

業務の効率化等を行って、野菜生産者と実需者とのマッチングの機会を増やそうとしている事例

国産の加工・業務用野菜の需要拡大のために自前で開催してきた国産やさいマッチングフェア（対面式商談会）について、業務の効率化等の観点から積極的に見直しを行って、集客数の拡大を図るとともにベジマチ（オンライン商談サイト）の開設を行い、生産者と実需者（食品加工事業者等）とのマッチングの機会を拡大

国産やさいマッチングフェア

【概要】

- ・国産加工・業務用野菜の需要拡大のために開催する対面式商談会
- ・平成18年から機構単独で開催
(資料) 第31回実績 (平成31年)
- ・出展者数 124者、参加者数 973名

【課題】

- ・会場設営コストが高い
- ・全国規模の集客が困難
- ・開催時期で生産者等が限定 等

業務の効率化等のため、

- ・自前開催の見直し
- ・オンライン化 等を検討



国産やさいマッチングフェアの様子

見直し①
(展示会参加)

見直し②
(オンライン化)

他機関主催の展示会に参加する手法に変更

- ・機構の自前開催をやめて、他機関主催の大規模展示会 (FOODEX JAPAN等) に参加することにより、開催コストの低減、集客数の拡大 (潜在顧客とのマッチング機会の拡大) を図る

- (参考) FOODEX JAPAN 2019 (平成31年)
- ・出展者数 3,316社 (うち海外2,072社含む)
 - ・参加者数 国内外のバイヤー約8万5千名 (うち海外約1万名)

ベジマチ(オンライン商談サイト)の開設

- ・コロナ禍によって大きな影響を受けた生産者を応援するため、生産者と実需者とをオンラインで結ぶ新たな商談機会を提供

- ・場所、時間にとらわれず1年を通じて商談機会を提供可能

- ・季節や開催場所に関わらず全国規模で生産者と実需者の募集が可能

- (資料) 令和4年2月現在の登録者数: 45都道府県の283者 (生産者197者、実需者86者)



対面開催が可能になった後

対面・オンライン両方の商談を可能とし、マッチングの機会を拡大

■ 国産やさいマッチングフェアの概要

- ・ 国産野菜生産者と実需者との商談や情報交換を行うための対面式のイベント
- ・ 対面式のため、来場者との意思疎通や信頼関係の構築が円滑、潜在顧客の発掘等が容易



<令和2年の第32回パンフレット>

<見直し前>

- ・ 平成18年から機構単独で開催し、これまでに計31回実施

<見直し後>

- ・ 令和2年の第32回は、開催コストの低減や集客数の拡大を図るため、他機関主催の大規模展示会へ出展する形に開催方法を見直して準備を進めていたところ、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため中止
- ・ オンラインによるベジマチ開設後も、対面式のメリットや、国産野菜の需要拡大の取組の認知度向上等の観点から、コロナの感染状況を注視しつつ、再開を検討中

■ ベジマチの概要

- ・ 国産野菜生産者と実需者が場所や日時等に縛られずにオンライン商談ができる無料のマッチングサイト（令和3年2月開設）
- ・ コロナ禍によって大きな影響を受けた生産者を応援するため、加工業務用野菜の新たな需要先を開拓する商談機会を提供。令和4年2月9日現在の登録者は、45都道府県の283者（生産者197者、実需者86者）
- ・ 毎月1回オンライン商談会を開催（令和4年1月現在12回開催）
- ・ 生産者・実需者の情報発信や、生産者と実需者が互いに野菜の品目や産地などの条件から相手を見つけて個別商談等も可能
- ・ 生産者及び実需者から商談に関する相談があった場合、機構から取引条件に合いそうな相手先に声をかける等の方法でマッチングをアシスト
- ・ 将来的には、ベジマチによる国産野菜の周年供給の実現を目指しており、更なる登録者数の増加に向けて、都道府県や金融機関の協力も得て周知を実施

