事例No.	2081
公表年度	R4
団体の属性	都道府県
団体名	宮城県

事例区分	DX

タグ	・歳入確保 ・新たな政策手法の確立・活用 ・ICT

事例種類	農林水産業

事例内容・タイトル

デジタルマーケティングを核とした県産品販売促進モデル構築

出典

地域社会のデジタル化に係る参考事例集【第2.0版】

101 デジタルマーケティングを核とした県産品販売促進モデル構築【宮城県】

事業の概要

○ 県産品のオンラインショップを紹介し、集客を促すポータルサイト「宮城旬鮮探訪」を令和３年12月に開設。



○ 「宮城旬鮮探訪」訪問者の属性を分析し、県産品へ関心をもつ顧客層の見える化を図るとともに、ターゲットを絞り込んだデジタル広告配信等により効果的に集客・販売促進を行う。

○ さらに、見える化した顧客層データを県産品製造・販売事業者にフィードバックすることで、EC販売のノウハウ蓄積を図る。

【参考情報①】 人口：228.2万人
関連URL：https://shunsentanbou.pref.miyagi.jp/

【参考情報②】地方創生推進交付金（内閣府）とは
URL：https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/souseikoufukin.html

もっと知りたい！ 担当者にインタビュー


（総務省）

取組の経緯・きっかけを教えてください。

スマートフォンの普及や新型コロナウイルス感染症の拡大により、非対面・非接触による販売ツールの必要性が増大していることから、EC販売の拡大支援とデジタルマーケティングに係る人材育成支援を早急に実施すべきと考え、令和３年度から本事業がスタートしました。


（宮城県）



導入又は実証時において、国又は都道府県の支援制度（人的支援や技術提供、補助金等）を活用しましたか？

本事業の核となるポータルサイト「宮城旬鮮探訪」の開設・運営や、事業者へのノウハウ蓄積を図るセミナーの実施等について、内閣府の地方創生推進交付金（令和３年度から３年間）を活用しています。





事業の近況を教えてください。

「宮城旬鮮探訪」には、１ヶ月あたり10,000人以上のアクセスがあり、県産品の顧客層の見える化に向け、データを着実に蓄積しています。令和４年度からは、蓄積したデータを活用した事業者向けのECノウハウ蓄積セミナーを開催する予定です。



★担当：宮城県農政部 食産業振興課★

令和3年度事業費　59,000千円
（うち、地方創生推進交付金（内閣府）　29,369千円）