

県内最大級の産直サービス「新潟直送計画」の流通額が前年比35%の成長 2019年の流通額は2.3億円・参加店舗数は400店舗800商品に増加 注文の94%が県外への配送・ネット通販で県産品を全国へ発信

新潟直送計画

新潟の「逸品」を全国へ。

◆2019年度実績

- ・合計流通額 1億7000万円 → **2億3000万円** (前年比35%増)
- ・年間発送件数 39,874件 → **50,081件** (25%増)
- ・公開店舗数 270店舗 → **393店舗** (45%増)

株式会社クーネルワーク（新潟市西区、代表：谷俊介）が運営する、新潟県内の生産者と全国の消費者をつなぐ通販サイト「新潟直送計画」は、2019年の1年間の合計流通額が2億3000万円を突破し、前年流通額の1億7000万に比べて35%増の売上成長となりました。県内の各産地からの年間合計発送件数についても、前年の39,874件から25%増となる、50,081件となりました。

新潟県最大規模の産地直送型通販サービス「新潟直送計画」

新潟直送計画は、2011年12月にスタートした、新潟県内の生産者と全国の消費者をつなぐ産直サービスです。専門スタッフによる現地取材を元に、新潟から産地直送で県内産品を販売しております。インターネットでの販路拡大を考える生産者にとって大きな負担となる、ページ作成・商品撮影・お客様対応・代金回収・集荷配送管理業務など、面倒な事務作業をほぼ全て弊社が代行することで、県内生産者が手間なく最低限のコストでインターネット販売を始められる仕組みです。3大ECモールと呼ばれる、楽天市場・Yahooショッピング・Amazon上でも販売を行っています。

『新潟直送計画』 <https://shop.ng-life.jp>

出店店舗数は400店舗に増加・個人農家だけでなくJAとのタイアップで県産品をPR

2019年末時点でページ公開中の参加店舗数は、2018年末時点の公開店舗数270店舗から45%増となる393店舗に到達しました。そして、2020年1月には400店舗を突破。出店店舗全体の4割は農家であり、最低限の手間とコストで全国へ販路を拡大できる通販サービスとして評価を得てきました。これまでは個人農家の出品を中心に県内産品の取り扱いを増やしてきましたが、2019年からは、地域ブランドを立ち上げるなど、地域産品のPRに注力している県内JAとのタイアップも開始。

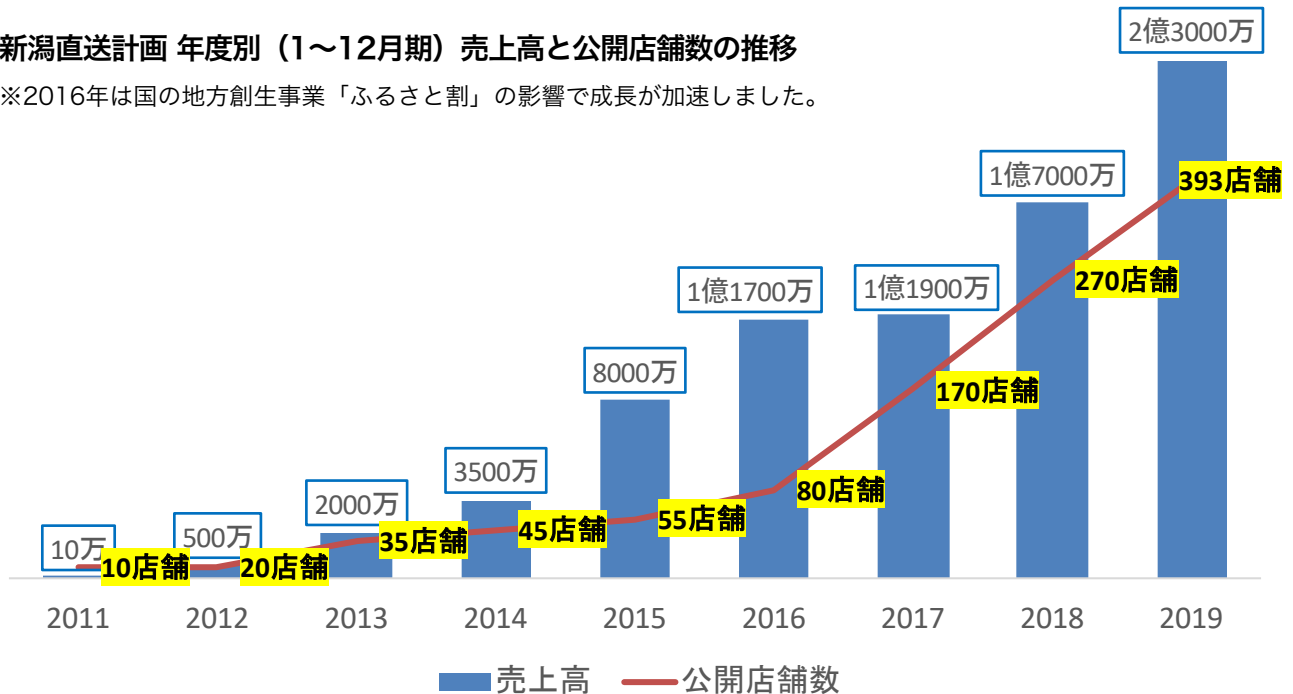
JA羽茂の「佐渡産おけさ柿」・JAささかみの「縁玉（枝豆）」など、県内独自のブランド農産物の取り扱いがスタートしました。

年間流通額2.3億円・前年比35%増。合計発送件数は50,081件

2019年の1年間の合計流通額は2億3000万円を突破し、前年流通額の1億7000万に比べて35%増の売上成長となりました。県内の各産地からの年間合計発送件数についても、前年の39,874件から25%増となる、50,081件となりました。

新潟直送計画 年度別（1～12月期）売上高と公開店舗数の推移

※2016年は国の地方創生事業「ふるさと割」の影響で成長が加速しました。



SNSマーケティングに着目・プッシュ型の販促ではメルマガからLINEにシフト

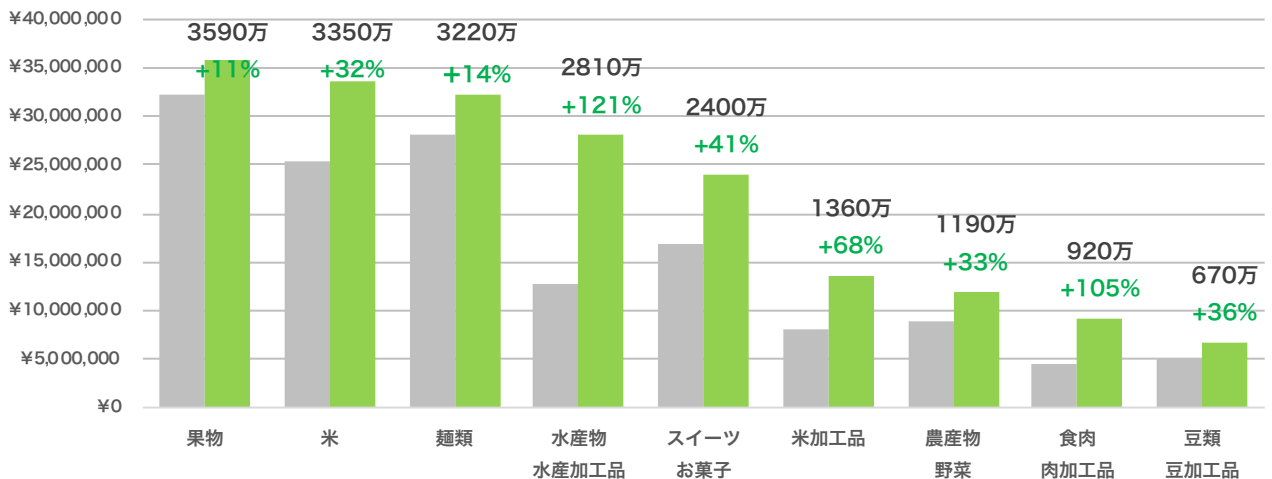
ECサイトにおける販売促進手法は、これまでメルマガやDMが主流でした。しかし近年ではSNS上での販促活動の比重が高まっています。「Twitter」「Facebook」「Instagram」では、共感した投稿への「いいね」や「シェア」によって情報が拡散されるのが特徴です。新潟直送計画では、新潟に所縁あるユーザーの郷土愛を誘うような新潟名物のトピックを中心に投稿。新潟を離れてしまった新潟出身者を中心にフォロワーを増やし、県内産品の情報を拡散することに注力をしています。2019年に最もフォロワー数が増加したSNSは「Instagram」で、前年の2,674人から173%増の7,309人となりました。

また、利用ユーザーが8,200万人を超えるコミュニケーションアプリ「LINE」を、販売促進ツールとして導入。季節ごとのおすすめ商品や、新商品告知などに活用しています。これまでのメルマガ配信時の平均開封率が20%だったのに対し、LINEの平均開封率は50%以上・平均転換率（サイト流入から注文に至る割合）は10%を維持しており、メルマガを大きく上回る効果が出ています。ユーザーからの問い合わせの窓口についてもメールからLINEへのシフトを進めています。今後、ユーザーとのコミュニケーションにおけるSNSやLINEの重要性は、業界を問わず高まっていくと思われます。

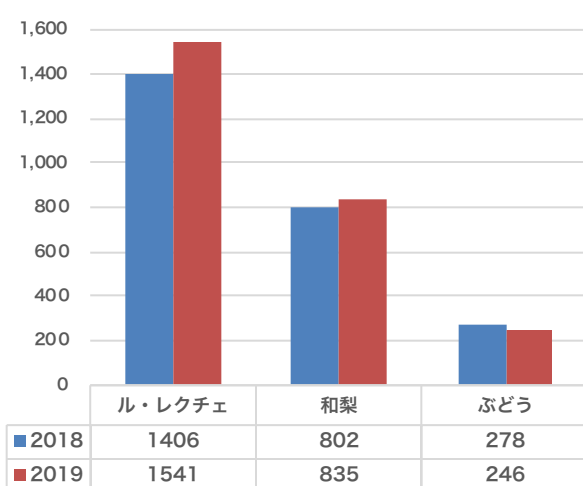
ジャンル別売上の上位は「果物」と「米」

新潟直送計画の商品ジャンルのうち、最も売上が高いのが「果物」で、ジャンル全体で30%の成長となりました。中でも最も注文数が多かったのがル・レクチェで、2019年度は3,245件を発送し、県外での認知度が徐々に高まってきていることが伺えます。米の需要減に伴う新潟県内の農業産出額の減少が続く中、県が推進する園芸振興と足並みを揃える形で、今後も果物ジャンルの販売促進を強化していきたいと考えています。

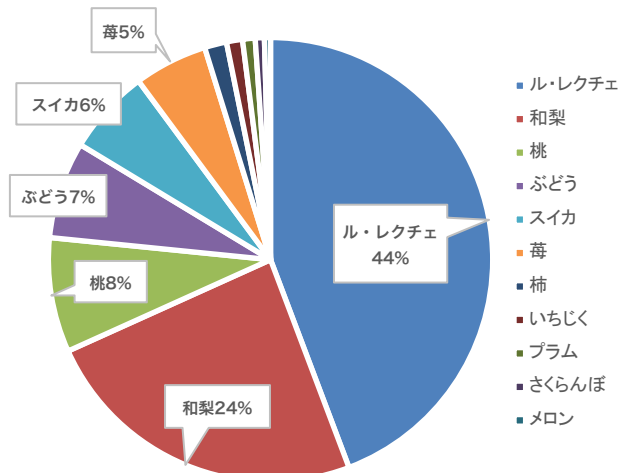
売上第2位の商品ジャンルは「米」で、2019年度は6,827件の発送となり、前年5,893件から15.84%増となりました。2019年度の新潟直送計画内での米全体の流通額における、「品種別の内訳」としては、コシヒカリの売上が69%、新之助が18%、ササニシキが6%となりました。新之助やつぎあかり等の新品種が増える中でも、コシヒカリの売上が27.97%増と伸び続けています。



新潟直送計画におけるジャンル別売上 (2019年度上位9位 単位：円)

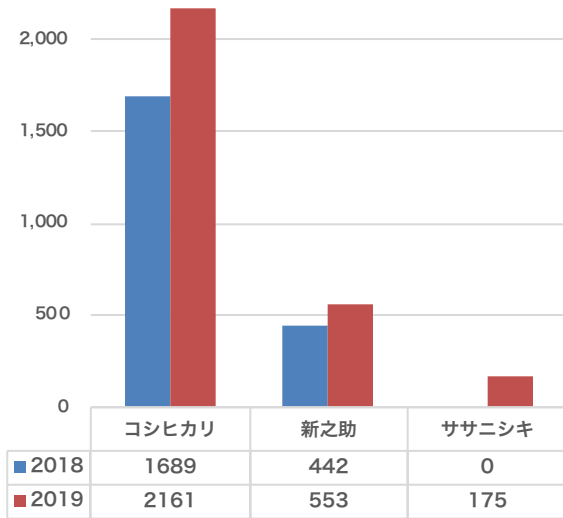


果物ジャンルの売上上位品種の前年売上比較
(2019年度上位3位・単位：万円)

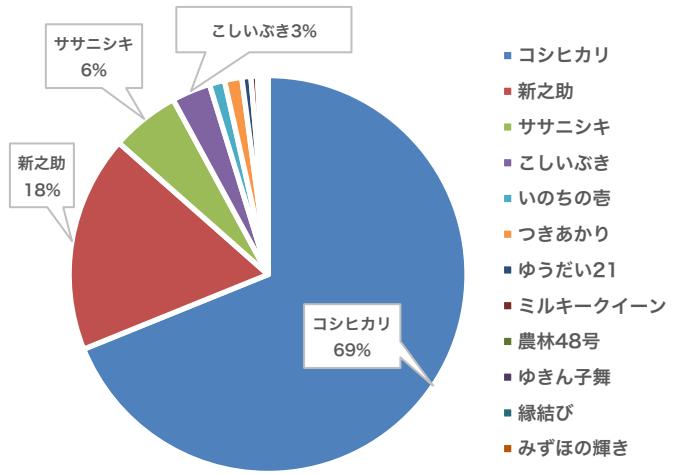


新潟直送計画における
果物ジャンルの種類別売上比率 (2019年度)

売上カテゴリ上位2位の商品別内訳（2019年度）



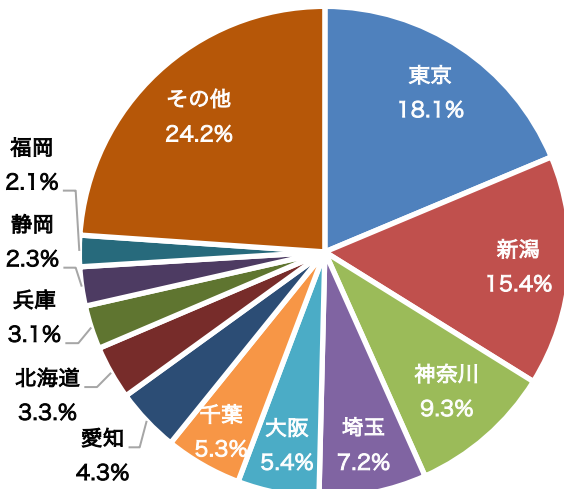
米ジャンルの売上上位品種の前年売上比較
(2019年度上位3位・単位：万円)



新潟直送計画における
米ジャンルの品種別売上比率（2019年度）

県内からの注文が15%・関東圏からの注文が45%。新潟+関東圏の注文が60%を占める

2019年度の注文元エリアを集計すると、関東圏（東京・神奈川・埼玉・千葉・群馬・栃木・茨城）からの注文が42.84%・新潟県内と関東圏からの注文だけで58.25%を占めました。配送先エリアでは、関東圏が44.37%を占め、明治期以降の「新潟から東京への人口流出」による影響も含め、新潟ブランドや産品自体の認知度が関東圏に偏っており、関西圏などの他地域にはあまり浸透していないことが伺えます。



新潟直送計画における
注文元エリア内訳（2019年度）

北海道	東北	関東	中部
4.96%	6.34%	44.37%	17.62%
近畿	中国	四国	九州
14.02%	3.96%	1.96%	6.78%

新潟直送計画における
配送先エリア内訳（2019年度）

注文全体の94%が県外への配送・ネット通販で新潟から県産品を全国へと発信

2019年度の注文総数50,081件の発送先エリアを集計すると、県外へ発送された注文件数が47,466件と全体の94.79%を占めました。そのうち自家用途は24,989件と全体の49.91%・新潟に所縁ある県外顧客が故郷の味をお取り寄せするために利用している傾向が伺えます。県外からのお取り寄せ用途で人気のジャンルは、1位「米」、2位「麺類」、3位「水産物・水産加工品」となりました。各ジャンルの売れ筋は、コシヒカリ、へぎそば（小嶋屋総本店）、サーモン塩辛（三幸）など、新潟の定番商品や、テレビ放映などで全国的に注目された商品が上位を占めました。

県外へのギフト利用は44%・贈り物に「へぎそば」「ル・レクチェ」が人気

2019年度全体の注文のうち47.76%がギフト利用となっており、県内から県外へ贈られたものが5,261件・県外から県外へ贈られたものは17,216件と「県外へのギフト配送」が主な用途となっています。新潟県にゆかりあるユーザーが、県外の知人へふるさとの味を贈る傾向が見られ、県産品を全国へ発信する上で重要な動きであると見ています。県外へのギフト利用として特に人気があったのは、冬ギフトの定番となるル・レクチェ、へぎそば（小嶋屋総本店）、涼菓 流れ梅（大阪屋）などの商品で、お中元・お歳暮での利用が多くを占めています。

人気ランキング 注文総数50,081件	県外からのお取り寄せ 24,989件(全体の49.91%)	県内から県外へのギフト利用 5,261件(全体の10.51%)	県外から県外へのギフト利用 17,216件(全体の34.38%)
1位	米	果物	麺類
2位	麺類	麺類	果物
3位	水産物・水産加工品	スイーツ・お菓子	スイーツ・お菓子

新潟直送計画における注文エリア・用途別 人気ジャンル上位3位（2019年度）

大手百貨店の閉店による県内ギフト市場の変化・新潟直送計画としての認知度向上を図る

2020年3月をもって、113年の歴史を持つ老舗百貨店「新潟三越（新潟・中央区）」が閉店することが発表され、県内におけるギフト市場の変化が予想されています。新潟直送計画は、今後マルシェなどのイベント出店やメディア露出を高め、県内でのサービスの認知度向上に取り組みながら、インターネット通販における県産品のギフト利用を推進することで、県産品のPRに努めていきます。

出店者向け「実績報告会」を開催・D2Cのプラットフォームとして生産者をサポート

2020年2月4日(火)には、出店店舗を対象とした「第三回 新潟直送計画 実績報告会」を開催しました。91店舗124名が参加し、昨年度の売上実績をはじめ、生産者が直接消費者と取引を行うビジネスモデル「D2C (Direct to Consumer)」の重要性についてご紹介しました。D2Cモデルでは、卸売業者や小売業者を介さず、生産者が直接消費者にブランドビジョンを届け、コミュニケーションを取ることを可能にします。そして、その中で得られたユーザーニーズや顧客データを活かして、商品開発やマーケティング活動に反映する流れを持ちます。新潟直送計画は、新潟の生産者がECで全国に販路を広げるきっかけを作る『D2Cプラットフォーム』として、生産者をサポートしながら更なる成長を目指します。

〈実績報告会の様子〉



株式会社クーネルワーク

<https://cunelwork.co.jp>

所在地: 〒950-2022 新潟県新潟市西区小針3-37-30 樋口ビル15号

事業内容: WEBサイトの制作・企画運営 / スマートフォンアプリ開発 /
インターネット広告の運用 / SNS運用支援 / WEB集客コンサルティング

本リリースに関するお問い合わせ: 025-378-0158 広報: 熊倉 内山