

青果包材に商品広告

生産者に無償で提供

とどける

している旨を包材に打出すことで、消費者の共感を得られやすく、販売拡大の後押しにもなっている。

市場業者の参加歓迎

さらに、広告の掲載にとどまらず、広告商品や広告主企業に対するファンづくりに向けた仕掛けも行う。インスタント袋麺の広告を掲載したコマツナの包材には、裏面に飲食店のオリジナルレシピを掲載。それとともに、家庭で調理した袋麺

メニューの写真のSNS投稿を呼び掛けると、多くの投稿が寄せられた。とどけるでは、今後VEGE MEDIAを全国に広めるうえで、市場関係業者にも活用を呼び掛ける。数量や品目など、広告主の希望に合うことが前提だが、自社農場がある場合、その出荷物にVEGE MEDIAを使用することが可能。また、とどけると連携して、契約農家などに無償で提供することもできそうだ。

物価上昇が続く中、農業経営において削減した経費のひとつが包材代だろう。メディア事業などを手掛ける「とどける」(國武悠也社長、福岡市博多区)では、企業の商品広告を印刷した包材「VEGE MEDIA」(ヘジメディア)を生産者やJAなどに無償で提供し、収益改善に貢献する。その出荷品が店頭に並ぶことで、

広告主は商品のPRができ、販売店は広告商品と青果の売上増加が期待できる。同社では、全国規模での展開を視野に、市場業者の参加を呼び掛ける。

「とどける」は、元々善を目的とし、19年にスーパーに勤務していた日本新聞社(福岡市中央区)との共同事業で開始した。VEGE MEDIAは生産者の収益改善

広告主は、西日本新聞

などに広告を掲載する食品メーカーが中心となる。プランは「ストアプラン」

の使調、調味料などのパッケージに、裏面にそのレシピを掲載したのクロスマDも可能

「エコノミープラン」を用意。ストアプランは広告を掲載する野菜、実施期間、流通(販売可能なチェーン)を決めることができ、さらにクロスマーケティングを全店または一部店舗で実施できる。一方、エコノミープランは野菜、販売を希望する地域、包材の部数(最低2万部)を選ぶことができるが、流通を選ぶことはできない。とどけるでは、こうした広告主の希望に応じた野菜を出荷する生産者や生産者団体などを募っているという。包材費は広告費用に含まれているため、無償で提供できる。

販売店は九州のみならず、関東、関西にも拡大。VEGE MEDIAを使うことで、広告商品の、青果ともに売上増加の効果が現われている。例えば、インスタント袋麺の広告を掲載したコマツナの場合、1か月の販売期間で売上金額がインスタント麺で前年比5



「親子と肉内の呼吸器」