

令和3年度山梨県「ブランド戦略有効性実証事業」

事業計画書

1. 事業性（将来の成長可能性）

(1) 収益事業のビジネスモデル

コンソーシアムの代表団体である「」は、に拠点を置き山梨県の食品を中心としたセレクトショップを運営。リアル店舗とオンラインショップの運営ノウハウと地元幅広いネットワークと営業力を有している。コンソーシアムメンバーの

もそれぞれ環境に配慮した「上質」な山梨の産品を国内外広く、超高級ホテル向けなど含め提供している。

本事業ではその他協賛企業と連携し上記既存ネットワーク、ノウハウ、販路を活用しながら、山梨県の生産者や事業者と国内外の消費者が直接つながり、コミュニケーションを図ることができる交流プラットフォームを構築する（以下、「プラットフォーム」（仮称）とする。）。

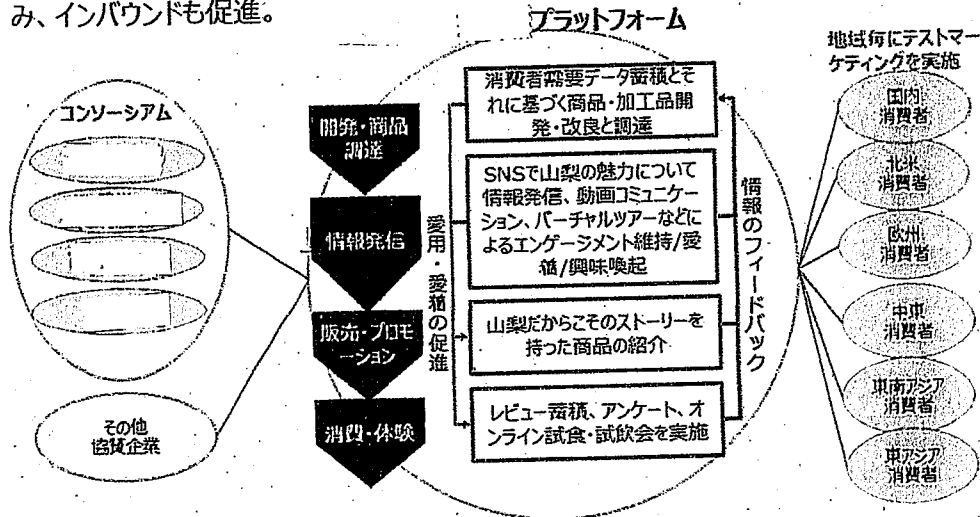
プラットフォームは、コロナ禍においてリアルの商談会や展示会への参加が難しい中、SNSを軸に山梨の自然環境をはじめとした多様な魅力について情報発信し、さらに県内の生産者や事業者が直接自分たちのこだわりや思いなどを伝えることによって、消費者に山梨県や生産者、事業をより身近に感じてもらうこと、応援する気持ちをもってもらうことを通じ、県内の生産者や事業者が生み出すハイクオリティな品々を適正な価格で直接消費者に購入いただく取り組みとする。山梨県や山梨の人たち、彼ら・彼女らの生み出す品々のファンを増やすことが「ハイクオリティやまなし」訴求につながり、全体のブランド価値を高めることにつながっていく。また、このような独自の価値を訴求することにより、ECモール等での価格競争にさらされないビジネスモデルを実現する。

プラットフォームの主なターゲット層は、国内外の「健康志向」「自然好き」「日本の安心・安全な食」「アニマルウェルフェアなどSDGs」等に関心を持つ層とし、コンソーシアムメンバーだけでなく県の取り組みについても積極的に情報発信していく。

SNS、ECサイトを一元的に管理し、エンゲージメントを高め、フィードバ

ックを得ることにより、ファン向けの商品開発やサービスの満足度向上を図る。

山梨の魅力を発信し、生産者と消費者が交流するプラットフォームを構築し、コンソーシアムメンバーを中心としたコンセプトにマッチしたブランドを集め、「山梨」を多様な形で楽しんでもらい、メーカーや農家と消費者が直接つながる仕組みづくりをし、差別化する。観光情報なども盛り込み、インバウンドも促進。



(2) 事業収益化までのスケジュールと収益化後の事業及び収支計画

3 年間の事業のロードマップは以下のとおりである。初年度は海外向け EC サイト及び情報発信用の SNS アカウント開設、リアルショップの展開、テストマーケティングを実施。2 年目以降は初年度で得たフィードバックにもとづき、商品・サービスの拡充・改善を実施していく。

(3) 事業の成果のイメージ

本事業においては、売上の達成以外に下記ゴールの設定を予定している。

- ① 海外向けテストマーケティングを通じた山梨県産品へのフィードバックの獲得と、得られた情報等を活かしてそれぞれの国・地域向けに最適化された商品開発ノウハウの獲得と実施
- ② SNS のフォロワー数・エンゲージメント数
- ③ プラットフォームへの参加企業・商品数
- ④ プラットフォームの顧客数 SNS をきっかけとした来県、来店者の増加 (クーポンなどによるトラッキング調査による)
- ⑤ 高級ホテルなど「ハイクオリティ」市場への販路開拓