

# ネット通販で販路拡大

農産物生産、販売の百姓隊(宮崎市、谷口寛俊社長)は、インターネット通販を活用して野菜や加工品の販路を広げ、大手ネット通販の野菜部門で人気商品1位になるなど、順調に売り上げを伸ばしている。今後、ネット通販を通じ、県外在住の宮崎出身者をターゲットに、季節ごとに「故郷の野菜」を届ける宅配サービス事業も構想。谷口社長は「県外に目を向け、宮崎産野菜の潜在的ニーズの掘り起こしを進めていく」と意気込んでいる。

同社は2006年に設立し、宮崎市や綾町の農家約25戸と契約、同市内の約20店舗のスーパーで農産物を販売している。「佐土原ナス」など本県の伝統野菜や加工品による差別化を図りながら、販路を開拓してきた

## 野菜部門、人気商品1位

農産物生産、販売 百姓隊(宮崎市)

だが、「県内だけの販路拡大は限界もある」(谷口社長)として、4月からネット通販大手のアマゾン・コムに商品を掲載した。

## 県出身者へ宅配も計画

商品は、主力の佐土原ナスやピーマンのほか、ナシやブドウなど季節の野菜、果物10〜12品を1ケースとし、2200円前後で販売。掲載当初は、1日に数千ケースしか注文がなかったが、6月以降、注文が殺到。自社ホームページ(HP)からの注文も増え、7月には約200万円を売り上げた。

アマゾン・コムの通販サイトでは、全国各地から千件以上の農産物が販売されているが、同社商品は「野菜カテゴリー」の人気度でナンバーワンも獲得。その

に掲載したり、生産現場の写真を添えたりすること、消費者の目を引いたのでは」と分析する。

同社の取り組みを聞き付けた別のネット通販会社から取引依頼を受けるなど、

谷口社長は「販路拡大にはさまざまなアプローチがあるが、ネット通販による顧客開拓は重要な手段の一つ。全国に向けて宮崎と百姓隊の知名度を高めていければ」と話している。

人気ぶりについて、谷口社長は「農業県としての宮崎の知名度が高いため」とした上で、「若手従業員を広告塔にしたポスターも一緒に

進めている。また、自社HPを活用し、県外在住の宮



売り上げを伸ばしているネット通販用の商品をパック詰めする百姓隊の社員