

生産者・卸等と飲食店をつなぎ販路多角化支援へ 通常販売価格の最大半額で購入できる飲食店向け国産食材ECサイト

「ぐるなびFOODMALL ～Farm to Restaurant to Table～」 約220品のラインナップで2020年7月2日（木）よりオープン！

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎）は、農林水産省「令和2年度国産農林水産物等販売促進緊急対策事業 品目横断的販売促進緊急対策事業」の一環として、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響を受ける全国の生産者・卸等と飲食店の販路多角化支援を目的に、2020年7月2日（木）に飲食店向け国産食材ECサイト「ぐるなびFOODMALL～Farm to Restaurant to Table～（以下、ぐるなびFOODMALL）」をオープンしました。

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、生産者・卸等は、訪日外国人の減少、輸出の停滞や外出自粛による外食需要の減少等により売上の減少や価格の低下が顕著になり、また飲食店は、通常営業が困難となり厳しい経営状況におかれています。このような状況から、国産農林水産物等の持続的な消費活動を通じて経済活動が停滞しないよう国産食材ECサイト「ぐるなびFOODMALL」をオープン。生産者・卸等と飲食店をつなぎ、飲食店におけるデリバリーやテイクアウト、キッチンカーでの販売等において国産食材を活用いただくことで、飲食店や生産者の売上確保を目指します。

本サイトでは、39品目（※1）の国産食材およびテイクアウト・デリバリー用の包装資材を対象とし、生産者・卸等は商品を出品。飲食店は出品者の通常販売価格の最大半額（※2）で購入が可能となります。本日まで先行登録された飲食店は全国約1,040店、生産者・卸等は約180社が登録し、現在約220品がラインナップされています。

またサイトオープンに先駆け、8店舗の飲食店がモニター店舗として本取り組みを活用し、テイクアウトの新メニューを開発。飲食店からは「お客様に喜んでもらうために、良い食材を使っても安く提供したいので、このような取り組みはありがたい」「テイクアウトでも高品質のものを提供でき、新たな生産者を発見できるのも、この取り組みの魅力」といった声がありました（モニター店舗詳細は次ページに記載）。

ぐるなびは、「日本の食文化を守り育てる」という企業使命のもと事業を進めています。今後も全国の生産者・卸等と飲食店のサポートを継続的に推進してまいります。

- （※1）和牛肉、マグロ類、ホタテガイ、ブリ類、マダイ、フグ類、ウナギ、メロン、マンゴー、いちご、おうとう、大葉、わさび、たけのこ、リーフ茶、ジビエ、そば、カジキ、カツオ、アジ、サワラ、イワシ、イカ、カレイ、メヌケ、サケ・マス、エビ類、カニ類、アナゴ類、スズキ、タコ類、ハモ、ヒラメ、ホッケ、ウニ類、アユ、貝類、海藻類、タイ。2020年7月3日時点の対象品目数となります。（対象品目は随時追加）
- （※2）食材ごとに補助金額の上限があります。半額にならない場合もあります。

■「ぐるなびFOODMALL」概要

- ・サイトオープン：2020年7月2日（木）
- ・URL：<https://foodmall.gnavi.co.jp/pr/>
※登録済みの飲食店がログイン可能。
- ・参加対象者：全国の生産者・卸等と飲食店 ※事前登録が必要。登録料は無料。
- ・飲食店参加条件：テイクアウト・デリバリー・キッチンカーでの販売等に
取り組む、または、新商品（新メニュー）を開発して
デリバリー等で販売する飲食店の方などが対象。
※詳細は登録規約に記載
- ・販売対象品目：39品目の国産食材および、テイクアウト・デリバリー用の
包装資材。 ※対象品目は随時追加します。
- ・出品数：約220品（2020年7月3日時点）
- ・メリット：①生産者・卸等
日本全国の飲食店に掲載無料で食材を出品し販路拡大が期待できる。
②飲食店
日本全国の食材を通常販売価格の最大半額で購入が可能となる。



▲サイトイメージ

本取り組みの流れ

※通常販売価格1,000円の産品の場合（※）



モニター店舗の声

サイトオープンに先駆け、8店舗の飲食店でモニターを実施。宮崎牛を使用し、テイクアウトの新メニューを開発しました。本取り組みに参加した飲食店の方の声を紹介します。

駒八 別館（東京）

<https://r.gnavi.co.jp/g793700/>

ステーキ弁当 1,500円/すきやき弁当 1,200円/ピリ辛味噌炒め弁当 1,000円

※価格はすべて税込

同店では、GW明けの5月7日から営業を再開し、テイクアウトをスタート。

「これからの売上を立てるためにも、そして応援して下さる常連のお客様に何か還元をするためにも、本取り組みをきっかけに黒毛和牛をメインにした贅沢な弁当を用意しました。上質な食材を使いながらも、お得な価格でお客様に提供できるメニューが作れたのは、とても嬉しいことです。テイクアウトは、手間も時間もかかるのに値段は抑えないと買ってもらえない。この取り組みでは、質のいい国産食材が通常よりも安く仕入れられるので、その分、リーズナブルな販売価格を実現したり、告知のチラシ作りや試作にも費用を回すことができ、少しでもおいしくお得に買えるメニューをお客様にお届けできます。店舗を存続させるため、サービスの選択肢を増やすためにも本取り組みが今後も続いてほしいです。」



▲店長の伊藤千代美さん



▲テイクアウト イメージ

FLATTORIA（東京）

<https://r.gnavi.co.jp/gb2c900/>

和牛BOX 3,000円 ※価格は税込

同店では、手頃な価格のテイクアウトボックスを4月中旬から販売。本取り組みを活用して、いつも発注している生産者以外から食材を仕入れて開発。

「レストランで使う食材は、生産者から直接仕入れているものが多いです。そのため、生産者が食材にかけるこだわりや苦勞を強く感じています。また、生産者の中には飲食店独自のニーズに対応した食材を作っている方もいて、スーパーマーケットなどに卸すのが難しいものも。生産者の状況や想いを知っているからこそ、飲食店としては営業も食材の仕入れも止めないことが、いつも支えてくれる生産者を応援することに繋がっていると思っています。飲食店は商圏が限られるので、飽きさせないように食材を変えていくことも大切です。しかし、本取り組みのような機会がないと、通常仕入れている食材以外のものを使うことが少ないので、これをきっかけに新たな食材も探したいと思っています。飲食店ができることは、生産者が丹精込めて作った食材を料理にし、お客様にお届けする“食のボタン”を繋ぐこと。生産者の応援をしながらお客様に食べる楽しみや人生の喜びをお届けできるのは、とてもよい取り組みだと感じています。」



▲シェフの大貫成規さん



▲テイクアウト イメージ

<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp