

コロナ社会対応ビジネスモデル創造事業補助金実績報告（公開用）

令和3年2月28日

項目	内容
事業者名	会社名：京都錦小路まちづくり合同会社 代表者職 代表社員名・氏名：宇津克美
補助事業テーマ	錦ブランドを活かした新販売・流通システムの構築事業
事業実施期間	令和02年10月12日 ～ 令和03年02月28日
事業の目的	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 「錦ブランド」を前面に押し出した錦市場のECサイトの立ち上げ</li> <li>② 「錦市場が厳選するおすすめセット商品の独自販売や錦市場の複数の店舗様商品を一度に購入（同梱発送する）できるEC通販</li> <li>③ 「錦ブランド」「京の食文化」「錦市場の個店」を広く動画でPR</li> <li>④ バーチャル錦市場商店街を追加にて、錦市場及び各個店をリアルに体験してもらう。</li> </ol>
事業の実績(成果) 	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 毎月24日は錦の日である事から 2021.02.24 錦市場公式通販サイト「京の台所」をプレオープンいたしました。錦市場が厳選する「おすすめセット商品」の独自販売や錦市場の複数の店舗様の商品が1サイトで1度に購入いただける(同梱発送する)EC 通販サイトです。サイト URL: <a href="https://www.kyotonishiki-ec.com/">https://www.kyotonishiki-ec.com/</a></li> <li>② 「錦の日」と銘打ち安全・安心・高品質をテーマに、「京の台所」錦市場が提案する季節毎の「錦厳選セット」をメイン商品として販売しています。複数店舗のコラボ商品の誕生や今後は、レシピ提案商品まで、独自販売のセット商品を幅広くお客様にアピールしています。</li> <li>③ 食品製造の工程や錦市場の個店の PR まで広く動画撮影の上、掲載し、PRしています。</li> <li>④ ECサイトを他社と差別化し、付加価値を上げるためのコンテンツとして、バーチャル錦市場商店街を公開しています。元々知名度の高い錦市場の利点を活かし、全国各地から仮想空間上で錦市場商店街の中をウォークスルー(移動)していただき、楽しみながらのVR体験や錦市場の各個店や個店の商品をリアルに感じてもらい買い物の疑似体験が出来ます。VRを使用する強みは、サイトでの売り上げがあることだけでなく、購買意欲を刺激し興味を持ったお客様がリアル店舗にもご来店いただけることを見込めることにもあります。</li> </ol> <p><b>【課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品販売が中心の商店街の為、取扱商品に生鮮食品(鮮魚・肉)、酒類の取り扱いがある為、EC販売に必要な営業許可を販売元でも取得実施し、取り扱いたいします。</li> <li>・錦市場商店街各個店と錦小路まちづくり合同会社の関係性や立地を生かし商品の着日指定と異なる温度帯商品の同梱配送実施の為、システム整備と体制整備の実施。</li> <li>・低コストでサイトへの集客を増やしていくこと。</li> </ul>
今後の展望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・春頃に参加店舗及び掲載アイテム数を増やしグランドオープンいたします。</li> <li>・グランドオープン時には、雑誌やテレビ等の取材依頼の多い当組合の利点を活かして、情報発信される紙面や映像等に取り上げてもらえるよう積極的な営業活動を展開し、広報 PR の強化、SNS を活用しつつ全国へアピールしながらサイト流入数を増やし、購買につなげていきます。</li> <li>・目新しく話題性が高いVRコンテンツにて360° 仮想空間にて、錦市場の各個店や個店の商品をリアルに感じてもらい買い物の疑似体験をしていただけます。リアル店舗を身近に感じられる事から高齢層にも親しみやすく、高級感を演出できる強みがある事から各個店のPRを強化し、認知度のさらなる向上にて、将来の観光客誘致の可能性にも期待したい。</li> </ul>