

海外フードバリューチェーン再構築緊急対策事業 (令和2年度3次補正)

取組名：独立店舗およびオンラインショップの運営を通じ
たフードバリューチェーンの再構築

団体名：株式会社 日本農業

取組①：完全自社管理下の独立店舗運営

取組概要



取組内容

より高度な品質管理とそれによる
日本産青果物の販売促進を目的
とした自社店舗の運営

実施期間

2021年7月～2022年3月

対象品目

りんご、かんしょ、ぶどう、
いちご など

取組成果

定量成果

量販店での週間売上が3万円程度だったのに対して、自社店舗での最高売上は19万円+を記録

定性成果

売れ行きに合わせた在庫水準のコントロールを行っていたため、購入顧客からは鮮度が量販店とは違うとの声が多かった

横展開可能な学び

やはり青果物は鮮度（≡品質）と価格が重要。価格は簡単に変えることはできないが、鮮度は特にタイのようなコールドチェーンに不備がある場所では少しの工夫で大幅に改善できるため、アジアの新興国でも同様の成果を出せる可能性が高い

課題

タイにおいては新型コロナウイルスの新規感染者数が一度下がり、その後また大きく上昇したため、客足の予測が外れる場面があり、在庫の過不足がスポット的に発生した

今後の活かし方

改めて基本に立ち返り、産地から販売まで一気通貫で鮮度を保持できるバリューチェーンの構築に取り組む。鮮度を犠牲にすることで立てた売上はいずれ必ず落ちてくるが、鮮度にこだわったものはじわじわとファンがついてくるのが青果物の基本と心得る

(参考) 写真



取組②：オンラインショップの運営

取組概要



取組内容

より高度な品質管理とそれによる
日本産青果物の販売促進を目的
としたオンラインショップの運営

実施期間

2021年7月～2022年3月

対象品目

りんご、かんしょ、ぶどう、
いちご など

取組成果

定量成果

量販店での週間売上が3万円程度だったのに対して、オンラインでの最高売上は50万円+を記録

定性成果

量販店での販売と違い、注文があったタイミングで適切な温度管理がされている倉庫から配送を行うため、購入顧客からは鮮度が量販店とは違うとの声が多かった

横展開可能な学び

EC販売の場合、倉庫から消費者宅までの配送における温度管理がどうしても課題になるため、現時点ではいちごのような極端にデリケートなものよりりんごのようなタフな商品の方が向いている

課題

新型コロナウイルスの影響を受けてオンライン事業への参入者が非常に多く、他国産品も含む有象無象の中で消費者の心を掴むのは想定よりも難しかった。継続して事業に取り組む中でPDCAを回し、最適解を見出したい

今後の活かし方

消費者宅までの配送に係るコストが高く、短期的にはEC一本で大きな事業にするのは難しいと感じた。在庫が過剰になった時にオンラインでプロモーションを打ったり、新型コロナウイルスの影響が実店舗が不調の時にECにリソースを寄せるなど、ポートフォリオの中の一事業として上手く活用していく

(参考) 写真

