



Neeth株式会社 経営計画

～地域商社・中間プロデューサーとして～



「風土」と「Food」の見直しから人と組織の活性化を図る



North × Needs × With

北海道を中心に、世界中の食の「Needs」を繋ぐ



neeth(株)団体概要

ニーズ株式会社は「若者がチャレンジできる仕事を創る」を理念に、地域と連携した「人が育ち・活躍する仕組みづくり」と雇用を産み出す「仕事づくり」を行います。特に、農業の産業化・強い農業を実現すべく、食と農の企画、流通開発、人材育成、交流促進事業等を展開しています。

概要

【若者がチャレンジできる仕事を創る】

名称：neeth（ニーズ）株式会社

創設：2007年

代表：石井宏和

資本金：1000万円

社員：18名（2014年9月現在）

住所：060-0001

札幌市中央区北1条西7丁目1-15あおいビル5F

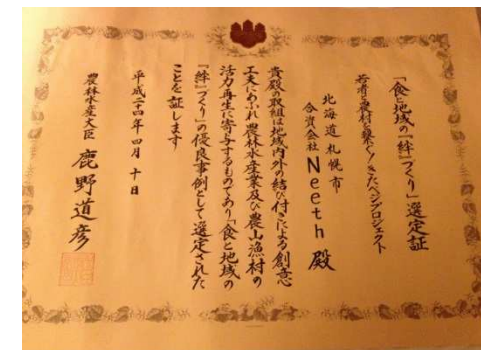
TEL & F A X：011-802-9786

WEB: www.neeth.biz www.snow.jewels.biz



沿革

- 2007年6月 石井が札幌在住の大学生と、合資会社neeth設立。
- 2008年4月 『チャレンジプロデューサー（経済産業省後援）』に認定される。食と農に関する、商品開発プロモーション事業を事業化。農家への、コンサルティング、経営参画事業をスタート。
- 2009年4月 食と農に関する企画、流通開発・卸、消費者直販事業に着手
- 2012年3月 資本金を1000万円に増資
- 2012年4月 事業が、食と地域の絆づくり大賞を受賞（農林水産大臣賞）
- 2012年8月 株式会社に組織変更し、neeth株式会社へ



「農林水産大臣賞を受賞！」

(活動紹介) パブリシティ (一部抜粋)

愛食運動の取組事例



case.4

"普段食べている野菜やお米は、誰の手によって育てられているのだろうか?" "どうやって栽培されているのだろうか?" 野菜の素材を生かした料理を作りたい"そんな思いをいだいた女の子3名が集まり、農村と都市部の若者を繋ぐ「きたベジ」プロジェクトが発足しました。食&農を通じて地域と若者を繋ぎ、地域と共に生きる人材を輩出することを目指して活動し、2011年9月から11月までに、延べ200名の参加者が関わってきました。

食と農を通じ若者と農村を繋ぐ



主な愛食運動

●農作業体験

つなぎを着て農家へGO!草むしりをしたり、野菜の収穫をお手伝いしたりしています。農家さんと話し、作業をすることで生産者や食べ物への感謝が芽生えています。

●商品開発・マーケティング

北海道の"おいしい"をプロデュース。農家さんこだわりの野菜を生かして、地域の魅力・資源を最大限に活かした商品開発をお手伝いしています。現在はトマトソース、トマトジュースのブランディングに取り組んでいます。

●イベント開催

農業や食に関わる仕事をされている方をゲストに招いてのトークセッションを開催。地域で生きること、農業という働き方を知る機会です。また、生産者の思いを知り、食材の特性を活かした調理方法を学ぶ料理教室も開催しています。企業と連携した試食会も実施しています。若者が、地域で行われるマルシェやお祭りで野菜をはじめとする地域の食材を紹介することで、生産者と新たな消費者を繋いでいます。

合資会社Neeth(ニース)

札幌市中央区北1条西7丁目1-15あおいビル5階 TEL.011-802-9786

合資会社Neeth: <http://neeth.biz/>
きたベジ: <http://www.facebook.com/kitavege>



自分のできる資本対策
農産物の流通変化と生産対応



北海道の農林水産品の商品力強化 ITを活用した国内・海外流通の促進

農業の産業化

事業の内容

事業の概要・目的

- 食と農の企画・コンサルティング (= 6次産業化)
- (メーカー向け) 商品企画、商品開発 お米、ジュース
 - (生産者向け) 農業の法人化、事業化
- 流通開発、卸売業
- 青果の卸売 (国内、国外)
 - 加工品の卸売 (国内、国外)
- 消費者直販事業
- マルシェ
 - 野菜BOX、フルーツBOX
 - ネット販売事業
- 人材育成事業 各種団体とコラボ事業
- (生産者向け) 農業経営塾
 - (消費者向け) 「きたべじ」

事業者 (パートナー・メンバー)

- 食と農の企画・コンサル (専門家)
- 商品企画、開発 (クリエイター)
 - 農業の法人化、事業化 (金融機関、種苗会社)
- 流通開発・卸売業 (豪族ネット)
- 消費者直販事業 (インターネット業者)
- 人材育成事業 (東京農大・札幌ビズカフェ)

事業イメージ

目的: 「儲かる農業」経営モデルを北海道から実現
 第1ステージ...販路開拓、経営感覚、農商連携 (経営リスクの回避)
 第2ステージ...ブランディング、輸出、経営モデルのパッケージ化と海外展開

