

## 未だ終息しないコロナと県産品の EC マーケティングについて

### コロナのこの 1 年とワクチン接種について

シンガポールでは、2020 年 4 月 7 日から生活に必要な職場以外の閉鎖や同居の家族以外会うことができないなど厳しい制限を伴うサーキットブレーカーが発動され、今日まで段階的に規制が緩和されてきておりますが、今尚、従前の状況に戻ることなく一年が経過しました。4 月 3 日サーキットブレーカーの発動にかかるリーシェンロン首相の演説の Live 中継を、当時オフィスで見えていましたが、その制限や罰則の内容、先の見えない状況、なにより赴任直後シンガポールという国の対応の早さと厳しさに大きな衝撃を受けたことを今でも鮮明に覚えています。

また、シンガポールには、様々な罰金が存在し、その多さから「Fine city（罰金都市）」としても知られておりますが、コロナ関係でも多くの罰則があり、昨年から実施されている新型コロナウイルスの感染防止策に違反し、罰金を科されたケースが 9,600 件を超えたと発表がありました。2020 年 4 月から 21 年 3 月の間の個人による違反は 9,300 件以上となっており、内訳は、マスク着用を怠ったケースが 1,800 件、社会的距離の確保などに関するルール違反が 7,500 件以上でした。一例として、マスク着用義務違反の罰金は約 24,000 円で、食事中は外せませんが、食事後にマスクをつけずに会話しているとマスク着用義務違反として罰金の対象になります。また、規定人数以上で集まっている写真を撮られ、国外永久追放となったケースもあります。法人に対しては、政府は 20 年 3 月から 21 年 3 月の間に 3 万 8,000 社以上を検査し、300 社以上にルール違反で罰金を科したほか、うち 140 社には重大な違反があったとして営業停止命令が下されております。

一方で、昨年 12 月にスタートした新型コロナウイルスのワクチン接種については、まずは医療従事者等、続いて 60 歳以上の高齢者に対象を拡大、そして 3 月末には 45 歳以上へのワクチン接種を開始し、今後、6 月には 45 歳未満の居住者に対するワクチン接種を開始する意向が発表されました。4 月 3 日時点で約 105 万人が 1 回目の接種を受けており、70 歳以上の高齢者のワクチン接種率(接種を予約済みで今後受ける人を含む)は約 6 割、60 代の接種率は 7 割近くに達し、ワクチン接種はおおむね順調に進んでいます。また、3 月末に予約の受け付けを開始した 45 から 59 歳についても、既に約半数に当たる 50 万人近くが接種の希望申請を行い、接種済み又は接種日時を予約した人は約 17%。残りの人は 6 月上旬までの日時に順次予約できる見通しとのこ

とです。シンガポールでは国民、永住権保持者、外国人居住者に対してワクチンを無償提供しており、現在は、2回の接種が求められる米ファイザー製と米モデルナ製のワクチンを投与しています。



ワクチン接種が行われているコミュニティセンターの様子 (The Straitstimes)

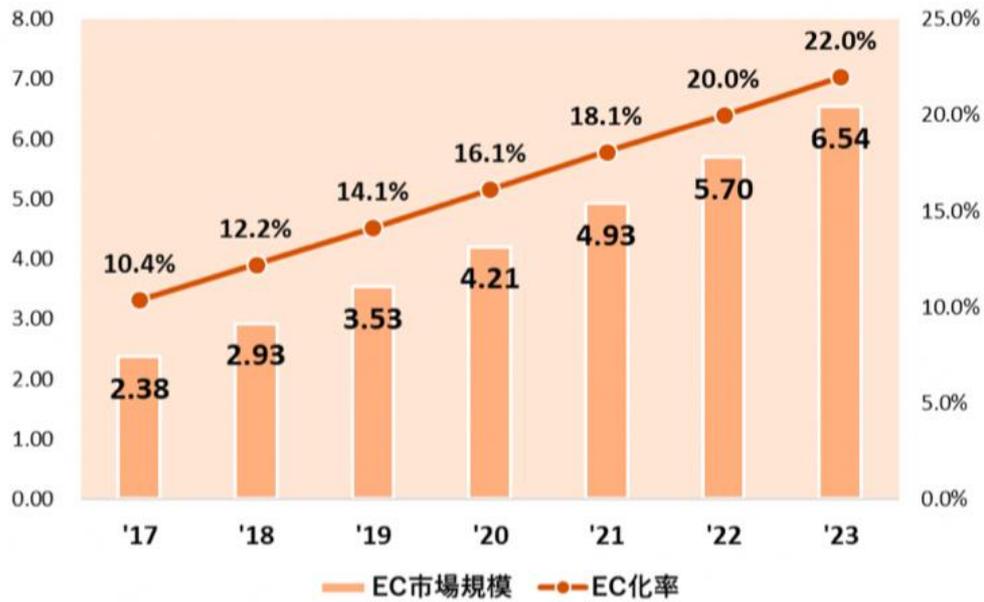
## シンガポール大手インターネット販売サイトでの石川県産品の販売について

近年、電子商取引（EC：インターネットを利用して、受発注がコンピュータネットワークシステム上で行われる取引。例：Amazon, 楽天など）の市場規模は世界的に拡大を続けています。（以下グラフ、参照）。ここシンガポールにおいても新型コロナウイルス感染症の影響により、外出することなく安全に買い物ができることからECサイトでの商品購入が拡大しています。特にカートンで購入する水やジュース、ビールなどのお酒を購入する場合はECで購入するケースが多いようです。

こうした中、昨年度、シンガポールアンテナショップの開設に合わせて、石川県産品をより安全に継続購入できる環境を作るためシンガポール大手インターネット販売サイトLAZADA(ラザダ)内に「Ishikawa Japan Shop」を期間限定で開設したところ、リピート購入も含め利用者を獲得することができました。一方で、ECサイトを閉鎖してしまうと、この間徐々に増加してきたお客様を手放してしまうことから、今年度はオンラインショップの開設期間を通年化し、切れ間なく石川県産品をお客様にお届けできる体制を整備しました。それを受け、アンテナショップ及びECサイトでの販売商品を県内企業様に対して公募し、応募があった企業様とアンテナショップ・ECサイトを運営委託しているシンガポールディストリビューター（I-O&YT Pte.Ltd）とでオンラインで面談を行ったところです。

また、通年販売することで、ナショナルデーやクリスマス、チャイニーズニューイヤーなど、時節ごとに売れる商品データも収集が可能となり、時節ごとの売れ筋商品の傾向を見極めることで今後の販路拡大にもつなげて参りたいと考えております。

世界の EC 市場規模（単位：兆 US ドル）



出典：令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（経済産業省商務情報政策局情報経済課）



LAZADA「ISHIKAWA JAPAN SHOP」※バナー広告の一例