

JFバリューチェーン検討協議会

■取組の背景

- ▶ 従来の水産物流通では、漁業現場の情報が消費者に伝わりづらく付加価値の向上が困難であった
- ▶ 近年は消費者の購買行動が変動しており、消費者のニーズに合わせた商品販売が求められていた

■取組の目的

- ▶ 通信販売（eコマース）システムの構築
- ▶ マーケットインの視点による商品企画・開発
- ▶ 販売促進プロモーションの推進

■協議会の構成員と役割

	段階	名称	役割
事業実施者	生産	青森県漁業協同組合連合会ほか 全国9漁連・漁協	・サケ、ホタテ、ウニ、サバ、ズワイガニ、 養殖魚等の生産・加工・販売
	販売	全国漁業協同組合連合会	・販売サイトの構築、管理 ・EC販売に係る事務手続きの代行
	加工流通	全国水産加工業協同組合連合会	・各産地の水産加工品開発支援 ・水産加工品の販売に関する支援

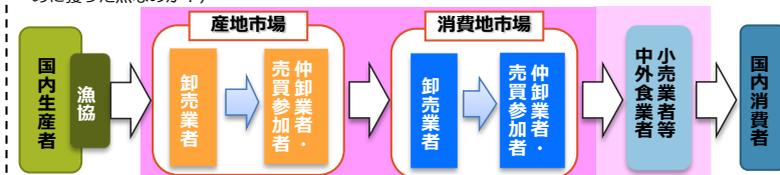
■取組内容

生産	<h3>◆マーケットインの視点による商品企画・開発</h3> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 各都道府県漁連/漁協間連携強化⇒各漁連/漁協単位で生産者と加工・流通事業者を構成員とするバリューチェーン検討協議会分科会を組織し、漁連/漁協単位での取組体制を構築 ✓ バリューチェーンの課題整理⇒各漁連/漁協単位で現状の課題を整理し、解決に向けた対応策を検討 ✓ 新商品の企画・開発⇒各漁連/漁協分科会は本協議会と連携し、新商品の企画・開発とブランディングを実施
	<h3>◆通信販売事業（eコマース）運営体制の効率化</h3> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 通信販売（eコマース）システムの構築⇒通信販売事業のシステムを構築し、産直販売による消費者とのダイレクトマーケティングを実施 ✓ JFグループ内での役割分担の効率化⇒産地は商品の企画・開発・製造と発送業務を担当し、JFが広告・企画・販売促進と受発注、請求、クレーム対応等のバックオフィス機能を担うことで、産地負担を軽減 ✓ 管理業務のシステム化による省人化⇒JF内で実施する管理業務をECサイト内でシステム化することにより、通信販売事業の効率的な運営と省人化を図る
加工・流通	<h3>◆情報通信技術を活用した販売促進プロモーションの推進</h3> <ul style="list-style-type: none"> ✓ JFプライドフィッシュプロジェクトとの連携⇒プライドフィッシュプロジェクトで構築した情報通信技術や情報を利用して、魚の産地や旬、美味しい食べ方等の情報発信に取り組む ✓ 消費者データの蓄積⇒通信販売事業によって得られた顧客データの蓄積と分析を基に、マーケットインの視点による商品企画・開発と改良に向けて各県漁連/漁協や産地にフィードバックを行う ✓ 実店舗との併売によるプロモーションの実施⇒通信販売事業とは別に消費地に実店舗を展開し、実店舗で品質を確認した後にECサイトで注文・購入ができる体制を構築

浜と消費者を結ぶ通信販売システムの構築

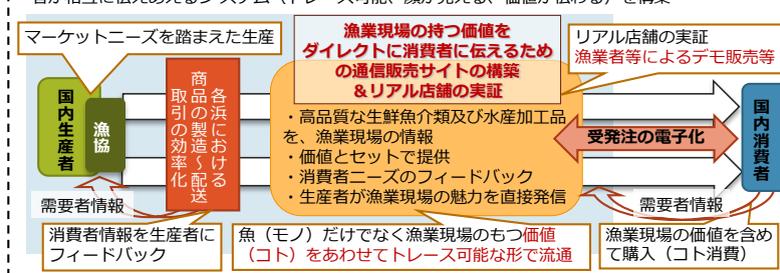
■取組実施前の状況

- ・卸売市場を通じた多段階流通は水産物の特性（生鮮で迅速な処理が必要）に応じた仕組みであるが、情報や価値の伝達には弱く、漁業現場の価値が埋没する（いつ、誰が、どこで、どうやって、誰のために獲った魚なのか？）



■本取組で構築したバリューチェーン

- ・多数の事業者が介在する多段階流通システムを、通信販売サイトと連動したIT技術等の活用で産地サイドの取組として統合・内在化することで、漁業現場の価値と消費者のニーズを、漁業現場と消費者が相互に伝えあえるシステム（トレース可能、顔が見える、価値が伝わる）を構築



■取組の現状と今後の展望

- ▶ 通信販売サイト「ギョギョいち」による販売を継続。会員数は徐々に増加しており、一般消費者による購入が大半を占めている。
- ▶ 取組の継続により、関係業者においても出荷作業等が定着。
- ▶ 今後も出品商品数の増加を図りつつ、通信販売を継続。

★本取組によって得られたバリュー★

AI・DXの活用 (付加価値向上)

水産物の通信販売体制の構築

商品開発

マーケットイン型の商品開発

省人化

eコマースに係る管理業務のシステム化による省人化