

めっけもん広場の概況

R5.3月末現在

JA紀の里は大きな家族



今まで来て頂いたお客さまも、出荷農家の皆さんも、これから来て頂くお客さまも
みんなが、めっけもん広場の家族です。

販売高 (R4年度) 25.0億円

(内 花卉1.4億, 野菜5.6億, 果実11.9億
加工2.0億, 米類0.7億, 水・畜産2.3億 他)



R5年3月末現在

- 設立 平成12年11月3日 23年目
- 出荷者数 1,682名 (内 男性51%,女性49%)
- 出荷者1人平均
売上数量2.6千点 販売高101.0万円
- 来店客数 56.3万人
- 客単価 4,452円 • 地場産率 85.6%



めっけもん広場の通販：バーチャルでの楽しみ

2023年2月19日
品ぞろえ体感VR直売所 売り場リアルに、遠方からの“来客”期待
和歌山・JA 紀の里
| ニュース | JA | JA-DX

スマートフォンが直売所に……。和歌山県のJA 紀の里の直売所「めっけもん広場」(紀の川市)は、仮想現実(VR)上に売り場を再現し、店内で買い物ができるようにつなげる楽しみのサービスを開始した。気軽に来店できない遠方在住者や高齢者らにも、豊富な品ぞろえから直売物に出会う直売所の魅力を感じてもらい、新たな需要を生み出す。(津田豊弘)



VR上に再現しためっけもん広場の売り場

VR体験はスマホやパソコンなどで利用でき、リアルに再現した店内を見学しながら自由に移動できる。直売物の陳列はもちろん、店内広告(POP)も見える。直売物をタップすると、味の特徴や旬などの説明が表示され、商品の通販サイトで該当商品が買える仕組み。季節に応じて売り場の様子も変えていく。

作成のきっかけは新型コロナウイルス感染。同店は全国のJA直売所でもトップクラスの売り上げを誇る大型店で、大規模など市外からの来客者が半数以上を占める。緊急事態宣言下ではゴールデンウィークに休業を余儀なくされるなど、直売物の販売に支障が出た。一方、ふるさと特産の産品としての申し込みは好調で、特に梨など遠方からの注文が増えた。

JA直売所の岡田芳和課長は「遠方や高齢などで店に来るのが難しい方にも、売り場でお気に入りの直売物を鑑賞し楽しさを体感してもらい、来店販売につなげられた」と振り返る。

VR体験は、石川県のベンチャー企業と連携し、店内をくまなく撮影して作り上げた。今後は生産者のコメントや生産現場が見られる機能なども追加していきたい考えだ。

VR体験は、めっけもん広場のウェブサイト内に設けている。



バーチャルでお買い物！VRめっけもん広場誕生！



[バーチャル体験はこちらから](#)



ふるさと納税

少ない自己負担で返礼品が受け取れ、ここ数年で利用が急増している。





お買い得予約
お返し

ご予約限定・日曜日店頭お渡し商品

ご予約は8日前の土曜日まで

あら川の桃

品名	特徴	6月	7月	8月
白桃	大粒の白桃。甘みと酸味が よく入り大粒の桃が特徴。 贈り物にも人気の桃です。	●●●●	●●●●	●●●●
赤桃	甘みと酸味がよく入り大粒の桃が特徴。 贈り物にも人気の桃です。	●●●●	●●●●	●●●●

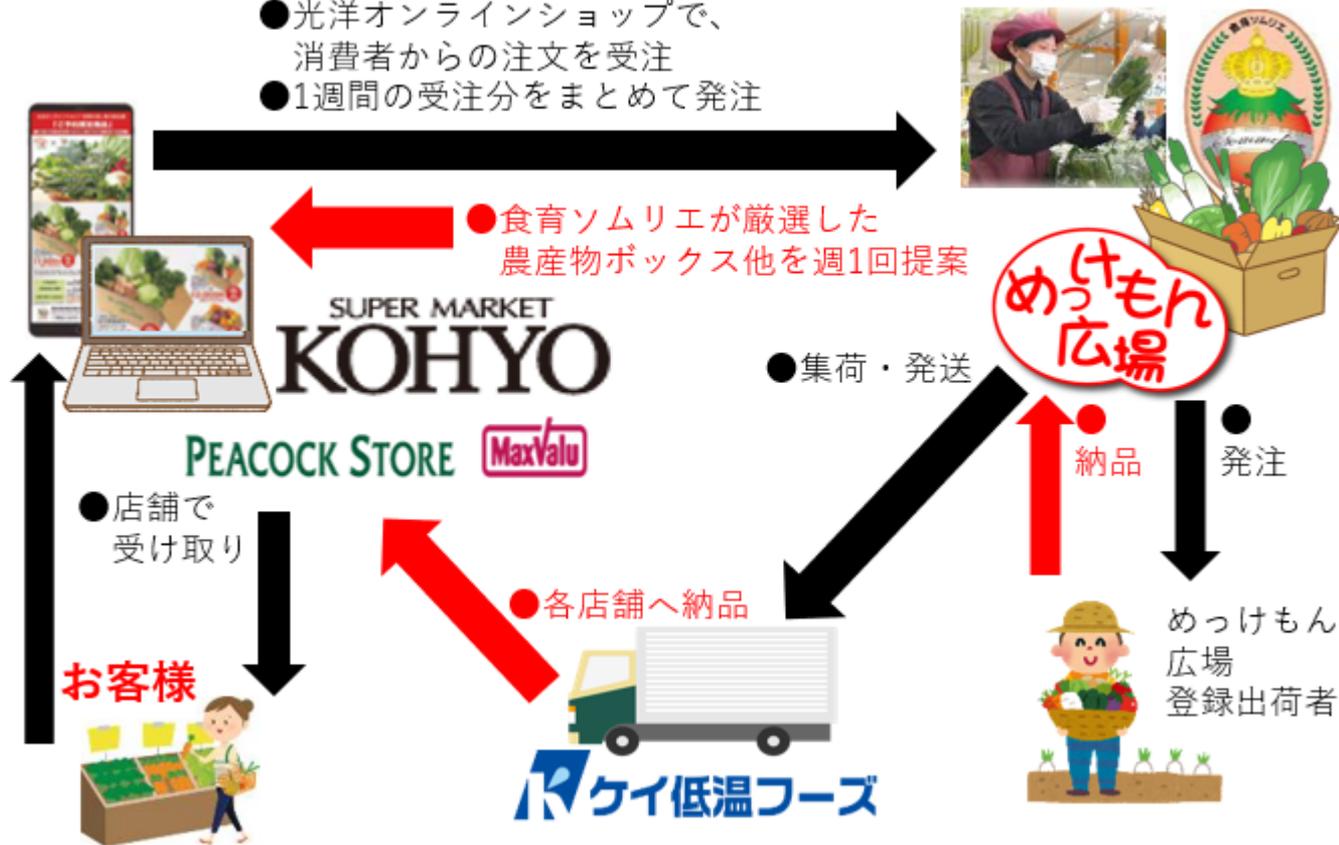
2,500円
2,700円

ご予約は「光洋オンラインショップ」で！
このバナーが目印です！

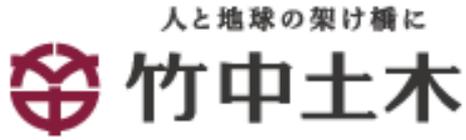
MaxValu
「あら川の桃」

量販店のEC商流を利用した新たな B to C - EC

- 光洋オンラインショップで、消費者からの注文を受注
- 1週間の受注分をまとめて発注



BtoB



全国主要都市支店においてネット通販ポスターを掲示、各工事現場にも掲示して作業関係者及び近隣住民に向けて広告形式でPRを行って頂く、また大阪本店でのマルシェを通じて社内販売サイトへの提示を行う

【目的】

農産物通販はもとより、社員に向けた直接販売のメリットを生かし、企業間提携として「和歌山県農産物」として、物語ある贈答果実の新規顧客の獲得にも繋げる。



BtoB



株式会社アキナイ

東京・大阪・名古屋・福岡など都市部に**22店舗**の**レストラン**を**経営**。紀の里産農産物・めっけもん広場のPRを行いながら大阪・東京店舗を中心に全店舗に食材提供しています。

【目的】

食材提供はもとより、直接販売のメリットを生かし、企業間提携として「和歌山」「JA紀の里」「めっけもん広場」のブランドの広報活動拠点としても全国へ展開することで、新規顧客（通販）の獲得にも繋げる。



- ・生産者がめっけもん広場に出荷した農産物は、来店客だけでなく、レストラン*や卸売業者などの「実需者」へも販売している（JAが仲介）
- ・スキームは、前日に実需者がJAへ発注し、翌朝にJAが受注内容に従って生産者出荷物の中から農産物をピックアップし梱包・発送まで担う。
- ・JAが農産物をピックアップする際には、実需者のニーズや用途（料理に使うのか、ドリンクに使うのか等）に応じて、適当な生産者の出荷物を選別。
- ・レストランとの取引では、JAがレストラン側に対して料理の写真や、食材として使用した感想を確認。これを生産者へフィードバックするよう心掛けている。

