

平成 29 年度 全道女性農業担い手研修会の紹介



日時：平成 29 年 12 月 14 日（木）～15 日
場所：TKP ガーデンシティ札幌駅前
（札幌市中央区北 2 条西 2 丁目 19）
参加者：18 名

14 日 13:45～15:15 講演 「直販・通販で、お客様と直接つながる

やりがいのある農業経営」

寺坂農園株式会社代表取締役 寺坂祐一 氏（中富良野町）

【寺坂氏の講演から抜粋して紹介致します】



18 歳で就農したが、当時は赤字経営だった。頑張って売り上げを伸ばそうと体を壊すほどに働いていたある日、コンビニで手にした本が、その後の人生を変える事になる。

31 歳「ダイレクト・マーケティング」の考え方に逢い、農業とマーケティングの組合せを考え取組み始める。8 年後の 39 歳、メロンの直販を軌道にのせ年商 1 億円を実現させた。

ダイレクト・マーケティングでは
(見込み客×成約率) × 単価×頻度=売上げ
(1000人 × 8%) × 3000円 × 1回=24万円
(20,000人 × 13%) × 15,000円 × 2.5回
=1億円

お客様は「読まない、信じない、行動しない」

ダイレクトマーケティングの売上を上げる方法（左図を参照）。見込み客とは、うちのメロンを買いそうなお客様、もしくは一回買ったことのあるお客様。そのリストが 2 万人、成約率は 13%、商品単価は 15,000 円になり、一人 2.5 回の注文を受けて、売り上げが一億円になった。売上を上げようとホームページやチラシを作り、切手を貼って出したとしても、お客様は忙しいし、面倒くさいと行って行動をしない。だからこそ、一步踏み込んで伝えていき共感してもらい、買ってもらう行動に繋がるような取り組みが必要。

商品は市場の中でも、ちょっと飛び出させる、ほんの少しでも一番をねらうという強みを伸ばし、相手にとってどんな良いことがあるのかという点を伝えていく。私が農業をやっているのは、お客様に美味しいと喜んでほしいから。そのために種を蒔いて、土づくりをして管理システムを作って、やっている事が伝わる文章を書いている。それはお客様にベネフィットを徹底して伝えていく事に繋がる。

（ベネフィットとは製品やサービスを利用することで消費者が得られる有形、無形の価値のことをいう）

ダイレクトマーケットはとにかくベネフィットなので、それを意識する。相手にとってどんな良いことがあるのかということ伝える。

お客様との親密な関係づくりを

寺坂農園は、新規見込み客の流入経路を作りこんでいる。例えば Facebook・ブログを毎日投稿する、検索にも強くする、ホームページを動かす、メルマガは、今 6,000 通をほぼ毎日出すようにし、離脱客又は離反客の穴を小さくし、増客させていく。クレームがきたらハッピーコールがきたと言って、もう一度商品を送らせてもらい、強い信頼関係を築く努力をしている。お客様が少ないなら、手書き等をするとうごく伝わるし、感動・感謝・感激までもっていくと鉄板。例えば「お中元を何にしようか？」という意識を持つお客様の、問題を解決する商品として、メロンを提案していく。「このメロンを送れば、お届け先はみんな喜んでくれる」という、お客様の幸せを創造して、こちらから伝えお客様に寄り添っていく。また、返金保証はダイレクトマーケティングの基本。お客様が買わない・不安に思っている理由を取り除いていくことが重要で、買わない理由を全部書き出し、それを全部消していく。

ダイレクトマーケティングはいかに見込み客を集めるか、そこから始まる。集客してもすぐに売ってはだめ。まずは知ってもらう、伝えるということが大事。毎日の投稿だったりニュースレターだったり DM、手作り新聞だったり。

今なら SNS で毎日投稿し、メルマガで知ってもらう・伝えるということをする。そうしたら、この農園はすごいね、この寺坂さんは本当にまじめにしっかり楽しく農業をやっているよね、という関係性ができ、そこからやっと販売。

また、ダイレクトマーケティングはリピートが大事。定期的リピート、繰り返し何回も買ってもらう。大好きなお客様は、1 回繋がったら離さないくらいお客様とのつながりを大切に、クロスメディアマーケティングを意識しながら通販をやしてほしい。



15:25～17:30 ワークショップ/自己紹介 テーマ「私流・やりがいのある農業経営とは何か」

ワークショップ助言指導：北海道農政部技術普及課上川技術普及室

主任普及指導員（農業革新支援専門員） 木村 恵 氏



自己紹介後にそれぞれの班毎に意見を出し合い、まとめました。



最後は班毎に発表質問も出しました



就業年数により、考えや思いの違いもありましたが、多くの共通意見があり勉強になりました。寺坂さんのまとめも含め「家族」との折り合いが1つのテーマだったように思いました。同じ悩みを持っていること、達成感や充実感を感じる事が多く、みんな農業が好きなんだと思いました。（参加者の感想から）

15日 9:00～10:30 トークセッション ～農業を舞台にはばたく～

「農業者として自立するために」 北海道農業士・こうざい農園 香西 静江 氏

「観光融合型農業十勝ガールズ農場の挑戦」十勝ガールズ農場 マネージャー高野 華瑠菜 氏

コーディネーター：主任普及指導員（農業革新支援専門員） 木村 恵 氏



（香西さん）

就農をきっかけに、さつまいもの栽培を始めた。また地域の農業者とのネットワーク作りにも奔走。人と人とのつながりが、やがてビジネスチャンスにも広がって行く。

地元のお菓子やさんとのコラボで誕生した「りんごとさつまいものパイ」。こうざい農園のブランド化にも智慧を絞りだす。

次は6次化事業を利用した焼き芋の販売も計画中である。農業での自立が就農当時からのテーマでもあり、新たな挑戦が、自立を後押ししてくれる。

カエルはこうざい農園のマーク  商標登録をしたさつまいも



（木村主任）



（高野さん）

新得レディスファームスクールを経て、十勝で一緒に農業をめざす友人と2人で名刺を配り歩く。そんな時に出逢ったのが、(株)アグリファッショングループの橋爪社長。十勝ガールズ農場の考え方を3人で練り上げて会社を作る。

新規就農をしたい、農業を一生の仕事にしたいという女性に対して、まずは研修の形で農業に携わり、経営に携わるシステムを利用し、次に繋げるステップの一つとして十勝ガールズ農場が存在すべきであるという理念で進めている。

スイートコーン、13種のじゃがいも、ハロウィン用のかぼちゃの栽培から販売と、地元農家と一緒に旅行業者とも連携し、観光融合型農業を展開中でもある。

「30歳になったらガールズではない」という区切りを前に、二人でやれる「自分たちらしい農場」という地点にもう一度立とうとしている。



（熱いトークセッションになりました！）

この研修会等の詳細を記載する活動報告書があります。