

**今治あきない商社（仮称）
推進プロジェクトチーム**

令和4年度最終報告

中間報告の内容

委託事業者との意見交換の実施

(フレンドシップえひめ&大和総研)

地域商社他市事例の調査

専門事業者との勉強会の実施

- ・ CRM (顧客情報管理)
- ・ 地域通貨
- ・ **越境EC** . . . ①

今後の検討内容

- ・ トップ人財の人物像
- ・ **地域商社事業の具体案** . . . ②
- ・ 商社名称についての意見出し・集約

その他

- ・ **ロゴ** . . . ③

越境EC

メリット

- ・商圏が絞られない。新規顧客獲得による売上拡大が見込める
- ・現地で実店舗を経営するよりもECサイトを運営する方がハードルは低くリスクが小さい
- ・英語で対応することでさまざまな国との売買が対応可能になる

デメリット（取組みにくい背景）

- ①言語、決済方法、発送手段などを販売先の国に合わせる必要がある
- ②販売先の国で適用される法律や規制についての知識が必要
- ③代金未回収や返品未回収のリスクがある
- ④日本国内よりも輸送コストが高く、紛失リスクもゼロではない
- ⑤外貨決済は為替変動リスクがあり手数料もかかる



【一時的な視点】①②③④⑤のデメリットを回避可能



【将来的な視点】インバウンド獲得への足がかりに！！

地域商社事業の具体案

商社機能

- ・都市部、海外への販路開拓（根幹事業）
- ・地域課題解決に資する事業展開（将来事業）

他の地域商社事例

- ・地域の特色ある製品のブランド化（ココ財団）
- ・一次製品の加工・生産（四万十ドラマ）

稼げる第一次産業調査研究PTと意見交換

⇒ブランド化
加工（六次化）

意見抜粋

- （廃棄素材の活用）規格外品(B品)の活用
- （広報・PR・観光部門での協力）
 - ・今治産農林水産物のPR ・東大みかん愛好会とのコラボ（「はれひめ」のチャートに追加）
 - ・農業、漁業、林業の各コース体験ツアーの開発
- （販路拡大施策）・B to Bの商談会の開催
- （ハード面整備）・加工施設の設置もしくは既存施設活用の検討
- （物流施策）・集約・一括した配送方法の検討・確立
- （商品開発）・今治の全ての魅力を詰め込んだ新商品（定期便 ex しまなみ彩野菜 + 肉や魚）

ブランド化

【現状】

農産品については、ブランド化されているものがある（JA主体が中心）

紅まどんな、甘平、伊予美人、絹かわなす、ひめの凜、赤い雫

しかし、今治ブランドといえるものは、「瀬戸の晴れ姫」「鳥生レンコン」ぐらいで知名度はまだまだ十分でない（地理的表示保護制度の登録なし）

【ブランド化の視点】

- ・その土地特有のもの
- ・特殊な栽培方法
- ・味
- ・独特の外観

【ブランド化の方法】

- ・規格の統一、品種改良
- ・特殊な栽培方法、新しい産品 地域特有のもの

【あきない商社の役割】

後方支援（PR、販路拡大）
農業参入（他者を先導）
※地域産品プロデュース事業の発展型として

【ブランド化の方向性】

- ・今ある産品にスポットを当てブランディング（効能、栽培方法、味）まこもだけ、ひめかぐや、等
- ・農業参入により新たな品種の栽培、栽培方法の実証

地域全体として盛り上がる品種栽培
例）さいたまヨーロッパ野菜

菌を活用した農法（サステナブル農法）
納豆菌、酵母菌

六次化

【現状】

今治市外の加工場が利用されている場合が多い（例）かんきつゼリー、ジュース加工に利用できるかもしれない規格外品等ながどのように処理されているか不明

【課題】

【課題①】

- ・現状分析ができていない

【課題②】

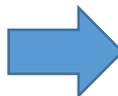
- ・規格外品の利用

【課題③】

- ・生産者の所得増に繋げる

【課題④】

- ・域内加工施設の整備



【あきない商社の役割】

【現状調査】

- ・規格外品の種類と量の把握
- ・加工品と加工施設(場所)の把握
また、利用者数・利用量の把握

【アイデア・出口】

- ・新しい用途の製品への結びつけ
- ・商品買取り価格の向上(付加価値の向上)

【加工施設整備検討】

- ・費用（既存施設か新設か）・採算性
- ・廃棄、未利用品の買取り可能性考慮
- ・潜在的な希望がどれだけあるかの把握

【方向性】

規格外品など積極的に利用

- ・簡易な加工から ⇒ドライフルーツ、レンコンチップス、レモンチップス、みかんチップス
- ・投資余力によるが ⇒**搾汁施設** 域内施設の利用で域外への資金流出防止
⇒**ペットフード加工場** ジビエ肉、魚も利用可能