

選りすぐりの地域産品のブランド戦略 “J’s Agri” をプロデュース 株式会社 J T B 西日本

【取組概要】

(株) J T B 西日本では、世界的に日本食・日本産品が注目されている現状を踏まえ、新たな取組として、地域の生産者、関係団体と一緒に、各地の「食」「農」と「観光」「文化」を結びつけ、国内外に”本物の日本の魅力”を伝えることにより、人とモノの交流促進と地域活性化に貢献しています。

具体的には、選りすぐりの地域産品について「日本の産地から、そして産地へ」をコンセプトに、生産者とタッグを組んで魅力ある産品の開発と販路を確立し、併せて当該産地の食農観光商品とのシナジー効果により、地域の交流人口の拡大を図っていくという「J’s Agri」事業を推進しています。



【取組推進のポイント】

生産者と連携のもと地域の産品を磨き上げ、訪日外国人の訪問先としても魅力のある観光地域となるよう、生産現場の体験型観光等の着地型ツーリズムを開発しています。

また、海外販売展開する産品の商品ラベル等に記載した QR コードを通じて、生産者情報、体験型観光情報や購入者の産品に対する評価等を Web サイトで発信することにより、購入者が現地訪問したいと思うようになる仕組みとしています。

【課題】

訪日外国人が生産現場で購入した産品について、免税対応、空港での受渡しの仕組みを構築すること、提携した生産現場における各種の多言語対応が今後の課題です。

【将来展望】

J’s Agri のターゲットは、成長が著しく、訪日客での圧倒的なシェアを誇り、また、日本の産品を翌日までに届けられる東南アジア諸国としています。まずは、現地食の商談会を開催している台湾、シンガポール、香港の3カ国で展開していますが、今後はタイやマレーシアなどのその他の東南アジア諸国にも広げたいと考えています。

また、全国の生産者・製造事業者とも連携を進め、取扱い品目では、果実、生鮮食品の他、伝統的な加工食品など、企画のバリエーションを増やしていきたいと考えています。