

⑨小売業

従業員数 5 人以上の事業者

「若者の所得向上」のための取組の方向性 P58

事例 1 デジタルツールを活用した新規顧客獲得と販売促進 P59

事例 2 SNSを活用した付加価値の創出とデジタル技術を
活用した業務効率化 P60

事例 3 オリジナル商品の開発による他社との差別化と
デジタル技術を活用した販売促進 P61

事例 4 自社の安定成長に向けた海外市場の開拓 P62

【小売業】「若者の所得向上」のための取組の方向性

現状・課題

1 現状

- ①コロナ禍を機に、消費者の購買行動が実店舗からオンラインでの購買へと大きく変化。
- ②商圈人口が減少する中、ECサイトの普及により全国の事業者と競合。

2 課題

- ①他社との差別化や売上増加に向けた取り組みが必要（特に接客が重要）。
- ②生産性向上等による利益の確保が必要。
- ③県内だけでなく全国の事業者との競争に対応することが必要。

特に、全国ブランドの商品は独自性が出しづらく価格競争に陥りやすい。

対策

（1）個性的な商品やサービスの提供による高付加価値化

【事業者側の取り組み】

- ・来店を促す接客や体験型イベントなど顧客（ファン）獲得のためのサービス提供
- ・店舗の内装やディスプレイ、販売方法等によるブランディング
- ・自社オリジナル商品の開発
- ・経営の多角化、新規事業展開

【県庁側の取り組み】

- ・事業者ニーズの把握と支援事業のタイムリーな紹介、活用支援
- ・公設試等の関係機関と連携したマッチング機会の創出や新商品開発支援

（2）デジタル技術の活用などによる生産性の向上

【事業者側の取り組み】

- ・デジタルマーケティングの実施（会員制度の導入、SNSを活用した情報発信）
- ・POSシステム導入等によるレジ業務などの店舗運営の効率化
- ・POSデータ等の活用による販売動向や顧客分析、在庫管理と経営戦略の立案
- ・生成AIを活用したECサイトの画像編集などの業務効率化

【県庁側の取り組み】

- ・デジタル技術導入・活用促進に必要な支援策の拡充（助成制度、人材育成、専門家派遣等）

図表 1-2：物販系分野のBtoC-EC市場規模及びEC化率の経年推移

(市場規模の単位：億円)



出所：経済産業省「令和5年度電子商取引に関する市場調査報告書」

（3）販路拡大

【事業者側の取り組み】

- ・経営戦略・事業戦略の策定
- ・ECサイト・SNSの効果的な活用
- ・展示会やイベント出展による市場調査
- ・ポップアップストア出店
- ・県外への出店など販売エリアの拡大

【県庁側の取り組み】

- ・ECサイト運営、見本市出展等の販路拡大に活用できる支援策の周知・拡充

【小売業】企業等の取組具体事例①

「デジタルツールを活用した新規顧客獲得と販売促進」

①企業の概要

事業者名：B企業

従業員数：19人（R7）

事業概要：小売業（キャラクターグッズ販売）・テナント運営業

③取り組みが必要となった経緯/背景

- コロナ禍を機に、消費者の購買行動は実店舗からオンラインでの購入へと大きく変化。店舗運営には一定の固定費が必要となる。賃上げの原資を確保するためには売上を増やす必要があった。



②取り組みにより得られた成果

※賃上げについては本事例を含む企業全体の取組による成果

■ 売上増加

令和6年度創業祭売上：店舗全体で前年比10%アップ

■ 賃上げ（給与支給総額）

5%増【令和5年⇒令和6年】

④具体的な取り組み

- 令和6年度高知県商店街デジタル化支援事業を活用し、新規来店誘引・リピート促進に取り組んだ。
- 例年創業祭ではテレビCMを行っていたが、効果測定が難しかった。
令和6年度はターゲットを絞ったデジタル広告を実施（新規来店誘引）。
その結果、店舗全体の売上向上につながった（前年比10%アップ）。
また、広告宣伝費を、半分以下に抑えることができた。
- リピート率向上のため、これまでメールマガジンやポイントカードを活用していたが、顧客の属性情報が分からず、効果的なアプローチができていなかった。
新たにLINE公式アカウントの活用により、顧客の属性情報や利用状況にあわせたメッセージやクーポンを配信（リピート促進）し、上記のデジタル広告と組み合わせることで、1,000ユーザー以上のLINE友だちを獲得した。

<本事例を踏まえたポイント>

- デジタル技術とデータを活用した顧客属性に応じた効果的な情報発信（事業者）
- デジタル技術を活用した情報発信や販売促進などの好事例及び支援策の紹介（県）

【小売業】企業等の取組具体事例②

「SNSを活用した付加価値の創出とデジタル技術を活用した業務効率化」

①企業の概要

事業者名：正美堂時計店

従業員数：5人（R7）

事業概要：腕時計や懐中時計の販売・修理事業

②取り組みにより得られた成果

【想定される効果（目標）】

■ 利益の確保

生成AI等を活用し事務作業を効率化することで、顧客対応時間が増加の見込み。
⇒店舗の信頼性を高め、ファンを獲得することで利益の確保が見込まれる。

③取り組みが必要となった経緯/背景

- ECサイトの普及により、県内だけでなく全国の事業者と競合することになった。このため、価格競争に陥らないよう自社の良さを追求し、他店との差別化により付加価値を高める必要があった。
- 取扱商品は嗜好品であり高額であるため、店舗の信頼感を高めることが必要であった。

④具体的な取り組み

- 他では手に入らない世界で一つだけの腕時計として自社オリジナルウォッチを販売。
日本でも数少ない懐中時計やアンティーク時計の取扱店として、時計一級技能士によるアフターフォロー（修理・メンテナンスなど）を実施し付加価値を高めた。
- 時計に関する情報発信（YouTube）を16年間継続中。視聴者を引きつけるため毎週更新（「日曜日勉強会」）し、全国にコアなファンを獲得。
SNS映えのため仕入れ商品のピックアップや店舗の内装・ディスプレイの見直しを行った。
- 生成AIやLINE公式アカウントを活用し、画像編集作業を自動化。
HPアクセス数やYouTube視聴回数などのデータ収集などデータ見える化することで業務効率化を図ることができた。（令和6年度商店街デジタル化支援事業）



<本事例を踏まえたポイント>

- 情報発信や業務効率化に向けたSNSや生成AIの積極的な活用（事業者）
- デジタル技術を活用した情報発信や販売促進などの好事例及び支援策の紹介（県）

【小売業】企業等の取組具体事例③

「オリジナル商品の開発による他社との差別化とデジタル技術を活用した販売促進」

①企業の概要

事業者名：本山印刷株式会社

従業員数：36人（R7）

事業概要：印刷・オリジナル紙雑貨の企画・製造・販売事業

③取り組みが必要となった経緯/背景

- 印刷事業のビジネスモデルは利益率が低く、デジタル化や人口・事業所数の減少により売上・利益減少が予想された。
- 既存事業は競合他社との差別化が難しく、価格競争に巻き込まれる状況。
- 他社との差別化を明確に打ち出した新たな事業を開拓し、持続的な事業基盤を確立することが急務であった。

【おひやまち店】



②取り組みにより得られた成果

- 売上増加
300%増【令和元年⇒令和5年】
- 賃上げ（給与支給額）
5%増【令和4年⇒令和5年】

※賃上げについては本事例を含む企業全体の取組による成果

④具体的な取り組み

- 現状の課題や自社の強みを整理し、新規事業の事業戦略を策定。
- 自社の強みを活かし、企画・デザインから製造・販売まで一貫して展開できる垂直統合型ビジネスモデルとして小売業の紙製品専門店「paper message」を立ち上げた（平成21年）。高知市のほか東京・吉祥寺（平成24年）、大阪市（令和2年）に出店。また、大手雑貨専門店でのポップアップストア出店などにより、顧客拡大・売上増加につながった。
- ブランディングのため卸売りではなく直接販売にこだわっており、実店舗での顧客とのコミュニケーションにより、ニーズを把握し、新商品開発に反映させている。
- 商店街の人流データと店舗前の赤外線データ、POSデータなどにより来街者の来店状況や購買履歴を把握し、店舗のディスプレイや商品構成などに生かしている。ディスプレイもサービスと考え、店舗に来た方が楽しめるよう、季節により店内ディスプレイを変更し空間・世界観を演出し、来店者数の増加につなげている。
- SNSを活用した積極的な情報発信により、国内外から問合せがある。
- 「paper message」の取組により認知度も高まり、人材確保にも好影響を及ぼしている。
- 上記の取組等により、賃上げ5%増【令和6年（決算）⇒令和8年（決算）】を目指す。

<本事例を踏まえたポイント>

- 他社と差別化を図るためにオリジナル商品の開発や自社のブランディング（事業者）
- デジタルデータやSNSの活用による販売促進（事業者）
- 商品開発などに活用可能な支援制度やデジタル技術を活用した好事例の紹介（県）

【小売業】企業等の取組具体事例④

「自社の安定成長に向けた海外市場の開拓」

①企業の概要

事業者名：本山印刷株式会社

従業員数：36人（R7）

事業概要：印刷・オリジナル紙雑貨の企画・製造・販売事業

③取り組みが必要となった経緯/背景

- 事業内容の特性上、季節や慣習により売上・財務が変動しやすく、安定的な収益源を確立して経営基盤を強化する必要があった。
- 県外（東京・大阪）店の動向から、インバウンド需要により海外観光客の購買割合が高まっており、新たなニーズを発見する契機となった。

【上海店】



【店内】



②取り組みにより得られた成果

※賃上げについては本事例を含む企業全体の取組による成果

■ 売上増加

ポップアップストア：2ヶ月間で各々売上500万円を達成

常設店：オープンから2ヶ月で売上700万円を達成（年間目標3,000万円）

④具体的な取り組み

- 令和6年度高知県商店街デジタル化支援事業の伴走支援により、経営課題の棚卸しを実施。POSレジを導入し、決済情報から国別の人數・売上を分析したところ、売上の20%を海外購買層が占めており、中国の売上の伸び率が高いことが数値として見える化できた。
具体的な数値を見える化したこと、海外市場の可能性に商機を見出す。
⇒海外事業戦略を策定し、社内で海外チームを結成するため、組織体制を明確化。
- 韓国・大田市、中国・上海市にポップアップストアを出店
（韓国：令和6年6～9月、中国：令和6年10～12月）
- 中国・上海市に常設店を出店（令和7年6月27日）
- 現地スタッフには国内店舗を視察してもらい、陳列やサービス等のトレーニングを実施
単に商品を販売するのではなく、自社のブランドイメージを含めた展開。
- 今後、大手雑貨店と連携し、マレーシア、カンボジア、台湾、アメリカでのポップアップストアやイベントへの出店を検討中。
- 上記の取組等により、賃上げ5%増【令和6年（決算）⇒令和8年（決算）】を目指す（再掲）。

<本事例を踏まえたポイント>

- 市場動向や自社状況を分析し適正な新規市場の見極め・進出検討（事業者）
- 海外展開時の支援機関や相談窓口、支援制度の紹介（県）