

取組全体の概要:

海外EC(electronic commerce)サイト「楽天グローバルマーケット」において特設ページを開設し、東北の水産加工業者や卸業者等の参加を通じてB to C(Business-to-Consumer:企業と消費者間の商取引)の商流を広げ、被災地産品の輸出拡大を図る。

主な実施取組の内容

取組①検討会、研修の実施

<検討会>

○H28年7月26日(仙台)、H29年2月3日(仙台)

内容: ページ構成、露出媒体、現地施策検討

<事業説明会及び勉強会>

○H28年10月14日(仙台)、10月18日(盛岡)

内容: 事業の説明、既に楽天海外販売に取り組んでいる企業経営者による講演

<研修>

○H28年11月8日、12月20日→仙台

○H28年11月11日、12月21日→盛岡

内容: 配送国設定、決済方法導入等



事業説明会兼
勉強会の様子



研修の様子

取組②オフラインプロモーションの実証

<シンガポールでのPRイベント>

ABCクッキングスタジオとタイアップし、レシピ開発

○H29年1月16日

- ・PRイベント開催
- ・1DAYレッスン開催

→1か月間のレッスンに取り入れてもらう。



レッスンの様子



開発したレシピ

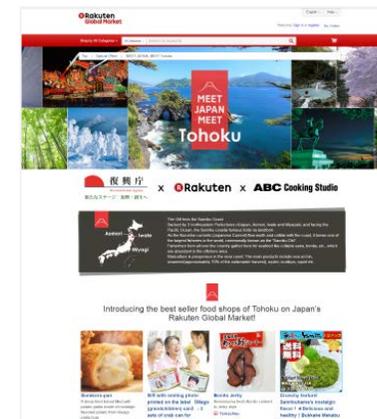
取組③オンラインプロモーションの実証

<キャンペーンサイトの作成>

○H29年1月10日～H29年3月15日

・対象事業数: 34事業者(うち30事業者が海外販売初実施)

・対象商品数: 144商品



キャンペーンサイトのイメージ

得られた成果

取組①: 越境ECの理解(手段・難易度)と参入意欲の向上

取組②: 料理を通じた三陸食材の認知・啓蒙、現地参加者によるSNS拡散

取組③: 対象事業者の越境EC参入機会創出・三陸食材の認知・販売促進。取扱商品数: 144点、輸出金額: 4,158,403円、PV数: 13,661

今後に向けた課題・活動の見通し

取組①: 外国語による問い合わせなどが来た際の対応レベルの差が出るので、さらなるスキルアップとフォローをしていきたい。

取組②: 敬遠されがちな三陸食材が、レシピ開発をはさむことによって多くの外国人に受け入れられた。さらなるレシピ開発を進めていきたい。

取組③: それぞれの海外向け商品ページのレベルや翻訳レベルに差があるので、スキルアップとフォローをしていきたい。