

令和5年度オンライン・現地併用型鳥取県商品海外販路開拓支援業務 事業説明会



株式会社コミュニナ

980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町1-12-2 星光堂ビル6F

代表者：代表取締役 齋藤高晴

担当者：田中麗

電話・FAX (共通)：022-398-5395

メールアドレス：ulala@communa-td.net



この資料は、オンラインでも最新版をご覧になれます。

-
1. 自己紹介 . . . p.3
 2. 事業概要 . . . p.9
 3. 海外の消費者に越境ECで販売 . . . p.11
 4. 海外の店舗や事業者に持続的に販売 . . . p.14
 5. 今後の海外展開のためになる経験や資源を蓄積 . . . p.24
 6. 全体スケジュール . . . p.26
 7. まとめ . . . p.27

- 仙台市青葉区一番町1丁目12-2 星光堂ビル6階
 - 022-398-5395
 - 代表取締役 齋藤高晴
 - スタッフ：8名（2023年5月現在）
 - <https://www.communatd.net>
 - 設立：2016年2月19日
- ※前身のLLP（2011年11月29日～）から事業譲渡



外国人向け観光プログラム開発



宮城県公式インバウンドサイト「Visit Miyagi」制作

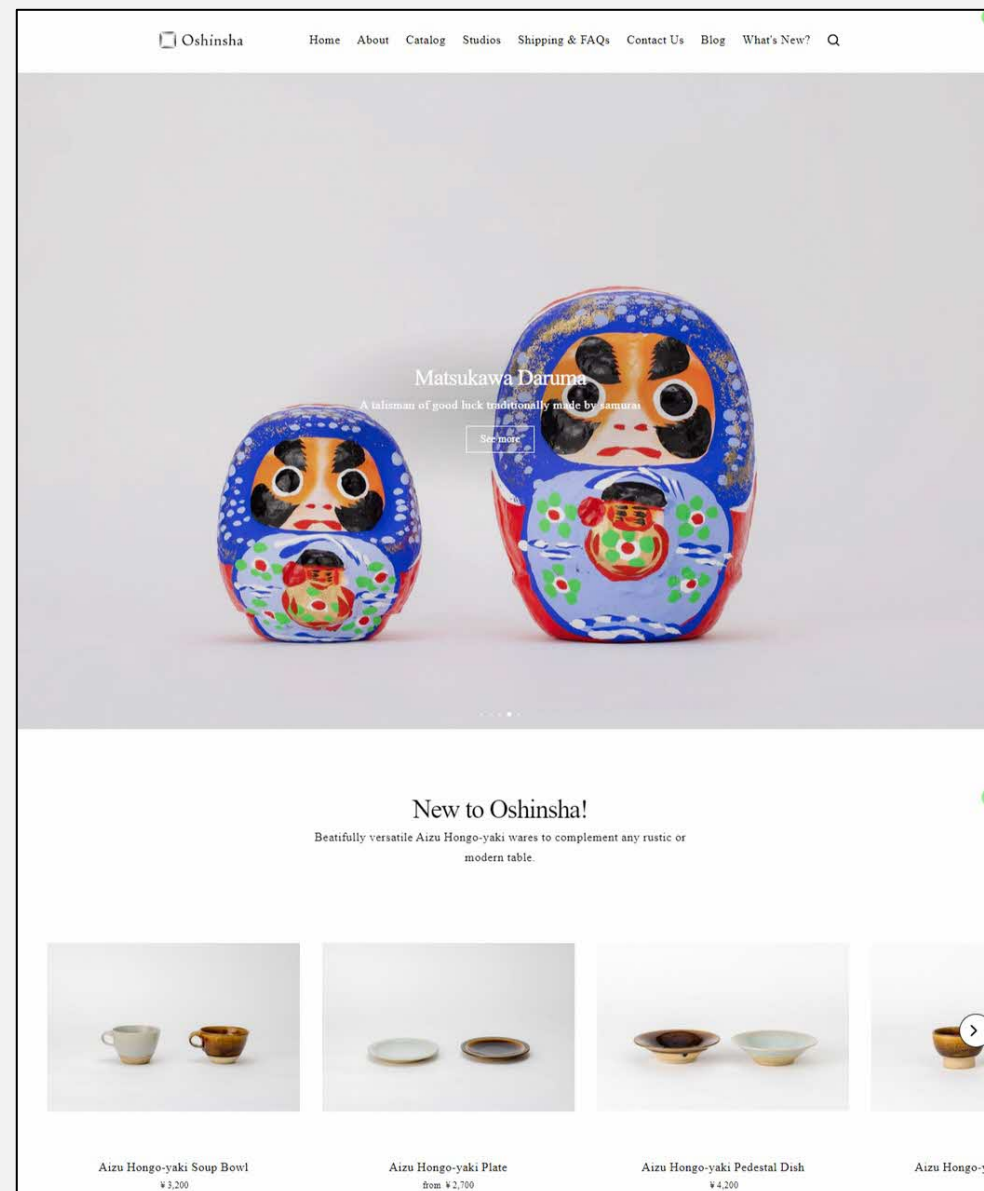


ヨーロッパでのポップアップストア運営

翻訳・通訳、マーケティング、デザインの分野を軸に、それらを組み合わせた様々な事業を行っています。

(株)コミュニナが運営する、工芸品の越境ECサイト（国内販売なし）です。

- 実施主体：株式会社コミュニナ
- オープン：2021年10月
- 取扱商品：日本の工芸品
- URL: oshinsha.jp
- 使用プラットフォーム：Shopify
- 主な売上先：ヨーロッパ
- 発送元：日本（自社内で梱包・発送）
- ニュースレター登録者：309名



個々の事業者・工房を対象とした販路開拓、商品開発、見本市出展などから工芸品関連の活動がスタートし、ネットワークが広がったことで、自分たちの越境ECサイトをスタートさせることにしました。

2013年	<ul style="list-style-type: none">ものづくり関連のコンサルティングや商品開発サポート開始NY NOWなどの出展サポート	
2014年 2015年	<ul style="list-style-type: none">雄勝硯・雄勝石に関連する海外向けツールの制作	← 国内外の工芸関係の見本市等へ出展を開始
2016年	<ul style="list-style-type: none">工芸品や地域の食に関するリサーチを欧州で実施	
2017年	<ul style="list-style-type: none">伝統工芸品（こけし）関連の国際見本市出展	← 工房とのネットワークが広がり始める
2018年	<ul style="list-style-type: none">青森県の工芸品に関連する海外向けツールの制作	※まだ個々の工房単位のプロジェクト
2019年	<ul style="list-style-type: none">オランダの物流会社と協議陶器に関連する国際見本市出展	← 海外向けECサイトの構想・準備を開始
2020年	<ul style="list-style-type: none">アントワープでのポップアップストア運営サポート東北の伝統産業に関わる若手職人を集めたフォーラムの運営	← コロナ禍により実施方法を調整
2021年	<ul style="list-style-type: none">奥心舎/Oshinshaのリリース	
2022年	<ul style="list-style-type: none">台北芸術大学との交流事業	
2023年	<ul style="list-style-type: none">台北芸術大学からのインターン受け入れ(4月～6月)	

アントワープ旧市街のスペース「The Collector's House」にて2日間のPop-up Storeを開催。ベルギーの日本文化ファンのグループ「Wallonihon」とも連携して活動を行いました。

(2022年10月14日～16日)



【写真左】

Wallonihonのメンバーたち。ベルギー各地で日本文化を紹介する活動をしています。

【写真中・右】

Facebook広告やメーリングリストでの広報によって、オランダから訪問してくれた方もいらっしゃいました。

株式会社タゼン様（銅工芸）の、銅工芸に関連するシンガポールでのワークショップや商談、オーダーメイド商品制作に関する商談の通訳サポート、コーディネートを行いました。



インバウンドツーリズムと工芸事業者をつなぐ事業を行っています。工芸事業者と協働しながら、工房での体験やワークショップの造成を行っています。JETROによる「令和5年度 中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金」採択プロジェクト



白岩焼和兵衛窯（陶芸・仙北市）



吉勝制作所（印刷／デザイン・大江町）



タヤマスタジオ（南部鉄器・盛岡市）



東京和晒（注染・東京都）



張り子屋範次郎（張り子・金ヶ崎）

業務の目的：鳥取県の工芸等事業者の海外展開促進を図る

活動 1

海外の一般消費者に
越境ECで販売

【海外市場にダイレクトにアクセス】

活動 2

海外の店舗や事業者に
持続的に販売

【持続的な海外取引の仕組み構築】

活動 3

今後の海外展開のためになる
経験や資源を蓄積

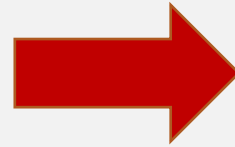
【工芸等事業者に提供】

業務の目的：鳥取県の工芸等事業者の海外展開促進を図る

活動 1

海外の一般消費者に
越境ECで販売

【海外市場にダイレクトにアクセス】

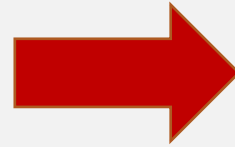


- 自社で運営する、工芸品専門越境ECサイトで販売
- 事業者の既存国内ECの越境EC化をサポート・販売

活動 2

海外の店舗や事業者に
持続的に販売

【持続的な海外取引の仕組み構築】

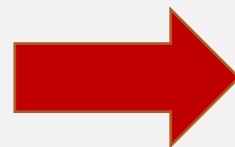


- ヘルシンキの見本市に出展
- パリで催事開催・訪問営業
- 海外バイヤー招聘
- 海外向けBtoBサイトを制作

活動 3

今後の海外展開のためになる
経験や資源を蓄積

【工芸等事業者に提供】



- 希望する職人をパリへ招聘
- 事業内容をブックレットに
- 制作した写真やウェブサイト
を工芸事業者に無料で共有

1:自社で運営する、工芸品専門の越境ECサイト「奥心舎」で販売

主に欧州と米国に顧客を持つ弊社の「奥心舎／Oshinsha」にて販売を行います。日本の工芸品のファンや、海外の流通事業者とすでにつながっているプラットフォームで販売することで、海外販路開拓に大きな効果が期待できます。

2:県内事業者が運営する国内向けECの越境EC化・運営をサポート

鳥取県内の事業者が、より多く、直接海外販路開拓を行うことができるよう、すでに国内向けECを運用しており、越境ECの運用も希望する事業者様を選定し、初期設定やノウハウの提供、言語面でのサポートなどを行い、越境EC化と販売につなげます。

3:越境ECサイトでの販売に関する広告と分析

ターゲットを細かく規定することができるFacebook/Instagramの広告を出稿し、日本の工芸品に興味がある層に直接訴求します。すでに弊社で効果的なパラメーターを保有しているため高い効果が期待でき、結果の分析も提供します。

すでに国内向けECを運用している方の、越境EC化・運営をサポート

工芸品等に関わる地元事業者の、既存国内向けECを越境EC化

鳥取県に根ざした工芸等事業者の海外販路開拓を促進するため、すでに国内向けECを運用していて越境EC化を希望する県内事業者の方に、国内向けECサイトのEC化・運営をサポートし、継続的かつ自立的な海外販路開拓へと繋がります。



海外発送や多言語対応のやりやすさなどを加味して、プラットフォームはShopifyを想定しています。

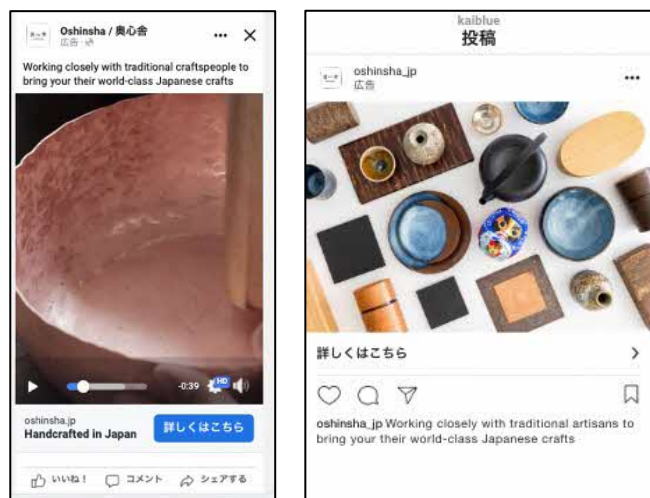
具体的なサポート内容

- 海外向けECプラットフォームのセットアップ（既存のものが対応していない場合）：Shopifyを想定
- サイトの各種設定と、海外発送システムのセットアップ（DHLを想定）
- 既存商品のテキスト等翻訳、掲載
- 海外向けウェブ広告（Facebook広告を想定）などの出稿
- 海外からの問い合わせ対応
- 上記一式について、やり方のレクチャおよびマニュアル提供

費用等についての備考

- プラットフォーム利用料は、初年度は弊社で負担して、次年度以降は事業者が負担する想定です。
- プラットフォーム、および配送システムは、事業者名義で契約いただく想定です（DHLは、送料以外の利用料はかかりません）
- 海外向けウェブ広告の、出稿費実費は、第一回のトライアルのみ弊社で負担し、その後事業者様に負担いただく想定です。

越境ECサイトでの販売に関する広告と分析



Facebook / Instagram広告の出稿

国籍、年代、性別、趣味嗜好などを細かく規定して広告を出稿することができるため、日本の工芸品に興味がある、といった細かい潜在顧客層にもリーチしやすい広告です。また、弊社は「奥心舎/Oshinsha」の運用においてコンスタントに日本の工芸品に関連するFacebook/Instagram広告を出稿しており、こういったパラメーターの効果がどうか、といったノウハウの蓄積があります。

効果測定と分析

Facebook/Instagram広告の長所のひとつとして、出稿後に詳細な効果測定が可能、ということがあります。こういったビジュアルが、どの国の、こういった年代の方に効果が高かったか、などの効果測定ができるため、その知見を共有します。

オーストリア	795	934	¥10 ^[2]
ベルギー	5,738	8,307	¥11 ^[2]
デンマーク	325	339	¥53 ^[2]
フィンランド	459	662	¥10 ^[2]
フランス	5	5	—
ドイツ	1,299	1,672	¥12 ^[2]
アイルランド	958	1,219	¥13 ^[2]
オランダ	1,664	2,143	¥11 ^[2]
ノルウェー	345	433	¥13 ^[2]
シンガポール	1,514	1,999	¥11 ^[2]

1:海外バイヤーの招聘・ツアー・フィードバック

日本の工芸品の取り扱いがあり、**デザイン面で国際的にも高く評価されているバイヤー**を2件、加えて、本事業内のプロモーション活動で出会ったバイヤーを1件、計3県を鳥取県に招聘し、工芸等事業者を訪問していただきます。

2:鳥取工芸品のブランドサイト 兼 BtoBサイト 兼 写真DLサイトを制作

「**今後の海外販路開拓のインフラ**」をテーマに、3種類の機能を兼ね備えた英語ウェブサイトを作成します。鳥取県全体の工芸の歴史や伝統を紹介する部分、バイヤーのみアクセスできるBtoB販売部分、事業者向け写真ダウンロード部分、から構成されるものを想定しています。

3:ヘルシンキでの国際見本市「Habitare」に出展

流通事業者が多く訪れ、BtoCの販売も行われる**北欧圏でも最大規模の見本市「Habitare」**（フィンランド・ヘルシンキ）に参加。販売だけではなくアンケートやフィードバックの収集も行います。

4:パリ市内、マレ地区でのPR

パリの中でも重要な文化発信拠点のひとつであるマレ地区にスペースを借り、**1週間ほどのプロモーション**活動を行います。販売はもちろんのこと、下記5と連動してバイヤーのためのショールームとしても機能します。

5:パリを中心とした店舗訪問プロモーション

弊社がこれまで行ってきた工芸品の海外販路開拓活動の中で、実際に関係性がすでにある店舗を中心に、**直接訪問して鳥取県の工芸品等のプロモーション・BtoB商談を行います**。上記4とも連動し、マレのスペースを訪れたバイヤーのフォロー訪問も行います。

②-1:海外バイヤーの招聘・ツアー・フィードバック



日本の工芸を取扱い、ものづくりのストーリーを重視するバイヤーを招聘

ベルギーから1店舗、シンガポールから1店舗、さらに事業期間中に選定した1店舗の日本の工芸品をすでに扱っており、国際的にも高い評価をうけるバイヤーを招聘し、鳥取県の工芸等事業者を訪問していただきます。購入・仕入れへとつなげていくのはもちろん、それらのバイヤーからのフィードバックや各工房の今後の海外販路開拓への提案なども事業の記録としてまとめ、広く共有します。

【写真・参考】弊社が2023年にアテンドした、ベルギーの日本文化愛好コミュニティのリーダー

現時点での招聘内容

- 候補2店舗は内諾済み（詳細は次ページ）
- 期間：それぞれ別々に、事業期間内の4日間前後を想定
- 通訳・アテンド：弊社で担当
- 仕入れが決まった場合：弊社で取りまとめて海外発送
- 各店舗のSNSでも招聘時の様子を発信いただく

「報告書」のようなオフィシャルな記録では、なかなか多くの人に届かないおそれがあるため、訪問時のフィードバックや感想、提案などは、インタビュー形式の動画を撮影して広く共有予定。

②-1:海外バイヤーの招聘・ツアー・フィードバック：招聘流通事業者候補



招待バイヤー候補①

- ・流通事業者/店舗名：asaru studio
- ・拠点：シンガポール
- ・取扱商品：日本製の陶磁器、茶器、雑貨、服飾品など

シンガポールの新しい文化芸術発信地である「195 Pearl's Hill Terrace」に位置するセレクトショップ兼体験型カフェ。英国のカルチャー誌『MONOCLE』が選ぶ「Design Top Fifty issue 2023」でベスト店舗に選ばれています。店内には、日本の職人の技術や美意識が反映された製品が並び、金継ぎや茶道など、日本の文化やものづくりに携わったスタッフも在籍しています。今年新たな店舗「Paaru」もオープン。



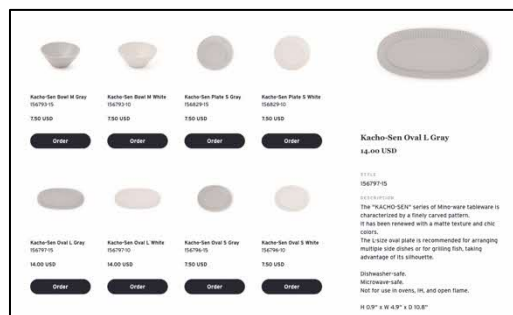
招待バイヤー候補②

- ・流通事業者/店舗名：St. Vincents
- ・拠点：ベルギー、アントワープ
- ・取扱商品：日本の生活雑貨・工芸品、デザイン・アートプロダクト

インテリア雑貨、家具、照明器具、アートオブジェなどを中心に扱うデザインショップ&ギャラリー。独創的で洗練されたキュレーションを行っており、国外のファンも多い。和紙製品、陶磁器、和蠟燭など日本の工芸品も積極的に取り扱っており、定期的に来日し買い付けを行なっている。併設された展示スペースでは、グループ展、個展、作り手を招いたワークショップなどのイベントも開催されており、顧客との交流や文化的な体験を提供している。

上記2店舗に加えて、本事業のプロモーション活動内で選定した1店舗を招聘します。
該当店舗が見つからない場合は、後述する海外パートナーの一店舗であるパリの「Dejima」やコペンハーゲンの工芸品専門店「Yonobi」、などの中から選定する想定です。

②-1:鳥取工芸品のブランドサイト 兼 BtoBサイト 兼 写真ダウンロードサイトを制作



【上】 BtoBサイトのイメージ

【下】 弊社が以前銅工芸の取材で撮影し、提供した写真の一礼

今後の工芸品海外販路開拓のインフラとなりうるウェブサイトを作成

バイヤー招聘が、より深く・密度の濃いビジネスマッチングといえる一方、より広く、より長く海外販路開拓のインフラとなるような、3つの機能を備えたウェブサイト（英語）を作成します。

1) ブランドサイト

鳥取の豊かな工芸の歴史・伝統や、鳥取の工芸品を俯瞰的に紹介するウェブサイトです。バイヤーに、鳥取という工芸・民藝にとって特別な場所のストーリーを伝えます。

2) BtoBサイト

上記1のサイトから、メールアドレスを登録したバイヤーのみが入れる部分で、卸売価格で工芸品を仕入れることができます。海外向けの送料や各種関税・VAT等の計算にも対応し、複数の工房から購入しても、弊社がまとめて海外発送をしますので、送料が安くすみます。

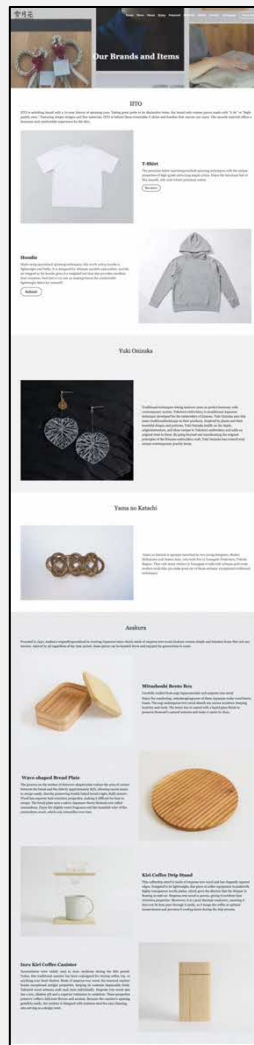
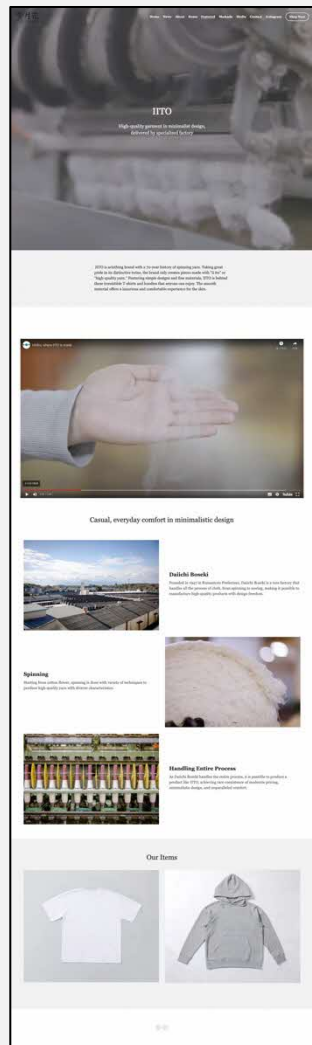
3) 写真ダウンロードサイト

上記1のサイトから、パスワード等でアクセスする部分で、県内事業者が、本事業で弊社が撮影した写真を自由にダウンロードできます。また、上記2のサイトからバイヤーが購入した際に、バイヤーが自分の店舗で販売する際の素材写真として提供することもできます。

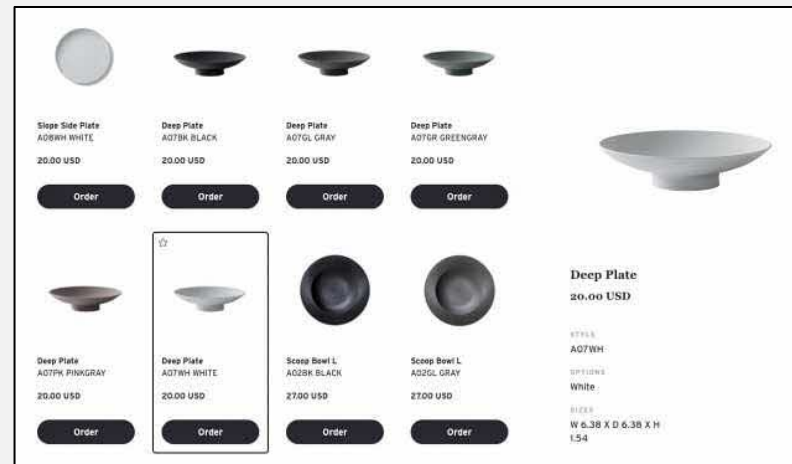
②-1:鳥取工芸品のブランドサイト 兼 BtoBサイト 兼 写真ダウンロードサイトを制作

社内にウェブ開発者と英語話者がいる環境を活かし、以下のような機能・イメージのサイトを英語で制作します。

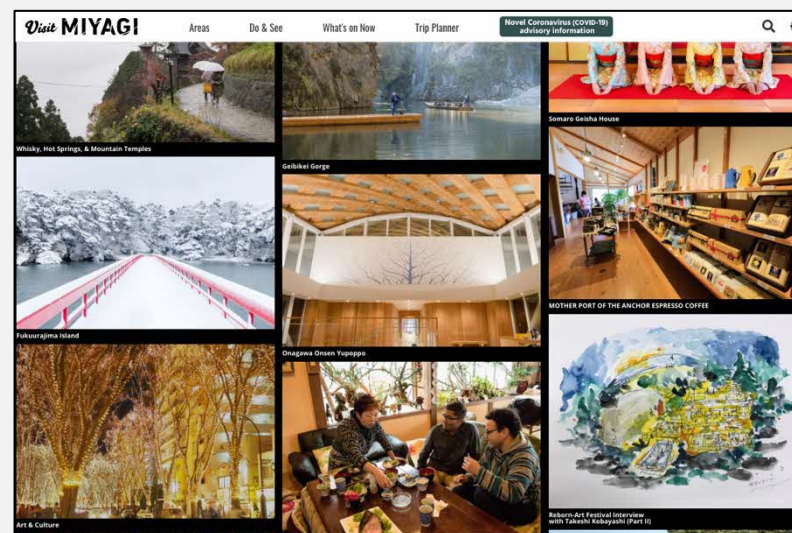
1: ブランドサイト（英語）参考イメージ



2: BtoBサイト（英語）参考イメージ



3: 写真ダウンロードサイト（英語）参考イメージ



1: ブランドサイト参考イメージ
弊社が宮城県内の越境ECサイト向けに制作したものです。ストーリーを伝えるトップページと、取り扱い商品を伝える下層ページで構成。

2: BtoBサイト参考イメージ
米国1-81 AgencyのBtoB向け販売サイトより。メールアドレス登録によりページに入ることができます。BtoBに最適化され、効率よく閲覧・注文が可能。

3: 写真ダウンロードサイト参考イメージ
弊社が宮城県庁様向けに制作したものです。パスワードでアクセスし、キーワードや撮影エリアで写真を絞り込み、ダウンロードが可能です。

3: フィンランド・ヘルシンキでの国際見本市「Habitare」に出展

北欧圏最大の見本市のひとつで鳥取県コーナーを設置

すでに「奥心舎」として出展（18㎡）が決まっているHabitareにおいて、ブース内に鳥取県の工芸コーナー（9㎡前後を想定）を設置し、会期前にあらかじめ購入・輸送した鳥取県の工芸品を展示・販売するとともにアンケート収集を行います。Habitareは北欧圏を中心に流通事業者も多く来場し、同時に販売も可能で購入目的の一般客も訪れるため、BtoB、BtoCともに大きな効果が期待できます。



HABITARE（ハビターレ）

- 会期：2023年9月13日～17日
- 開催地：ヘルシンキ、フィンランド
- 会場：Messukeskus
- 全体展示予定面積：13,000 sq.m.
- 出展対象品目：家具、インテリア装飾、デザイン等
- 来場者数：34,500人（2022年）

ヘルシンキデザインウィーク期間中に開催される、北欧地域規模最大の家具インテリア・雑貨関連の見本市。会場内での販売も可能。

事業採択後の鳥取県関連の追加出展（2023年9月）



9月2～3日（土・日） St. Vincent

ベルギー・アントワープ

招聘バイヤーのひとつでもあるSt. Vincentにて、奥心舎としてPop-upストアを行うことになりましたので、そこでも鳥取県の工芸品を販売します。

9月9～10日（土・日） Helsinki Design Market

フィンランド・ヘルシンキ

Habitareと同じく Helsinki Design Week内のイベントである Helsinki Design Marketへも、同じく奥心舎として出展することが決まりましたので、鳥取県の工芸品を展示・販売します。こちらはHabitareと比較してもより販売よりのイベントになっています。



4:パリ市内、マレ地区でのPR + 5:パリを中心とした店舗訪問

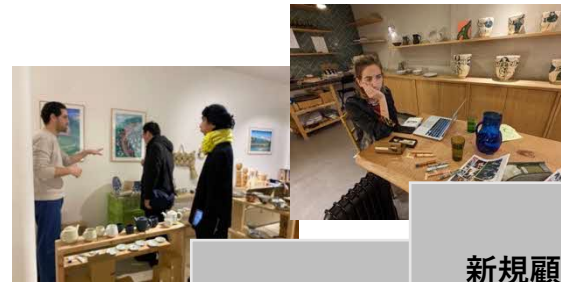
催事会場に訪れた店舗関係者やバイヤーもフォローアップ

4: パリ市内、マレ地区でのPR



販売・展示会場はショーケースとしても機能

5: パリ市内催事



新規顧客

新規顧客

奥心舎
Oshinsha

奥心舎顧客の店舗
にも案内・PR

訪問した店舗にも催事案内

4:パリ市内、マレ地区でのPR：想定ロケーション



パリ有数の文化の発信地マレ地区に立地する貸しスペース、もしくは提携ショップの一部を想定しています。どちらのケースであっても、観光客はもちろん流通事業者も訪れる人通りの多い通りの路面スペースであり、大きなショーウィンドウ越しに中が見えるため多くの人に興味を持ってもらいやすいロケーションです。また、開催時期を世界有数の国際見本市Maison et Objetの時期に合わせることで、より多くの流通事業者の来場が期待できます。

※写真は貸しスペースの例。2023年6月25日時点でまだ空いておりますが、事業開始時に予約をするため、入れ違いに予約で埋まってしまう可能性があります。その場合は、同等の集客力のある代替スペースを確保します。

このエリアでの過去の実績

中小企業庁様による「令和4年度デジタルツール等を活用した海外需要拡大支援事業」の「支援パートナー」として有限会社松華堂様から委託を受け、2023年1月に生活衣料ブランド「IITO」の試着会・アンケート会、プロモーションを実施しました。

会場にはルイ・ヴィトン財団美術館のショップバイヤー、パリで活動する陶芸家、建築家、ファッションデザイナーなどアート・デザインに携わるさまざまな人が訪れました。



5: パリを中心とした店舗訪問プロモーション

すでに取引実績や、協働実績があるパリを中心とした店舗へ訪問営業を行います。また、同時期にパリ市内で開催予定の4のプロモーションも案内し、実際に現場で商品を見ながら買付を行っていただきます。



候補店舗①

「Dejima」

取扱商品：日本の工芸品、雑貨等



候補店舗②

「Cool Japan」

取扱商品：日本の工芸品・伝統工芸品等



候補店舗③

「MARK'S STYLE TOKYO Paris」

取扱商品：日本のライフスタイル雑貨等



候補店舗④

「nous」

取扱商品：陶磁器を中心とした日本を含む国内外のアーティスト・職人の一点物



候補店舗⑤

「Wabi Sabi Liège」

取扱商品：日本雑貨、食品、工芸品、酒等

ここで紹介する店舗の他、事業者様の希望に応じてミラノやロンドン、アムステルダムの取引先店舗などに訪問活動を広げることも可能です。
(全体の時間的な制限により不可の場合もあり)

1: 鳥取県の工芸等事業者をパリへ招聘

旅費補助のかたちで参加希望事業者を募りパリへ招聘。自分の作品への反応や国際的なトレンドを感じていただく機会とします。

2: 事業の報告として、読みやすいブックレットを制作

パリの中でも重要な文化発信拠点のひとつであるマレ地区にスペースを借り、1週間ほどのプロモーション活動を行います。販売はもちろんのこと、下記③-3と連動してバイヤーのためのショールームとしても機能します。

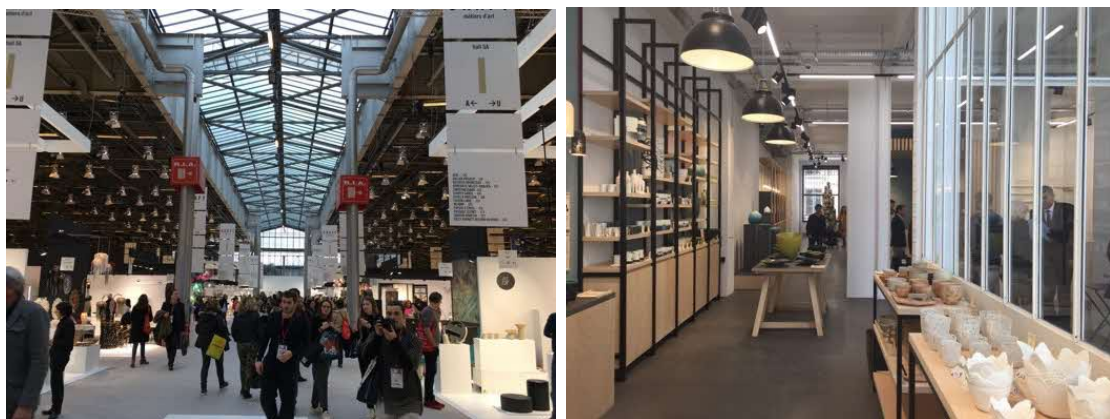
3: 動画を活用して現地のフィードバック等を収集

弊社がこれまで行ってきた工芸品の海外販路開拓活動の中で、実際に関係性がすでにある店舗を中心に、直接訪問して鳥取県の工芸品等のプロモーション・BtoB商談を行います。上記③-2とも連動し、マレのスペースを訪れたバイヤーのフォロー訪問も行います。

1: 鳥取県の事業者をパリへ招聘

自分の作品への反応と、国際的なトレンドにダイレクトに触れていただく機会

旅費に対して定額の補助を出すかたちで（現時点での想定）、希望する鳥取県の事業者様をパリでのプロモーション活動へと招聘します。自分の作品の説明や反応を通じて海外消費者とダイレクトに関わっていただく他、同時期に行われている世界最大規模の国際見本市や、フランスの工芸家組合が運営するアンテナショップ、その他小売店を訪れ、現在のトレンドや、今後の海外販路開拓に必要なものを体感していただくねらいです。



【画像・左】国際見本市Maison et Objet、【画像・右】アンプラント

招聘の主な内容

- 期間：2024年1月の一週間前後
- 場所：フランス、パリ
- アテンド、通訳：弊社が担当
- 選定基準：現在検討中ですが、現在は難しくとも、今後何らかのかたちで継続的な海外市場開拓・海外との取引を行う予定のある方を重点的に選定予定。
- 想定訪問先：国際見本市Maison et Objet、フランス工芸家協会が運営する店舗アンプラント、その他小売店 等
- 招聘への応募がない場合、また何らかの理由で招聘が難しい場合は想定費用を現地プロモーションの広報等に利用

4: 全体スケジュール

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
全体関係 鳥取県訪問		2回訪問		2回訪問	2回訪問	2回訪問		2回訪問	
セミナー		セミナー							
越境EC情報掲載		翻訳、撮影、情報掲載							
越境EC販売 (奥心舎)			鳥取工芸ページ制作	販売					
越境EC化 サポート		要件整理・翻訳・越境EC化作業			販売				
バイヤー招聘 ※第三回未定						第1回		第2回	
BtoB/ブランド サイト		全体内容確定				全体内容確定			
現地PR (フィン ランド)			フィンラ ンドPR	フォローアップ					
現地PR (パリ)						PR関連広報	パリPR	フォローアップ	
報告書関連 制作								報告関連制作	

ご参加いただける取り組み一覧

1：ベルギー・フィンランドでの見本市出展・店舗販売（2023年9月）

2：奥心舎上での鳥取県民工芸品販売（2023年11月～）

3：海外向けBtoBサイト（新設）上での販売（2023年11月～）

4：既存国内向けECサイトの越境EC化サポート（2023年11月ごろ）

5：海外バイヤー招聘時の訪問・商談（2023年12月ごろ～）

6：パリでのプロモーション・店舗訪問営業出品（2024年1月ごろ）

7：パリへの招聘（2024年1月ごろ）

これらの取り組みについては、それぞれタイミングやプラットフォームの性格を加味して、取り扱い可能商品数、工房数、参加可能人数を想定しており、参加のご希望多数の場合、こちらで選定させていただく場合、もしくは関係者（招聘バイヤーや、訪問先店舗等）に選定いただく場合がございます。

取り組みに関するお知らせ・お願い 1

■商品／作品のセレクトに関して

海外に持っていく（手持ちまたは発送）関係で、どうしても小さめ・軽めなものや、少なめの数量の選択になる可能性がございます。また、海外市場の特性やニーズを鑑みて、こちらで選択を調整させていただく場合（例：定番商品ではないものを選択する、など）もございます。可能な限り工房のみなさまの「これをぜひ海外の人に届けたい」という想いは尊重するつもりではありますが、予めご了承ください。

■販売方法について

全体の数量や、商品ジャンルの分布などを鑑みて、委託または買取どちらかでの取り扱いをご提案させていただければと思います。可能な限りご希望にそえればとは思っておりますので、ご希望がありましたらお知らせください。

■写真について

本事業において、商品写真や工房のお写真など、使用させていただくことが可能な写真がありましたら、ご提供いただければと思います。

取り組みに関してのお知らせ・お願い 2

■主なターゲット

今回のターゲット市場は、おおむね欧州を考えています。越境ECとしては、現時点での実績ベースですと、米国やシンガポール、オーストラリアなども購入があります。

■取材について

鳥取の工芸品は全般的に質が高く、ストーリーがあるので、可能な範囲にはなりますが、取材や写真撮影を行って、工芸品を掲載したいと思っています。

■職人・工芸関係事業者パリ派遣につきまして

職人や工芸関係事業者のパリ派遣（来年1月）を検討しております、こちらも改めてご案内を差し上げられればと思います。今はむずかしくとも、今後なんらかのかたちで自主的な海外販路開拓や海外からの問い合わせ対応などを行っていきたい、という意向のある方や、海外市場を実際にみた知見や経験を、幅広く鳥取県に還元できる方、といった要素を中心に検討していきたいと思っています。

FAQ-よくあるご質問 1

Q1：発注をうけてから納品まで時間がかかるが出品可能か？

A1：もちろんすぐ納品される商品とくらべて注文が入りにくい、という可能性は考えられますが、こちらとしては問題ありません。

Q2：販売できる数量・ロットが1～2個でも参加可能か？

A2：こちらとしては問題ありません。

Q3：商品説明などは日本語しかないが、出品可能か？

A3：出品いただくことになった場合には、こちらで英語に翻訳いたします。

Q4：海外でも日本とおなじ上代で販売するのか？

Q4：原則として、日本の上代よりも高い価格での販売を想定しています。目安は卸値の2倍ほどです。
(欧州の小売店は一般的に3倍前後)

今後の申し込み締め切りなど

8月22日（火） 17:00

第一次募集参加申込期限（9月ベルギー・フィンランド）

※いずれかのイベントへの出品となります

8月23日（水）

事業参加可否を事業者様に連絡

8月28日（月）

商品を弊社に送付（8月28日必着）

9月1日（金） 17:00

第二次募集参加申込期限（11月以降の事業からご参加）

9月4日（月）

事業参加可否を参加表明事業者様に連絡

すぐに9月ヨーロッパの事業が始まる関係や、ウェブサイトの制作・商品登録・取材などの規模感を早めに把握する必要があるため、早めの締切とさせていただいております。締め切り以降であっても活動部分によってはご参加いただける可能性があります。また、バイヤー招聘やパリへの事業者様招聘については、別途ご案内させていただきます。