

1. 6次化事業者・地方生産者及び地域商社の課題仮説

6次化事業者・地方の生産者の課題

- ✓ マーケットニーズをとらえた、商品開発力が不足している。
⇒ 自社商品だけではなく、他の生産者とも連携した地域ぐるみのコンセプトが必要
- ✓ 自社商品の発信だけではブランドを構築できない。
⇒ 生産者のみのストーリーだけではなく、背景にある地域全体のストーリーも伝える必要
- ✓ 自社のみで販路開拓ができず、商社等に頼らざるを得ないが、単一事業者だけでは商品の種類・供給可能性が少なく、商談が成立しにくい。
⇒ 地域ぐるみで販路を拡大していく必要がある。



これらの地方の生産者の課題を解決するためにも「地域商社」は必要である。

地域商社の課題

- ✓ 地域商社へのヒアリングを通じて、地域内の少量多種の商品付加価値を上げていくために必要なリソース・機能は以下であるとの仮説を構築
- ① 地域商社の立上げ資金提供やファイナンス面での指導が必要
- ② 地域が限定されており販売商品が少ないため、地元の生産者を取りまとめて付加価値ある「商品群」に仕立てる企画・開発能力が必要
- ③ 地域商社単体では認知度が足りないため、メディア露出支援が必要
- ④ 他の地域商社と連携して複数地域連動企画を行うことにより強いコンテンツの作成が可能だが、相互ネットワークがないためそのプラットフォーム機能が必要

6次化事業者・地方の生産者の個別支援のためにも、
地域商社の課題を解決できるプラットフォームが必要

2. 地域商社と連携したプラットフォーム事業会社(案)

