



茨城県議会営業戦略農林水産委員会 2024/08/19

県産品のブランド化と魅力発信による 持続可能な農林水産業の実現について

本日の目次

- (1) 自己紹介・ビビットガーデンと食べチョクのご紹介
- (2) 食べチョクで見た消費者の行動変容を促す
魅力発信・ブランディング
- (3) 持続可能な一次産業の実現のために

Contents

本日の目次

(1) 自己紹介・ビビットガーデンと食べチョクのご紹介

Introduction

自己紹介

経歴

1991-

2009-2013 慶應義塾大学 理工学部

2013-2016 (株)ディー・エヌ・エー

2016-現在 (株)ビビッドガーデン 創業者/代表取締役CEO

社外活動

- ・内閣府「規制改革推進会議」専門委員
- ・農林水産省「GI学識経験者委員」
- ・アスクル株式会社 社外取締役
- ・アジアを代表する30歳未満の30人「Forbes 30 Under 30 Asia」
- ・TBSの報道番組「Nスタ」の水曜コメンテーター
- ・日本テレビ系列「ウェークアップ」レギュラー
など







A photograph of two young children, a boy and a girl, laughing joyfully. They are standing in front of a rack filled with large white radishes. The boy on the left is wearing a white long-sleeved shirt with a colorful graphic and plaid shorts. The girl on the right is wearing a dark blue dress with white polka dots and a white long-sleeved shirt underneath. The background shows more radishes and some greenery.

農業は儲からないから継ぐな

Introduction

ビビッドガーデンのミッション

生産者のこだわりが
“正当に評価される”世界へ



Introduction

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

認知度・利用率など9つのNo.1！

登録ユーザー
100万人+

生産者数
9,900軒+

商品数
約50,000点



Introduction

食べチョクのご紹介

直接つながることで生まれるメリット

生産者

自分で値決めできる
直接声を聞ける/ファンを作れる
マーケ/CSコストが軽減



在庫リスク無し
倉庫などの固定費無し

消費者

新鮮で美味しい
希少なものも！
イイモノがオトクに
ストーリー消費



Introduction

食べチョクのご紹介

食べチョクの県別生産者登録数

No	県名	生産者数
1	長野県	582
2	熊本県	503
3	北海道	424
4	千葉県	383
5	兵庫県	373
6	茨城県	360
7	静岡県	342
8	福岡県	309
9	愛知県	298
10	山梨県	292

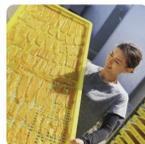
No	県名	生産者数
11	和歌山県	277
12	埼玉県	264
13	山形県	260
14	鹿児島県	256
15	青森県	244
15	愛媛県	244
17	沖縄県	228
18	群馬県	220
19	岡山県	216
20	栃木県	215

Introduction

食べチョクのご紹介

茨城県の生産者も多数登録

360軒の登録

茨城県那珂郡東海村
照沼茨城県常総市
アグロファーム茨城県下妻市
パチャママ農園茨城県笠間市
ぼんがる有機農園茨城県結城郡八千代町
松田製茶茨城県かすが市
まっつん農園茨城県笠間市
アカツファーム茨城県茨木太田市
常陸農園茨城県鉾田市
長洲農園茨城県常総市
アグロファーム茨城県笠間市
ぼんがる有機農園茨城県鹿嶋市
ミズミント茨城県鹿嶋市
ミズミント茨城県ひたちなか市
二川農園茨城県那珂郡東海村白井外宮
須崎農園茨城県石岡市
甘藤農園 燈屋茨城県土浦市新谷
野本農園茨城県かすが市
志土庫自然派農園茨城県笠間市
渡辺有機農園茨城県つくば市
飯田ファーム茨城県つくばみらい市
黒澤農園茨城県つくば市
日本農業実践学園茨城県取手市
清話農園茨城県取手市
おつか農園茨城県取手市
れんこん三兄弟茨城県ひたちなか市
永井農業 加宝地ほしいも茨城県取手市
maaa野菜茨城県取手市
山西牧場茨城県鉾田市
深作農園茨城県鉾田市
JIYURI FARM株式会社茨城県土浦市高岡
久松農園茨城県東茨城郡城野町
七会きのごセンター茨城県鉾田市
えいちゃんの畑茨城県つくば市
岡野ブルーベリーガーデン茨城県鉾田市
2nd FARM茨城県鹿嶋市五箇町
めくファーム

Introduction

食べチョクのご紹介

茨城県の複数の生産者が食べチョクアワードを受賞！

2023年
野菜カテゴリー
13位

SHIHOUファーム



2023年
その他カテゴリー
10位

松田製茶



水産物部門
2020～22年
連続受賞

洵沼川水産



本日の目次

(2) 食べチョクで見た消費者の行動変容を促す 魅力発信・ブランディング

Behavior Change

[A] 入口のパーセプションについて

“社会課題解決”だけをいきなり押しても生活者は動かない



TVCMでは想いよりもまず味を訴求

食べチョクの**利用理由**とは？



Behavior Change

[A] 入口のパーセプションについて

専門的な知識を消費者視点に変換



- 品種まで細かく訴求
- 生産者からのおすすめで高付加価値化

- 消費者参加型の企画

Behavior Change

[A] 入口のパーセプションについて

オフラインとオンラインを掛け合わせて価値を共創

1. 全国のいちごの品評会

受賞生産者様の翌月売上が **11倍**

2. いちごを学ぶ体験型イベント

ユーザー満足度 **100%**

3. 各種PR、集客を実施

webやTVなどメディア露出 **12件**



茨城のいちごも金賞受賞！

ふしちゃん（恋みのり）

深作農園（とちおとめ）



Behavior Change

[B] 食べチョクのデータドリブンマーケティング

サイト内では「品種」データを活用してマッチング

品種ごとの売れ筋の分析



チャートやマップを作成し わかりやすく分類・発信



ユーザーが興味を持つコンテンツ化



[B] 食べチョクのデータドリブンマーケティング

りんごや梨から見える、品種のデータを活用した仮説

りんごの売れ筋TOP 4

confidential

梨の売れ筋TOP 4

confidential

売上が伸びているりんごTOP 4

confidential

売上が伸びている梨TOP 3

confidential

仮説 1

甘さを訴求するだけでなく、「酸っぱさ」も武器として活用すれば、需要の高まる「健康」ニーズへの訴求や、「朝食利用」「サラダ利用」など利用シーンでの差別化に繋がられるのではないかと

[B] 食べチョクのデータドリブンマーケティング

りんごや梨から見える、品種のデータを活用した仮説

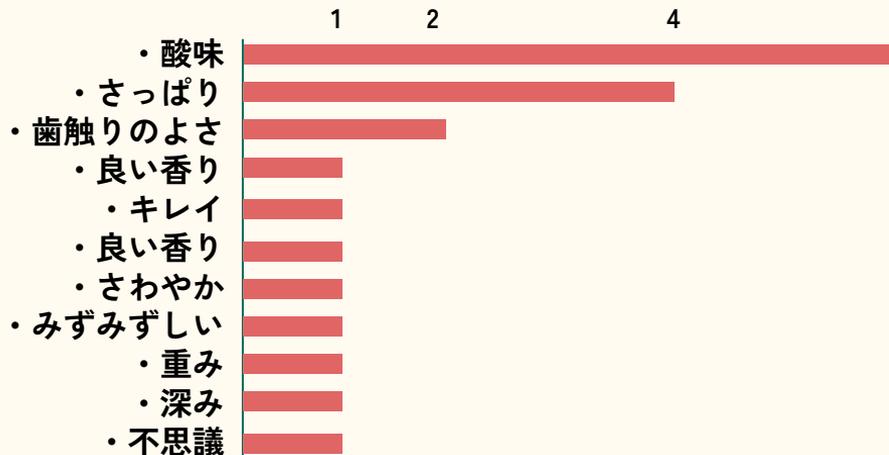
綺麗なりんごたち

こんにちは、食後の感想が遅くなりました。たっぷりの蜜入りなのに甘すぎず、柔らかすぎず、瑞々しくて美味しいです。歯応えも良く、これは美味しいです:heart:いろいろな品種を試してみたくになりました。

・フジが甘すぎる人におすすめ！

福島県オリジナル品種は5年ほど前に「緋のころも」をいただいて以来です。私は甘さの強いリンゴよりも酸味系のリンゴが好きなのですが、酸味は私にはマイルドでしたが甘さもサッパリめなので美味しくいただきました。小振りを選んでお送りいただいたのも感謝しております。

「べにこはく」へのポジティブなコメント内のキーワード数



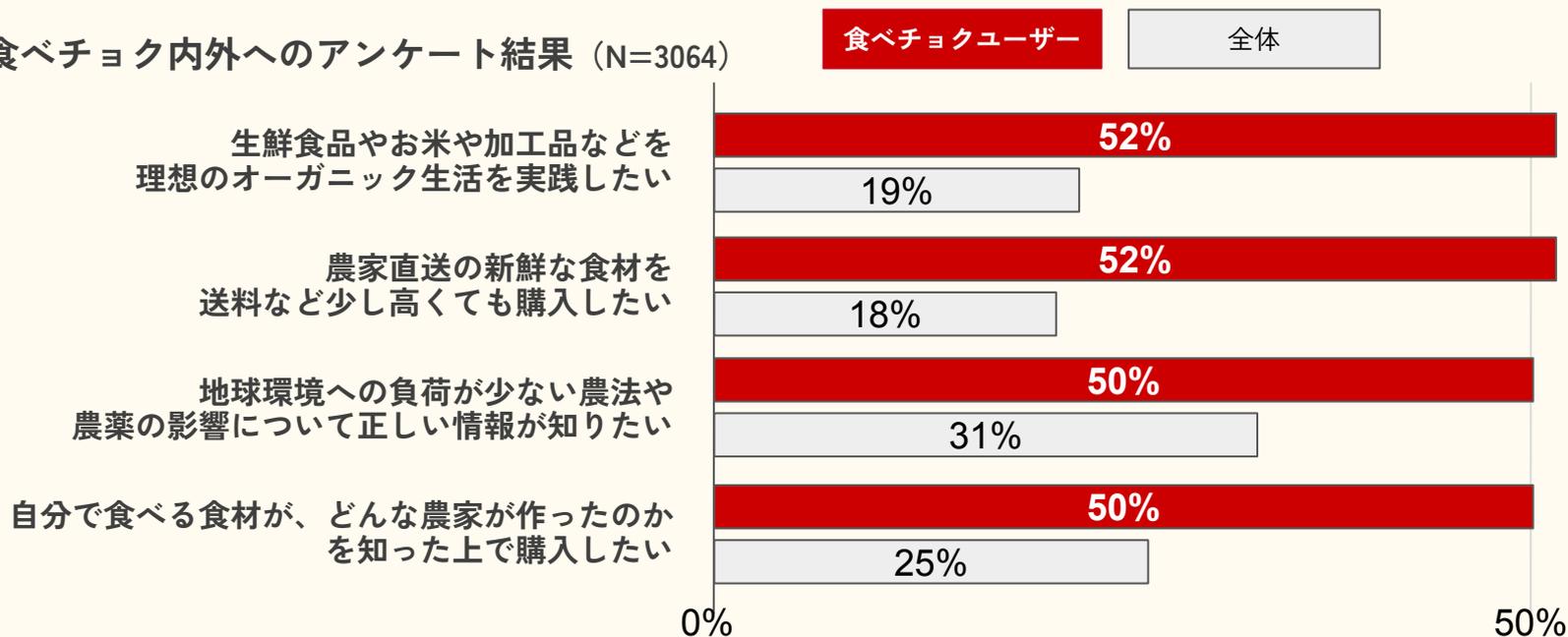
仮説 2

ユーザーコメントからも酸っぱさが魅力に繋がっていることがわかる。N-1分析を深掘りすれば、「疲れを癒す酸っぱいりんご」など、競合の少ないポジショニングでブランド価値を訴求できるのではないか

[B] 食べチョクのデータドリブンマーケティング

食べチョク内外の比較調査・Before/After・A/Bテストなどを実施

■ 食べチョク内外へのアンケート結果 (N=3064)



Behavior Change

[C]生産者・生活者双方からの信頼と繋がりについて

生産者が語る商品の魅力と 当社が把握しているニーズを掛け合わせる企画



[C]生産者・生活者双方からの信頼と繋がりについて

非常事態時には消費を応援するプログラムを実施

令和6年 能登半島地震
避難所への食材提供
被災生産者支援プログラム



ALPS処理水放出開始に伴い
漁業者向けサポートを開始



令和5年6月 台風2号
被災生産者 支援プログラム



令和6年 さくらんぼの高温障害被害
支援プログラム



[C]生産者・生活者双方からの信頼と繋がりについて

想いに共感いただき
弊社からの声掛けに利用者から濃い反応がある状態に



confidential

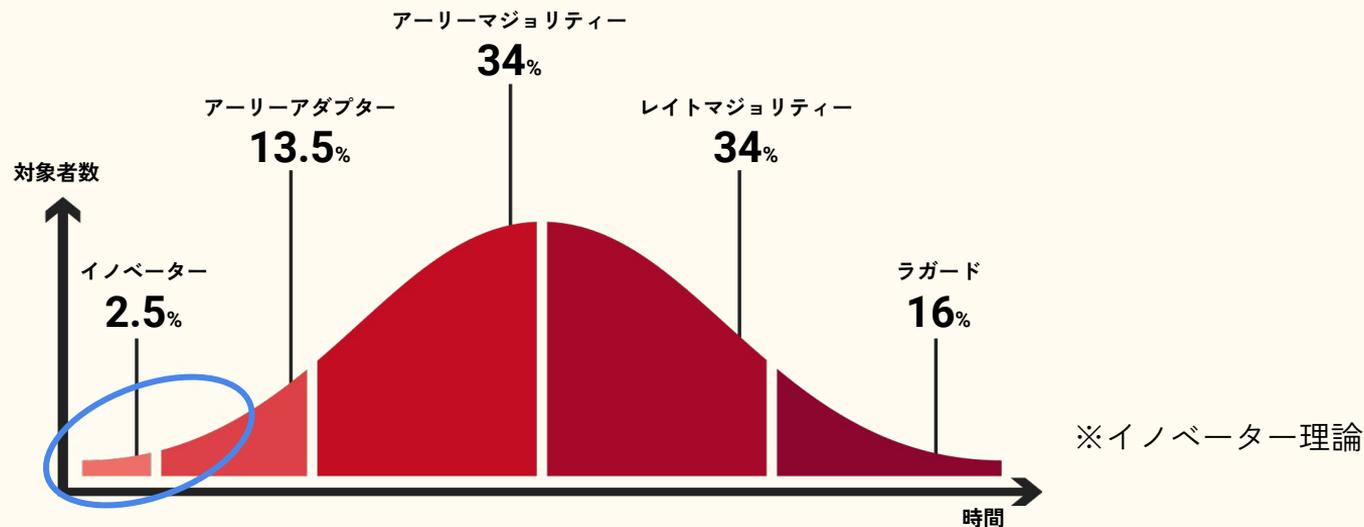


confidential

Behavior Change

[C]生産者・生活者双方からの信頼と繋がりについて

行動変容の火種は 濃い結びつきのあるところから起こす



「よりいい商品を探している」「地域や生産者を応援したい」などの嗜好性の高い生活者が集まっており、まず彼らの行動変容を起こせるような訴求を見つけ、その後共に広げていくアプローチが重要と考える。

Contents

本日の目次

(3) 持続可能な一次産業の実現のために

[A] 適切な売り方で生産者の利益を向上

生産者ごとの定期便に加えて 食べチョクが運営主体となる定期便



Sustainable primary industry

[A] 適切な売り方で生産者の利益を向上

定期便と単品を掛け合わせて売上430%

■千葉県野菜の生産者（家族経営）

おまかせ野菜定期便「食べチョクコンシェルジュ」と単発販売を掛け合わせて食べチョク登録後の農園全体の売り上げが430%に。



Sustainable primary industry

[A] 適切な売り方で生産者の利益を向上

好きな商品を組み合わせる「まとまる便」



まとまる食べチョク便は
日本全国のイチオシ食材が一箱で届く



厳選された食材
のみを掲載



全国の食材が
一箱にまとまって届く



お届け日は
金・土・日・月の週4日

Sustainable primary industry

[A] 適切な売り方で生産者の利益を向上

小美玉市に新たな物流拠点を設けて実施



センター名称

全国農業協同組合連合会 青果プロセスセンター
(SBSゼンツウ株式会社 石岡センターと連携)

所在地

茨城県小美玉市栗又四ヶ字中山2508-2

施設規模

- ①敷地面積: 2,150坪
- ②延床面積: 1,234坪

[B] スキルを横連携する仕組み

全国の生産者同士のノウハウを共有できる勉強会を実施



Sustainable primary industry

[B] スキルを横連携する仕組み

ネットに不慣れな生産者を取り残さない仕組みづくり

共同出品の機能



ネットが使える生産者さんが、周囲のネットに不慣れな生産者さんの生産物を取りまとめて1つの商品として出品



30代の野菜生産者



付近に住む
94歳の野菜生産者

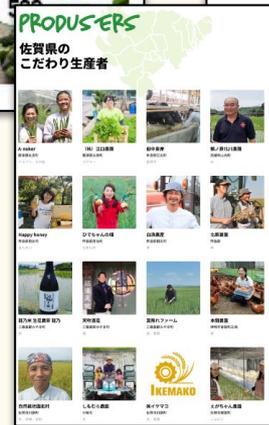


一緒に出品

Sustainable primary industry

[C] 地方自治体との連携

地域と共に製品の魅力を発信・生産者をサポート



[C] 地方自治体との連携

群馬県×食べチョク ECを活用した産品ブランディング



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) 群馬県特設ページの開設
群馬県の特産品の魅力が伝わる特設ページを開設し情報発信。

[C] 地方自治体との連携

山梨県×食べチョク シェフコラボレシピと販路開拓



取り組み内容

- (1) **食べチョク内に山梨県特設ページを作成**
山梨県の生産者の紹介と食べチョクで購入できる特産品を紹介
- (2) **送料無料キャンペーンを実施**
- (3) **山梨県の生産者向けの研修会を実施**
- (4) **シェフとコラボし、山梨県産品を使った新メニューを開発&レストランでの提供**
- (5) **オンライン料理教室の開催**
レストランで提供した商品をおうちで作ることができるオンライン料理教室を実施

Sustainable primary industry

[D] 企業との連携

SDGs配慮の産品を活用した商品開発

オリジナルワイン

「こだわりのある農家の技と除草剤や化学肥料を一切使わずに栽培されたブドウを、持続可能な形で残していきたい」という思いから、樹齢60年を超える古樹から採れる希少なワインを限定ラベルで製造。

SBI FXTレド × 食べチョク × 前田龍珠酒造

コラボ企画で生まれた 限定デザインラベル

こだわり農家の技と、除草剤・化学肥料不使用のブドウを、持続可能な形で残していきたいという思いから生まれたワインです。



SBI FXTレド × 食べチョク

10/30は
食品ロス
削減の日

食べチョク
一次産業SDGs
プロジェクト
賛同企画!

農家さんのかぼちゃを
味わうスープ

規格外品の農産物や伝統野菜を有効活用! 食品ロス削減に繋がる、
こだわりの“非常食”をつくりました。

非常食

不揃いな大きさや形などで販路が無い食材や市場で価値が付きにくい規格外の食材、廃棄となってしまう可能性のある食材や農産物などを、「非常食」として加工し有効活用。

[E] 省庁との連携

農水省と連携した有機農業の進展



国産有機農産物等需要拡大支援事業

- (1) **有機農業生産者とのワークショップを開催**
全国の生産者と連携し、有機農業について学ぶことができるセミナー・ワークショップを開催
- (2) **有機農業体験ツアーを開催**
千葉県にて農業体験のバスツアーを開催
- (3) **有機産品を集めたマルシェの開催**
新宿にて夏・冬合計4回のマルシェを開催
- (4) **有機の魅力伝えるWebページの制作**

A photograph of two young children, a boy and a girl, laughing joyfully in a field. They are surrounded by large, white radishes with green leaves. The boy is on the left, wearing a white long-sleeved shirt with a colorful graphic. The girl is on the right, wearing a dark blue dress over a white long-sleeved shirt. The background shows more radishes and some greenery.

生産者のこだわりが
正当に評価される世界へ



vivid garden