



特産品販売が好調、全国の自治体注目のECショップ 新幹線だけじゃない、降りたくなる魅力を発信



左)オリジナル商品の開発風景 中)オリテ米原のネットショップのトップページ 右)「SHIBUYA WANDERING CRAFT 2015」の様子 左下)アウトドア用寝具・衣料品メーカーとコラボしたオリジナル商品のシュラフ 右下)切り絵作家・早川鉄兵さんのデザインによる紙袋

米原市は、県内で唯一の新幹線駅があるまち。しかし、乗り換えや通過はしても、降りたことがないという人が多い。
特産品販売の自治体ネットショップの成功事例として注目を集める「オリテ米原」は、
米原の良いものを全国に届けながら、地域の魅力を発信。米原で“降りて”くれる人の拡大を目指す。

初年度から好調な売り上げ 売れるサイトに出品多数

——オリテ米原は、どんなネットショップですか？概要を教えてください。
オリテ米原は「米原の特産品を販売するネットショップを立ち上げたい」という、平尾道雄市長の意向を受け、2015年4月に開設されました。「Yahoo!ショッピング」と「BASE」という2つのインターネットモールに店があり、オリテ米原のホームページから買い物できるようにしています。

初年度は米原市の委託を受け、米原市商工会が運営していましたが、現在は、市からの資金を受けずに、商工会が独立採算で運営しています。

現在、市内の企業及び個人42事業者が生産する、特産品・工芸品・農林水産物など計260品目以上を取り扱っています。開設当初は、25社90品目程度でしたが、今は商品を出したいというお申し出がたくさん寄せられており、その対応に追われている状況です。

——出品希望の事業者がどんどん集まってくるということは、売れるサイト、だということですね。
15年度の売り上げは、約1200万円でした。初年度からこんなに売れるとは思っていませんでした。昨年度は7月

データを分析し、今後の商品開発などに活用していただけるように提供していくことも、私たちの今後の宿題だと思っています。

——独自商品開発もされていますね。

米原に本社を構える人気のアウトドア用寝具・衣料品メーカーと米原市のコラボ商品として、昨年7月、米原オリジナルシュラフ「LAURORA350 LIMITED EDITION “Milky Way”」を発売しました。今後も第2弾、3弾と米原にしかない、オリテ発の特産品を出して行きたいと考えています。

——今後の抱負をお聞かせください。

買うだけでなく、米原で“降りて”体験していただけるように、おいしい店やアウトドアスポーツなどの情報を紹介するウェブマガジンの機能を充実させていきたい。米原を通過せずに、「降りて」もらうためのポータルサイトに育てていきます。



運営責任者
高木 静江氏
(たかぎしずえ)

米原市商工会 オリテ米原
▼米原市下多良3-1-1
<http://orie.net>

から1月まで、ふるさと割ではほとんどの商品を3割引きで販売できたことも追い風になりました。「Yahoo!ショッピング」の担当者も、自治体関連でこれだけ売れるショップは珍しいと、出店者向け資料の中で成功事例として紹介してくれました。

おばあちゃんの手づくり品も 売るためにしっかりサポート

——スタッフの仕事を教えてください。
ホームページ制作会社の協力をいただきながら、商品紹介の文章作成や注文の処理、顧客情報の管理、発送作業など私たち商工会のスタッフが行っています。

出品の申し込みをいただくと、まず、取材に行き、商品を作っている様子や商品撮影をします。

商品在庫は持たず、お客さまから注文をいただくと、私たちが各事業者を回つ



出品に向けての取材をする様子

て集荷し、梱包・発送作業をします。そのため、発送は火曜と金曜だけになっています。おじいちゃんおばあちゃんだけで作っていて大変、という作業場では、私たちが商品を出すお手伝いまでします。それも、事業者が市内に限られていくこと、そのほとんどが商工会会員であるからこそできることで、ネットビジネスの世界では、こうした地域に密着し、しっかりと生産者とながっている運営体制はあまりないかもしれません。

商品の物語を伝える情報発信 年間50力以上の出張展示でPR

——運営上、大切にしていることは？
消費者の方に、商品のストーリーを伝え、米原を知ってもらい、魅力を感じてもらえるような情報発信を心掛けています。

市内在住の切り絵作家・早川鉄兵さんデザインによる専用の箱・袋も製作しま



商品販売と米原のPRのため、イナズマロック2016会場内の「おいで～なしが体感フェア」に出店

した。この袋は好評でイメージアップに役立っています。市長が他地域へ土産を持参するにも利用されています。また、オリテ米原の認知度アップのために、各地のイベントに出店し、販売とPRをすることにも力を入れています。昨年度は、イナズマロックフェスティバル、渋谷ヒカリエで行われた「SHIBUYA WANDERING CRAFT 2015」など、県内外50以上のイベントに参加しました。

地元住民も名産を再発見 独自商品もコラボ開発

——利用者、事業者の反響は？

利用者からは「米原にこんないいものがあったのか！」という声を、県外だけでなく地元の方からもいただきました。都会では、おしゃれなジャムなどよりも、むしろ、おばあちゃんが手作業で作る「乾燥かきもち」などに反応する方がいます。地元でしか売っていなかったものなので、都会の若い人が買ってくれるというの、作る側にとってはうれしい発見だったと思います。

事業者の中にはオリテに出品するために、ネットに合った新しい商品を考案したり、パッケージを変えたり、新たにホームページを開発するところもあります。オリテが新しい売り方を試すきっかけになっています。ネット販売で得た