

## 北海道由雪株式会社実施事業

---

## 01. ECサイトでの販売

---

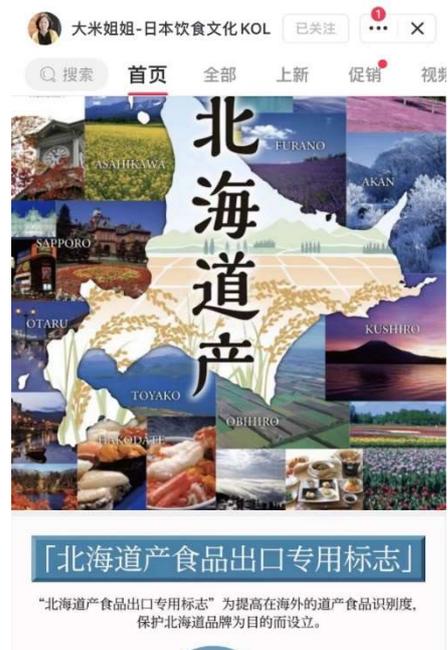
# 01 | ECサイトでの販売

## オンライン販売店舗（微店）

- 実施期間：2021年9月20日～2022年2月28日
- 販売商品数：22社83品



长按识别二维码进店  
快来吧你!!



このほか、タオバオ（陶宝）、オフライン店舗サイト（wechatミニプログラム）において、本事業参加道産品の一部を販売

### オフライン店舗サイト（wechatミニプログラム）



### タオバオ（陶宝）



# 01 ECサイトでの販売

## 参加企業一覧（22社83品（9市町村））

企業名	所在地	販売商品			
坂栄養食品株式会社	札幌市	北海道酪農ビスケット	北海道酪農ゴマスティックビスケット	北海道酪農しおフライビスケット	
株式会社北海大和	札幌市	北海道秋鮭茶漬け	紀州梅茶漬け	北海道秋鮭とろろ昆布茶漬け	知床鶏だし茶漬け
		サーモンクリームスープ	北海道コーンスープ	北海道かぼちゃスープ	北海道アスパラスープ
		北海道チーズコーンスープ	和風 桜えびわかめ	北海道野菜ふりかけ	北海道海鮮ふりかけ
みれい菓株式会社	札幌市	バスクチーズケーキ2個入り	バスクチーズケーキ		
北見鈴木製菓株式会社	北見市	ミックスチョコサンドクッキー			
池田食品株式会社	札幌市	焼いか豆 55g	ぼたてバター豆	北海道ミルクポーロ	北海道かぼちゃポーロ
		北海道ほうれん草ポーロ	焼カシュー	わさびカシュー	一味焼カシュー
		とうきびカシュー	さっぽろ黒大豆 素焼黒豆	さっぽろ黒大豆 サクッと黒豆	黒大豆茶150g
		さっぽろおみやげカシュー	焼えび豆 98g	焼いか豆 98g	
株式会社 大雪水資源保全センター	東川町	大雪旭岳源水500ml	大雪旭岳源水2L		
福山醸造株式会社	札幌市	トモエ道民の醤油 北海道丸大豆 450ml	トモエ道民の醤油 日高昆布 450ml	トモエ道民の味噌750g	トモエ道民の醤油 丸大豆
わらく堂	札幌市	北海道メロン味もち	チーズ味もち		
ベル食品株式会社	札幌市	テリヤキソース	豚丼のたれ	焼肉のたれ	焙煎ゴマドレッシング
		すき焼きのたれ			
千秋庵製菓株式会社	札幌市	バターあめ			
株式会社三好製作所	室蘭市	Takumi GELCOOL弁当箱玉米黄	Takumi GELCOOL弁当箱芒果黄	Takumi GELCOOL弁当箱巧克力	Takumi GELCOOL弁当箱櫻桃紅
		Takumi GELCOOL弁当箱芦筴緑	Takumi GELCOOL弁当箱天藍色	Takumi GELCOOL弁当箱橄欖緑	Takumi GELCOOL弁当箱藍莓色
		Takumi GELCOOL弁当箱洋葱紫			
株式会社もりもと	千歳市	北海道バターサブレ 北ふく郎5枚入	北海道バターサブレ 北ふく郎15枚入		
深川油脂工業株式会社	深川市	ポテトチップス 札幌編	ポテトチップス 函館編	ポテトチップス 旭川編	
ホクレン農業協同組合連合会	札幌市	ななつぼし2kg	北海道米ぬか油600g	ゆめぴりか2kg	ゆめぴりか 包装米飯(3パックセット)
有限会社早川コーヒー	札幌市	ホテルブレンド 500g	ホテルブレンド(豆) 200g		
西山製麺株式会社	札幌市	札幌直送西山黒醤油ラーメン	札幌直送西山金味噌ラーメン		
株式会社マルナカ	江別市	きたほなみうどん240g/袋	きたほなみ冷面240g/袋	きたほなみそうめん 240g/袋	きたほなみ緑そうめん 240g/袋
北海道麦酒酒造株式会社	小樽市	道産素材チューハイ 余市ぶどう	道産素材チューハイ余市りんごのほっぺチューハイ		
株式会社北海道バイオインダストリー	札幌市	北海道タマネギドレッシングオリジナル			
岩田醸造株式会社	札幌市	紅一点徳用即席パック			
大橋さくらんぼ園	芦別市	さくらんぼ酢			
木田製粉株式会社	札幌市	ゆめちから	道春(春よ恋)	薄力粉	天婦羅粉
		パンケーキ粉			

# 01 | ECサイトでの販売

## 商品販売ページ（微店一部商品）



北海道米 瀧七星

¥158

淘金币可抵4.74元

¥3 官方补贴红包

日本进口 探索全球美好生活

日本 瀧七星 北海道进口 寿司米2kg 包邮 宝宝



北海道大和 蔬菜海鲜 拌饭料

¥31-60

淘金币可抵0.93元

¥3 官方补贴红包

日本进口 探索全球美好生活

日本 北海道大和拌饭料 寿司卷材料饭团食材碎



日本进口特食品北海道肉盖浇饭牛并调味汁

¥42

淘金币可抵1.26元

¥3 官方补贴红包

日本进口 探索全球美好生活

日本 日本进口特食品北海道肉盖浇饭牛并调味汁



北海道小馒头

¥22

淘金币可抵0.66元

¥3 官方补贴红包

日本进口 探索全球美好生活

日本 北海道小馒头 干膨化食品薯片零食



札幌西山 | 黑酱油拉面 Y817

¥76

可享受以下优惠

配送 上海市 发货至 中国北京市朝阳区雅宝...



红一点 食味噌汤 洋葱味 海味海鲜味 油豆腐味 北海道海带味噌汤 4个口味22小袋

¥19

可享受以下优惠

配送 发货至 中国北京市朝阳区雅宝路8号...



福山酿造 | 道明日高昆布味复合调味料 海鲜烹饪 450ml

¥60

可享受以下优惠

配送 上海市 发货至 中国北京市朝阳区雅宝...



千秋庵制菓 | 北海道奶油小熊风味糖果 100g礼盒装

¥83

可享受以下优惠

已选 100g/盒



昭和制菓 | 北穂波日本面240g 素面 冷面 乌冬面 绿素面

¥29

可享受以下优惠

选择 请选择分类



BIO-DO | 北海道洋葱沙拉调味料200ml | 调味料冠军No.1味料 沙拉酱

¥91

可享受以下优惠

已选 200ml/瓶



大雪旭岳汤 | 北海道天然饮用水500ml 2L装

¥13-26

可享受以下优惠

选择 请选择分类



三好制物所 | Takumi 保冷剂一体型便当盒 | 500ml 9色可选 | 内含保冷剂

¥164

可享受以下优惠

选择 请选择分类

## 02. ECサイトでの販売実績

---

## オンライン販売商品

企業名	所在地	商品名	商品価格 (円)	販売数量	売上販売 金額(円)
坂栄養食品株式会社	札幌市	北海道酪農ビスケット	19	24	456
		北海道酪農ゴマスティックビスケット	19	25	475
		北海道酪農しおフライビスケット	19	25	475
株式会社北海大和	札幌市	北海道秋鮭茶漬け	26	24	624
		紀州梅茶漬け	26	24	624
		北海道秋鮭とろろ昆布茶漬け	26	24	624
		知床鶏だし茶漬け	26	24	624
		サーモンクリームスープ	33	15	495
		北海道コーンスープ	33	29	957
		北海道かぼちゃスープ	33	18	594
		北海道アスパラスープ	33	20	660
		北海道チーズコーンスープ	33	25	825
		和風 桜えびわかめ	33	18	594
		北海道野菜ふりかけ	25	43	1075
		北海道海鮮ふりかけ	25	44	1100
		みれい菓株式会社	札幌市	バスクチーズケーキ2個入り	101
バスクチーズケーキ	223			5	1115
北見鈴木製菓株式会社	北見市	ミックスチョコサンドクッキー	106	15	1590
池田食品株式会社	札幌市	焼いか豆 55g	37	28	1036
		ほたてバター豆	37	30	1110
		北海道ミルクボーロ	18	37	666
		北海道かぼちゃボーロ	18	30	540
		北海道ほうれん草ボーロ	18	28	504
		焼カシュー	32	20	640
		わさびカシュー	32	19	608
		一味焼カシュー	32	11	352
		とうきびカシュー	32	23	736
		さっぽろ黒大豆 素焼黒豆	27	18	486
		さっぽろ黒大豆 サクッと黒豆	27	21	567
		黒大豆茶150g	85	21	1785
		さっぽろおみやげカシュー	163	18	2934
		焼えび豆 98g	27	21	567
		焼いか豆 98g	27	17	459
		株式会社 大雪水資源 保全センター	東川町	大雪旭岳源水500ml	13
大雪旭岳源水2L	26			9	234
福山醸造株式会社	札幌市	トモエ道民の醤油 北海道丸大豆 450ml	60	26	1560
		トモエ道民の醤油 日高昆布 450ml	60	24	1440
		トモエ道民の味噌750g	65	15	975
		トモエ道民の醤油 丸大豆	60	10	600
わらく堂	札幌市	北海道メロン味もち	180	5	900
		チーズ味もち	180	8	1440
ベル食品株式会社	札幌市	テリヤキソース	34	40	1360
		豚丼のたれ	34	36	1224
		焼肉のたれ	32	9	288
		焙煎ゴマドレッシング	34	18	612
		すき焼きのたれ	36	30	1080
千秋庵製菓株式会社	札幌市	バターあめ	83	18	1494

## オンライン販売商品

企業名	所在地	商品名	商品価格 (円)	販売数量	売上販売 金額(円)
株式会社三好製作所	室蘭市	Takumi GELCOOL弁当箱玉米黄	164	5	820
		Takumi GELCOOL弁当箱芒果黄	164	3	492
		Takumi GELCOOL弁当箱巧克力	164	2	328
		Takumi GELCOOL弁当箱櫻桃紅	164	2	328
		Takumi GELCOOL弁当箱芦荟綠	164	2	328
		Takumi GELCOOL弁当箱天藍色	164	4	656
		Takumi GELCOOL弁当箱橄欖綠	164	3	492
		Takumi GELCOOL弁当箱藍莓色	164	2	328
		Takumi GELCOOL弁当箱洋葱紫	164	2	328
株式会社もりもと	千歳市	北海道バターサブレ 北ふく郎5枚入	113	8	904
		北海道バターサブレ 北ふく郎15枚入	339	4	1356
深川油脂工業株式会社	深川市	ポテトチップス 札幌編	26	30	780
		ポテトチップス 函館編	26	31	806
		ポテトチップス 旭川編	26	30	780
ホクレン農業協同組合連 合会	札幌市	ななつぼし2kg	149	58	8642
		北海道米ぬか油600g	100	22	2200
		ゆめぴりか 包装米飯 (3パックセット)	58	11	638
		ゆめぴりか2kg	178	127	22606
有限会社早川コーヒー	札幌市	ホテルブレンド 500g	90	21	1890
		ホテルブレンド (豆) 200g	47	12	564
西山製麺株式会社	札幌市	札幌直送西山黒醤油ラーメン	76	20	1520
		札幌直送西山金味噌ラーメン	76	24	1824
株式会社マルナカ	江別市	きたほなみうどん240g/袋	29	54	1566
		きたほなみ冷面240g/袋	29	54	1566
		きたほなみそうめん240g/袋	29	54	1566
		きたほなみ緑そうめん240g/袋	29	54	1566
北海道麦酒酒造株式会社	小樽市	道産素材チューハイ 余市ぶどう	324	20	6480
		道産素材チューハイ余市りんごのほっぺチューハイ	324	20	6480
株式会社北海道バイオイ ンダストリー	札幌市	北海道タマネギドレッシングオリジナル	91	16	1456
岩田醸造株式会社	札幌市	紅一点徳用即席パック	19	25	475
大橋さくらんぼ園	芦別市	さくらんぼ酢	120	10	1200
木田製粉株式会社	札幌市	ゆめちから	84	5	420
		道春 (春よ恋)	84	6	504
		薄力粉	84	5	420
		天婦羅粉	84	2	168
		パンケーキ粉	84	10	840

※3店舗における販売数量・金額合算

総売上高：113,564元 (約207万円)

※18.29円/元 (2月25日時点)

## 03. オンラインプロモーション

---

## 03 | オンラインプロモーション

### オンライン販売商品

SNS配信から商品の販売に繋げるため、商品の販売もできる抖音（中国版TIKTOK）にてライブ配信を行った。中国人の料理研究家を招き、食材をどのように使用したら良いかの調理デモをオフライン店舗で行い、その様子を抖音で流すというオンラインとオフラインを組み合わせた方法を採用。

ライブ配信MC

**美晴**

料理研究家／和菓子作家／食育講師



ライブ配信日	時間	取扱商品	視聴者数
2月12日	14:00～16:00	北海道産ゆめぴりか、味噌	152
2月20日	14:00～15:30	道春（春よ恋）、さくらんぼ酢	231

### ライブ配信結果

オンライン販売額：約5万円  
オフライン販売額：約5万円

### ライブ配信総括

オンライン上のみでライブ配信・ライブコマースを行う場合は、販売を目的として複数商品を紹介しなければならず、それぞれの詳細な商品紹介ができない点がデメリット。今回はオンラインとオフラインを組み合わせたライブ配信を行い臨場感を出すことがき、調理デモを行ったことにより消費者は商品の使い方が分かる商品説明を丁寧に行う形を取った。加えて、その場でオンラインでも購入ができるため、ライブ配信を見た上で消費者の商品購入の流れに繋がったと考える。



# 03 | オンラインプロモーション

## ライブ配信予告広報

### 2月12日ライブ放送の予告

06:19

详情

玉米速溶粉做的麦香面包试吃, 购买食材的你, 会送你菜单。还有北海道味噌汤和黑豆茶试喝。大家动起手来, 一起成为即懂时尚, 工作, 又能下厨房的小万能。品质生活靠自己双手去创造, 你的精彩生活由你自己选择。家人健康生活由你去守护。匠之饗宴就是一个小平台, 你能来体验, 试吃, 试喝, 不分国界, 只为美好生活一起来交流, 互动! 等你来。在家也能参与!

浪漫寿司卷现场试吃 2/12  
Happy valentine's day  
2:00PM  
活动地点  
上海市浦东新区新场大石堂里匠之饗宴  
日式寿司卷  
北海道浓汤  
北海道小面包  
免费试吃  
抖音同步直播

评论

### 2月20日ライブ放送の予告

大米姐姐-北海道食品出口中国  
0:/ a- 【物汤物源的直播间】根  
按复制吡条消 xi, 打开ツ蚪悳  
搜嚟, kanTA 直播→→  
iB8oaGHp1q8→→[ツ蚪悳♂ 鉤  
令]

大米姐姐-北海道食品出口中国  
早安! 元气满满的一天。今天  
下午2点, 线上线下同时活动。  
欢迎来现场互动。

上海·匠之饗宴  
2022年2月20日 14:05 删除

2022年2月20日 07:34 删除

## 04. オフライン店舗との連携

---

## 04 | オフライン店舗と連携した販売・プロモーション

中国へのオフライン店舗（上海前灘鳶屋書店）と連携して、オンライン受注したお弁当の受け取り販売やアンケート調査等を実施。



### 北海道産商品を使ったお弁当提案



気軽に北海道産商品を味わってもらうため、商品を組み合わせてお弁当として展開。お米や調味料等の商品を使用して、実際に味わってもらい購買に繋がる試み。オンライン上でも注文が可能だが、オンラインで注文した場合はデリバリーではなく、オフライン店舗での受け取りの形としている。

#### <主な使用道産商品>

ホクレン：北海道米ぬか油、ゆめぴりか  
 福山醸造：トモエ道民の醤油 北海道丸大豆  
 ベル食品：焙煎ゴマドレッシング、焼肉のたれ  
 北海道バイオインダストリー：北海道タマネギドレッシングオリジナル

### お弁当の販売例、販売金額

実施期間：2022年1月～2月

お弁当の内容	販売数量	販売金額（円）
エビフライ弁当	84	2,856
牛丼弁当	34	1,156
エビカツ弁当	37	1,258
サーモン西京焼き弁当	69	2,346
鯖海苔弁当	83	2,822
豚焼き弁当	30	1,020
鮭弁当	48	1,632
牛肉弁当	13	442
味噌豚弁当	28	952
黒胡椒唐揚げ弁当	28	952
合計	454	15,436

※取り扱い弁当は日替わり

（約28万円）

※18.29円/元（2月25日時点）

## 05. アンケート調査

---

# 05 | アンケート調査

## アンケート項目

日本の渡航有無について	Q1：日本に行ったことがあるか？
	<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ
日本の渡航有無について	Q2：北海道に行ったことがあるか？
	<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ
買物事情について	Q3：普段の買い物はどこですか？
	<input type="checkbox"/> オフライン小売店舗 <input type="checkbox"/> ECサイト
	Q4：越境ECで買物はするか？
	<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ
	北海道の商品を購入したことはあるか？ 購入したことがある場合、どのような商品か？
	<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ
食について	ある場合、具体的商品 ( )
	Q5：日本食は食べるか？
	<input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> いいえ
	Q6：日本食を食べる頻度は？
	( )
	Q7：（サンプルを試食して）美味しかったか？
	<input type="checkbox"/> 美味しかった <input type="checkbox"/> まあまあ美味しかった <input type="checkbox"/> あまり美味しくなかった <input type="checkbox"/> 美味しくなかった
【美味しかった場合】 どういう点が美味しく感じたか？ ( )	
【美味しくなかった場合】 改善点は何か？ ( )	

## 05 | アンケート調査

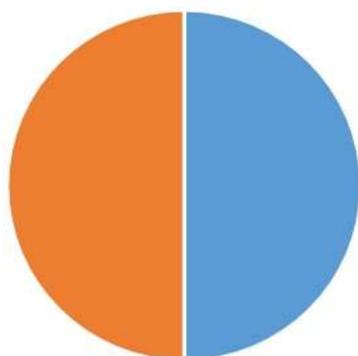
### アンケート回答者属性

実施期間：2022年2月1日～2月16日

回答者：30名

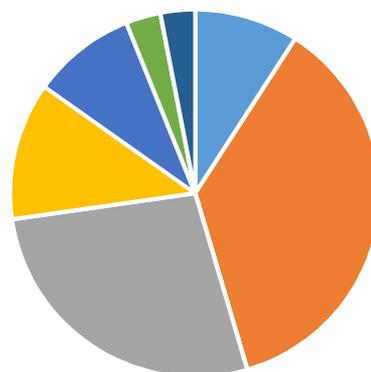
実施会場：上海前滩蔦屋書店

#### 男女比



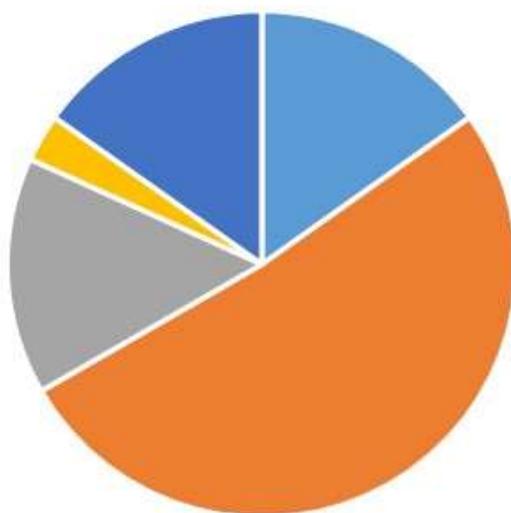
■ 男性 ■ 女性

#### 年齢層



■ 11歳～20歳 ■ 21歳～25歳 ■ 26歳～30歳  
■ 31歳～40歳 ■ 41歳～50歳 ■ 50歳～60歳  
■ 60歳以上

#### 職業



■ 学生 ■ 会社員 ■ 経営者層 ■ 定年退職 ■ その他

## アンケート結果

日本の渡航有無について	<b>Q1：日本に行ったことがあるか？</b>
	はい： 14票
	いいえ： 16票
	<b>Q2：北海道に行ったことがあるか？</b>
	はい： 8票
	いいえ： 22票
買物事情について	<b>Q3：普段の買い物はどこですか？</b>
	オフライン小売店舗： 13票
	ECサイト： 17票
	<b>Q4：越境ECで買物はするか？</b>
	はい： 14票
	いいえ： 16票
	<b>北海道の商品を購入したことはあるか？</b>
	<b>購入したことがある場合、どのような商品か？</b>
	はい： 17票
	いいえ： 13票
ある場合、具体的商品 (納豆、アイスクリーム、お菓子、醤油、味噌、調味料、 麺類、ケーキ、冷凍食品 )	
食について	<b>Q5：日本食は食べるか？</b>
	はい： 25票
	いいえ： 5票
	<b>Q6：日本食を食べる頻度は？</b>
	一週間に何回か： 5票
	一月に何回か： 20票
	そんなに食べない： 5票
	<b>Q7：(サンプルを試食して)美味しかったか？</b>
	美味しかった： 20票
	まあまあ美味しかった： 3票
	あまり美味しくなかった： 6票
	美味しくなかった： 1票
	<b>【美味しくなかった場合】改善点は何か？</b>
	・ 価格が高い
・ 保存期間が短い	
・ 味が甘すぎる (お菓子)	
・ パッケージの見た目が普通	

## アンケート総括

- アンケートを取得した上海市内であれば、日本に行ったことがあるという人もアンケート回答者の半数、そのうち北海道に行ったこともある人も約4分の1と比較的高い数字となった。
- また、普段日本食を食べる割合も多く、中国一般消費者も日本食に対しての理解はあると考えられる。
- 普段の買い物の場所の質問では、オフライン店舗に比べてECサイトで購入する人の比率が高く、中国では日本に比べてもEC使用率が高い。このことから、中国において消費者向けに販路を拡大しようと考えている場合にはECサイトも含めたオンライン販路も重要になってくる。
- 越境ECで購入をする人数は約半数と、国内ECだけでなく越境ECで買物をする人も多いことから、中国越境ECでのテスト販売等も日本企業にとっては中国市場開拓の1つの手段となる。
- 今回アンケートを取得した場所はオフライン店舗ということもあり、日ごろ本店舗に来ている人がいることから北海道産商品を購入したことがあるという回答が多かったが、調味料、お菓子、麺類と多くのカテゴリーの商品を購入していることが分かる。
- 今回のアンケートではどの商品に対してどのような評価であったかを取ることができなかったが、改善点として、「価格が高い」、「保存期間が短い」、「味が甘すぎる」、「パッケージの見た目が普通」という声があった。

## 06. ファンコミュニティ

---

# 06 | ファンコミュニティ

## ファンコミュニティの構築

消費者に対するフォローと日本食文化の宣伝などを細かくできるwechatでのグループを作成。  
毎日wechatのグループメンバー合計2000人以上とフォロワー4600人以上に対して様々な日本食文化など発信。



- 服务蔦屋1群 (198)
- 服务蔦屋5群 (152)
- 服务莲花1群 (163)
- 服务蔦屋7群 (195)
- 服务伊势丹1群 (47)
- 服务杭州2群 (55)
- 服务蔦屋2群 (170)  
备注:服务蔦屋2群
- 服务蔦屋4群 (196)  
备注:服务蔦屋4群
- 服务杭州1群 (191)

- 服务杭州1群 (191)
- 服务啦啦宝都1群 (104)
- 服务蔦屋3群 (190)
- 宏汇莲花广场客户服务群 (154)
- 服务蔦屋6群 (147)
- 服务蔦酒1群 (16)



ファンコミュニティ発信例



## 消費者からのコメント



見ていてお腹が  
すいてしまう



買いたいけど売り  
切れてしまった…

味噌汁は美味し  
いですよ、私も  
飲みました



北海道の美味  
しいものが懐  
かしい



バタークッキーは  
まだ買えるの？

## 04 | 北海道由雪(株) 実施総括

### ポイント

- ライブ配信・ライブコマースを行う場合は、販売を目的として複数商品を紹介しなければならず、丁寧な詳細説明が行いにくいですが、オフラインを組み合わせたライブ配信を行うことで臨場感を出すことができる。
- 調理デモを行ったことにより消費者は商品の使い方が分かる商品説明を丁寧に行う形を取った。
- その場でオンラインでも購入ができるため、ライブ配信を見た上で消費者の商品購入の流れに繋がったと考える。
- アンケートの結果から、普段の買い物の場所の質問では、オフライン店舗に比べてECサイトで購入する人の比率が高く、中国では日本に比べてもEC使用率が高い。
- 日頃から北海道産商品を購入する層は調味料、お菓子、麺類と多くのカテゴリーの商品を購入している

### 効果検証

- 中国の場合は偽物が流通をしていることがあるため、消費者はオンラインで商品を購入する際には慎重になる傾向がある。そのため、消費者とコミュニケーションを取りながら、商品紹介をしていくことが重要な要素となる。
- オフラインのメリットとして、消費者とのコミュニケーションや、味見、体験などで、その場で気に入った商品を購入することができる一方、コロナの影響による行動制限によりプロモーションが制限されたり、来客数が少なくなる場合が多数発生する。
- そのため、オンラインのみ、オフラインのみのプロモーションを行うのではなく、例えば、オンラインでは商品の露出、食べ方の紹介等を行い、実施の現場で試食イベントを行う等、それぞれの特長を上手く活用できるよう組み合わせ、消費者にアプローチができる方法で商品紹介、販促をしていくのが最も効果的だと考える。
- また、中国も含めて、海外に輸出をする際には日本の商品をそのまま売り込むのではなく、その国の食習慣を理解した上でパッケージや量、味についても変えて日本企業から提案ができるとより中国での販路拡大に繋がると考える。

### ①中国EC市場の可能性及び道産品のニーズ・優位性

2019年度末から続く、新型コロナウイルス感染症拡大による外出自粛なども後押しし、EC市場は成長を続けていることに加え、海外渡航制限により、日本産品を買いに行けないことから購入意欲を満たす手段として越境EC市場やライブコマース市場は高まりを見せており、こうした傾向はまだ続くと考えられます。

また、中国における日本各地の特産品人気はまだ根強く、中国国内でも知名度のある北海道は一定の人気が見込まれるエリアとなっており、「北海道」のネームバリューが通じる北海道は他自治体と比較して優位の立場にあると考えます。

経済が発展している沿岸部（上海市、北京市、深圳市、広州市、天津市、大連市など）を中心に来日経験者や日本文化に関心がある方が多く、内陸部（西部）と比較して所得が多いことから、消費力も高いため、日本産品を求める方が多い傾向がみられることから、道産品輸出の可能性も高いと考えます。

### ②中国EC市場における効果的なPR・販売手法等

今回のプロモーションでは、北海道を紹介するショットビデオを道庁協力の元、事前に準備し、ライブ開始する前に流れることによって、配信を見る中国消費者により臨場感を与えた上、道庁職員の方々にも出演いただくことによって、販売したECサイトのイメージや信頼性を強化することにつながりました。

偽物も多く流通する中国では、オンライン購入に慎重になる消費者も多くいることから、公式メッセージや画像等を通じ、自治体や公的団体が行うイベントであることをPRすることが品質や正規品であることを保証することにもつながり、消費者に安心感を与えるため、今後も自治体や公的機関と連携した販売が肝要と考えます。

一方で、ライブ配信視聴ユーザーが実際に商品を購入する割合については、1/5程度に留まり、商品購入への誘導、販売商品の選定、採用するKOLの質や発信内容の強化に取り組む必要がある結果となりました。

その他、広報については、今回、Wechatモーメンツ広告を活用したことで、他の越境ECプラットフォームにないビッグデータターゲティング広告ができ、より日本商品や日本文化に興味のある中国人に絞った投下をしたため、通常のトラフィック送客にも北海道ライブ販売の予告にもかなりの効果が検証できました。今後のプロモーションにおいても告知頻度を増やすなど継続的に強化したい取り組みと考えます。

その他、ユーザーからの評価といった口コミを重視する傾向がある中国では、より消費者に近い存在であるKOCの重要性も高まっていることから、こうした方を通じたSNS上の発信も効果的と考えます。

また、コロナ禍で活動制限が度々でているものの、実店舗と連携したプロモーションを通じ、消費者とのコミュニケーションが容易で、味見・実演などでき、その場で気に入った商品を購入することができるオフラインでの販売・プロモーションにも一定の役割が見込まれる。

そのため、オンライン・オフラインどちらか一方のみに注力したプロモーションを行うのではなく、オンラインでは商品の露出・認知度向上、ライブコマースや動画を通じた、利用・食べ方の紹介等を行い、コロナの感染状況を見極めたうえで、オフラインの試食イベントを行うなど、手法を上手く使い分けることにより、消費者にアプローチしていくのが効果的だと考えます。

### ③その他中国EC市場における道産品販路拡大に向けた観点

中国も含めて、海外に輸出をする際には日本の産品をそのまま売り込むのではなく、その国の食習慣を理解した上でパッケージや量、味についても変えて日本企業から提案ができることにより中国での販路拡大に繋がると考える。