

EC活用「食」の魅力発信を

コロナ禍で、EC（電子商取引）市場が活発化しているが、中小・零細企業がECを活用するには少しハードルが高いようだ。

総務省の「家計消費状況調査」によると、2020年のネットショッピング支出額は前年比で14.0%増加。特に食料は55.9%増と、大きく伸びている。

気軽に外食気分が味わえる「お取り寄せグルメ」など、家食の増加が大きな要因と考えられる。

EC市場における食料分野の台頭を受け、県は県内の食関連の中小・零細企業を対象に、ECサイトを活用した販売促進活動の支援を行っている。

中小・零細企業では、webを通じた情報発信のノウハウが乏しく、自社商品をどのように文章や写真で表現してよいか分からない、などの課題が多いようだ。

中小・零細企業がEC市場において売り上げ増加を図るには、他社との差別化を十分にアピールすることが重要だ。

まずは、自社商品のターゲット顧客属性、商品の強み、顧客への便益などについて、改めて見つめ直すことが大切である。

三重県は、豊かな山海に恵まれ、魅力的な食関連の県産品が多く、EC市場を利用した販路拡大の可能性を大いに秘めている。全国さらに世界へ向けて、三重県の魅力が「食」を起点に、多くの人に発信されることに期待したい。

（コンサルティング事業部 調査グループ 研究員 柳田 智之）

朝日新聞「三重のけいざい ひと息コラム」 2021年9月20日