

小売業ECイノベーション実装支援事業の実施状況等の報告について

1 要旨・目的

昨年度実施した小売業ECイノベーション実装支援事業の実施状況及び今後の取組について、報告する。

2 現状・背景

採択事業者6者は、3月29日（火）に開催した事業報告会で、取組状況について報告を行い、本事業は終了した。今後は、各採択事業者が自走して取組を推進する。

3 概要

(1) 対象者

県内の小売事業者

(2) 実施内容

○ 採択事業者の小売事業モデルの概要

小売事業者としての特性（顧客基盤・商品企画機能・商品特性等）を踏まえ、6タイプの小売事業モデルを採択し、事業化を支援した。

事業モデル類型		各社事業モデルの特徴		売上増加 目標 R3~5	補助金交付 決定額	
顧客基盤 あり	幅広い顧客層を活かした 商品企画	福屋	消費者と生産者・メーカーを繋ぐ 共創プロジェクトを発足	2.5億円	39,870 千円	
	グループの幅を活かした 商品企画	大進本店	共体験できるサブスク型ギフト サービスを開発	4.4億円	34,997 千円	
顧客基盤 なし	リアルな顧客接点 あり	固定的な接点	瀬戸内地域ならではのストーリー やライフスタイル体験を提案	1.2億円	26,156 千円	
		ポータブルな 接点	seeds	ポップアップで広島県産の新鮮な 食と工芸の魅力を県外と海外に発信	1.5億円	23,515 千円
	リアルな顧客接点 なし	マス市場 が対象	まるか食品	マーケティング力活かしナチュラル エッジな商品を展開する瀬戸内 ブランドサイトを開始	4.5億円	33,638 千円
		ニッチ市場 が対象	岩瀬商店	海外インフルエンサーとコラボで 伝統的染物技術を世界へ	1.6億円	20,921 千円

○ 採択事業者の取組事例については、別紙のとおり。

(3) スケジュール（本年度以降の取組）

EC売上目標（売上増加額（R3～5年度累計）：10億円）の達成に向けて、各採択事業者が自走して取組を推進する。県はその取組状況を把握するとともに、事業計画どおり事業が遂行するよう周知活動等の支援を行っていく。

また、各採択事業者の取組の成功事例等を整理し、他の県内事業者の参考となるよう共有するセミナーを年度後半に開催する。

4 その他（関連情報等）

【実施概要等】

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により対面での販売等に深刻な影響を受け、ニューノーマルに対応した販売への転換が求められる中、EC等を通じて、革新的な手法により国内外の販路の開拓・拡大に向けてモデル的に取り組む県内小売事業者を支援した。

令和3年7月	事業提案の公募開始，募集セミナー・越境ECセミナーの開催
令和3年8月	事前相談会の実施
令和3年9月	事業提案の審査 事業パートナーのマッチング，事業計画の具体化・精緻化の支援
令和3年11月	事業化承認・交付決定，採択事業者の公表 採択事業の実施，専門家による事業化伴走支援
令和4年3月	事業報告会の開催

○ 福屋の取組

顧客と生産者・販売者をつなぐオンライン共創コミュニティを立ち上げ、顧客を巻き込んだ商品発掘・開発を推進し、満足度の高い商品を提供



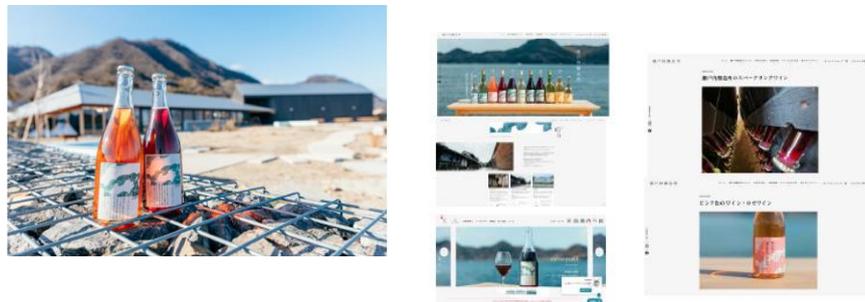
○ 大進本店の取組

店舗とECサイトの顧客情報を一元管理することにより、ビジネスマンの戦略ギフトや日常生活の食品等の新たな価値創出をしたECサービスを新規展開



○ 瀬戸内醸造所の取組

リアル（施設や農園等）で非日常を感じることができる体験を組み合わせ商品オンラインで提供することにより顧客の心を掴み、瀬戸内のライフスタイルブランドを確立



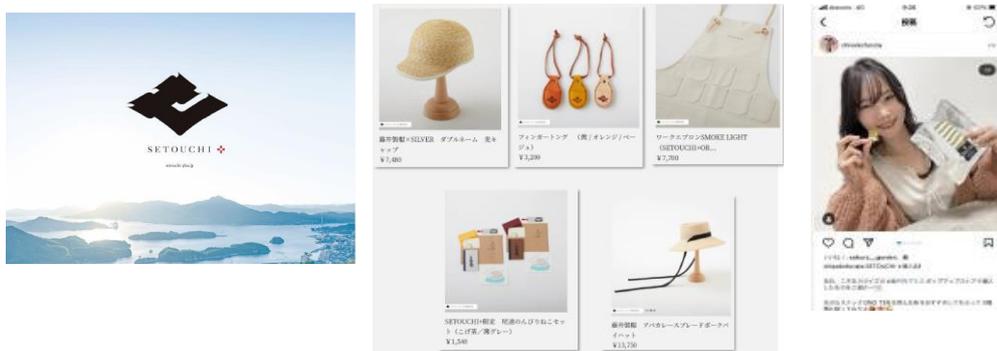
○ seedsの取組

広島伝統工芸や食材を活用した商品のストーリーや魅力を、リアル（イベント等）とデジタル（動画やバーチャル等）の体験を通じて顧客に伝え、商品を提供



○ まるか食品の取組

地域やファンから愛される新しい地域ブランドを立ち上げ、地元産品等を活用した新しい価値・魅力ある商品を提供し、顧客のブランドへの共感を拡散する仕組みづくり



○ 岩瀬商店の取組

ウェルネス市場が盛り上がる米国をターゲットに、禅宗をベースにした新しい商品とVR技術を活用した体験を提供

