

本日のアジェンダ

- 1) アジェンダ説明（事務局いつも。）
- 2) 開会のご挨拶（福島県庁 農産物流通課 伊藤主幹）
- 3) 本事業の変遷（事務局いつも。 神野）
- 4) 本年度の支援内容について（事務局いつも。 小堀）
- 5) 売れる店舗になるための第一歩、消費者心理をもとにしたグループワーク
（事務局いつも。 入山）
- 6) まとめ（事務局いつも。）

講師紹介



小堀 有紀 （こぼり ゆき）

株式会社いつも。

事業推進本部 地域共創グループ

出身：埼玉県

令和5年度より本事業に参画。昨年度は新規出店店舗の運用支援にも従事し、楽天店舗の運用を得意とする。

セミナー講師としての登壇実績もあり、オンラインストア出店事業者参加の個別相談会などを行う。

過去にはふるさと納税事業にも携わり、全国の複数自治体の支援を担当。

講師紹介



神野 潤一 （かんの じゅんいち）

株式会社いつも。 上席執行役員 事業推進本部長
出身：東京都

EC業界での10年以上の業務経験を活かして、クライアントのEC活用支援を行う。
電通イーマーケティングワン（現電通デジタル）常務取締役
リンクシェアジャパン 取締役副社長
楽天 楽天24事業長
電通地域のためのEC研究所 所長
などを経て、現職
福島県庁、大分県庁によるEC活用支援案件、農林水産省
#元気いただきますプロジェクトなどのメインプランナー
宣伝会議メーカーのためのEC活用講座講師ほか、大分県庁、新潟県庁、
ユーロモニター、日本マーケティング協会、AD Week Asiaなど講演多数

風評払拭のための震災復興支援事業として 平成29年度（2017年度）にスタートした事業です



目的

オンラインストアで
福島県産品の販売促進を展開



全国の消費者が
福島県産品の魅力に
直接触れる
機会を創出



県内生産者等の
販路を拡大

概要

福島県産品の魅力を発信する
ポータルサイトを設置・運営。

2

ポータル
サイト

1

販売促進
キャンペーン

各ECサイトに特設ページを設置し、
県産農林水産物等のキャンペーンを実施。

3

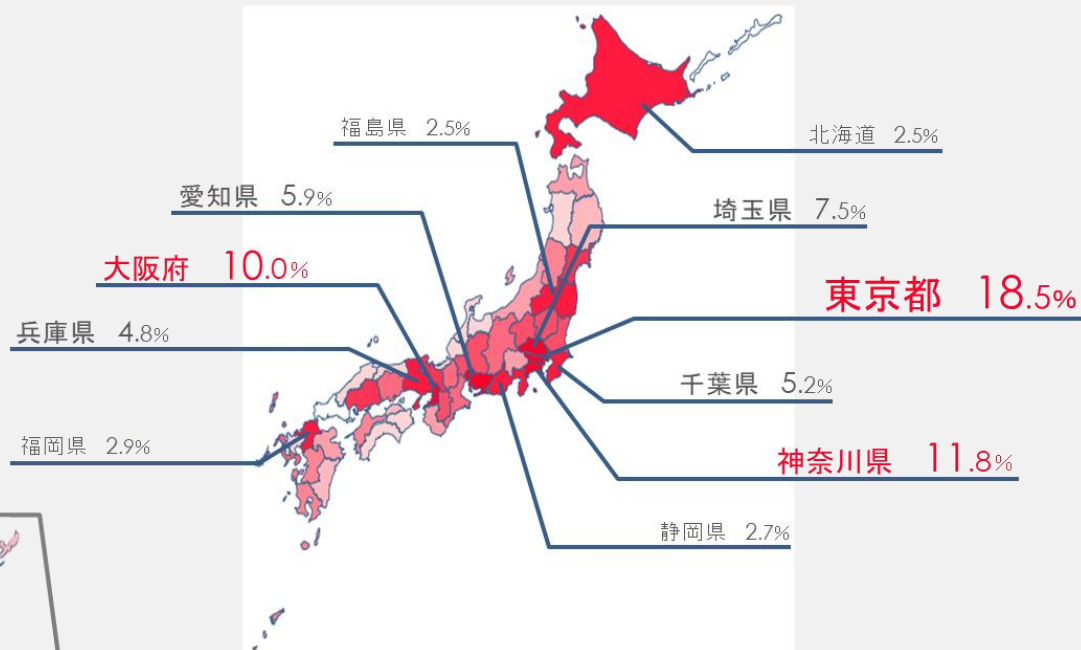
出店者の
支援

生産者等の主要な販路となるよう、
出店者の育成・支援を実施。

実績

購買分布

- ・購買者の分布を都道府県別に見ると、上位10都府県で全体の約7割を占める。
- ・購買者の分布は、福島県を除き、概ね各都道府県の人口比に比例する。



平成29年度 オンラインストアによる販売促進事業における購買者数の都道府県別分布

昨年度は延べ228社が参加
全体で約44億円の売り上げを創出

キャンペーン名	商品数				延べ出店者数
	Amazon	楽天	Yahoo!	全体	
第1弾	68	5,356	4,589	10,013	223
第2弾	119	5,358	4,167	9,644	215
第3弾	119	5,093	4,349	9,561	228
新規店応援	-	781	739	1,520	68
楽天SS	-	5,565	-	5,565	138

出店者の育成支援を強化

2011

2017

2020

2025

スタート

EC化率

2017年

5.6%

2023年

9.6%

EC市場規模

2017年

8.6 兆円

2023年

14.6兆円

販促

販促

育成

育成

✓ 新規店キャンペーン追加

✓ おまかせ便導入

✓ 事業者ポータル設置

✓ グループコンサル実施

・
・
・

令和7年度はセミナー内容をさらに充実

昨年度の事業者様の声を受け、

- **新規事業者様のフォロー体制の強化**
- **中級以上の事業者様向け講座の内容充実**

など、コンテンツをアップデートしています。

**事業者様同士の
自己紹介タイムです！！**

自己紹介タイム！！

▼トピック

- ①お名前・会社名
- ②主な取り扱い商品
- ③ECを始めたきっかけ
- ④EC関連で最近の課題や関心があること（ざっくりでOK！）
 - └例：「集客に悩み中です…」「ChatGPTにハマってます！」
- ⑤本日のセミナーの意気込み

★ルール★

- ・1人1～2分程度！
- ・「リアクション」「拍手」は積極的に！

本事業について

4 - 1.福島県事業体制

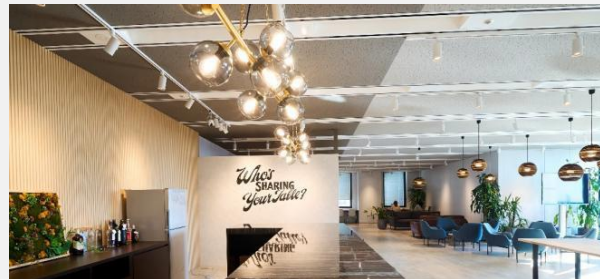


当社概要



itsumo.

会社名	株式会社いつも
創業	2007年2月14日
所在地	東京都千代田区有楽町一丁目13番2号
資本金	754,090千円
社員数（連結）	335名（2025年2月時点）
事業内容	ブランド・メーカー向けEC事業の総合支援 プライベートブランドの開発・EC販売（D2C）
主要子会社	株式会社BLAN BAAAN合同会社 株式会社ピースユー いつもキャピタル株式会社



amazon spn

amazon ads
Advanced
partner

amazon marketplace
JP Agency
Gold Partner

〔証券コード：7694〕

Amazon、Amazon Advertising および関連するすべてのロゴは、Amazon.com、またはその関連会社の登録商標です。

OUR MISSION

ミッション



日本の未来をECでつくる

いつもは「日本の未来をECでつくる」をミッションとして掲げ、ブランド・メーカーへのEC事業総合支援及びプライベートブランド販売（D2C）といった、法人向け・消費者向け双方へのビジネスを展開しております。

「人」と「テクノロジー」を組み合わせ、卓越した「Eコマースで売るチカラ」でブランドを国内外に届けるお手伝いをします。

当社の強み

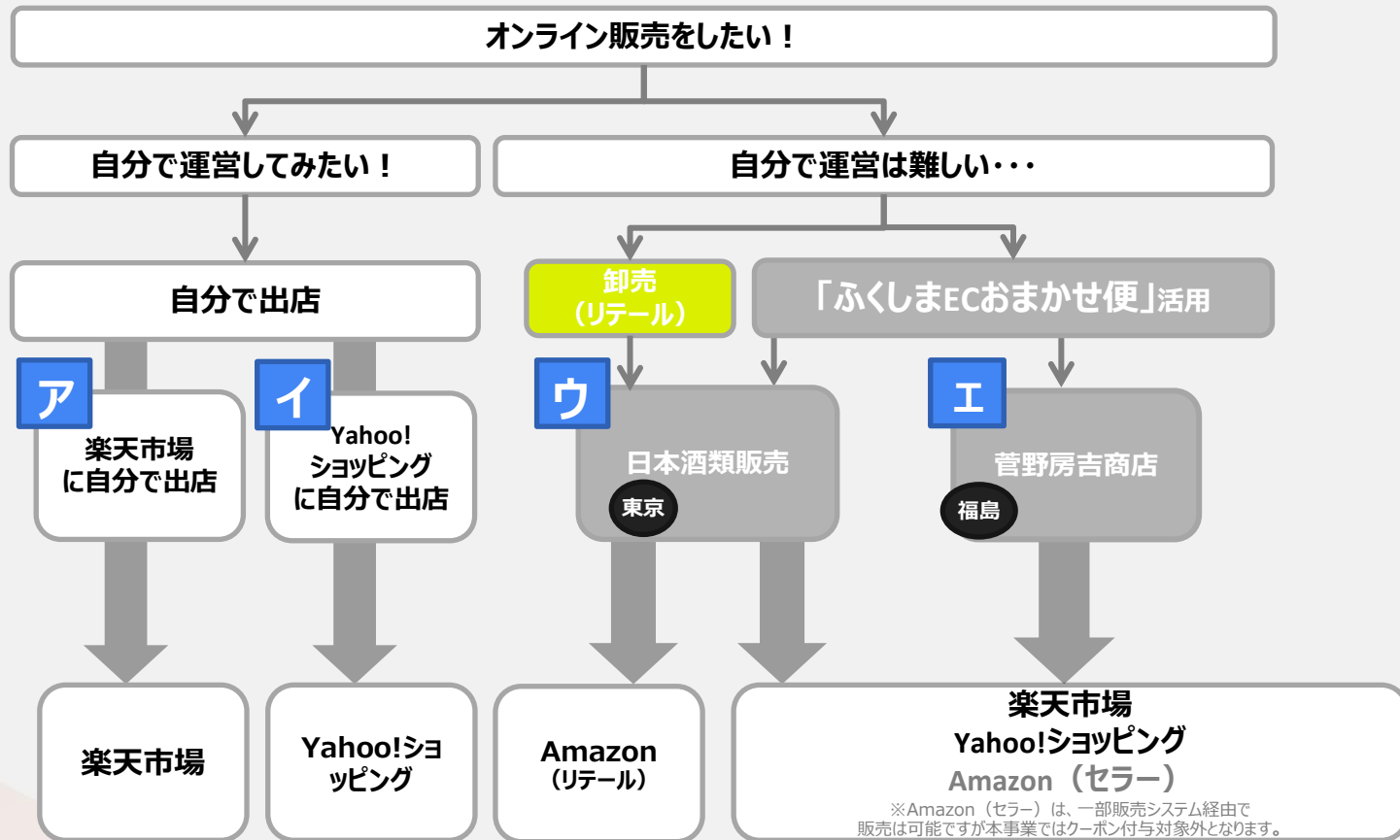
- ・ 企画・開発から戦略立案、物流までを一気通貫で支援
- ・ 各領域の垣根を超えた**EC全体の戦略立案から実行まで行える点が当社の強み**



今期支援内容について

事業への参加方法

今期支援策のご案内 出店方法



今期支援策のご案内 出店方法

オンライン販売をしたい！

「ふくしまECおまかせ便」にご興味がある人は、
事務局までご連絡ください！

日程調整→商談→お取引開始となります。

楽天市場

Yahoo!ショ
ッピング

Amazon
(リテール)

楽天市場
Yahoo!ショッピング
Amazon (セラー)

※Amazon (セラー) は、一部販売システム経由で
販売は可能ですが本事業ではクーポン付与対象外となります。

支援内容について

支援内容について

＜目的＞

東日本大震災による、原発事故により「風評被害払拭」「販路拡大」をすることでの農業従事者の事業継続サポート。
デジタル上の情報発信と三大ECにおける販促展開で、価値向上と販路拡大を目指す。

販促

- ・各モールでイベントを開催し、福島県産品の認知度をアップ
- ・クーポンキャンペーン実施し、新規顧客の獲得を目指す

ふくしまプライド便

Rakuten

amazon

YAHOO!
JAPAN
ショッピング



スキルアップ支援

- ・初級向けと中級以上向けとレベルに合わせたセミナーを実施。
- ・知識の定着を促進する、グループコンサルティングを開催
- ・販促費の助成を活用し、より戦略的な販促運用を学べる！
- ・不明点をすぐに質問・相談できる環境をご用意！



ポータルサイト

- ・福島の魅力いっぱい「ふくしまプライド」サイトの設置
- ・参加事業者のみが閲覧することができるポータルサイトの設置



支援内容について

<目的>

東日本大震災による、原発事故により「風評被害払拭」「販路拡大」をすることでの農業従事者の事業継続サポート。
デジタル上の情報発信と三大ECにおける販促展開で、価値向上と販路拡大を目指す。

販促

- ・各モールでイベントを開催し、福島県産品の認知度をアップ
- ・クーポンキャンペーン実施し、新規顧客の獲得を目指す

ふくしまプライド便

Rakuten

amazon

YAHOO!
JAPAN
ショッピング



スキルアップ支援

- ・初級向けと中級以上向けとレベルに合わせたセミナーを実施。
- ・知識の定着を促進する、グループコンサルティングを開催
- ・販促費の助成を活用し、より戦略的な販促運用を学べる！
- ・不明点をすぐに質問・相談できる環境をご用意！

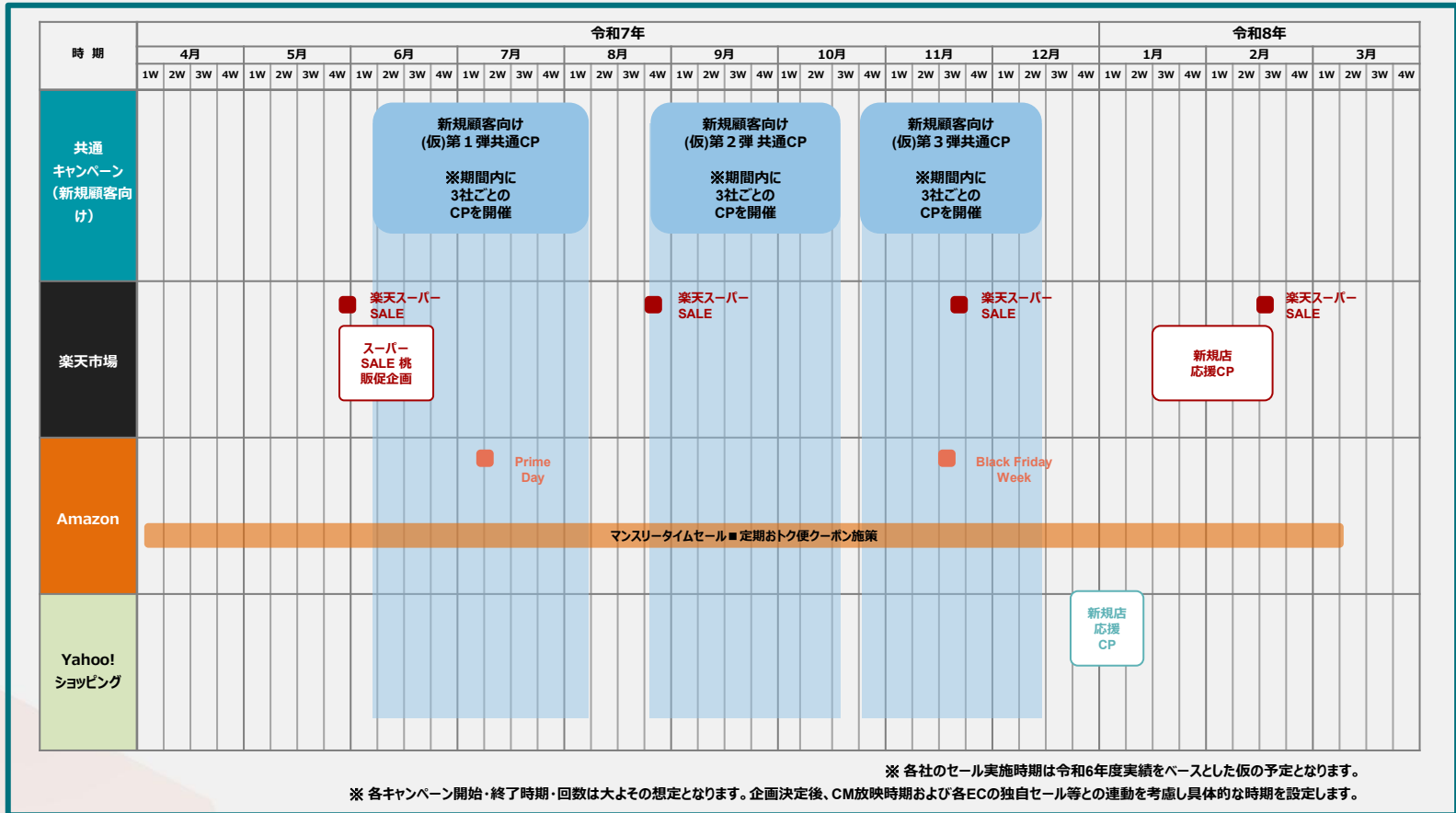


ポータルサイト

- ・福島の魅力いっぱい「ふくしまプライド」サイトの設置
- ・参加事業者のみが閲覧することができるポータルサイトの設置



支援内容について～販促編～



支援内容について～販促編～

■ 販促施策の流れ



各モールからメールが送られてきます！
もし、来ていないようでしたら
モールまたは事務局へご連絡ください。



支援内容について

<目的>

東日本大震災による、原発事故により「風評被害払拭」「販路拡大」をすることでの農業従事者の事業継続サポート。
デジタル上の情報発信と三大ECにおける販促展開で、価値向上と販路拡大を目指す。

★アップデート★

- ・事業者様同士のコミュニケーションの活性化
- ・新規出店者のフォロー体制の拡充
- ・中級者以上向けセミナー内容の充実

スキルアップ支援

- ・初級向けと中級以上向けとレベルに合わせたセミナーを実施。
- ・知識の定着を促進する、グループコンサルティングを開催
- ・販促費の助成を活用し、より戦略的な販促運用を学べる！
- ・不明点をすぐに質問・相談できる環境をご用意！



ポータルサイト

- ・福島の魅力いっぱい「ふくしまプライド」サイトの設置
- ・参加事業者のみが閲覧することができるポータルサイトの設置



全員対象

支援内容について～全員対象～

<個別相談>

■目的

日々の運用の中で生まれる疑問点を
解消するためにコンサルタント（いつも社）へ
相談を行うことができます。

■費用：無料

■日程：いつも社営業日であればいつでも

■開催方法：zoom、メール

<オンライン自習室>

■目的

ECの施策時間を確保しつつ、その場で疑問
点を解消できるような場を提供します。

■費用：無料

■日程：月中金曜日

※時間は別途連絡いたします。

■開催方法：zoom

<共通セミナー>

■目的

EC参入歴に関係なく、事業者同士の横のつながりを強化し、
実践的な学びを深めること

■費用：無料

■日程：7月、2月

※時間は別途連絡いたします。

■開催方法：リアル開催（郡山）

＼本日は共通セミナー1回目！／

支援内容について～全員対象～

<コミュニケーションツール（BAND）の導入>

- 目的：事業者様同士の交流や事務局との円滑なコミュニケーションを図る
- 費用：無料

★ポイント★

＼今年はさらにアップデート！／

事業者様同士の交流ができる！

└参加事業者様を「本事業へ参画している全員」へ範囲を広げ、
同じ悩みを持つ仲間や、経験豊富な先輩店舗と交流できます

気軽に事務局へ相談できる！

└疑問や不安があっても、すぐに聞けて安心

支援内容について～全員対象～

▼活用事例（チャット機能）

新規
店舗
さん

お疲れ様です。

カード名義と注文者の名前が全く違う
注文が来たのですが、ルール的にカード名と注文者名が一致しないと販売できない
と言う楽天のルールに則ってズバツとキャンセル申請した方が良いのでしょうか？
キャンセル理由を購入者へお知らせしてからキャンセル？システム的には受注処理
出来ちゃうんですね...
こう言った場合どんな対処をしていますか？

34既読
午後3:42

先輩
店舗
さん

>カード名義と注文者の名前が全く違う注文が来たのですが、ルール的にカード名と
注文者名が一致しないと販売できないと言う楽天のルールに則って

一応、カスタマーに連絡して、
この注文はどういう状況なのか？の確認してからのキャンセルがいいかと思いま
す。

34既読
午後4:09

👍 1 +

新規
店舗
さん

>カード名義と注文者の名前が全く違う注文が来たのですが、ルール的にカード名と...

ご意見ありがとうございます。早速カスタマーに連絡入れてみます 🙏

34既読
午後4:15

👍 1 +

支援内容について～全員対象～

▼活用事例（掲示板）

・事務局からのお知らせ

【★事務局よりお知らせ★】

※メールでも同じ内容をお送りしています！※

皆様

お世話になっております。

事務局いつも、です。

いよいよ明日！ミートアップセミナーの日になりましたので、詳細をお送りさせていただきます！！^^

開催場所がいつもと違うためご注意くださいませ。

雪などで足元が悪いため、ご来場には十分ご注意くださいませ。

...すべて表示

👍👏 7 コメント 1

👁 32

😊 いいね

💬 コメント

・事業者さんからの共有（ニュース、宣伝など）

プライド便、売上高が上半期最高18億円 オンラインストア、コメが好評
<https://www.minyu-net.com/news/detail/202410100833...>

👍👏 7 コメント 3

👁 33

😊 いいね

💬 コメント

【品川駅で出張販売中】

本日はグループコンサルありがとうございました！

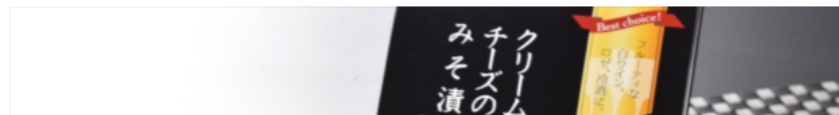
グルコンの中で話題になりまして、宣伝させていただきます。

8月26日（月）～9月8日（日）の2週間

J R品川駅のエキュート品川1F マーケットスクエア（改札内です）に

が店出しております！

...すべて表示



初級向け

支援内容について～初級向け～



初級向け
セミナー

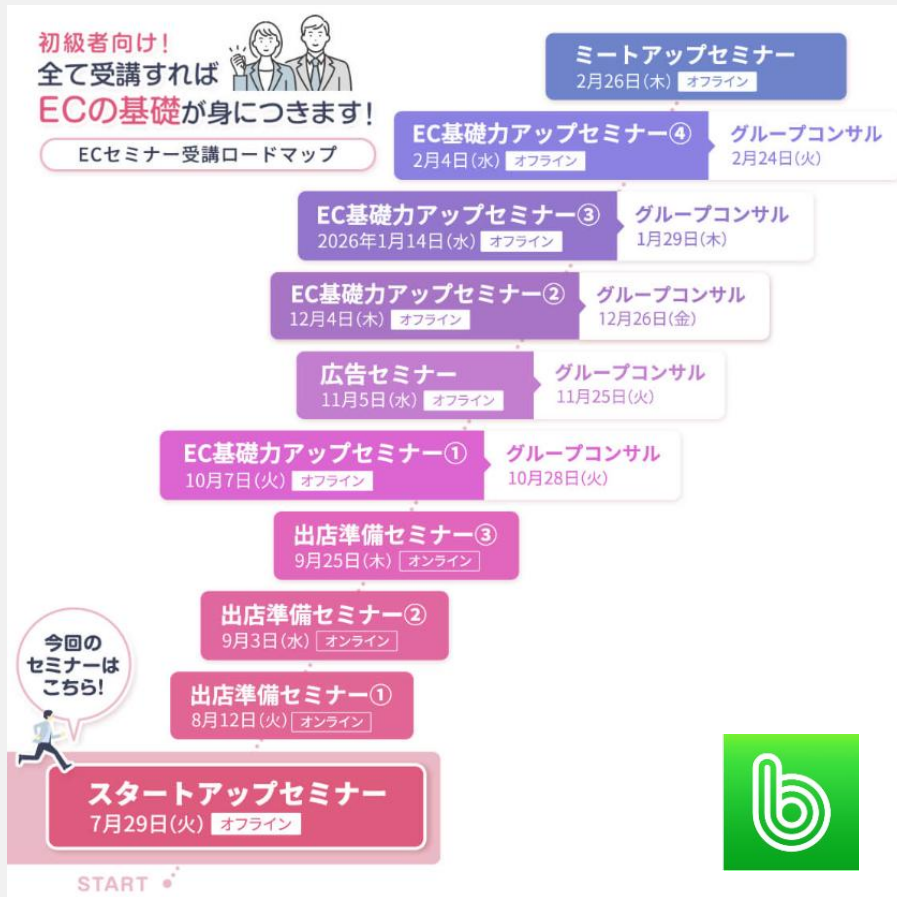


グループ
コンサル

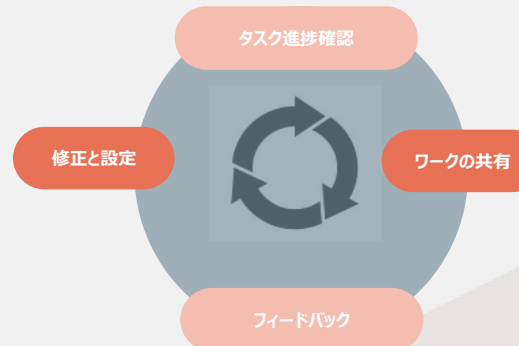


助成金

支援内容について～初級向け～



<グループコンサル>



支援内容について～初級向け グループコンサル～



同じ境遇の
仲間ができる

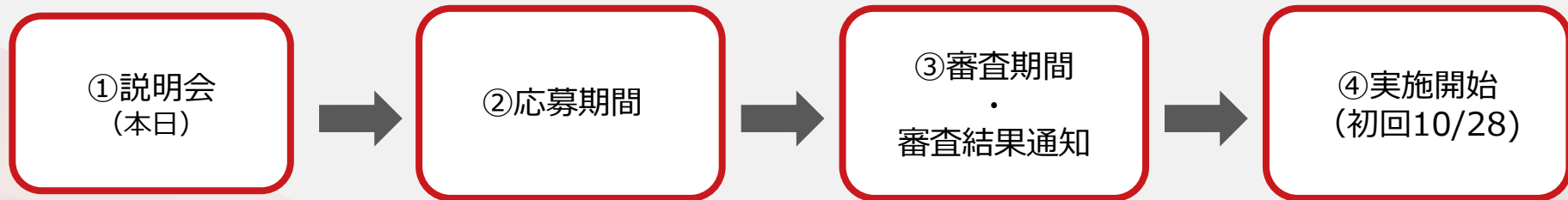


その場で悩みが
すぐ解決できる



知識の定着が
早くなる！

■ 応募後の流れ



支援内容について～初級向け～

まだまだ募集中！
＼ご応募をお待ちしております！／



販促助成：限定35社
最大31万円 補助いたします！

＜広告費助成＞

＜クーポン費助成＞

Rakuten

Rakuten

11万円

20万円

YAHOO!
JAPAN

YAHOO!
JAPAN

3.5万円

支援内容について～初級向け～

■ 具体的なフォロー体制

何から始めたらいいかわからなくても大丈夫！
株式会社いつもから、あなただけのメンターがついて徹底サポート！
店舗の状況、商材に合わせてより具体的で効果的な戦略を一緒に考えます。

実施後は分析の方法までレクチャーいたします。



オンライン



メール連絡



電話

支援内容について～初級向け～



今まではとりあえず配信していたけど、そもそもの考え方を理解することができた！！



バルクで一括で更新する方法が分かったので、効率的にできるようになった！



具体的な調整の方法と、効果検証が分かったので、これからは1人でできそう！

支援内容について～初級向け～

■ 助成条件

1) 助成の目的を理解していること。

2) 全セミナーに参加が約束できること

→ 共通2回 + 初級向け5回

※ 新規出店の場合は、上記 + 出店準備セミナー4回の全11回のご参加をお願いします

3) 全グループコンサルティングへの参加ができること。

→ 各回のワークをすべて提出、設定までの実施ができていること。

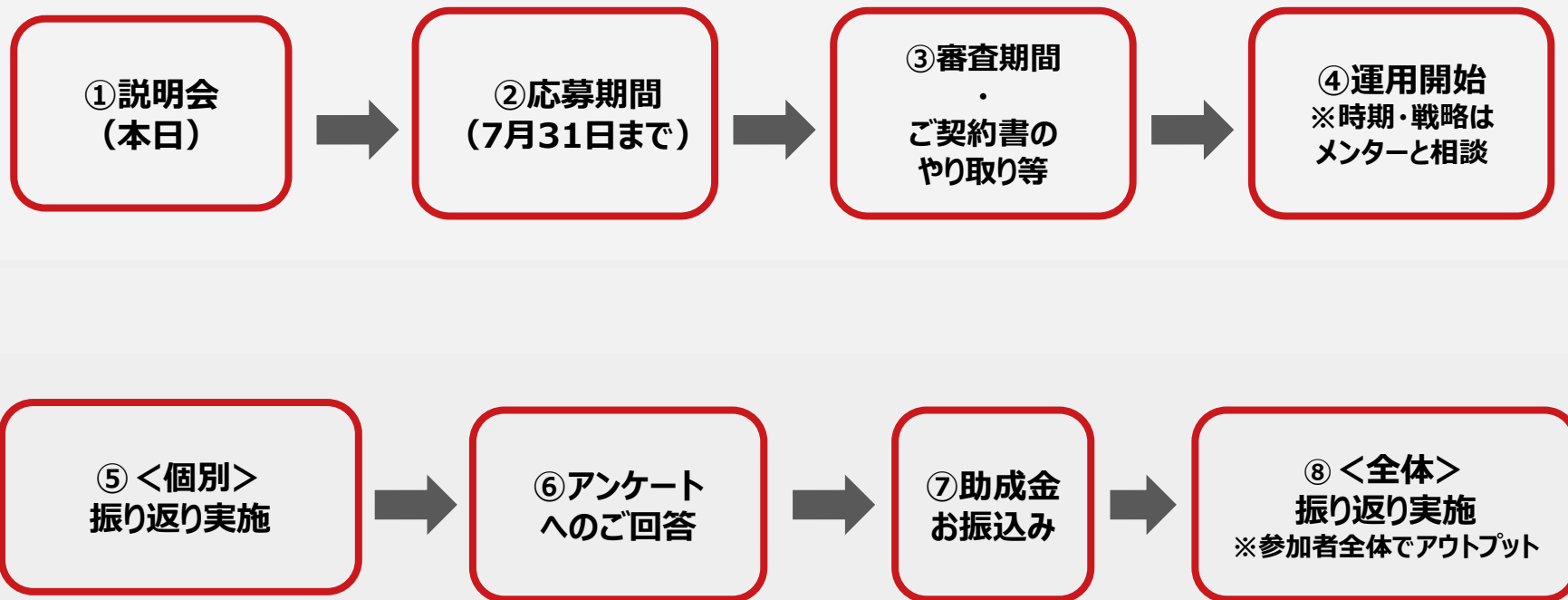
4) 福島県に店舗（所在地）があること。

5) 本事業のクーポンキャンペーンに参加した商品、
参加する商品であること

支援内容について～初級向け～

- 6) 福島県産品を原料としている食品であること
- 7) 補助金以外で広告費を5万円自己負担できること
- 8) 必要書類の提出にご協力いただけること（報告書・契約書など）
- 9) 管理画面の一部権限を付与いただけること
- 10) メンターとコミュニケーションをとり、戦略を実施することができる。

支援内容について～初級向け～



中級以上向け

支援内容について～中級以上向け～



■開催回数

・年3回

■開催方法

・リアル開催（郡山） or オンライン開催

\\ 皆様のお声を反映しました！！ //

その他 ご要望あればアンケートにご記入ください！

■セミナーテーマ

物流・SNS活用・AI活用など

※変更の可能性もございます

■費用

・無料

支援内容について

＜目的＞

東日本大震災による、原発事故により「風評被害払拭」「販路拡大」をすることでの農業従事者の事業継続サポート。
デジタル上の情報発信と三大ECにおける販促展開で、価値向上と販路拡大を目指す。

販促

- ・各モールでイベントを開催し、福島県産品の認知度をアップ
- ・クーポンキャンペーン実施し、新規顧客の獲得を目指す

ふくしまプライド便

Rakuten

amazon

YAHOO!
JAPAN
ショッピング



スキルアップ支援

- ・初級向けと中級以上向けとレベルに合わせたセミナーを実施。
- ・知識の定着を促進する、グループコンサルティングを開催
- ・販促費の助成を活用し、より戦略的な販促運用を学べる！
- ・不明点をすぐに質問・相談できる環境をご用意！



ポータルサイト

- ・福島の魅力いっぱい「ふくしまプライド」サイトの設置
- ・参加事業者のみが閲覧することができるポータルサイトの設置



支援内容について～ポータルサイト～

ふくしま EC販売プログラム 情報ポータル	お知らせ	当サイトに に関して	カレンダー	オンライン 販売 システム	EC販売 マニュアル	相談窓口	フォト ライブラリ
-----------------------------	------	---------------	-------	---------------------	---------------	------	--------------



ふくしまEC販売プログラム情報ポータル

事業者の方々に、もっと「ふくしまEC販売プログラム」を活用して頂くために。
キャンペーン・セミナー情報や各種サポートが掲載された事業者専用情報ポータル

お知らせ

お問い合わせ先

＜事務局＞

メールアドレス：fukushima_info@itsumo365.co.jp

電話番号：[03-4580-1365](tel:03-4580-1365)（藤本 宛）

※土日祝日定休日、10時～より対応可能です。

セミナースケジュール

対象	セミナー名	セミナー日程	自習室日程	グルコン日程	懇親会	開催方法
新規出店者	イントロダクションセミナー	7/30(水)	—	—		オンライン
新規出店者	出店準備セミナー①	8/12(火)	—	—		オンライン
新規出店者	出店準備セミナー②	9/3(水)	—	—		オンライン
新規出店者	出店準備セミナー③	9/25(木)	—	—		オンライン
初級	SEO対策セミナー	10/7(火)	10/15(水)	10/28(火)		リアル（郡山）
初級	広告セミナー	11/5(水)	11/13(木)	11/25(火)		リアル（郡山）
初級	画像対策セミナー	12/4(木)	12/10(水)	12/26(金)		リアル（郡山）
初級	商品ページ対策セミナー	1/14(水)	1/22(木)	1/29(木)		リアル（郡山）
初級	レビュー販促対策セミナー	2/4(水)	2/18(水)	2/24(火)		リアル（郡山）
中級以上	スキルアップセミナー①	10/16(木)	—	—		オンライン
中級以上	スキルアップセミナー②	11/20(木)	—	—		オンライン
中級以上	スキルアップセミナー③	1/20(火)	—	—		オンライン
全員	スタートアップセミナー	7/29(火)	—	—	あり	リアル（郡山）
全員	ミートアップセミナー	2/26(木)	—	—	あり	リアル（郡山）

昨年度新規出店事業者様 より

株式会社マルリフーズ 白瀬さん



第二講座

～売れる店舗になるための第一歩
消費者心理をもとにしたグループワーク～

グループワークの目的

売れる通販店になるために一番大事なことは、
消費者心理を理解すること、その心理に向き合うことです。

それには「消費者からみた通販のデメリット」をしっかりと理解し、
対策を打つことが効果的です。

そこで、まずはネット通販のデメリットを可視化するための簡単なグループワークを行います。

あなたなら、どちらの店員から買いますか？



店員Aさん:いらっしゃいませ！

このハンドバッグはウチの自慢の商品なんです。
子羊の皮を植物性のタンニンで丁寧に鞣して
足踏みJUKIミシンと手縫いで丹念に縫い上げました。
イマドキなかなかここまで手間暇かけた作りは珍しいです
よ！

店員Bさん:いらっしゃいませ！

このハンドバッグはベーシックなデザインなので今日のお客様
のようなカジュアル目のコーデにも合いますし、スーツに合わせ
ても高見えすると思いますよ。先ほども売れたばかりで、最近
本当に人気なので店においてもすぐ売れちゃうんです！

接客は伝え方の順序が重要（店員Aさん）



このハンドバッグはウチの自慢の商品なんです。
子羊の皮を植物性のタンニンで丁寧に鞣して足踏みJUKIミシンと手縫いで丹念に縫い上げました。イマドキなかなかここまで手間暇かけた作りは珍しいですよ！

商品特徴・競合優位性

ベーシックなデザインなので今日の**お客様のよう**
なカジュアル目のコーデ
にも合いますし、スーツ
に合わせても**高見え**
すると思いますよ。

理想体験（商品使用で
得られるお客様が望む体験）

先ほども売れたばかりで、
最近本当に人気なので
店においてもすぐ売れち
やうんです！

理想体験の証拠となる
ような客観的事実

商品が主人公では興味を持たれない＝売り込み

接客は伝え方の順序が重要（店員Bさん）



このハンドバッグはベーシックなデザインなので今日のお客様のようなカジュアル目のコーデにも合いますし、スーツに合わせても高見えすると思いますよ。

先ほども売れたばかりで、最近本当に人気なので店においてもすぐ売れちゃうんです！

子羊の皮を植物性のタンニンで丁寧に鞣して足踏みJUKIミシンと手縫いで丹念に縫い上げました。イマドキなかなかここまで手間暇かけた作りは珍しいですよ！

“理想体験”

（商品使用で得られるお客様が望む体験）

理想体験の証拠となるような客観的事実)

商品特徴・競合優位性

お客様（主人公）の理想体験を商品が実現すると伝える＝接客

あなたがママなら、どの画像ならこの機能が欲しくなりますか？

A

対面・背面が簡単切り替え

対面はママの顔が見えるから安心！
背面は景色が見えて好奇心がいっぱい！



赤ちゃんの視点

B

おでかけにうれしい

対面・背面OK ハンドル切り替え



※画像はイメージです。

小さい頃は赤ちゃんを見ながら、
大きくなったら景色と一緒に楽しめます！

構造の視点

C



外観の視点

商品説明はお客様にどう役立つのか（＝体験）に変換する

あなたが買うなら、どの画像なら欲しくなりますか？



【ふるさと納税】 訳あり 肉まん
32個 冷凍 小分け 4個×8袋 定...

10,000円～ 送料無料

100ポイント(1倍)～

★★★★★ 4.66 (297件)

39シヨップ

山口県下関市



【ポイント10倍!! 8/2(土)09:59
まで】 楽天1位獲得 豚まん 10...

3,480円 送料無料

320ポイント(1倍+9倍UP)

★★★★★ 4.61 (578件)

7/30 0:00までの注文で最短8/2お届け

39シヨップ

まる天 楽天市場店



千代田フーズ 横浜点心 手作り中
華饅頭 2種 各3個入 送料無料 ...

3,632円 送料無料

33ポイント(1倍)

7営業日以内に発送 (土日祝を除く)

39シヨップ

G-Call 食通の定番 お取り寄せ



【冷凍食品】 ムソー 美勢商事
口福広場・豚まん 480g (4...

1,957円(価格+送料)

1,037円 +送料920円

9ポイント(1倍)

★★★★★ 5 (1件)

9日前後に発送 (平日)

ビーライフシヨップ

とり肉まん
400g (4個入) × 4 パック



秋川牧園 とり肉まん 400g (4個
入) × 4パック

5,543円 送料無料

51ポイント(1倍)

★★★★★ 4.5 (2件)

7/30 12:00までの注文で最短8/6お届け

39シヨップ

ベジタブルハート

商品画像はお客様の体験を想像できるものが魅力的に映る

グループワーク（消費者心理を理解する）

ご自身が買い物をする立場でネット通販と実店舗、それぞれに購入の流れを比較して

✓ 便利や安心、簡単などのメリット項目

✓ 不便や不安、面倒などのデメリット項目

これらをグループで相談しながら4象限に項目を書き出してください。
できるだけ多くの項目を書くほど、後で納得感が強くなります！

実店舗の購入の流れ

- ① ネットや口コミでお店の存在を知る。または、通りすがりにお店の名前や外観から「ほしいものが売っていそうと」判断
- ② 入店して店内を歩き回り、商品棚の商品を見てよさそうなものを探す
- ③ 商品を手に取り、色、形、大きさ、重さ、手触りなどで商品を判断
- ④ 原材料や生産地、価格などを箱やタグなどで確認
- ⑤ 不明点があれば、店員に声をかけて確認⇒他店へ
- ⑥ レジへ持っていく、お金（カード）で精算
- ⑦ その場で商品を受け取り、持って帰る



ネット通販での購入の流れ

- ① 気になるものがヒットしそうなキーワードを使ってモールや検索エンジンで検索
- ② 検索結果で販売情報を見つけ、クリックして商品にたどり着く
- ③ 商品の色、形、大きさ、重さ、使い勝手を写真と文字とレビューで判断
- ④ 原材料や生産地、価格などを文字で判断
- ⑤ 送料、手数料、ポイントなど取引条件を確認⇒他店比較
- ⑥ カートへ投入して（カード）で精算
- ⑦ 後日に商品が宅配されて受け取る



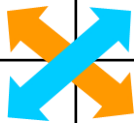
実店舗と通販のメリット・デメリット比較

消費者の視点で書き出してください。（20分）

	メリット	デメリット
ネット 通販		
実店舗		

実店舗とネット通販のメリット・デメリット比較

	メリット	デメリット
ネット通販	● 行く手間や時間も交通費もかからない ● いつでも24時間買える ● 購入履歴から同じ物を買える ● 欲しい商品を見つけやすい ● 価格比較しやすい ● レビューが参考になる ● 目当ての品の在庫が確認できる ● 情報量が多い ● 品揃えが豊富 ● 運ばずにすむ ● 混雑やレジ待ちがない	● 実物を手に取れずイメージと違うことがある ● 購入手続きが手間 ● 送料がかかる ● 試着や試食ができない ● その場で受け取れずすぐ使えない ● 期日までに受け取れるか遅延が心配 ● 店員のアドバイスが聞けない ● 問い合わせ対応が即時でない ● 梱包ゴミが多い ● 個人情報漏洩しないか不安 ● 現金が使えない ● お店に楽しさがない ● 誰かと一緒に買い物する楽しさがない
実店舗	● 実物を手に取れるのでイメージ違いがない ● 初めての購入もレジに持っていくだけで簡単 ● 持ち帰るので送料がかからない ● 試着や試食ができる ● その場で受け取ってすぐ使える ● その場で受け取れるから期日までに用意できる ● 接客で優越感に浸れアドバイスが聞ける ● 問い合わせに即時対応してくれる ● 梱包ゴミが出ない ● 個人情報を出さずに買える ● 現金が使える ● お店の陳列やBGMなど雰囲気が楽しい ● 誰かと一緒に買い物するのが楽しい	● 行く手間や時間、交通費がかかる ● 営業時間外や休店日は買えない ● 前回買った商品を覚えていないと買えない ● 欲しい物を見つけにくい ● 価格比較しにくい ● レビューがない ● 行くまで目当ての品の在庫があるかわからない ● 情報量が少ない ● 品揃えが限定的 ● 持って帰らなければならない ● 混雑やレジ待ちがある



実店舗とネット通販のいいところを目指す

	メリット	デメリット
ネット通販	● 行く手間や時間も交通費もかからない ● いつでも24時間買える ● 購入履歴から同じ物を買える ● 欲しい商品を見つけやすい ● 価格比較しやすい ● レビューが参考になる ● 目当ての品の在庫が確認できる ● 情報量が多い ● 品揃えが豊富 ● 運ばずにすむ ● 混雑やレジ待ちがない	● 実物を手に取れずイメージと違うことがある ● 購入手続きが手間 ● 送料がかかる ● 試着や試食ができない ● その場で受け取れずすぐ使えない ● 期日までに受け取れるか遅延が心 ● 店員のアドバイスが聞けない ● 問い合わせ対応が即時でない ● 梱包ゴミが多い ● 個人情報漏洩しないか不安 ● 現金が使えない ● お店に楽しさがない ● 誰かと一緒に買い物する楽しさがない
実店舗	● 実物を手に取れるのでイメージ違いがない ● 初めての購入もレジに持っていくだけで簡単 ● 持ち帰るので送料がかからない ● 試着や試食ができる ● その場で受け取ってすぐ使える ● その場で受け取れるから期日までに用意できる ● 接客で優越感に浸れアドバイスが聞ける ● 問い合わせに即時対応してくれる ● 梱包ゴミが出ない ● 個人情報を出さずに買える ● 現金が使える ● お店の陳列やBGMなど雰囲気楽しい ● 誰かと一緒に買い物するのが楽しい	● 行く手間や時間、交通費がかかる ● 営業時間外や休店日は買えない ● 前回買った商品を覚えていないと買えない ● 欲しい物が見つけない ● 価格比較しにくい ● レビューがない ● 行くまで目当ての品の在庫があるかわからない ● 情報量が少ない ● 品揃えが限定的 ● 持って帰らなければならない ● 混雑やレジ待ちがある

このデメリットにひとつずつ
対策を実施すると、結果
として店舗のメリットも併せ
持つ通販になる

ネット通販のデメリットを補う施策

デメリット	対策
● 実物を手に取れずイメージと違うことがある	商品画像だけでなく使用シーンを想像させる画像やテキストを使用する
● 購入手続きが手間（特に自社EC）	SNSアカウントで会員登録、楽天PAY、AmazonPAY
● 送料がかかる	〇〇円以上購入で送料無料を分かりやすく表示する
● 試着や試食ができない	商品画像だけでなく使用シーンを想像させる画像やテキストを使用する
● その場で受け取れずすぐ使えない	最強翌日配送（楽天）、翌日優良配送（Yahoo）、プライム（Amazon）
● 期日までに受け取れるか遅延が心配	お届け日表示 明日7月29日にお届け（〇時までにご注文の場合）
● 店員のアドバイスが聞けない	レビューCPなどでレビュー件数を増やす、FAQを設置する
● 問い合わせ対応が即時でない	FAQを設置する、チャットBOTを導入する、フリーダイヤルを設置する
● 梱包ゴミが多い	エコ梱包の訴求
● 個人情報漏洩しないか不安	プライバシーポリシーの表示
● 現金が使えない	決裁方法の充実
● お店に楽しさがない	商品画像だけでなく使用シーンを想像させる画像やテキストを使用する

実店舗とのメリット・デメリット比較

経営者の視点で書き出してください。（20分）

	メリット	デメリット
ネット通販		
実店舗		

実店舗とのメリット・デメリット比較

経営者の視点で書き出してください。

	メリット	デメリット
ネット通販	●まとめて顧客対応可能 ●24時間営業できる●運営場所を問わない ●天候に左右されない ●イニシャル/ランニングコストが少ない ●個人情報を得られるため顧客分析しやすい ●スタッフスキル分業可 ●数値管理しやすい（費用対効果） ●タイムスケジュール調整しやすい ●在庫を持たずに運営可能 ●受注発注できるので商品数を多くできる ●商品を触られない（傷まない）	●顧客対応が難しい ●クレームがエスカレートしやすい ●専門知識・技術が必要●情報漏洩が不安 ●システムが難しい●配送の仕組みが必要 ●送料無料時の負担が大きい ●価格競争に陥りやすい●導線設計が難しい ●個人情報管理が必要●信頼を得にくい ●商品ごとにページ制作が必要 ●受注後の作業が多い●キャンセルが多い ●入荷直後に販売できない●ネットが必要 ●現金販売できずキャッシュフローがきつい
実店舗	●臨機応変の顧客対応が可能 ●クレーム対応がしやすい●通りすがりに売れる ●接客でピーターを増やせる●商品説明不要 ●利幅が取りやすい●仕入先の信用を得やすい ●作業工数が少ない●購入意欲が高い客が多い ●地域密着ができる●買わない理由を確認しやすい ●直接商品をおすすめできる●顧客層が解りやすい ●入荷直後に販売できる●代金回収が確実 ●お店の空間で楽しんでもらえる ●現金商売が可能（キャッシュフローが良い）	●接客が1対1でしかできない ●営業時間に限りがある●売り場が必要 ●立地条件に依存する●商圈が限定される ●天候や災害の影響を受けやすい ●イニシャル/ランニングコストが高い ●個人情報を得にくくリピート施策しにくい ●万引きがある●礼儀作法の教育が難しい ●在庫不足で売り逃しがある ●分業しにくい●価格変更が手間 ●シフト管理が必要●常に人の常駐が必要 ●在庫が必要●商品を触られる（傷む）

このデメリットにひとつずつ対策を実施すると、結果として店舗のメリットも併せ持つ通販になる

➡具体的な対策をみなさんで考えてみてください！

購入者の気持ちを考えるのではなく、購入者として感じる

仕事の時間



On&Off

OFFの時間



広告運用、商品ページでの訴求を考えて
消費者に「購入させる」仕事をしている自分



消費者はどう感じる？
どう行動する？

広告の影響、商品ページ訴求の影響で
商品を「購入している」自分

この自分の体験を
誰かにしてもらう
にはどうすればいい？



その店で買う理由

あなたがいつも商品を買っているお店について、思い出してください。
なぜ、そのお店で買うのですか？

売れるお店を作るためには、売れるお店の工夫や違い**に消費者として気付くことが重要。**

- ・売れているお店で買ってみる。
- ・売れている店には「売れる仕組み」がある。
- ・「売れる仕組み」は、買った人にしかわからない場合も多々ある。
- ・買ったお店でどういうフォローを受けたか、ちゃんと書き出してみる。

まず、自分が買った理由を自分自身で知ることが重要。⇒無意識を意識する

**消費者心理を理解すること、その心理に向き合うこと
で売れるお店を作っていきましょう！**

事務局より

アンケート

【目標設定】と【本セミナーのアンケート】記入のお願い

本年度のスタートになりますので、この機会に目標設定をしましょう！



次回セミナー、助成金・グルコン募集

新規出店者向け 出店準備セミナー

第1回 新規出店者向けセミナー

出店準備セミナー

ECモールの理解を深めよう

日程 2025年8月12日(火) 時間 14時~17時(予定) 場所 オンライン開催(zoom)

福島県農産物流通課主催 オンラインストア販売促進事業参加者限定



助成金・グルコン

