

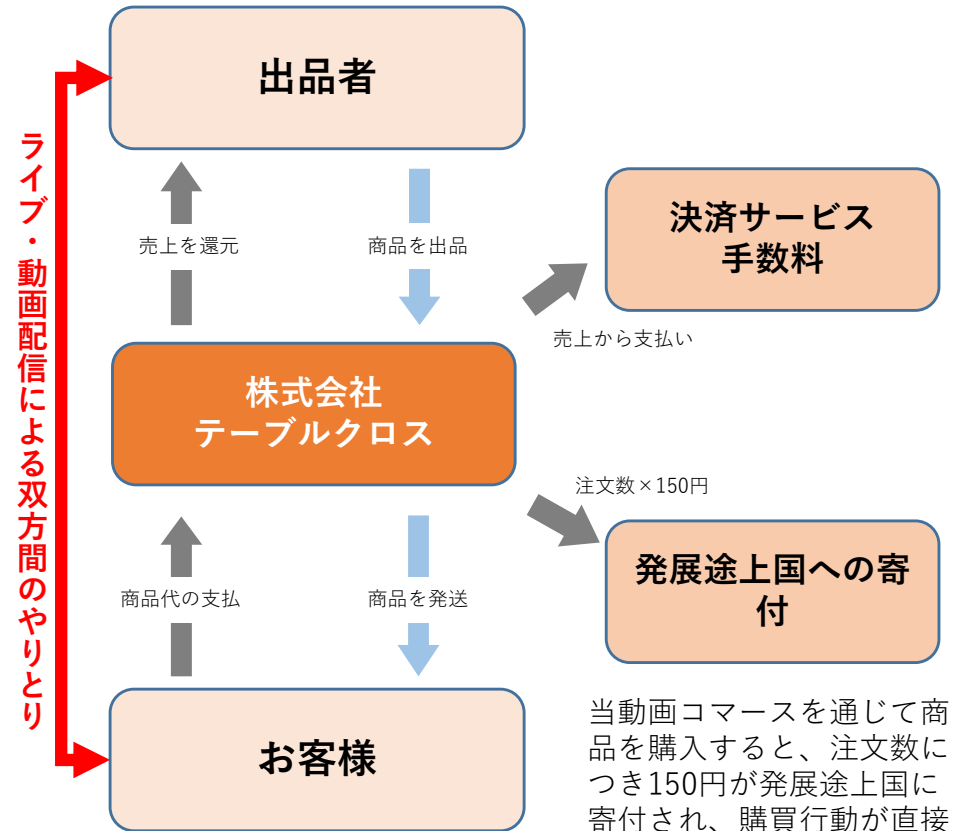
株式会社テーブルクロス

◆ECサイト掲載商品をライブや動画配信による各種プロモーションを行うことにより、どれだけ各国の市場拡大や消費者の購買意欲に影響を及ぼすかのポテンシャルリサーチを行う。

◆新型コロナウイルス感染拡大下での外出制限等の影響により、訪日願望のある外国人や日本食好きの国外在住者の日本食材への関心や需要が増えている背景を受け、「日本の食」に特化した商品の海外向けのECサイト事業を立ち上げる。当サイトは、当社の保有する欧米諸国をターゲットとした「食」に関するグルメプラットフォームやメディアの利点を活かし、SNSフォロワー総数のべ約30万人（フェイスブック7300人、Instagram1万3500人、YouTube登録者7万8800人、Pinterest20万人）に対し、プロモーションを実施。商品に関するライブ・動画配信がどの程度の販売実績を確立することができるのか、また国、商品カテゴリ、タイミング、ターゲット等にどのような影響を及ぼすか検証する。

◆日本ではまだまだあまり浸透していない動画コマース市場が、海外への販路拡大を行う際のメリットとなり得る結果が実証できれば、動画による販売促進が今後の輸出拡大に影響を与える可能性が期待できる。

◆byfood.com 動画コマース事業



当動画コマースを通じて商品を購入すると、注文数につき150円が発展途上国に寄付され、購買行動が直接SDGs、社会貢献に繋がります。