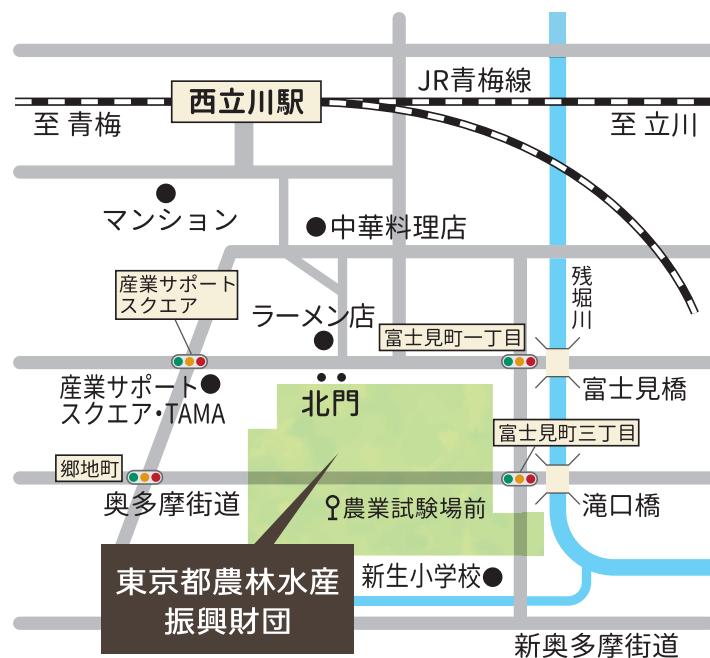
- ① 都内で農業を営む農業者(就農が確実な者も含む。)
- ② 都内で農業を営む農業者が構成するグループや団体
- ③ その他知事が認めた者

### 03 申請方法等

申請に関する実施要綱、申請に必要な様式はこちらから  
ダウンロードしてご使用ください。

[申請に関するダウンロードはこちら! →](#)





## 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

<https://www.tokyo-aff.or.jp/>

