

今後の宮城県物産振興施策への意見

令和3年3月23日

伊藤秀雄

課題と方向性

<課題>

- ①県物産関係企業が小規模事業者が多い
- ②実店舗での販売(面積・立地など)、コストパフォーマンス(家賃・送料など)の限界
- ③ECサイトへの資金、人材投入力不足
- ④観光との連携不足(誘客への情報発信、土産販売、関係人口化へシフト)

<方向性>

- ①県内事業者が協力し、営業活動をする
- ②自立できる店舗運営とピッキングセンターとの兼用→グループシナジー期待、65年間の実績
- ③投資的広告を予算化し、そのオペレーションに係る指導的人材確保とオペレーター育成
- ④③の差別化として、「ひと」との関わりを深める手段として観光との連携が重要。「心と心」を繋ぎ
継続させるツールとしてSNSなどをフル活用し、関係人口を増やす。

EC販売対策本部
(組織: 県・物協、人材: 指導者外部、物協人材育成)

施策展開イメージ

県観光協会
(観光と物産販売は一体)

宮城県(EC販売対策本部)

県内物産製造者・県観光協会

宮城県物産振興協会

外販営業

催事販売

EC店舗

リアル店舗
ピックアップC



モール型

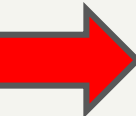
- ✓ 簡単に始められる
- ✓ 集客力がある
- ✓ 信頼感がある

自社型

- ✓ 利益率が高い
- ✓ ブランディング
- ✓ リピーターの確保



情報



情報・ピックアップ

物産・観光

お客様



情報・もの

宮城県物産振興協会の現状

<理念>

- ①我が協会は、産学官及び会員相互の連携により県民に誇れる商品づくりを目指します
- ②我が協会は、国内外のお客様に向けた販路開拓を支援します
- ③我が協会は、地場産業の育成を図り、地域社会の発展に寄与します

<目指すべき姿>

★**県民が誇れる特産品の開発をサポートし、宮城県のものづくり産業をリードしています**

会員数(280人)→市町村の物産協会の会員数千人

売上貢献→17億円 (今期は60%想定)

ふるさとプラザ(5億円)、物産展(5、5億円)、外販(4億円)、仙台いろは(1億円)

その他(1、5億円)

まとめ

- 県内の売れる物売るのではなく、**小規模事業者にも関わり**ながら、自立した運営を目指す
- 観光(農山漁村・教育・文化)と連携した販売を強化する→**モノを売るから人を売る**
- 継続的な事業展開には、既存の販売サイトに丸投げでなく、**自助努力が必要**→**差別化**
- ウィズコロナでの対応策から、ECサイトの即効性に期待する