

東京都内での群馬県産有機農産物・加工品の販路拡大に向けた
テスト販売業務

実績報告書

令和5年11月30日

一般社団法人 日本有機農産物協会

目次

01

業務概要 . . . No.1 ~ No.12

02

テスト販売 実績報告 . . . No.13 ~ No.25

03

PR発信報告 . . . No.26 ~ No.30

04.

アンケート結果 . . . No.31 ~ No.38

05.

課題、提案、総括 . . . No.39 ~ No.48

1 本業務の趣旨

GUNMA Organicのコンセプトのもと、東京都内での群馬県産有機農産物・加工品の販路拡大に向けて、そのニーズ等把握するため、有機農産物・加工物に興味のある消費者を対象としたテスト販売を実施し、群馬県産有機食品の認知度向上を図るとともに群馬県全体の有機農産物の生産量向上に繋げる。

2 業務の内容

- (1) (一社)日本有機農産物協会(以下、協会という)の会員事業者により調達した群馬県産有機農産物(生鮮・加工品)を自然食品専門店にて試験販売を行う。販売には野菜ソムリエ資格保持者や販売経験者により実演販売を行う。
- (2) 試験販売において購入者に対して、群馬県産有機農産物に関するアンケートを実施し、購入者の群馬県産有機農産物(生鮮品・加工品)に関する認知調査を実施する。
- (3) 試験販売の協力店舗に対して、群馬県産有機農産物(生鮮品・加工品)に関するアンケートを実施し、認知度調査を実施する。
- (4) SNS発信による群馬県有機農産物・加工品のPR発信とフォロワー数の分析による認知調査を実施する。
- (5) 上記(1)～(4)の業務により、群馬県産有機農産物の生産・販売拡大のための施策のための分析・課題抽出、群馬県に対する報告書を作成する。

目指すゴール

今回のテスト販売を通じて、消費者・小売店の視点から、有機農産物・群馬県産有機農産物・加工品の現状の認知度や課題を把握、分析を徹底的に行うこと。また協会の有機農産物の流通ノウハウとネットワークを加え、群馬県産有機農産物・加工品のさらなる流通・消費拡大を目指したロジックを提供することで、群馬県内の有機農業が普及・拡大することを目的とします。

消費者へ群馬県産有機農産物・加工品の認知度やニーズの把握からPR、普及・啓発を図り、小売店へは現状の取り扱い状況の把握から課題やニーズを洗い出し、継続的な流通のために、課題分析・新しいアイデアを纏めることで、群馬県内の有機農業者にとっても有益な情報を提供します。

GUNMA Organicを全面に推し、消費の面から消費者に有機農業・農産物をPRし、普及・啓発を図る。

目的を達成するためには、消費者が考える有機農産物のニーズを確認し、実演販売店舗へフィードバックをして消費者・小売店舗双方の有機農産物の消費・販売に関する課題を洗い出す。本業務におけるアンケート結果をもとに認識の分析を行い、群馬県内農業者や流通業者へ生産流通拡大へフィードバックを行う。

ぐんまの有機農産物フェア（テスト販売）

開催期間：2023年10月6日（金）～8日（日）、13日（金）～15日（日）

開催場所：ムスビガーデン 桜新町店、ビオラル 下北沢駅前店

主催：群馬県農政部

企画・運営：一般社団法人日本有機農産物協会

協力：ムソー株式会社、株式会社ライフコーポレーション

3 本業務の実施プロセス

(1) 販売実証事業

【準備】

群馬県産有機農産物・加工品のリストアップ 仕入先交渉
店舗納品までの物流確認
仕入価格・販売価格の決定
販促物の製作・準備

【当日の対応】

販売員として野菜ソムリエ資格保持者による販売準備
試食提供
群馬県からのノベルティ配布
消費者アンケート
販売実証小売店舗アンケート
実需者（協会会員）アンケート

(2) SNS発信による群馬県産有機農産物・加工品の認知拡大

【実施期間中】

関係者（協会、販売チーム、実施店舗）によるSNS発信

4 業務の実施

次のとおり東京都内での群馬県産有機農産物・加工品の販路拡大支援事業を実施した。

(1) 開催時期

令和5年9月22日（金）～10月29日（日）のうち、金曜日・土曜日・日曜日の3日間

(2) 開催回数

2回

(3) 開催場所

東京都に位置し、有機食品を扱う小売店2店舗

(4) 販売棚の大きさ

1店舗あたり、平台1台分（奥行き1.5m×横2m）程度

(5) 品目

群馬県産有機農産物・加工品

(6) 事前準備等

- ・販売品の実施店への納品方法を生産者又は卸売事業者と交渉し構築する
- ・群馬県内事業者から実施店への輸送手配を実施。
- ・商品説明や試食提供、調理デモンストレーションに係る人員の手配
- ・試食提供に必要なスペース、什器、装飾等を手配する。

(7) 販売員配置

過去に販売員としての業務経験があり、来場者へ説明可能な人員を手配した。販売員は、実施期間中、毎日配置することとし、購買客への商品説明や試食提供等、販売促進活動を実施する。1店舗につき2名配置する。

(8) 試食提供

販売員配置期間中、毎日試食提供を実施する。

(9) 販売コーナー装飾

小売店舗内での群馬県産有機農産物・加工品が目立つよう販売コーナーを装飾する。

(10) 広報活動

販売の実施前や実施中に集客のための広報を行う。

(11) アンケートの実施

群馬県産有機農産物・加工品購入者を対象に価格許容度、認知度、改善点等のアンケートを実施する。アンケート回答者には、県が提供するノベルティを配布する。合計100件以上の回答を得られるよう小売店と調整を行う。

5 業務完了報告

業務完了後、速やかに以下の事項を記載した業務完了報告書を提出する。

- (1) 業務完了年月日
- (2) 各業務内容についての実施内容
 - ア 実施店舗
 - イ 購入者の人数・属性
 - ウ 販売量、試食提供数
 - エ アンケート結果
- (3) テスト販売の活動記録写真（JPEG等）
- (4) HPやSNSへの掲載内容及び閲覧数等
- (5) 委託業務に関するまとめ、課題、分析、考察
- (6) 実施費用内訳
- (7) その他本業務に関連するもので、群馬県が指示する内容

6 業務スケジュール

事業タイムライン

- 2023年9月4日（月） 企画書提出
- 2023年9月7日（木） 採用決定通知
- 2023年9月15日（金） 契約締結
- 2023年9月16日（土）～ 9月30日（土） 人員手配、物販仕入れ、備品用意等の準備、SNS発信等
- 2023年10月6日（金）～8（日） ムスビガーデン桜新町店にてテスト販売を実施
- 2023年10月13日（金）～15（日） ビオラル下北沢駅前店にてテスト販売を実施
- 2023年10月15（日）～ アンケート集計、報告書制作、提出
- 2023年11月30日（木） 報告書提出締日

ムスビガーデン桜新町店

ムスビガーデン 桜新町店

<https://musubi-garden.jp/>

(運営：ムソー株式会社

<https://muso.co.jp/>)

営業時間：10:00～20:00

来客数：500人/1日

■テスト販売日程

10/6(金)～8(日) 14:00-19:00

■仕入れ方法

協会が独自で調達して販売

■選定理由

市街地にある店舗として協会会員の中から選定



ビオラル下北沢駅前店

ビオラル 下北沢駅前店

<http://www.lifecorp.jp/store/bio-ral/>

(運営：株式会社ライフコーポレーション

<http://www.lifecorp.jp/>)

営業時間：10:00～22:00

来客数：700人/1日

■テスト販売日程

10/13(金)～15(日) 14:00-19:00

■仕入れ方法

ビオラルの商流に則り、ビオラルの既存仕入れ先から商品を調達

■選定理由

駅前にある店舗として協会会員の中から選定

— BIO-RALが大切にしていること —

Organic

自然の恵みをいかした農作物や加工品。私たちはその価値をお伝えするとともにいつでも手にできる場を提供します。

Local

私たちは、その土地で培われたおいしさ、四季折々の実りに感謝し、自然の摂理に合った食生活を提案します。

Healthy

健康的な食生活が健全な体と心を育みます。私たちは、体にやさしい商品の品そろえや開発にも取り組みます。

Sustainability

自然の恵みをこどもの代まで受け継いでいくために、循環型社会の実現、地球環境保持を目指します。



01 販売イメージ

販売イメージ

GUNMA Organicをコンセプトにスタッフ・売り場の統一感を出し、訴求力を上げます。

販売スタッフはすべて野菜ソムリエ等の資格保持者

主に葉野菜や加工品を陳列

試食、レシピ、POPを用意



■ 出店用ツールデザイン案



全スタッフ着用の

【GUNMA Organic】ロゴ入り

オリジナルエプロン

平台クロス・のぼり、試食、レシピ、POP

全スタッフ着用のオリジナルエプロン

全面に群馬県産有機農産物・加工品をPRするために、クロス・のぼりを用意

【GUNMA Organic】と有機JAS認証ロゴ、GUNMA QUALITYロゴを記載



野菜ソムリエ資格保持者や販売経験者による販売チームの活動内容

青果に精通している野菜ソムリエ資格保持者や販売経験者による実演販売を行う。商品説明や試食提供・調理アドバイス、群馬県産有機農産物・加工品のPRを行う。販売スタッフは、野菜ソムリエ資格保持者や販売経験者のみで構成し、来場者への確かつ丁寧な商品説明をする。販売スタッフは、実施期間中、毎日配置することとし、1店舗につき2名配置する。

有資格者による販売

群馬県産有機農産物・加工品のレシピの配布

群馬県産有機農産物・加工品の試食

消費者アンケート
+
特典提供

SNS発信

青果・有機農産物の知識を有する販売チーム

野菜ソムリエプロによるレシピを考案・提供。群馬県産有機農産物・加工品の継続した消費を狙う

レシピを中心とした試食販売を提供。コアなファン層を増やす。

価格許容度、認知度、改善点等のアンケートを行う。特典としてレシピや群馬県からのノベルティを提供

野菜好きな30-50代女性をメインターゲットとして、インスタグラムを中心にSNS発信。

氏名	資格・経験	出勤日数
老沼 裕也 (ディレクター)	野菜ソムリエプロ・野菜検定1級、販売士2級 青果流通・物販経験、販売コンサルティング経験	6
村上 由実	野菜ソムリエプロ・果物ソムリエ・フードツーリズムマイスター 食品ロスゼロ料理アドバイザー、 物販経験（山梨県内マルシェ等の催事 ほか）	3
荒木 優子	野菜ソムリエプロ・ベジフルビューティーセルフアドバイザー 物販経験（勤続中：大丸梅田店、長居公園ossomarket ほか百貨店等経験10年以上）	3
大内 優紀枝	野菜ソムリエ・食育インストラクター・ベジフルカッピング 物販経験（ららぽーと豊洲「青森りんごフェア」「いちごフェア」 「パンフェア」ららぽーと入間「埼玉野菜、イタリア野菜フェア」 スーパー 明治屋、かすみ、丸井の地下 ほか）	2
大場 久美	野菜ソムリエプロ・物販経験（ららぽーと横浜いちご21品種・ラゾーナ川崎:はねっ娘会の枝豆販売・コクーンシティ:埼玉深谷野菜 ・さいたまヨーロッパ野菜研究会野菜販売・ラクーア神楽坂本店 新店オープン販売応援および販売力強化応援 ほか）	4
老沼 絵里子	野菜スペシャリスト・青果流通・物販経験（3時間500点の有機農産物を販売するコミュニティ型イベントを運営）、有機農家との関わり多数	2

消費者・小売店舗に対して群馬県産有機農産物・加工品のアンケートを実施

1. 消費者アンケート

01 アンケート対象者（消費者）

有機農産物に対して感度が高い自然食品店ビオラル、ムスビガーデンで有機農産物・加工品を購入された消費者を対象に店頭で価格許容度、群馬県産有機農産物の認知度、改善点等アンケートを実施した。さらに非購買者にランダムにお声がけし、アンケートを実施した。

02 アンケート用紙記入方法

確実にアンケートを取ってもらうために、特典と引き換えにその場でアンケート用紙に記入。最後に事務局でアンケートを集計し、googleformに落とし込んだ。

03 特典

アンケート回答者への対応のため以下のことを行った

- ①群馬県が提供するノベルティ ジュートバッグ 計200点 配布
- ②群馬県が提供するノベルティ ぐんまちゃんシール 計202点 配布
- ②野菜ソムリエ制作の群馬県産有機農産物・加工品のレシピ 計202部 配布

2. 小売店アンケート

04 アンケート対象者（小売店/店長）

今回の協力店舗である自然食品店ビオラル、ムスビガーデンの店長に対してアンケートを行った。群馬県産有機農産物・加工品の評価や仕入方法、課題、価格許容度、認知度、改善点等などの設問を用意した。

3. 実需者アンケート

05 アンケート対象者（協会会員）

有機農産物を扱う実需者7社から有機農産物の仕入れ課題や群馬県産有機農産物に対するアンケートを実施した。

■消費者アンケート用紙（回答者：購買者、非購買者） ※用紙に記入

群馬県産有機農産物の普及拡大のためのアンケート

ご協力のほど宜しくお願いいたします。

①場所

ムズビガーデン ピオラル

②当フェアで群馬県産有機農産物または加工品を購入しましたか？

はい いいえ

③上記の理由を教えてください。（複数回答）

価格 鮮度 生産情報 生産者との繋がり 調理の仕方 品揃え 興味本位そのほか（記述）：_____

④群馬県産有機農産物または加工品を購入したことはありますか？

（認識できる範囲で構いません）

はい いいえ 覚えていない

⑤群馬県産問わず、有機農産物の購入頻度を教えてください。

週に3回以上 週に1回以上 2週間に1回以上 月に数回ほとんど購入しない、または0

⑥群馬県産問わず、有機農産物を購入する理由（複数回答）

健康面 環境に優しい 理念に共感 安心安全 生産情報がわかるそのほか（記述）：_____

⑦主な有機野菜・加工品の購入先（複数回答）

スーパー 直売所 生協 百貨店 自然食品店 ネット販売 農家から直接マルシェなどのイベントそのほか（記述）：_____

⑧有機農産物を購入する際にもとめるもの（複数回答）

価格 鮮度 生産情報 生産者との繋がり 調理の仕方品揃え（種類の豊富さ）そのほか（記述）：_____

⑨有機栽培を行っている現場（圃場）に行きたい、また農業体験をしてみたいと思いませんか？

はい いいえ どちらでもない

⑩有機栽培されている野菜のうち、どれが食べてみたいと思いますか？

キャベツ きゅうり さといも だいこん たまねぎ トマト なすねぎ にんじん はくさい ばれいしょ ピーマン ほうれんそう レタスいちご

⑪今回のテスト販売の印象

満足 普通 不満 そのほか（記述）：_____

⑫年代

20代未満 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上

⑬家族構成

独身 夫婦 3人家族 4人家族 そのほか（記述）

⑭性別

男性 女性 そのほか

⑮さいごに群馬県産の野菜のイメージまたは有機の印象を教えてください。（自由回答）

野菜や果物のイメージ（記述）：_____有機のイメージ（記述）：_____

アンケート内容は厳重に取り扱い、今後の群馬県有機食材普及のため活用いたします。



購買者から消費者アンケートをとる様子

累計202のアンケートを回収

時間をかけて回答する方が多い印象



アンケート回答の特典

①ぐんまちゃんジュートバッグ

②ぐんまちゃんシール

③オリジナルレシピ

■実施店舗向けアンケート内容（回答者：実施2店舗店長） ※googleformで回答

①群馬県産有機農産物の取り扱い状況について（野菜、果物、米）（複数回答）

ある（有機JAS認証付きの農産物） ある（有機JAS認証なし） 取り扱いがない

②群馬県産有機加工品の取り扱い状況について（加工品）

ある（有機JAS認証付きの加工品） 取り扱いがない

③ ①、②の回答であると答えた方、具体的な品目を教えてください。併せてその仕入れの頻度も教えてください。 記述式

④群馬県産有機農産物・加工品の仕入れ先ルート（複数回答）

個別生産者/農家グループ 有機農産物専門流通業者 市場仲卸業者 食品卸業者 JA
そのほか（記述）

⑤群馬県産有機農産物・加工品の注文頻度

年間契約orシーズン毎 その都度注文 そのほか（記述）

⑥群馬県産有機農産物・加工品を扱って感じた課題や物理的な問題点や不満（複数回答）

消費者理解が進んでいない 品目 安定供給 生産量の増加 価格帯 消費者向けの普及・啓発情報が少ない 売れ残りが多い そのほか（記述）

⑦群馬県産有機農産物・加工品の今後の仕入れ量について今後のスタンス

取り扱い量を増やしたい 維持 減らしたい そのほか（記述）

⑧群馬県産有機農産物・加工品の取扱量を増やしたい時に店舗で対応ができること（複数回答）

不定期コーナーの設置 常設コーナーの設置 認証商品以外は取り扱わない できることはない そのほか（記述）

⑨群馬県産有機市場拡大に向けての課題、流通、行政に求めることは？（複数回答）

物流システム構築によるコスト削減 品揃え 販売場所の拡充 小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援 宣伝ツールの作成・配布 生産者、消費者の交流会の開催や支援
有機農家の見学会実施 有機農産物の日キャンペーンの促進 そのほか（記述）

⑩有機農産物・加工品の仕入れの際に感じる問題点や不満（群馬県産問わず）（複数回答）

品目が少ない 数量が確保しづらい 供給が不安定 産地情報の不足による調達先不足 発注の手間 認証未取得により小分けができない 価格 品質が安定しない そのほか（記述）

⑪今後取引したい群馬県内の農家・食材があれば 記述式

⑫今回の群馬県産有機食材のテスト販売の印象 記述式

■実需者アンケート内容（回答者：協会会員7社） ※googleformで回答

①回答者様の業態を教えてください。流通業者 加工業者 小売業者（一般スーパー/有機専門店）
飲食業者 生産者 そのほか（記述）

②【小売の方】群馬県産有機農産物・加工品の取扱量を増やしたい時に店舗で対応ができること（複数回答）
店舗構内（店舗外）の場所の設置 不定期コーナーの設置 常設コーナーの設置
認証商品以外は取り扱わない できることはない そのほか（記述）

③有機農産物・加工品の仕入れ先ルート（複数回答）※群馬県産問わず

個別生産者/農家グループ 有機農産物専門流通業者 市場仲卸業者 食品卸業者 JA
そのほか（記述）

④有機農産物の取り扱い状況について（野菜、果物、米）（複数回答）※群馬県産問わず

ある（有機JAS認証付きの農産物） ある（有機JAS認証なし） 取り扱いがない

⑤有機農産物・加工品の仕入れ先ルートの仕入れ形態 ※群馬県産問わず

年間契約orシーズン毎 その都度注文 そのほか（記述）

⑥有機農産物・加工品の仕入れの際に感じる問題点や不満 ※群馬県産問わず（複数回答）

品目が少ない 数量が確保しづらい 供給が不安定 産地情報の不足による調達先不足 発注の手間
認証未取得により小分けができない 価格が高い 品質が安定しない そのほか（記述）

⑦有機農産物を取り扱い感じた、流通の課題や物理的な問題点や不満 ※複数回答可能 ※群馬県産問わず

輸送コストが高い 小分け認証コストが高い 加工工場が少ない 集荷場が少ない
コードの規格化・標準化ができていない そのほか（記述）

⑧有機農産物・加工品を扱って感じた課題や物理的な問題点や不満（複数回答）※群馬県産問わず

消費者理解が進んでいない 品目の少なさ 安定的な売り場が作れない、販売ができない 価格帯
消費者向けの普及・啓発情報が少ない 売れ残りが多（消費者ニーズが少ない） そのほか（記述）

⑨群馬県産有機農産物・加工品の今後の仕入れ量について今後のスタンス ※群馬県産問わず

取り扱い量を増やしたい 維持 減らしたい そのほか（記述）

⑩群馬県産有機市場拡大に向けての課題、流通、行政に求めることは？（複数回答）

物流システム構築によるコスト削減 品揃え・販売場所の拡充 小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援
宣伝ツールの作成・配布 生産者、消費者の交流会の開催や支援 有機農家の見学会実施
有機農産物の日キャンペーンの促進 そのほか（記述）

⑪群馬県産有機農産物・加工品の印象 記述式

⑫今後取引したい群馬県内の農家・食材があれば 記述式

SNS発信による群馬県産 有機農産物・加工品のPR

1. 広報

販売の実施前・実施中・実施後に集客・認知拡大のための広報を行った

- (1) 店舗チラシ作成・掲示・配布（掲示、配布は実施店舗に協力要請）
- (2) SNS発信 実施店舗、販売スタッフ、協会によるSNS発信で周知

▼消費者向け

- ・視覚的効果が高いインスタグラムを中心に2万人以上へリーチ
- ・インスタグラムストーリーズによるライブ配信

	一般社団法人有機農産物協会 (+野中)	販売チーム (計5名)	販売 ディレクター	ムスビガーデン 桜新町店	ビオラル関東	群馬県農政部 【公式】	計
フォロワー 数	1,584	6,895	3,024	1,584	11,000	2,845	26,932

※2023年10月時点

タグつけ：#GUNMAOrganic #GUNMAQUALITY

#群馬オーガニック #群馬の有機野菜 #群馬 #ぐんま #群馬県産 #有機
#有機野菜 #有機栽培 #有機JAS認定 #野菜ソムリエ #見たら食べたくなる
#この野菜気になる #群馬から来ました #ソムリエもオススメ

(3) 流通・小売事業者へメール発信

▼事業者向け 36社

協会の有機農産物を扱う事業者（協会の会員）へ、ダイレクトにぐんまの有機農産物フェアの開催情報の発信と、実需者向けのアンケート協力の依頼を行った。

対象事業者：一般社団法人MOA自然農法文化事業団、株式会社エム・オー・エー商事、オイシックス・ラ・大地株式会社、株式会社コープ有機、株式会社シェアガーデンホールディングス、株式会社自然農法販売協同機構、株式会社ビオ・マーケット、株式会社マイファーム、株式会社マルタ、ムソー株式会社、有機農業事業協同組合、株式会社ライフコーポレーション、パルシステム生活協同組合連合会（旧株式会社ジーピーエス）、NPO法人 日本オーガニックアンドナチュラルフーズ協会、株式会社ラミックス、株式会社オーガニックフード普及協会 ほか（計36社）

02 テスト販売 実績報告（日別）

■10/6（金）14:00-19:00 ムスビガーデン桜新町店 天候：晴れ

来客数 （人）	買上点数 （点）	購買者数 （人）	売上 （円）	アンケート （人）	試食（米） （人）	試食（梅） （人）	販売人数+ 職員（人）
394	99	48	31,950	25	35	21	5

ぐんまの有機農産物フェア初日では、群馬の有機農産物ということで、多くの購買者が普段とは違う売り場に関心を持っていただいた。販売スタッフも試食や商品説明を通じて、群馬の有機について伝える努力をし、群馬話に花が咲く一面も。

一部販売しづらい商品と購買者導線に課題があり。職員の方も元気よく声がけしていただき、活気ある場になった。



■10/7（土）14:00-19:00 ムスビガーデン桜新町店 天候：曇りのち晴れ

来客数 （人）	買上点数 （点）	購買者数 （人）	売上 （円）	アンケート （人）	試食（米） （人）	試食（梅） （人）	販売人数+ 職員（人）
481	149	76	57,600	33	58	35	5

ムスビガーデン桜新町店実施期間のうち最も購買者が多かった日。前日の課題を解決し、売りづらい商品はスタッフのサンプル料理などを用意。販売目標値に沿って生活者への調理提案方法を共有しチームでの販売に一体感がでた。また店舗側の協力もあり、動画配信でスタッフ説明の様子を発信。それを見た生活者が買いに来ることもあり一部では反響があり。商品配置を変えることで売上増の商品あり。



02 テスト販売 実績報告（日別）

■10/8（日）14:00-19:00 ムスビガーデン桜新町店 天候：曇りのち雨

来客数 （人）	買上点数 （点）	購買者数 （人）	売上 （円）	アンケート （人）	試食（米） （人）	試食（梅） （人）	販売人数+ 職員（人）
381	71	50	26,410	33	29	17	6

天候が悪く、週末ということもありムスビガーデン桜新町店実施期間中、売上が少なかったものの、アンケート解答率は66%と最も高く、また前々日、前日の購買者が再度立ち寄り買い物や会話を楽しんでいただく場面も。

販売チームでは、グループメッセージにて売上や販売点数、アンケート数を共有しており、当日目標の商品販売やアンケート数を達成。購買層、購買単価から、定期的な販売実施をすることで群馬県産有機野菜ファンを増やせる客層が多いと感じる。



02 テスト販売 実績報告（日別）

■10/13（金）14:00-19:00 ビオラル下北沢駅前店 天候：晴れ

来客数 （人）	買上点数 （点）	購買者数 （人）	売上 （円）	アンケート （人）	試食（米） （人）	試食（梅） （人）	販売人数+ 職員（人）
814	194	POSレジで は不明	69,455	62	58	29	5

ビオラル下北沢駅前店初日では、ぐんまの有機農産物フェア6日間のうち最も購買者、購買点数が多く賑わった日。レジ決済が店内になり決済負担が減った分、バーコードラベルの貼り付けで時間に追われることも。

非購入者のアンケートも取り、群馬県産農産物や有機農産物に対しての意識調査が行えた。

職員の方の誠意が伝わり、アンケート回収率が高い要因のひとつ。



■10/14（土）14:00-19:00 ビオラル下北沢駅前店 天候：晴れ

来客数 （人）	買上点数 （点）	購買者数 （人）	売上 （円）	アンケート （人）	試食（米） （人）	試食（梅） （人）	販売人数+ 職員（人）
882	122	POSレジで は不明	50,905	45	58	29	5

週末ということもあり駅前には人で賑わうものの、購買者は思った以上に少ない印象。有機野菜の購買者層と週末の駅利用者のミスマッチが原因。ムスビガーデンと違い若い層も多く購買には繋がらなかったが試食数は多く、アンケート調査に協力いただいた。全体的に商品の価格帯が高いため、購買者が手が出しづらい印象や声をいただいた。しかし全体的に活気があった売り場になったと感じる。特典のジュートバッグがほぼ在庫なし。



02

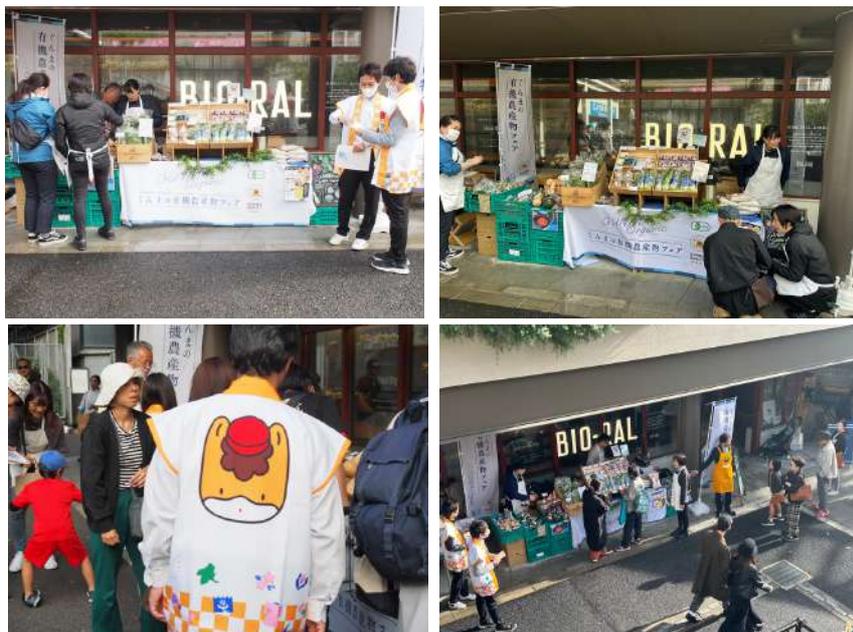
テスト販売 実績報告（日別）

■ 10/15（日） 14:00-19:00 ビオラル下北沢駅前店 天候：雨のち晴れ

来客数 （人）	買上点数 （点）	購買者数 （人）	売上 （円）	アンケート （人）	試食（米） （人）	試食（梅） （人）	販売人数+ 職員（人）
629	79	POSレジで は不明	24,888	4	35	17	6

ぐんまの有機農産物フェア最終日。昼過ぎまで天候が不安定の中開始。中盤から天候に恵まれ客足が回復した様子。最終日は野菜の販売の注力。結果的にほとんどの品目が完売もしくは近い形で終了。アンケートに関しては期間中、目標値を超える数を取っているので注力せず。ビオラル下北沢駅前店では、実施期間中、店内への来客数や売上増に繋がり、ぐんまの有機農産物フェアの次回開催への希望を強くされた。

定期実施できれば双方にとってメリットを生む内容になると考える。



各項目ごとの実績数値

ぐんまの有機農産物フェアにおける数値報告。各店舗三日間合計と、2店舗の合計数値を記載。

項目	計	ムスビガーデン	ビオラル	説明・備考
実施店舗	2店舗	10/6-10/8 14:00-19:00	10/13-15 14:00-19:00	客層が違う2店舗で開催
アンケート (消費者) /人	202	91	111	購入者、非購入者双方にアンケートを依頼。紙ベースのアンケートに回答したものを、デジタル入力
アンケート (店舗・企業) /社	9 (うち7社は、 協会会員)	1	1	開催2店舗と協会会員企業7社にアンケートを実施
試食提供数/口	421	195	226	新米、練り梅、桑の茶パウダー、小松菜パウダーの試食提供
SNS投稿数/回	159	74	85	Instagram, Facebookにて複数回にわたり投稿。ストーリーズの回数はカウントできなかったが、最低30回は投稿
販売スタッフ/ 人	14	7	7	金曜日、土曜日は2人、日曜日は3人体制で販売。加えて販売ディレクター1名と群馬県職員
チラシ配布数/ 枚	400	200	200	

項目	計	ムスビガーデン	ビオラル	説明・備考
売上/円	261,208	115,960	145,248	
購買点数/点	714	319	395	
残数/点	389	243	146	
購買者数/人	-	174	POSレジでは確認不可	
一人当たりの購買平均単価	-	666	POSレジでは確認不可	
一人あたりの購買平均点数	-	1.8	POSレジでは確認不可	
パントリー寄付/点	96	じゃがいも（とうや）31、さつまいも 21、ピーマン 15 /以下12/8寄付分 梅干し大 10、練り梅5、小松菜パウダー3、桑の葉抹茶6、手作りこんにゃくセット5		
在庫販売数/点	23	梅干し大6、練り梅7、新米7 バターナッツ2、南瓜1		ぐんまの有機農産物フェア以外での販売

はじめてのぐんまの有機農産物フェアということで、全体を通じて、生活者の多くが「様子見」という反応。販売商品も物珍しい野菜というよりは、一般的なものが多く、また夏秋の端境期で色鮮やかな野菜ではなく根菜類メインの野菜だったため、購買者一人当たりの購買点数が多くはなかった。ただ購買点数が多くないのは、オーガニックの催事販売ではよくある光景なので、今回のフェアや群馬野菜についてネガティブな印象があった訳ではない。

購買者の多くが、群馬食材の特定のファンということでもなく、商品に対して「価格」で判断している為、里芋や小松菜など価格がお手頃な定番野菜は早い段階で売り切れ、値段が高い定番野菜に対しては販売が苦戦をした。ただセット売りやレシピ提案などを通じて、相場が判断しづらい珍しい野菜も売れた傾向にあった。また群馬県の有機食材を応援していこうという購買者の声もあった。

今後は、認知拡大と同時にこのようなファン層やファンになる層を繋ぎ止めることが重要で、そのために実店舗での常設の売り場作りを提案していきたい。

1. ムスビガーデン桜新町店

- ・ 購買者が購買日翌日に、「美味しかった」との理由で里芋を求め再度来店した方がいた
- ・ 試食提供したゆあさ農園の梅の食味が好評で買い求める方が複数いた
- ・ 試食した金井農園の新米が美味しいとの理由で、フェア終了後に実施店舗のスタッフへ問い合わせがあった
- ・ 実施店舗のスタッフ方々の協力があり、インスタグラムのライブ配信（三日間）や呼び込みの協力をいただいた
- ・ 実施店舗から、フェアの印象が良く再度実施をしてほしいとの声があった
- ・ 実施店舗系列店の都立大学店店長から、同店でのフェア開催希望の声があった

2. ビオラル下北沢駅前店

- ・ 金井農園の新米試食が好評。隣県の米取扱業者が試食に来店し、食味の評価が非常に高く、本当に美味しいものを取り扱いたいとの声があった
- ・ 本社バイヤーからフェアの印象がよく、再度開催希望の声があった
特に陳列や全体のデザイン、配置、見せ方、接客対応について好感触とのこと
- ・ 実施店舗店長から、店内の売上にも貢献し、相乗効果でお店が盛り上がったことに感謝とともに、再度フェア開催を楽しみにしているとの声があった
- ・ 実施店舗のスタッフがフェア用の看板を用意、協力体制があった

3. 販売チーム

- ・ 販売オペレーションを作成し、事前に商品説明や農家情報を共有しシミュレーションを行い初動でもトラブル回避できるようにした
- ・ 日々、販売前、販売後には、重要事項や課題をチーム内で共有
特に販売しづらい珍しい野菜などは、売れるように注力して販売やPOPを制作した。その成果があり、売れた品目あり 例：ピーツやパパイヤ、マコモダケなど
- ・ 売れ行きが良くない野菜は、セット販売をして販売するなどの工夫をした
- ・ 販売中は、売れ行きをみながら、野菜の配置などを変更。また全体をみながら人員配置の調整を行った ※来店客が少ないときに対して、スタッフが多いときは、あえて売り場から離れることや別作業を行うなど、臨機応変に対応
- ・ 販売チーム全体として、群馬県内の農家を応援したい気持ちを全面に出すことができた

4. ぐんまちゃん効果

購買者・非購買者問わず、ぐんまちゃんの人気を強く感じた。ノベルティのジュートバッグは特に人気で喜ぶ購買者が多かった。（法被などを見て写真を撮る購買者複数人）さらにPR効果を出すには、ぐんまちゃんマスコットが売り場にいる環境を作り、集客・認知拡大を目指したい

02

仕入先一覧

群馬県有機農業生産者分布

出典：群馬県技術支援課提供データ（2023.9.12現在）

圃場所在市町村	生産者数	出展者数
前橋市	11	2
吉岡町	1	
榛東村	2	
伊勢崎市	3	
高崎市	6	2
高崎市倉淵町	8	
安中市	1	
安中市松井田町	3	
藤岡市	6	
神流町	1	
富岡市	4	1
甘楽町	16	1
下仁田町	2	1
高山村	3	2
東吾妻町	2	
嬭恋村	1	
昭和村	10	1
川場村	2	
みなかみ町	1	
沼田市	2	1
桐生市	1	
館林市	1	
合計	87	11



02

仕入先一覧

No.	生産者名	住所	提供有機農産物	提供有機加工品
1	株式会社プレマ	群馬県前橋市粕川町霜東田面246	小松菜	小松菜パウダー
2	株式会社野菜くらぶ	群馬県利根郡昭和村赤城原845-1	小松菜、ちんげんさい	
3	株式会社野菜くらぶ	群馬県利根郡昭和村赤城原845-1	グリーンパパイア	
4	ゆあさ農園	群馬県高崎市上里見町2132		梅干、練梅
5	金井農園	群馬県沼田市白沢町上古語父1155		お米
6	(有)ワタミファーム	群馬県高崎市倉渕権田5450	しょうが、にんにく	
7	よしだ有機農園	群馬県甘楽郡甘楽町上野254-1	さつまいも	
8	樺澤 清司	群馬県前橋市富士見町市之木場28-1	じゃがいも(とうや)、 空芯菜、ピーマン	
9	Kimidori Farm 平形 清人	群馬県我妻郡高山村中山1752-3	ビーツ、 さつまいも(シルクスイーツ)	
10	上州高山農園 中澤 浩明	群馬県吾妻郡高山村中山441-1	マコモダケ	
11	堀込農園 堀込聖	群馬県富岡市下高尾554-1	じゃがいも(十勝こがね、シャドークイン、ノーザンルビー) 里芋、 かぼちゃ(バターナッツ、つるしやつこ)	
12	株式会社神戸万吉商店	群馬県甘楽郡下仁田町大字川合67-1		桑の葉まっ茶、 手作りこんにやく セット(有機こんにやく粉)

02

商品別売上実績

ムスビガーデン桜新町店 販売分 ※売上高順

No.	商品名	生産者	価格/円 (税込)	/点	売上/円 (税込)
1	真田のこしひかり小松 姫 有機JAS 白米	金井農園	3400	4	13,600
2	有機里芋	堀込農園 堀込聖	290	39	11,310
3	有機小松菜	株式会社野菜くらぶ	190	47	8,930
4	有機マコモダケ	上州高山農園 中澤 浩明	470	18	8,460
5	有機にんにく	(有)ワタミファーム	390	19	7,410
6	有機空芯菜	樺澤 清司	330	21	6,930
7	有機ビーツ (規格 外、傷、いびつなど)	Kimidori Farm 平形 清 人	560	11	6,160
8	有機しょうが	(有)ワタミファーム	290	20	5,800
9	有機練梅	ゆあさ農園	700	8	5,600
10	有機ちんげんさい	株式会社野菜くらぶ	190	29	5,510
11	有機かぼちゃ (つるな しやっこ)	堀込農園 堀込聖	360	15	5,400
12	有機小松菜	株式会社プレマ	200	25	5,000
13	有機グリーンパパイヤ	野菜くらぶ	510	8	4,080
14	有機梅干 大	ゆあさ農園	700	5	3,500
15	有機ピーマン	樺澤 清司	290	10	2,900

02

商品別売上実績

ムスビガーデン桜新町店 販売分 ※売上高順

No.	商品名	生産者	価格/円 (税込)	/点	売上/円 (税込)
16	有機かぼちゃ (バター ナッツ)	堀込農園 堀込聖	360	8	2,880
17	有機じゃがいも(とう や)	樺澤 清司	460	6	2,760
18	有機じゃがいも(ノー ザンルビー)	堀込農園 堀込聖	220	10	2,200
19	有機さつまいも	よしだ有機農園	540	4	2,160
20	有機小松菜パウダー	株式会社プレマ	1620	1	1,620
21	有機じゃがいも(十勝 こがね)	堀込農園 堀込聖	220	5	1,100
22	有機桑の葉まっ茶 50g	株式会社神戸万吉商店	1550	1	1,550
23	有機じゃがいも(シャ ドークイン)	堀込農園 堀込聖	220	5	1,100
24	有機かぼちゃ (バター ナッツ)	堀込農園 堀込聖		0	0
25	手作りこんにやくセッ ト(有機こんにやく 粉)	株式会社神戸万吉商店	540	0	0

02

商品別売上実績

ビオラル下北沢駅前店 販売分 ※売上高順

No.	商品名	生産者	価格/円 (税抜)	/点	売上/円 (税込)
1	有機練梅	ゆあさ農園	700	19	14,364
2	有機梅干 大	ゆあさ農園	700	17	12,852
3	真田のこしひかり小松姫 有機JAS 白米	金井農園	3,400	3	11,016
4	有機小松菜	野菜くらぶ	198	50	10,692
5	有機ちんげんさい	野菜くらぶ	198	39	8,340
6	手作りこんにやくセット(有機こんにやく粉)	株式会社神戸万吉商店	540	3	1,750
7	有機桑の葉まっ茶 50g	株式会社神戸万吉商店	1,550	1	1,674
8	有機小松菜パウダー	プレマ	1,500	0	0
9	有機小松菜	プレマ	198	41	バイオラル仕入の為 0

No.	商品名	生産者	価格/円 (税抜)	/点	売上/円 (税込)
10	有機ビーツ (規格外、傷、いびつなど)	Kimidori Farm 平形 清人	498	金額を統一し同額のバーコード表示にした為、販売点数の内訳がPOSレジで確認不可	
11	有機さつまいも (シルクスイーツ)	Kimidori Farm 平形 清人	498		
12	有機さつまいも	よしだ有機農園	498		
13	有機グリーンパパイア	野菜くらぶ	498		
14	有機じゃがいも(とうや)	樺澤 清司	498		
計				52	27,968

02

商品別売上実績

ビオラル下北沢駅前店 販売分

No.	商品名	生産者	価格/円 (税抜)	/点	売上/円 (税込)
15	有機にんにく	(有)ワタミファーム	398	金額を統一し同額のバーコード表示にした為、販売点数の内訳が POSレジで確認不可	
16	有機かぼちゃ (つるなし やっこ)	堀込農園 堀込聖	398		
17	有機かぼちゃ (バターナ ッツ)	堀込農園 堀込聖	398		
計				61	26,220

No.	商品名	生産者	価格/円 (税抜)	/点	売上/円 (税込)
18	有機里芋	堀込農園 堀込聖	258	金額を統一し同額のバーコード表示にした為、販売点数の内訳が POSレジで確認不可	
19	有機ピーマン	樺澤 清司	258		
20	有機しょうが	(有)ワタミファーム	258		
21	有機かぼちゃ (バターナ ッツ)	堀込農園 堀込聖	258		
22	有機じゃがいも(ノーザン ルビー)	堀込農園 堀込聖	258		
23	有機じゃがいも(十勝こが ね)	堀込農園 堀込聖	258		
24	有機じゃがいも(シャドー クイン)	堀込農園 堀込聖	258		
計				109	30,372

03 PR発信報告

1. SNS発信

	一般社団法人 有機農産物協 会 (+野中)	販売チーム (計5名)	販売ディレ クター	ムスビガーデ ン桜新町店	ビオラル関 東	群馬県農政 部【公式】	計
投稿数	32	93	29	1	2	2	159
フォロワー数	1,584	6,895	3,024	1,584	11,000	2,845	26,932

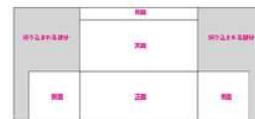
※2023年10月時点 ※販売チームシェア投稿含むほかInstagramストーリーズに写真・動画を10回以上/日 投稿

→Instagramでライブ配信をしている様子。
ムスビガーデンスタッフが毎日発信
毎回200名以上の視聴者がいた



2. 販促ツール

(エプロン、のぼり、クロス、POP、フライヤー)



エプロン



クロス



のぼり



PR発信報告（フライヤー、ロゴ）

3. フライヤー

4. オリジナルロゴ

群馬の有機食材に出会える!

販売

入場無料

GUNMA Organic

ぐんまの有機農産物フェア

2023

10.6fri~10.8sun.
14:00~19:00

会場：ムスピガーデン桜新町店
入口前
東京都世田谷区桜新町
1丁目 21-15

群馬の有機農産物・加工品
地元産品の新鮮な野菜や果物、こんにやくなどの加工品をご用意します。すべて有機JAS認定品を厳選しての取扱です。

アンケートのご協力
群馬県内の有機農産物を広めるため、みなさんの貴重なご意見を伺いたいと思います。アンケートにご協力いただいた方には、ジュークパップやグンマの有機JAS認定品がプレゼントされます。

特典

アンケートに答えて、ジュークパップやオリジナルレシドをプレゼント ※先着順

伝える

野菜のプロたちが群馬県産の有機農産物・加工品の料理の仕方を伝えます!

※写真はイメージです

【主催】群馬県農政部 【企画・運営】一般社団法人日本有機農産物協会

群馬の有機食材に出会える!

販売

入場無料

GUNMA Organic

ぐんまの有機農産物フェア

2023

10.13fri~10.15sun.
14:00~19:00

会場：ビオラル 下北沢駅前店
入口前
東京都世田谷区北沢
2丁目 31-2 2F bio lounge 1階

群馬の有機農産物・加工品
地元産品の新鮮な野菜や果物、こんにやくなどの加工品をご用意します。すべて有機JAS認定品を厳選しての取扱です。

アンケートのご協力
群馬県内の有機農産物を広めるため、みなさんの貴重なご意見を伺いたいと思います。アンケートにご協力いただいた方には、ジュークパップやグンマの有機JAS認定品がプレゼントされます。

特典

アンケートに答えて、ジュークパップやオリジナルレシドをプレゼント ※先着順

伝える

野菜のプロたちが群馬県産の有機農産物・加工品の料理の仕方を伝えます!

※写真はイメージです

【主催】群馬県農政部 【企画・運営】一般社団法人日本有機農産物協会

GUNMA Organic

ぐんまの有機農産物フェア

産直野菜販売会

Sales event of vegetables directly sent from the production area.

※写真はイメージです

① 会場：ムスピガーデン 桜新町店
日程：10/6(金)~10/8(日)
時間：14:00~19:00

② 会場：ビオラル 下北沢駅前店
日程：10/13(金)~10/15(日)
時間：14:00~19:00

JAS 東京都内にて群馬県産有機食材のテスト・PR販売をします。

GUNMA QUALITY

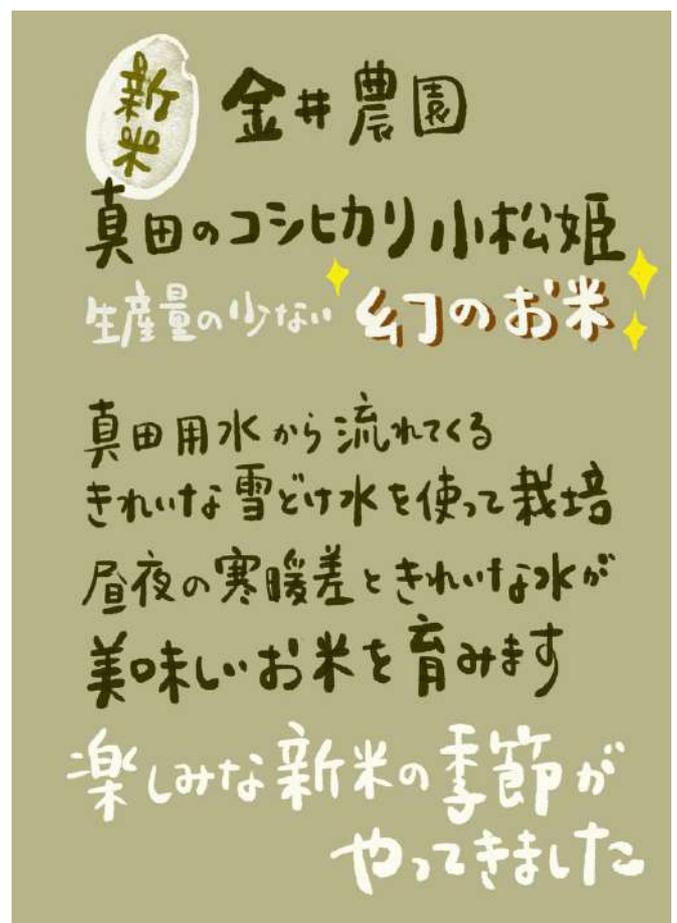
【主催】群馬県農政部 【企画・運営】一般社団法人日本有機農産物協会

GUNMA Organic

03 PR発信報告 (看板、POP)

5. 看板

6. POP



6. POP

プラマ・野菜くらぶ
Organic
有機小松菜

万能野菜!!
・スージー
・サラダ
・スープ
・炒めもの

水も空気もきれいな
群馬県赤城山麓

自然の恵みと愛情たっぷり育て
生命力の強い小松菜が育ちます

有機小松菜100%使用

常備におけす
プラマの小松菜パウダー

バナナジュースに
プラス
・離乳食
・お菓子作りにも

群馬県 利根郡 昭和村 グリーンリーフ
希少な有機
ふりっ! 生芽こんにゃく
食感の... 生芽しらたき

これは便利! あく抜き不要です
すぐに使えて時短

有機生芽こんにゃくと
チンゲン菜の
中華風

ヘルシーおかず
ごまきり



群馬県 前橋市産
榊澤清司さんの
じゃがいも 空芯菜 ピーマン

じゃがいもには加熱にも強いビタミンCが!
空芯菜は鉄分も豊富で火の通りも早いです

塩味・オイスターソース味も
じゃがいも 合います
ピーマン
糸田七かり炒め

にんにくや
しょうがを入れた
中華炒めに
ごま油風味
空芯菜

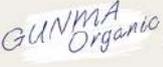
群馬県産
有機納豆 有機梅
ゆあさ農園

下仁田産
トースター
簡単 梅納豆焼き

下仁田ネギの季節は
ネギたっぷり!!
大葉やチーズも入れます
アレンジも楽しめます
たんぱく質補給メニューとして
おすすめですよ



7. オリジナルレシピ



のレシピ



群馬の希少な
生芋こんにゃく
おすすめです！

群馬県産政府
公式SNSはコチラ！



アンケート (5つの質問)
ご協力をお願いします！



担当：大内 優紀枝
野菜ソムリエ
食育インストラクター

生芋こんにゃくと青梗菜の中華風



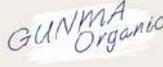
POINT
パベッと一品5分 de クッキング

材 料	
生芋こんにゃく	1パック
青梗菜	1束
オイスターソース	大さじ2
塩	少々
鶏ガラスープ	小さじ1
片栗粉	大さじ2
水	50ml
白ごま	少々

1 生芋こんにゃくと、青梗菜を食べやすく切りフライパンで炒める

2 火が通ったら、塩、オイスターソース、鶏ガラスープで味を調えて水溶き片栗粉でとろみをつける

3 器に盛りつけ、白ごまを振りかけて完成



のレシピ



群馬の有機納豆と
有機梅干しを
使いました！

群馬県産政府
公式SNSはコチラ！



アンケート (5つの質問)
ご協力をお願いします！



担当：荒木 優子
野菜ソムリエプロ
ベジフルビューティー
セルフアドバイザー

梅納豆焼き



POINT
揚げをこんがり焼きカリッとさせ
ることで食感が良くなります！

材 料	
納豆	1パック
薄揚げ	1枚
白ネギ	5センチ分
梅干し	1/3-1/2個
大葉	1-2枚
とろけるチーズ	お好み
七味	お好み

1 薄揚げは半分に切り、白ネギは斜め切り

2 付属のタレと細かく切った梅干し、白ネギを納豆と合わせてかき混ぜて薄揚げの上に乗せる

3 アルミホイルにのせてオーブントースターで揚げがこんがりするまで焼いたら出来上がり (1000w 200℃ 5分が目安)

4 仕上げに大葉をトッピング
チーズのせには七味も相性よし



のレシピ



赤城山産で育つ
新鮮野菜小松菜の
簡単料理です！

群馬県産政府
公式SNSはコチラ！



アンケート (5つの質問)
ご協力をお願いします！



担当：大橋 久美
野菜ソムリエプロ

小松菜ときのこのサラダ



POINT
茹でると小松菜のかさが減り、量を食べられます。きのこは好きならOK

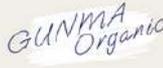
材 料	
小松菜	1P (200g)
きのこ (しめじ、舞茸、椎茸)	150g
ミニトマト	お好みの量
☆ごま油	大さじ1
☆すし酢	大さじ1.5
☆醤油	大さじ1/2

1 小松菜の根本に十字に包丁を入れ土を落とすようよく洗う

2 塩 (分量外) を入れた熱湯で根本のほうを30秒、その後葉も入れて15秒ほど茹でる。冷水にとって冷まし、水気をよく切って4~5cmほどのざく切りにしておく

3 きのこを少量の油 (分量外) で炒める ②とさっと混ぜ合わせて器に盛り、ミニトマトを散らす

4 ☆をよく混ぜ合わせたドレッシングを回しかける



のレシピ



群馬の有機梅干しと
有機野菜を使って
こんな料理も！

群馬県産政府
公式SNSはコチラ！



アンケート (5つの質問)
ご協力をお願いします！



担当：村上 由実
野菜ソムリエプロ
果物ソムリエ
食品コゼロ料理アドバイザー

梅と里芋のクリームチーズ和え



POINT
ディップとしてクラッカーなどに乗せるのもおすすめです。白ワインもおすすめです！

材 料	
梅干し	1個
里芋	小3個(100g)
クリームチーズ	30g
素焼きナッツ	30g
醤油	少々
ブロッコリースプラウト	お好み

1 里芋はよく洗って蒸すか電子レンジで加熱して柔らかくし、熱いうちに粗くつぶす

2 梅干しは種を取って包丁でたたき、ナッツは粗く砕く

3 ボウルにクリームチーズを入れてヘラなどで軽くつぶし、梅・里芋・ナッツを加えて和える

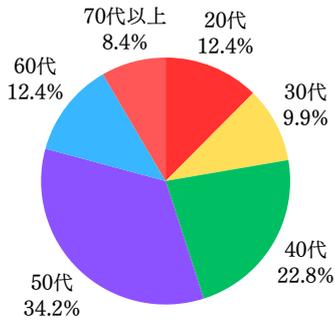
4 お好みで醤油を垂らして味を調え、器に盛ってブロッコリースプラウトをのせる

04

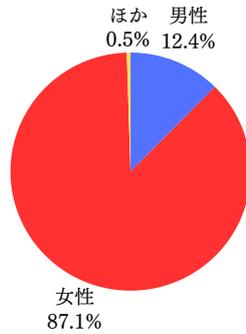
アンケート結果（消費者）

消費者アンケート（累計）

年代

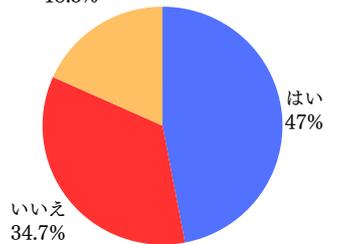


性別



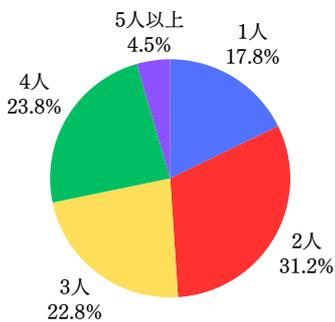
これまでに群馬県産の有機農産物・加工品を購入したことはありますか？（認識できる範囲で構いません）

覚えていない

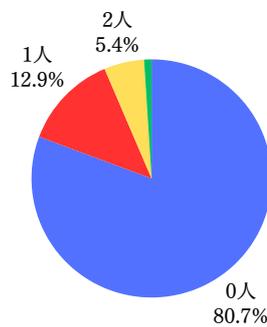


家族構成

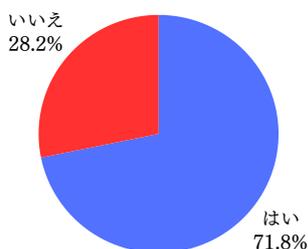
（回答者含めた人数）



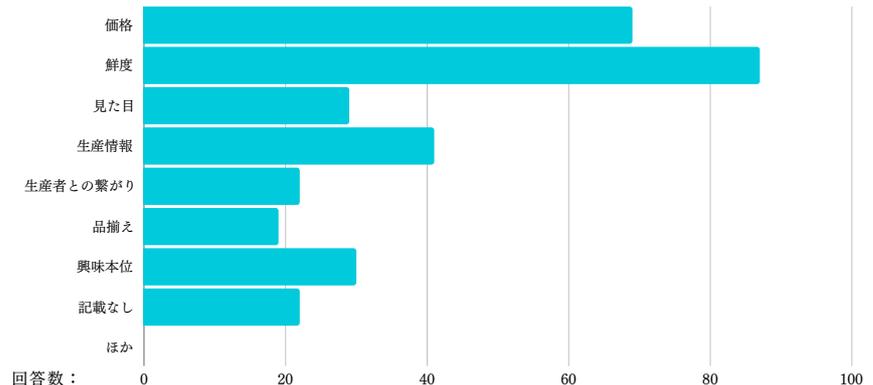
うち18歳未満の子ども



当フェアで群馬県産の有機農産物・加工品を購入しましたか？



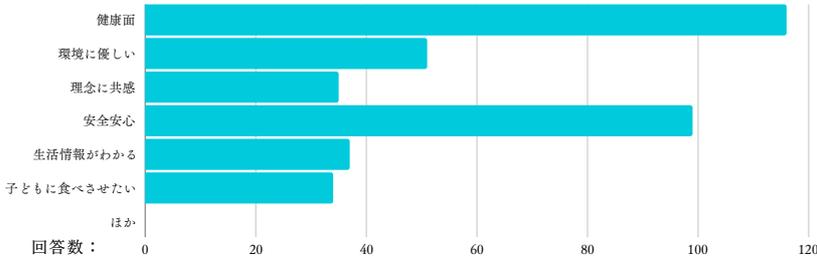
上記の理由を教えてください。（複数回答）



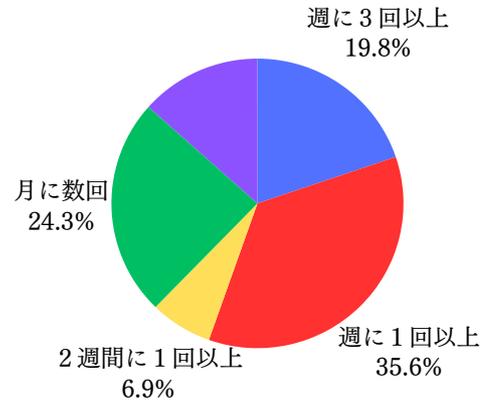
04

アンケート結果（消費者）

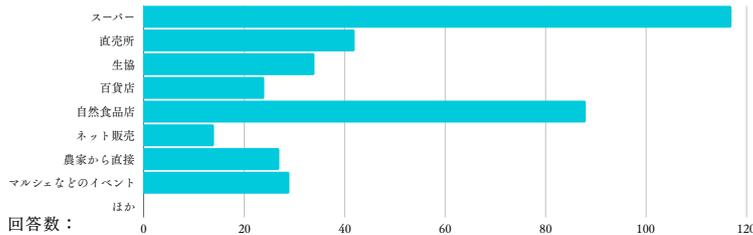
有機農産物・加工品を購入する理由（複数回答）



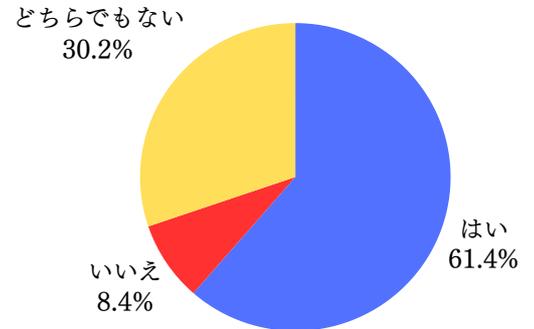
有機農産物・加工品の購入頻度を教えてください。



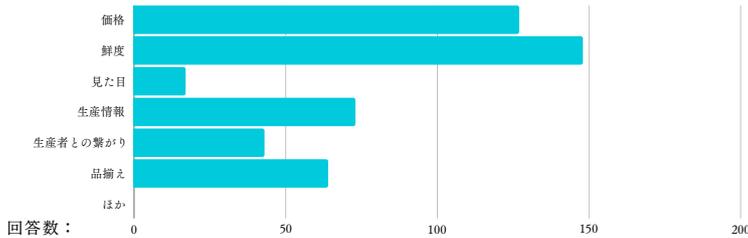
主な有機野菜・加工品の購入先（複数回答）



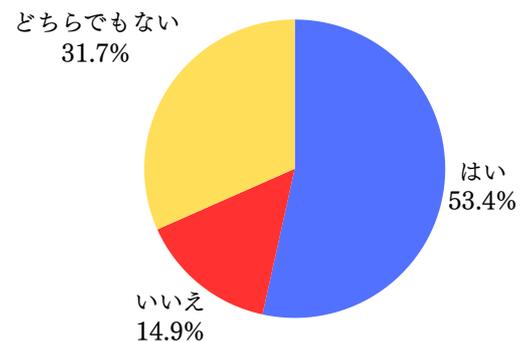
有機栽培を行っている現場（田畑等）に行ってみたく思いますか？



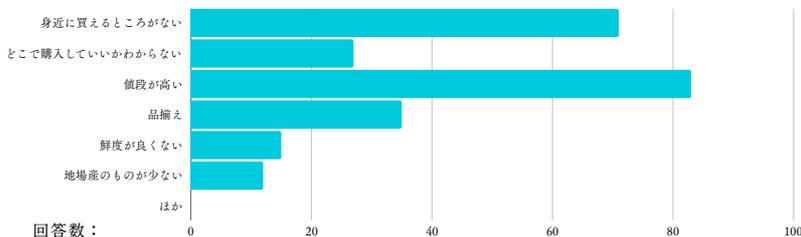
有機農産物・加工品を購入する際にもとめるもの（複数回答）



有機栽培を行っている現場（田畑等）で農業体験をしてみたく思いますか？



有機農産物・加工品を購入するに当たって、問題と感じていることは（複数回答）



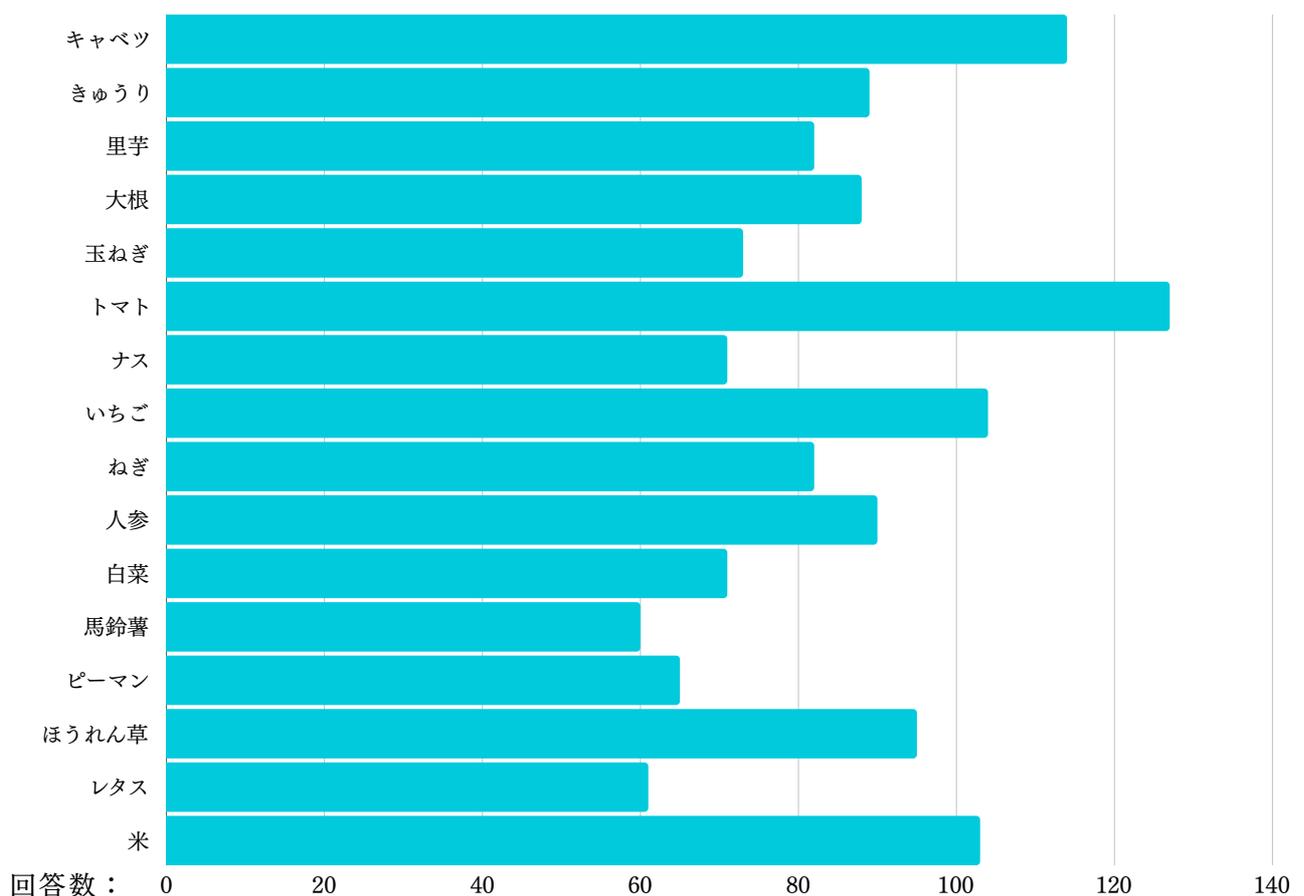
群馬県産の有機農産物・加工品のイメージ

- ・こんにゃくが有名
- ・群馬県とオーガニックが結びついてなかった
- ・土地が豊かで良い作物がとれる

群馬県産全般における野菜や果物・米のイメージ

- ・キャベツ畑、美味しい
- ・東京までの距離の面から鮮度がよいのでは
- ・都内から近いので新鮮そうなイメージ。群馬県のものを買ってはいるとは思いますが、あまり意識したことない

有機栽培されている次の野菜等のうち、どれを食べてみたい
と思いますか？（複数回答）



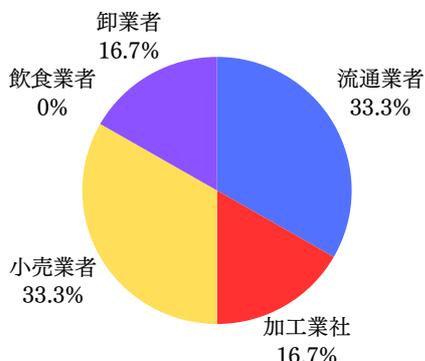
04 アンケート結果（店舗別）

回答者：ムスビガーデン桜新町店 店長
 ビオラル下北沢駅前店 店長

質問	ムスビガーデン桜新町店	ビオラル下北沢駅前店
群馬県産有機農産物の取り扱い状況について（野菜、果物、米）（複数回答）	取り扱いない	ある（有機JAS認証付きの農産物）
群馬県産有機加工品の取り扱い状況について（加工品）	ある（有機JAS認証付きの加工品）	取り扱いない
1,2番目の質問で「ある」と回答いただいた方へ、具体的な品目を教えてください。併せてその仕入れの頻度も教えてください。	有機まるごと芋こんにゃく(グリーンリーフ) 月に2回程度	小松菜、週2~3程度
群馬県産有機農産物・加工品の仕入れ先ルート（複数回答）	個別生産者/農家グループ	本社バイヤー経由
群馬県産有機農産物・加工品の注文頻度	その都度注文	その都度注文
群馬県産有機農産物・加工品を扱って感じた課題、物理的な問題点や不満（複数回答）	消費者理解が進んでいない、安定供給、価格帯、消費者向けの普及・啓発情報が少ない	品目（少なさ）
群馬県産有機農産物・加工品の今後の仕入れ量について今後のスタンス	維持	バイヤー判断の為店舗に決定権なし
群馬県産有機農産物・加工品の取扱量を増やす時に店舗で対応ができること（複数回答）	不定期コーナーの設置	不定期コーナーの設置
群馬県産有機市場拡大に向けての課題解決のため、生産者や流通業者、行政に求めることは？（複数回答）	小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援、品揃え、販売場所の拡充	物流システム構築によるコスト削減、品揃え、販売場所の拡充
群馬県産問わず、有機農産物・加工品の仕入れの際に感じる問題点や不満（複数回答）	品目が少ない、数量が確保しづらい、供給が不安定、価格、品質が安定しない	品目が少ない、数量が確保しづらい、供給が不安定
今後取引したい群馬県内の農家・食材があれば	野菜や果物、加工品全般	特になし
今回の群馬県産有機食材のテスト販売の印象	お客様にとっても好印象でお店のイベントとしてもよかった	群馬県産野菜のアピールが目的ではあるものの、丁寧に対応して下さり、店内への顧客誘導にも貢献していただきお客様からも大変好評だったように感じました。

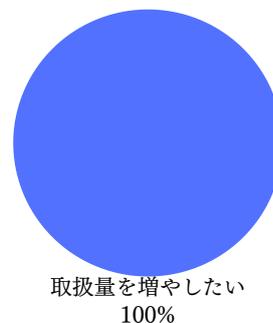
アンケート結果 (協会会員：実需者 7 社)

回答者の業態

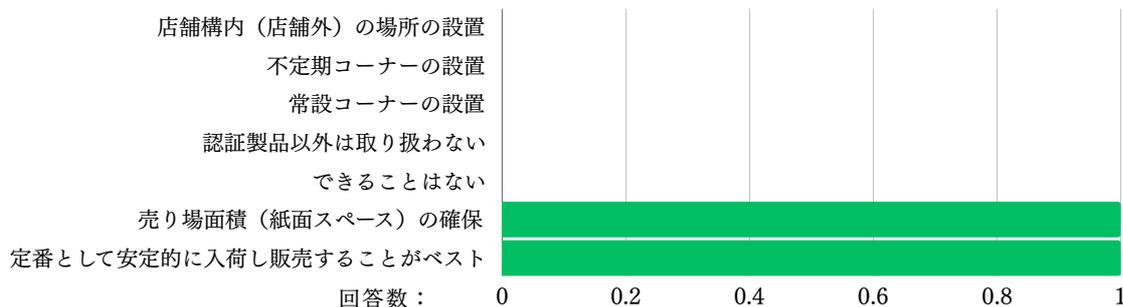


今後の有機農産物の仕入れ量についてのスタンス

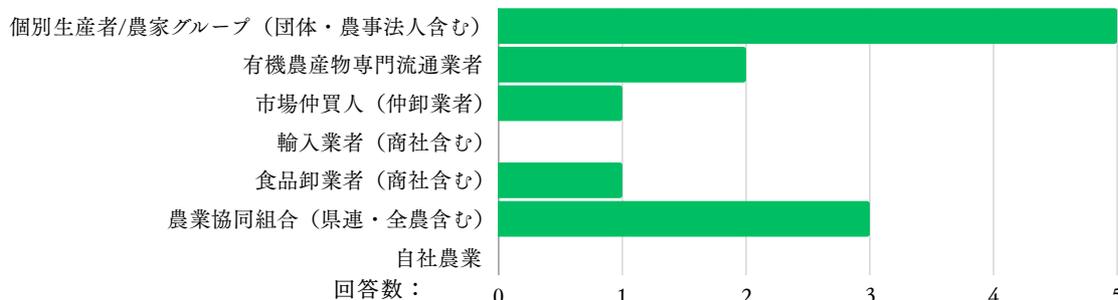
※群馬県産問わず



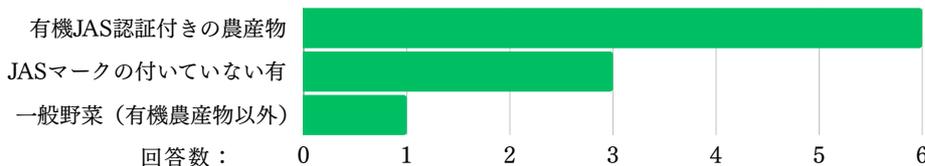
【小売の方】群馬県産有機農産物・加工品の取り扱い量を増やしたいときに店舗で対応できること



有機農産物の仕入れ先ルートの確認 ※複数回答可能 ※群馬県産問わず



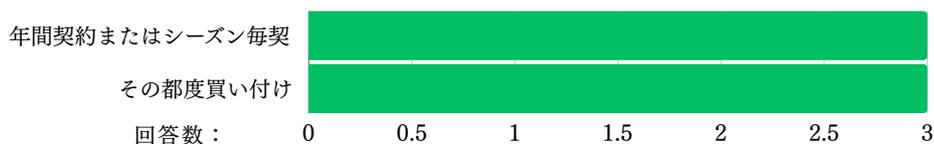
取り扱う農産物について (対象：野菜、果物、米) ※複数回答可能 ※群馬県産問わず



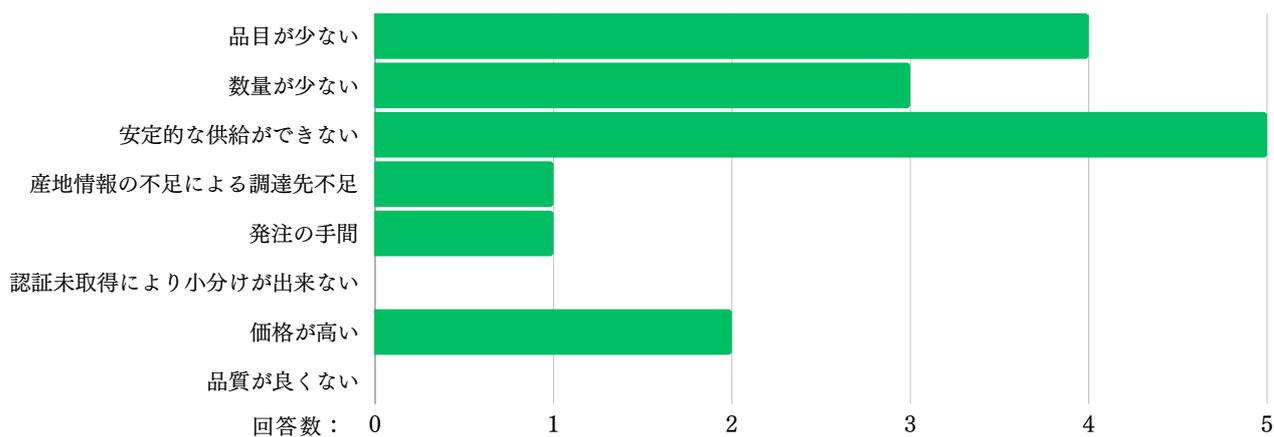
アンケート結果

(協会会員：実需者 7 社)

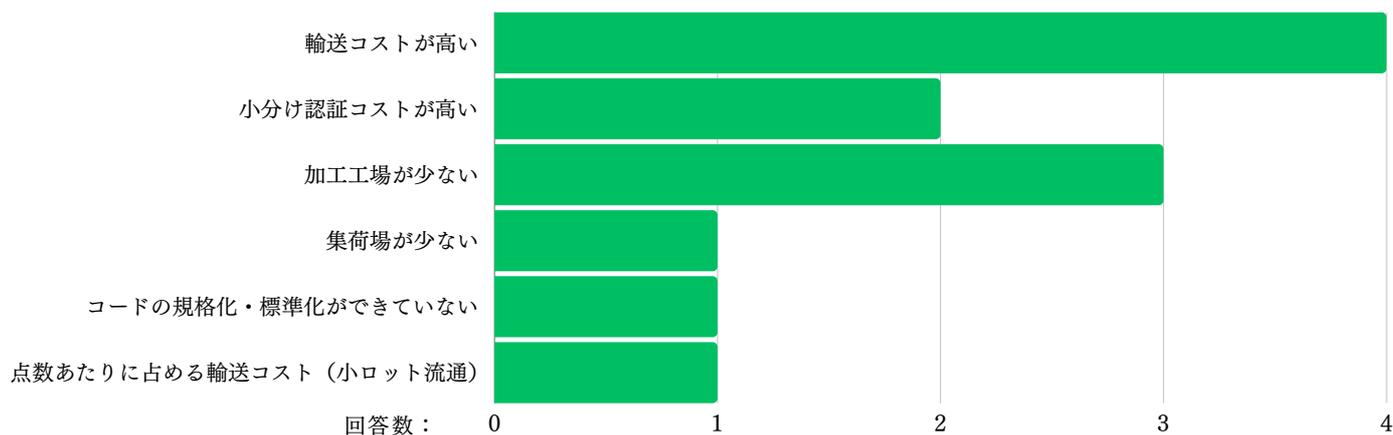
【仕入れ】有機農産物の注文・契約方法 ※複数回答可能 ※群馬県産問わず



【仕入れ】有機農産物の仕入れの際に感じる問題点や不満 ※複数回答可能 ※群馬県産問わず

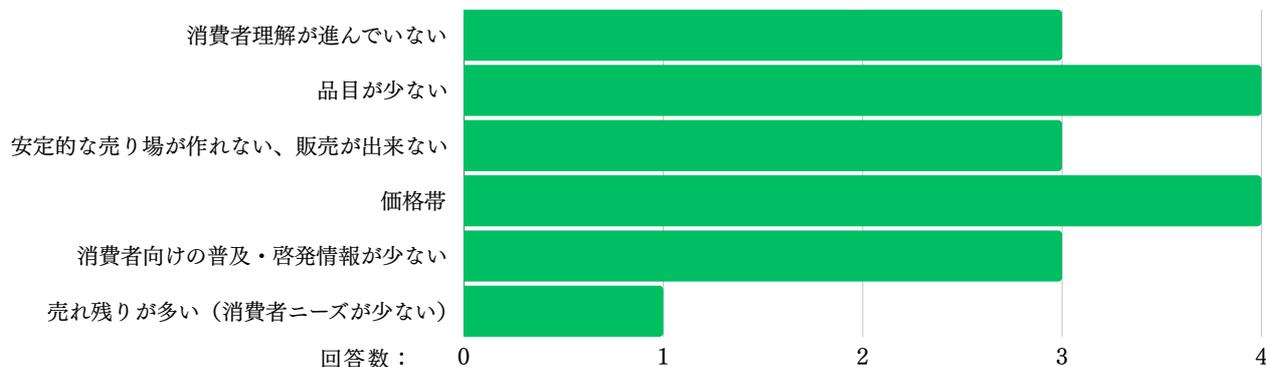


【流通】有機農産物を取り扱い感じた、流通の課題や物理的な問題点や不満 ※複数回答可能 ※群馬県産問わず

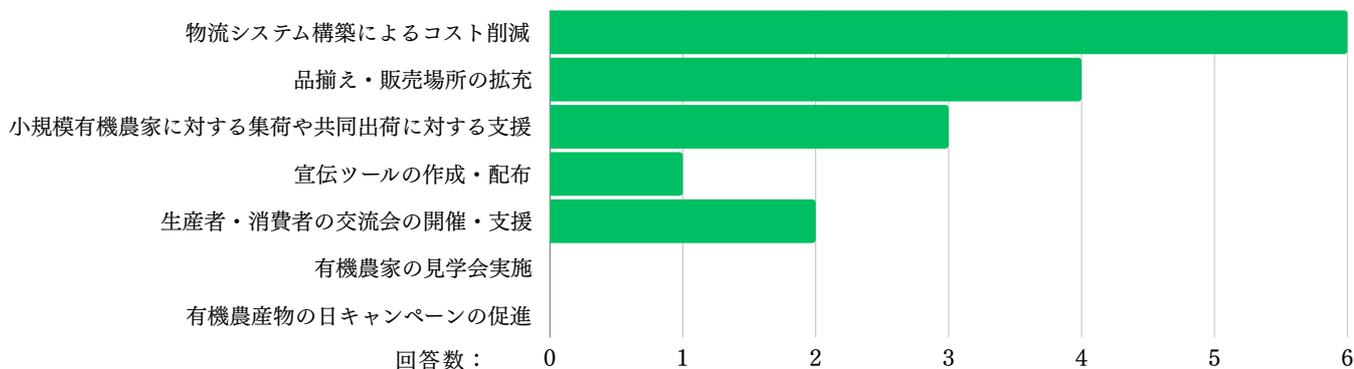


アンケート結果 (協会会員：実需者 7 社)

【販売】有機農産物を取り扱い感じた課題や物理的な問題点や不満 ※複数回答可能 ※群馬県産問わず



群馬県産有機農産物・加工品の市場拡大に向けての課題として、行政や企業・生産者に求めることは？※複数回答可能



群馬県産有機農産物・加工品の印象（記述式）

- ・一定の存在感をえている（と思う）
- ・分からない
- ・標高が高い地域の農産物は関東産地からのリレーでつなげるのでありがたい
- ・有機認証の加工食品の少なさ
- ・取引先数も少なく、群馬県産全体に対する具体的な印象は持てない

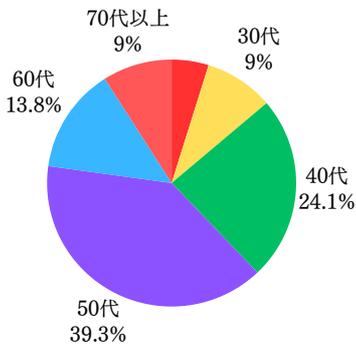
今後取引したい群馬県内の農家・食材があれば記載ください（自由回答・記述式）

- ・米の有機栽培農家さん
- ・群馬県でつくられている有機農産物（品目）はすでにあつまっている
- ・こんにゃく粉など
- ・有機JAS認証を取得した生産者

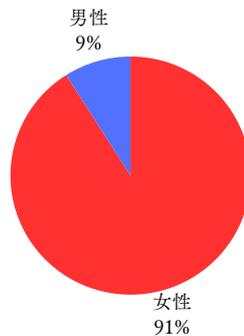
04 アンケート結果（消費者）

回答者：購買者のみ 有効回答数：145

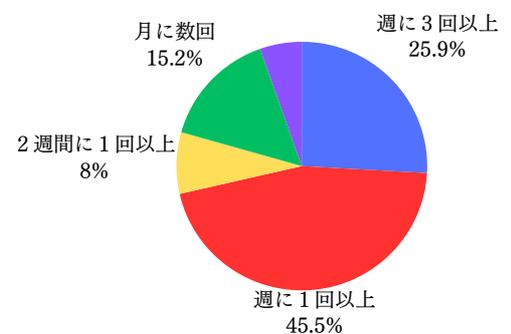
年代



性別

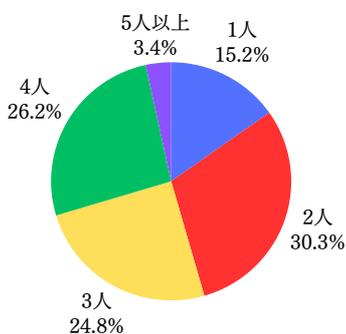


有機農産物・加工品の
購入頻度を教えてください。

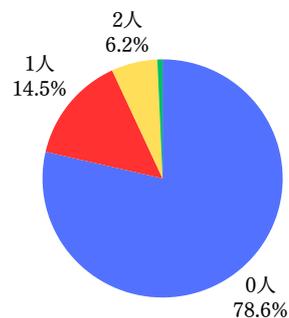


家族構成

(回答者含めた人数)



うち18歳未満の子ども



消費者 → 身近に購入できる場所、品揃え、価格を求めている。有機野菜が買いづらい。直販やイベントではなく、普段使いできるお店で購入をしたい。

小売店舗 → 有機野菜を仕入れるのに数量、品数が少なく不安定。物流コスト削減や共同出荷の物流を求めている。

企業 → 小売店舗同様の課題意識と物流コストの削減を求めている。

生産者の声は？そもそも都内への販路拡大を目指している生産者が少ないのでは？また販路拡大するほどの栽培面積が現状ない（十分な販路を持っている可能性）県と生産者がなにを求めているのか把握する必要あり。

生産、流通、販売、消費者の一気通貫で考える必要あり。

アンケート回答者で購買者の年代は50代が39.3%、40代が24.1%と60代が13.8%と40代~60代が全体の77%を占め、有機農産物購入者の年齢層が高い傾向にある。91%が女性であった。

家族構成としては2人が30.3%、3人が24.8%、4人が26.2%、1人が15.2%、うち18未満のこどもが0人78.6%、1人が14.5%、2人が6.2%。

ここから見えてくるのが、購買者の多くが50代前後の女性で、夫婦2人暮らしまたは子どもと3人暮らしをしていることがわかる。50代だと子育てが終わり、収入も安定している中で美味しいものを少量購入したい層のイメージができる。

その層が購入する際に、ネット購入よりは近場の実店舗の購入を求める傾向にあり、購買者の40~60代が有機食材を購入する頻度は、週一回が45.5%、週に三回以上が25.9%と、3分の2以上が普段使いの買い物をしているのが窺える。また購買者の40~60代の有機農産物を購入する理由のほとんどが健康面や安全安心によるもの。

しかし、同時に価格面や身近に購入できないことが課題に感じている。このことから、生活圏内の小売店に直売コーナーを設け、定期的に購入できる仕組みづくりが必要。そのために物流の集約化とコスト削減を実現化し、安定的な売り場を作ること。また店舗側として、価格面の指摘が多く売れ残りリスクの担保がどこを持つかが必要。

消費者の群馬県に対するイメージとしては、強いイメージがないものの、自然豊かなこと、東京都から近いことで新鮮な野菜のイメージがある。都内への販路を拡大するには、消費地から近い群馬の新鮮さとコンセプトを訴求し、認知してもらいファンを増やしながらか、売り場を増やしていくことが必要である。

店舗・企業アンケートでは、価格や品目の少なさが課題という回答が多かった。

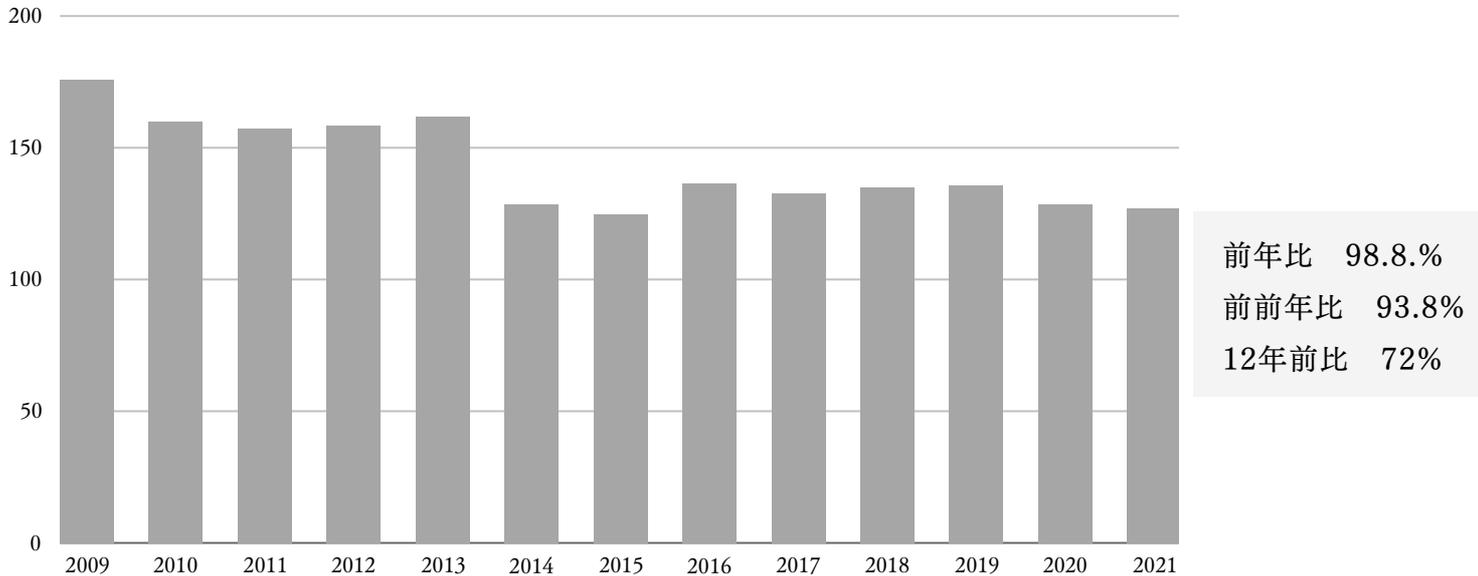
有機野菜を仕入れるのに数量、品数が少なく不安定。物流コスト削減や共同出荷の物流を求めている。

現状の安定的な売り場ではなく、実態調査をふくむ月一度の定期コーナーを設ける必要がある。

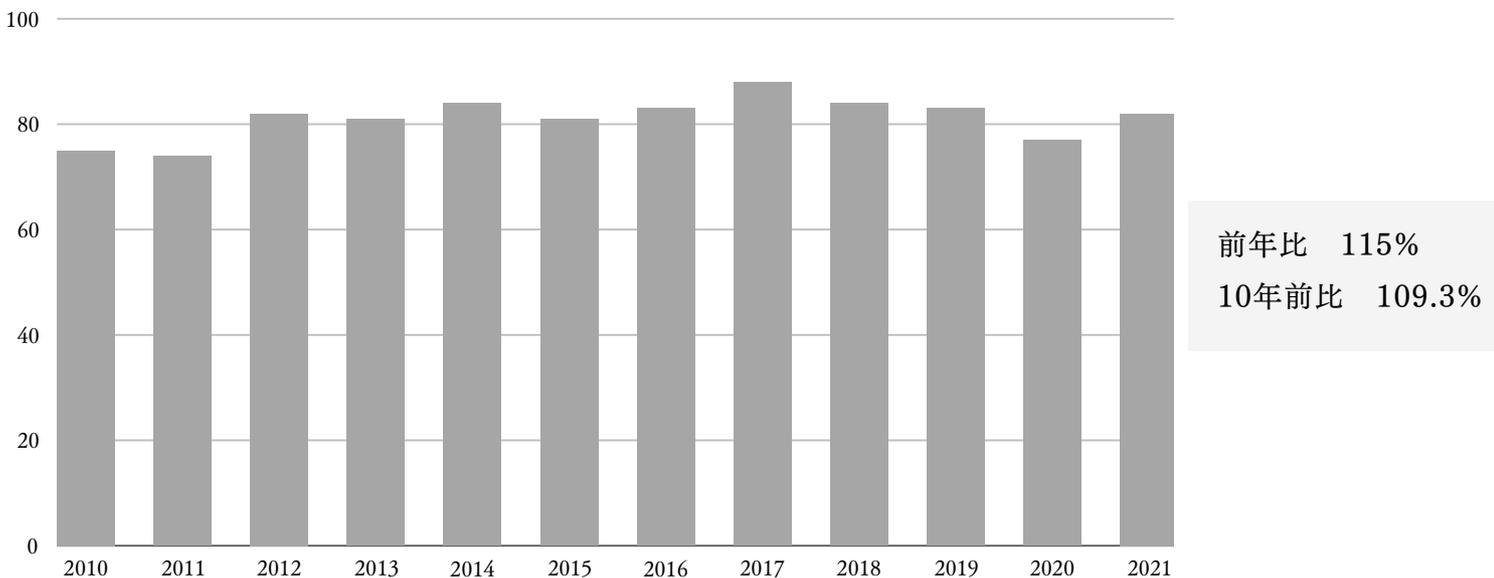
しかし、現状の生産者の声としては、そもそも都内への販路拡大を目指している生産者が少ない可能性がある。また販路拡大するほどの栽培面積が現状ない(十分な販路を持っている可能性)。

今後は、群馬県と生産者がなにを求めているのか把握する必要あり、その県全体としての方向性によって生産地と都内店舗への販路を構築の仕方を考える必要がある。

■ 群馬県有機JAS面積（普通畑）の推移



■ 群馬県有機認証事業者数の推移



出典：農林水産省 県別有機認証事業者数

有機認証事業者数は、10年前に比べ微増程度だが、群馬県内有機JAS面積は微減。広がらない理由を生産者からヒアリングをする必要があるが、概ね理由としては、経営面や作業コスト、すでに販路が確保していて面積を広げる余力がないなどと想定する。既存の有機農家に対しては販路やPRを継続しつつ、物流コスト軽減や生産技術の共有などで栽培コスト減を提案することが必要。新規就農や慣行栽培からの転換を取り入れながら中長期視点で県内の有機農業拡大を目指す。現実的かつ有機の未来へ繋がる生産、流通、販売戦略が必要不可欠。

ほか地域が後追いしたくなる

ぐんまモデルの構築

ぐんまモデルでは、県、生産者、流通関係者、小売関係者、協会関係者が現実的な歩みと県の有機農業拡大に向けて、プロセスを構築するモデル。

関係者一体が「チームGUNMA Organic」を掲げ、生産・流通・販売・消費者4つの柱を軸に、有機農業の拡大を目指す。

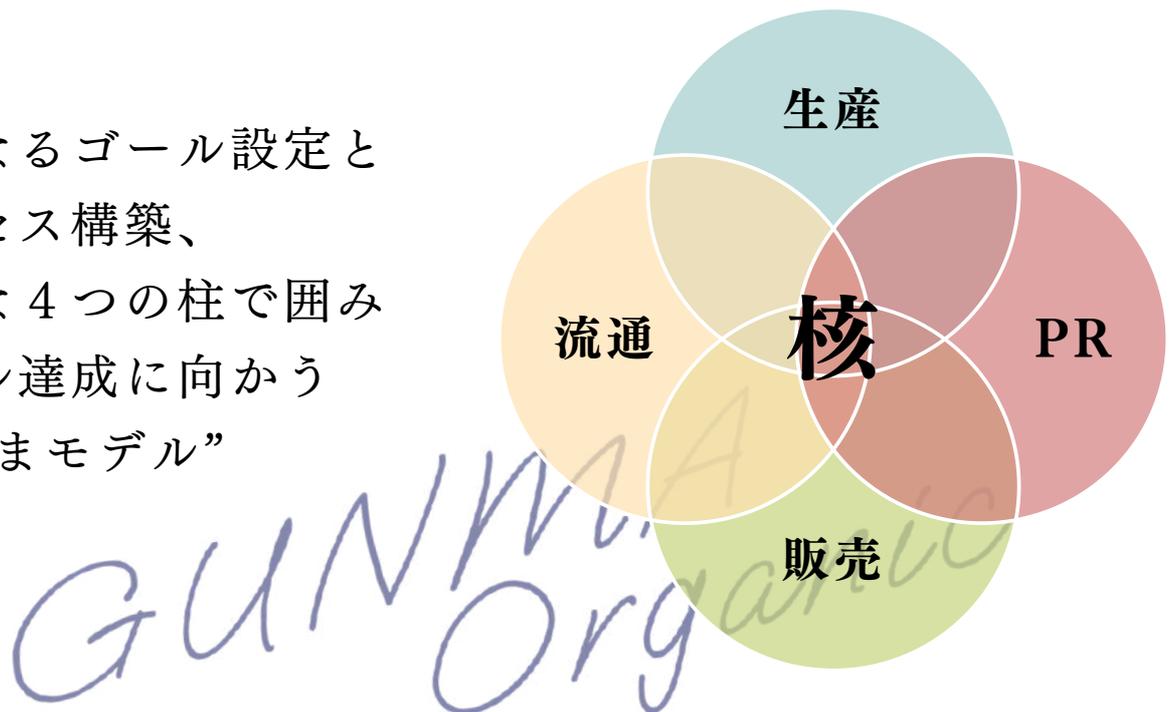
その中で協会が中心となり、現場主義のコンサルティングを徹底的に行う。

ゴールとプロセス提案

2030、2040、2050年の30ヵ年計画

ゴール設定と現状の実態把握から数値目標を導き、現実的な有機農業拡大を目指すことが重要。みどりの食料システム戦略の中で、群馬県だからこそできるプロセスを提案。

核となるゴール設定と
プロセス構築、
必要な4つの柱で囲み
ゴール達成に向かう
“ぐんまモデル”



核：



①ゴール（目標）の設定

中長期の状態目標と結果目標を定め、群馬県が目指す有機農業の未来像、その実現に必要な数値目標の設定。なぜオーガニックなのか。



②群馬県のスrongポイント、ウィークポイント

群馬県の強み、弱みはなにか。マーケットを熟知しても自身を把握できなければ戦略を立てることは難しい



③プロセス策定

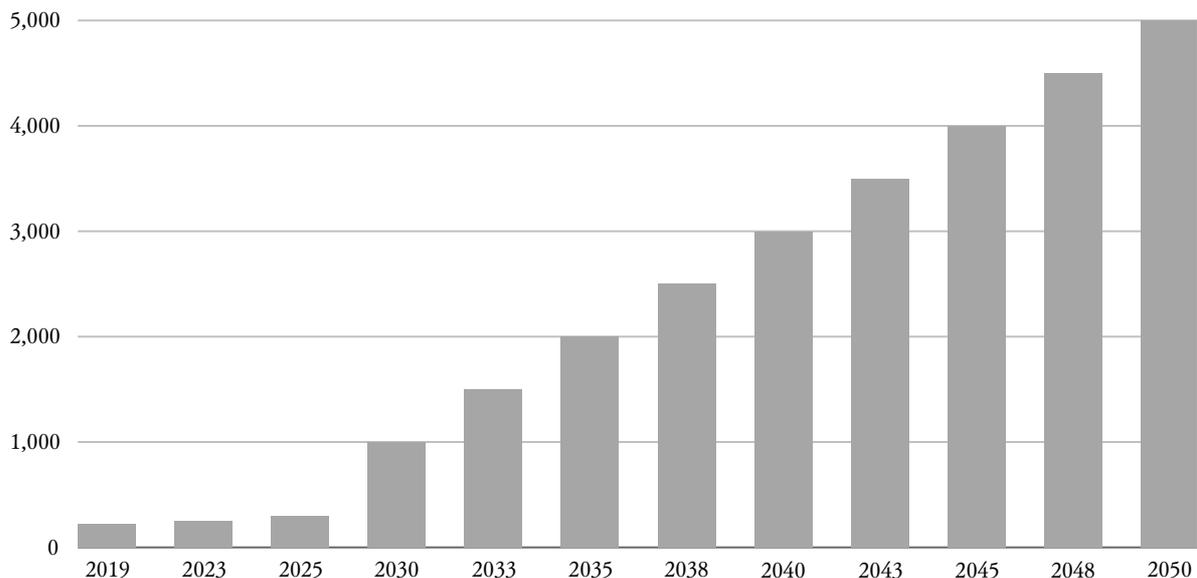
ゴールと強み、弱みが見えたら、ゴールに向けてのKPI（重要業績評価指標）行動目標を年ごとに設定。2050年までのロードマップを



④コンセプト立案

県全体として一丸となる必要がある。チームGUNMA Organicとして団体意識とモチベーションを高め、目標に進むための核の一部

■ 例) 有機面積 (ha) ※有機JAS認証圃場すべて合わせて2009年時点で195ha



※あくまでも例えです

生産：



①生産現場・情報の実態把握、地域・生産者カテゴリー分け生産者カレンダー

生産では、実態を把握することが第一優先事項。小規模、大規模、少量多品目、大量小品目、出荷カレンダー、地図等の基本情報



②生産技術・管理向上を目的としたセミナー

堆肥づくり、抑草技術、病虫害対策から経営や労働の効率化、マーケティング、有機JAS認証の内容のセミナーを実施。講師は農業者から研究者、企業、大学など



③年に一度の意識調査、市場調査、販売価格の見直し提言

農業者の意識調査や現状把握と流通、小売店舗の市場調査、消費者行動から品種選定や、作付け計画、ブランディングを提言



④年1回のマッチング交流会（生産者、流通関係者、販売関係者）

マッチング交流会を図り、双方の需給のマッチングや取引ミスマッチ軽減を行う。また中長期的視点で関係構築を行い、今後の新規就農者の販路の受け皿としても確保

流通：



①物流調査

現状の物流状況と金銭的成本、時間的成本、出荷時間、温度帯等を調査。生産と販路先に沿った最適な物流を提案



②試験導入

最適な物流確保の実証実験を行う。そのために生産・流通・小売店までの調査結果を把握し、課題点をまとめる



③物流コスト比較

流通合理化にむけての流通会社との連携。最後に物流コストを比較し、総合的に判断し、販路開拓へ繋げる

販売：



①毎月11の日に、「ぐんまの有機農産物フェア」ファンの繋ぎ場として定期開催。生産者カレンダーによる野菜をまとめ売り場を作る。実施店舗はビオラル、ムスビガーデン、ファームドゥなどに小コーナーを作る



②群馬をイメージしたデザインやPOP
群馬のイメージとして、ぐんまちゃんとGUNMA QUALITY等の連携、消費地から近いための鮮度の良さや、赤城山などの麓で野菜が育つ様子を販促ツールのデザインに落とし込む



③年に一度の意識調査、市場調査、販売価格の見直し提言

農業者の意識調査や現状把握と流通、小売店舗の市場調査、消費者行動から品種選定やブランディングを提言。群馬県特産農産物の有機推進、有機加工メーカーの掌握（加工原料の提供）

PR：



①チームGUNMA Organicの発信

群馬オーガニックの情報一元化、生産現場、料理、イベント情報の発信を通じてファン層を繋ぎ、認知拡大を目指す。写真や動画の制作発信



②GUNMA Organicレシピを毎月発行、一年に一回のまとめ冊子

野菜のプロ達による群馬有機食材を使ったレシピを、手に取りやすい紙媒体で提供。一年に一回は総集編としてまとめた冊子を用意



③GUNMA Organicツアー

ぐんまの有機農産物フェアを通じて、GUNMA Organicに関心を持った消費者へ、グリーンツーリズムを実施し熱心なファン獲得を目指す



④都市農村交流を目的とした都内学校との連携

有機農業に関心ある都内の学校と連携し、体験交流や文化祭の物販などを実施し、群馬県と都内学生の相互交流を目指し、新しいアイデアや取り組みを実施 例：文化学園大学杉並中学・高等学校

本事業を通じて群馬県産有機農産物の流通拡大を推進するためには、中長期で生産者の数を増やし栽培品目・流通量の増やすという定量的な目標設定が重要なポイントになると考える。群馬県の農産物の長をアピールし、販路と販売先のターゲットを明確にしたうえで、生産から小売（実需者）までのプロセスを組み立てることが目標達成のための手段である。

本業務を通じて得た、課題と要点を「群馬県産有機農産物の流通拡大施策」として「ぐんまモデル構築」としてまとめた。総括として以下に報告する。

現在、圧倒的な消費力をもつ東京都には多くの競合県の有機農産物が流通されている。群馬県産有機農産物が産地間競争に勝ち抜き、有機農業生産を拡大するためには、水田や牧草地という「コメ」「畜産品」のカテゴリーの拡大と、群馬県内農産物の県内消費を推奨する取組みが必要であると考えます。

その前提で、都内への販路拡大を目指すには、生産から販売出口までのサプライチェーンの現在の課題を整理する必要がある。

以下、本事業を通じて把握した「小売り」「店舗」の立場の各課題を総括した。

- ①小売店において品揃えと安定調達が必要であり、まだまだ「品目が少ない」「供給が不安定」という状況が発生している。販売したくても「モノがない」という状況である。
- ②調達先である有機農産物生産者・メーカー数も少ないことから慣行品との共同調達ができず、宅配便による物流等により「仕入価格」が高く売価に反映をせざるをえない。
- ③消費者の意識として「価格面」「身近で購入できない」というコメントが多くあった。つまり消費者は日常的に購入したい場所として、ネット購入より実店舗で普段使いできる買い物を求めている。

消費者や小売の課題解決のためには、前提として群馬県の有機農産物の生産拡大をはかることが安定供給・安定調達につながることになる。そこで前述した統計資料にある「群馬県普通畑の有機面積が12年前と比較して28%減」を意識する必要がある。この減少の理由と解決策を把握することが必要である。

また、既存の有機農業生産品の生産情報・流通情報を整理することで、小売や青果卸の事業者が取引をしやすくする仕組みをつくることが重要である。

単純な生産者情報だけでなく、その生産者の出荷先や頻度、物流情報を詳細に把握し生産品目のカレンダーを群馬県が一括管理して事業者側に提供する仕組みなど流通拡大のための施策はいくつか考えられる。

今回の業務において最も調整に時間がかかったことは物流であった。生産地から売場までの複数の物流ルートを提示し物流企業や中間業者と連携し物流の合理化を図ることで安定物流をローコストで構築することが「有機農産物販売の常態化」を実現するポイントである。

群馬県産有機農産物の消費拡大につながる認知拡大も重要である。群馬県の良さを発揮できるブランディングとして「自然」「東京に近いから新鮮」「ぐんまちゃん」「県全体の一体感」のイメージを前面に出すことで、小売側に群馬県産を認知してもらう必要がある。

販売促進としては店舗の立地を意識しなければならない。テスト販売を行った際にムスビガーデンでは目的買いの購買者が多く、ビオラルは駅前の商業施設に店舗が設置されていたためウィンドウショッピングの顧客特性があった。このように住宅地にある店舗と都内の駅前の店舗では顧客特性も異なる。そしてテスト販売の実績として本業務終了後にはムスビガーデンに対し購買者から「群馬県産有機農産物の再購入の問い合わせ」があった。

つまり目的買いの購買者に関しては継続的なリピーターになる購買層があり、こだわりと産地で購入しているマーケットが存在していることになる。したがってこの層に確実に入り込み認知と常態化を進めることができれば群馬県産有機農産物の販路拡大の可能性は高い。そのために定期的な売場づくりと生産地と消費地のつながりを継続させることが必要である。

具体的には産地側のSNS発信や生産者と消費者のリアルな交流、デザインやレシピなどソフト面に注力をするのが生産と供給が安定してくれば必要となってくる。

生産量は消費量が増えることで生産者は積極的に栽培を拡大していく。有機農業は劇的に生産量を短期間で増加させることは難しい。栽培管理技術の習得や農地の転換期間が必要となる。

そこで、群馬県が中心となり販売促進としての有機農産物のPRと普及活動を進め有機農業生産者とのコミュニケーションを強化することで製販一体となった施策を目標数字とともに段階的に設定し政策に活かすことであると考える。

みどりの食料システム戦略・オーガニックビレッジ構想にあるようにこれから日本有機農業の推進は自治体を中心となって進めていくことが地域経済の活性化になり、農業の発展につながる。群馬県という自然に恵まれているすばらしい県のすばらしい農産物のカテゴリーに有機農産物を加え、官民連携した農業の発展を進めていく。日本有機農産物協会の協会員とともに伴走しなから実現させていきたい。

最後に本業務に対し多大な御協力をいただいた群馬県ブランド推進室、各店舗、仕入先の農家の皆様に厚く御礼申し上げます。

Facing the future, build a future
土と向き合い、未来をきづく



協会の実績

①農林水産省採択事業

- ・平成29年度 オーガニック・エコ農産物
安定供給体制構築全国推進事業物流効率化実証事業
- ・平成30年度 オーガニック・エコ農産物安
定供給体制構築事業を受託

(オーガニックプロデューサー派遣事業)

- ・平成31年度 産地間・自治体間連携支援事業のうち
自治体ネットワーク構築及び流通技術課題対応実証支援事業
- ・令和2年度 産地間・自治体間連携支援事業のうち
自治体ネットワーク構築及び流通技術課題対応実証支援事業
- ・令和3年度 産地間・自治体間連携支援事業のうち
自治体ネットワーク構築及び流通技術課題対応実証支援事業
- ・令和4年度 産地間・自治体間連携支援事業のうち
自治体ネットワーク構築及び流通技術課題対応実証支援事業

②各種セミナー主催

③農林水産省環境農業対策課との意見交換会

④食品展示会

G20農業大臣会合（2019年）

G7農業大臣会合出展（2023年）

協会設立の目的・活動内容

- 1 有機農産物の生産・流通の課題と
改善のための研究活動
- 2 ロジスティック・シェアリングの
仕組構築とその実用
- 3 オーガニック業界の規格・標準化に
よる業界全体の効率化の実現
- 4 市場規模の把握
- 5 有機農業の運営サポート

有機農産物の流通拡大を目的に2019年6月に当協会は発足しました。中間流通業を中心
に青果卸・小売・メーカー・商社が会員として有機農産物の流通課題の解決を事業
者間連携で進めていく団体です。

協会概要

法人名：一般社団法人 日本有機農産物協会

所在地：〒101-0032 東京都千代田区岩本町3丁目2-1

代表者：西辻 一真

設立：2019年

TEL：03-4400-6579 MAIL：info@j-organic.jp

協会会員

一般社団法人MOA自然農法文化事業団
株式会社エム・オー・エー商事
オイシックス・ラ・大地株式会社
株式会社コープ有機
株式会社シェアガーデンホールディングス
株式会社自然農法販売協同機構
株式会社ビオ・マーケット
株式会社マイファーム
株式会社マルタ
ムソー株式会社
有限会社やさか共同農場
有機農業事業協同組合
株式会社ライフコーポレーション
パルシステム生活協同組合連合会（旧株式会社ジーピーエス）
NPO法人日本オーガニックアンドナチュラルフーズ協会
株式会社ラミックス
株式会社オーガニックフード普及協会
株式会社大治
株式会社Makicom
株式会社日本経済社
サンエッジ株式会社
株式会社サンコー
株式会社風水プロジェクト
東都生活協同組合
大協青果株式会社
一般社団法人オーガニックフォーラムジャパン
プレマ株式会社
株式会社エスペラントシステム
島根県庁農林水産部
亀岡市
全国農業協同組合連合会（全農）
株式会社和泉
株式会社千葉穀物
一般社団法人オーガニックフォーラムジャパン
有機米デザイン株式会社
株式会社桜井食品