

令和5年度
中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業費補助金事業

Commercial space in the digital age

Virtual mall J

デジタル時代の革新的販売戦略

実績報告書

報告書の要約

Virtual Mall J

【企業概要】

鯖江商工会議所

創立：昭和34年4月1日

会員数：1,769人（組織率52%）

議員数：80人

部会数：11

委員会数：6

職員数：19人



報告書の要約

Virtual Mall J

【事業概要／目的】

当会議所では海外販売ワンストップサービス“CROSS BORDER SABAE(CBS)”を組込んだ、リアルとバーチャルを結びつけるプラットフォーム「バーチャルモール」を展開している。本事業では、経済団体としての役割を全うすべく、このプラットフォームを全国の産地に横展開することで日本全国の誇りある産地を世界にアピールし「海外販路開拓支援の拡大」「デジタル活用による社会の豊かさ」「地域活性化」といった目的を同時に達成する。

【実証項目】

海外販売の重要性を感じながらもノウハウ不足等から足踏みしている多数の層が、本プラットフォームにより低リスク低コストで海外販売を実現できるか、かつこの支援パッケージが自律的に拡大する仕組みを有するものか、を実証する。

報告書の要約

【成果及び考察】

参加企業数は当初の予想には及ばなかったものの、鯖江以外の七尾市、輪島市、橋本市、和歌山市、南海南市から合計65社が参加。全国171のモノづくり産地を担う会議所のうち、45の会議所からは同サービスの紹介依頼があり、今後の事業拡張に期待が寄せられる結果となった。バーチャルモールのアクセス数も昨年度の4倍に増加し、報道機関による記事取材も増加。これは世の中の関心が高まりを感じる。

Virtual Mall J

一方で、海外での商品売上は昨年度と比べて伸び悩んだ。海外でのリアル展示会が同時に開催できなかったことが主因と考えられる。しかし、バーチャルモール内の商品がドバイで高い評価を受け、2,500万円という高額商品が約10の商談を獲得したことは、バーチャルモールの潜在力を感じさせ、適切な機会によっては急速に成長する可能性がある。

【今後の活動】

今後は、引き続き参加企業の増加を図る。来年度には参加会議所数を約90まで増やすことを目指す。同時に、バーチャルモール自体のパフォーマンス（UX/UI）を数値として評価し、向上させていく。さらに、企業のインナービューのコンテンツを海外向けに充実させ、国際市場での認知度向上に努めていく。これらの取り組みにより、今後も事業の拡大と国際的な展開を進めていく。

事業目的・背景 1) 検証内容

Virtual Mall J

【事業概要／目的】

当会議所では海外販売ワンストップサービス“CROSS BORDER SABAE(CBS)”を組込んだ、リアルとバーチャルを結びつけるプラットフォーム「バーチャルモール」を展開している。

本事業では、経済団体としての役割を全うすべく、このプラットフォームを全国の産地に横展開することで日本全国の誇りある産地を世界にアピールし「海外販路開拓支援の拡大」「デジタル活用による社会の豊かさ」「地域活性化」といった目的を同時に達成する。



事業目的・背景 1) 検証内容

【背景】

日本の地場産業のブランド（MADE IN JAPANブランド）は近年海外において関心が高まり、国内企業の海外販路開拓の重要性が増している。しかし実情はその煩雑な貿易実務やノウハウ不足等が足かせとなり、商品力がありながらも海外販売への“あと一歩”が踏み出せていない実情がある。

そこで当会議所では、企業の円滑な海外販路開拓を支援するため、越境EC運営会社・動画プロモーション事業会社、地元金融機関と協業し、プロモーションと越境ECでの販売までをワンストップで支援するサービス「CBS（CROSS BORDER SABAE）」を提供している。CBSが輸出作業や手続き、代金回収まですべて代行するため、中小企業は国内と変わらない作業で手間やリスクなく低予算で海外の一般消費者／小売店にオンラインで販売することができる。

上記連携により成り立つワンストップサービスは、これまで企業にとって海外販売の足かせとなっていた諸問題（言語、費用、時間、人員、為替/決済等）を全て解決。上記のように国内販売と変わらない手間、かつ低予算で海外販売を行える点で、輸出ハードルを大きく下げうる。

昨年度支援事業において、地域の小規模事業者の恒久的な課題であった「円滑な海外販路開拓」「発信力の強化」に注力し、経済産業省から委託を受けた「展示会等のイベント産業高度化推進事業」として、リアル空間とバーチャル空間を結びつけるプラットフォーム「バーチャルモール」を構築。上記「CBS」を導入した。来場者は3D仮想空間内で企業情報を得るだけでなく、商品も閲覧・購入できる仕組みとし、わが地域のモノづくり企業の海外販路開拓・発信力強化に大いに貢献した。

Virtual Mall J

事業目的・背景 1) 検証内容

【検証内容（実証項目）】

海外との商取引の経験が乏しく、海外への販路開拓の機会を逃している中堅・中小企業が課題とする海外向けの販路開拓を支援する海外需要獲得の為に新たなビジネスモデル構築に向け、デジタルプラットフォームを活用し、あらゆる海外向けの手続きをワンパッケージで提供することで、

- ① 海外取引の必要性を感じているがノウハウ不足等から足踏みしている層が、
- ② 展示会を活用して国内販売と変わらないコストとリスクで海外への販路開拓を実現できるか
- ③ かつ、その支援パッケージにより海外展開が自律的に拡大する仕組みを有するものか

以上を実証する。

Virtual Mall J

事業目的・背景 2) 推定される検証結果

Virtual Mall J

【推定される検証結果】

事業名「バーチャルモール J (ジエイ)」として、全国のモノづくり産地を管轄する各地商工会議所の出展を募り、わが鯖江商工会議所主体の「全国版バーチャルモール」を構築する。この横展開事業によって、全国中小企業の「海外販路開拓支援の全国拡大」「デジタル活用による社会の豊かさ」「地域の活性化」といった目的が同時に実現される。

このことで、中小企業企業の輸出拡大、支援企業数の拡大に大きく貢献できる。

事業目的・背景 3) 事業分野の概要

【市場規模】

具体的な市場規模は製品カテゴリーや地域によって異なるが、日本の伝統工芸品市場は、陶磁器、漆器、木工、染織、和紙など、様々なカテゴリーにわたる。これらの製品は、独自のデザイン、手工芸、文化的な価値から世界中で注目を集めている。

Virtual Mall J

【成長予測】

日本の伝統工芸品市場は、文化的興味や持続可能性への関心の高まり、世界中の消費者が独自性や手作りの価値を重視する傾向などから成長が期待されている。これにはオンラインプラットフォームを活用した販売拡大や、観光業と連携したプロモーション活動も寄与している。

また、外国のアーティストやデザイナーが日本の伝統工芸品に影響を受け、それを取り入れた新しいアプローチや製品が生まれ、国際的な需要を引き起こすことも期待されている。

事業目的・背景 4) 対象国ニーズ

【アジア諸国】

中国、韓国、台湾などのアジア諸国では、共通の歴史や文化的背景があり、日本の伝統工芸品に対するニーズが高まっている。特に、陶磁器や漆器、伝統的な染織品などが人気。

【ヨーロッパ】

ヨーロッパでは、日本の伝統工芸品に対する高い評価がある。日本独自の美意識や技術に魅了され、欧州の消費者は伝統的な日本の陶磁器や刀剣、和紙製品などに興味を持っている。

【北米】

アメリカやカナダなど北米諸国でも、日本の伝統工芸品に対する需要がある。特に、和食文化の普及に伴い、日本の食器や茶道具、伝統的な木工製品が注目されている。

【中東諸国】

中東地域でも、日本の伝統工芸品に対する需要が増加している。贅沢な漆器や金箔を使用した製品、和の趣を感じさせる工芸品が人気。

【オセアニア】

オーストラリアやニュージーランドなどオセアニア地域でも、日本の伝統工芸品に対する興味が広がっている。特に、伝統的な日本の布地やテキスタイル製品が人気。

Virtual Mall J

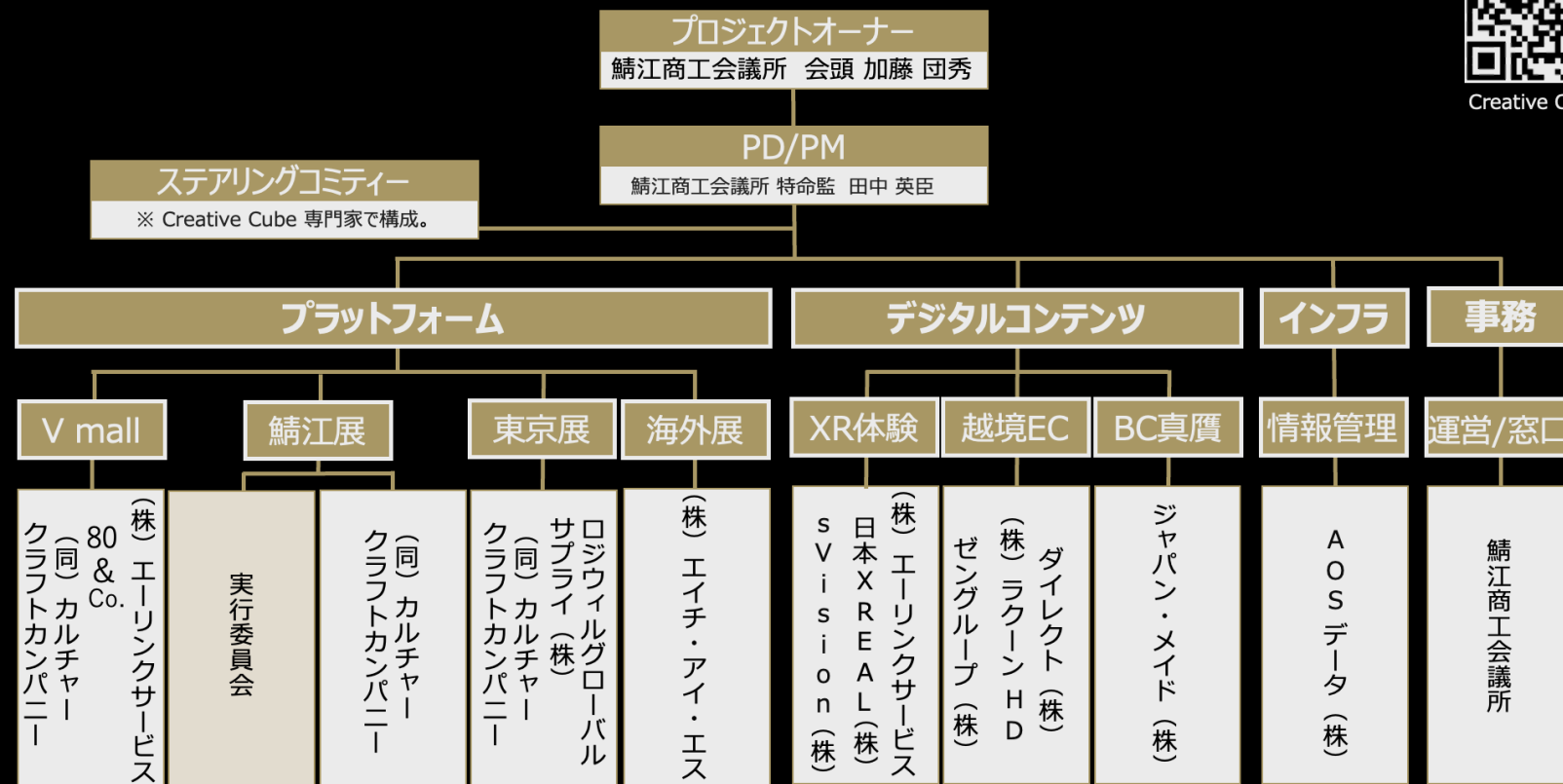
実施体制 1) 実施体制

これまで培った各部門専門家との連携体制を活かし、更なる中堅中小企業の海外販路開拓に資するため、前述の全国対応版海外販売バーチャルモール（補助対象事業）をプラットフォームに据え、①CBS、②インナービューによるバーチャルショップ・ファクトリー、③顔認証システム「TUKURITE」のDX支援コンテンツを核とした総合的海外販路開拓支援を実施する（下図）。



Creative Cube

Virtual Mall J



実施内容 1) プロジェクト内容①計画内容

【期 間】令和5年12月～令和6年1月

【会 場】オンライン形式（全世界）24時間対応/事務局：鯖江商工会議所1F「SCC」
[備考]特設展示会（イタリア・ニューヨーク・シンガポール 等）同時開催 ※予定

【入場料】無料

【内 容】昨年度支援事業において、地域の小規模事業者の恒久的課題であった「円滑な海外販路開拓」「発信力の強化」に注力し、経済産業省から委託を受けた「展示会等のイベント産業高度化推進事業」として、リアル空間とバーチャル空間を結びつけるプラットフォーム「バーチャルモール」を構築し海外販売ワンストップサービス「CBS」を導入。各部門の専門家とのチーム体制を構築し、企業の海外販売を支援。鯖江市内39社の中小・小規模事業者がこのサービスを体験・活用。出品したほぼ全ての企業について海外売上実績があっただけでなく、今後ますます重要性を増すと思われる海外展開の意識づけにも大きく貢献できたものと判断。

そこで今年度はわが地域のみならず全国の産地にこの海外販売プラットフォームを拡大することで全国の優れた産地を世界にアピールし更なる地域経済発展の一助となるべく、全国のモノづくり産地を管轄する各地商工会議所の出展を募り、わが鯖江商工会議所主体の「全国版バーチャルモール」を構築。

【開催規模】

出展者数500社（50会議所）

目標来場者数：50,000人

Virtual Mall J

実施内容 1) プロジェクト内容②実証内容

【手段と実証内容】

海外との商取引の経験が乏しく、海外への販路開拓の機会を逃している中堅・中小企業が課題とする海外向けの販路開拓を支援する海外需要獲得の為の新たなビジネスモデル構築に向け、デジタルプラットフォームを活用し、あらゆる海外向けの手続きをワンパッケージで提供することで、

- ① 海外取引の必要性を感じているがノウハウ不足等から足踏みしている層が、
- ② 展示会を活用して国内販売と変わらないコストとリスクで海外への販路開拓を実現できるか
- ③ かつ、その支援パッケージにより海外展開が自律的に拡大する仕組みを有するものか

以上を実証する。

Virtual Mall J

実施内容 2) 検証結果①計画内容

【期 間】令和5年12月～令和6年1月

【会 場】オンライン形式（全世界）24時間対応/事務局：鯖江商工会議所1F「SCC」
[備考]特設展示会
(東京青山展12/20-24,東京銀座展12/11-25,鯖江展1/16-24)
※プレイベントとしてG7貿易大臣会合10/28.29に出展。

【入場料】無料

【内 容】昨年度支援事業において、地域の小規模事業者の恒久的課題であった「円滑な海外販路開拓」「発信力の強化」に注力し、経済産業省から委託を受けた「展示会等のイベント産業高度化推進事業」として、リアル空間とバーチャル空間を結びつけるプラットフォーム「バーチャルモール」を構築し海外販売ワンストップサービス「CBS」を導入。各部門の専門家とのチーム体制を構築し、企業の海外販売を支援。鯖江市内39社の中小・小規模事業者がこのサービスを体験・活用。出品したほぼ全ての企業について海外売上実績があっただけでなく、今後ますます重要性を増すと思われる海外展開の意識づけにも大きく貢献できたものと判断。

そこで今年度はわが地域のみならず全国の産地にこの海外販売プラットフォームを拡大することで全国の優れた産地を世界にアピールし更なる地域経済発展の一助となるべく、全国のモノづくり産地を管轄する各地商工会議所の出展を募り、わが鯖江商工会議所主体の「バーチャルモール」を構築。
※バーチャルモール参考資料後掲。

【開催規模】

出展者数65社（7地域：鯖江・七尾・輪島・珠洲・和歌山・橋本・南海南）

来場者数：8,184人

Virtual Mall J

G7貿易大臣会合 10/28-29

Virtual Mall J



MADE FROM 東京展（銀座） 12/11-25

Virtual Mall J



MADE FROM 東京展（銀座） 12/11-25

Virtual Mall J



MADE FROM 東京展（青山） 12/20-24

Virtual Mall J



MADE FROM 東京展（青山） 12/20-24

Virtual Mall J



MADE FROM 東京展（青山） 12/20-24

Virtual Mall J



MADE FROM 鯖江展 (SCC) 1/16-24

Virtual Mall J



MADE FROM 鯖江展 (SCC) 1/16-24

Virtual Mall J



MADE FROM 鯖江展 (SCC) 1/16-24

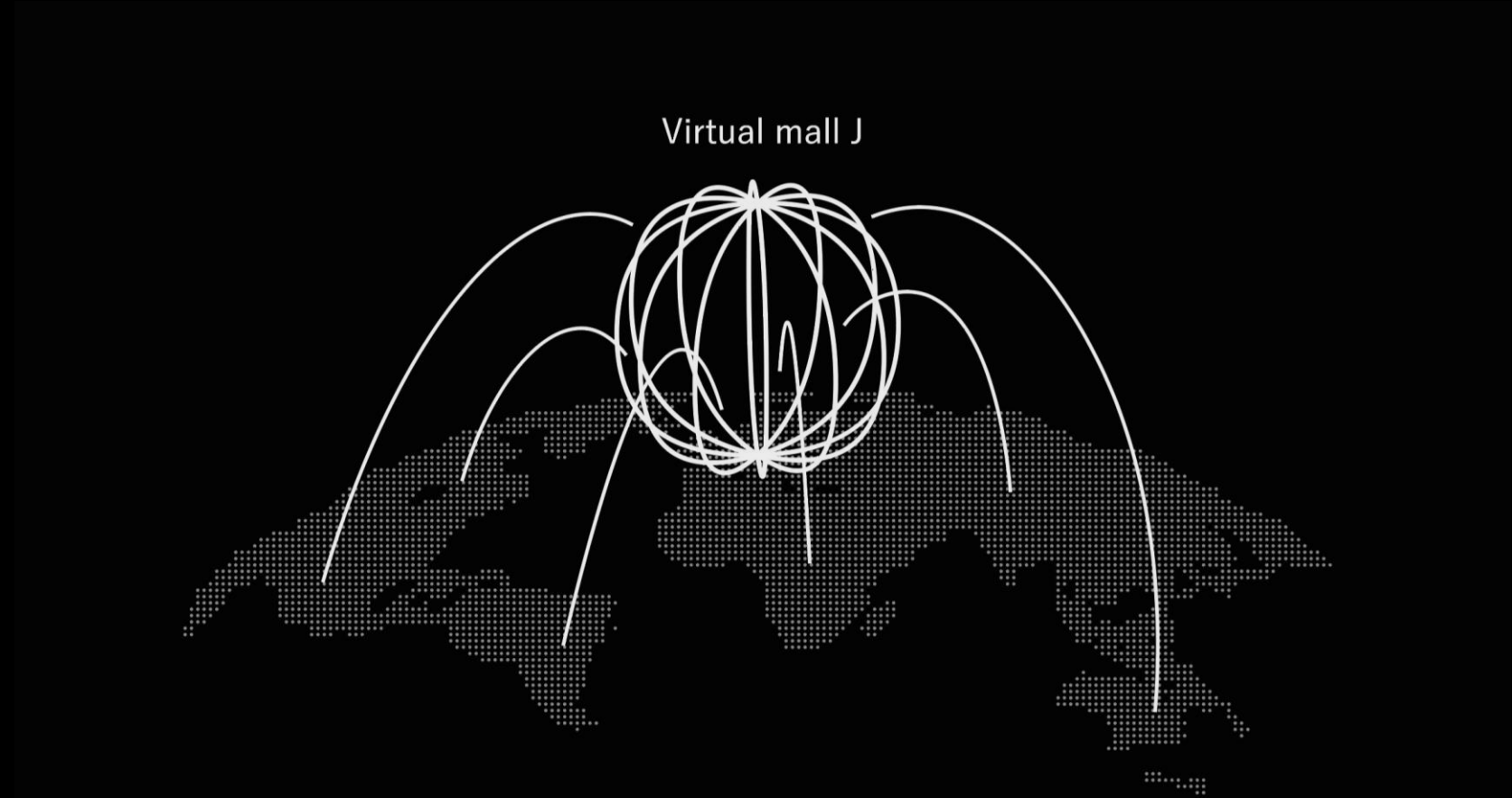
Virtual Mall J



Virtual Mall Jについて

Virtual mall

Virtual Mall J

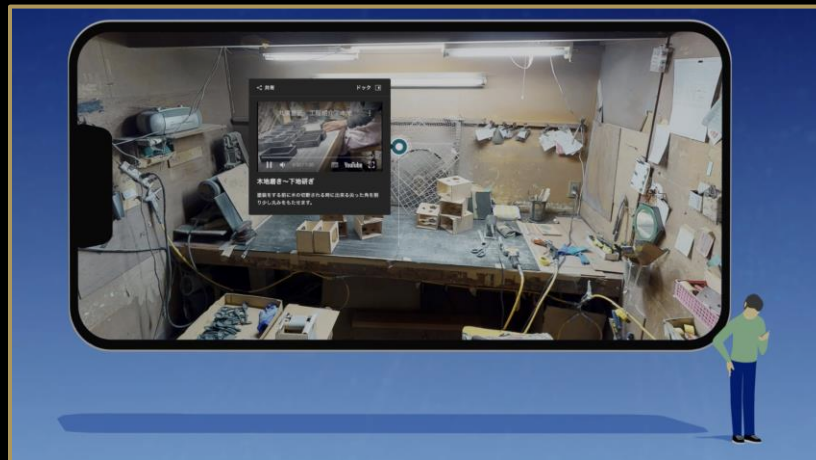


体験1



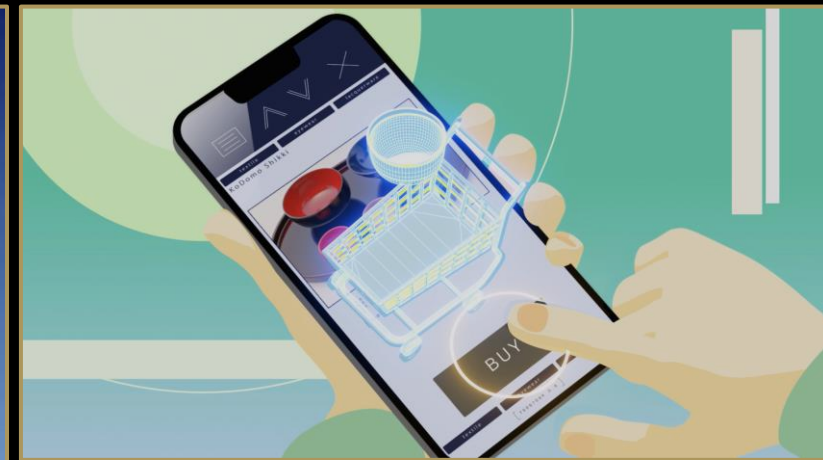
バーチャルモールへ

体験2

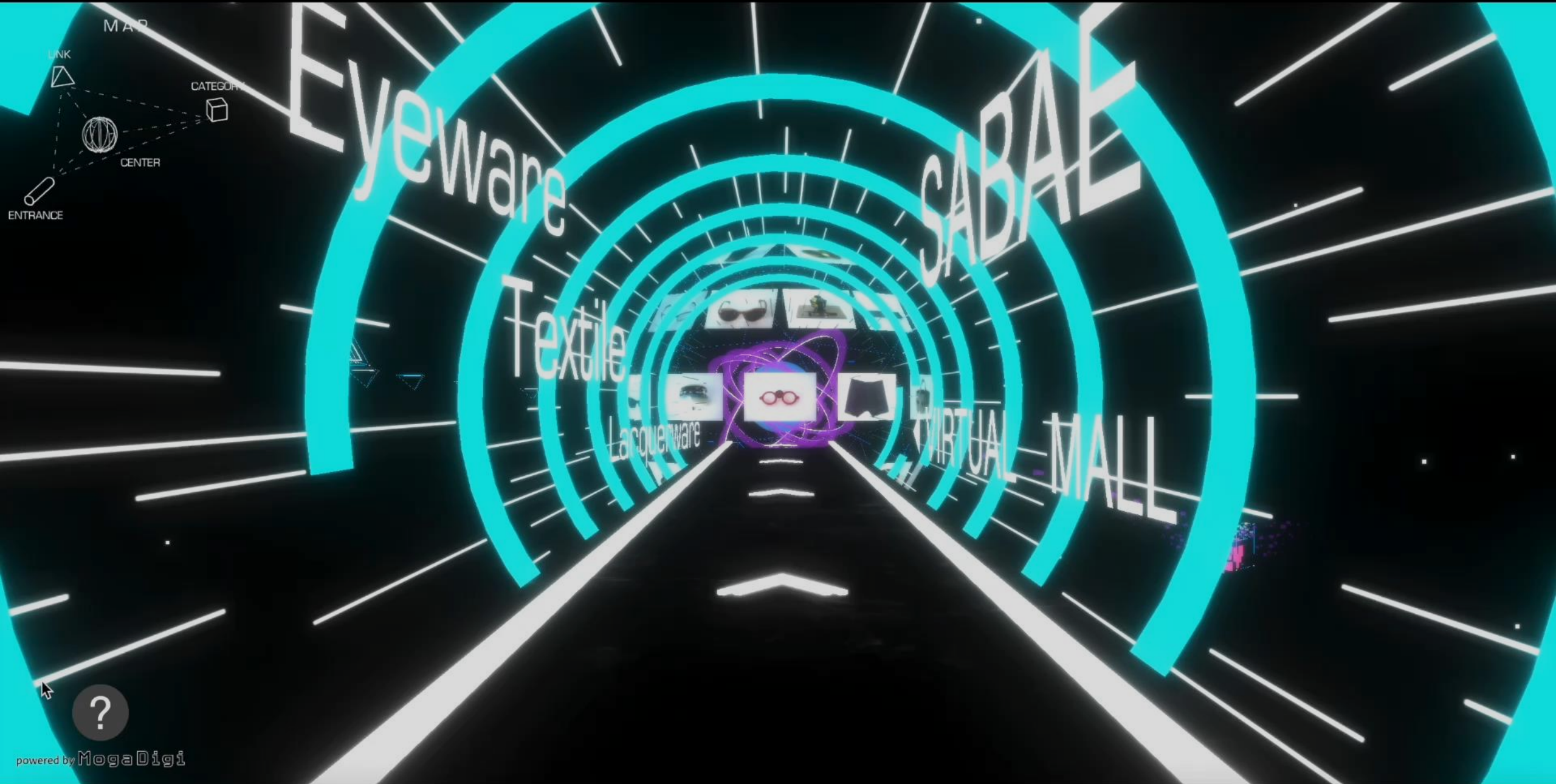


産地へ旅に出る

体験3



商品を購入できる



MAP

LINK

CATEGORY

CENTER

ENTRANCE

Eyewear

SABAE

Textile

Lacquerware

VIRTUAL MALL

?

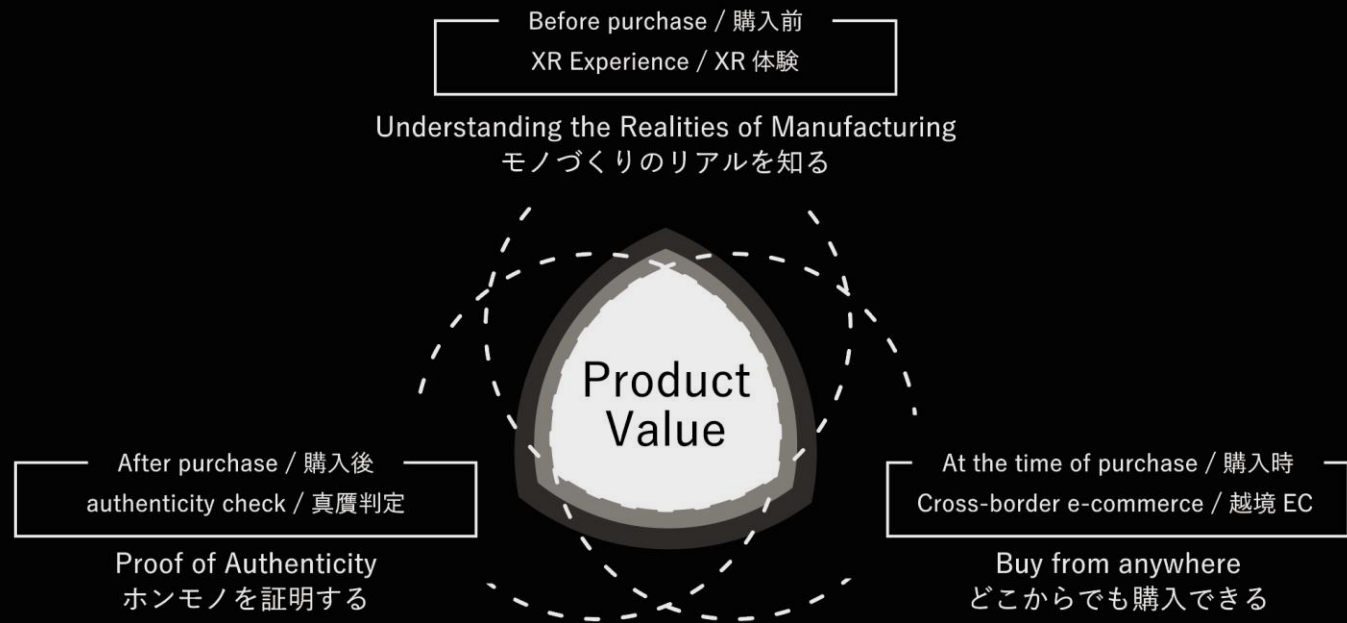
powered by MogaDigi



提供価値

これまでにない購買体験

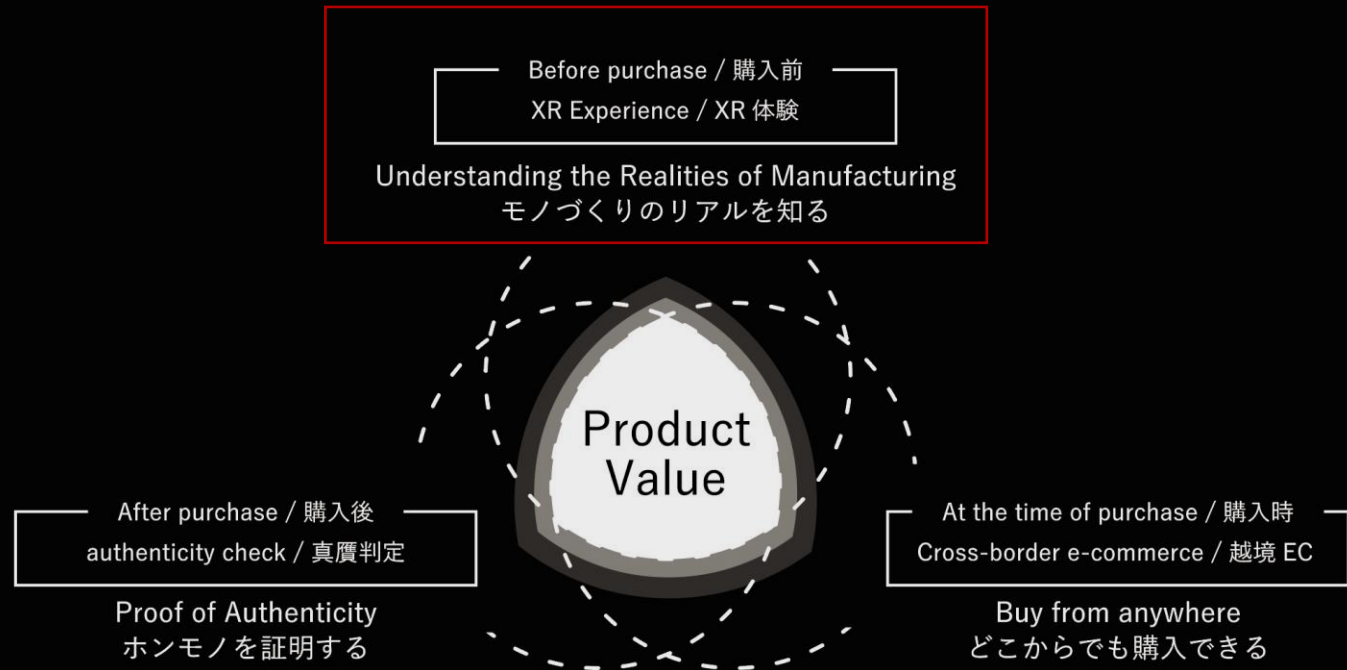
Virtual Mall J



提供価値

モノづくりとの感動的な出会い

Virtual Mall J



EXPERIENCE ROADMAP



EXPERIENCE ROADMAP



提供価値

モノづくりとの感動的な出会い

- XRデバイス -

XREAL Air2 Pro



Virtual Mall J

Meta Quest Pro



上画像2点はGoogleより引用

EXPERIENCE ROADMAP

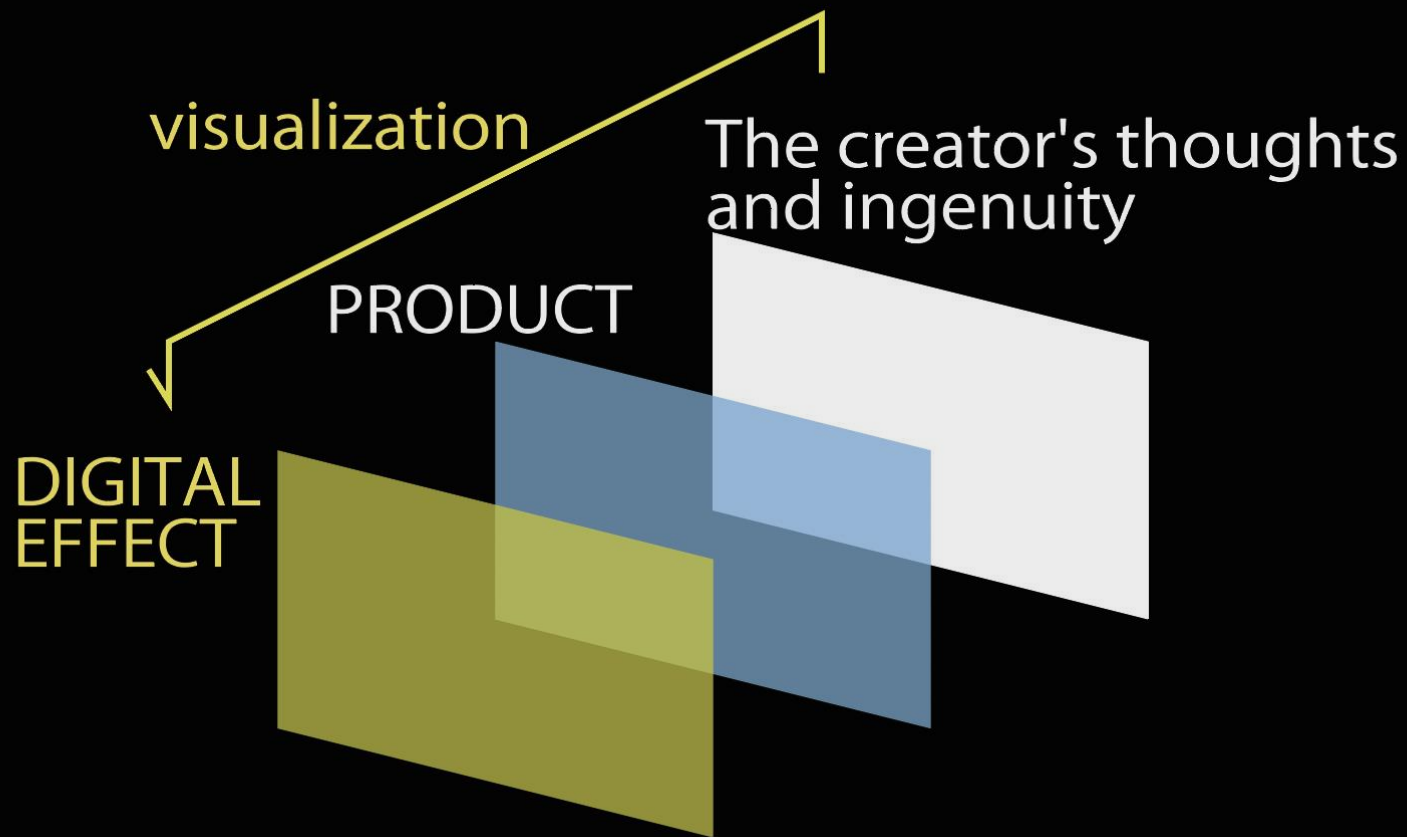


提供価値

モノづくりとの感動的な出会い

- デジタル効果 -

Virtual Mall J

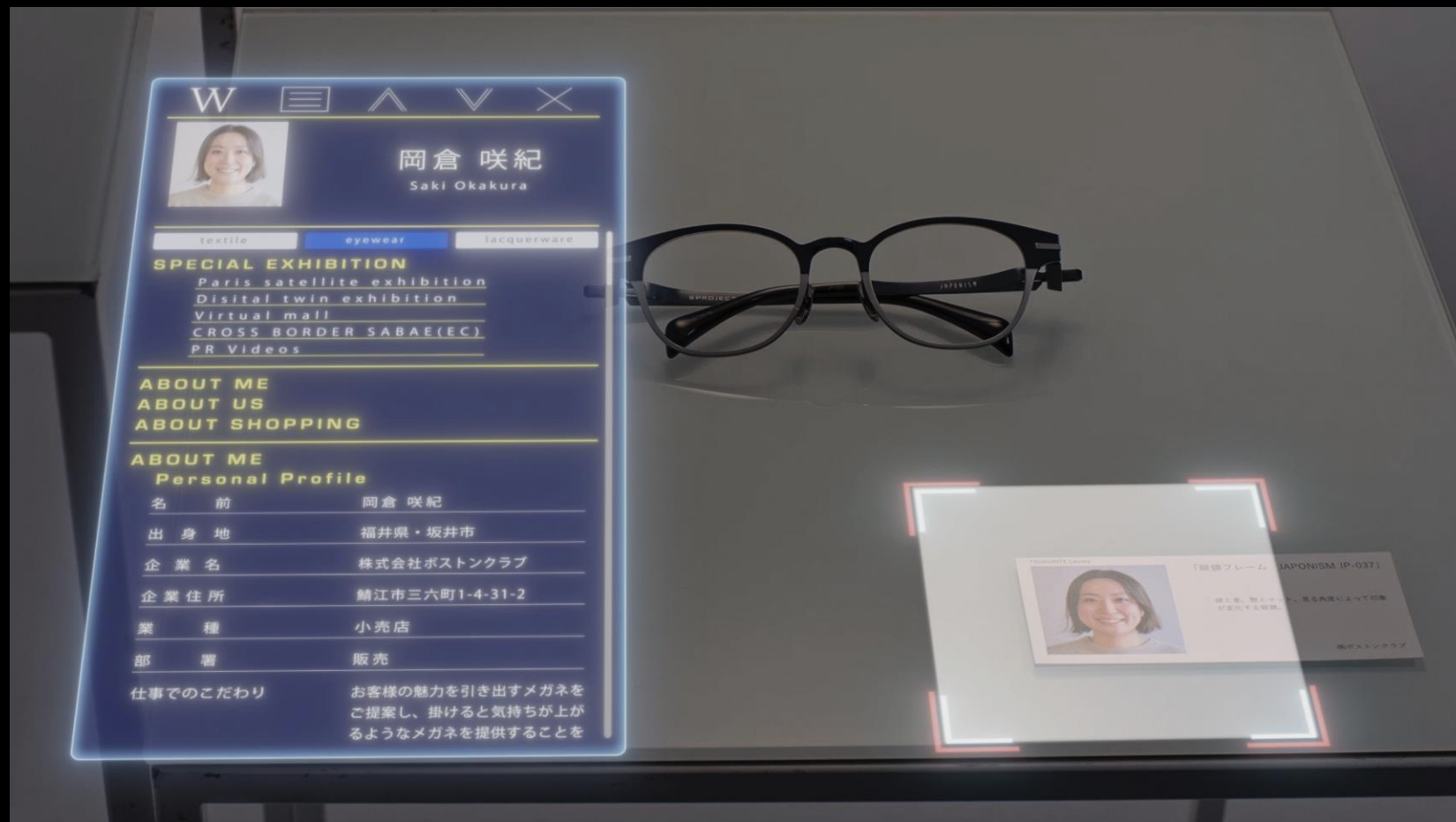


提供価値

モノづくりとの感動的な出会い

- TSUKURITE / XR体験 -

Virtual Mall J



提供価値

モノづくりとの感動的な出会い

- TSUKURITE / XR体験 -

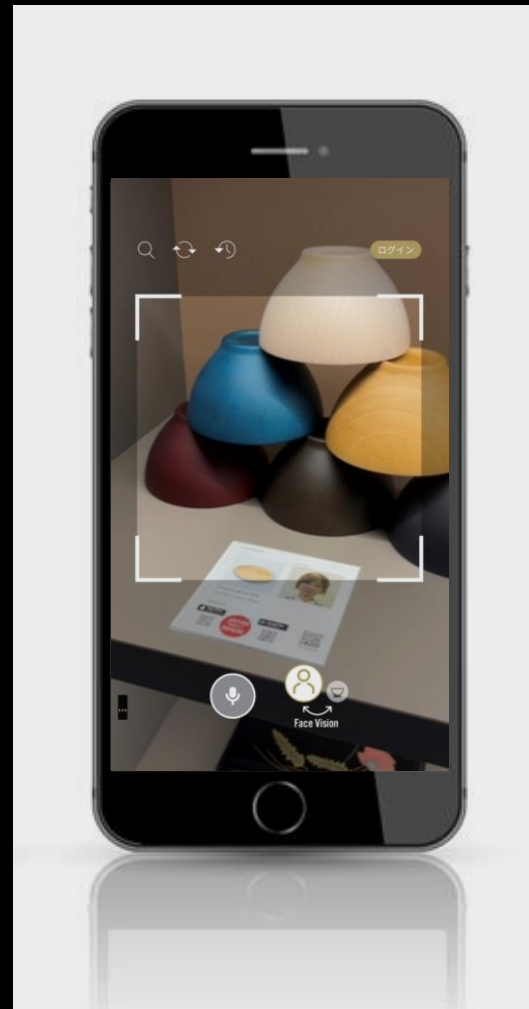
Virtual Mall J



提供価値

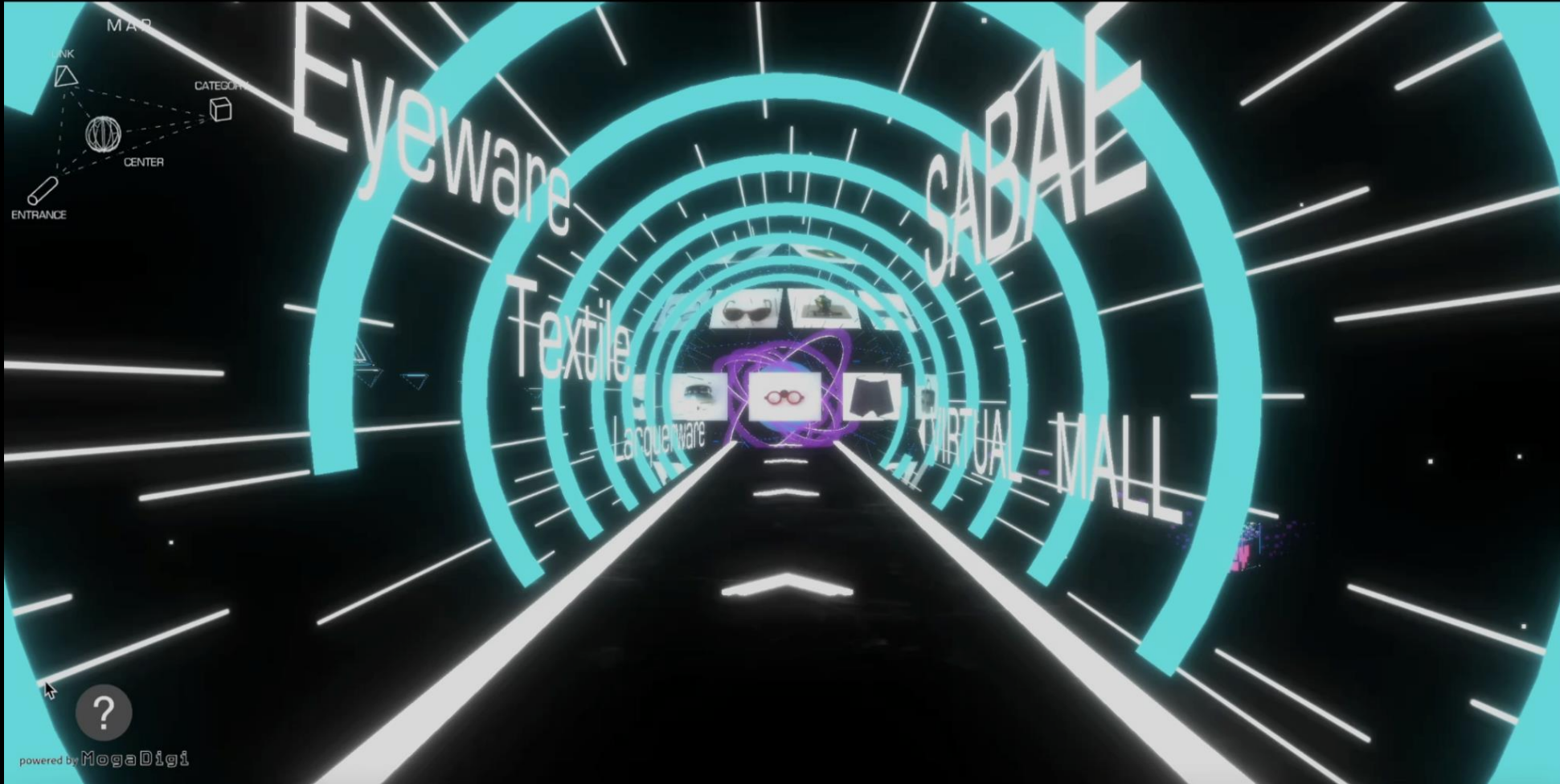
モノづくりとの感動的な出会い

Virtual Mall J



EXPERIENCE ROADMAP

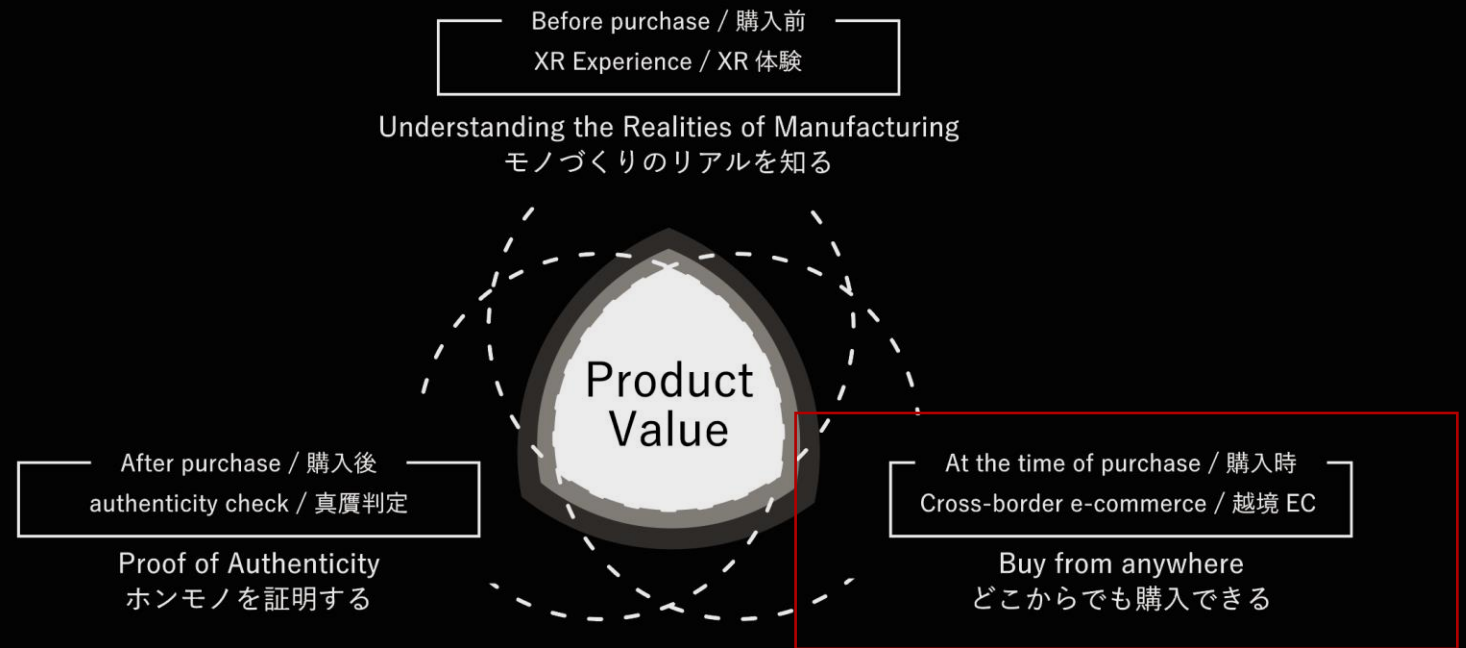




提供価値

スムーズにストレスレスに手にいれる

Virtual Mall J



EXPERIENCE ROADMAP

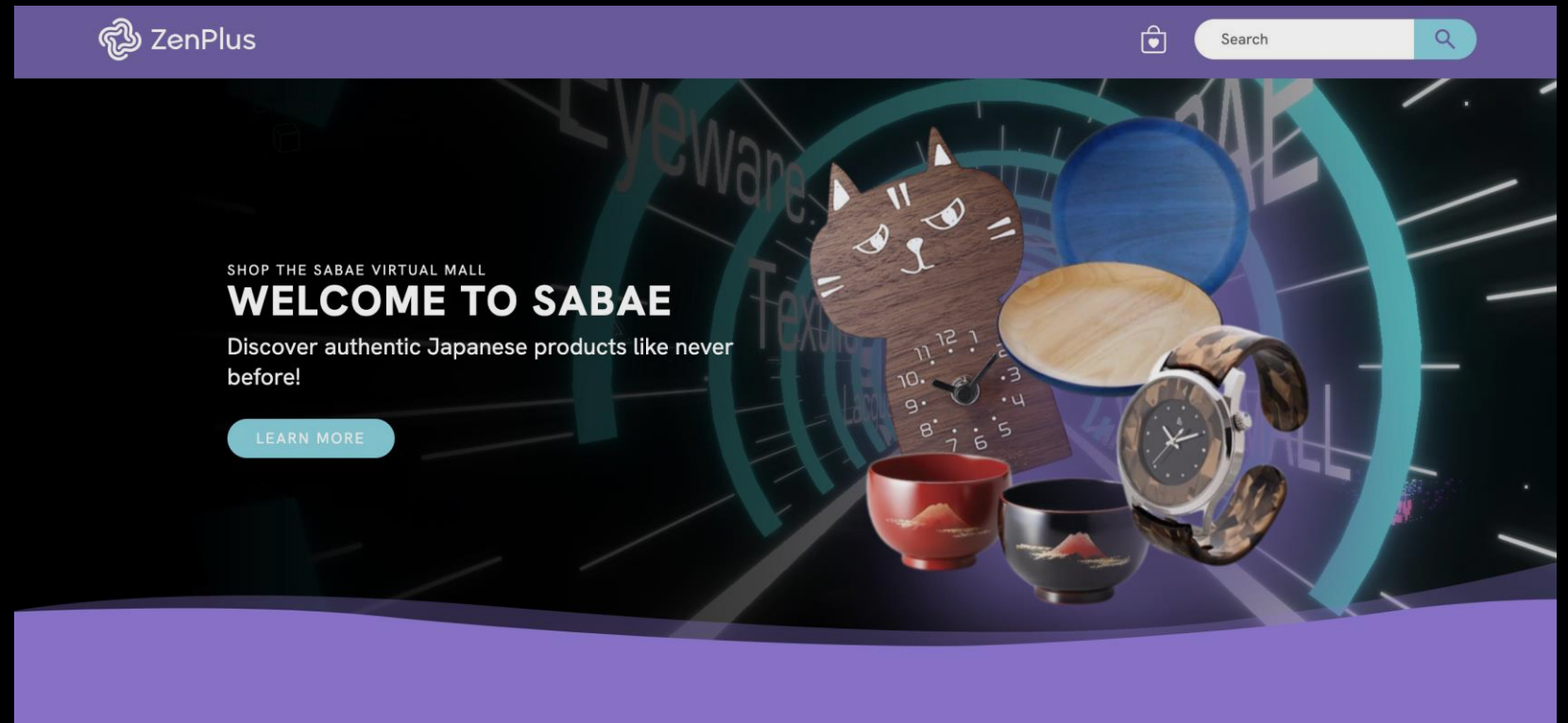


提供価値

スムーズにストレスレスに手にいれる

CROSS BORDER J / 越境EC

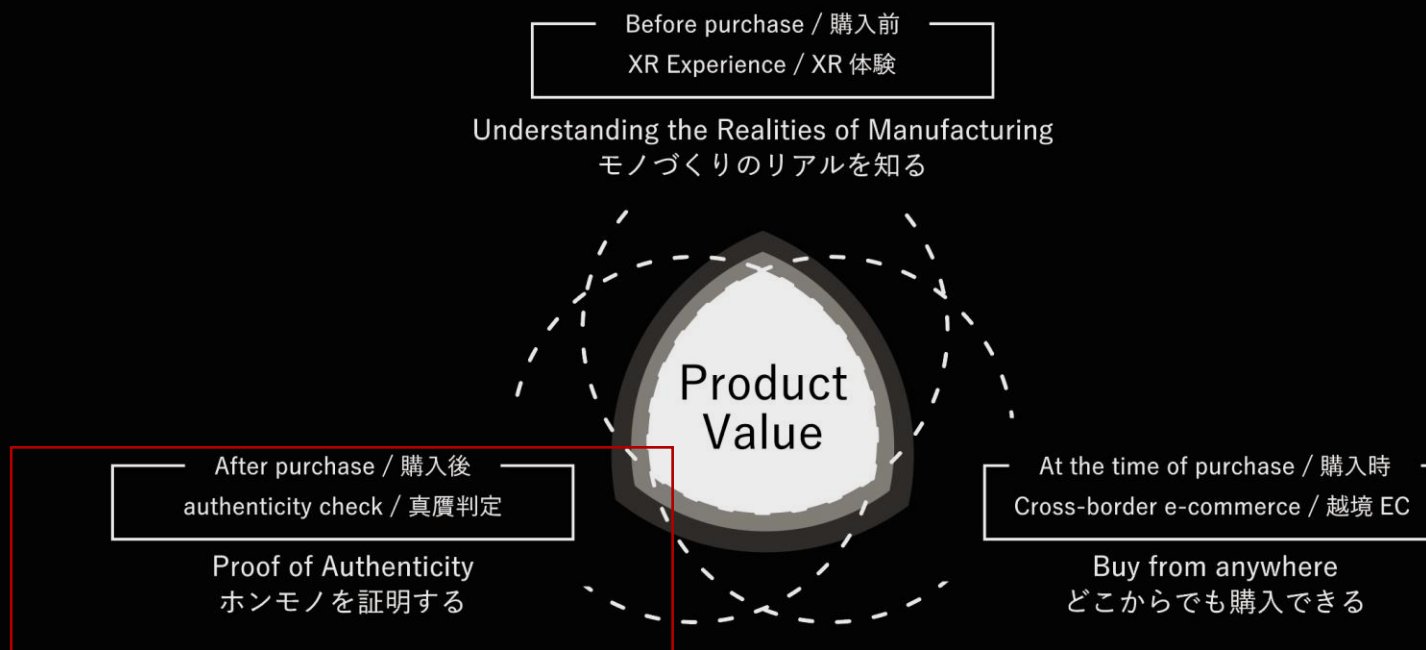
Virtual Mall J



提供価値

信頼を提供し、ブランディングに繋げる

Virtual Mall J



EXPERIENCE ROADMAP



提供価値

信頼を提供し、ブランディングに繋げる

真贋判定

Virtual Mall J



真贋判定（HyperJ、ホンモノストーリー）の利用イメージ

提供価値

信頼を提供し、ブランディングに繋げる

Virtual Mall J

繊維 × ブロックチェーン

酒伊編織株式会社



HyperJ.ai
消費者ブロックチェーン
P2P取引付き真偽判定システム

- HyperJ.aiをインストール
ホンモノを認証します
あらゆる場所で消費者を引っつけるデジタル体験
- HyperJコードマークをタップ
- HyperJコードを読み取って真偽判定
購入体験を向上させます
生産者の思いを伝えるホンモノストーリー*
- ホンモノストーリー動画

JAPAN MADE事務局株式会社

JAPAN MADE

企業理念

みんなが安心して使えるものっていうことを目指しています

左写真 HyperJ のイメージ、右写真ホンモノストーリーの映像

その他の提供価値

商談マッチング機能の強化

Virtual Mall J

日本全国の企業をつなぐ商工会議所・商工会運営の商取引支援サイト

ザ・ビジネスモール

商工会議所・商工会の会員なら登録無料で自社PR・商談マッチング、成約手数料も完全不要

藤井 智正様でログインしています。

キーワード入力 検索

マイページ 管理者ページ ログアウト

トップページ 取引先の検索 (企業データベース) ザ・商談モール (商談マッチング) ザ・ビジネスモールとは

万博で広がるビジネスチャンス

BM 万博商談

万博関連の調達マッチング支援
万博で広がるビジネスチャンス

©Expo 2025

一時停止

7つの期待する効果

Virtual Mall J



実施内容 2) 検証結果②実証内容

【手段と実証内容】

海外との商取引の経験が乏しく、海外への販路開拓の機会を逃している中堅・中小企業が課題とする海外向けの販路開拓を支援する海外需要獲得の為の新たなビジネスモデル構築に向け、デジタルプラットフォームを活用し、あらゆる海外向けの手続きをワンパッケージで提供することで、

Virtual Mall J

- ① 海外取引の必要性を感じているがノウハウ不足等から足踏みしている層が、
- ② 展示会を活用して 国内販売より低いコスト、同等のリスクと手間で海外への販路開拓に向けた取り組みができるパッケージにより、
- ③ 海外展開を 自律的に拡大することができる。

実施内容 3) プロジェクトの効果

Virtual Mall J

② 定量的な報告

【販売効果】

実際に当プラットフォームで海外販売を行った企業からは、ワンストップシステムの利便性に高い評価を受けた。今回の経験をもとに、売上を伸ばすための商品選択や構成等、海外市場に向けた、企業の積極的なマーケティングが期待できる。

ZenPlus 3つの特徴	<ul style="list-style-type: none">①英語不要②日本国内の倉庫に発送③決済代行
発送先	<ul style="list-style-type: none">吹田物流センター：大阪府吹田市東御旅町4-37門真物流センター：大阪府門真市脇田長33-20 <p>弊社では、全ての商品を再梱包しておりますので、国内ECと同じようにご発送頂ければ構いません。</p> 
手数料	<ul style="list-style-type: none">費用は販売手数料10%のみ <p>・ 出店料、月額費用、アフィリエイト費用などは一切掛かりません。 ・ 1万円の物が販売された場合に弊社が9千円をお支払いするイメージです。 ・ 国内送料に対しても10%の手数料を頂きます。</p>

実施内容 3) プロジェクトの効果

② 定量的な報告

【プロモーション効果】

メディアで多数掲載されることで、バーチャルモールJへのアクセス数が、昨年度の4倍に伸びた。

Virtual Mall J



実施内容 3) プロジェクトの効果

② 定量的な報告

【プロモーション効果】

メディアで多数掲載されることで、バーチャルモールJへのアクセス数が、昨年度の4倍に伸びた。

Virtual Mall J

鯖江商議所、地域工芸品の越境EC支援 中小支え海外開拓

#北陸 #地域 #地方企業

2023/12/27 4:01 [有料会員限定]



メイドフロムでは実際に工芸品を手に取りつつ、QRコードを読み込めばECサイトで購入もできる（22日、東京都）

鯖江商工会議所（福井県鯖江市）が、鯖江市のメガネなど地域の工芸品を海外にネット販売する越境電子商取引（EC）の支援に乗り出した。福井県のアンテナショップなどで展示会を開催し、仮想現実（VR）を活用したオンライン店舗とリアルを融合させて事業者と消費者との接点拡大を図る。高い技術力をアピールし「ものづくりの町」の再興を目指す。

22日、都内にある福井県のアンテナショップ「ふくい南青山291」で開かれた展示会「MADE FROM（メイドフロム）2024」。鯖江市のメガネや石川県珠洲市の輪島塗など、65社の企業の特徴ある工芸品を並べ、来場客にアピールした。加藤団秀会頭は同日のあいさつで「日本のものづくりを世界に発信する機会となる」と述べた。



加藤会頭は展示会の挨拶で「バーチャルの体験とともに、ものづくりを次世代につなげたい」と述べた（22日、東京都）

同イベントの特徴はVRで商品を購入できるオンラインショップ「バーチャルモール」と実店舗の融合だ。来場客は実際の手触りなどを手に取りながら商品を確認でき、気に入れば展示商品のそばにあるQRコードをスマートフォンで読み込むなどしてバーチャルモールか

ら購入できる。企業の出展は無料にして参加を促しつつ、商品が売れたときに発送手数料を集めることで運営費を賄う。

メイドフロムは中小企業の海外販路開拓の事例として経済産業省に採択され、ソフトウェア開発のスタートアップ、AOSテクノロジーズ（東京・港）が支援する。石川県と和歌山県の商議所も参加。将来的には全国のきらりと光る工芸品を集め、国内外で需要の開拓を目指す。

経産省によると個人向け越境ECの販売額は22年に中国向けが前年比6%増の2兆2569億円、米国向けが7%増の1兆3056億円だった。越境EC支援で国内大手のBEENOSは「地域の工芸品は日本でしか買えないものとして需要は見込める。技術のよさを認知させることができれば商機はある」と話す。弁当箱などを販売するBERTRAND（京都市）をはじめ、中小企業でもECから海外需要をつかむ事例は多い。

鯖江のものづくりはもともとメガネなどの部品生産が盛んで、消費者への直販体制がない企業も多い。近年は安い海外製品との競争に向けて独自の付加価値をつけた商品戦略に乗り出しつつあるが、自社ECだけでは訴求力に限界もある。

長い間、OEM（相手先ブランドによる生産）や卸への


実施内容 3) プロジェクトの効果

② 定量的な報告

【プロモーション効果】

メディアで多数掲載されることで、バーチャルモールJへのアクセス数が、昨年度の4倍に伸びた。

Virtual Mall J



The image shows a screenshot of a news article from NIKKEI COMPASS. The article title is "XREAL Air 2 Proでバーチャルモールとリアルで同時にショッピング！鯖江商工会議所主催『メイドフロム2024』東京展（青山）に参加【日本Xreal】". The article date is 2023年12月18日 PR TIMES 2839文字. The article text describes the event and the use of XREAL AR glasses. To the right of the text is a photograph of the event space, showing people interacting with a large, illuminated digital display or structure.

XREAL Air 2 Proでバーチャルモールとリアルで同時にショッピング！鯖江商工会議所主催『メイドフロム2024』東京展（青山）に参加【日本Xreal】

2023年12月18日 PR TIMES 2839文字

AR（拡張現実）グラスを開発・販売している、日本Xreal株式会社（代表：徐馳（Chi Xu）／所在地：東京都港区）は、鯖江商工会議所が主催する展示会『メイドフロム2024』に参加いたします。またsVision株式会社が提供する顔認証サービスNameVision PaaSとコラボレーションを行い、バーチャルモールで鯖江市のメガネをはじめとした特産品を購入できる、新しいショッピング体験を楽しめます。

本イベントは、1.デジタル空間上で産地を巡ることができ、商品の購入も行える「バーチャルモールJ」、2.バーチャルモールとリアルとが融合した展示会で、商品に直接触れられる特別な体験が提供される「東京展（青山）」、3.東京展（青山）のサテライト会場で、商品に触れ、購入ができる場所として機能する「東京展（銀座）」、4.本事業のプレイベントとして位置づけられ、G7大阪・堺貿易大臣会合で開催された「国際展」、5.眼鏡・漆器・繊維の39

実施内容 3) プロジェクトの効果

②定量的な報告

【プロモーション効果】

メディアで多数掲載されることで、バーチャルモールJへのアクセス数が、昨年度の4倍に伸びた。

Virtual Mall J



実施内容 3) プロジェクトの効果

② 定量的な報告

【プロモーション効果】

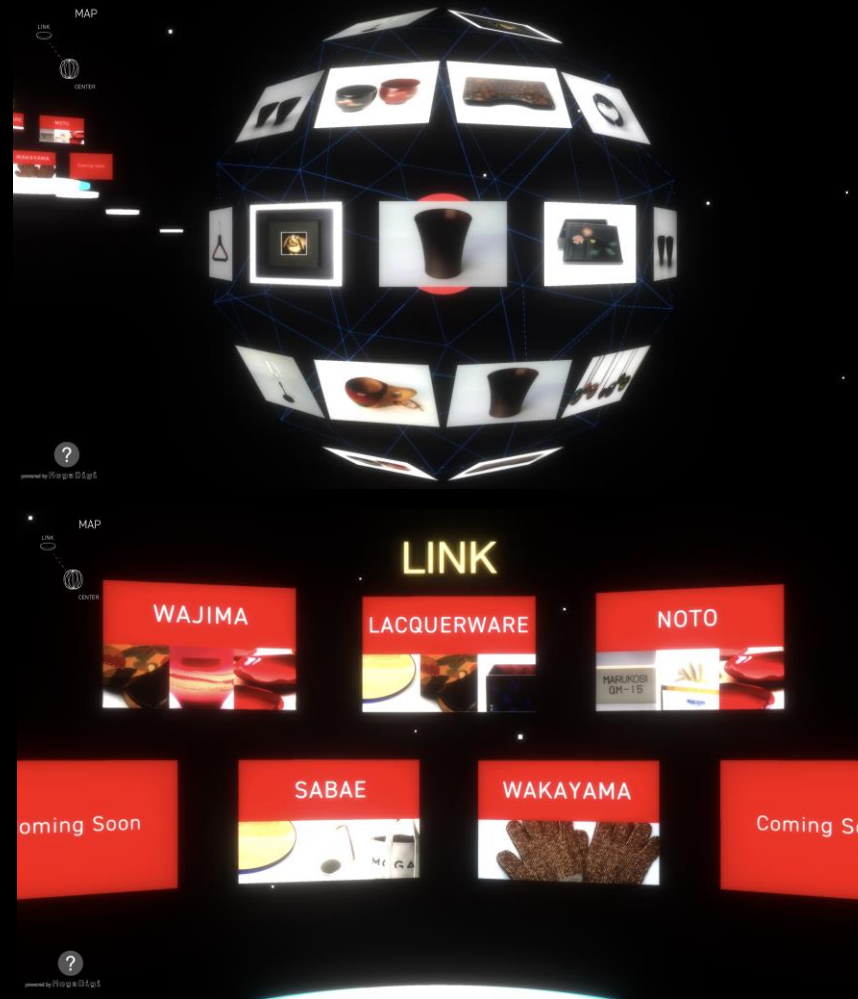
メディアで多数掲載されることで、バーチャルモールJへのアクセス数が、昨年度の4倍に伸びた。

Virtual Mall J



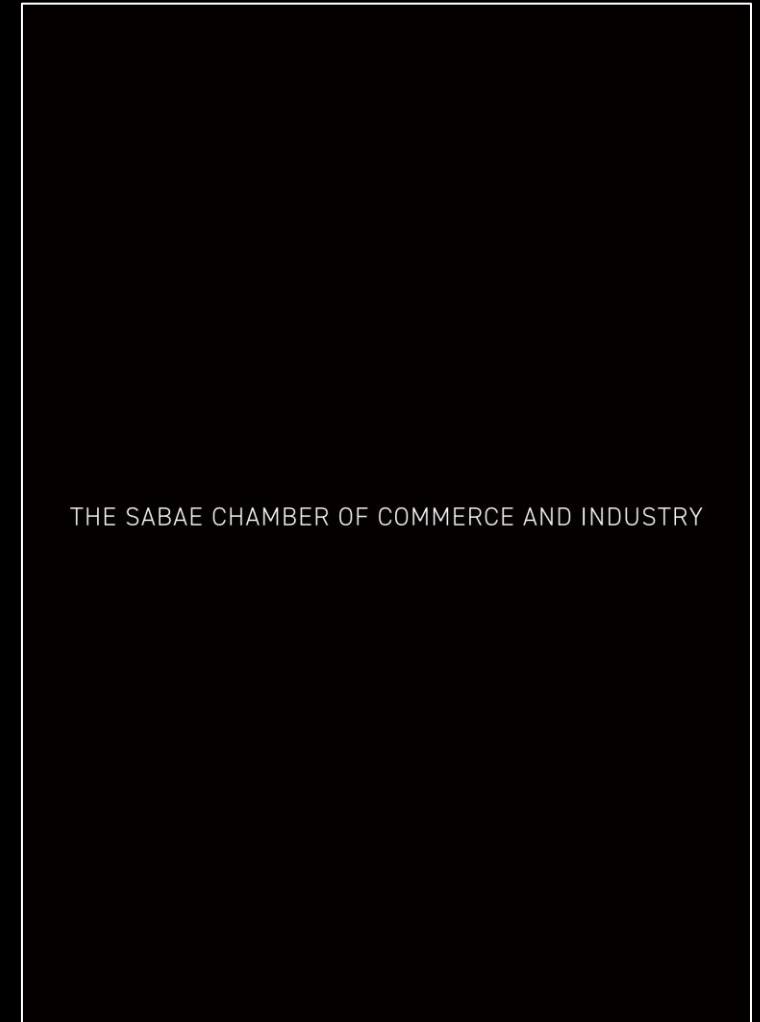
成果及び考察 1) プロジェクトの成果 ①バーチャルモールJ

Virtual Mall J



成果及び考察 1) プロジェクトの成果 ②パンフレット

Virtual Mall J



成果及び考察 1) プロジェクトの成果 ②パンフレット

Virtual Mall J

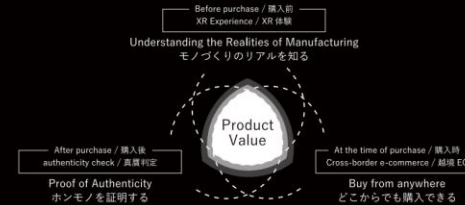
Virtual mall J / バーチャルモールJ



Virtual mall J serves as a platform that connects manufacturing centers with the rest of the world. Using this platform as a hub, and linking it with INNER VIEW, visitors can experience real manufacturing sites such as factories and stores that cannot be seen unless they visit the site. EC and domestic EC, you can purchase the products you like on the spot. In conjunction with the EC SITE, visitors can purchase products they like on the spot.

Virtual mall J は、モノづくり産地と世界中を繋ぐプラットフォームの役割を担います。このプラットフォームをハブにして、INNER VIEW と連携させることで現地に行かなければ見ることができない工場や店舗などモノづくりのリアルな現場を体験することができます。INNER VIEW 上ではモノづくりの工程や製品の説明を知ることができたり、越境 EC や国内 EC と連携しその場で気に入った製品を購入することができます。

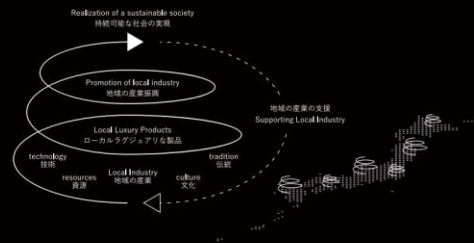
New Buying Experience / 新購買体験



Virtual mall J has introduced DX, consisting of XR experience (TSUKURITE), cross-border EC (CROSS BORDER SABAE), and authenticity judgment (HyperJ, HONMONO STORY), before, during, and after the purchase of goods, adding value to the series of purchasing experiences. Virtual mall J's DX is not just a means to improve efficiency, but also a mechanism to create more impressive and seamless encounters with goods, generate fans, and lead to repeat customers.

Virtual mall J には、モノを買う前・買う時・買った後、それぞれに対し XR 体験 (TSUKURITE)・越境 EC (CROSS BORDER SABAE)・真贋判定 (HyperJ、ホンモノストーリー) からなる DX を導入しており、一連の購買体験に付加価値を与えています。Virtual mall J で取り組む DX は単に効率化を計るものではなく、より感動的でシームレスなモノとの出会いとファンを生み、リピーターへと繋ぐ仕組みまで提供しています。

Local luxury / ローカルラグジュアリー



We position Japanese craftsmanship that makes the most of local resources, technology, culture, and traditions as "Local Luxury". Through "Virtual Mall J," we hope to realize sustainable local industries and societies together with people around the world by bringing unknown encounters with local luxury along with inspiring experiences to the world.

私たちは、地域の資源、技術、文化、伝統を活かした日本のモノづくりを「ローカルラグジュアリー」と位置付けています。私たちは、「バーチャルモールJ」を通じて、未知のローカルラグジュアリーとの出会いを感動体験と共に世界中に届けることで、世界の人々と共に、持続可能な地域産業・社会を実現したいと考えています。

成果及び考察 1) プロジェクトの成果 ②パンフレット

Virtual Mall J

Virtual mall J EXPERIENCE ROADMAP

1 [INTERFACES]

2 [TSUKURITE / XR]

3 [VIRTUAL MALL J]

4 [INNER VIEW]

5 [CROSS BORDER SABAE / EC]

6 [AUTHENTICITY CHECK]

ENTRANCE

COMPANY WINDOW

CENTER STAGE

LINK STAGE

CATEGORY STAGE

ANOTHER WORLD

2 About TSUKURITE (XR) / TSUKURITE について

The XR experience introduced before purchase is an experience to know the reality of manufacturing, and we provide an immersive XR experience and purchase experience using AR glasses and mobile terminals. (that enable face and object recognition through ML/AR technology) By adding the "experience of knowing" to the purchasing experience, we design more exciting and vivid encounters with products and manufacturing.

購入前に導入するXR体験は、モノづくりのリアルな体験を促す、AR/VR眼鏡によるAR体験、移動端末を両手するAR/VR端末によるVR体験を用いた、没入感のあるXR体験・購買体験を設計しています。購買体験に「知る体験」を付加することで、モノづくりのリアルな体験を促す、より魅力的な購買体験を実現しています。

5 About CROSS BORDER SABAE (EC) / クロスボーダー 鯖江について

Cross-border EC, which is introduced at the time of purchase, is the development of a situation in which products can be purchased from anywhere. By making a genre of Japanese products preferable to purchasers at the touch of a button, small and medium-sized businesses can easily sell their products to overseas consumers and establish a low budget. We are providing a mechanism for goods to reach people more worldwide.

購入時に導入するECは、購入時に海外消費者が購入できる状況の開発です。モノづくりの日本産品を海外に販売しやすく、中小企業が海外市場に低予算で海外一般消費者へ商品を提供できる仕組みです。グローバルにモノづくりのリアルな体験を促すことが目的です。

6 About AUTHENTICITY CHECK / 真贋判定について

After purchase, it is the introduction of authenticity verification that proves the authenticity of the product. Using blockchain technology, we provide the world's first authenticity verification service with QR codes, in addition to protecting the value of the product from counterfeiters. The service also incorporates a mechanism to generate fans by communicating the attractiveness of the company and product through video.

購入後は、ブロックチェーン技術を用いた真贋判定サービスです。ブロックチェーン技術を用いた、世界初の真贋判定サービスを提供しています。偽造品から製品価値を守るだけでなく、動画を通して企業・製品の魅力を伝えることができます。ファンを生み出す仕組みも導入されています。

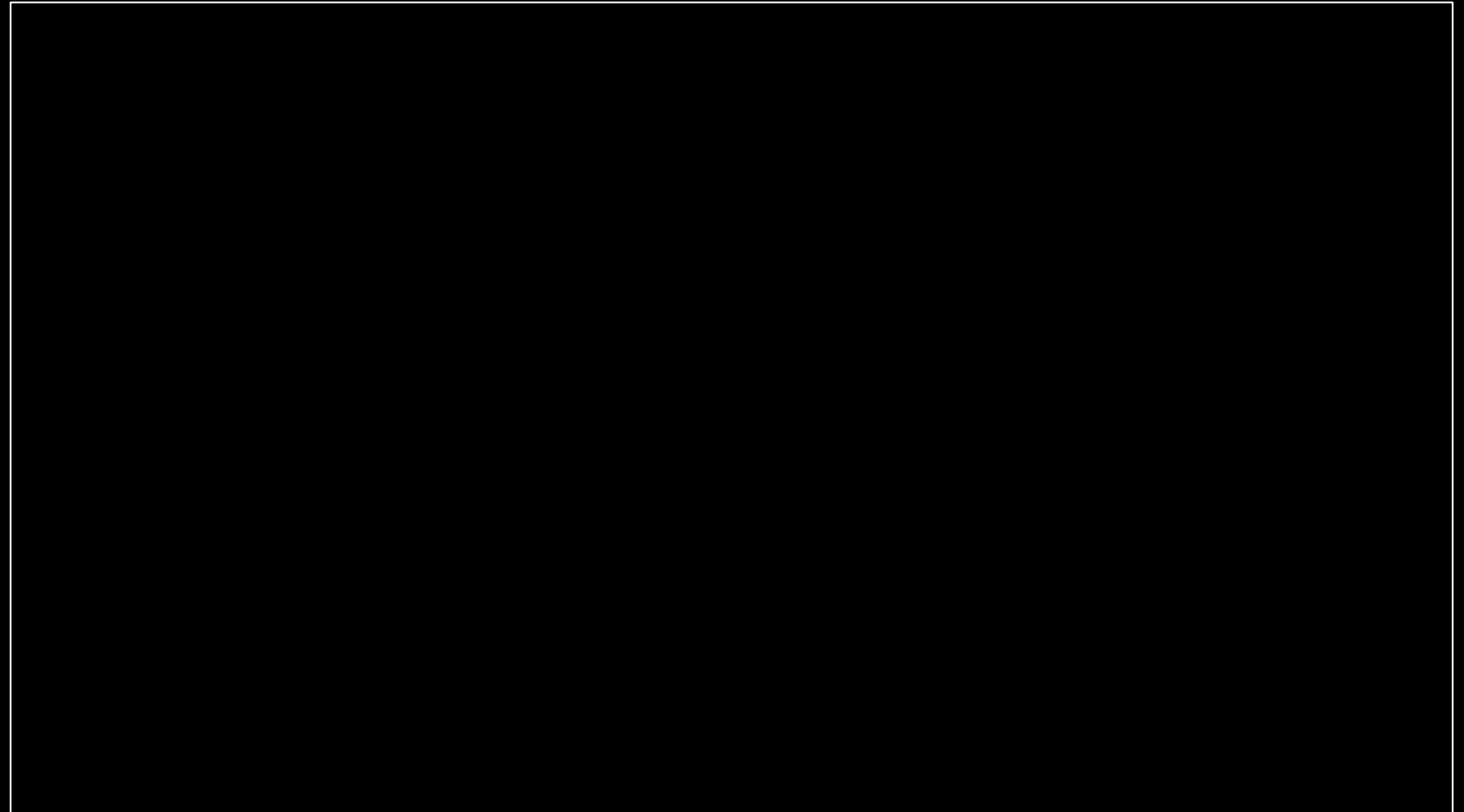
OVERVIEW

(English)
THE SABAE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY
Contact:
MAIL: FROM 2023 (Eメール) 事務局
TEL: 0762-2201
Email: info@sabae-chamber.com

(日本語)
鯖江市商工会
お問い合わせ:
MAIL: FROM 2023 (Eメール) 事務局
TEL: 0762-2201
Email: info@sabae-chamber.com

成果及び考察 1) プロジェクトの成果 ③映像

Virtual Mall J



成果及び考察 2) プロジェクトの新たな課題と改善点

①プロジェクト・ビジネスモデルの課題及びその改善策

【課題】

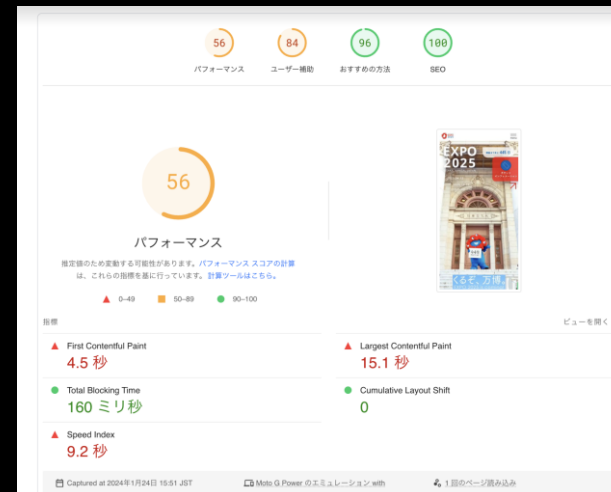
サイトのUI,UXが不十分

・・・実際の購入までの体験設計が不十分。多くが離脱してしまう。

【改善策】

パフォーマンスを数値で見える化し、改善を図る。

Virtual Mall J



←EXPO2025サイトのパフォーマンス

成果及び考察 2) プロジェクトの新たな課題と改善点

① 中堅・中小企業が海外展開する上での課題及びその改善策

【課題】

バーチャルモール内、インナービュー内での日本語以外での情報量が少ない。

【改善策】

言葉がなくても映像で表現するなど表現。きめ細かく情報を組み込む。

Virtual Mall J



成果及び考察 3) ビジネスモデルの展開予定

①どのように普及／事業拡大／収益化していくか

わが国において171会議所がモノづくり産地を擁し、誇りある139の産地が存在（鯖江商工会議所調べ）。世界（特に欧州、欧米、東南アジア圏）における日本製品のブランド力は急速に高まっているにも関わらず、そのほとんどが海外展開を実現できていない実情がある。

以上のことから、この本事業は事業実施期間に限定しない持続的な海外展開に資ことができ、全国から参加可能な「バーチャルモール」の利便性と、「海外展開ハードルの緩和」の相乗効果により十分な売上成果が見込まれ、また全国的な波及効果があるものと考える。

今年度は、すでに45の会議所から「バーチャルモール」の説明依頼があり、その関心の高さからも普及及び事業拡大に関する手応えは十分ある。

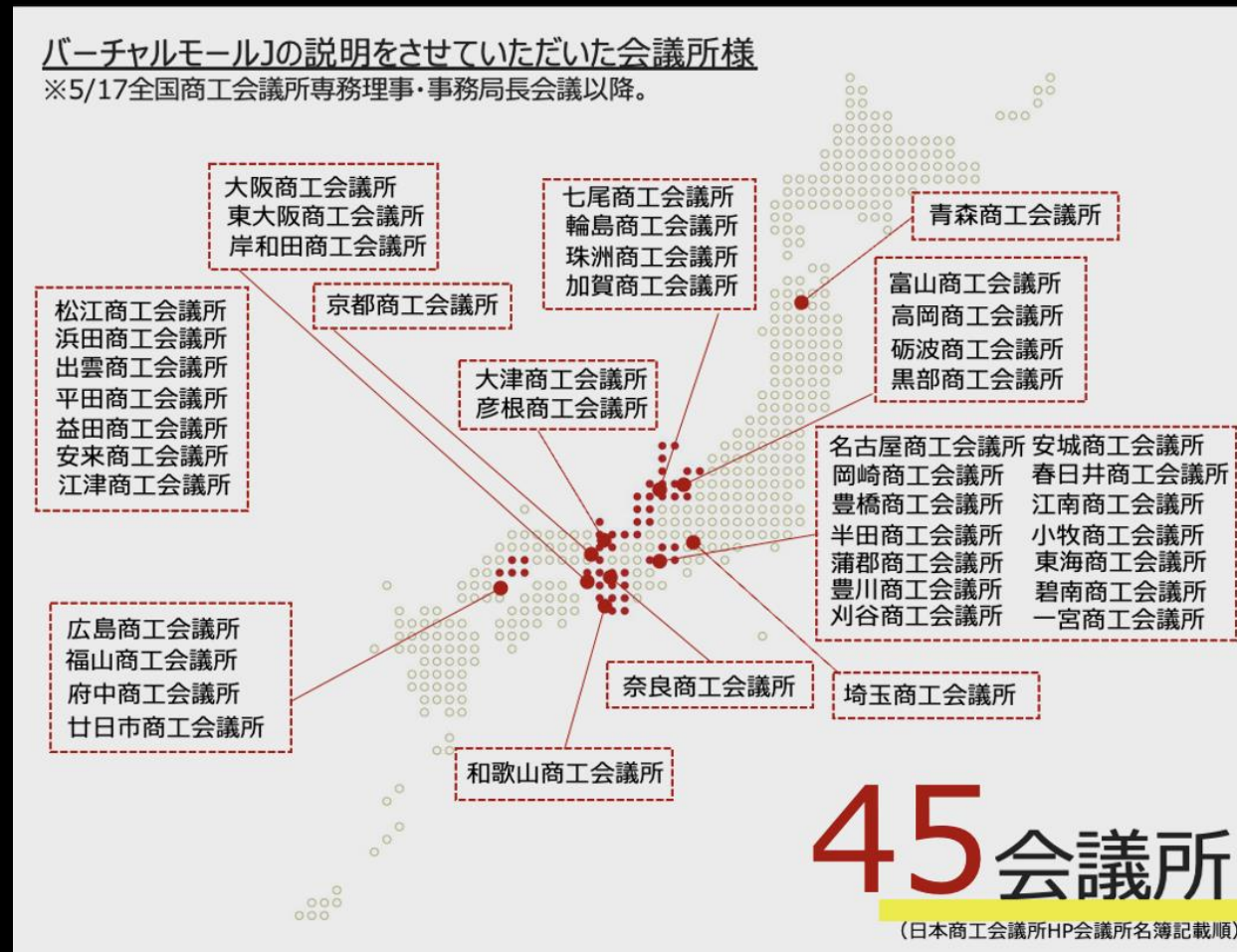
さらに、2025年の大阪・関西万博の日本館への出展を実現し、世界への認知が高まり、グローバルマーケットでのブランドを確立することで、参加企業の売上増に伴い、収益化も諮れる。

Virtual Mall J

成果及び考察 3) ビジネスモデルの展開予定

①どのように普及／事業拡大／収益化していくか

Virtual Mall J



成果及び考察 3) ビジネスモデルの展開予定

①どのように普及／事業拡大／収益化していくか

Virtual Mall J



※日本館出展想定イメージ

成果及び考察 3) ビジネスモデルの展開予定

②どのくらいの中堅・中小企業が、実証したビジネスモデルで輸出が実現できる見込みか

前述の通り、国内には、171会議所がモノづくり産地を擁している（鯖江商工会議所調べ）。1 会議所あたり、平均10事業所が参加すると想定した場合の社数、売上は以下の通り。

【社数】 ※全体の7割が参加と想定。

$$171 \times 0.7 \times 10 \text{事業所} = 1,197 \div 1,200$$

【売上】 ※年間100万円/事業所と想定。

$$1,200 \times 100 \text{万円} = 1,200,000,000 \text{円}$$

Virtual Mall J

成果及び考察 3) ビジネスモデルの展開予定

②どのくらいの中堅・中小企業が、実証したビジネスモデルで輸出が実現できる見込みか

前述の通り、国内には、171会議所がモノづくり産地を擁している（鯖江商工会議所調べ）。

Virtual Mall J

各地方におけるモノづくり産地がある会議所数



9つ産業の産地数（会議所管内）

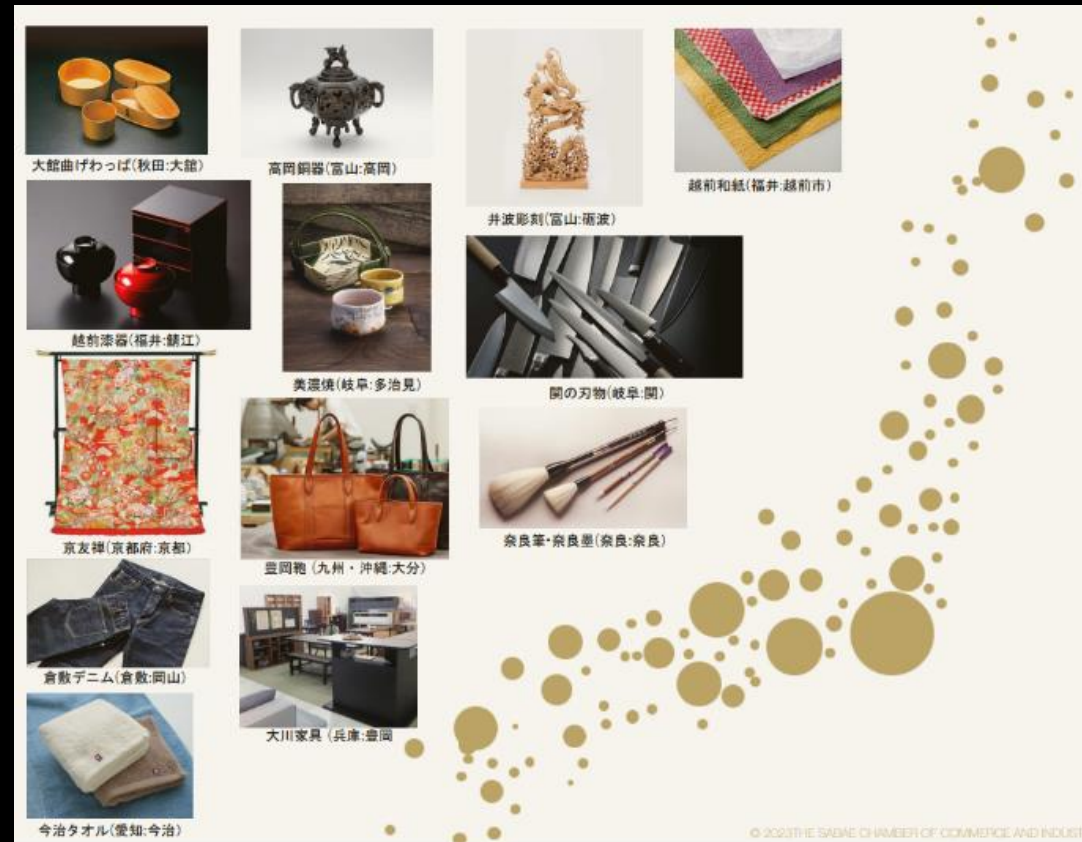


成果及び考察 3) ビジネスモデルの展開予定

②どのくらいの中堅・中小企業が、実証したビジネスモデルで輸出が実現できる見込みか

前述の通り、国内には、171会議所がモノづくり産地を擁している（鯖江商工会議所調べ）。

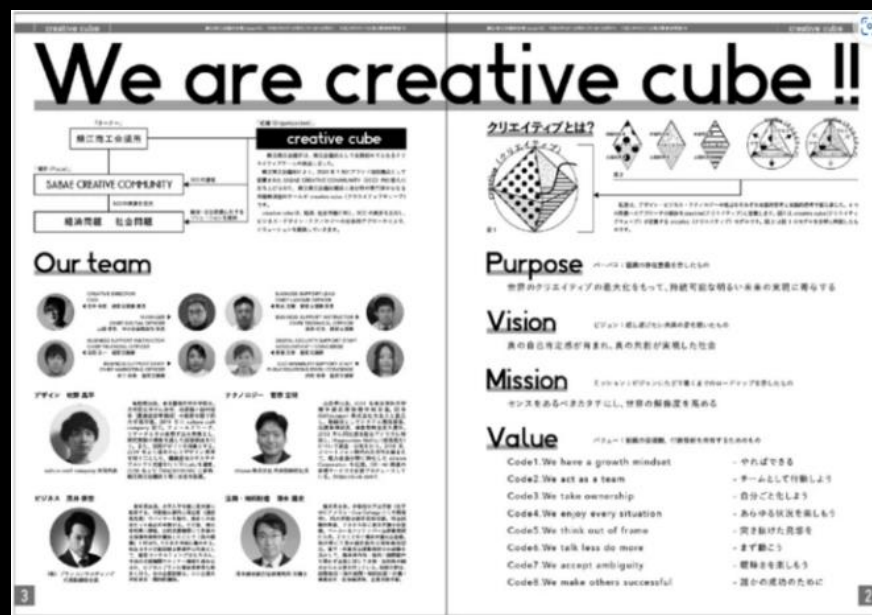
Virtual Mall J



その他 1) 今後の競合との棲み分け

- ① 全国に存在し、中小企業によりそう経済団体である会議所のネットワークだからこそ提供できる中小企業によるモノづくりコンテンツの質と量。
- ② ビジネス・デザイン・テクノロジーの第一線で活躍する専門家と会議所職員からなるクリエイティブチームによるサービスのクオリティ。
- ③ 民間でない公益法人だからこそ提供できる費用負担を軽減したサービス。

Virtual Mall J



その他 2) 政府への期待

- ① バーチャルモールJの日本館への出展機会の提供
(バーチャルモールJとリアルとのデジタル博覧会)
- ② バーチャルモールJの取組みの全国の会議所、中小ものづくり企業への周知
- ③ バーチャルモールJ内のコンテンツ (外国語の映像、WEB、パンフ等) 制作の補助)

Virtual Mall J





鯖江商工会議所