

市内中小企業の新たな発展モデルの構築を目指す交流会

DX  
～川口っ子～



デジタル化推進

---

# 1. テーマ選定の理由

---

現状・問題・課題

# 1-1 現状と問題

## 【現 状】

人口60万人の中核都市となり、人口は増加傾向にある。  
ただ、川口経済の活性化に結び付かず、経済の川口離れが加速。  
さらにコロナ禍でさらに加速、歯止めがかけられない状況。

## 【問 題】

### 消費者

- ・ 購入欲求は変わらずあるものの、コロナ禍での消費意欲は低下
- ・ コロナ禍の長期化により、新しい購入スタイルが定着しつつあるも、そこに「地元」を意識していない。  
\* 都内で働いている人は、都内で飲食や買い物をする傾向があるなど

### 店舗サイド

- ・ 新たな売上確保のため販路拡大をしたいが、小規模店舗個々では限界。
- ・ 世間の購買意欲・手法の変化になかなか追いつけていない、または気が付いていない。

# 1-2 課題とテーマ選定について

## 【課題】

市内消費者による、市内店舗での消費を拡大させることのために、店舗と市内消費者を繋ぐこと

## 【テーマ】

検証モデル

**「DXを活用した小規模飲食店の新規販路・顧客拡大」**  
の実践

まずは、コロナ禍での変動が大きかった「市内飲食店（約3000店）業種」を中心に、DXを活用した検証モデルを実践する。

**コンセプト：お手軽・お気軽**

消費者が川口の食材・食品を、「お手軽」に手にすることができる、飲食店が「お気軽」に参加できる仕組みを作り、市内飲食店の活性化・売上拡大につなげる。

## 2. 交流会における取組み

---

## 2. 交流会における取組み内容

---

1

川口の食材・食品を手軽に楽しんでもらう  
仕組み作りの検討

2

小規模事業者でも参加できるような取り組みや  
消費者の飲食スタイルを調査

3

交流会だけでなく、自主的に集まり方策を検討

# 3. 交流会で検討した方策

---

# 3. 交流会で検討した方策

## 市内飲食店同士と消費者をつなぐ仕組み作りの必要性

- ・市内で食材・食品を消費を増やすことによる、地域経済の活性化
- ・小規模飲食店でも始めることができ、コロナ禍で落ち込んだ飲食業界の復活
- ・従来の店舗型だけではなく、消費者が手軽に遠方の店舗の食事をとることができ、楽しく食事ができる「新たな食事スタイル」の提案
- ・消費者ニーズを把握でき、店同士のコラボなど、新しい販売手段・商品開発を可能とする方策検討。
- ・個人だけでなく、市内企業（事業所・工場など）従事者に、「栄養バランスの整った食事」を届けることによる、従業員の食を通じた健康管理
- ・それらを実現するための流通手法開発・開拓
- ・フードロスも視野

- 小規模店舗でも、負担なく取り組める仕組みが重要
- 消費者も手軽に、市内の「食を楽しめる」仕組みが重要

**テストマーケティングとして、クックパッドマートの汎用機能を使い販路拡大・経済活性化を目指します**

# 3. 交流会で検討した方策

## クックパッドマートとは？

クックパッドマートとは、地域の生産者や販売者が直接販売し、新鮮でこだわった食材をアプリから購入し、希望場所で受け取ることができる、クックパッドの食材調達サービス。

市内の生産者から直接お届け



一品でも いっぱい買っても



送料無料！

受け取り場所を選べる



市内の名店の総菜を、家の近隣で受け取ることも可能。  
例えば、川口駅利用消費者が、東川口にある名店〇〇の総菜を、駅からの帰宅途中にピックアップすることも可能。

# 4. 今後の展開

---

# 4-1 今後の展開

テストマーケティング実施に当たり、重要なこと

- ・ **参加店舗の確保**

個々の数値的な効果を、母数多く取得する必要がある。  
「共助（販売コラボなど）」による効果も試行したい。  
A店の総菜と、B店のスイーツの組み合わせ販売  
A店とB店のコラボ商品開発

- ・ **消費者メリットの設定**（最初は仮説で）

わざわざ遠方に行かなくても、入手できる。  
人と会わなくて済む（コロナ禍で重要！）

- ・ **飲食店のメリットの設定**（最初は仮説で）

現状の客層を見据えた施策になるか  
新規顧客ターゲット層とマッチしているか

**個々でスタートまたは、始めている店舗に声掛けをし、共有していく**

# 4-2 行政への提案

---

理想形

**「流通シェア」「事前製造数把握」「キッチン・製造場所のシェア」を備えた川口市独自の経済活性化  
インフラ構築**

**販売拠点・製造拠点・物流・web販売インフラ・  
SNS・広報など、広範囲での対応が必要**

**個店・企業の結びつきだけに頼らない、行政主導/  
積極介入のインフラ開発事業として取り上げられる  
ことが要望される。**

# 4-3 市内経済活性化の実現

