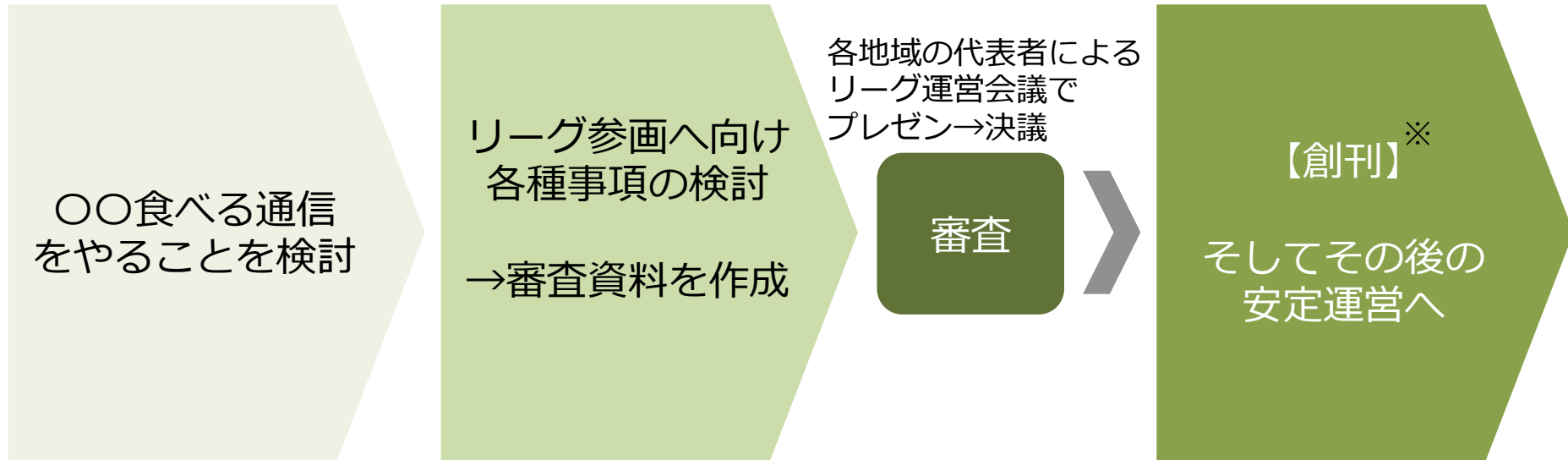


あなたの食べる通信 スタートアップの手引き

一般社団法人 日本食べる通信リーグ

「食べる通信」創刊から安定運営まで

本資料は、食べる通信創刊へ向けた計画づくりのための説明資料です



ご提供資料

食べる通信
ご紹介資料

リーグ参画
ご説明資料

スタートアップ
の手引き(本資料)

共有システム
運用マニュアル

食べる通信リーグのネット
ワークで相互にノウハウ共有

※創刊月は、創刊希望者が審査時に示した月から一度のみ変更可能
(ただし延期は3ヶ月以内。それを超えての延期は再審査となります)。 2

コンセプト

誰に、何を、いくらで、どうやって届けるのか？地域の独自性は？



チーム

運営に必要な業務を行う仲間を集め、チームを組成する

「食べる通信」運営の基本業務

情報誌の制作
(編集・デザイン・執筆・カメラ・etc)

食材の発送
(生産者開拓、仕入れ、出荷)

コミュニティ運営
(Facebookグループ、ツアー、イベント)

①コンセプト

1. なぜ「食べる通信」なのか？

様々なサービスや手法があるなかで、「食べる通信」を選ぶ理由を考えてみてください

2. 創刊によって、何を実現したいのか？

地域の課題は？「食べる通信」の創刊によりどんな課題を解決したいのか。何を実現するのか

3. 創刊後の地域を、どんな世界にしたいのか？

地域の目指すべき姿や、生産者と読者と編集部の関係などゴールを具体的に思い描きます

→コンセプトづくりにおいては、上の3つについてワークショップなどで議論し、チームの意思統一を図ることが第一です。どう実現するか（HOW）は後に回し、なぜ（WHY）や目指す姿（WHAT）から考えます、その後、以下の要素を明確にしていきたいと思います。

- ・ターゲット：顧客は地元？都会？出身者？ 年齢や性別、ライフスタイルなどを明確に
- ・地域性：「おいしい」や「海がきれい」だけではない、現場感や人の匂いのする「らしさ」
- ・関係性：生産者と消費者をつなぎ、どんなコミュニティをつくりたいのか

- ・生産者の何人かに実際に会って、現場感を大切にしてください
- ・他地域の食べる通信や、オイシックスなどの宅配サービスもある中で、あなたの食べる通信が選ばれる理由は？顧客目線で整理してください

②事業計画

- ・発行頻度：月刊／隔月刊／季刊など。業務ボリューム＝必要チームに直結します
- ・販売価格：「情報誌＋食べもの」の基本セット価格。

事業計画上はこれにオプション商品（「増量」「おかわり」）も加味して設計

- ・発行部数：生産者のキャパシティや求めるコミュニティサイズを考慮

→上記とコスト試算（食材原価、送料、誌面制作費、人件費等）をふまえた事業計画を策定し、目安となる損益分岐点を試算する

	価格	部数	売上
雑誌＋食材	2,700	500	1,350,000
雑誌＋食材(地元)	2,000	100	200,000
雑誌のみ(地元)	300	300	90,000
合算		800	1,640,000
変動費	単価	数量	出版経費
包材	200		
印刷	90		
仕入	600		
送料	600		
小計	1,490	500	745,000
ロイヤリティ(8%)	216	500	108,000
①変動費合計			853,000
変動費率A			63.2%
変動費率B			52.0%
固定費	単価		
デザイン校正	200,000		
取材料	100,000		
人件費	200,000		
②固定費計	500,000		
※事務所費含まず			
経費合計(①＋②)	1,353,000		
損益分岐点売上高A	1,358,149	503	
損益分岐点売上高B	1,041,931	386	

例：『東松島食べる通信』の場合

ターゲットとする読者数

386件の確保

・ 損益分岐点（読者数）は現実的か。そこに至るまで、どんな手段で読者を集めるのか。事業をどう継続するかを検討してください

・ 事業を続けるためにも、必要な予算はきちんと読み込んでおきましょう

先行事例の基本コンセプト

地域ごとに発行頻度や価格、コミュニティ規模、コンセプトを設計

東北



高橋博之

四国



ポン真鍋

東松島



日将司

発行

月刊

隔月刊

季刊

価格

2,580円

3,980円

2,700円/2,000円

最大会員数

1,500人

1,000人

500~700人

コンセプト

“世なおしは
食なおし”



社会派

“TABERU
ON TABLE”



楽しくワイワイ

“食発見は
町おこし”



地元感満載

事業計画の策定

下記は一例です。過不足を調整し、あなたの「食べる通信」に合う計画を策定してください

収益項目

出費項目

通信価格
(情報誌+食べものの基本セット)

オプション商品
(「増量」「おかわり」の追加購入で顧客単価UP)



『東北食べる通信』の場合
毎号、ならして約500円/人のUP

基本費	誌面制作費 (デザイン・編集・写真・執筆・印刷等)
	旅費交通費
	人件費
	プロモーション費
	リーグロイヤリティ (商標・システム利用・決済手数料含む)
変動費	食材原価 (梱包資材含む)
	配送費 (ex.800円)

← 通常はページ単価で計算。16Pの場合、1P2万円×16P=32万円+印刷費約10万円が目安

← 現状プロモーションはSNSとパブリシティ中心

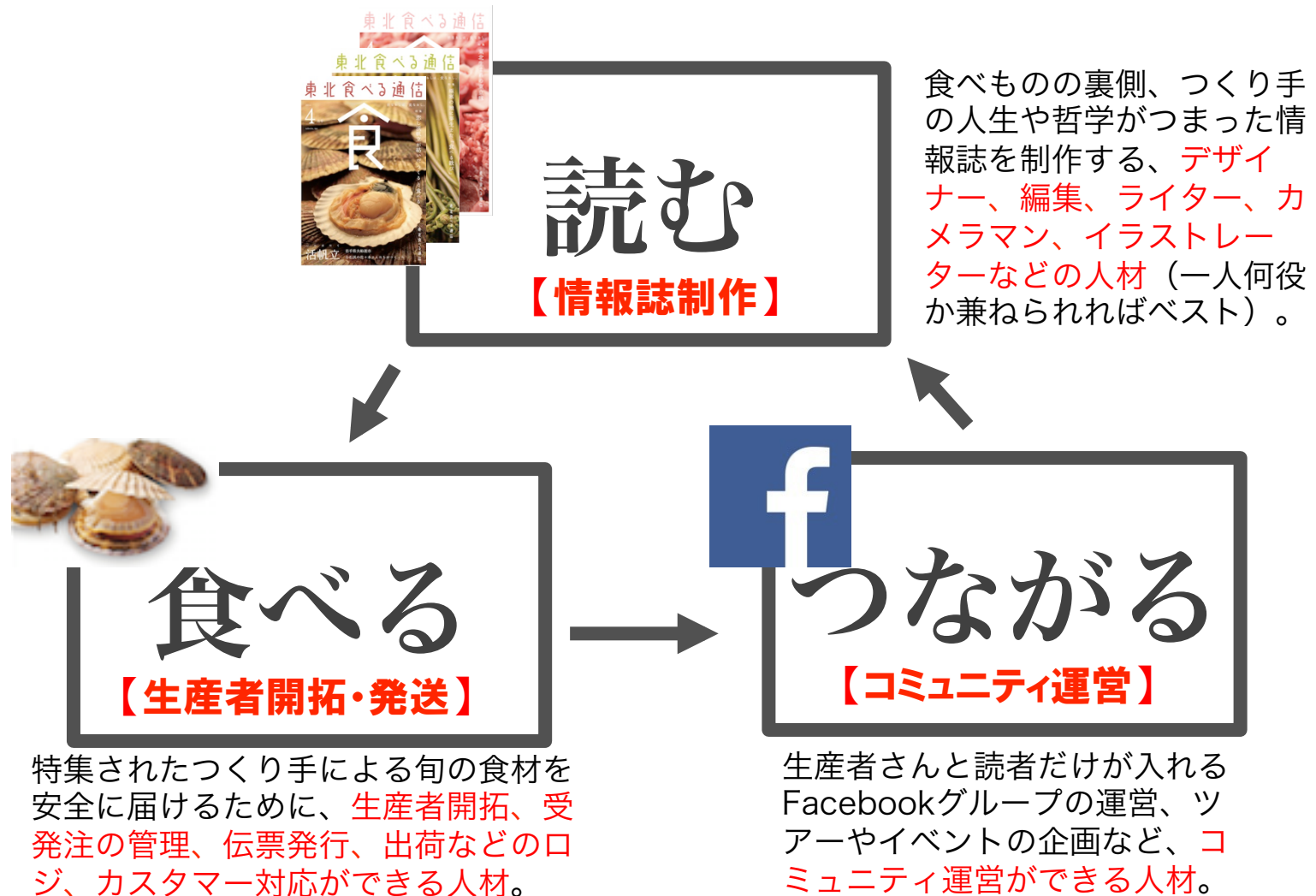
← 総売上の8%

← 東北は600円、四国は1,000円目安

← 常温・チルド・冷凍が混在の場合。ヤマト利用の場合約2割の優遇あり

上記項目を参考に、月次の会員数を考慮しながら事業計画を策定

「食べる通信」の3つの要素である、「読む」「食べる」「つながる」をそれぞれ担える人材が必須です。



食べる通信の 基本業務

生産者開拓 および 出荷・発送

取り上げる生産者および食材は、サービスの核となる生命線です。
以下は『東北食べる通信』が生産者開拓において重視している点やチェックポイントです。

世界観

食材の種類や価格から入るのではなく。想いが一緒かどうかが大前提。

『東北』では「消費者とつながりたい」という想いを最も重視しています。

(裏を返すと、「絶対有機農法」「有名生産者」といった基準では選んでいません)

商品設計

まずは会員数を一定期間でカバーする供給キャパシティがあること。そして魅力的な商品設計ができるか。特に「旬を考慮すること」と「年間ラインナップの中でのバランス」（似たような食材が連続しないか）を重視しています。

コミュニケーション

読者とのコミュニケーションについて、生産者と掲載前に合意。Facebookグループでのやりとりの他、現地での発送お手伝いやツアー、都市部での交流イベント参加などへの理解をお願いします。

品質管理

荷扱い（冷蔵/冷凍/常温）によりロジは全く異なります。特にナマモノを扱う場合は下記を考慮します。

- ・ 出荷量の変動要素（天候や育成状況）
- ・ 鮮度管理
- ・ 出荷時の人出キャパシティ

誌面制作 (デザイン)

デザインや判型、紙質などすべて地域特性に合わせて独自に設計ができます (P23も参照)。



表紙(左)と広げたところ(下)。裏面はポスターに。



「東北」の表紙は食材。
誌面サイズはタブロイド

四国の表紙は風景。
誌面サイズはスクウェア

「綾里漁協」の表紙は図解。
誌面はジャバラ折り

<注> 「食べる通信」が全国に広がるなか、その多様性を保つため、右の「食」ロゴは今後使用しないことになりました(「〇〇食べる通信」という題字の書体も同様です)。各誌リニューアルを終え、現在はそれぞれ独自のロゴを使用しています。



誌面制作 (事例)

東北食べる通信の事例 (2014年8月だだちゃ豆号) です



【特集】生産者のストーリー
その人たちの半生に迫る



【レシピ】フードコーディネーター
と共に毎号4~5レシピを紹介



【食育】だだちゃ豆のできるまで、など



【社会】伝統野菜など、
テーマを決めて社会勉強



【旅】「庄内を旅する」など
現地に行きたくなる記事

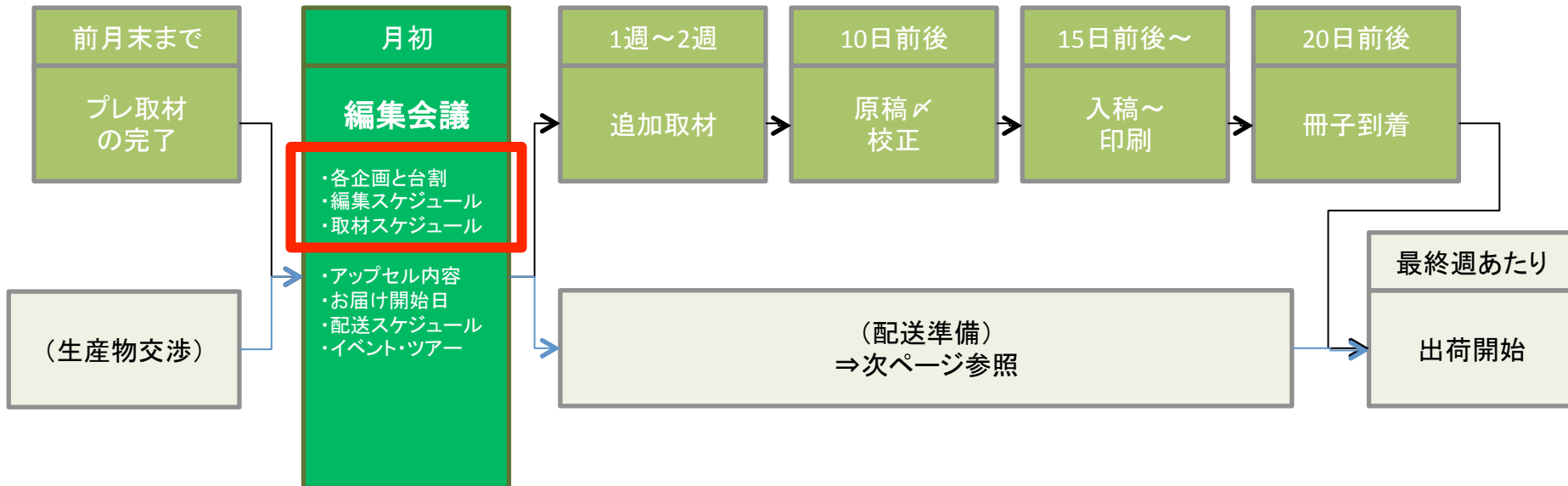
誌面制作（編集フロー）

食べる通信の特徴は、「誌面づくり」と「出荷管理」の要点がクロスすることです。
自分なりの「誌面づくりのフロー」を設計しましょう

誌面だけを考えた基本パターン



例：月次発刊の『東北食べる通信』の場合（月末出荷開始～翌月10日ぐらいまで）

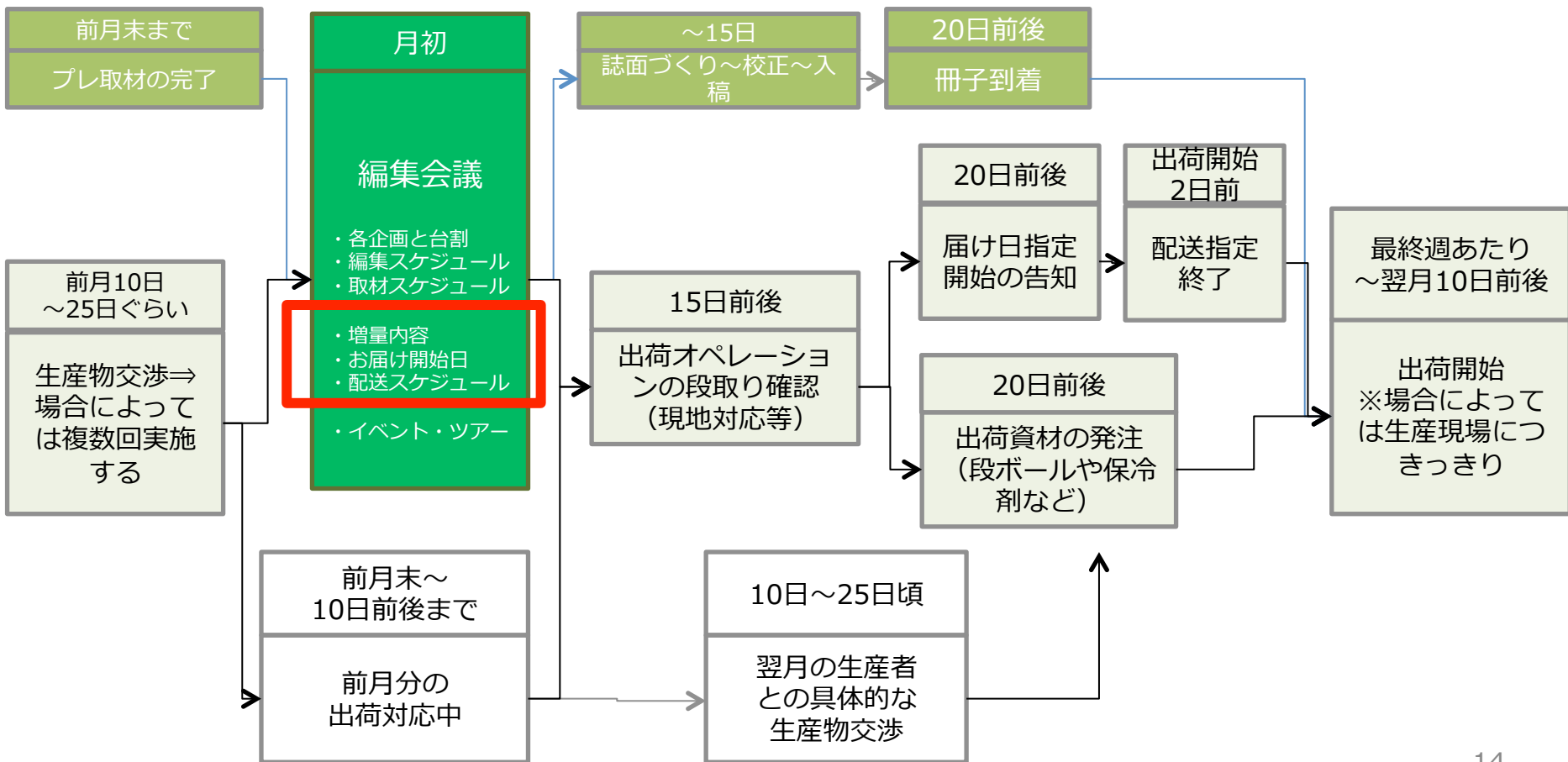


出荷・発送（フロー）

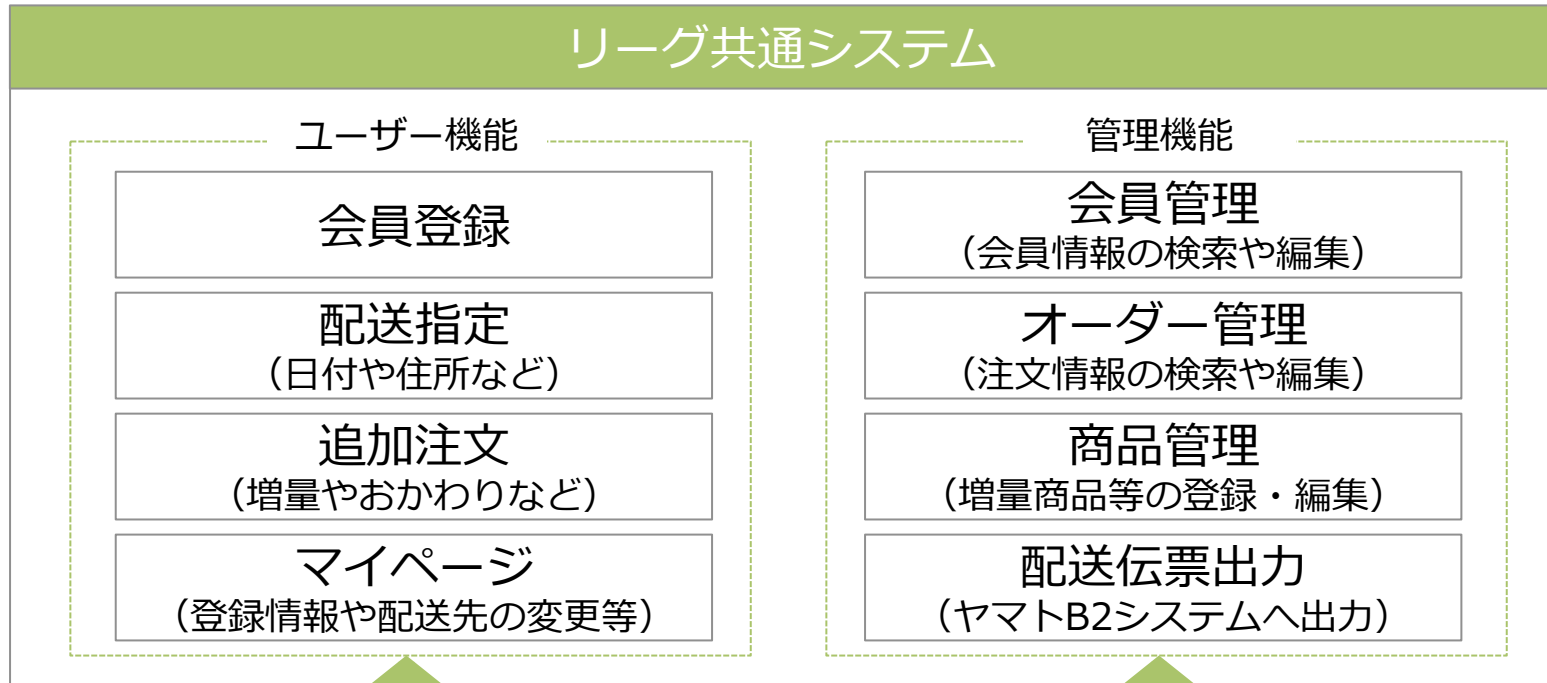
余裕を持ってオペレーションを組んだうえで、出荷スケジュールを作成しましょう

月次発刊『東北食べる通信』の場合

下記は、あくまで、月次で発刊する場合です。ですから、1つの月内に「前月号」「今月号」「来月号」の3号分のオペレーションが入り組みます。



リーグから共通情報システムを提供します（詳細はマニュアル参照）



1 アカウント作成 → 2 メール確認 → 3 会員情報入力 → 4 会員情報確認 → 5 登録完了

新規会員登録 または ログイン

はじめてのお客様
はじめての方は会員登録をしてください。

メールアドレス

パスワード

6文字以上で設定してください。

パスワード(確認)

確認のため、もう一度入力してください。

会員登録がお済みのお客様
アカウントをお持ちの方はログインしてください。

メールアドレス

パスワード

パスワードを忘れた方はこちら

Facebookアカウントをお持ちの方

Facebookアカウントをお持ちの方

食べる通信

-管理画面-

ユーザー一覧 運送管理 CGA管理 おかわり管理 売り上げレポート 決済履歴 アカウント管理 ログアウト

おかわり管理

おかわり管理	管理種別	管理種別	管理種別	管理種別
(ポスト)バナナ一年分	管理者ID: shnku	おかわり商品管理	おかわり契約者管理	停止
青森シャモロックまるごとセット	管理者ID: shnku	おかわり商品管理	おかわり契約者管理	停止
【基本セット】小野寺さんのだだちゃ豆	管理者ID: shnku	おかわり商品管理	おかわり契約者管理	停止
青森シャモロックおかわりセット	管理者ID: shnku	おかわり商品管理	おかわり契約者管理	販売中
【特子なし】真イワシ1.5キロおかわり用	管理者ID: hganetsu	おかわり商品管理	おかわり契約者管理	販売中

©Copyright 日本食べる通信リーグ All rights reserved.

ユーザー画面

管理画面

プロモーション（ウェブサイト）

共通システムの会員登録までの誘導は各食べる通信において実施します

【ウェブサイト】

<http://taberu.me/tohoku>（この部分を各通信ごとに設定）。ヘッダー読み込みを除き各サイト自由に設計



【Facebookページ】

各通信で自由に運用



それぞれから共通システムが提供する会員登録画面に誘導する



プロモーション（ウェブサイト運用の例）

簡易的な運用例として、たとえば四国食べる通信では、CMS「tumblr（タンブラー）」を使用して情報発信を行っています。



/shikokuは1枚もので右のページへのリンクのみ



Facebookページと並んでtumblrで発信

プロモーション（新規読者獲得のための打ち手）

特効薬があるわけではなく、「1日1人仲間を増やす」感覚が大切です

①ネットでの情報発信

- ・公式ウェブサイト（taberu.me/〇〇〇）
- ・Facebookページ
生産者の情報やコミュニティ活動をイキイキと、編集部の想いや生産者の哲学を伝える。
- ・SNS広告

②リアルな場につながる

- ・創刊パーティ
- ・県人会イベント
現場での刈り取りの仕組みや、イベント後の情報伝達が重要。
- ・車座座談会
編集長と読者が一緒に、熱く語らう座談会。『東北』の場合、都内で月2回程度開催。

③インフルエンサーを巻き込む

- ・地域の同志をつかまえる
- ・拡散力のある人に無料モニターになってもらう

④パブリシティ

- ・地元紙などへのアプローチ
- ・ラジオ番組への出演など

⑤クラウドファンディング

資金調達と同時に、読者を巻き込みながらのプロモーションが可能

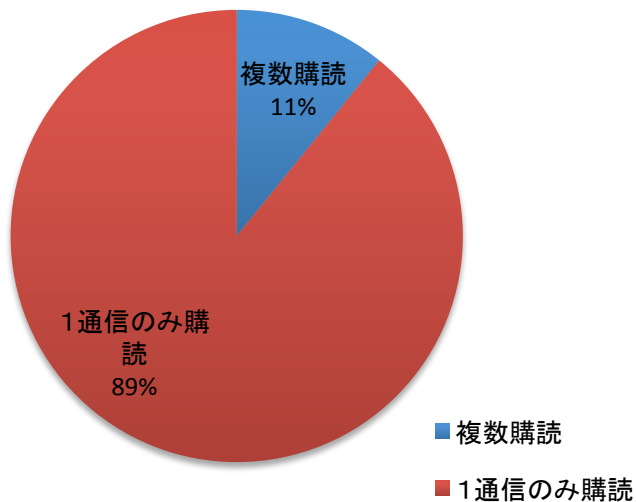
「食べる通信」読者の併読率

現状、複数の「食べる通信」を定期購読している読者は、全体の約1割。

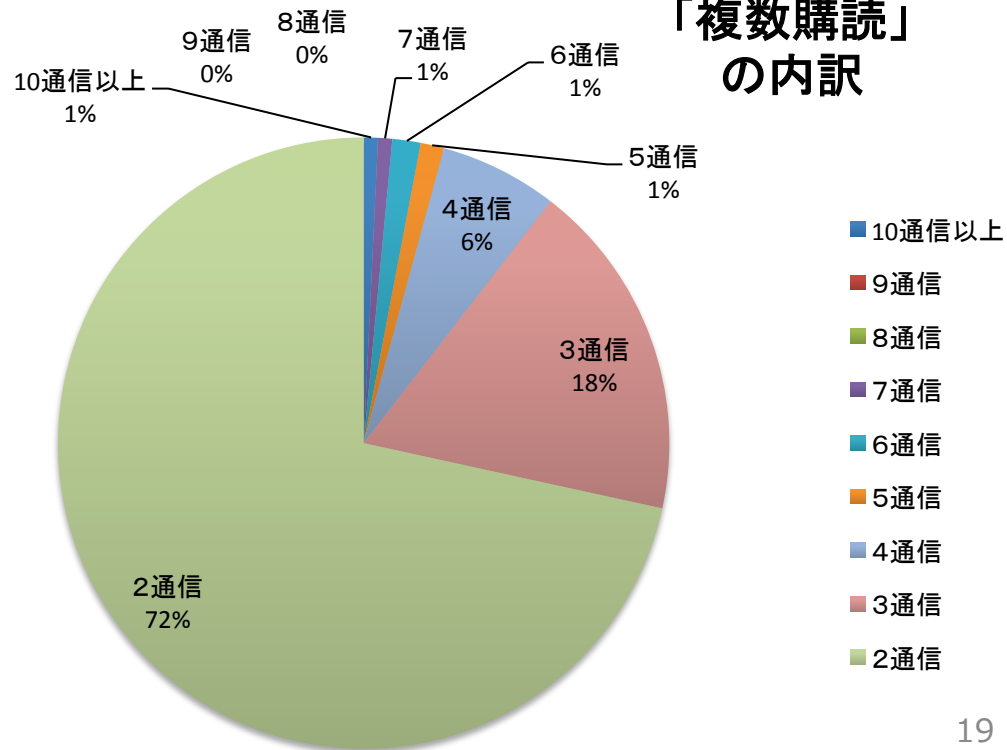
・そのうちの約7割が2通信を、約2割が3通信を購読しています。

すでに「食べる通信」を理解している読者に向けたプロモーションや、各食べる通信とのコラボレーションなどの施策を積極的に行うことで、既存読者に併読してもらえる可能性は、まだ充分にあります。

「食べる通信」読者の併読率



「複数購読」の内訳



※2015.9.30時点
オンライン会員全データより集計

読者と生産者が触れ合う読者限定FBグループ、およびツアーやイベントによりオンライン・オフラインで交流を促しコミュニティ形成を行います

Sakamoto Yoji
4月6日

我が家にワカメがやってきた！ - 坂本麻美さんと一緒にです。



いいね!を取り消す・コメントする・シェア 101

生産者にご馳走様を伝える場として

関口 雅代
3月23日 21:35 · 東京都中央区 · 編集済み

#食べ通海苔会

こんなに美味しい海苔を、素敵な皆さんと一緒に食べられて、素敵なお話、お勉強になるお話、海苔だけでこんなに深くてじんわりするなんて。

そこに、相澤さんがいて、皆さんが笑顔で... もっと見る - 場所: 船越 けんもつ



いいね! · コメントする

高橋 博之さん、阿部 正幸さん、山内 明美さん、他66人が「いいね!」と書いています。

他23件のコメントを表示

- 相澤 太** 大野さん。流石です!
3月27日 7:43 · いいね! · 3
- 相澤 太** マーボー1分は短いな。五万くれ!
3月27日 7:45 · いいね! · 3
- 太田 将司** お前はホントに、お金が好きだなあ。
3月27日 8:14 · いいね! · 4

イベントを通じて交流を深める

相澤 太
3月23日 20:00

昨日の皆さんとの交流会、楽しかったな〜
俺の人生の大切な日になってます。
次のシーズンは、もっともっと驚く海苔を作りますよ!
皆さん。これからも宜しくお願い致します!
いいね!を取り消す・コメントする

あなたと高橋 博之さん、太田 将司さん、阿部 勝太さん、他53人が「いいね!」と書いています。

他14件のコメントを表示

- Satoru Fujita** 2人とも「ツッコミ」は問題だなあ...フーチャンに少しボケてもらって...目指せM!
3月24日 8:45 · いいね! · 3
- 太田 将司** ツッコミを勉強します!基本、キックかパンチなんす。
3月24日 8:46 · いいね! · 4
- Satoru Fujita** 笑笑~!いっそのこと、「殴り合い漫談」
3月24日 8:52 · いいね! · 3

コメントする...

生産者からも読者へありがとう

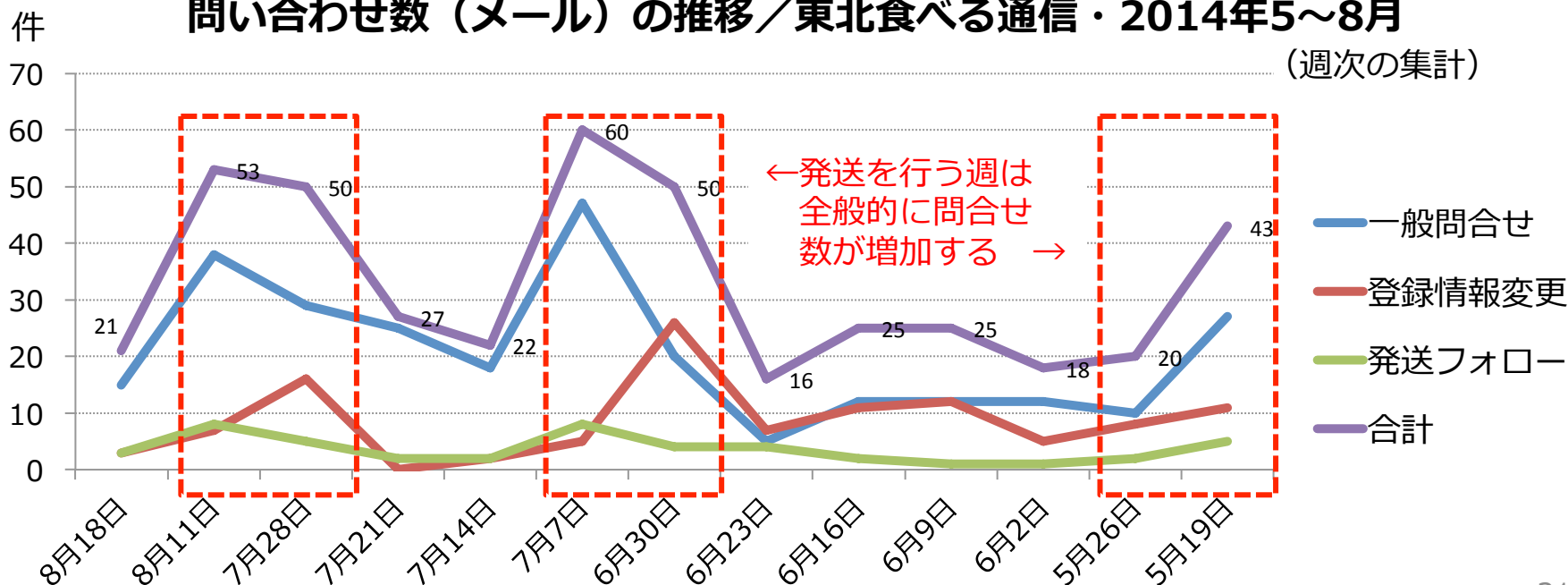
カスタマーサポート

読者からの問い合わせ対応のための体制を整えましょう

- 「食べる通信の特徴=ナマモノを扱う」ため食材の安全情報（特に危険部位や添加物、公害被害等）への対応には留意しましょう。
- 多くの方が疑問に思うトピックについては、会員へのメールや、SNS上のコミュニティなどで、解決策を広く伝えましょう。
- 読者用SNSグループ上でのやりとりには、主体的に動く読者や、プロボノ、インターンに手伝ってもらおうとよいでしょう。

問い合わせ数（メール）の推移／東北食べる通信・2014年5～8月

(週次の集計)

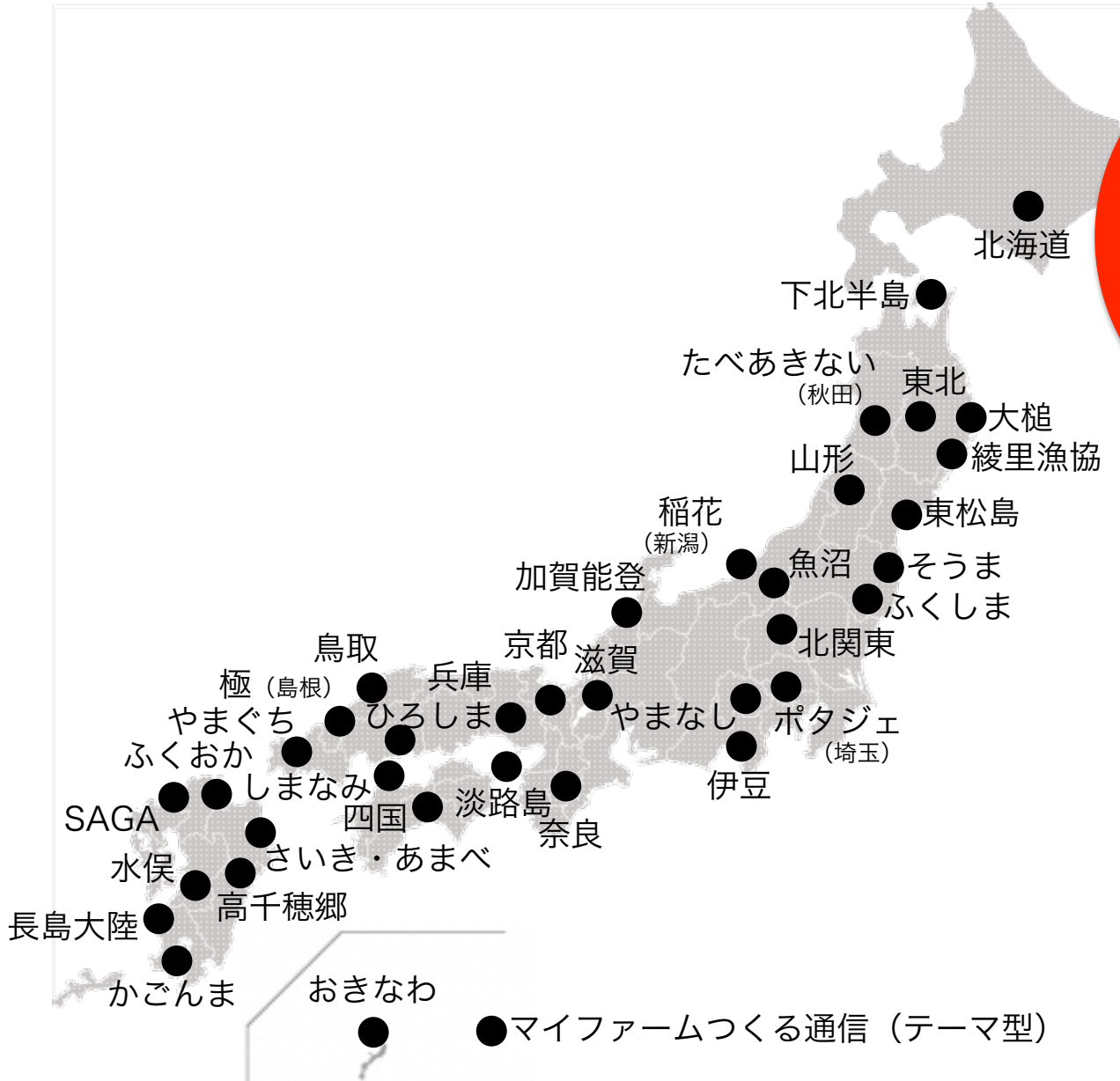


食べる通信リーグの 現状

現在
37通信

総加盟団体数44
(現加盟団体+旧加盟団体)

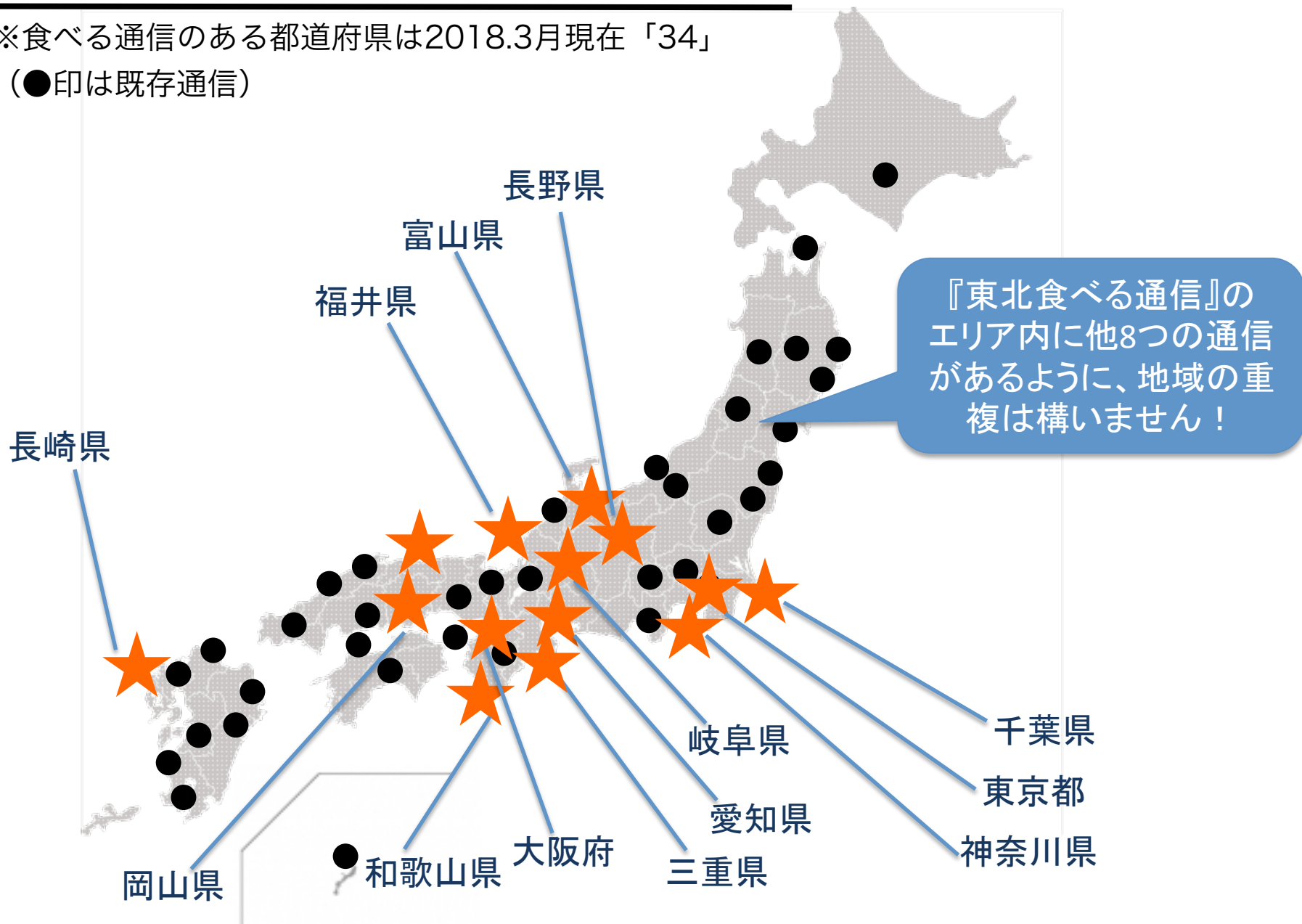
※食べる通信の
対象エリアである
都道府県は34。



「食べる通信」のない都道府県

※食べる通信のある都道府県は2018.3月現在「34」

(●印は既存通信)



運営母体の多様性

多様な運営主体が「食べる通信」を発行しています

分類	例
地域おこし	民間：東松島（地元アンテナショップ運営） 神奈川（地産地消飲食店運営） 行政：長島大陸（副町長直轄により創刊） 伊勢志摩（現・志摩市長により創刊） 下北半島（地域おこし協力隊） 高千穂郷（地域おこし協力隊） 魚沼（地域おこし協力隊により創刊）
メディア	築地（テレビ東京） 北海道（十勝毎日新聞） 奈良（地元出版社）
生産者	綾里漁協（岩手県大船渡市綾里漁業協働組合） そうま（地元漁師チーム） SAGA（JA佐賀青年部部長チーム）
個人	稲花 食べる通信 from 新潟（Iターン女性） 水俣食べる通信（ほか）

(ご参考) 「編集長ストーリーズ」



『兵庫食べる通信』
光岡大介

簡単に利益は出ないが、
純粹にやりたいことが目
指せる事業



『東松島食べる通信』
太田将司

震災を機に退職、移住。
視線の先には常に地元
がある



『稲花-ineca-食べる通信
from 新潟』 手塚貴子

二拠点生活から移住、
少数読者との濃いつな
がりを実現



『北海道食べる通信』
林真由

帯広で生まれ育った私
が『北海道食べる通信』
を創刊した理由



『そうま食べる通信』
菊地基文

揃いも揃って素人。でも
感性豊かなメンバーが
集まった――

編集長ストーリーズ

全国に広がる「食べる通信」。各地でチームの中心になっ
ている編集長たちは、数ある選択肢の中からはなぜこの事
業を選んだのか。どのように運営し、実際のところ収益は
どうなのか。その物語とリアルをウェブサイトtaberu.meで
公開しています。

創刊に関するお問い合わせ先

この「スタートアップの手引き」ほか
創刊希望者向け資料一式をお読みいただいたうえで、
事業として具体化するようでしたら、下記までメールにてご連絡ください。

ご返事の後、
まずはskypeや電話でお打ち合わせできればと思います。
どうぞよろしく願いいたします

※日本食べる通信リーグ代表・高橋博之が
都内で定期的に行っている「車座座談会」ほか
イベントにもぜひ一度お越しく下さい。
情報はこちら→<http://taberu.me/post>

<お問い合わせ先>
一般社団法人 日本食べる通信リーグ
担当：江守

emori@taberu.me