

マーケティング、技術情報交換、仲間作り……

特集



# twitter

## 時代に変わる!?

# 情報と農業経営

インターネットの魅力は情報発信だ。まだ出会っていないお客さんとの出会いなど、いろいろな可能性がある……。そんなことは理解しながらも、いざパソコンの前で座ると固まってしまう人も多いはず。でも、今はネット上で提供されているサービスで簡単に情報発信・収集・共有ができる時代だ。それによってどんなことができるのか。数あるサービスの中からもっとも手軽に始められると評判のTwitter（ツイッター）による情報発信とそれによってもたらされる農業経営のメリットを一緒に考えよう。

取材・文／橋本哲弥、編集部



**あなたの存在と感性を  
伝えることも、情報発信**

5〜6年ほど前を思い起こしていただきたい。ホームページを作らなければ、農場としての情報発信ができないと考えられていた。農家はこぞって、農法ぐらいいしか伝える内容のないホームページ作りにいそしんだ。高い外注費を支払ったはいいが、「商品が売れない」「客が来ない」などと嘆いていた読者もさぞかし多かったに違いない。

だがわざわざ自前のホームページを作らなくても、この1〜2年で、パソコンからだけでなく携帯電話などから無料で気軽に、文字だけでなく、情報を発信できるサービスが登場し、以前よりもずっと気軽に楽しめるようになった。そのひとつであり、今回中心に紹介するのが昨年流行語にもなったサービス、ツイッター（Twitter）である。

ツイッターは発信できる文字数が140文字と限られている（「Twitterとは英語で「鳥の」さえずり」。転じてつぶやくという意味になった）。そのせいか、情報の受け手に対して論理ではなく感性に働きかけることができる面白さがある。

しかも、特定の相手に対して話すこともできれば、独り言に対して読



み手が勝手に反応してくれる。だから難癖を付けてくるような人もいるし、呼びかけても無視するような人もいる。もちろん、親身に情報を教えてくれたり、この出合いをきっかけに友人になるという場合もある（ある人曰く「初めてのスナックに飲みに行った時に居合わせた人との会話みたいな感じ」とも言う）。

こういったサービスは目的ではなく手段なので、実際に生で情報発信をし、その先にある顧客開拓や交流ができていれば使う必要がないかもしれない。でも、単純に面白がることは決して無意味ではないだろう。

なお、本誌読者の中には、パソコンも携帯電話も苦手という方もおいでだろう。今回の特集が興味を引くものでなかったとしたら、おわび申し上げます。本誌としても、新しいものだから是非ともチャレンジを、とまでは申し上げまい。しかし、実はそういったあなたのたたまずまいやキャラクターをありのままに伝えることも価値があるのだ。入力は息子や従業員にやってもらう、自分は土とお天道様と風土を伝えるキャラクター、頑固オヤジを演じるということでもいいではないか。

地域や年代を超えて、農業経営者にしか発信できない情報が、きっとあるはずだ――。



# 自ら情報を発信するだけで 広がる農業経営の可能性

「ソーシャルメディア」（以下SM）という言葉をご存知だろうか。誰もが参加可能な情報媒体のことで、参加者の積極的な情報発信により成り立っている。マスメディアとの最大の違いは、SMにおいては、放送局や新聞社などのマスコミだけではなく、私たち一般市民も有力な情報発信者になれることだ。もちろん農業者も例外ではない。ここでは数あるSMのうち、ツイッターについて農業の視点を取り入れながら解説したい。

## つぶやきが次々と人を呼び 交流を生んでいくツイッター

まず「ツイッター」とはどんなものか、おさらいしたい。基本的には、インターネット上のツイッターのホームページに、140文字以内のツイート（つぶやき）を投稿する。内容については、今何をしているか、考えているかなどが良い（ちなみに昨年の流行語「くなう」とはツイッター発の言葉で、「今くしている」

という意味の略語）。こうしてつぶやくと画面上に自分の発したツイートが表示され、何回かつぶやけば時計系列でそれらが並ぶ。このツイートの流れをタイムライン（TL）と呼ぶ。もちろん、これだけではツイートを活用していない。その面白さは他人のツイートを見ることにある。

そのためには、フォローという行為を行なわなければならない。たとえばAさんをフォローすれば、AさんのツイートもTLに表示されるようになる。同じようにBさん、Cさんもフォローすれば、その2人のツイートも表示され、フォロー数を増やすとあなたのTLに表れるツイートの数は増え、賑やかになる。この様子から、「twitter（小鳥のさえずり）」の名がついたといわれる。

しかしこれでは受信一辺倒で、ブログやメルマガを読んでいるのと変わりない。ツイッターの真価は自らも情報を発信し、フォローした人たちと交流することにある。たとえばAさんは農家で「トマトの苗は何月に定植？」とつぶやいていたとする。ツイッターでは誰かのツイートに返信できるので、「5月です」とあな

たは返信のツイートをする。おそらく「ありがとう」とAさんから返信がある。単純な例だが、これが基本だ。このような他人との交流は、また別の誰かを呼ぶ。あなたが誰かをフォローしたように、あなたも誰かからフォローされる。先ほどのやり取りを見て興味を持った、AさんをフォローしているEさんから「農家さん？ 直売はされていますか」と返信があり、新たな接点が生まれる。こうして次々と利用者同士が繋が

り、交流が生まれるのだ。



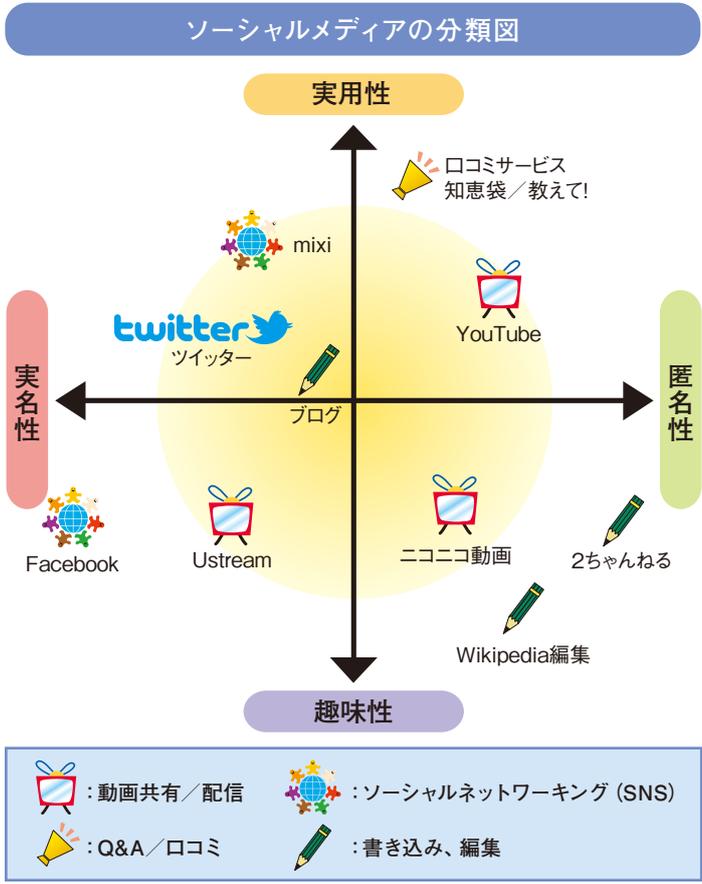
# ツイッター×農業で 農業者は何ができるのか

では、それで農業者は何ができるかについて考えてみよう。じつは先述の文中にヒントがある。

まず情報発信と作業記録への活用だ。ツイッターはTLに時系列で並ぶと書いた。これは投稿した日時が記録されているため、ツイッターは農業日誌としても使える。GPS機能の付いた携帯電話からつぶやけ

ば、どの畑でどんな作業をしたか記録可能だ。ツイートには画像も添付でき、カメラで写真を撮って投稿すれば、画像付きの作業日誌にもなる。現場からのリアルな感想をつぶやいてもいいだろう。ツイッターは、どこからでもアクセス可能なデジタル作業日誌にも、ライブ感あふれる実況中継にもなる。

況中継にもなる。



最後にマーケティングへの応用。ツイッターには農外の利用者、先のEさんのような農業に関心のある消費者も当然いる。こうした人をフォローし、そのライフスタイルや、食や農業への考えをリサーチするのも賢い使い方だろう。また彼らはあなただけのツイートを读み、ファンになるかもしれない。企業の活用方法はこれに近く、ターゲットの趣味嗜好に合った情報をつぶやく。広報、販促、セルフブランディングなどを行ない、顧客創造に繋げている。ネットを飛び出し、リアル店舗に誘導する動きも巧みだ。

次に情報収集への活用だ。受信のためにまずは情報源となる人をフォローする。先のAさんのような農家のフォロワー数を増やせば、TLには農業関連のツイートが並び、全国各地の同業者の近況をツイッターで見られるようになる。ここで作業記録として活用する農家のツイートが流れていたらどうだろう。自分の作業と比較できないだろうか。気になる点があるなら、その人のツイートに返信をしてみよう。そこから情報の交換・共有などが始まるはずだ。ツイッターには卸・小売など流通業者、技術者や研究者などもある。彼らとフォローし合えばTLがさらに楽しくなる。

**農業・園芸ライター 橋本哲弥**

はしもと・てつや ● 茨城大学農学部生物生産科学科卒業。某社園芸事業部勤務を経て、ライターに転身。同時に就農し、自ら畑に出ながら農業の現場取材する。著書に『つくろ！日本の野菜』（明治書院）、『農業ビジネスがよ〜くわかる本』（秀和システム）などがある。  
@nashiyasan

これらはいくまで一例に過ぎない。ホームページ、ブログ、Mixsinなど既存のコンテンツとの連動や、ネット上の関連ウェブサービスと結びつけられれば使い方は無限に広がる。

もしこれを読み、ツイッターに関心を持った方は是非つぶやいてほしい。登録は無料だ。まずは自身が何者で、何を考えているか、何がしたいかを具体的につぶやいてみよう。同じ趣味嗜好や志を持った仲間やファンが現れるはずだ。自ら発信し、彼らと交流してみよう。あとは、習うより慣れるだ。

02

# まずはツイッターを始めよう！

土や農産物といったリアルな「情報」と日々向き合う農家には、パソコンが苦手な方も多い。しかし日本のツイッター人口が1000万人を超えたことからもうかがえるように、ツイッターデビューの敷居は驚くほど低い。食わず嫌いをするのではなく、まずは自分の手でツイッターの登録手続きを試みよう。不安はすぐに氷解するはずだ。

## 編集部のアカウントは@FarmbizEditor あなたもすぐに登録してみよう！

パソコンなんてメールのチェックやお気に入りのホームページを見るくらい、今さらソーシャルメディアへの参加なんて何をどうしていいかわからない……特に中高年の農家の中には、そんな不安を抱える方が少なくないのではないだろうか。でも安心してほしい。実はそんな「パソコン音痴」な人にこそお勧めのツールがツイッターでもあるのだ。

その理由は登録の簡易さもあることながら、シンプルな基本性能や、参加者が受けるストレスを極力排した管理システムにある。どんな相手と接し、どう活用するかは、参加者が主体的かつ流動的に変えられる。登録料はもちろん、ランニングコストもかからない。

今回の特集記事を制作するにあたって『農業経営者』編集部もツイッ

ターのアカウントを作り、日々つぶやいている。読者諸兄もまずは登録作業を行ない、練習として気軽に編集部をフォローしてみたい。

登録は簡単だ。まずはパソコンでツイッター (<http://twitter.com>) にアクセスし、登録手続き用のガイドランスに従って自分のユーザー名やパスワード、連絡先のメールアドレスを入力する。初心者用に易しく解説してくれるツイッター公式ナビゲーター「ツイナビ」(<http://winavi.jp/>) もあるので、こちらを利用してもいいだろう。

登録終了後にログインしたら、今度自分のプロフィールを作成する。名前、現在地などの自己紹介は、ツイッターの世界で様々な相手と交流する上での基本情報となる。名前は実名でも匿名でも構わない。アイコン用の画像は、自慢の作物の写真

を使ってもいいだろう。

次に自分の関心のあるジャンルを検索し、好きな相手を探してフォローしてみよう。高橋がなり氏など本誌連載陣も見つかるはずだ。フォローとは、相手のツイートを自分のホーム画面に自動的に表示させる仕組みである。フォローするにあたって相手に特別な申請をする必要はないが、ツイートで挨拶してみるのもいいだろう。

ツイートとは、140文字以内の投稿のことである。ホーム画面上部の空欄にコメントを入力し、画面上の「ツイート」ボタンをクリックするだけでOKだ。ツイートを行なうと、すぐに画面のタイムライン(TL)上にあなたのつぶやきが表示される。そしてそれはあなたのホーム画面だけでなく、あなたをフォローするすべての人のホーム画面にも表

**twitter 用語集**

■ **アカウント (Account)**

ユーザー名のこと。1メールアドレスに、1アカウントが付与されるが、メールアドレスを複数持っている場合は、一人ですべてのアカウントを使い分けすることもできる。

■ **ユーザー名 (Username)**

半角英数字およびアンダーバーを使って15文字以内で作る名前。

■ **ツイート (Tweet)**

投稿する(される)「つぶやき」のこと。もしくは投稿すること。140文字以内の文字制限がある。

■ **リツイート (ReTweet/RT)**

ほかのユーザーのツイートを、自分をフォローしているユーザーにも伝えられるよう再投稿すること。これによって、ほかのユーザーのツイートを「引用」した状態になる。

■ **タイムライン (Time Line)**

フォローしているユーザーや自分のツイートが時系列に表示される部分のこと。略してTLと表記されることもある。

■ **ダイレクトメッセージ (Direct Message)**

2者のユーザー間で行なえる私的なメッセージのやり取り。相手が自分をフォローしている場合のみ、メッセージを送ることができる。

■ **フォロー (follow)**

ほかのユーザーのツイートを自分のタイムラインに表示するために、表示したいユーザーのページに行き「フォロー (follow)」ボタンを押すこと。以後は、自分のタイムラインにフォローしたユーザーのツイートが表示される。

■ **リスト (Lists)**

好みのテーマに沿った複数アカウントのツイートだけが流れるタイムラインを作成する仕組み。リストは公開、非公開を選択することができ、非公開のリストは、リストに入っている人にも通知されない。

示されることになる。  
あなたが誰をフォローするかについては、ツイッターを利用する目的を明確にした上で判断すればいい。相手を絞り込んで厳選した情報源として活用するもよし、とにかく大勢の人をフォローして浅く広く情報を収集するのもいいだろう。ただ後者の場合は、膨大なツイートがあなたのホーム画面に溢れることにもなる。フォローする相手の変更・解除はいつでもできるので、自分に合った使い方を模索してみよう。

また、交流が広まるにつれ、あなたがフォローした覚えのない人のツイートが表示されることも出てくるだろう。これはリツイート (RT) と呼ばれるもので、誰かが興味深いツイートを見つけた際、自分のプロフィールにも読ませるために転送したものだ。逆にいえば、あなたの発言が、転送を繰り返して思いもよらない誰かの目に留まることもあるわけである。  
ツイッターには、このほかにも便利な機能がたくさんある。下に紹介するように各種専門書が出ているので、参考にしてみるといいだろう。自由度が高い分、効果のほどを左右するのも自分次第といえるツイッター。上手に使いこなして、あなたの農業経営に役立ててほしい。



**twitter 会社と仕事はこう変わる**  
日経ビジネス 980円 (税込)

ビジネスの視点からツイッターの可能性を解説。国内外の企業の導入事例が充実しており、読み物としても楽しめるムック。TLが炎上した失敗事例や、冷静な対策法なども紹介されている。



**twitter 基本&便利技**  
リンクアップ著/技術評論社 900円 (税込)

オールカラーで画面の実例が多く、操作手順を追いながら使い方をマスターできる。初歩的な操作から応用テクニックまで網羅している。ポケットサイズで携帯にも便利。

**理解を深めるための ツイッター 入門書ガイド**

ツイッターの多彩な機能や一般企業での活用法を紹介する書籍は相次ぎ登場している。基本的な操作をマスターし、様々な成功・失敗事例を参考に、ツイッターを使いこなそう。



**ユーストリーム × ツイッター 10倍広がる活用法**  
渡海啓之著/日本経済新聞出版社 1,470円 (税込)

ライブ動画を配信するユーストリームとツイッターの魅力に多角的に迫ったビジネス書。初心者でもわかりやすい丁寧な解説から、企業での活用事例まで幅広い情報を収録。クリエイターたちの創意工夫は参考になる。



**twitterでビジネスを加速する方法**  
樺沢紫苑著/ソーテック社 1,554円 (税込)

マーケティングに特化したツイッターの活用術。受信者として情報を消費するのではなく、戦略的に情報発信することの重要性を説く。実践的なテクニックの話題が多く、中級者以上向き。



**できる100 ツイッター**  
twitter パーフェクトテクニック  
インプレスジャパン 1,575円 (税込)

定番のできるシリーズ。ツイッターを使いこなす達人のテクニックを豊富に紹介。初心者から企業担当者まで幅広いユーザーに対応している。大きな誌面でイラストが多くわかりやすい。



# 03 私たちの農業経営は ツイッターでこう変わった!

作業中にふと生じた疑問や気付きが、栽培技術の改善に繋がった経験はないだろうか。また、圃場ではないつも疑問に思うことなのに、家に帰ると頭から離れてしまうことはないだろうか。圃場しながら全国の同業者と最新情報を交換したり、作業日誌として自らの栽培情報をオープンにするこ  
とで新たな情報を得たり、あるいは農場や農産物をPRすることも、ツイッターは可能にしてくれる。実践者の活用事例をまとめてみた。

## Case 1 産地を越えた情報交流で栽培技術を共有

農業は一般的な企業とは異なり、栽培技術や経営の普遍的なノウハウがなく、情報が地域ごとに分断されていることが多い。だからこそツイッターを活用して、他産地と情報を共有する農家が増えつつある。

千葉県で2haのナシ園を経営する橋本てつや氏が中心となって結成した「ツイッター梨部会」は、ハッシ

ユタグやユーチューブ(YouTube)を用いて栽培技術などの情報を共有している。作業中に生じた疑問や撮影した写真が、TLにリアルタイムで飛び交う。ナシ部会の特徴は、関東の産地だけでなく、滋賀・三重など産地として比較的小さい県の農家も参加していることだ。「大産地は情報が早くて参考になる」と話すの

は、新潟県でナシを生産するW氏は、新潟県でナシを10aほど。ナシの経営面積は10aほど。ナシの栽培技術について情報不足で悩んでいたが、ツイッター上で「梨」をキーワードで検索したところ、全国各地のナシ農家が自分の知らない最新技術についてつぶやいているのを発見した。彼らに問いかけたところ、つぶやきに貼られた写真や動画などからウロコの情報を得ることができた。「まさに私が抱える問題の答えだった。早速地域の普及センターに駆け込み、資料を取り寄せた」と言うW氏は、今冬から早速その技術を実践している。

一方、新潟県弥彦村で水稲5ha、ネギ70aを作付けする石井知治氏は、自らのブログを補完するためのツールとしてツイッターを使っている。ブログを更新すると、ツイッター

にそのURLが投稿されるように連動させているのだ。こうすれば140文字以内では伝えきれない内容も発信できる。コメの売上の3割を個人客への直販が占める同氏は、「主



「インターネットによる情報収集や各種サービスが普及してきたことで、それが使える人と使えない人との情報格差が生まれている」と話す石井知治氏。

## 本誌読者 アカウント紹介

### @ecofarmasano

エコファーム浅野 & GOEN (千葉県八街市)  
 シェフスガーデン・エコファーム・アサノ、野菜卸(合)  
 GOEN 代表 & イタリアレストラン La Tra versina オー  
 ナーシェフの今村です。感じるままにつぶやいていき  
 ますので宜しくお願いします。

### @ganari\_t

高橋がなり (東京都国立市)  
 国立ファームグループの代表取締役社長をしておりま  
 す。現在は、かっこいい農業を目指して、日々、農業  
 改革中です。

### @ggonkun

鈴木敏弘 (千葉県横芝光町)  
 20歳からバリバリやっている専業農家です☆この職業  
 に情熱と誇りと責任感を持って奮闘中です! でも楽し  
 みながらやっています。

### @kajifarm

梶 宗徳 (北海道帯広市)  
 「食べる人の喜びは、作る人の喜び」これが私の会社の  
 経営理念です。食べる人と作る人の信頼関係の構築を  
 めざして、日本の食糧を作ります。

### @kantakobira

小平勘太 (東京・京都・鹿児島)  
 農業ベンチャー Oryza, inc 代表。農業生産法人オリザ  
 鹿児島ファーム代表。ついでに実家の鹿児島の商社の  
 副社長。農業ビジネスと食べ物について書こうかな。

### @kashi\_para

鹿嶋パラダイス (茨城県鹿嶋市)  
 サイコウの素材を作ってサイコウのものをつくりだし  
 ていく、生活の隅々まで。それが鹿嶋パラダイス!

### @kfgirlsfarm

山形ガールズ農場 (山形県村山市)  
 社員は全員女子! というこれまでにないスタイルの  
 農場を2009年にスタートした山形ガールズ農場の代  
 表の菜穂子です。畑にいても、人とつながれたら、嬉  
 しいな。よろしくお祈りします!

### @kurikuri2983

小久保貴史 (茨城県つくば市)  
 筑波農場という農業生産法人を経営しています。自然環  
 境や食を考えた農業ブランドの確立に向け、様々な  
 農業イベント等も行なっています。新たに棚田の再生  
 を取り組んでいます。

### @maboo1959

千綿正明 (佐賀県佐賀市)  
 佐賀市議会議員をしています。日々の活動を皆さんに  
 情報発信していきたいと思っています。

### @momotaro\_100

東京のオンナ農家 ももたらう☆(東京都調布市 & 世田谷区)  
 武州多摩郡布田五宿 (現・東京都調布市中部) にある  
 江戸時代より古くから続く野菜農家の総領嬢☆農 ing  
 嬢。東京代表!

### @mooneydawg

中野滝宗 (愛知県武豊町)  
 知多半島の真ん中でたまごを生産、販売しています。  
 美味しいたまごでみんなを happy にするべく日々頑張  
 っています。

に消費者向けの情報発信に活用して  
 いるが、同業者との情報交換にも役  
 立つ」と、その効果に手ごたえを感  
 じている。実際、群馬県のネギ農家  
 A氏との交流はお互いのブログを介  
 して始まった。A氏のブログを見て  
 その技術に興味を持った石井氏は、  
 ネット上での交流を重ねた後、車で  
 2時間の距離にあるA氏の圃場を訪  
 れた。「群馬は歴史あるネギ産地で、  
 新潟にはない作型の技術がある。そ  
 れを取り入れれば、ネギの周年栽培  
 に繋がられるかもしれない。ネット  
 がなければ恐らく一生接点はなかつ  
 た。ツイッターでこのような繋がり  
 はさらに広がるだろう」と石井氏は  
 語る。

**[twitterアカウント]**

- 橋本つや氏: @nashiyasan
- 石井知治氏: @nashiyasan
- 高橋伸氏: @noa\_takahashi

※ハッシュタグ  
 #記号と半角英数字で構成される  
 文字列のこと。発言内に「#○○」  
 と入れて投稿すると、その記号つ  
 きの発言が検索画面などで一覧で  
 できるようになり、同じイベントの  
 参加者や、同じ興味を持つ人の様々  
 な意見が閲覧しやすくなる。  
 【例】 #oyatsu → 自分が食べたお  
 やつについて皆で共有。

入らず、リアルタイム性をあまり活  
 かせないことが悩み」と話す。その  
 ため、新たに導入した薬剤や機械に  
 対する感想などの情報発信・交換は  
 ブログ上で行なっている。たしかに  
 地方の中山間地などでは、送受信の  
 インフラ条件に差があり、高橋氏が  
 抱えるような問題が起こりやすい。  
 こうした場合は、ほかのメディアと  
 の連動で補完するのもひとつの答え  
 となるだろう。

京都府京都市で水稲5haのほかエ  
 ビイモ40a、各種野菜30aを生産す  
 る「京野菜農家やまふじ農園」の山  
 本武宏氏は、ツイッターを作業日誌  
 として活用している。「野菜の収穫状  
 況や畑の様子などをツイッターで発  
 信しているが、紙の日誌にはない検  
 索機能がある。画像や動画との連携  
 も容易なので、ブログと連動して使  
 っている」と山本氏は言う。ツイッ  
 ターのサイト上では3200より古

いツイートは消えてしまったため、ブ  
 ログへの書き込みは記録のバックア  
 ップでもあり有効な手段だ。やまふ  
 じ農園の販路は個人店舗などへの直  
 売が主なので、ネット上にアップさ  
 れた栽培記録は、取引先への情報提  
 供手段としても役立つ。「少し  
 でも先方に現状を知ってもらえば交  
 渉もしやすい。毎日絶えず発信する  
 ことが大事」というのが山本氏のス  
 タンスだ。

一方、茨城県の1.5haの圃場で  
 野菜類を生産するY氏は、現場の写  
 真などをツイッターでアップしてい  
 るが、「具体的な情報をさらすことに

Case **2**

**作業内容をつぶやくことで  
栽培履歴を保存する**

は抵抗がある」と一抹の不安を感じている。しかし同時に「自らの持つ情報にどれだけ価値があるか、一度公開してみたい気持ちもある」とも教えてくれた。

栃木県高根沢町でイチゴ15aを生産するカトウヤスヒロ氏の活用方法は、そんなY氏の懸念を払拭してくれるかもしれない。カトウ氏はもともと携帯電話のスケジュール帳に栽培履歴を入力していたが、最近になってツイッターで記録を取り始めた。

「もっと便利にならないかと思った。トレーサビリティとして消費者に発信し、イチゴの有利販売に繋がりたいと考えた」

カトウ氏は具体的に栽培履歴をつぶやいている。たとえば『本圃3ドリップ灌水15分 PK300 ぶどう糖200 クエン酸500 カル150 アミノ500 カツオ400 たわわK330 1回目』（1月26日）といった施肥の内容がTLに毎日流れ

る。そのほかにも薬剤散布の内容、ハウス内環境（気温・湿度・CO<sub>2</sub>濃度・照度）なども数値を付け、詳細につぶやく。

この記録に、ツイッターを利用する技術者たちが関心を持った。アドバースを受ける機会が増え、現在カトウ氏が使う生物農薬はツイッター経由で得た助言をもとに導入し、結果を出している。

「記録を自分だけで持っていてはもったいない。消費者向けに噛み砕いた情報も良いが、専門的な情報を発信することも重要」とカトウ氏は手ごたえを感じている。

単なる記録に留まらず、自らの情報をオープン化して新たな情報を得る。これもネット時代における農業の姿といえるだろう。

#### 【twitterアカウント】

- 京野菜農家 やまふじ農園 @yamafujifarm
- カトウヤスヒロ氏 @collin1012

## Case 3 即時性・双方向性を生かし マーケティングに活用

不特定多数の人とリアルタイムに情報交換できるツイッターは、農場や農産物のPR、具体的なニーズを

把握するツールとしても有効だ。

サクランボを生産しながら、周辺農家の農産物を販売するネットショ

を占めた花き生産者だったという。当日も場を盛り上げたのは、業界を盛り上げようとする彼らの気概だった。

「様々な立場の人と話すことで、活発な議論の花が咲いた。各々が問題解決のタネを持ち帰ったと思う。生産者は情報発信すべき。それが思わぬ広がりになると交流会を通

して知った人も多はず」と川口氏は確信を持って語る。自らもここまで人が集まるとは予想していなかったそうだ。「難しいことは後で良い。まずは日々の仕事で感じたこと

を素直に発信すること。農家には価値のない話でも、消費者にとっては面白い情報になる」。

バーチャルで完結していた人々の動きが、近年はリアルの世界にも繋がるようになっていく。それは農業でも例外ではないことを、FFCNの事例は物語っている。（橋本哲弥）

### COLUMN

## バーチャルからリアルな人の繋がりへ 花き生産者のリツイートが イベントの大盛會をもたらした

2010年10月に千葉県の幕張で、草の根交流会「フラワートークナイト」が開催された。花き生産者と東京近郊の花屋の13人より成るFFCネットワーク（以下FFCN）が主催の交流会だが、生産者や流通業者に限らず、消費者や研究者など様々な分野から214人が集まった。第1回の参加者は75人だったが、2回目となった今回は3倍近くもの参加者を集めるまでになった。その大きな要因となったのがツイッターによる口コミだ。FFCNのメンバーがツイッターのアカウントを取得し、イベントの告知を一斉につぶやいたのである。

「FFCNが掲げるのは、生産・市場・小売が共存共栄できる“水平”な関係。フラワートークナイトもビジネス商談会ではなく、花き業界の未来を皆で考え、アイデアを出し合う場にしかかった」と同ネットワーク代表の川口信也氏は話す。この想いが乗ったつぶやきに呼応して、FFCNのフォロワーがリツイートを繰り返し、一気に情報が拡散した。その原動力となったのは、交流会参加者の5割以上

#### 【twitterアカウント】

- 川口信也氏：@Ncoottage
- FFCネットワーク広報：@4good4happy

## 本誌読者 アカウント紹介

**@sakauefarm**

株さかうえ (鹿児島県志布志市)

農業生産法人さかうえで働く社員が“さかうえ”の今をお伝えします。

**@shimoyoden**

三浦隆弘 (宮城県名取市)

みやぎなとり、下余田地区に住むうさくさい農家です。

**@sionofuchi**

岡崎操 (山形県河北町)

物理系の大学を卒業後、アパレルメーカーに14年勤務。親父が農協常勤役員なるのをきっかけに平成2年に就農。最初はまったくの初心者でした。平成18年1月農業生産法人設立。地域でははみ出しもの扱いでしたが…。いま、せがれや家族一同で農業やっています。儲からない農業をはやく脱却したいです(^\_^)

**@team\_sugiyama**

杉山修一 (栃木県塩谷町)

すぎやま農場の農場主、杉山修一です。「癒しの大地と癒しの農作物づくりに挑戦中!」です。

**@telbows**

てるやん (宮城県角田市)

自動車部品メーカーにて、品質管理8年、生産技術14年携わり平成15年に退社し就農する。現在、稲作2ha、畑作1.5haを経営する。特技は、農具製作で省力化生産を実現。

**@tenshinen**

天心園 (山形県河北町)

山形の農家【天心園】です。米・サクランポ・紅花等々作っています。看板犬のトイプードルとヨーキーの2匹が頑張っています。

**@turunohagezo**

南三木鉄工所 (和歌山県有田川町)

農機具屋を営んでいます。ひい爺ちゃんが村の鍛冶屋さんから始め、(創業大正五年)地域の皆様に可愛がって頂いております。

**@t\_oikawa**

及川 務 (岩手県一関市)

岩手県一関市のりんご農家「したみち農園」です。栽培品種50種のりんごは現在も増殖中!

**@touxia**

つち。(中国・昆明)

鳥の巣のようなアタマはさまざまな洪水で満ち溢れている。(※本誌連載『ちょっと違うぜ中国で農業』の筆者・土下信人氏。)

**@ymiyaji**

宮治勇輔 (神奈川県藤沢市/東京都港区)

株式会社みやじ豚代表取締役社長 & NPO 法人農家のこせがれネットワーク代表理事。養豚農家兼農業支援NPOです。

**@yoshuu4423**

鶴澤佳史 (東京都三鷹市)

小売りという立場から農業再生を目指す学生。有機・低農業野菜移動販売ゆいま〜る代表。

「この企画用のウェブサイトを作り、そのアドレスを添えて企画についてツイートしたのですが、その結果、予想以上の売れ行きになりました」

ツイッターには、ほかのユーザーのツイートを引用する形で発信できるリツイート機能があり、関心を引くツイートは次々にリツイートされることもある。ユーザーの間に瞬時に広まれば、短時間で集客できる可能性を秘めている。これがツイッターを活用したマーケティングの特徴でもあるが、農家と販売業者、両方の立場を知る伊藤氏は次のような課

題も指摘する。

「告知などの売り込み的なツイートを増えたせいか、同様のイベントをやっていくうちに、ユーザーの反応が弱くなった。農家として生産現場の情報発信をする方が良かったのかもしれない」

多くの一般ユーザーにとって、農家が日常的にしていることは、むしろ『非日常』の出来事。ツイッターでは、そんな情報が興味を持たれる。一方、岐阜県高山市の藤本泰介氏は、ツイッターが動画共有サービス「ユーストリーム (Ustream)」と連携している点を活かしてウェブ上で動画の生放送を行ない、父・豊秋氏が経営するトマトファーム飛驒の広報活動を支援している。これによって、視聴者は生放送中のユーストリームの映像を見ながらツイートする

ことができ、放送している側も視聴者のツイートをみることでリアルタイムに反応を知ることができる。トマトファーム飛驒は、コマ20a、トマト30aと小規模ながら、ITツールを最大限に活用したマーケティングによって、高付加価値商品の直接販売に繋がっているのだ。例えば藤本氏はこれを活用して、

母の日のギフト商品に関する企画会議を生放送した。

「放送中に、視聴者にどんな商品にしたいのか聞いてみると、飲料メーカーの人をはじめ、いろいろな



右: 飛驒の広報担当を担っている藤本泰介氏。  
 下: ユーストリームを使った生放送には、父の豊秋氏も出演した。



方が意見をツイートしてくれました」

初回の放送ということで、視聴者には知人も多かったそうだが、この会議で3本2000円と決まったトマトジュースは、後日、見事に売り切ったという。ツイッターでは、一方的に情報を発信するだけではなく、ユーザーに「聞く」ということで得られるメリットも大きいのだ。

一方、「農家の人柄が見える伝え方をして、食べる人に一食材以上の楽しみ方をしてもらいたい」と、ツイッターやブログなどの情報発信ツールを重視しているのは、埼玉県入間市の3haの圃場でニンジンやサトイモを生産する上原隆介氏だ。目的こそ顧客サービスだが、ツイッターやブログを通じて知り合った農家から売り先を紹介してもらえたり、新たな取引先から声がかかったりと、営業に出にくい環境ながらも販路が広がっている。「人柄を先にわかってもらっている分、信頼関係を築きやすい」と上原氏は語る。農場にいながらにして顧客との距離が縮まり、販路開拓に役立つツイッターは、農業にこそ向いたツールといえる。

#### 【twitterアカウント】

■伊藤誠氏：@mako\_ito

■藤本泰介氏：@tomatoyasan

■上原隆介氏：@ueharanouen17

## COLUMN

# 農業経営者にとっての“情報化社会”論

本特集に先んじる形で、本誌読者を中心にメールでアンケートを実施した。ご返答いただいた読者のみなさん、ありがとうございました。さて、アンケートには「インターネットが当たり前の社会になって実感する農業や日本の社会の変化、あなた自身の気づき、面白がり方などがあれば教えてください」という質問項目を設けた。その答えをここでは紹介したい。果たしてインターネットが普段の生活や仕事の中に入るようになって十数年、農業経営者の情報に対する価値観はどう変わっただろうか。

- 情報収集に大変便利な世の中になりましたが、ネットに書いてあることが全て正しいわけではないので、何でも鵜呑みにしないように心がけています。
- EPAやTPPなど農業に大きな影響を与える事柄に対する農業者以外の意見をネットで知ることができるようになった。生産者と消費者は敵対する関係ではないと思えるようになった。
- 農業者自身からの情報発信が必要な時代だと思う。せっかく情報発信できる場があるので、自分の作った農産物が他と違うと主張できる農産物を生産し、紹介していく事が必要と考えます。
- インターネットはあくまで表向きの情報であって、本当の情報は別のところにあると思います。農業はあくまで自然のなかでの物づくりですから。
- 結局人と人とのつながりなんだあって。これだけネットが生活に浸透し、距離感もなくなり、便利になったけど、人情や思い、リアルな出会い、語り合い、なんかがとても重要で、何かが生まれるときは決まってデジタルなやりとりではない場を共有したときに初めて生まれるような気がする。

- インターネットを経営に、特に売上げに繋げていけるかは、とにかく「集客」。効率的に集客するには、やはりコンサルティングの力が必要だ。コンサルティング料も安くはない。いずれにしても、目標があって、本気で取り組む気持ちが無ければ続けていけない無料サービスだと思う。
- 農業の経営や技術などは、そのお客様のターゲット層、気候や風土で異なります。情報が正しくても、選択を誤れば逆効果にもなるでしょう。
- 自分の住んでいる地域での農業のあり方を良く似た地域の人の考え方などを参考にこれからの経営に生かして生きたい。今の経営で出来るものが何かを考える参考にインターネットを活用したい。
- 自身は参考になりそうな情報入手が容易になって助かっているが、近隣の仲間は総じてWeb情報検索が不慣れだ。農業普及員やJA各位の意見に盲目的に従う方も多い。農業は全て自己責任でどんなスタイルで良いだろうが、異なる意見にも耳を貸す柔軟性が欲しい。
- ネット社会になり、いろんな悪質な商売も生まれている反面、お客様への「誠実さ」がより重要になっていると感じる。というのは、消費者が商品・サービスのネガティブな感想もネット上に書き込むことができ、また多くの方がそれを閲覧して購入を判断できるため、目先の利益優先の小ずるい商売の仕方では長続きしにくくなっていると思う。これはとても良いことだ。自分も、商品・サービスの品質、価格などの面で、「誠実さ」に徹したいと考えている。
- 農業の現場（個々の農家）がもっとネットに関心をもってもらいたい。地域的、年齢的にPCに関心のある人はまだまだ少ない。

# 読者に聞いた！ 編集部がお勧めする 農業経営に役立つブックマーク集

読者アンケートに対して様々な情報が寄せられた。農業技術に関する情報から、仲間同士の交流に役立つものまで多岐にわたった。読者のお気に入りサイトと編集部がお勧めするサイトを合わせて紹介する。

【農業・害虫】

**農林水産消費安全技術センター  
登録農薬情報・速報**

<http://www.acis.famic.go.jp/searchF/index/index.html>  
新規登録された農薬の種類、名称、申請者名称、対象作物の情報が随時更新されている（ほぼ毎週）。

**農林水産消費安全技術センター  
農薬登録情報提供システム**

[http://www.acis.famic.go.jp/index\\_kensaku.htm](http://www.acis.famic.go.jp/index_kensaku.htm)  
登録農薬の情報を検索するためのシステム。作物名と病害虫名での検索は、「検索項目を指定した検索」が便利。

**米農務省 (USDA)**

<http://www.usda.gov/> (英語)  
小麦・ダイズの米国における作柄、品種、農薬、雑草の情報が得られる。「情報伝達早く、量が豊富」(北海道M氏)

**農薬.net**

<http://nouyaku.net/>  
西田立樹氏による「正しい農薬の知識を伝える」サイト。「農薬の情報収集のために活用する」(神奈川県K氏)

**シンジェンタジャパンの  
クローブプロテクション事業**

<http://www.syngenta.co.jp/cp/>  
「害虫と病気の話」「雑草の話」が定期的に更新される。

【天気】

**気象庁 気象統計情報**

<http://www.jma.go.jp/jma/menu/report.html>  
最新の天候予報だけでなく、過去の気象データが地域単位で詳しく調べられる。年々との比較にも利用できる。

**ウェザーニュース**

<http://weathernews.jp/>  
全国のお天気リポーターから届けられる各地のリポートが写真とともに見られる。

**GPV 気象情報**

<http://weather-gpv.info/>  
地図上に5kmまたは20kmメッシュの詳細な気象予報を表示するサイト。詳細予報は1日4回更新される。

**米軍合同台風警報センター (JTWC)**

<http://www.usno.navy.mil/JTWC/> (英語)  
環太平洋の台風情報が詳しく提供されている。

**ジェット解析図・偏西風蛇行図**

<http://www.cokbee.com/weather/jet.htm>  
気象予報士の松田巧氏によるジェット気流の位置の解析。ここから気温の推移傾向を知るヒントが！

【品種・栽培情報】

**イネ品種・特性データベース検索システム**

<http://ineweb.narcc.affrc.go.jp/>  
(独)農研機構作物研究所が提供。イネ品種の系図、栽培特性などの過去の研究データを調べられる。

**ジャガイモ博物館**

<http://www.geocities.jp/a5ama/>  
日本いも類研究会の顧問、浅間和夫氏が運営。主婦や子供にも分かりやすい質問形式で利用者を集めている。

**Kishima's Home Page**

<http://www.eonet.ne.jp/~green-up/>  
村島泰三氏が運営するサイト。土壌に関する情報が満載。「植物栽培技術の面白い内容です」(愛知県U氏)

**日本農業システムオンラインショップ**

<https://www.nou.co.jp/>  
アイアグリ㈱が運営する常時14,000アイテムと品揃え豊富な農業資材オンラインショップ。新規就農の助けにも。

【農機具・中古農機】

**農機具ネット**

<http://noukigu.net/>  
プロ用農機具を、新品から中古まで全国の150以上の農機具店が出品。値段交渉等、業者取引もOK。生産者が農産物を販売するページも併設。

**中古車プラザ (ニューホランド社)**

<http://www.nh-hft.co.jp/used/content1.htm>  
トラクタの馬力または作業機の種類を選べば、全国の在庫と状態が一覧で表示される。

**PDSN 情報ネットワークサービス**

<http://www.pdns.co.jp/pds/>  
中古農機売買、アウトレット、メーカー直販、農家から4つの市場がある。農機から消耗品まで品目は幅広い。

**農業機械の簡単メンテナンス**

<http://www.engineer314.com/>  
農業機械の故障診断と対処法の指南サイト。構造についても学べるのでメンテナンスのスキルアップに最適。

**YouTractor.com**

<http://www.youtractor.com/> (英語)  
トラクタの動画サイト。YouTubeにアップされているトラクタ動画にリンク。クラシックから最新機種まで豊富。

【経済情報・市況】

**米穀機構 米ネット**

<http://www.komenet.jp/>  
全国の米穀の需給、取引量、価格情報が調べられる。政府の米関連データベースが充実している。

**ベジ探 (農畜産振興機構)**

<http://vegetan.aic.go.jp/>  
野菜の専門サイト。全国19市場の市況データ前日の日報、旬報、貿易などの統計情報が見られる。会員登録は無料。

**net アグリ市況 (日本農業新聞)**

<http://www.agrishikyo.jp/TOP2011/CGI/2011.CGI>  
日本農業新聞が農畜産物のインターネット市況として立ち上げたもの。青果、花き、畜産、米・穀物などの相場を当日アップし、過去検索もできる。購読者は無料。

**経済レポート専門ニュース**

<http://www3.keizaireport.com/>  
官公庁やシンクタンクなどが出している経済関係のレポート・論文を一括検索できる。レポート総数は約10万件。

**G-Search**

<http://db.g-search.or.jp/>  
日本最大級のビジネスデータベース。企業情報を帝国データバンクで調べて資金取引先の判断材料に。課金制。

【農業全般・イベント情報】

**ルーラル電子図書館**

<http://lib.ruralnet.or.jp/>  
農業情報全般のチェックに幅広く利用できる有料サービス。病害虫や雑草診断は写真付で使いやすい。

**みんなの農業広場**

**イベント・展示会のご案内**

<http://www.jeinou.com/event/>  
全国各地の農業関連イベント・展示会情報を掲載。

【経営のヒント】

**市川稔の米 (マイ) 情報**

<http://blog.goo.ne.jp/irb1214/>  
市川稔氏のブログ。「切り口が面白く、多面的な見方ができるようになった」(栃木県I氏)

**今日の一貫**

[http://blog.goo.ne.jp/ikkan\\_2005](http://blog.goo.ne.jp/ikkan_2005)  
大泉一貫氏のブログ。情報が分かりやすい。

**大きな国で ちょっと ちがうぜ 中国**

<http://blog.livedoor.jp/touxiu/>  
本誌連載中の土下信人氏のブログ。バイタリティあふれる中国農業情報はブログでも楽しめる。

**農業情報研究所**

<http://www.juno.dti.ne.jp/~tkitaba/>  
北林寿信氏が農業や食、環境に関する海外情報を提供する。「農業の世界情勢を知るため」(北海道N氏)

**楽しく儲かる農業のヒント**

<http://www.1brain.jp/>  
生産/栽培、経営、農業問題、技術、環境などのカテゴリに分かれた農業コラムが充実。無料のメルマガあり。

【研究・学術】

**NII 論文情報ナビゲータ**

<http://ci.nii.ac.jp/>  
雑誌や論文の記事情報を検索できるサイト。収録記事は1300万件以上。どの記事を見たらいいのかが分かる。

**農林水産研究情報総合案内 AGROPEDIA**

<http://www.affrc.go.jp/Agropedia/>  
農林水産研究機関が運営する文献データベース。研究機関のニュースやセミナー情報も発信している。

【海外情報】

**日本貿易振興会 (JETRO)**

<http://www.jetro.go.jp/index.html>  
貿易、海外進出、知財・・・基礎から実務まで国際ビジネスをサポートする情報、データが載っている。

**農林水産省の海外農業情報**

[http://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai\\_nogyo/index.html](http://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/index.html)  
農水省調べの農業概況が国別および地域別にまとめられている。貿易統計や関係機関へのリンクが充実。

**AGRICULTURE.COM**

<http://www.agriculture.com/> (英語)  
米国の農業雑誌「Successful Farming」の編集部が運営。ニュースや技術情報、展示会情報等も発信している。

**国際連合食糧農業機関 (FAO) 日本事務所**

<http://www.fao.or.jp/>  
FAO 統計データベースやコーデックス食品規格委員会の情報へのリンクが便利に使える。