

国内外の販路拡大へ

マーケティング支援でセミナー

WeAgriとメグダイ

テックファームグループで農水産物輸出ソリューションを手掛けるWeAgri（根岸健CEO、東京都中央区）と、体験型店舗の運営を行うメグダイ（関川恵大代表取締役、東京都大田区）は共同でオンラインセミナーを開催した。両社は食品メーカーや生産者に対する国内外でのマーケティング支援において業

務連携し、セミナーでは国内外の食品市場の動向とともに、メグダイが国内向けのWeAgriが海外向けのマーケティングサービスを紹介した。関川代表は、「近年、EC市場が拡大しているが、食品・飲料・酒類の市場規模に占めるEC化率は3・31%（2020年）で、他の業種と比較

して遅れている状況にある」と指摘。メグダイが展開する「メグダイ試食専門店」（東京都渋谷区）は、「出品者のサイトに消費者を誘導することを目的としている」とした。

客は店内で実物や動画、資料を見ながら試食したい製品を選び、試食。気に入ったらその場、またはオンラインシ

ョップで購入できる。納得してから購入するため、「高確率でリピーターになる」などのメリットがあるという。

出品者の基本料金は12か月契約の場合、月額で3万9000円。このほかホームページ作成や動画制作などのオプションもある。

セミナーでは、国内の食品市場が縮小していく中で、海外の飲食料市場は拡大し、30年には15年比で約1・5倍伸長するとされているとの説明も。

WeAgriの岩藤

健（COO）は同社が新たに開始した海外販路開拓支援サービス「コネクトアジア」（仮称）について紹介した。シンガポール向けに日本産食材をECサイト、小売店、外食店などで販売できる。同社では10年からシンガポールをはじめとするアジア諸国に向けて輸出事業を展開しており、新サービスでは貿易事務、国際物流、通関、現地受発注業務、売場メンテナンスなどを一気通貫で支援する。

シンガポールを対象とするのは「国民1人当

たりGDPが日本を上回るアジアトップクラスであり、高い経済力と大きな潜在需要が見込める」などとする。

常温販売が可能な加工品（5商品まで）が対象で、実施期間は6か月。初期費用30万円、月額6万円を提供。

メグダイとWeAgriは今後、食品メーカーや生産者を対象に国内外で宣伝や販売、テストマーケティングなどを行っていく。