

全力結集で挑戦し、
未来を創る

令和2年度の挑戦

食のトップブランドとしての地位

JA全農は3か年計画(令和元~3年度)において5つの最重点事業施策を策定しました。全農の5年後、10年後を見据えた取り組みを5回シリーズで紹介しつづけます。

MD機能の強化

消費者・実需者から選ばれる商品開発

- 2019年4月、「全農グループMD部会」を立ち上げ、販売先のPBを対象とした「作業部会」と、全農グループのNBを対象とした「専門部会」において、チームを結成し商品開発



「作業部会」におけるファミリーマートの事例



「専門部会」における農協シリーズの事例

- 2020年1月、新たな商品ブランドとして「ニッポンエール」を商標登録し、全農のNBの商標としてだけでなく、食品メーカーや商社とのアライアンスによるWブランドも展開



「ニッポンエール」における全農のNBの事例



「ニッポンエール」におけるWブランドの事例

多様なチャネルを活用した販売

消費者ニーズに応える

- 急拡大するEC(電子商取引)市場のなかで産地直送ショッピングモール「JAタウン」の店舗数拡大・商品充実を強力に推進継続



JAタウンはこちら

- 地域の食材にこだわった飲食店舗「みのりカフェ」「みのる食堂」の運営

札幌ステラプレイス店
(2020年6月オープン)



契約栽培等の取扱拡大

実需者ニーズに対応した作付け提案

- 中食・外食などの実需者向けに、JAと連携した多収品種等の契約栽培を拡大
- 多収米を各地で普及・拡大していくため、多収米品種・栽培特性に関する情報提供を行う展示圃場を2020年度は29県86JAに設置



コロナ禍での取り組み

JAタウンでの集ごもり需要への対応

- 消費者ニーズが急速に高まった「野菜セット」の取り扱いを各ショップに推奨。新鮮な産直野菜を消費者へ直送する販売市場を開拓



日本酒の消費拡大

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響で消費量が落ち込んだ日本酒の消費拡大・PRのため、特設サイト「日本酒でエールを!」を開設
- JAタウンで日本酒送料無料キャンペーン(12月末まで)&全農グループ店舗で「日本酒フェア」(12月1日~21日)を実施
※詳細は特設サイトへ

