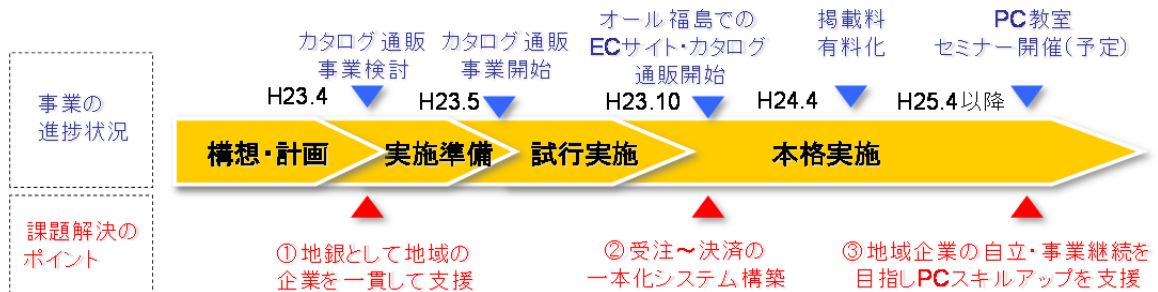


事例3-3 地銀と企業の連携による復興応援通販事業（福島県郡山市他）

- 1 地銀による地元中小企業への一貫した支援姿勢
- 2 通販を請け負う事業者が受注・発送・決済一本化システムを開発、出品者負担を軽減
- 3 地域企業の自立と事業継続を目指し、PC研修などでスキルアップ支援

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|-------------------------------------|
| 事業主体 | 事業主体 (有)スペースワン／東邦銀行（企画・協賛） |
| プロジェクト規模 | カタログ掲載65社、ECサイト掲載96社(平成24年5月現在) |
| 事業費 | eコマース（電子商取引）カタログ制作及びサイト運営費（東邦銀行が支援） |

(1)事業の概要

福島県では、地震の影響を受けた産業の復興や、風評被害等への対策として、地域産業振興のためのさまざまな取り組みが始まっている。なかでも地銀がリードする支援策として注目されているのが、通販事業「ふくしま市場うつくしま良品本舗」（以下、ふくしま市場）だ。カタログ制作やeコマース（電子商取引）サイト（以下「ECサイト」）の運営などを地元の制作会社である（有）スペースワンが担当し、東邦銀行が企画・協賛としてバックアップする。掲載企業は県内の生産者、加工業者など、東邦銀行のネットワークを活用。生鮮品は扱わないが、食品に限らず日本酒や工芸品など現在は、162商品をECサイトに掲載。掲載料金はカタログ印刷代相当に抑え地元企業が利用しやすい価格に設定している。



ふくしま市場のECサイトトップページ

地銀として長く地域の中小企業を支えてきた東邦銀行では、震災後すぐに取引先事業者の状況について調査したほか、「復興商談会」と銘打って東京都での商談会を開催するなど、復興への取り組みを開始。平成23年5月にはふくしま市場の前身となるカタログ通販事業をスタートさせた。当初カタログ制作は実績のある他県の会社に委託していたが、事業が軌道に乗ったところでいったん体制を改め、「オール福島」を目指して地元企業のスペースワンと連携。ECサイトも設営し、10月からサービスを開始した。平成24年3月までは掲載料を無料とし、商品の送料についても東邦銀行が負担した。カタログ製作にあたってはスペースワンの担当者がおおよそ100社と面談。商品写真やレイアウトをより見やすくするなど、前身のサイトに改善を加えて、120社208商品を掲載。復興支援の気運が高まっていた時期でもあり、全国から注文が引きも切らず寄せられ、前身のカタログ販売がスタートした23年5月から24年3月末までの11カ月で、累計2億円超を売り上げた。

24年4月からは、掲載を有料化し、送料は商品価格に上乗せする方式とした。それにともないカタログ掲載は65社へと減少したが、数千円台の負担で掲載できるECサイトには引き続き105社が登録した。受注数についても一時期ほどの伸びは見られないが、リピーターや企業のお歳暮用途など大口注文も多く、安定した受注数を確保できている。引き続き通販事業は継続していく予定だが、今後は、福島県や関連団体と連携し、県内の旅館・ホテルも巻き込み、観光イベントや観光キャンペーンを展開するなど、

観光集客に力を入れ、まず「県外から来て県産品に親しんでもらう」ことで、ネット通販顧客開拓に結び付ける取り組みも始めている。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 地銀による地元中小企業への一貫した支援姿勢

県内に105店、県外に8店を展開し、県内に顧客の大部分を持つ東邦銀行では、従来から取引先の中小企業へのバックアップをはじめ、地域への貢献を業務の一環としてきた。法人営業部の公務・地域振興室では、各種商談会や県産品・観光PRイベントの開催など、さまざまな取り組みを行ってきている。その姿勢は震災後の対応にも貫かれており、今回の通販事業においては、金銭的な支援のほか、全国の地銀をはじめとする金融機関や行政とのネットワークを活用し、カタログの普及に寄与した。また、銀行と地元中小企業との強い絆が地盤となり、復興への取り組みをスムーズかつスピーディに進めることができた。



これまでに発行した通販カタログ

2 通販を請け負う事業者が受注・発送・決済一本化システムを開発、出品者負担を軽減

画期的な工夫が、スペースワンが開発・運営する、受注から決済までの一本化システムだ。ファックスなどでの注文を同社で受け付け、まず運送業者に集荷と発送伝票作成を依頼する。同時に、注文のあった商品の事業者へ受注を知らせ、パッキングなどの発送準備を促すメールを送る。これらが自動的に行われるシステムを構築した。また入金についてもスペースワンにて管理。月初に前月の発注数や売上金額を事業者を確認してもらい、問題がなければ月末に支払う仕組みにした。発送伝票を書く手間や代金計算、管理など、通販に伴う煩雑な作業が軽減され、事業者からは非常に好評だった。またこのシステムは、注文する消費者にとっても、複数の事業者の商品をまとめて一括注文できる点で便利である。

3 地域企業の自立と事業継続を目指し、PC研修などでスキルアップ支援

全国で活況を呈すネット通販事業において、参入企業が各地で増加する中、経済産業省の調査では、福島県は、インターネットによる通販事業を実施する企業の割合は全国平均の半分程度の水準で、まだインターネットを活用した通販事業等の普及が十分とは言えない。スペースワンではうつくしま良品本舗のサービスなどを手始めに、県内事業者のインターネットリテラシーを高めたいという。また、4月以降、同社オフィスを利用してのパソコン教室や、講師を招いてのネットショップに関する資格取得セミナーなどの取り組みを始める予定。まずは、事業者自身が自店を管理する「インターネットモール」に対応できる程度の知識、技術の普及を目指す。

コラム：通販カタログを通じて生まれた新たな絆

「スタートして1年での受注数の多さには、出品している事業者もずいぶん励まされたと思う」と、スペースワンの小林康宏専務取締役は当時を振り返る。サービス開始と同時に、1日およそ200件の注文ファックスや電話、メールが舞い込んだ。ファックスや電話での注文が多かったため、入力業務は大変だったが、懸念していた放射能の影響に関する問い合わせもなく、反対に、満足の声や激励の言葉ばかりがメールなどで寄せられたという。

受注数が穏やかになった今でも、何度も注文してくれる顧客や、会社のイベントやお歳暮用に大口の注文をしてくれる企業も。感謝のしるしに、24年度のカatalogには、「ふくしま応援企業」として顧客の会社を紹介するページを設けた。ふだん直接接することのない、お客様の顔や日常を知ることができたと、事業者にも好評。ページをめくると目に飛び込んでくる笑顔が、福島を応援するお客様と事業者を結ぶひとつの絆になった。