

令和4年度「スタートアップ等輸出支援ビジネスモデル実証事業費補助金」

環境配慮素材（BtoB商材）の越境ECサイト 構築・運用実証事業

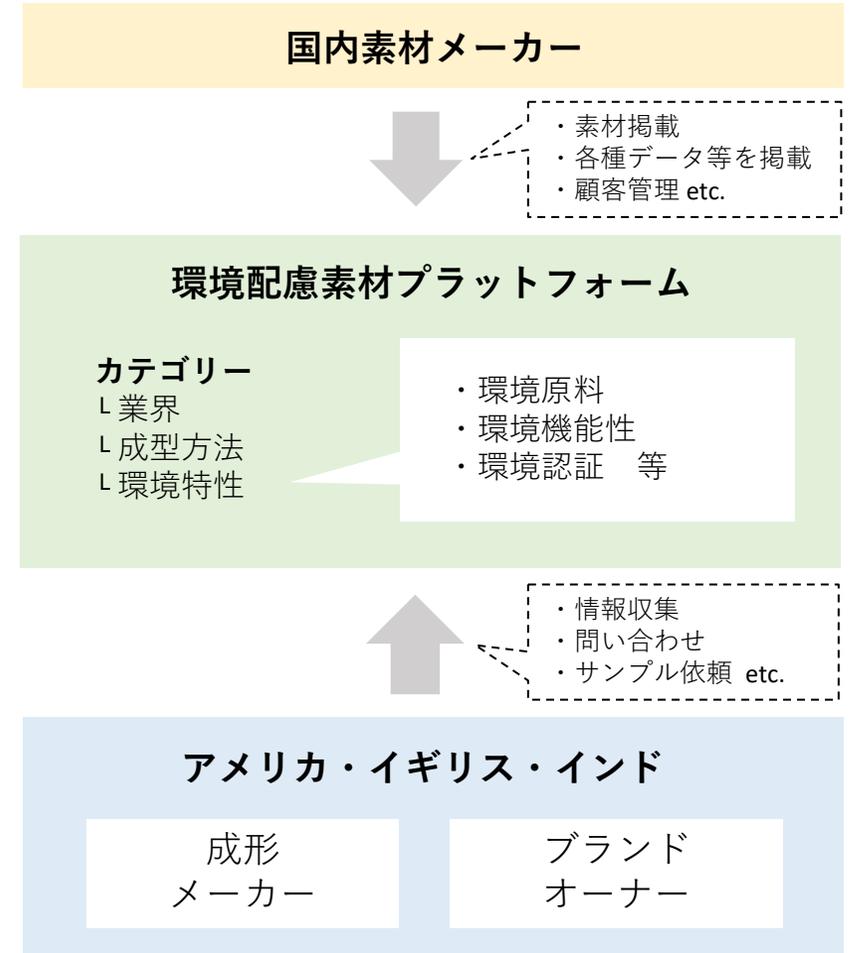
T B M

事業目的・背景

・グローバルでサステナブルプラスチック需要が高まる中、日本の素材の輸出拡大を実現するデジタルプラットフォームや環境配慮型素材が集まっているマーケットプレイスは稀有である。国際的に高く評価されている日本の環境配慮型素材や、革新的な素材を集めたECサイトの構築を通じて、海外マーケットでの販売拡大を図る。

・自社素材である石灰石を主原料とした素材「LIMEX」と再生素材「CirculeX」、グループ会社の素材であるポリ乳酸繊維素材「PlaX」、その他素材メーカーの製品を海外向けにプロモートし、素材販売に向けたマーケティング、サプライチェーンの体制構築に向けて、実現性を実証する。

・日本の環境配慮型素材を扱う企業や素材産業のサプライヤーと共に、本マーケットプレイスを通じて、世界のマーケットとのコネクションをつくり、日本のスタートアップや中小・中堅企業、素材産業や素材産業に関わるサプライヤーの企業の発展に寄与する。



海外のB2B向け素材マーケット

既に様々なプラットフォームで素材は売買されている。その中でも大きく4つのカテゴリーに分けられる。
環境配慮型素材はまだ新しい分野であるため、ジャンルを絞りすぎず、柔軟に拡張していく予定。

素材以外も取り扱う
大型EC

Alibaba (中)、Amazon
(米) etc.

化学素材全般に
特化した
プラットフォーム

Knowde (米)、
Novi connect (米) etc.

1つの素材ジャンル・
カテゴリーに特化した
プラットフォーム
(再生素材のみ等)

Cirplus (独) etc.

素材を核にした
3つの市場を狙う

素材に焦点を充てた
加工品を扱う
プラットフォーム
(パッケージ、生地等)

Source Green (ベルギー)
Textile Exchange (米)
etc.

サービス概要

Green Sourcing Hub 概要

Green Sourcing Hubは、日本の環境配慮型素材を取り揃えた、B2B向けマーケットプレイス。
国内外の成形メーカーや印刷会社などが、高品質な樹脂やシート、繊維などを調達できるよう支援する。

サプライヤー

日本発の環境配慮型素材を
開発する素材メーカー

樹脂

シート

繊維



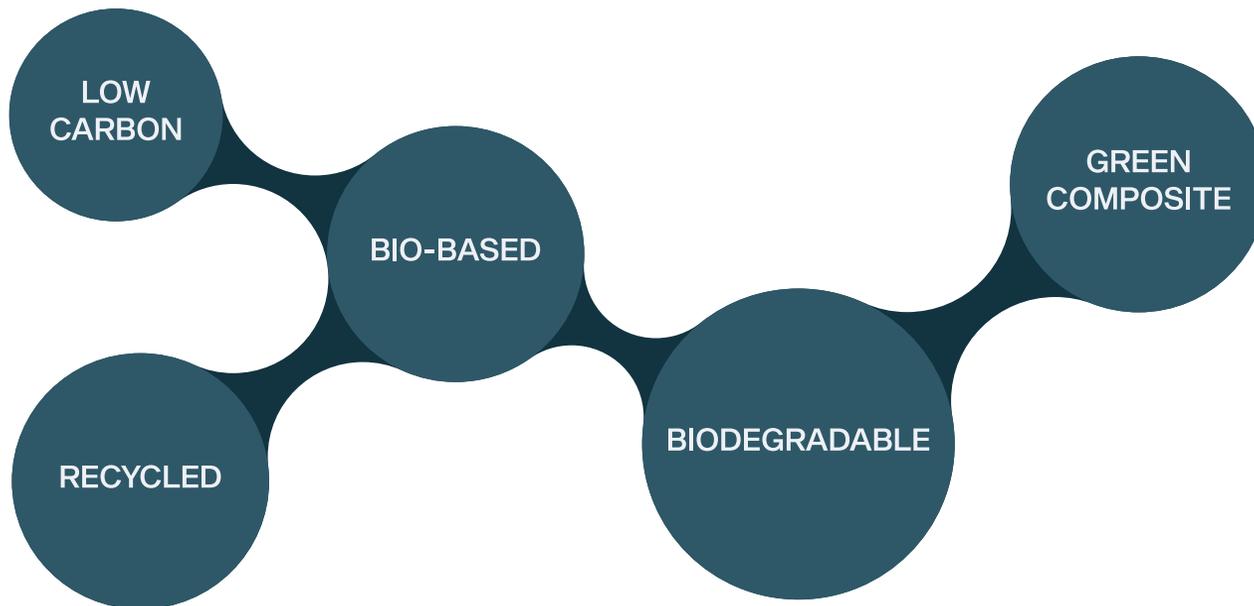
バイヤー

アメリカ
イギリス
インド

環境配慮型素材を求めるブランドオーナー、
プラスチック製品を成形する成形メーカー、
印刷会社、テキスタイルメーカー、
商社 等

取り扱い素材の種類

低炭素素材、リサイクル素材、バイオ素材、生分解性素材、複合素材など、日本の素材メーカーから厳選した環境配慮型素材が見つかる。



メインカテゴリー

- ・ Low Carbon (Less Plastic)
低炭素（プラスチック使用量削減）
- ・ Recycled (PCR, PIR)
リサイクル素材（ポスト・プレコンシューマー）
- ・ Biodegradable (Industrial Compostable)
生分解性（産業生分解性）
- ・ Bio-based (Cornstarch, Sugarcane)
バイオ素材（とうもろこし、サトウキビ）
- ・ Green Composite
複合素材（バイオ素材ベース、バージン素材ベース）

サプライヤー向けのサービス内容

世界が持続可能なソリューションへと舵を切る中、Green Sourcing Hubを通じて環境配慮素材を世界のマーケットに展開することができる。



海外マーケットへの 参入機会を創出

β版期間中は無料でストアを開設できる。常に進化し続けるプラットフォームに素材を掲載することで、グローバルマーケットへリーチしやすくなる。



顧客情報から請求書まで 一元管理

顧客情報から見積書、請求書等一つのプラットフォームで管理できる。また、何名でもストアの管理者に登録できるため、社内における情報の可視化が可能。



営業工数の削減と 販売促進

素材情報をストアに集約することで、営業工数を削減することができ、新しいマーケット開拓やバイヤーとのより深い関係構築に時間を使うことができる。

サプライヤー向けのグローバルリーチを支援

Green Sourcing Hubは、β版以降、様々なコミュニケーションプラットフォームを通じて、世界のバイヤー向けに有益な情報を継続的に発信することが可能。

メルマガ配信

SNS投稿

ブログ投稿



記事掲載

展示会出展

デジタル広告

バイヤー向けのサービス内容

Green Sourcing Hubは、環境に配慮された素材を簡単に検索、調達することができる。環境配慮型素材の調達の経験がないバイヤーも、安心して利用可能。



要求にあった グリーン調達ができる

リサイクル素材やバイオ由来素材等のカテゴリに素材が分類されており、素材の選定において必要な物性フィルター機能も備えている。求める環境配慮型素材を素早く見つけることができ、調達の時間を短縮可能。



多様な環境配慮型素材を 選択できる

Green Sourcing Hubは樹脂に限らず、繊維やシート等、様々な素材を扱う。その為、1つのプラットフォームで異なる用途に関する調達が可能。将来的には包装資材やプロダクト等の展開も検討している。



購入履歴を含む 取引情報を一元管理

見積依頼から請求書の受け取り、物性情報のダウンロードまで、Green Sourcing Hubは調達のプロセスを簡略化。ひとつのデジタルハブで様々な情報を一元管理できる。

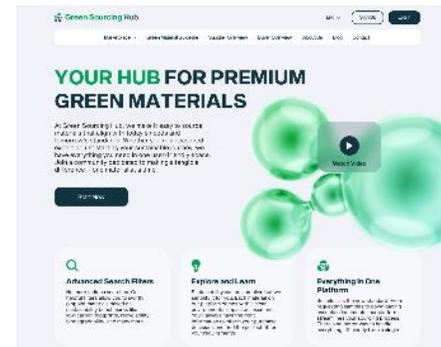
実施内容

実施内容一覧

- ✓ オンラインアンケート
- ✓ ロゴ制作
- ✓ ブラインドガイドライン制作
- ✓ インフラ構築
- ✓ プラットフォームのインストール・検証
- ✓ プラットフォームデザイン・コピーライティング
- ✓ システム開発
- ✓ 素材情報の収集・整理
- ✓ PRビデオ制作
- ✓ 展示会準備
- ✓ 各種翻訳作業
- ✓ マニュアル制作



- ✓ 展示会準備・出展
- ✓ DM（ダイレクトメール）制作・発送
- ✓ タイアップ記事配信
- ✓ 各種デジタルマーケティングの実施
- ✓ ブログコンテンツ制作
- ✓ メルマガ制作・配信
- ✓ 各種SNSの立ち上げ



展示会出展

11月28日～12月2日に幕張メッセで開催された「国際プラスチックフェア（IPF）」に出展。

約600名の方と名刺を交換し、リードを獲得。

開催日：2023年11月28日（火）～12月2日（土）5日間

会場：幕張メッセ 出展者：778社・団体 来場者：43,676人

名刺交換枚数：601名（重複除く）

※約7割が成形メーカー、約2割が原料メーカー、約1割がエンドブランド

<訪問者からのコメント>（一部紹介）

- メルマガでGSHを知った。環境配慮製品も掲載できると嬉しい。
- 環境配慮素材を探すのに苦労している。
- 粘着テープメーカーなので、リサイクルPETテープを掲載したい。
- マレーシアの再生材メーカーだけど掲載したい。
- 再生パレットを扱っている。販売先が見つからなくて困っている。
- 3Dプリントできる表記があるとサンプルを取り寄せやすい。
- 生分解性樹脂を扱っている。用途が見つからないから掲載してみたい。



環境配慮「製品」を
掲載/購入したい意見多数

海外の素材メーカーから
掲載希望あり

素材/製品の販売先を
探している企業多数

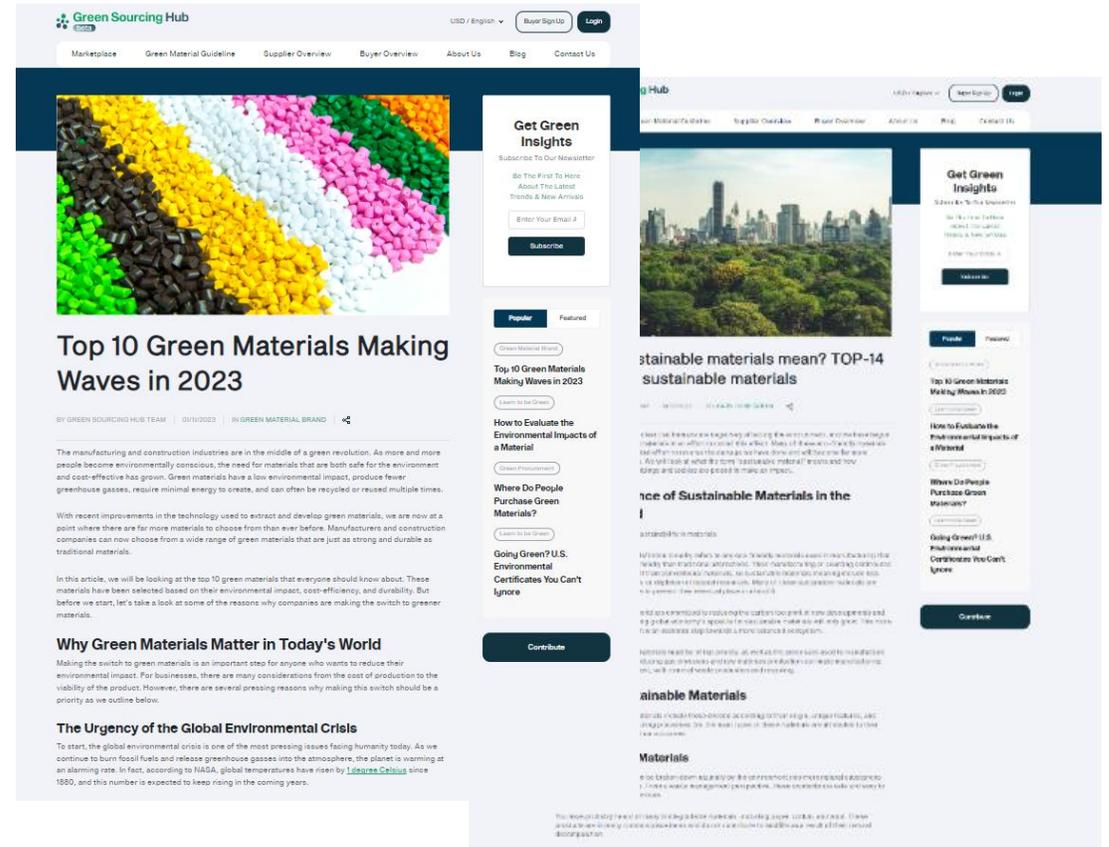
タイアップ記事掲載・ブログコンテンツ配信

NewsPicksのタイアップ記事を11月30日に公開。200以上のPickに繋がった。

ブログコンテンツを複数回に渡り公開。SEO対策を強化し、ブログを通じた流入を図った。



【LIMEX】国産ユニコーンTBMが挑む、「素材ビジネス」の最先端とは



デジタルマーケティング・オウンドメディア運用

アメリカ、イギリス、インドのマーケットに向けてデジタル広告を約2カ月間に渡り配信。

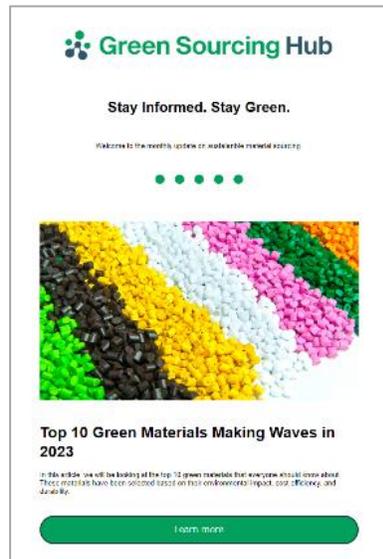
- Google Ads
- Facebook
- LinkedIn



最も効果を示したのは、インドに対するFacebook広告。有効なアクション（クリックやお問い合わせ）へも繋がった。イギリスとアメリカからの流入は限られていたため、今後はデジタル広告以外のプロモーション活動を実施する必要がある。

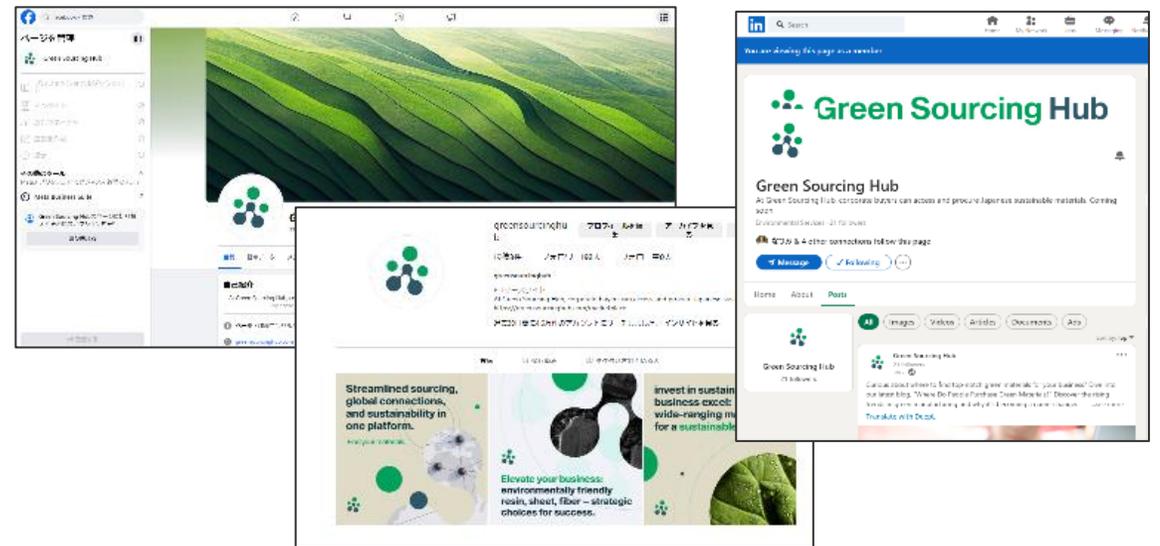
メルマガ

メルマガテンプレートを作成・配信



SNS

Facebook、LinkedIn、Instagram 立ち上げ



結果と今後の活動

結果

β版をローンチから約2カ月間での進捗は下記の通り。(2023/11/8-12/31)

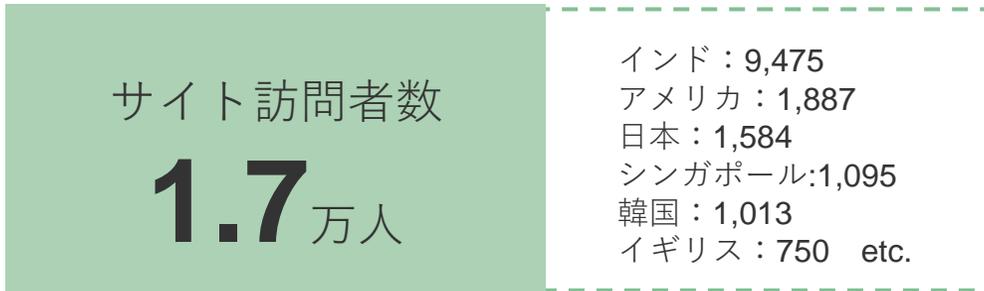


インド：24社
日本：22社
イギリス：1社
アメリカ：1社
シンガポール：1社

主な属性：成形メーカー
やエンドブランド、商社

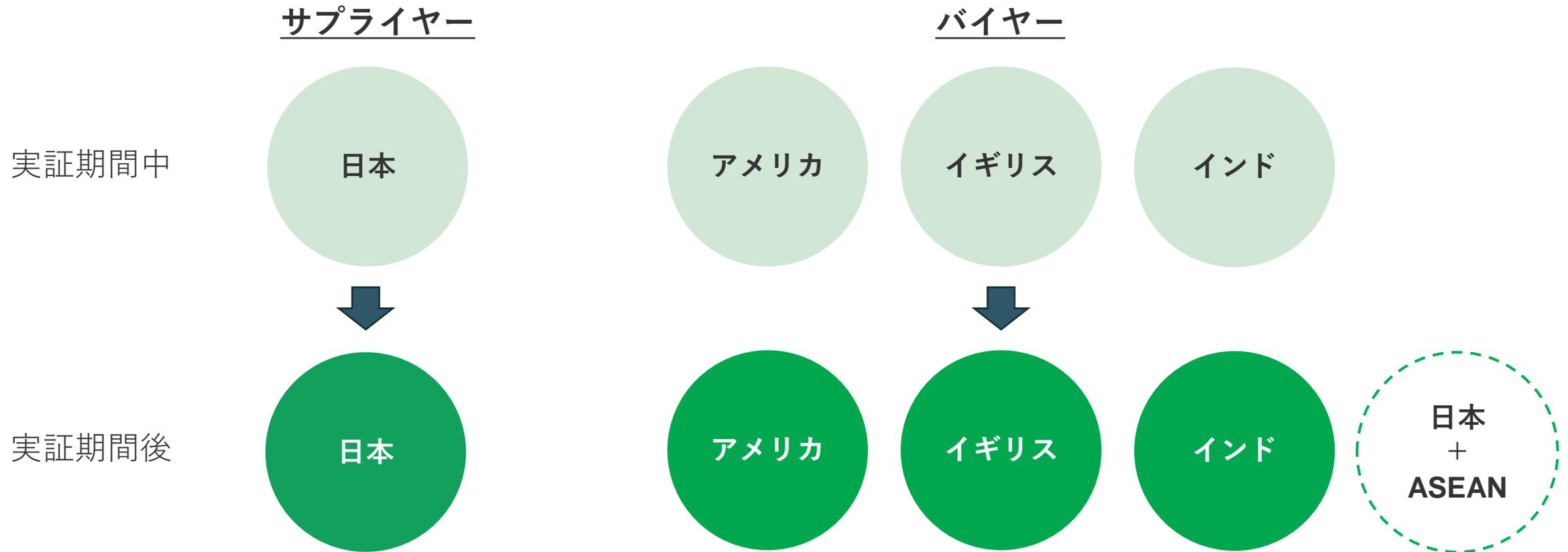


- ・株式会社TBM
- ・生分解性繊維を扱う企業
- ・バイオマス樹脂を扱う企業
- ・パッケージ類を扱う企業
- ・シート類を扱う企業



今後の動き：サプライヤー及びバイヤー登録社数の拡大

- 今後は、検証期間中にも流入が多かった日本へのPR活動を強化する
- 展示会中に引き合いが多かったASEAN地域への拡大も模索する



今後の動き：マネタイズに向けた料金体系の策定

【β版期間中】

- B版運用期間中はバイヤー（購入検討者）とサプライヤー（出店企業）の登録は無料とする。無料とすることで、まずは双方の登録者数を増やす。

【正式版ローンチ後】 ※来年の夏頃を予定

- 出店企業（サプライヤー）は①出店料と②素材（製品）登録料を支払うプランを検討。
- 安定したサイト流入人数が見込めるようになったタイミングで、③広告掲載プランを追加。



出展料

初回のみ



素材
登録料

毎年更新
素材数に応じた価格設定



広告
掲載料

希望企業のみ

国内外で近しいビジネスを展開している企業の料金形態を参考にしている。