

株式会社ワールドジョイントコーポレーションジャパン

【事業概要・目標】

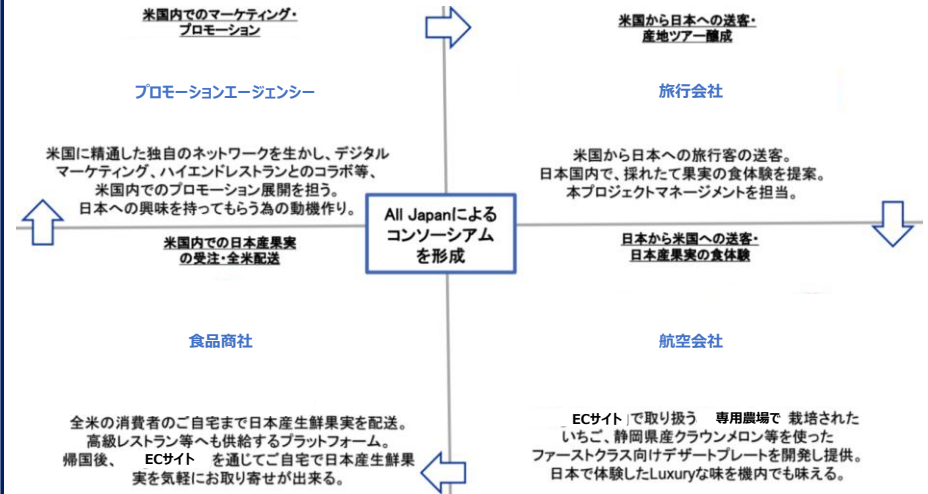
農林水産物・食品の年間輸出額の政府目標である2025年に2兆円、2030年に5兆円の達成に寄与するため、日系旅行代店、航空会社、プロモーションエージェンシー、食品商社がコンソーシアムを組み、日本へのインバウンド需要を喚起しながら、日本産新鮮果実を北米市場で拡販するという食と観光を組み合わせた一体型スキームを確立する。

【実証項目・内容等の概要】

各社が持つノウハウを組み合わせ、旅マエ、旅ナカ、旅アト、それぞれのカテゴリで観光と食を掛け合わせたプロモーションを展開する。訪日インバウンド客へ農業体験を通じて、日本の青果物の認知度向上を図り、帰国後には越境ECサイトによる米国の自宅まで新鮮な青果物を届けるサービスを提供する。食品商社と連携し新たな日本の青果物の流通から販売まで一気通貫のプロモーションを通した輸出拡大を試みる。

【実証内容を踏まえた事業終了後の展望】

オールジャパンによるパートナーシップを継続し、持続的に日本の観光と食を組み合わせたコンテンツを社会実装する。各社が抱える顧客を全ての企業の顧客にすることで、日本のインバウンド需要喚起と、日本産青果物の輸出拡大に貢献していく。米国への輸出を検討している生産者の青果物を越境ECサイト内で期間限定的に販売をすることで、生産者が欲しいデータ収集などの市場調査を実施。また、越境ECサイトではBtoC向けの販売に限らず、ミシュランレストランなど小規模のBtoBに向けて様々な施策を実証する。



① SNSマーケティングを展開し、自分たちがこだわり抜いて作った生鮮青果物を現地の消費者や、レストランのシェフのダイレクトフィードバックを得られる。また、全米のミシュランレストランに採用される機会や、現地のメディアに取り上げられるケースもあり、農業従事者のモチベーションに直結する。

② 観光農園に送客する事で農園の収入がアップ。更にSNS等により拡散が見込まれる。

③ ファーストクラスに採用されると、国内販売でも「国際線ファーストクラスで採用」と謳う事が出来る。

④ 米国向けのECプラットフォームを經由して、全米の消費者への販売が可能。北米の巨大市場へアクセスし輸出拡大。(※一部品目は検査条件あり)