

## 広島県産品販路拡大緊急対策事業の実施結果について

（令和3年3月3日）  
商工労働総務課  
販売・連携推進課

## 1 趣旨

新型コロナウイルス感染症の影響によって販売に苦慮している品目の消費拡大と事業者の独自ECサイト開設による販売チャネルの拡大を支援する本事業（ひろしまモール）について、開設期間が終了したため、その結果を報告する。

## 2 実施状況

項目	内容
実施期間	令和2年6月9日～令和3年1月31日
参加事業者数	238事業者（想定600事業者）
商品数	368商品
売上額	71,758千円（目標2.5億円）
新たにEC販売を開始した事業者数	59事業者（目標200事業者）
インターネット通販セミナー参加事業者数	62事業者（想定200事業者）
個別相談参加事業者数	33事業者（想定100事業者）

## 3 参加事業者アンケートの結果

質問項目	主な回答	
ひろしまモール参加で役立ったこと（複数回答可）	商品及び会社の宣伝になった	66%
	商品の売上増につながった	33%
	新規顧客の獲得につながった	32%
	インターネット通販の理解が進んだ	26%
	新たな販売方法の獲得につながった	24%
	役に立たなかった	9%
インターネット通販セミナーは役立ったか	役に立った	94%
	役に立たなかった	6%
個別相談は役立ったか	役に立った	100%
	役に立たなかった	0%
セミナーまたは個別相談で役立ったこと（複数回答可）	商品ページのデザイン（写真撮影など）	52%
	インターネットの基本スキル	48%
	売れる商品づくり（商品構成、価格）	36%
	SNSや広告等を活用した集客方法	32%
今後もインターネット通信販売を続けるか	続ける	97%
	続けない	3%

※ 回答者数：172事業者

#### 4 成果と課題

売上額の目標は達成しなかったものの、事業者のインターネット通信販売ノウハウの獲得や商品の売上増に一定の効果があった。

また、ほとんどの事業者が今後もインターネット通信販売を続けるとしており、販売チャネルの拡大にも一定の効果があった。

なお、インターネット通信販売で売上を伸ばすためには、売れる商品づくり（商品構成、価格）や魅力的な商品ページのデザイン、SNS や広告等を活用した効果的な集客などを進める必要がある。

#### 5 今後の対応

引き続き、インターネット通信販売を含めた、事業者の販売ノウハウの獲得と販売チャネルの多角化に向けて支援する。