

想定される首都圏における施策例

資料3

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
施策例		<現行> アンテナショップ（現地で継続）	【新規】 アンテナショップ（移転）	【新規】 アンテナショップ（ショップインショップ型）	<現行> EC販売支援	【新規】 県産品販売店舗情報の発信	<現行> 百貨店における宮城県物産展	<R4のみ実施> 首都圏小規模フェア開催に係る経費の補助	【一部新規】 首都圏スーパーや民間セレクトショップ等における宮城県フェア	【新規】 ターミナル駅等におけるOMO形式の県産品発信	【新規】 BtoBコーディネーターの配置
概要		-	現地から移転する	小売店内（コンビニ含む）に県産品を常設できるスペースを設ける。商品選定は県が行う。	①県産品アンテナECサイト「食材王国みやぎプラザ」を活用した物販 ②県産品ポータルサイト「宮城県WEB物産展」や「宮城旬鮮探訪」を活用したメーカーECサイトへの誘導	首都圏で県産品を販売している店舗及び商品の一覧表を作成し、県HPや宮城旬鮮探訪を通して発信する	百貨店の催事場において、県内30～50事業者を集めた宮城県物産展を実施する	ターミナル駅等の人通りが多い場所において、出展者を取りまとめて実施する小規模フェアやアンテナショップ型ショップの出店に係る経費を補助する	客層の異なる複数のスーパー等においてポップアップコーナーを設置する	ターミナル駅等の人通りが多い場所において、試食をしていただき、購入はECを活用する	人脈を活かした県内メーカーと首都圏小売店のマッチング及び商品開発について助言する
機能	常設販売	○	○	○	○	○					
	イベント販売	○	○	○	○		○	○	○	○	
	テスト販売	○	○	○	○				○	○	
	卸売	○（要人員配置）	○（要人員配置）								○
メーカー	販路拡大	・商品PR（ショップへのマスコミ取材含む） ・首都圏販路の1つ	・商品PR（ショップへのマスコミ取材含む） ・首都圏販路の1つ	・商品PR ・首都圏販路の1つ	・商品PR ・首都圏販路の1つ	・商品PR ・首都圏における売上への貢献	・商品PR ・首都圏販路の1つ	・商品PR ・首都圏販路の1つ	・商品PR ・臨時の売上	・商品PR ・臨時の売上	・首都圏販路拡大 ・商品PR
	フィードバック	・売上情報	・売上情報	・売上情報	・売上情報、購入者属性情報等	-	・売上情報	・売上情報	・売上情報、購入者属性情報等	・売上情報、購入者属性情報等	・首都圏マーケットの情報
メリット	きっかけ	・商品との偶然の出会いに期待できる	・商品との偶然の出会いに期待できる	・商品との偶然の出会いに期待できる	・ほしい商品を探しやすい	・ほしい商品を探しやすい	・商品との偶然の出会いに期待できる	・商品との偶然の出会いに期待できる	・商品との偶然の出会いに期待できる	・商品との偶然の出会いに期待できる	-
	消費者 購入利便性	・複数の商品を1箇所で購入することができる ・小ロットで購入しやすい	・複数の商品を1箇所で購入することができる ・小ロットで購入しやすい	・複数の商品を1箇所で購入することができる	・宮城ふるさとプラザ販売商品の72%（セット商品での取り扱いを含めると88%）をECや通販で購入可能である ・時間や場所に関係なくいつでも購入することができる	・居住地の近隣で目当ての商品を購入することができる場所がわかる	・複数の商品を1箇所で購入することができる	・複数の商品を1箇所で購入することができる	・複数の商品を1箇所で購入することができる	・時間や場所に関係なくいつでも購入することができる	-
課題		・賃料約1.3億円の県支出 ・「池袋東口地区まちづくり協議会」検討区域に該当する	・移転先の検討 ・テナント面積によっては現行よりも商品数が減るため、常設販売機能及びテスト販売機能が低下する	・現行よりも商品数が減るため、常設販売機能及びテスト販売機能が低下する	概要①アンテナEC ・多数のECサイトが存在することから、デジタル広告による集客が重要となる 概要②ポータル ・ポータルサイトからメーカーECへ遷移を促進するための工夫が重要	・最新情報への更新を定期的実施する必要がある	・百貨店の入店客数が減少傾向にある ・新規出店者が少ない	・とりまとめ主体となる事業者が限られている	・客層のターゲットと場所の適切な設定	・OMO型イベントの効果が未知数	・首都圏小売店及び県内メーカー双方に精通した人物を探す必要がある
成果指標		・入店客数 ・首都圏における県産品新規取引件数 ・メーカーへのフィードバック	・入店客数 ・首都圏における県産品新規取引件数 ・メーカーへのフィードバック	・入店客数 ・首都圏における県産品新規取引件数 ・メーカーへのフィードバック	概要①アンテナEC ・訪問者数（アクセス数） 概要②ポータル ・メーカーECへの遷移数	・訪問者数（アクセス数）	・購買客数 ・首都圏における県産品新規取引件数 ・メーカーへのフィードバック	・購買客数 ・メーカーへのフィードバック	・購買客数 ・首都圏における県産品新規取引件数 ・メーカーへのフィードバック	・購買客数 ・首都圏における県産品新規取引件数 ・メーカーへのフィードバック	・首都圏における県産品新規取引件数