

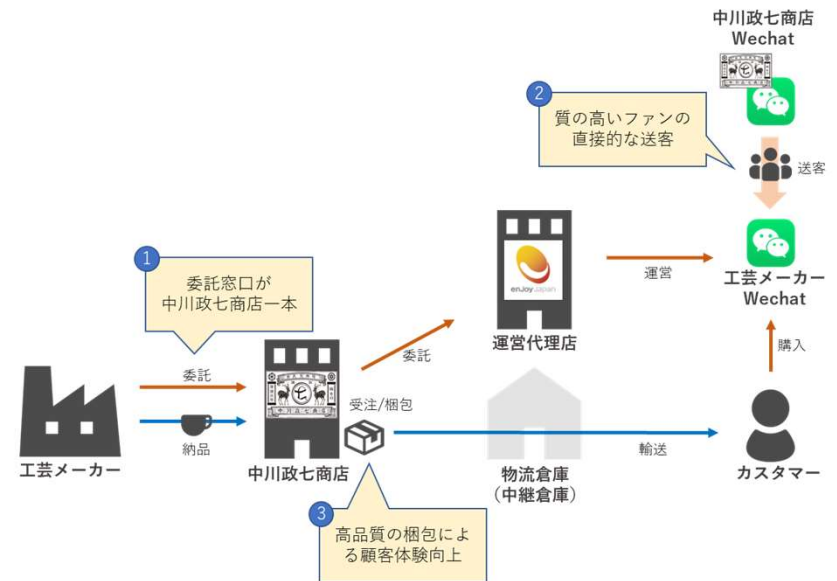
# 株式会社中川政七商店

【事業目的】 toC事業を展開する中小工芸メーカーが、リスク・リソースを抑えた形で中国進出を実現するためのプラットフォームの構築を目指す。

## 【実証内容】

- ① Wechatミニプログラムの立ち上げ、ファンの集積
  - ② 自社倉庫からの直送モデルの構築
- この2つの体制を整え、中小工芸メーカーのニーズと効果の両面を検証する。

【事業終了後の展望】 中小工芸メーカーが低リスク・リソースで複数国に販路を広げるための支援を行うことを計画している。



	従来のモデル	今回検証するビジネスモデル
1 運営	販売、SNS運営、物流等の各機能別にパートナーを検討、個別に契約 ・信頼のできるパートナー発見は困難	中川政七商店が全機能の窓口を一本化 ⇒パートナー開拓・管理の課題解消
2 集客	継続的な新規獲得のために、複数チャネルに運営リソース・コストを投下 ・多大な広告費が発生	工芸ファン度、定着可能性が高い中川政七商店Wechatからの直接的な送客 ⇒集客の広告費の大幅な削減
3 物流	天猫指定物流会社との調整負荷に加え、質の低い梱包以外の選択肢なし ・顧客体験の悪化	中川政七商店への委託により、国内納品と同じ運用、質の高い梱包を実現 ⇒業務負荷低減、顧客価値向上