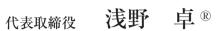
日本の果樹農業の ロバストネス(強靭性)を信じる

アグリ創研®株式会社



②ブランド戦略、③事業モデルの 構築を業務としています。 弊社の最初のプロジェクトが、 弊社の最初のプロジェクトが、 に掲げています。一〇〇年先の未 に掲げています。一〇〇年先の未 に掲げています。一〇〇年先の未 に掲げています。一〇〇年先の未 を、その食文化を繋いでいきた い。そして、ただ単に残すのでは なく、良いものはより評価される なく、良いものはより評価される なく、良いものはより評価される なく、良いものはより評価される なく、良いものはより評価される なく、良いものはより評価される

農林水産省の国立研究開発法人審躍」と紹介されました。私自身も農業のトップランナーとして活農業のトップランナーとして活農業のトップランナーとして活力財がたいことに、顧客が多くありがたいことに、顧客が多く

の声をよく耳にします。 て言えば、①気候変動の深刻な影 を迎えています。 にわたり知見を還元しています。 農学部の客員准教授等々、 委員・座長、 庁の地域団体商標普及啓発事業の 財保護活用支援事業の委員、 議会の専門委員や、 い消費者の果実離れといった産地 さて、今、 ②高齢化と担い手不足、 農業は難しい転換期 高崎健康福祉大学の 果樹農業につい 同省の農業知 産官学 3若

JAやその産品の、

①知財戦略、

国各地の総合JAの顧問として、

復興支援のために創業しました。○一一年三月二六日、早期の再生

弊社は、

東日本大震災直後の二

その後、JA全中の顧問や、全

前記①については、官民を挙げ た 技術(いわゆるアグリテック)は、 技術(いわゆるアグリテック)は、 技術(いわゆるアグリテック)は、 大で無料で検索できます。 とはいえ、技術導入にはお金が かかります。補助金の使い勝手が

産物については、 "一定以上に、 一つの鍵でしょう。この点、ブラーつの鍵でしょう。この点、ブラーンド戦略では、単価を上げる方向 と、リピーターを増やす方向があります。ケ (日常)の食である農

> 置くべきです。 ピーターを増やすほうに重点を単価を上げるべきではなく、リ

とで、 果物に限らず、 倒くさいからのようです。 格が高いからや、 旬でない時期の活動が重要です。 に売上の向上を実現しています。 やす方向でブランディングするこ ると感じます。 本人消費者の支持が離れ始めて ド需要の結果、 13 の下支えにより、 弊社の顧客も、 消費者の果実離れの理由は、 前記③も、 取引量の増加や、 ②に関係します。 輸出やインバウン 価格が高騰し、日 リピー 皮を剥くの 単価を上げず 価格下落 ターを増 近時、 が 若 価 面 果 実 日 本

様、 進 す。果樹産地も、その風土に適し 代を超えて残るという考え方で 子のこと。 た品種があり、 れてきた生産方法があり、幾多の 化の可能性があるのです! 難を乗り 「ミーム」とは、 多く支持されたものだけが世 ミームと言えます。 生物学的な遺伝子と同 越えた変革があるの その地で受け継が 文化的な遺 つまり、