

背景

コロナ禍による急速な社会のデジタル化に伴い、経済活動のDX化が加速

・BtoCにおけるEC市場規模(物販系分野の拡大)

2019年:10兆515億円 → 2020年:12兆2,333億円(伸び率:21.71%)「R2 電子商取引に関する市場調査」(経済産業省)

事業目的

販路開拓・拡大のツールとしてeコマース(電子商取引)を活用する事業者の支援を行い、マーケティング力の向上を図り、事業者の主体的な成長サイクル(課題発見、改善、検証の繰り返し)確立を目指す。

事業内容

～事業者のEC活用ステージに応じた支援を実施～

EC出店に向け環境構築が必要な事業者

EC店舗を構築する事業者

ECサイト既出店者

EC活用に至らない事業者

①デジタル化伴走支援

県内事業者が、ECを活用できるよう環境構築に向けた伴走支援を実施
(EC向き商品開発、キャッシュレス決済の導入、効率的な商品発送の仕組みの構築など)

②EC導入支援

ECサイトへ出店する県内事業者に対し、出店ノウハウを学ぶセミナーを実施
(ページ作成や商材選定等)

③ブラッシュアップ支援

県内のECサイト既存出店者に対し、ホームページでの効果的な商品の魅せ方などについて優良事例を通じて学ぶセミナーやワークショップを実施

BtoBマッチング商談会

EC活用には、興味はあるが、踏み出せない事業者に対し、ECサイトの既存出店者とのマッチング機会を創出
(既存出店者のEC店舗において委託販売してもらう仕組み)

※支援内容等は、現時点の案であり、詳細については今後以降、県HP等でお知らせ致します。