#元気いただきますプロジェクトNEWS

ニッポンを元気にする取組みが全国で広がっています

インターネット販売推進事業

徴から産直SNSともい

機能が特徴だ。その特

ンジャーとコミュニティ

ションができるメッセ

者が双方向でコミュニケ

ケマル)は、生産者と消費

生産者と消費者の個と個

ムのサービスを開始。

現を目指している。現在、 れる「共助」の社会の実 をつなぎ、互いを思いや

産直SNS機能が強み

は養殖のマダイ、ホタテ 急増した。特に増えたの 禍により魚介類の注文が

者が、

生産者を応援した

だ。それを閲覧した消費

るのか」などを書き込む

など売り先が消失した外

という思いで注文 もちろん魚をさば、

果物だ。しかし、

コロナ

「どんなことに困ってい 「なぜ困っているのか」

主力商品は、旬の国産

兼業でも可だ。

能を設定した。生産者は

ています」の検索タグ機は「#新型コロナで困っ

それが証明できること。

社ポケットマルシェを設を創刊。その後、株式会情報誌「東北食べる通信」

人間取引)プラットフォムし、16年にCtoC(個

生産者、

漁獲者であり、

墾を設立し、

食べ物付き

橋博之CEOは、20

78年、

方800

ンゴの苗木を植えて事業 ∪☆の敷地に手持ちのリ

スマホから簡単に するなど、

者という関係を超えて 家庭で楽しめるナメコ栽 培キット、味噌づくりキ

る。あるトマト農家にリ つけて農作業を頑張って た。そして「このマスクを 中にはマスクが入ってい ピーターから荷物が送ら れてきた。荷を開けると こんなエピソー ードもあ

ク不足時のことだ。 が添えられていた。 ください」とメッセー っている時ほど強い。 「顔が見える関係は、 高橋博之CEOは、

 $_{\mathrm{t}}^{\mathrm{o}}$

た経験のある消費者ばか

りではない。

自ら調べる、ま

ャー機能で、生 たはメッセンジ o u T u b e c

ポケットマルシェ(ポ録者も急増している。

録し、ユーザーは23万人。 3500もの生産者が登

きる時代、困難を乗り切 は介在するが、おい あった。現在、 かつて地域社会にはこう る関係性の力は大切だ。 然災害が毎年のように起 いった関係が当たり前に 経済活動

「REIWA47キャラバン」で全国の

と笑顔で語った。

く産地と購入者をつない

るなどして挑戦 さばき方を教わ 産者からじかに

した人も多かっ

(金原基道)

ではない。生産生産者応援だけ

を栽培する。 リンゴ、 ー、ブドウ

農園。収穫体験に供する

チゴなどを栽培する原田

リンゴ、サクランボ、イ

アップルパイやバ はかフレッシュのまま、

ヘンに加工して直販す

面積の3分の2 ンボとイチ 万㎡と全敷地 それぞれ約 ハはサクラ

沼田IC近くのCVSに設けた直売所

いただける方の比率が高いただける方の比率が高からの来園者 となった。 動車道・沼田インター 傾向が見られるという。 売所も設けた。 営に乗り出すとともに直 4月の来園者数は8割減 ンスストア(CVS)の経 ェンジ近くのコンビニエ い」(原田課長)という 対策としては、 今回のコロナ禍で3 関越自

ーメディア「CHAGOめ、同社のコミュニティ

新たなネットショップをCORO」内で7月から

、トショップを

展開している。

同ショッ

もらい、 べて、一人でも多くの方 原田農園の名前を覚えて 指す「全国のお客さまに しかし、原田農園が目 -ターになっても 実際に果物を食

る。

CHAGOCOR

との関わり」

「お茶へのこだ

CHAGOCORO ONLINE SHOP

ている。

り口としての役割を狙っ

ながら、お茶に触れる入

などを伝え

プでは、

個性豊かなパッ サイト内ショ

ケージの茶葉やミニマル

OPEN

でク

ルなデザインの茶

トなどの「お茶

わり」などを紹

フ茶を、同業他社製品含

送料無料で購入でき

めて作り上げた国産リ プでは、生産者が丹精込

トランオーナ

、アーティス

として、

茶農家

茶生産者を支援するネットショップを展開する

若年層に向けて、

飲用スタイルや興味深年層に向けて、格好良

てもらえる可能性がある

もの。として受け止め

会いと文化を発 お茶を通じた出

7[CHAGOCORO]

を入れる。 ことを "新し

CORO」は、

Soria

めにも、

CHAGOC

ると考えている。そのた 性化することにもつなが

ORO」は、

特に "お茶

CHAGO

信するコミュニ

ーメディア

参画している。

したもの

取り組んでいく。が『元気になる』ように

者をつなぎ、茶業界全体 〇」は茶の生産者と消費

らうこと」を実現するた EC (電子商取

は近年、

茶生産者の高齢

としたエッセーなどを紹茶との想い出」をテーマ

興味・関心を高めるきっ

などを発信

お茶への

や"お茶を入れる楽しさ"

が大きな特徴となり、

から多くの関心を

売上げも好調に

器なども購入できること

"お茶がある日常"

かけになれるように取り

家・吉本ばなな氏の「お

介するストーリーや、

ルなど、外でお茶を飲む

組んでいる。

水野恵輔デジタルコミ

心が高まり、『お茶をい中心にお茶への興味や関

生産者から消費者

推移している。 若年層を

している。PETボト

ことに慣れ親しんでいる

同社の取組みの背景に

イチゴでプロジェクト効 原田農園では、この

消費・認知拡大を茶生産

インターネット販売推進事業

を吹き飛ばせ」では、 ごもり生活の消費者に、 まれた。「#新型コロナ者による消費者応援も生 トなどを生産者が販売 生産者と消費

ほか、実店舗のポチ」で実現した

Cを創設

「サカナ

バッカ」

くなっていった。 「顔が見える関係」が強

BtoC (消費者向け) を活用してBtaCの新サ すると、 ロナ禍で消費環境が一変 ポチ」を運営してきた。コ オンラインサービス「魚 BtB(企業向け)では は都内に魚専門店「サカ ステムでつないでいる。 流通のデジタルトランス ト)」を立ち上げ、 産地と購入者を独自のシ p e r r ト「うおポチ宅配便」と バッカ」を6店展開、 水産を中心に全国の ーメーションを掲

えて独自の物流網により ら商品を調達し、15年に 国20以上の漁港・市場か 顧客接点を創出した。 は大田市場内に拠点を構 同社は13年に創業、全 既存のインフラ 新たな 「perrot」「うおポチ宅配便」展開

ロナ禍で業務用の

を始めている。コや精肉の取り扱い

販路として家庭向けにド

落ちると、新たな

「魚ポチ」の販売が

始めた。鮮魚の詰め合わ

には

ービスを

せボックスなどをネッ



業務用品質の鮮魚を届ける「うおポチ

宅配便」 ドライブスルー 人経験者に始まり、

「#元気いただきま

で 6月下旬には自宅 宅配便」に切り替え 家庭に届けることを は、業務用の品質を コンセプトとする。 に届ける「うおポチ この新サービスで

ほど盛況だったが、 パシティー は需要が急減、そこ事態宣言が明けた後 緊急

日300件のキャ 杯になる 反映している。 をリピー 当初は都内6区を配送

だ。なお、業務用「魚ポチ」 っているという。 も同プロジェクトに参加 くことが今の重点テーマ 崎市に拡大した。これに エリアとしていたが、「# より獲得したトライアル 東京都内23区と横浜、 ェクト」への参加を機に 元気いただきますプロジ している。こちらも注文 トにつなげてい

perrot こだわり生鮮の ネットスーパー perrot perrot origin to table Fish ネットスーパー感覚で購入できる

などを商品化する

ーを設けて刺し身

加工センタ

仕組みを整えてき

最近では野菜

Грег

で行った。5月の連休中 は魚市場の駐車場など rot」 スター 更した。野菜・精肉も拡 大していく事業プランを う名称だったが8月に変 0円としている。 を志向し、 感覚で利用できる手軽さ ものだ。ネットスー 前からの戦略を形にした 創設するというコロナ以 けにもネットチャネルを 「うおポチマルシェ」とい は自社の加工センター 配送料は一律25 トした時点では 商品づくりに

えたこともあり利用者が加で送料無料の商品が増すプロジェクト」への参 広がっている。 「ペロット」は家庭向

あなたのひとくちが、 ニッポンを元気にする。

#元気いただきますプロジェクトは、 新型コロナウイルス感染症の影響で 行き先を失っている 「国産食材」を 食べて応援しよう!というプロジェクトです。

界』全体を元気にし、

高めていくことが『茶業 産農産物のお茶の消費を

#元気いただきます プロジェクト

SNSや広報において、「#元気いただきます」「#元気エール」 投稿で プロジェクトの広がりにご協力をお願いいたします。 公式ウェブサイト等では、みなさんの投稿をご紹介しています。

> 農林水産省 maff.go.jp

インターネット販売推進事業

0㎡の敷地をエリア分け

ム7個

送料無料、大きな追い風に

やすこと」(原田俊祐営業

の数を一人でも多く増

べてもらって、

つこと。実際に果物を食 **農園の名前を覚えてもら**

課長)にあるという。

原田農園の創業は1

体験が楽しめ

中、果物の収穫 ントは、「一年

だきますプロジェクト」

つとして「#元気いた

を占める。

セールスポイ

に参加した。その理由は、

「全国のお客さまに原田

減となった。その対策の~4月の来園者数が8割

感染拡大防止のため、3る。新型コロナウイルス

の工房でアップルパイや るほか、規格外品は園内 ストランで提供する野 して販売する。併設の

る」こと。園内で直売す ムクーヘンなどに加 菜も農園で栽培し

から約5万人来園した。 北海道から沖縄まで全国 農園が立地する群馬県 昨年は首都圏を中心に

温泉や鬼怒川温 沼田市は、草津

う一つの主力果物である きな追い風となるのは確 須。そこで送料無料が大 引)サイトでの販売は必 イチゴが収穫期を迎え 年明けには、同園のも

> 続ける現状がある。その 茶栽培面積などが減少を 化などを理由に茶農家や

ような苦境下で、さらに

果が表れることに大きな

観光客も多いと 絡めて来園する

その中で、

に立ち寄りやす 泉を訪問する際

いので、湯治に

る。

コロナ禍による影響を受 けた生産者を支援するた 消費者に新ネットショップ

インターネット販売推進事業

「お茶を入れる市場」 拡大により、生産者の 支援や茶業界全体の 活性化につなげる

の影響を受けてし ーディングカンパ -として、事業 お茶のリ

まった。 の時期にコロナ禍

> 茶業界全体の活性化 生産者の助けとな

番重要な『新茶』

「茶生産者にとって、

ュニケーション室長は、 なり、 とで、 ざまな人同士の絆が強く る」と意気込みを語った。 まで、お茶に関わるさま れる市場』が拡大するこ にもつながると考えてい