

**コロナ禍での販路拡大
EC(ネットショップ)
成功の秘訣を学ぶ**

**合同会社コンフォートワン
代表 小澤 富士男**

自己紹介



合同会社コンフォートワン

代表 小澤 富士男

システム開発、中小企業向けのコンサルティングを経て、その後、ヤフー株式会社に入社。ネットショップ関連のシステム開発に従事するとともに、各地の商工会議所にてネットビジネス計画立案セミナーを開催し、ネットショップ開設の支援を実施している。また、販売士一級更新セミナーにて講師を務め、店舗販売とネット販売のそれぞれの優位性の分析・紹介を行なっている。2020年4月にヤフーを定年退職して創業。

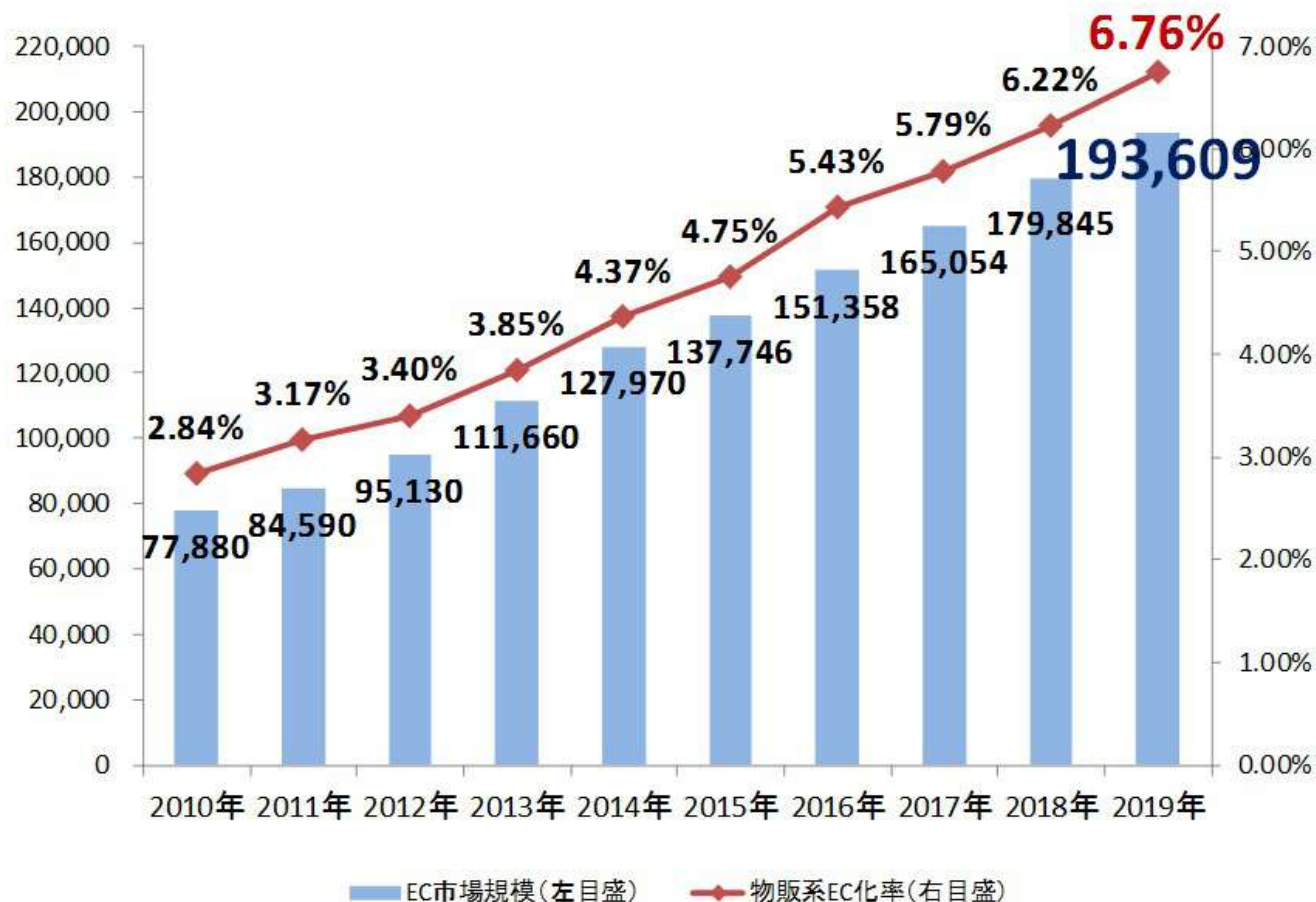
現在、商工会議所とヤフーの連携事業である「おもてなしギフトショップ」「E plus life」のプロデューサーを務め、中小企業のネットショップ出店を支援している。

1

ECの現状と狙うマーケット

ECの市場規模およびEC化率

図表 1-2 : BtoC-EC の市場規模および EC 化率の経年推移



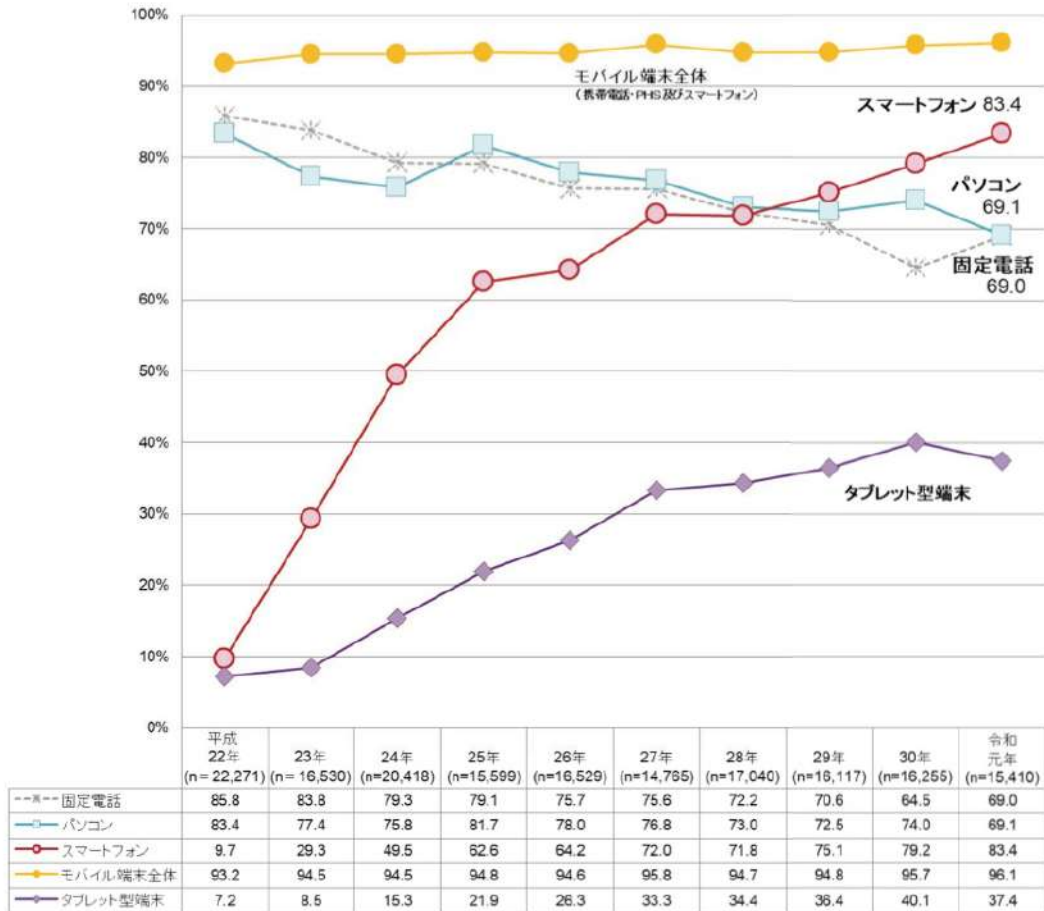
出所: 経済産業省 我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査) 2020年7月22日

国内EC市場は引き続き成長傾向

利用端末の変化

1. パソコンの利用率が下がる
2. スマートフォンの利用率が急増
3. タブレットの利用率が落ち着いている

利用端末の変化(グラフ)



思い立ったらベッドの中からも買い物ができる

ネットショップで販路開拓

**新たな販路としてネットショップを考えた場合、
どんなお店を作りますか？**

実店舗と同じようなお店？

全く異なるお店？

ネット上のお客様はどんなお客様？

ネットのお客様は日本中
をターゲットにするが、**都市
部のお客様**が多くなる



都市部のお客様は
相対的に**富裕層が多
い**(所得水準は高め)

どんなネットショップにするか

専門店、高級店を検討してみる

専門店を検討してみる

【多店舗展開可能】

- ・医療服専門
- ・飲食店服専門
- ・着職服専門

【多商品陳列可能】

- ・数千点の掲載可
- ・陳列場所不要
- ・メーカーカタログ転載

高級店を検討してみる

【店舗構築コスト少】

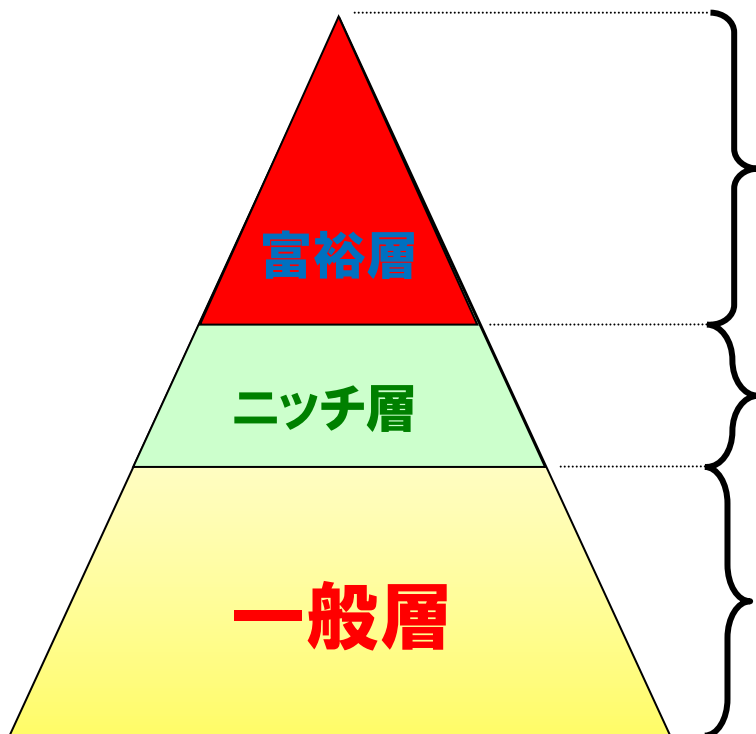
- ・高級感画像
- ・構築コスト同一

【実商品陳列不要】

- ・高額商品の在庫不要
- ・陳列安全リスクなし
- ・温度管理なども不要

成功の秘訣1 専門店・高級店を検討してみる

専門店、高級店のターゲットとは



全国なら絶対数が多い
ネットならターゲットになる

ネットでは大企業のマーケット
(激しい価格競争)

ネットツシヨップを開くなら



専門店



高級店



50・60・70代(プチ富裕層)



いつもと違う財布



ギフトと相性が良さそう

2

ギフトマーケットの現状

ギフトマーケットを考える

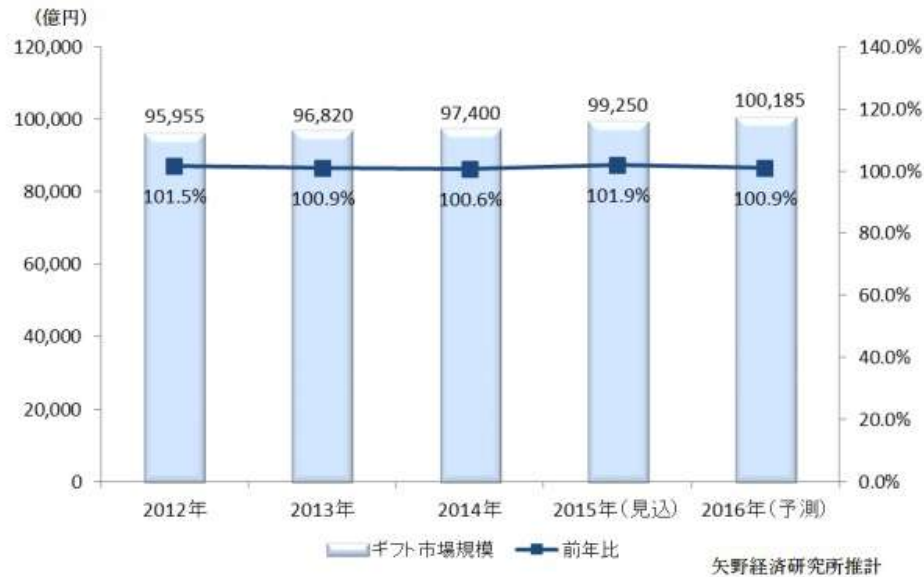
- **ギフトマーケットの規模は？**
- **伸び率、減少率は？**
- **特徴的な変化は？**

ギフトマーケットの最近の特徴

- 国内ギフト市場は約10兆円
- シニア向けのギフト需要が拡大している
- カジュアルなギフトが増えている。中元・歳暮もカジュアル化している
- 一時は下がっていた中元・歳暮も近年は下がっていない

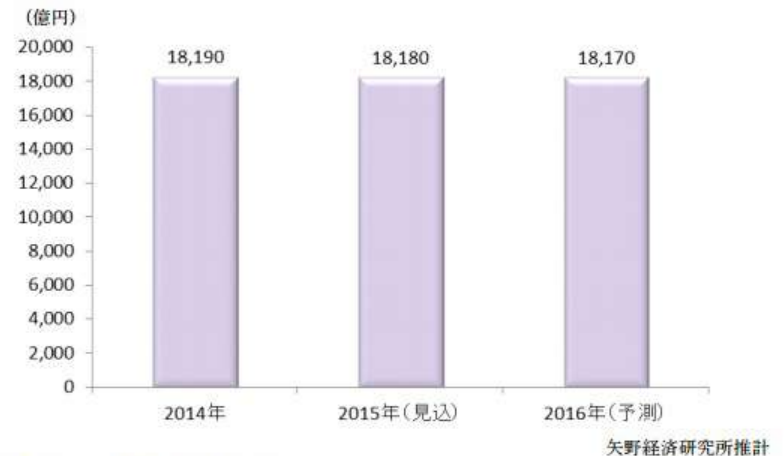
全体、中元歳暮も大きな変化なし

図 1. ギフト市場規模推移と予測



- 注1. 小売金額ベース
- 注2. (見込)は見込値、(予測)は予測値
- 注3. 過去に遡って市場規模を再算出している

図 2. 中元・歳暮市場規模推移と予測



- 注4. 小売金額ベース、個人・法人需要を含む
- 注5. 中元・歳暮市場規模は図1ギフト市場規模の内数
- 注6. (見込)は見込値、(予測)は予測値
- 注7. 過去に遡って市場規模を再算出している

成功の秘訣2 ギフトマーケットを狙う



安定している



中元・歳暮需要あり



日本人の儀礼好き



生活費とは別予算

3

ギフトとはなにか

一般的なギフトの特徴

- お客様が**予算を持っている**
- 日常の財布とは**別の財布**
- **目的**がはっきりしている (ビジネス、パーソナル)
- **ラッピングや熨斗が必要**
- **贈りやすさ、受け取りやすさが重要**

売る側から見たギフトの特徴

1. ギフトマーケット規模(約10兆)
2. いつ何を売るのが明確
3. 安売りしない(予算を持って来店)
4. 商品作りで付加価値UPができる
5. 自店のネットショップとけんかしない
6. 生活費の財布ではない

自社の商品でギフト商品を考えてみる

1. 予算に合う商品があるか
2. ギフトラッピングがしっかりしているか
3. 受け取った人が困らないか
4. 受け取った人が喜ぶか
5. 熨斗対応などができるか
6. 自分の気持ちは伝わるか

ギフト商品とは



予算に合う



目的がはっきりしている



ラッピングが重要



気持ちが伝わる

4

ギフト商品の開発

成功の秘訣3 ギフト商品へアレンジする

現商品洗い出し



1. 予算に合わせる
2. 年間のイベントをターゲットにする
3. 人生のイベントをターゲットにする
4. 個人のイベントをターゲットにする
5. ギフトラッピング・熨斗を考える
6. 驚きや感動がある

ギフト商品

ギフト商品へアレンジ(価格帯)

【お祝い用の価格帯】

3,000円

5,000円

8,000円

10,000円

15,000円

20,000円

【不祝儀の価格帯】

2,000円

4,000円

10,000円

ギフト商品へアレンジ(年間のイベント)

お正月

バレンタインデー

ひな祭り

ホワイトデー

卒業

入学

新生活

母の日

父の日

梅雨

初夏

お中元

お盆

敬老の日

ハロウィン

お月見

お歳暮

クリスマス

ギフト商品へアレンジ(人生のイベント)

お誕生

お食い初め

卒業・入学

成人式

就職

昇進

定年退職

結婚

新築

引越し

開店

ギフト商品へアレンジ(個人のイベント)

誕生日

お礼

プチギフト

還暦

米寿

お悔やみ

法事

ギフト商品へアレンジ(ギフト体裁)

- ラッピング
- 熨斗
- メッセージカード
- 名入れ

商品アレンジのポイント

1. 新規の商品開発**ではない**（時間をかけない）
2. 新たな仕入れなどを極力しない（**リスクを背負わない**）
3. お客様**主体で考える**
4. お金をかけずに**手間をかける**（大量販売を目的としない）

5

ギフト商品の販売チャネルとは

ギフトの販売チャネル

- 百貨店、セレクトショップ
- カタログ通販(シャディ)
- ネットショップ(ギフト専門店)



百貨店・セレクトショップ



TAKASHIMAYA



SOGO



特に地方百貨店は厳しい状況が続いている

カタログ通販



n,

週刊 通販生活

BELLE MAISON

Shaddy.jp
笑顔つながるギフトはシャディ

cecile

dinos

ベルーナ

ほとんどがネットショップに軸足を移している

成功の秘訣4 ギフト専門ネットショップ

おもてなしギフトで想いを届ける。
おもてなしギフトで笑顔届ける。
お世話になったあの人へあなたの故郷をおくりませんか？

おもてなしギフト×全国の商工会議所

全国の商工会議所からお贈りするギフトですので安全・安心。
全国各地の特産品・隠れた名産品を産地直送でお届けします。



これからはギフトの販売チャンネルはネットを重視

ネットショップサービス比較(時間)

■ 店舗運用、顧客対応などに時間がかからないか

少	サービス名	店舗構築	集客施策	店舗運用	顧客対応
1	おもてなしギフトショップ	不要	不要	不要	不要
3	Yahoo!ショッピング	必要	必要	必要	必要
2	アマゾン	必要	不要	不要	必要
3	楽天	必要	必要	必要	必要
3	自主店舗	必要	必要	必要	必要

サービス名	商品出品	ニュースレター	伝票記入	入金管理
おもてなしギフトショップ	不要	不要	不要	不要
Yahoo!ショッピング	必要	必要	必要	必要
アマゾン	必要	不可	必要	必要
楽天	必要	必要	必要	必要
自主店舗	必要	必要	必要	必要

ネットショップサービス比較(お金)

■ 固定費(売れなくてもかかるお金)がどのくらい必要か

少	サービス名	初期費用	年月費用	販売費用	広告費用	決済費用
3	おもてなしギフトショップ	0円	1万円/年	30%	0円	0円
1	Yahoo!ショッピング	0円	0円	0円	実費 (数万円~)	カード決済 (約4%弱)
2	アマゾン	0円	4,900円	8~20%	0円	0円
4	楽天	0円	19,800円~ 10万円/月	2~6.5%	実費 (数万円~)	カード決済 (約4%弱)
2	自主店舗	サーバ、ドメイン、 カート費用	サーバ費用	0円	実費 (数万円~)	カード決済 (約4%弱)

ネットショップサービス比較(スキル)

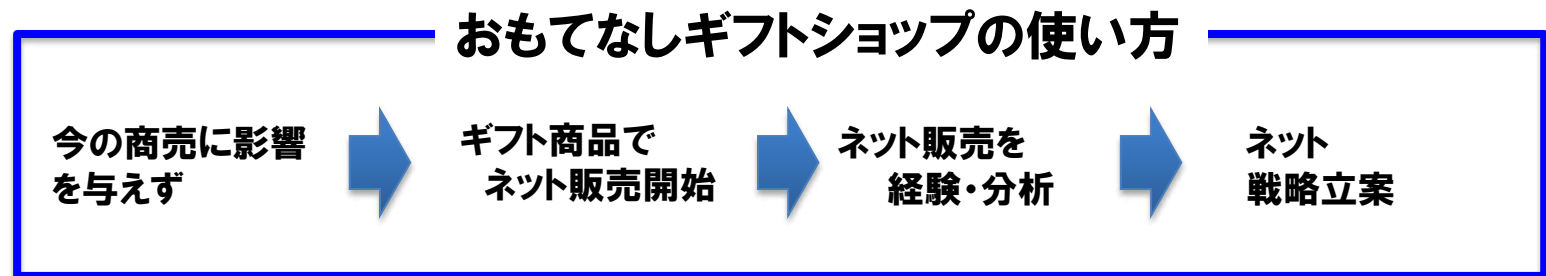
■PCを使ったり、写真を加工したりしなければならないか

少	サービス名	写真撮影	写真加工	店舗構築	顧客対応	受注
1	おもてなしギフトショップ	必要	不要	不要	不要	メール
2	Yahoo!ショッピング	必要	必要	必要	必要	PCツール
2	アマゾン	必要	必要	必要	必要	PCツール
2	楽天	必要	必要	必要	必要	PCツール
2	自主店舗	必要	必要	必要	必要	PCツール

ネットショップサービス比較(まとめ)

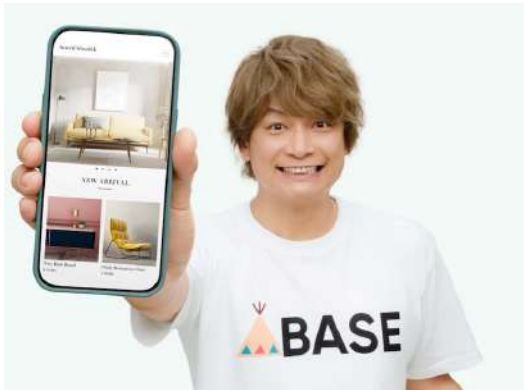
おもてなしギフトは、時間、お金、スキルのトータルで一番

サービス名	時間(手間がかからない)	お金がかからない	スキル不要
おもてなしギフトショップ	1	3	1
Yahoo!ショッピング	3	1	2
アマゾン	2	2	2
楽天	3	4	2
自主店舗	3	2	2



モールではなく単独ネット店舗

単独店舗は、無料らしいツールがたくさん。



決済手数料

3.6% + ¥40

決済手数料は、すべての決済方法で共通。
安くシンプルな料金設計でお使いいただけます。

決済手数料は送料にもかかります。別途サービス利用料3%
がかかります。



自分のペースで始められる
フリープラン

月額料
¥0/月

決済手数料
5%

今すぐ始める

無料ではじめる。
おおきく育つ。



	カード	コンビニ	フリー
決済手数料	0%	0%	0%
決済手数料	0%	0%	0%
クレジットカード (標準料 税込500円)	✓	✓	500円
コンビニ決済 (5)	✓	✓	500円

いろんなひとが、ネットショップをはじめてる。

はじめての人も
いますぐ、かんたんに

むずかしい知識や技術は必要ありません。
自分だけのネットショップが、今すぐ無料で開設できます。

まずはアカウント作成 >

TVCM公開中! >



初期費用

11,000円
(税抜10,000円)

月額費用

10%OFF
9,900円
(税抜9,000円)

売上手数料

0円

決済手数料はかかりません。 集客費用はかかりません。(広告費)

6

成功の秘訣5 商工会議所のサービス利用

おもてなしギフトショップとは？

日本商工会議所・横須賀商工会議所 連携による「地域産品ギフトショップ」

4つの特徴

- ①横須賀商工会議所が
Yahoo! JAPANと連携して
Yahoo! ショッピング上に開
店したネットショップ
- ②日本商工会議所、全国の
商工会議所と連携
- ③商工会議所会員企業
のみ出店可能
- ④ギフト専門店のため、安
売りはしない



マルキ遠藤商店
寄磯浜の自慢の海産物

昭和元年に初代が、この寄磯浜の海産物の素晴らしいに惚れ込み始めた養殖、加工は、その自利きの通り 87 年に渡り自慢のホタテ、アワビ、ウニ、ワカメ、ホヤを届けてお客様に喜んで頂いています。創業以来、我々家族を助けてくれたのは海でした。そして養殖場、工場の全てを襲い去ったのも海でした。それでも、海と生き、養殖の為に生きる事を決めました。養殖を自慢したく、養殖で獲れる自慢の海産物を詰め合わせました。まずは、素材そのものの味を楽しんでください。寄磯浜を近くに感じていただけたら嬉しいです。何も無いところですが、仙台から3時間で来れますのでお立ち寄りください。

マルキ遠藤商店
〒986-2404 宮城県石巻市寄磯浜前浜 76-2 TEL: 0225-48-2333
営業時間: 10時~18時 定休日: 日曜日



2014年3月末
グランドオープン！

- ・出店店舗はすべて商工会議所会員なので安心！
- ・購入者も安心して購入！

4つの手間なくネットショップを開設！

- ①店舗構築不要！②店舗運営不要！
③伝票作成不要！④入金管理・配送料管理不要！

時間がない

- 店舗構築不要
- 店舗運営不要
- 伝票記入不要
- 商品撮影依頼可（有料）

投資資金がない

- 会費：1万円/年
- あとは成果報酬
- 修正等追加費用なし

スキル（人）がない

- メールの送受信スキル
- キャリア&
商工会議所支援
- 専門知識不要

- Yahoo! ショッピングで全国展開、中小企業にとって少ないコストで販路拡大のチャンス！
- “売れるギフト化” 支援により全国向け商品に！
- 全国の商工会議所連携で、会員が商品を掲載し、会員が購入するショップに！
- Yahoo! JAPAN、Yahoo! ショッピング コマース・エキスパート等、プロが支援！

ネットショップを安心して出店できます！

店舗構築・運営が手間いらず



①店舗構築不要！

- ・ヒアリングをして事務局が作成
- ・製作過程をWebで適時確認

②店舗運営不要！

- ・注文は事務局からメールで送信
- ・配送料は全国一律
- ・店舗は横須賀商工会議所が運営

③伝票作成不要！

- ・注文翌日、ヤマト運輸が記入済
配送伝票を店舗にお届け

④入金管理・配送料管理不要！

- ・注文のあった月末締め翌月末入金
- ・配送料、手数料等は横須賀商工
会議所が一括支払

どんなネットショップか

大手モールに出店

YAHOO! ショッピング
JAPAN

PayPay モール

ギフト商品作り



安売りなし



店舗構築・運営なし



送料は全国一律

常温品: 770円
冷蔵冷凍品: 990円

40・50・60代



売上報告・入金



配送伝票印刷



年会費: 固定



シンプルな仕組み

手間がかからない、成果報酬型、メールができればOK



商品発送の為の情報は、メールにて通知しますので、メールを使える準備をお願いします

出荷分を月末に締めて、翌月末に口座に振り込みます。

こんなお店が出来ます

生産者の“こだわり”と商品説明を徹底して紹介します。

【商品ページ】

あまのこ
平手落花生 新豆人形 産地直産品
産地：鹿児島県日置市(11月下旬～12月)

配達先のご注文ください
この商品の配達先は〒710-0001 岡山県岡山市東区です。
配達先が異なる場合は、ご注文時にお知らせください。
配達先が異なる場合は、ご注文時にお知らせください。
配達先が異なる場合は、ご注文時にお知らせください。

送料
送料：送料別
送料：送料別
送料：送料別

石井商店
産地直産品
産地：鹿児島県日置市(11月下旬～12月)

あまのこ
平手落花生 新豆人形 産地直産品
産地：鹿児島県日置市(11月下旬～12月)

石井商店
産地直産品
産地：鹿児島県日置市(11月下旬～12月)

一粒食べたら止まらない・・・職人の技がこれほどすごいとは・・・
産地から生産時期にまでこだわり月精だめてつくり出させる落花生です。「落花生で感動してもらいたい」とそんな願いをこめた、焙煎職人の手むき落花生をお届けします。

天目干しの手むき落花生
仕入れは天目干しの千葉産の平手落花生にこだわりますが、産地から生産時期にまでこだわり月精だめてつくり出させる落花生です。「落花生で感動してもらいたい」とそんな願いをこめた、焙煎職人の手むき落花生をお届けします。

天目干しの手むき落花生
仕入れは天目干しの千葉産の平手落花生にこだわりますが、産地から生産時期にまでこだわり月精だめてつくり出させる落花生です。「落花生で感動してもらいたい」とそんな願いをこめた、焙煎職人の手むき落花生をお届けします。

創業60年を超える老舗
その焙煎技術には理由がある！
創業60年を超える老舗。その焙煎技術には理由がある！創業60年を超える老舗。その焙煎技術には理由がある！

包装紙の秘密
包装紙の秘密。その焙煎技術には理由がある！創業60年を超える老舗。その焙煎技術には理由がある！

落花生へのこだわり
手割き落花生
原料の落花生の殻を一つ一つ手で割き豆を割つけない様、機械割きを使わずに、平手の落花生は手割きにこだわっています。

天目干し手立ち落花生
千葉産の平手落花生を天目干しにして、手立ち落花生に仕上げます。天目干しの手立ち落花生は、天目干しの手立ち落花生に仕上げます。

低塩産庫にて焙煎
低塩産庫にて焙煎。その焙煎技術には理由がある！創業60年を超える老舗。その焙煎技術には理由がある！

商品内容
手割き落花生100g×10袋
手割き落花生
厳選した天目干し千葉産平手落花生を天目干しにして、手立ち落花生に仕上げます。天目干しの手立ち落花生は、天目干しの手立ち落花生に仕上げます。

ラッピング
落花生は、一つひとつ丁寧に袋詰めして化粧箱に詰め、オリジナル包装紙をかけてお届けいたします。(買手のご希望も承ります)

【生産者ページ】

石井商店
焙煎職人の手むき落花生
焙煎一筋六十余年の石井商店、職人・石井一郎が、納得の豆だけを厳選してお届けいたします。仕入れた天目干しの千葉産の平手落花生は、手の感触と香りの両方で水分量を判断して、手割き産庫内で豆殻を均一に割き、手作業で大きさを品質で選別します。豆を傷つけない様、落花生の殻は一つ一つ手で割くのがこだわり。焙煎は職人の腕の見せどころ。火の強さ、焙煎庫内の水分状態を調整しながら約一時間かけてじっくり煎り上げます。パターナッツに使う塩は、自然の結晶「富古島の塩」。職人こだわりの落花生を、どうぞお召し上がりください。

落花生製造販売・石井商店
〒237-0075 神奈川県藤原市日置町3-34 電話：046-861-3953 FAX：046-861-2550
営業時間：9時30分～18時30分(通常営業日：日曜日(夏休み7月～9月：日・月休)) (12月：無休)
日曜無休まつり期間中：日曜日も17時まで営業

この生産者の他商品

あまのこ 平手落花生 新豆人形 産地直産品
あまのこ 平手落花生 新豆人形 産地直産品
あまのこ 平手落花生 新豆人形 産地直産品

出店条件

費用

商工会議所・商工会会員 : 1.1万円/年 (税込)
→所属している商工会議所にお支払ください。

商工会議所・商工会会員ではない方 : 商工会議所へのご入会をお願いします

- ・売上に応じた手数料(売れたら70%で仕入れさせていただきます)
- ・商品数は5商品まで(お試しセット(2,980円)もご検討ください)

販売価格

販売価格(税込、送料込) = 商品価格(税込) + 送料(税込)

振込価格(税込) = 商品価格(税込) × 0.7(70%)

※送料は、常温便(770円)、冷蔵、冷凍便(990円)で計算してください

※販売価格が3,000円以上になるようにしてください

※配達完了分の月末締め、翌月末銀行振込となります

※振込手数料は、おもてなしギフトショップが支払います

※販売手数料(30%)には、店舗構築費用、商品情報構築費用、クレジットカード決済手数料、ポイント付与原資、口コミ報酬、配送伝票印刷手数料、全国一律送料差額、販売促進費用、店舗運用費用を含みます

ご用意いただく写真

店舗写真

みなさんでも撮れる写真

メイン画像で使える写真



働いている写真



ラッピング写真



ブラックボード写真



店舗の特徴紹介写真・こだわりの写真



店舗紹介ページで、欲しい写真のイメージを伝えます

商品写真

プロにとって欲しい写真

包装済外装



正対全景



シズル感



包装+開封



商品アップ



1品ずつの写真も必要です



地元のカメラマンをご検討ください。
おもてなしギフトのオプションもあります。

全国の特産品・名産品を産地直送してお届けする地域ブランドギフト専門誌

地域を味わい、地域を贈ろう。

おもてなしギフト

写真撮影サービス

1送付分
5品まで

3.3万円(税込)
2021.4.1現在


送料は依頼者負担
通常は返送なし

令和2年度 参加状況

2021年3月末現在

～全国の隠れた逸品で本当のおもてなし～

全国 おもてなしギフト **産直逸品**
-OMOTENASHI-

全商品こだわりのラッピング 

全国どこへでも **送料無料**でお届けいたします。

参加会議所数：全国65商工会議所外部2団体

参加店舗数：230店舗 掲載商品数：954アイテム

令和元年度売上実績

売上：約1,599万円

販売個数：3,008アイテム

令和2年度売上実績

売上：2,583万円

販売個数：3,741アイテム



横須賀からの出店の皆さん



新倉ジャム
母の味をそのままに



調味商事
ご当地カレー＆シチュー



ウッドアイランド
カレー人気コンテスト1位



森定商店
水に浮く気泡入コンニャク



横須賀シフォン
無添加ふわふわシフォンケーキ



ヤチヨ
食べることは楽しく生きること



精栄軒
全国観光土産品推奨カステラ



上海亭
水餃子にこだわる



サイドキッチン オックス
ささやかなHappyをお届けしたい



本まぐる直売所
美味しいマクロにこだわる



妙宝水産
原材料にこだわる久里浜の干物



for you
世界に1つフィニッシュローズ



さくら総本家
伝統に基づく和菓子



日本茶専門店 茶井
日本茶の魅力100%伝える



宝美堂
人生の門出に贈る印鑑



ナカショウインターナショナル
美白へのこだわり



イカエンジニアリングマテリアル
思いを伝えるにこだわる



ブルームーン
二人の間を笑うことにこだわる



有限会社 カシユカシユ
可愛さにこだわる



横須賀方丈
カレーを楽しむにこだわる



株式会社 古敷谷畜産
肉の見極めにこだわる



ティアラ
健康にこだわる



マルト
生活の楽しさにこだわる



横須賀ビール
みんなの笑顔にこだわる



和菓子司 いづみや
世界に誇る和菓子にこだわる



横須賀シーゾンス商会
優しさにこだわる



今、消費者が求める持続可能な社会

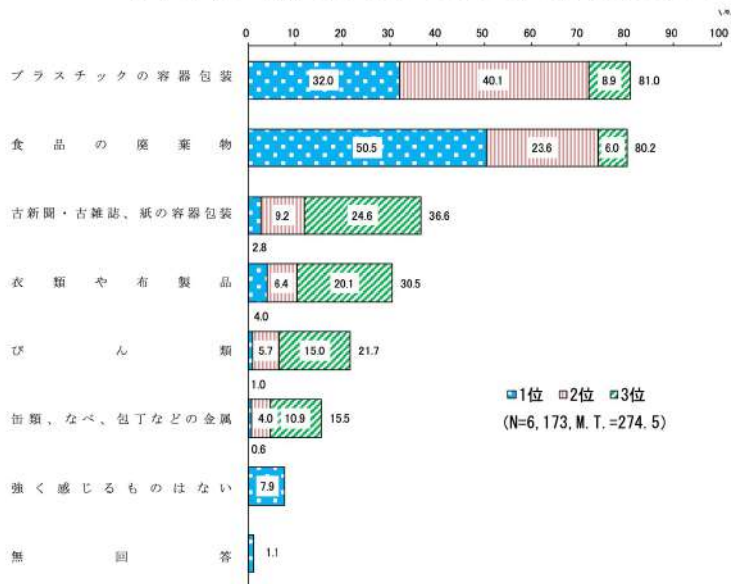
令和元年度消費者意識基本調査(消費者庁)

(1) 「生活全般や消費生活における意識や行動」について

(捨てる量を「減らさなければならない」と最も強く感じるものは、「食品の廃棄物」50.5%)

- ・日頃の生活で捨てる量を「減らさなければならない」と強く感じる順に上位3つを聞いたところ、合計の多い順に、「プラスチックの容器包装」が81.0%、「食品の廃棄物」が80.2%。なお、1位の多い順では、「食品の廃棄物」が50.5%、「プラスチックの容器包装」が32.0% (複数回答上位3つまで、図1-8)。

捨てる量を「減らさなければならない」と強く感じるもの



(2) 「食品をめぐる意識や取組」について

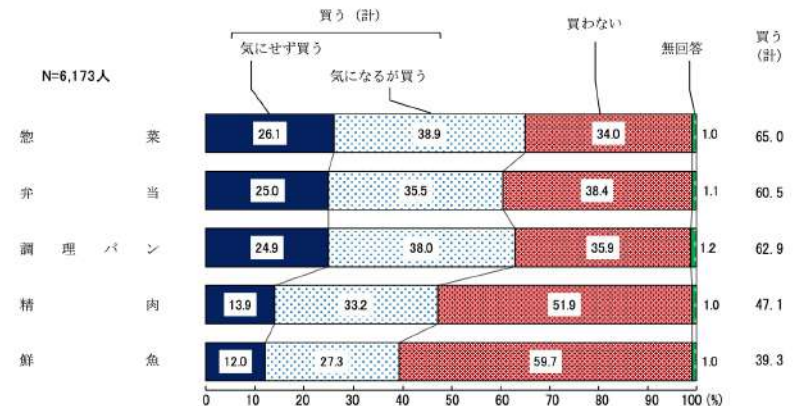
(95%以上が「賞味期限」・「消費期限」の意味の違いを認知)

- ・「賞味期限」と「消費期限」の意味の違いを知っているか聞いたところ、「知っている(『知っている』+『なんとなく知っている』)」の割合は95.4% (図2-1②)。

(消費期限が近づいた「惣菜」、「調理パン」、「弁当」について、約6割は「買う」)

- ・消費期限が近づいた食品について、「買う(『気にせず買う』+『気になるが買う』)」とした割合が高い順に、「惣菜」が65.0%、「調理パン」が62.9%、「弁当」が60.5%。
- ・一方、「買わない」の割合では、「鮮魚」が59.7%、「精肉」が51.9% (図2-2②)。

消費期限が近づいた食品について(あなたの行動)



SDGs ・ エシカル消費

SDGs



国連が定めた持続可能な開発目標

エシカル消費

人体・環境への負荷、社会貢献などを重視して生産された商品やサービスを選択的に消費する行動及び理念で、エシカル(ethical)は「倫理的な、道徳上の」という意味があります。

似た概念に、オーガニック食品・化粧品やリサイクル素材の衣料・雑貨といったエコ商品のグリーン購入がありますが、エシカル消費はこれに加えて、紛争や児童労働が関与していない嗜好品・宝石・貴金属、フェアトレードで取り引きされる製品・資源などの消費も含まれます。

また、被災地復興、過疎地再生、障害者自立などの支援を目的にした消費行動、加えて賞味・消費期限の近い食品を購入する行動(食品ロスの削減)やマイバッグ持参行動(レジ袋の辞退)なども対象とされています。

おもてなしギフトはエシカル消費を応援

エシカル商品を掲載する姉妹店「E plus life」

その後、エールマーケットに推薦



おもてなしギフトがエシカル
ポイントを洗い出して推薦



成功の秘訣6 エシカル商品

1-1 エコ認定(認証商品(エコマーク・有機JASなど))

- ・国や国際機関・自治体など公的機関が認証した商品。その会社独自基準による「認証」はNG。

1-2 オーガニック(無農薬・オーガニックなど)

- ・主原料となる農産物(加工品なら大きな割合を占める原料)が無農薬の商品(海外でもOK)
- ・「オーガニック・有機」は注意必要。商品ページに「オーガニック・有機」の内容が詳細に書いてあればOK。根拠のない場合はNG。
- ・「無添加」だけでないこと

1-3 環境配慮保護(リサイクル・自然保護)

- ・製品の大半の原料がリサイクルの原料による製品(一部の部品だけはNG)
- ・間伐材の活用など、森林や海洋保護に資するもの
- ・その製品を通して、森林や海洋保護の活動を行っているもの。

1-4 動物に配慮(動物への配慮)

- ・動物実験をしないなど、動物への痛みやストレスを抑えた商品

1-5 CO2配慮対策(CO2対策など)

- ・商品の生産・流通・消費のいずれかの段階で、CO2削減対策が顕著な商品

1-6 旬食材

- ・生鮮品を想定。「国産の産地×品種」で旬の時期が商品ページに明示され、その時期に販売するもの
- ・ただし「旬」でも不漁の場合は注意が必要。販促自体が環境に負荷をかける恐れがある。

1-7 無添加

- ・環境負荷を伴わないもの

1-8 天然素材

- ・天然・自然素材など地球環境に優しい素材

成功の秘訣6 エシカル商品

2-1 就労支援(障がい者・就労困難者支援)

- ・福祉施設に作業を委託したり、障がい者が主体となって商品に関わっている商品
- ・社会復帰を目指す人など就労困難者が作ったり販売した商品

2-2 顔がみえる物(生産者の顔が見える)

- ・商品ページに、生産者の写真がありその役割がわかるなど、買い手からみて生産者のイメージが認識できる商品。個人でなくグループの場合も可

2-3 寄付つき(寄付付き商品)

- ・寄付先がある程度明確で、持続可能な社会(エシカル)へ使われる寄付であること。

2-4 フェアトレード(フェアトレード)

- ・単なる輸入販売だけでは不可。フェアトレード製品を仕入れて国内で加工するなど、国内で付加価値をつけた製品。

3-1 地域産品(地域素材かつ地域加工)

- ・「地産・地加工」。生産物と加工など2つの過程において、同じ地域で生み出された商品。
- ・「地域」は原則、同じ県内。県境でも生活圏が同一のところはOK。

3-2 復興支援(復興支援・災害支援)

- ・東北「復興支援」は「ストア所在地か商品が被災3県にあり、商品画像が基準を満たすもの」。
- ・地震だけでなく、水害など自然災害を受けた地域の復興支援を含む。

3-3 伝統工芸(伝統的なものづくり)

- ・伝統工芸品で、その土地に根づくもの。その土地の人に認知あるもの。

3-4 郷土料理(伝統的な食べ物)

- ・郷土料理で、その土地に根づくもの。その土地の人に認知あるもの。

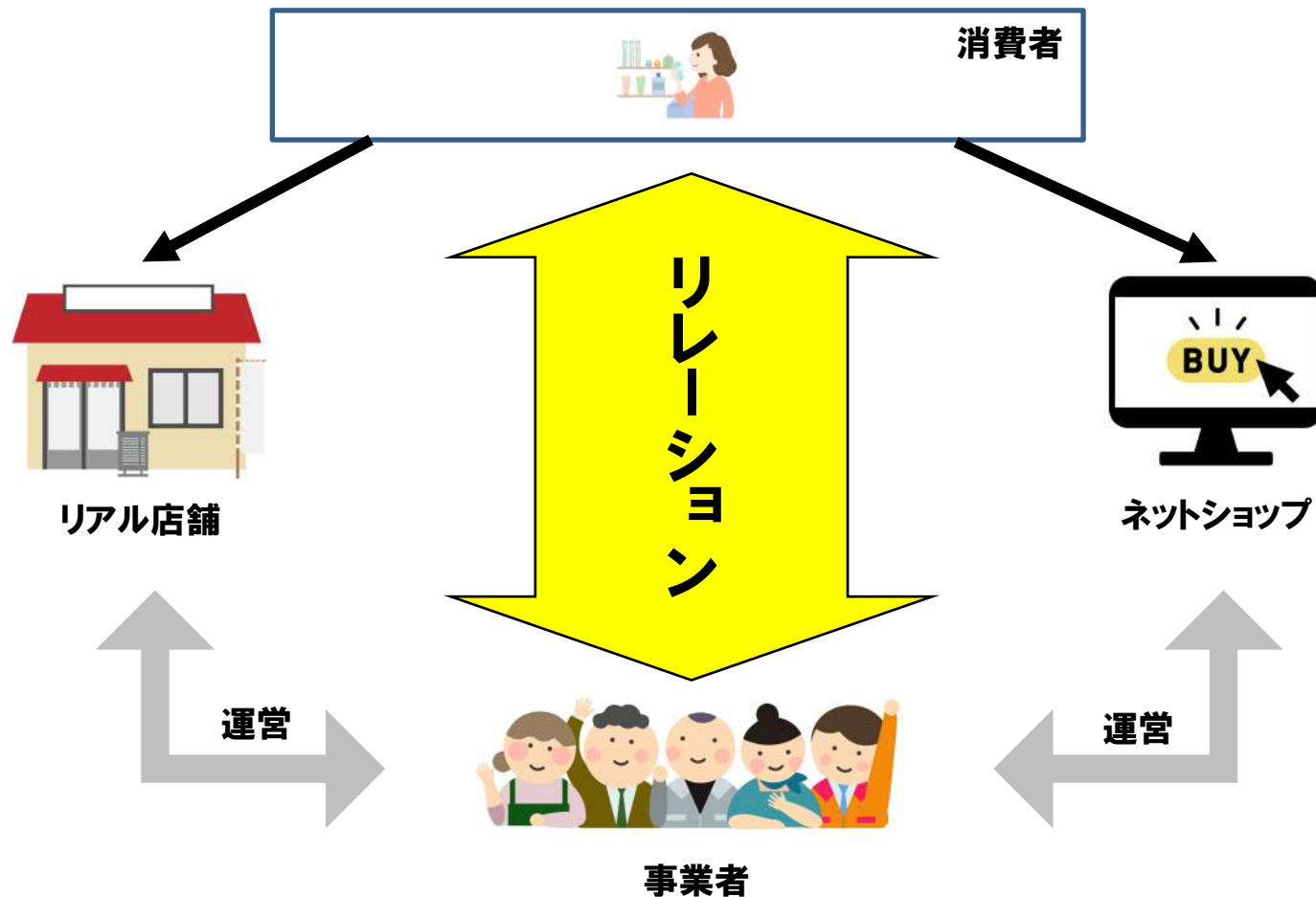
3-5 地域雇用(地域の雇用を生み出す)

- ・商品の生産自体で、年間を通して安定的だったり、期間限定でも一定の雇用を生み出しているもの

成功の秘訣7 DXへの取り組み

DX(デジタルトランスフォーメーション)「デジタル技術による変革」

リアル店舗での販売から、ネットショップ出をすることもDXですが、もう一步先の事例を紹介します。



お客様との関係作りにDXを利用

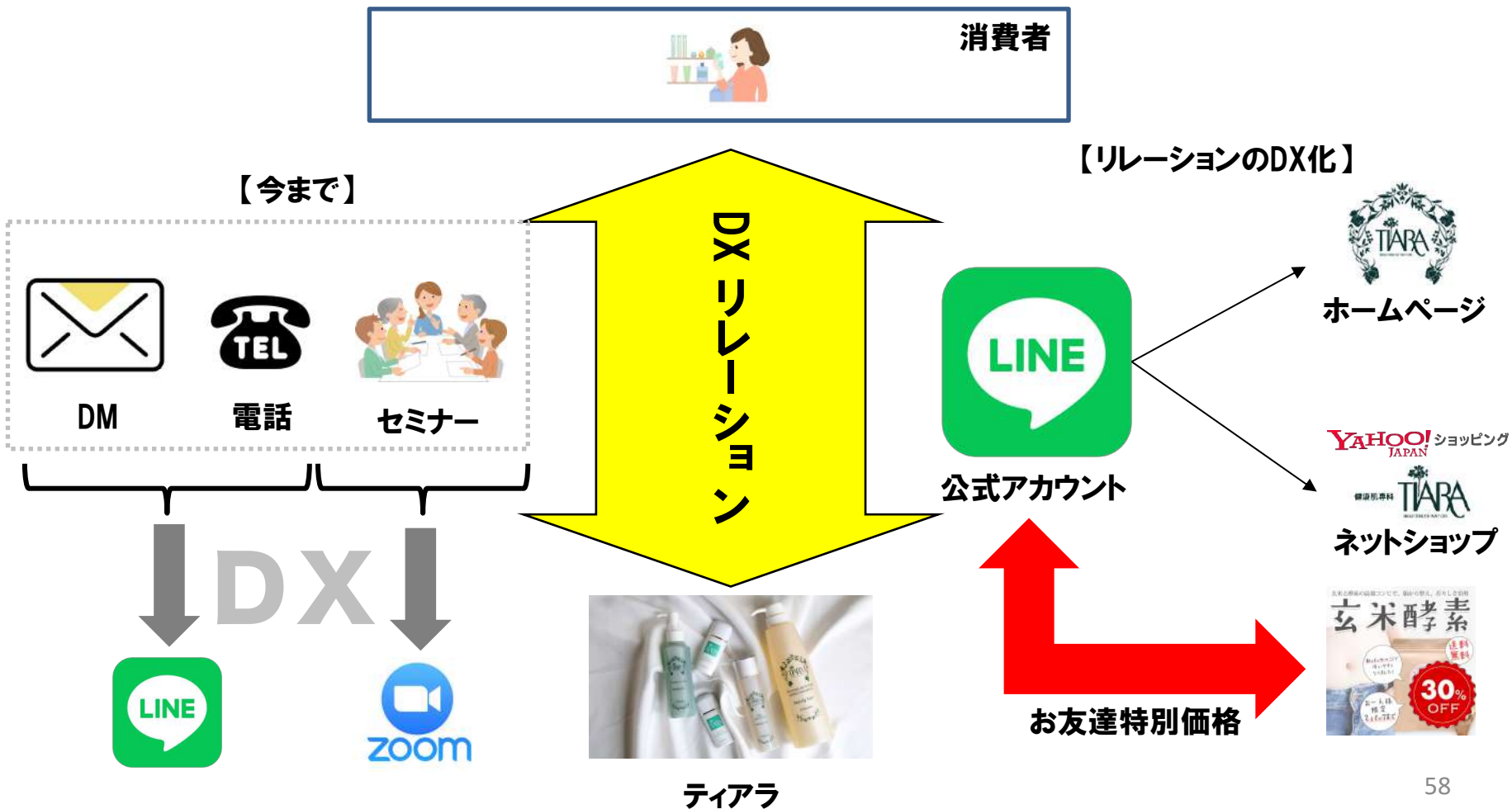
DX(デジタルトランスフォーメーション) を使ったお客様との関係作り

リアル店舗での販売から、ネットショップ出をすることもDXですが、もう一步先の事例を紹介します。



ティアラ様のDXへの挑戦

お客様との関係作りにLINEを中心に据え、手の中に入り込む
セミナーをオンラインZOOMにして、感染のリスクをなくす



ネットショップを活用して

**皆さんの心のこもった商品を
全国の消費者へ**

