

全農公式Twitter

JA全農広報・調査部は19年7月1日に、Twitterアカウント「全農広報部【公式】日本の食を味わう」を開設しました。国産農畜産物にまつわる美味しい食の情報を幅広く発信し、料理のコツや手軽に試せるレシピ等も紹介しています。



アカウント名：全農広報部【公式】日本の食を味わう
ユーザー名：@zennoh_food



米国でも和牛の魅力が発信

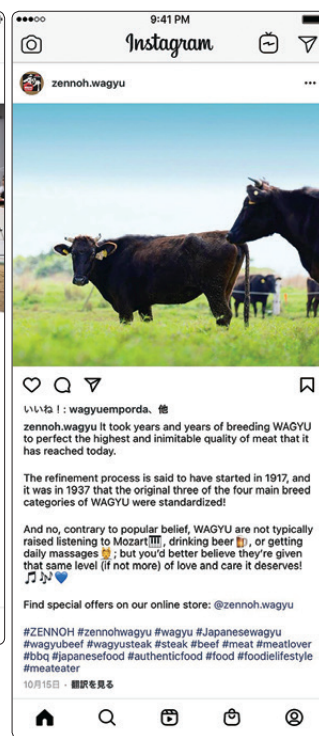
全農アメリカ㈱とP&Z FINE FOODSは20年9月24日に、FacebookとInstagramのアカウントを開設しました。米国でのインターネットを通じた「全農和牛」の販売促進を目的とし、和牛の歴史や美味しい食べ方など、和牛の魅力を発信しています。



ID:Zen-Noh America Corporation



ID:Zen-Noh Wagyu
ユーザー名：zennoh.wagyu



国産農畜産物の消費を後押し コロナ禍でのインターネットを通じた消費拡大の取り組み

JAグループは、産地直送インターネットショッピングモール「JAタウン」や各種SNSを通じて、国産農畜産物の消費拡大に取り組んでいます。新型コロナウイルス感染拡大により変化した消費者ニーズへの対応など、インターネットを利用した最近の取り組みをご紹介します。

JAタウンとは

JA全農が運営する産地直送ショッピングモール「JAタウン」は、「もっと近くに美味しいニッポン」をテーマに、インターネットを活用した国産農畜産物の流通チャネルとして2001年に開設されました。20年11月現在、出店店舗数は105店舗、会員数は約48万人となっています。

JAタウンでは、全国各地のJAや生産者が旬の農畜産物・特産品を出品し、地域特産の美味しい商品を産地直送で購入いただけます。また、新型コロナウイルス感染拡大により消費が減少した農畜産物の販売にも、積極的に取り組んでいます。



特別価格は注文上限数に達し次第終了、送料無料は12月中旬にて終了

特設サイト「日本の和牛」を開設

和牛は外食店舗での消費割合が大きいため、コロナ禍での外出自粛などの影響で消費が激減しました。そこで、JAタウンでは20年7月1日に特設サイト「日本の和牛」を開設しました。同サイトでは、日本各地の和牛を松・竹・梅の3つのコースで特別価格・送料無料で提供しました。これは、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、在庫の滞留や売上の減少などが顕著な食材の販売を支援するため、対象品目の送料を補助する国の事業を活用した取り組みです。12月3日時点で売上数量は13,141個に上っており、今後も継続して和牛の消費喚起に取り組んでいきます。



新ショップ「酪市酪座—うしさんからのおすすめ—」をオープン

コロナ禍での巣ごもり需要により家庭用バターの消費が急増する一方で、外出自粛により外食向けや土産菓子向けの業務用バターの需要は激減しました。そこでJA全農酪農部では、5月以降、過剰在庫となった業務用バターと消費者のバターニーズをマッチングさせるため、JAタウンを活用して業務用バターを直接ご家庭にお届けする取り組みを行いました。この取り組みを通じてEコマースの活用に応じた大きな可能性を感じ、10月1日に「酪市酪座—うしさんからのおすすめ—」をJAタウン内にオープンしました。同ショップでは、バターやチーズなどの乳製品を提供しています。

今後は「酪市酪座」を通して、系統乳業と協力した乳製品の販売にチャレンジするとともに、酪農の理解醸成につながるショップづくりに取り組んでいきます。



JAタウンHP

