

Ⅱ. デジタル市場運用プロジェクト

アジェンダ

1. デジタル市場運用プロジェクトの必要性
2. デジタル市場運用プロジェクトの戦略
3. デジタル市場運用プロジェクト施策と効果

アジェンダ

1. デジタル市場運用プロジェクトの必要性
2. デジタル市場運用プロジェクトの戦略
3. デジタル市場運用プロジェクト施策と効果

デジタル市場運用プロジェクトの必要性

平成30年の海面漁業生産統計調査によると、岸和田漁港以外の市町にある漁港での漁獲量が少なく、各漁港の魚市場において魚屋や仲買人向けに販売をしても、1種につき、まとまった量を卸せるわけではないのでロスが出てしまう状況である。

27	100	大阪市	210	-	-
27	140	堺市	99	-	-
27	202	岸和田市	5,684	-	-
27	213	泉佐野市	875	-	-
27	228	泉南市	265	-	-
27	232	阪南市	375	-	-
27	366	岬町	603	-	-

利用上の注意

この市町村別データは「海面漁業生産統計調査」の結果による。



デジタル市場運用プロジェクトの必要性

地産地消はもちろん重要であるが、これまで対応できてこなかった大阪や東京等の大きな市場に向けた 大きなロット数での販売を行えるように整備することでフードロス対策につながる。



アジェンダ

1. デジタル市場運用プロジェクトの必要性
2. デジタル市場運用プロジェクトの戦略
3. デジタル市場運用プロジェクト施策と効果

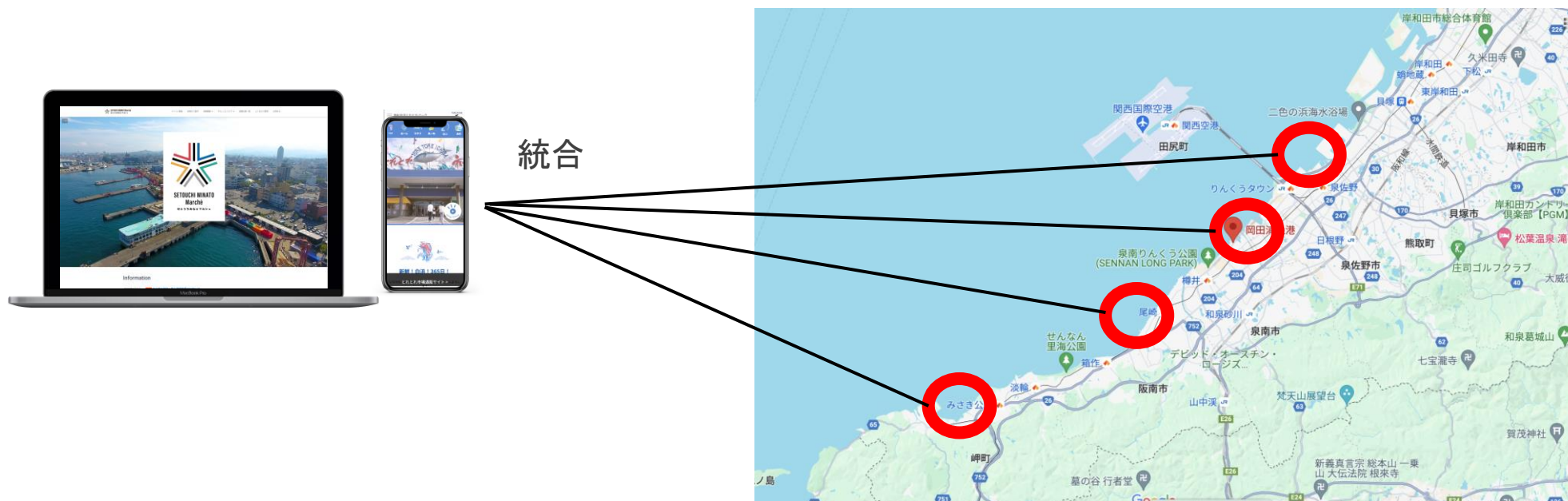
デジタル市場運用プロジェクトの戦略

大阪湾の豊かな海洋資源とデジタル技術の融合により、地産地消はもちろん、これまで対応しにくかった東京等の大市場に向けた 大きなロット数での販売を行えるようにし、持続可能で効率的な水産業の実現を目指す。



デジタル市場運用プロジェクトの戦略

インターネット上にB2B向けの市場を開設し、泉佐野、岡田浦、尾崎、深日の4漁港の魚をWeb上で統合する。そして、4つの漁港で水揚げされた魚類の種類やロット数をあらかじめ確認し、まとまったロット数を確保して、地元の仲買人にも手数料が入る仕組みを作り、東京等の都市圏の市場向けに大きなロット数での販売が可能となることを目指す。また、既存の魚屋や仲買人の方々も利用しやすい仕組みを作り、地産地消も推進する。



デジタル市場運用プロジェクト戦略

1. ターゲット

地域の魚屋や仲買人の方と遠方のオンラインで新鮮な海産物や地域特産品を求める仲買人。

2. 機能とサービス

- a. 新鮮な海産物のオンライン注文と配送。
- b. 地域特産品の卸販売。
- c. 仲買人と漁業者をつなぐ直販システム。
- d. 地域の漁業に関する情報提供とコンテンツ。

3. デジタルマーケティング戦略

- a. SEO（検索エンジン最適化）とSNSプロモーション
- b. ターゲット市場へのカスタマイズされた広告キャンペーン。
- c. ユーザーフレンドリーなインターフェースと直感的な購入プロセス。

4. 地域経済への影響

- a. 地域漁業者の収益増加。
- b. 地元産品の価値向上。
- c. 地域ブランドの国内外への普及。
- d. 持続可能な漁業への貢献。

デジタル市場運用プロジェクト戦略

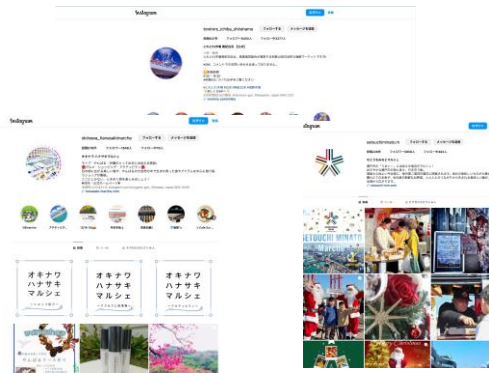
InstagramやYoutubeなどのSNS、LPやHP、その他Webチラシ、Web広告などの集客チャネルを利用し、新規業者および、リピーターの獲得を実現。デジタル市場を活用することによって、売上の向上を目指す。

集客チャネル

LP、HP



SNS



WEBチラシ、Web広告



販売チャネル

ECサイト



アジェンダ

1. デジタル市場運用プロジェクトの必要性
2. デジタル市場運用プロジェクトの戦略
3. **デジタル市場運用プロジェクト施策と効果**

デジタル市場運用プロジェクト施策と効果

在庫管理や水揚げ状況の確認システムとデジタル市場の開設により、新たな販路開拓および販路拡大が実現できる。

重点施策1

デジタルマーケティングを用いた集客やイベントの実施

仲買人向けの定期的なイベントやSNSを中心に、メールやWeb広告などを利用して、新規顧客および、リピート顧客の獲得が実現可能となる。

重点施策2

ICTを活用したPR、
販路拡大
地産地消の推進

オフラインでの販売に追加して、HPやLPを活用したPR活動やデジタル市場を活用した商品の販路拡大を実現すると共に既存取引先が利用しやすい仕組みづくりも行うことで地産地消の推進が可能。

重点施策3

商品多様化、
商業施設新設や
リノベーションの実施

新しいトレンドや消費者の変化に合わせた商品のリブランディングや仲買人も利用する施設の新設、リノベーションを実施することで話題性、来場客数増加の契機を作ることができる。

重点施策4

アントレプレナー教育
等の人材の育成と
環境の整備

漁業・商業に関わる人材を育成することによって、漁業活動を核とした関係交流人口の増加施策、デジタルを利用した販売や集客などの持続可能性を実現できる。

持続可能な水産業の発展と漁業者の所得向上を実現

目指す主な成果

デジタル化とICT化、環境整備などにより、長期的な経済的自立と地域発展を促すことに寄与する。