

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



2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES



# 事例集

## 支援

チャレンジ農業支援センター

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！



2015 SUPPORT CASE EXAMPLES

03 日野 パイロットファーム	01 細谷ブルーベリー 観光農園	02 芳樹園	05 榎戸園
04 下田みかん園	06 西東京市梨生産組合	07 小林農園	10 田中園芸
08 ファーム柳沢	09 一般社団法人 三宅島農業振興会	11 杉田園芸	12 チャレンジ 農業支援センター とは

細谷ブルーベリー観光農園 - 葛飾区 -

ブルーベリー体験農園ロゴと  
使用に関するアドバイス

ロゴマークを、  
新たな農園の  
イメージ作りに  
活用する



相談内容

細谷農園では、ブルーベリーの摘み取り体験ができる農園を開設して10年となりました。

栽培方法は露地栽培とコンテナ栽培の2通りで、コンテナ栽培は千葉大学園芸学部との産学連携事業の一環として導入しました。

体験農園の運営とともに、今後はラズベリーの栽培と、ブルーベリーの着果促進を目的に導入したミツバチによるハチミツの生産を開始する予定です。

新たな生産物となるラズベリーとハチミツを、ブルーベリーの摘み取りに訪れたお客へ販売するため、細谷農園のPR素材として使用するロゴマーク作成のご依頼をいただきました。



様々な媒体に  
利用することで  
イメージ作りに!



支援内容

ロゴマークは、ブルーベリーと今後主力に加わるラズベリーをモチーフとしたものをいくつか提案し、その中から最も親しみやすいデザインが選ばれました。

このロゴマークを様々なPR媒体に利用することで、細谷農園のイメージを作ることが重要であるというアドバイスをいたしました。

ロゴマークは農園の看板、のぼり、名刺に活用されており、特に看板はロゴマークのみのインパクトがあるものになりました。

ブルーベリーとラズベリーの自家製ジャム作りも企画中で、ジャムのパッケージにもロゴマークの使用を考えています。

現在、イチジク、ブラックベリー、ラズベリーを植えており、これからも販売する予定です。



## 加工品の開発、ホームページ作成に関するアドバイス

可能性が詰まった  
この場所を、  
もっと知って  
もらいたい。



### 相談内容

園芸の実践的な著書も発刊しているアイデアマンと元園芸ライターのご夫婦が国分寺で営む芳樹園では、四季を通じてバーベナ、パンジーなどの草花と無農薬野菜、ブルーベリーやブドウといったフルーツの生産、直売をしています。

毎年10月下旬には「パンジー祭り」も開催するなど新しいことにも挑戦されています。

今回、園内の直売所だけでは売り切れないフルーツを使った加工品についての相談の他、すでに開催しているイベントを更に充実させていくため、情報発信のためのホームページ作成などに関するご相談をいただきました。



イベント等でも人気の商品です。



### 支援内容

フルーツに関しては、全てジャムに加工することで、バリエーション展開を充実させました。ナツミカン、ブドウ、ブルーベリーの他、今後はユズ、ラズベリーへの展開も視野に入れています。新生姜は甘酢漬けの漬物にするなど、支援したものの全てが商品化となり、イベント等で販売されます。

ホームページに関しては、オリジナルドメインを取得し、今まで新聞折込で行っていたイベント時の集客目的の他、フォトギャラリーを設けるなど広く当園の情報を知ってもらえるような作りとしました。

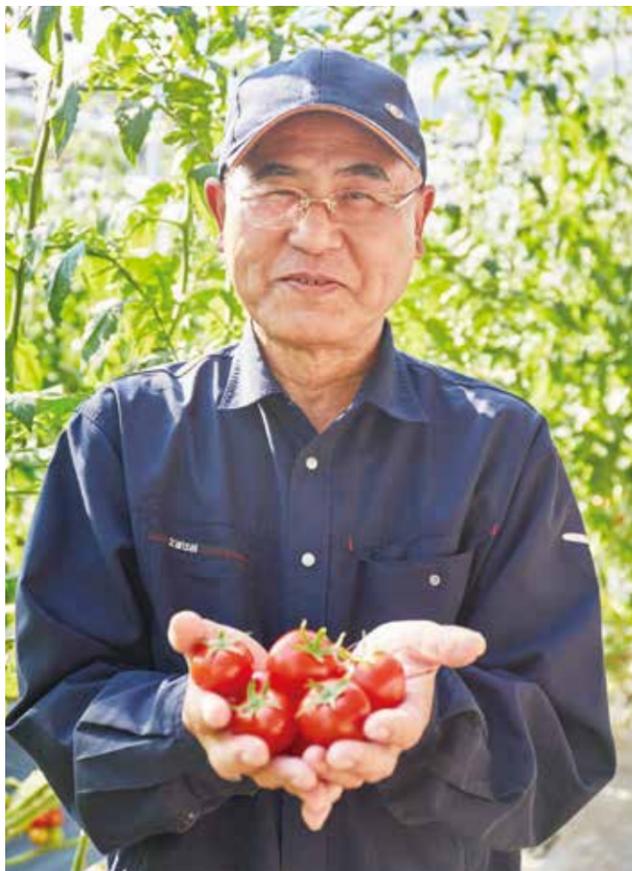
客層に合わせたフォントサイズの設定、ブログとの連動で更新しやすく安心して運営できるシステムを導入するなどの工夫をしています。



## 日野パイロットファーム -日野市-

# 農園PRと販売促進のための ホームページ作成

地元産のトマトと  
農園のホームページで  
生産性の高い都市農業を  
広めていきたい



### 相談内容

日野パイロットファームは、少ない培養土で栽培を行う樽栽培のミニトマトや食用ホオズキ、露地でのミニトマトなどの生産を行っています。その中で、トマトの樽栽培は集約的な栽培方法として生産され、自ら研究を進め「ひの樽トマト」を誕生させました。

「ひの樽トマト」のブランド化と販路開拓を進めるために、既存のホームページを修正して農園と農産物のPRを行いたいというご相談をいただきました。



コンテンツを  
充実させて  
共感を得られる  
作りに

### 支援内容

まず従来のホームページを確認したところ、日野パイロットファームに関する情報のみが記載されているコンテンツになっていました。

そこで、「就農した理由」「農業に対する想い」「これまでの苦勞とそれをどのように解決したか」などの閲覧者から共感を得られるような充実したコンテンツを盛り込んで、農園の代表者がダイレクトな情報発信を行えるようにブログも設置するような企画を作成しました。

専門家のアドバイスを実現させるために農業経営サポート事業を導入し、ホームページの修正とトマト出荷袋の制作を行いました。

ホームページリニューアルなどの効果によって、市場仲買業者との契約が実現しました。



下田みかん園 - 武蔵村山市 -

みかん狩りPRと  
説明資料の作成に関するアドバイス

ふらりと出かけて  
気軽に味わえる  
「東京のみかん」を  
広めるために

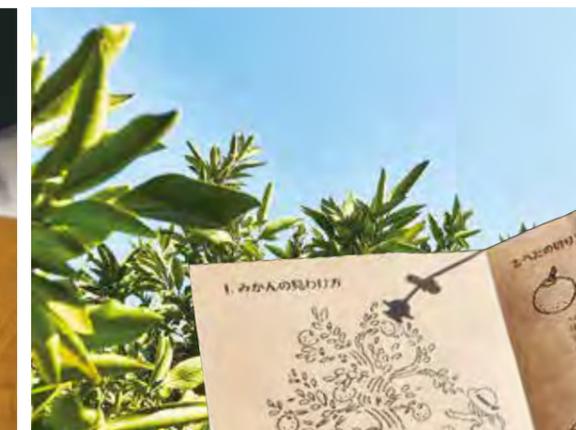


相談内容

武蔵村山市の下田みかん園は、祖父の代から約60年続くミカン栽培農家であり、みかん狩りができる農園として知られています。

園内のミカンは来園客への販売や食べ放題で提供している他、B級品は委託生産によって「みかんジャム」や「みかん羊羹」のオリジナル商品として直売所で販売されています。

下田みかん園のミカンを「東京のみかん」としてPRし、新規の入場客にもみかん狩りで喜んでもらえるような説明用パンフレットを作成したいとのご相談をいただきました。



味のある  
手書きイラストで  
分かりやすく!



支援内容

みかん狩りの入場料が安価に設定されているので、説明資料の作成もできるだけコストのかからないよう工夫しました。

始めに、白黒プリントの資料を自宅のプリンターで必要枚数を適宜印刷することでコストを下げる条件を設定し、この条件でできるだけ高級感があり、内容の分かりやすい資料作りを目指しました。

通常の紙よりも価格が安い上に高級感の出せるクラフト紙を使い、味のある手描きイラスト付きで分かりやすい内容の資料を提案し、パンフレットとして活用しており入場客から喜ばれています。



## 屋号をロゴマークにブラッシュアップ

伝統の屋号を使った  
ロゴマークが標す  
技術力で、  
こだわりの苔玉づくり



代々伝わる  
屋号を  
ロゴマークに!



### 相談内容

三代前から植木業を営んでいる榎戸園では、苗木生産から造園まで幅広い経営を展開しており、オリーブ苗の生産や苔玉の制作も行っています。

オリーブ苗や苔玉はイベントや直売所で販売していますが、商品のPRIに社名である「有限会社榎戸園」という堅苦しい表記を使用していたため、一目で印象に残るようなマークやロゴなどの利用を希望していました。

特に高い付加価値が見込まれる苔玉は、今後榎戸園の主力商品としての育成、販売を考えており、苔玉の販売に適した新しい販路の開拓を検討していく中で、ロゴマーク制作と苔玉の販路開拓に関するご相談をいただきました。



### 支援内容

ロゴマークについては、榎戸園の創業前から榎戸家に代々伝わる「山十(やまじゅう)」という屋号の表記を基に、榎戸園の技術力を象徴する作業用スコップのイメージを融合させて何度も練り直し、シンプルかつ強度のあるロゴマークを完成させました。

苔玉販売用の紙袋にロゴマークのゴム印を押したものが好評で、プロデザイナーの目線で作成したロゴマークは、今後商品パッケージやTシャツなどに使用される予定です。

苔玉の新しい販路は、開拓する前に商品の品質や個性において差別化を図り、生産基盤を整備することから始めるようアドバイスしています。



西東京市梨生産組合 - 西東京市 -

キャラクター / ロゴ制作、パンフレット、  
出荷袋の作成

保谷ブランドを  
さらに広め、  
販売力向上を  
目指したい。



相談内容

西東京市梨生産組合は、保谷市時代から続く梨生産農家の組合で、ナシの他にも高尾、巨峰、藤稔などのブドウ品種について種なし処理をした栽培も行っており、地域で大変人気があります。

しかしながら、これまで使用していたナシをPRするパンフレットや出荷袋は10数年前のもので、内容と共にデザインを見直す必要がありました。また、保谷ブランドを更に印象付けるためのキャラクターの作成に際してもご相談をいただきました。



親しみやすい  
優しい印象の  
デザインです。



支援内容

保谷梨をモチーフにしたキャラクターとロゴを提案。ネーミングの設定を含め、親しみやすい優しい印象となりました。また同じように保谷ブドウのブランドも強化していく方向性が出たことを受けて、使いやすいようナシのパンフレットと同一のテイストで作成しました。

また、このロゴを用いて、ナシの直売に利用する出荷袋のデザインを行いました。

パンフレット作成にあたっては、デザインのポイントとなる写真原稿がなかったため、まずは時期や作柄などを考慮しながら農園を回っての撮影、また屋内での単品撮影を行いました。その後、キャラクターを使ってナシを押し出した組合のパンフレット、ぶどう生産部会を中心にブドウのパンフレットの二つを、揃えたデザインで制作しました。



## 農園PR用ホームページ作成

ホームページの  
訪問客を、  
農園の訪問客へと  
シフトする



便利で  
使いやすく  
改善しました!

### 相談内容

狭山丘陵の南側に位置する小林農園は、ミカンとブドウの栽培を行っています。

ミカンが収穫できる11月～12月ごろはみかん狩り農園となります。

みかん狩りはミカン食べ放題の他に、収穫したミカンやジュース、ジャムの加工品も販売しており、開園期間中は団体を含め2,000人～3,000人の来場客が訪れます。

ブドウの収穫期である8月は、数種のブドウの販売を行っています。ブドウの時期には毎年たくさんの固定客が現地まで足を運んで購入しています。

数年前に開設した自前の無料ホームページから開園期間に多くの問い合わせが寄せられて、集客の効果を感じたため、さらに有効活用できるホームページに作り直したいとのご相談をいただきました。

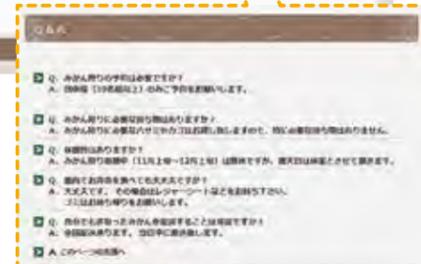


### 支援内容

従来のホームページの問題点を洗い出し、対応策をアドバイスしました。

ホームページ上でお客様の問い合わせに回答する仕組みがなく、シーズン中は従業員が「予約が必要かどうか」などの問い合わせ対応に追われていたので、Q&Aコーナーを設置して問い合わせ数の軽減に役立てました。

また、小林農園の独自ドメインを取得し、更新内容を農園のブログにリンクさせることで、お知らせなどの発信やホームページのメンテナンスがしやすくなるように改善しました。また、これに基づき、PR用パンフレットの制作を行いました。この結果、今までより多様な客層が来場するようになりました。今後、雑誌への掲載も検討されています。



ファーム柳沢 - 西東京市 -

ロゴマーク作成から販促の展開、  
情報発信に関するアドバイス

「東京トマト」を  
ゆっくり美しく育てた  
一番美味しい時期に  
届けたい。



メインの  
購買層を意識した  
デザイン



2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES  
08  
ファーム柳沢  
- 西東京市 -

支援内容

まずは販促に関して年間スケジュールの提案とロゴマークを制作。東京で生産されていることを大きく打ち出すことを想定したデザインを意識し、商品名も「東京トマト」としました。

それまでは都内の飲食店への卸しの他、店頭販売や直売所など販路は数か所でしたが、敷地内に自動販売機を設置しての販売も検討しているとのことで、設置場所や仕様の検討、メーカーの選定に関するアドバイスをを行いました。

のぼりは設置場所などのアドバイスも含めて制作。チラシは思わず手に取りたくなるインパクトのある表紙、写真の使い方の工夫や販売方法や地図の分かりやすさ、顧客の感想の掲載など、メイン顧客である主婦層をターゲットとして制作しました。

またfacebookの活用や商標登録についてもアドバイスを行いました。

相談内容

ファーム柳沢は、西東京市に新しく生まれたトマト栽培農家。ICT技術で管理された「環境制御ハウス」の中で有機肥料ですくすくと育った、甘味と酸味のバランスが取れたトマトです。

生産面では、品質と供給の安定を図るために試行錯誤する一方で、販路についても本格的な販売戦略について検討を進めることになりました。

そのため、商品名やロゴマーク、それらを使用したチラシやのぼりへの展開をはじめとするブランディング全般など、本格的な販売を始めるにあたってのご相談をいただきました。



三宅島農業振興会 - 三宅島 -

三宅島特産農産物の  
ブランド化戦略

島の特産品を  
ブランド化  
するための  
取り組みを提案



相談内容

三宅島の農業は、アシタバが中心で国内有数の産地となっています。その他、花き観葉植物類としてキキョウラン等の切り葉の生産も盛んです。

果樹では、パッションフルーツなどを生産していますが、これらの特産品をより多くの消費者に提供していくため、ブランド化に向けての取組みについて講演会を依頼されました。

また、JA島しょ三宅島店の廃店に伴う、一般社団法人三宅島農業振興会の設立を契機に新しいロゴマークとアシタバの出荷箱・出荷袋のデザイン制作を依頼されました。

支援内容

講演会では、帰島10周年の節目を活かしもつと「顔の見える」販売についてアドバイスをしました。特に、島ならではの特産品をブランド化する必要を強調しました。

また、ロゴマークは新組織を活性化させる原動力として、出荷箱・出荷袋は島の顔という認識でデザイン提案しました。



2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES  
10

田中園芸 - 練馬区 -

2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES  
10  
田中園芸  
- 練馬区 -

## シンボルマーク制作と、 商品タグなどへの展開についての提案

大規模市場でも  
埋もれない  
ブランド力を。



Tanaka Engei  
Oizumi Nerima Tokyo

### 相談内容

田中園芸は練馬区で三代続く花き生産農家。主力のシクラメンの他にもサフィニア、パンジー他、多数の品目を栽培しています。また花の他に野菜苗も含め、大手ホームセンターでの販売を行っています。

昭和39年の東京オリンピック以降、東京から発展してきた花市場は、現在では生産技術や品質も安定しているため、どこの生産品でも大きな違いがなくなっています。

その中で埋もれてしまわないブランド力を構築するため、商品に付けるシンボルマークを作成したいとのご相談をいただきました。



### 支援内容

栽培している主要な花を抽象化し、アイデンティティである「田中園芸」「四季」「生産品」を表すシンボルマークを提案、どのような状況下でもひと目で分かるシンプルな強さを目指してブラッシュアップを重ねていきました。

今後は商品ラベルの他、ショッピングバッグや看板などへ展開し更にブランドを訴求、将来的には飲食店とのコラボレーションやイベントを通して町おこしにも繋げて行くことも検討しています。



2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES  
11

杉田園芸 - 瑞穂町 -

2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES  
11  
杉田園芸  
- 瑞穂町 -

## 温室シクラメンの 細霧冷房システムの導入を支援

夏季の  
細かな温度調節で  
高品質の  
シクラメンを提供



### 相談内容

農家として10代以上もの歴史がある杉田園芸では、約5千株のシクラメンをメインに、パンジーやビオラなどの花を温室で栽培しています。

シクラメンは開花時期の年末に出荷できるよう、夏季の期間もハウスで栽培していますが、ハウス内が高温化するとシクラメンの品質が低下してしまいます。

夏季はハウス内の気温が毎年40℃～50℃にも及び、カーテンでの遮光や扇風機の設置による対策も効果が少ない上に、作業員の負担となっていました。

そこで、効率的な室内冷却システムの導入に関するご相談をいただきました。

### 支援内容

ハウス内にミストを噴霧する細霧冷房システムを採用し、設置を行いました。

冷房システムはプログラムにて制御を行うタイプのもので、シクラメンの栽培に適合した細かな動作設定が可能です。

設置後は試運転やプログラムの改善を重ね、日射が強い時間帯と弱い時間帯に分けて噴霧量を調整する内容に設定し、ハウス内外の気温を測るだけで噴霧量を制御できる低コストでの運転方法を実現しました。

高温時期が過ぎてからシステムを設置したので、現状では引き続き試行や調査を行い、来年度からの本格的な稼働に備えています。



2015  
SUPPORT CASE  
EXAMPLES

[ チャレンジ農業支援センターとは ]

「チャレンジ農業支援センター」は、都民ニーズに即応した収益性の高い東京独自の農業経営を実現したいと考える農業者のみなさまの創意工夫とチャレンジをサポートしました。

支援の内容

**相談**  
農業者のみなさまが、現在の経営の改善や新たな経営へ挑戦する際に相談したい、アドバイスが欲しいことについて、センターのスタッフが直接訪問するかセンターで話をうかがい、解決のためのサポートを行いました。また、相談の内容により、普及センターなどの関係機関と連携してサポートを行いました。

**専門家の派遣**  
センタースタッフとの相談で明らかとなった課題を解決するために、申込みいただいたみなさまのところに適切な専門家を派遣して、直接アドバイスを行いました。  
※専門家は5回まで派遣が可能で、費用は無料です。  
※専門家の派遣に際してはセンタースタッフが原則同行します。

**講演会の開催**  
独自の創意工夫により新しい農業経営を実現している農業者の方などを講師に招いて年5回の講演会を開催しました。

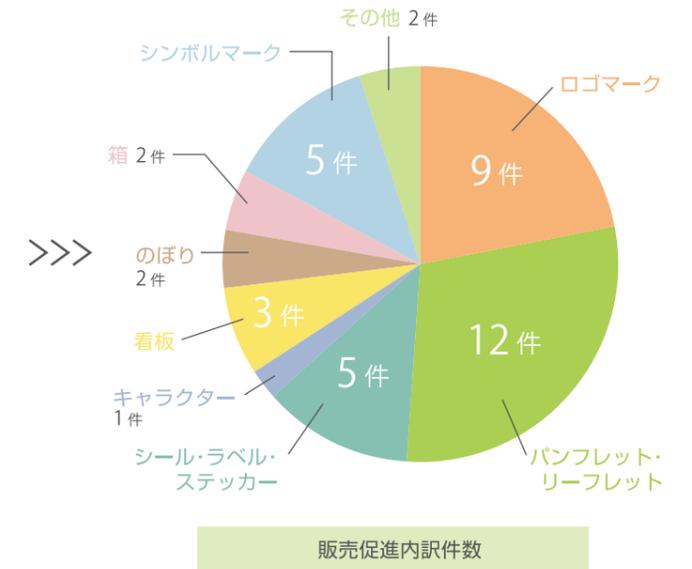
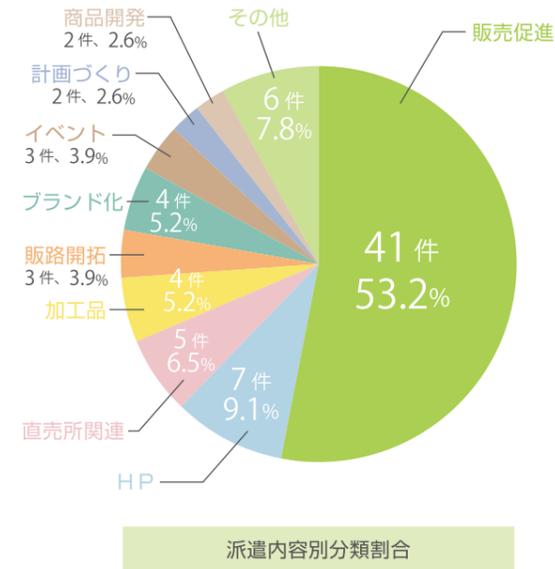
平成27年度 チャレンジ農業セミナーの内容

	講演内容	開催場所	開催年月
第1回	□東京産野菜の農業と流通 □東京農産物の販売戦略	中小企業振興公社 多摩支社	27年6月
第2回	□三宅島特産農産物のブランド化戦略	三宅島漁業協同組合 会議室	27年8月
第3回	□お客様が集まるPOPの作り方	中小企業振興公社 多摩支社	27年10月
第4回	□必見！農家のためのWEB活用術	中小企業振興公社 多摩支社	27年10月
第5回	□消費者の声を販売に □事例発表	中小企業振興公社 多摩支社	28年3月

平成27年度 派遣内容別分類と販売促進の内訳について

(平成28年1月末実績)

相談申込まれた依頼内容の分類と販売促進の内訳です。



支援の流れ

