JA전농, 아마존 진출을 통한 판매 강화

전국농업협동조합연합회 (JA전농)은 아마존의 인터넷 쇼핑몰 사이트에 일본산 농축산물 산지 직송 쇼핑몰 "JA타운스토어"를 개점했다. 아마존의 집객력을 활용하여 20-30대의 독신세대나 육아세대 등을 겨냥한 농축산물 판매 확대를 도모한다. 아마존의 해외 출점 서비스망을 이용하여 장기적으로는 해외 농산물 수출 판매도 검토 하고 있다.

산지에서 직송한 야채의 신선도와 JA그룹에 대한 소비자의 신뢰감 등이 장점이며 홋카이도에서 오키나와까지 전국 각지의 93개 점포에서 합계 약 1,000품목을 취급한다.

아마존에서는 판매자가 배송료나 반품 조건을 독자적으로 설정할 수 있으며, 아마존과 JA전농 모두의 강점을 활용하여 `15년도 거래액은 작년대비 2배인 약 14억엔 달성을 목표로 하고 있으며, 농산물의 판매채널 확대와 농업 생산 기반 강화로 이어질 것으로 기대하고 있다.

■ 아마존 진출 배경

- 'JA타운'이라는 쇼핑몰은 10년전부터 이미 운영하고 있으며(www.ja-town.com) 페이스북 대응과 메일 매거진 송신 등도 가능하나 참신한 기능 등이 없어 다른 온라인 쇼핑몰에 비해 신장률은 높지 않다고 JA전농 담당자는 밝혔다.
- 총무성에 따르면 `13년 인터넷 이용자는 전년 대비 4.1% 증가 하여 1억명을 돌파했다. 또한 인터넷 이용 목적은 '메일의 송수신'(70%), 그 다음이 '상품, 서비스의 구입·거래'(57%)라는 결과가 나왔다.

- 이 외, 도쿄도의 조사회사가 올 1월에 실시한 인터넷 쇼핑에 관한 조사에 따르면 응답자의 85%가 1년 이내에 PC를 사용하여 제품을 구입하고, 그 중 61%는 한 달에 한 번이상의 이용한다는 결과가 나왔다.
- 이러한 유통 채널 변화에 따라 JA전농도 움직임을 시작한 것이며 일본에는 식품에 강한 대형 온라인 쇼핑몰 '라쿠텐'과 '야후'가 있지만, 아마존에 진출한 이유는 아마존의 높은 고객 만족도와 식품 관련 출전 업체 수가 적기 때문이라고 한다.
- 또한, 아마존에는 상품을 구매 한 고객에 따라 다른 상품을 추천하는 독자적인 노하우를 가지고 있으며, JA전농은 이러한 기능을 판촉에 활용한다는 계획이다.

■ 아마존 JA타운 스토아 구조

- 고객이 아마존에서 주문하면 정보는 JA전농 통해 각 참여업체에 전달되어, 물류업체가 상품을 받으러 가고, 물류업체가 고객에게 배달하는 구조이다. 아마존은 주문 후 2일 이내에 배달되는 것이 큰 특징이었으나, 농산물에 관해서는 1주라는 기간을 설정했다.
- 향후 취급 품목을 1,000품목으로부터 4,000품목으로 늘릴 예정이며, 식품 이미지가 약한 아마존이라는 온라인 쇼핑몰에서 전농의 특징이 잘 전달되어 규모를 확대 할 수 있을지 높은 관심과 주목을 모으고 있다.

【아마존 JA타운스토어】
http://www.amazon.co.jp/gp/node/index.html?ie=UTF8&merchant=&node=3356431051

시사점

- 향후 한국의 협동조합 및 농업경영체도 국내의 신규 판로 확대를 위해 온라인을 포함하여 여러 기업과의 협력 사업이 필요한 것으로 생각함
- 특히 아마존처럼 세계적인 기업은 해외로의 배송이 가능한 상품도 있어 향후 수출확대 가능성도 충분한 것으로 판단됨

(자료원: 일본식량신문, 일간공업신문, 일본농업신문 등)