

有限会社播磨海洋牧場

◆兵庫県・岡山県の日本食品・食材を中心とした生産メーカーを取りまとめることによって、物流費の低減を図りつつ、香港・マカオ向けにBtoB、BtoCによる販路開拓等プロモーションを実施する。また、SNS等によるプロモーションを実施し、継続輸出に繋げると共に、将来的にはインバウンドの拡大を目指す。

◆BtoBで主に展示商談会への参加により新規販売先を開拓し、並行して、BtoCで現地ECサイトへ参画しカタログショッピング等による販売プロモーションを実施する。またSNSを活用した現地インフルエンサー等によるプロモーションも実施し、これら本事業におけるプロモーション効果や販路開拓への効果などを検証する。

◆実証事業を通じて、現地飲食店における継続使用、レギュラー商品化、ECサイト上での継続販売、新規販路開拓による輸出商品の増加などが見込まれる。本アプローチのメソッドは本格的な輸出に近いシミュレーションを行うことができるため、事業終了後に各メーカーが独立して輸出事業を行うことが期待できる。

各メーカーの商品をまとめ輸出

↓ メーカー ↓
従来の課題
最小ロット割れ
簡略化により実践的でない
諸費用コスト負担が大きい
実販売時の効果を検証しにくい

プロモーション

↓ 商社・コンサル会社 ↓
従来の課題
試供品程度の物量
短期間で認知につながらない
本格輸出に切り替えづらい
PR中、後の入手場所確保可能性
地域でまとまったプロモーションをかけることで、消費者にとっても魅力的、メーカーにとっても輸出拡大を図ることが可能で相乗効果を期待

継続/本格輸出

