

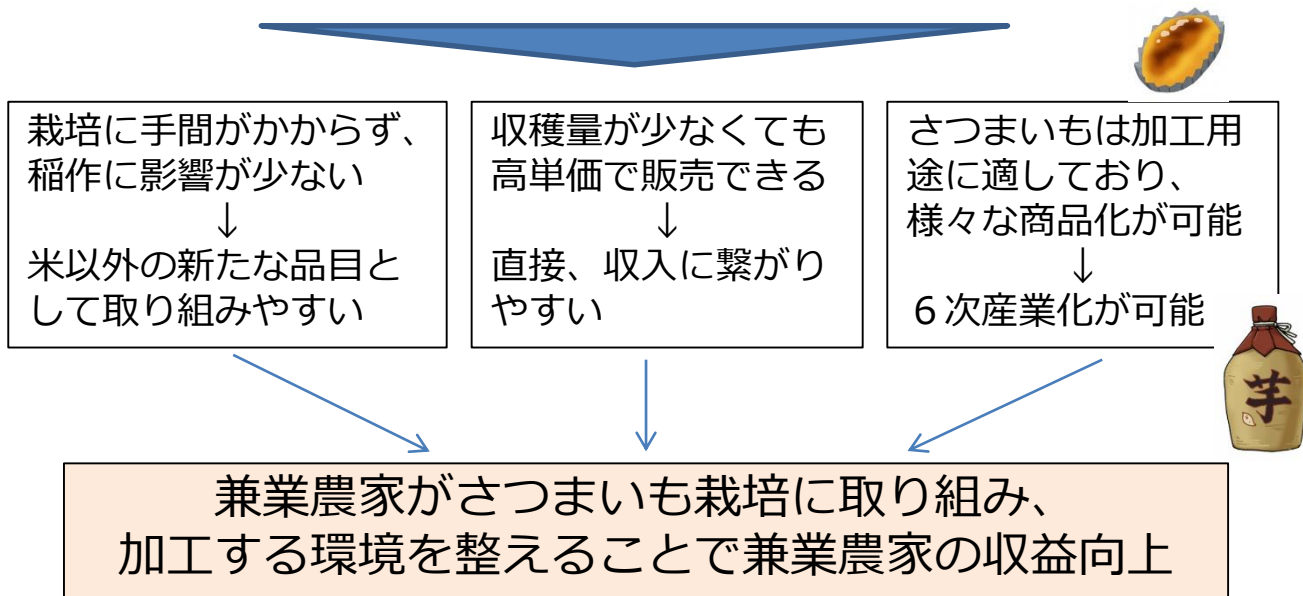
【実践型①】兼業農家の収益向上へのフローチャート

さつまいもの販売及びさつまいもブランド化に伴う芋の町の創生について

阿部 裕也（北上市立花 30代会社員）

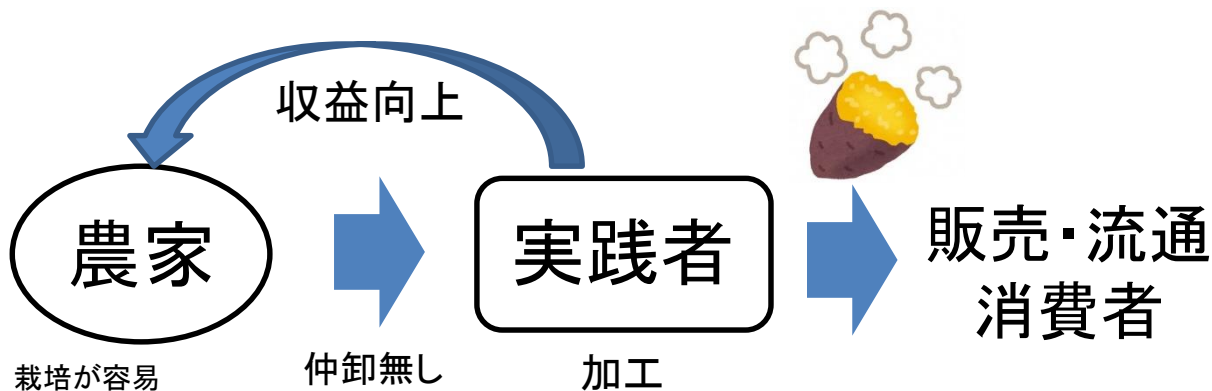
【取組内容】

- ・ さつまいもを生産し、焼き芋やスイーツなどの加工品として販売。
- ・ 二子さといもと合わせて、北上市を「イモのまち」としてのブランド化やイベント展開を行う。



【展開】

- ・ 栽培方法によってはオーガニックスイーツとしても商品化が可能。
- ・ 壺焼き芋という珍しい方法での焼き芋販売を行い、新たな特産品を目指す。
- ・ 焼き芋以外にも干し芋、芋蜜、焼酎等に加工して商品化し、ネット販売等で販路を拡大できる。

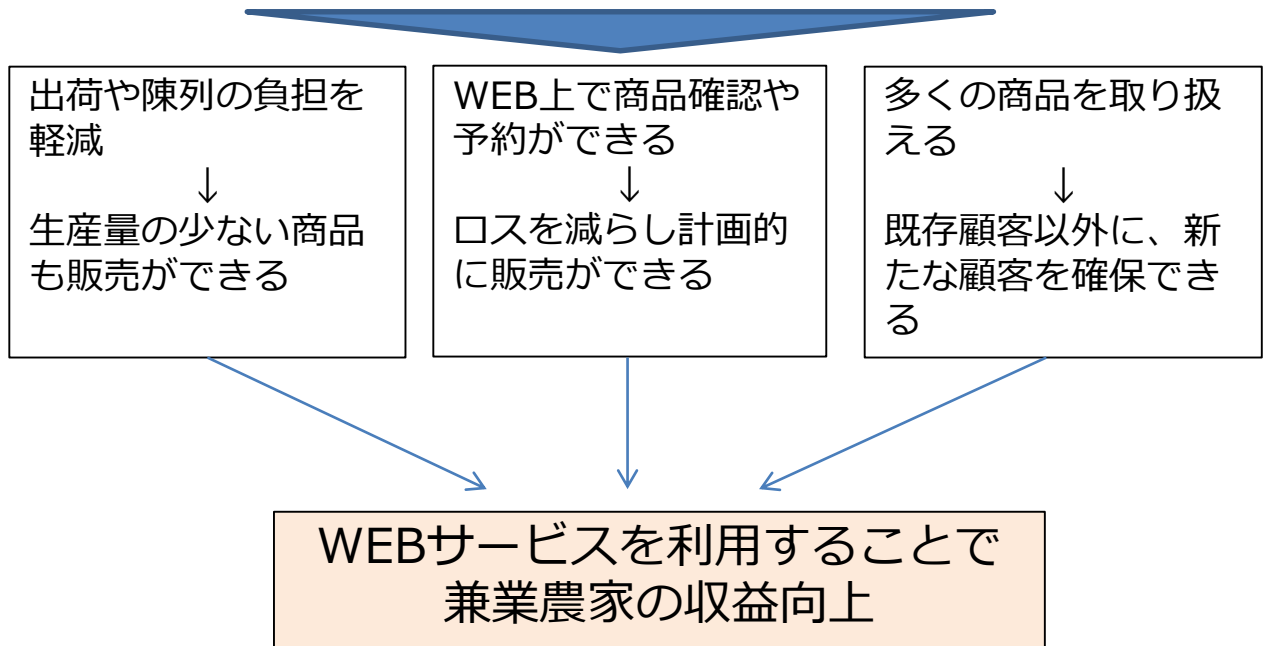


農産物直売所の運営支援WEBサービスの開発

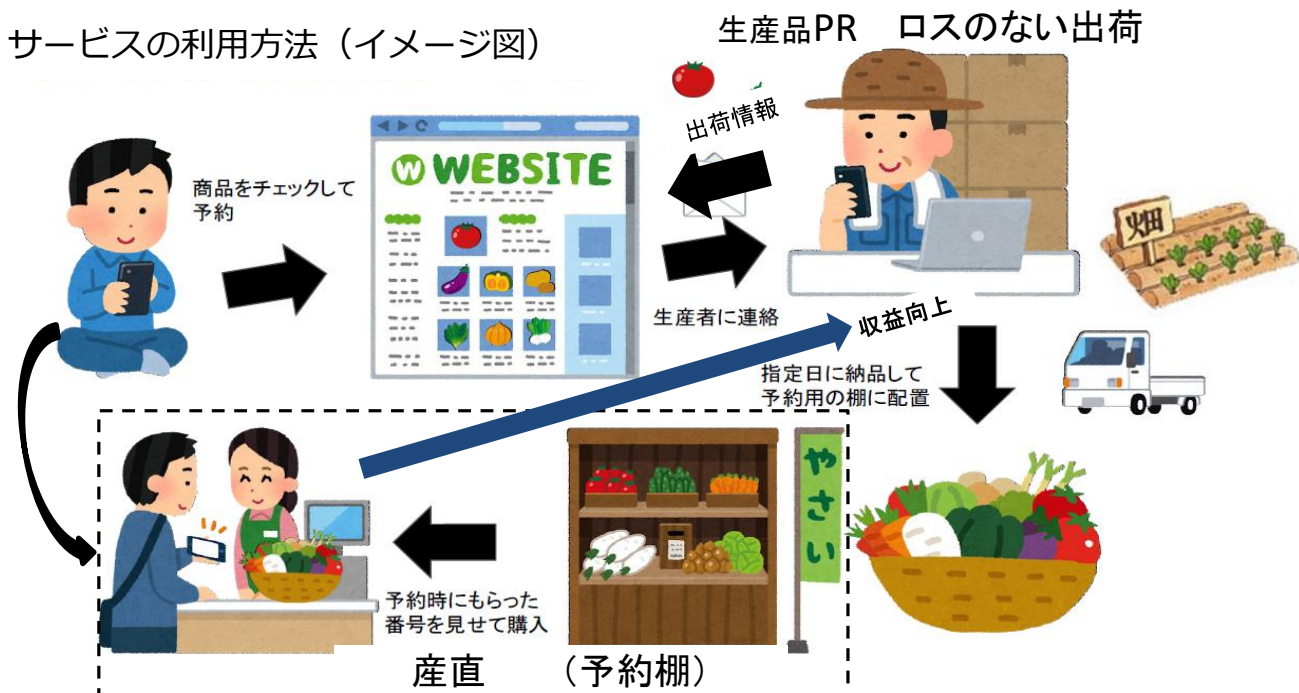
川邊 泰輔（北上市二子町 30代自営業）

【取組内容】

・農産物直売所をオムニチャネル化（実店舗とインターネットを連携）し、商品管理や注文できるサービスを構築して直売所、生産者、購入者それぞれの利便性を向上させる。



サービスの利用方法（イメージ図）



すてきなティータイムしませんか

菊池 貴美子（北上市滑田 50代パート）

【取組内容】

- ・多年草のハーブ(アップルミントなど)を栽培し、既に栽培している農家や非農家と協力し収穫までを行う。
- ・収穫したハーブを乾燥させ、ハーブティーにして産直等で販売する。

共同作業で栽培し
農作業の手間を軽減できる

↓
負担が少なく新たに
取り組みやすい

他の農家が生産した様々な
ハーブも仕入れる

↓
小規模でもハーブを生産
している農家の売上につ
ながる

ハーブティーにして
産直等で販売する

↓
北上産のハーブ
ティーとして販売や
飲食店での提供

ハーブを栽培し、ハーブティーを商品化することで
兼業農家の収益向上

【その他】

- ・ハーブ作りが普及することにより、新たな特産品となる可能性。
- ・6次産業化だけではなく、製薬会社と連携したハーブ栽培や薬草栽培に広がることで、更なる販路拡大も期待できる。
- ・ハーブをオーガニック栽培することで、更に高付加価値化を図ることもできる。

手間いらず



複数農家で
栽培

様々なハーブを集め、
ハーブティーとして販売

ノンカフェインで
妊婦にもやさしい



仲卸無し

実践者

収益向上

加工

販売・流通



ゲリラ産直

高橋 盛太（北上市和賀町 30代農業）

【取組内容】

- ・スーパーなどが少ない過疎地域を生産者自ら販売用トラックで回る。
- ・自ら生産している小菊の販売から開始し、将来的には他の生産者の商品も扱い販売する。



過疎地域の高齢者等への販売

↓
消費者の利便性が向上し、ニーズのある場所へ確実に販売ができる

他の仕事の合間の時間で販売

↓
空き時間を活用するため、時間の制約が無く効率的な販売が可能

複数農家で栽培

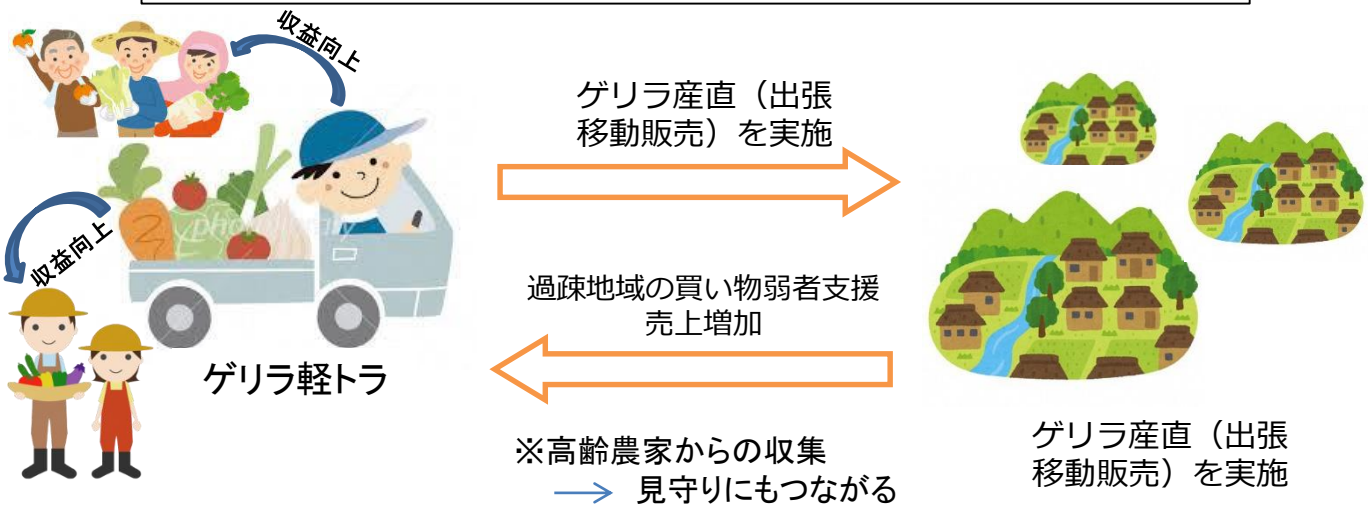
生産者と消費者が直接つながる

↓
既存顧客以外にも新たなニーズの発掘

ゲリラ産直（出張移動販売）を実施することで兼業農家の収益向上

【その他】

- ・北上4Hクラブの生産者の商品を扱ったり、クラブ員が同様の活動を行うことで、多くの生産者への広がりが期待できる。



オーガニック野菜を使ったアレルギー対応バイキングin 北上

高橋 千賀子（北上市村崎野 30代主婦）

【取組内容】

- ・北上市産のオーガニック野菜・コメを使用し乳、卵、小麦を使用しない料理バイキングを実施
- ・アレルギーに関係なく、誰でも楽しく食事のできる場を提供



公共施設等を利用してバイキングの実施

↓
北上産オーガニック野菜等の消費拡大につながる

イベント内でオーガニック野菜の販売

↓
生産者と消費者がつながり、新たな顧客の確保

アレルギー対応のメニューや特産品の開発

↓
北上産食材のPRの場が増える

オーガニック野菜を使ったバイキングをすることで
兼業農家の収益向上

【その他】

- ・北上市オーガニック・エコ推進事業とも連動し、市内オーガニック生産者の販路拡大、顧客確保の場として活用できる。
- ・アレルギーや食育などの知識を深め、安全・安心な農産物の消費拡大及び地産地消にもつながる。

市内オーガニック
生産者



バイキングへオーガニック農産物を提供

販売

収入

バイキングを機に、顧客確保及び売上増加

消費者
(子育て世代など)



地産地消の意識醸成

【実践型⑥】 兼業農家の収益向上へのフローチャート

生産物の魅力を自ら発信！ 目指せ！ マルチアグリクリ
エーター！

長岡 務（北上市中野町 30代自営業）

【取組内容】

- ・生産者が自ら生産した農産物の魅力をプロデュース
- ・スマホやSNSなどの媒体を活用し、パッケージデザインやCMを製作



SNSや地域メディア
を使い情報発信する

↓
経費をかけずにプロ
モーション

生産した農産物の認
知度向上

↓
新たな顧客確保及び
販路拡大につながる

生産者発信による地
域ブランドの確立

↓
農業体験や収穫イベ
ントへの波及

生産者自らが農産物をプロモーションすることで
兼業農家の収益向上

【その他】

- ・発案者自らがモデルケースとなり、SNSを活用したプロモーションの方法を確立することで、他の生産者への広がりが期待できる。

生産者



産地形成

→新たな生産や販売に意
欲的になる



様々な媒体(メディア)で自ら
情報発信



認知度向上、直接販売
で収入につなげる

消費者



インパクトのあるPR
で消費者を掴む