



# フードマーケット 事業部

主な 事業内容

- 「JAタウン」をはじめとするeコマース事業の展開、サポート
- 「みりみのる」など直営飲食店舗の企画、運営

JA全農フードマーケット事業部は、直接消費者に販売するB to C事業を展開する部門で、生産現場と食卓をつなぐ懸け橋の役割を担っています。産地直送の「JAタウン」などのeコマース事業や直営

飲食店舗「みりみのる」などを運営。さらなる販売チャネルの多様化、拡大にも取り組んでいます。今回は事業の現状や他企業との連携、SDGsの取り組みについてお聞きしました。

## 産地と消費者を結ぶeコマース・飲食店舗事業



### JAタウン 余った農産物で特集企画 食品ロス削減へ

Q「JAタウン」などのeコマース事業の現状は？

eコマースとは、インターネットを通して行われる商品やサービスの取引です。通販サイト「JAタウン」は、JAや全農県本部などが出店しているショップで、旬の農畜産物や特産品を販売しています。2001年に立ち上げ、現在の商品数は8000種類以上、会員数は60万人超に達しています。

また18年には、通販大手のフェリシモと共同で、オリジナル通販ブランド「純農（じゅんのう）」を立ち上げ、売上が1億円規模にまで成長するなど販路拡大につながっています。

QSDGsの取り組みは？

JAタウン内では、全農や各ショップが企画して、天候



JAタウン イメージキャラクター「じゅん太」  
2021年に迎えた20周年を機にキャラクター、ロゴを一新し誕生

### みりみのる店舗 規格外野菜もおいしく 環境に配慮した店舗運営

Q直営飲食店舗とは？

全農グループ直営の飲食店は、全国に49カ所あります（22年3月末時点）。「みりみのる」ブランドでは「産地直消」「国産食材100%使用」をコンセプトに、カフェや食堂などを展開。全農グループのネットワークを生かした食材フェアの企画や運営を通して、国産農畜産物のPRを行っています。

QSDGsの取り組みは？

産地から相談があったことをきっかけに、規格外農産物を積極的に利用し始めました。サイズや形、色を理由に規格外品となっても味はおいしく、調理すれば差はありません。

また、これまでプラスチック素材だったストローやスプーン、紙ナプキンを、環境に配慮した木製などの素材

JA全農 フードマーケット事業部 eコマース事業課 前田 知美さん  
2018年入会。産地直送通販サイト「JAタウン」に出店する関東地区のショップのサポートや、大手通販会社フェリシモと立ち上げた全農ブランド「純農」の運営を担当する。



被害や傷などが原因で出荷できない商品の販売特集「記あり&家庭用」を実施しています。また、直売所などで余ってしまった農産物をお届けする「お野菜レスキューBOX」も産地と消費者双方から好評で、生産者の所得向上のサポートや食品ロスの削減につながっています。

Q今後の展望は？

コロナ禍での巣ごもり需要の増加をきっかけに、本格的にSNSの運営に乗り出し、現在Twitterのフォロワーは26万人を超えました。SNSや商品レビューに寄せられる「おいしい」「品質がよかった」などのお客さまの声が私の原動力です。国産農畜産物の良さをもっと多くの方に知っていただけるよう、今後も情報発信を強化していきます。

JA全農 フードマーケット事業部 リテール事業課 柳 智仁さん  
2018年入会。直営飲食店「みりみのる」の札幌、仙台店を担当し、食材の仕入れやメニュー開発、食材フェアの企画・運営を行う。



Q今後の企画は？

JAタウンと連携して、SNS・店舗のプレゼント企画や食材フェアを増やしていきたいと考えています。人気企画「大分県産カボスフェア」では、店舗でカボスを使ったメニューとプレゼントを提供。特別価格に設定したJAタウン内の販売ページへ誘導し実売につなげました。今後も多様なメディアを生かし、皆さまに国産農畜産物の魅力を伝えていきます。

