

## #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

産者が農畜産物や水産物 が自由に設定できる上、 -ビスで、販売価格

ログラムを新たにスター 画を実施した。 た際も、以前からの関係 有していきたい。状況がは積極的にノウハウを共 ツを提供する教育支援プ ため、生産者に販売のコ 当たりの売上げを増やす 今夏からは、 販売支援を行っている。 で販路を失った生産者の ち早く参画し、 元気いただきますプロジ 多くの消費者に届ける。 禍で生産者が出荷に困っ とのつながりを広げ、 ェクト」に開始時からに プラットフォー

#### のではなく、今の苦境を 良くなるのを待っている チャンスととらえてほ 「食べチョク」は、生 (秋元里奈社長)と 「意欲ある生産者に 、 生産者1人 コロナ禍 らえて ンスと کے

の問題が発生した場合

「荷物が届かない」など

産者が多いため、例えば

コンシェルジュ」も展開

しており、生産者と消費

うには、生産者の商品力

に商品を買い続けてもら ベチョクの訪問者が実際

運営する社会貢献型EC 手掛けるInSyncが

援による流通額をもたら で累計7億~8億円の支

販売推進事業の『送料支

**気持ちに水を差す要因と** 

(電子商取引) 通販モー

に不慣れな中小規模の生

紹介するサ

-ビス「食材

ネット

合致した農家を

うことができるが、「食ティング支援は同社で行

も多数。価格比較サイ

「完売しました」の表示

「Shoply」などを

を持ち、

立ち上げ数ヵ月

-ザーコミュニティ

買いたいという消費者の

36万人以上の

て責任をもって問題解決

同社が仲介役となっ

心掛けている。

に努めているのが特徴と



始した。しかし、

-ビスを開

5月までの3ヵ

0円分を負担す 独自に送料50

考えている。

が35倍に跳ね上 月間で流通総額

単独負扣

食べる秋元里奈社長忠生産者と取れたてのキュウリ

インターネット販売推進事業

プロジェクトに ったところで同 ことが厳しくな を継続していく

産者のためになる施策を と感じている。今後も生

インターネット販売推進事業

フインで直接売買できる

粗利益も約

チョク」を展開している ビビッドガーデンは、「# ム「食べ

仕組みとな っている。 者の登録件 現在、生産 評価される りが正当に 者のとだわ 8割と生産



無農薬野菜を栽培して 提供する「食べチョク」

やす施策として「食べチ

ョク学校」を8月からス

%と買い得商品が並び 箱いっぱい切り花」 同40

rした。集客・マー

利益につながらない

(同) ことから、 生産者

へ当たりの売上げを増

セット」同36%、

[///]

ぎ蒲焼き2尾(280g)

た分、売上げを伸ばすと

があった。生産者が増え

産者の登録申請が6

とができないと生産者の

0gセット」

「四万十うな

きますプロジェクト」に 者の最適なマッチングを 同社は「#元気いただ 3月2日から 品を購入してもらえるの に依存する場合が多い」 かなど、同社がこれまで れば初めての訪問者に商 (同) 。 そこで、 どうす

の影響で販路を失った生

の商品

コロナウイルス感染拡大 に並ぶのは、多くが新型

年を超えたというケース 意義のあるプロジェクト もあり」(同)、とても 培ってきた知見を基に販 ト向けに出品した生産者 売ノウハウなどをオンラ インセミナ している。 同プロジェク 「売上げが前 の形で提供 産者やメーカー

リ)」をリリース。その 出品・販売でき、また消 者などが、自社の商品を 費者も通常よりお得に購 を失い苦境に陥った事業 人できる通販モー akeari(ワケア

#### 中小の品、世に知られる好機に

アイ)」である。同モ

ル WakeAi

( ワケ

InSync

ループ「Faceb

しめさ

したボランティアグ

訳あり商品情報グル は大きな力となっ ますプロジェクト」 表)と統合。 ] ご た。慎祥允社長は え、さらなる伸長を keAi」と名を変 00kコロナ支援・ 「WakeAiを通 「#元気いただき (小坂達也代 wa







からの流入も増や 以外にも新たなチャネル り使いやすくする」とし を進め、既存のユーザ 「さまざまな企業と提携 今後の展望については またアプリ化などよ

じた応援型消費で

った。従来からEC

『送料』がネックだ

に取り組んできた事

# 「クッキング若昆布 送料支援

も敏感に反応し、

援』が好循環を加速して

消費者

慎祥允社長

応援したい いが、コロナ禍戦略も立てやす 特に負担が大き 規模事業者は、 活路を求めた小 で新たにECに 織り込んだ販売

お得に れた商品や、 た。 す」など、好意的なコメ 料がありがたい」 からもたくさん買いま ebookには「送料無 トが多く書き込まれ

岡食品の『国産しめさば』 食店が主な販路だった鶴「例えば地域の生協や飲 者にとってはチャンスに を、ECに出したところ も成り得る、と同社長。 中 国産の優 -小の事業

の商品が、広く世に知ら業できなかった中小企業 れる機会になる」と力を 国産の優れた農林水産物 しか流通していなかった 人員が少なく広く営

あなたのひとくちが、 ニッポンを元気にする。

これ

#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。

インターネット販売推進事業

直営のオンラインストア内で各地の特色

ある商品を取り扱う「諸国良品」

地域活性化

を紹介するという取組み と、それに関連する商品 の成果がオンラインでの 各地の「感じ良いくらし」 ン」にさかのぼる。日本 企画「MUJIキャラバ

2012年から実施した

つくりを生かして緊急企 アル店舗での販売に発展 ったこの取組みは生産者 いただきますプロジェク した事例もある。コロナ 「諸国良品」の発端は、 への参画を機に、 「#元気 -をより 諸国良品」で産直販売

買につながり、販路とし ことがオンラインでの購の思いをしっかり伝える の紹介に力を入れてい 域商品の背景スト て実績を作ることが参加 商品の特徴や生産者 「諸国良品」では地 伝わり、 輪を広げてきた。

千葉県鴨川市の「里のM 店のような大型店での販 生産者との連携は銀座 みんなみの里」 の の交流拠点 ように地域 いる。

を運営する 備えた店舗 的な機能を として複合 欠になって 上でも不可 部口一 っていく」という。対象広く当社の事業につなが と深まることが、さらに 産者と当社の関係が一段 う。販路拡大によって生 きっかけになればと思 クトを通じて、 の高橋哲課長は、 商品は段階的に増えてお の方に認知していただく 気いただきますプロジェ 﨑哲課長は、「≠元−カルグッド担当課 より多く

目を予定している。

インターネット販売推進事業

セレクトショップ「技わざ」全国の農林水産物など逸品が揃う

国良品」の

いる。

商品の背景ストーリーを

素材とした加工品

うのは主に旬の生

サイトで取り扱

**鮮品で、それらを** 

掘プロジェクト

-から始ま

提供する。地域商品の発 の特色ある商品を産直で る「諸国良品」は、

フインストア内で展開す

品目を扱ってい

を中心に約800

各地

良品計画が直営のオン

生産者の思

規格外品の販売チャネル

限された余剰の生産物や た。非常事態で販路が制 直サイトは有効に機能し

品を集め、

販売するセレ

技と手間暇が注がれた逸

くらぶ)は、

らぶ)は、日本各地の 47CLUB(よんなな

Bの活動の中で、

開の一部であり、恒常的を目指す全社的な事業展 な販路として重要な役割 コロナ禍でも、この産

)販路拡

伝える

として、 えて生産者の販路拡大に けでなく、その後も見据 を実施した。 緊急企画による販売支援 プロジェクト」 は、コロナ禍の支援策だ 「#元気いただきます への参加

てている。

の企画としてスタ

した経緯もあ

もある。情報発信 を販売するケース

つながることを期待して ソーシャルグッド事業

各地で生産者の

に紹介している。

支援する取組みで、これ 型コロナウイルスの感染 国産農林水産物の販売を 拡大で苦戦を強いられる ロジェクト」に参加。 により特定の商品に限り

や生産現場の写真ととも スイーツなどが揃う。 農林水産物や加工品、酒、 手間暇」に沿って厳選さ れた商品群。手間暇が惜 「#元気いただきますプ イトでは、生産者の物語 しみなく注がれた全国の 技わざは農林水産省の

に注目され伸びている。 展開している。 47CL クトショップ「技わざ」を 「あきれるほどの、技と扱うのはコンセプトの 近年特

#### 手間暇注がれた厳選品

47 CLUB

拡大を実現する」を理念

(電子商取引)

に加え、

と掲げ8年に設立。全国

地方新聞45社46紙と協

百貨店の催事やオリジナ

を中心に

袋「くらしのぎふと」でグランスタ東京や西武池

~9月には東京駅構内の

ルのギフトカタログなど

期間限定ショップを展

し、地域に根差したネ

クと取材力で発

で販売

している。





ん)のが特徴だ。 業に取り組む」 でさまざまな事 よう、二人三脚 拡大につながる 供するだけでな 小事業者の販路 く、「生産者や中 (業務推進2部

をつなぐ強みを 単に売場を提 ら地方の老舗和菓子屋の暇が注がれた商品の中かう店」として、技と手間 評を得た。 り手が商品に込めた思い 織物で作られた上質な素 の手づくりで作るせんべ とともに魅力を発信し 材のマスクなど販売。 コラボさせた商品、伝統 つくる季節の大福や職人 「作り手の想いに出会 -キと地方素材を (丸山正和)

取組み」として広 日本を元気にする 商品を集めた特設 もつ事業者とともに 販売の強化に役立 く訴求するなど、 「全国の潜在力を 技わざでは対象 bサイトを開 「みんなで 掘された商品群 ie E C

通販サイトに加えリアルイベントショップも好評(グランスタ東京店舗)

っている。

という。

は例年以上に問い合わせの感染拡大に苦しむ今年 や申し込みが増えている 事業者から信頼を得てお 多様なバックアップを行 物としての商品提案など こうした活動は全国の 新型コロナウイルス

ショップもスター だけでは難しい大手メー 共同出店のほか、事業者生かした百貨店催事への 今夏からは通販サイト のキャンペーン販促 プもスタート。8、リアルイベント

### **井元気いただきます** 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

