

(別紙2)

### 3. 助成対象事業の成果（結果）

#### 【事業名】

ぐんまの地域資源 販路開拓推進事業 A事業②

#### 【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

群馬県及び関連自治体や県内支援機関が連携しつつ、県内から国内外まで段階的に、地域の中小企業の事業拡大に繋がる取組を実施する。

地域の支援機関が情報共有し、消費者ニーズに合わせた新商品開発の促進を支援しつつ、大消費地での販路拡大、インバウンド需要の取込を強化することで、地域経済の活性化に繋げることとする。

#### 【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

##### 1. 実施事業

#### (令和2年度)

##### ① オンラインビジネスマッチング

首都圏バイヤーと地域資源を活用した食品製造企業のオンラインビジネスマッチング「ぐんま食の逸品オンライン商談会」を開催した。

会 場 : Gメッセ会議室

開催日時 : 令和3年3月2(火)～4日(木) 10時～17時

参加者 : 食品製造業35社 (県内地域資源を活用した食品加工品)

商談件数 : 146件

商談内容 : 複数対応した件数を掲載

・成約	2件 (600千円)
・成約見込み	18件
・見積送付	54件
・時期を見ての再商談	27件
・サンプル送付	46件
・資料送付	46件
・他商品との取引希望	21件
・情報交換のみ	14件
・取引不成立	9件

##### ② ステップアップセミナー

オンラインマッチングにおけるアピールポイントや提案、成約するための方法など実践的なセミナーを開催した。

テーマ : 「オンライン商談対策セミナー～商談を成功させるポイントとは！～」

講師 : 久積正道氏 (マーケティングセバスチャン(株)代表取締役)

開催日時 : 令和2年2月18日 (木) 13時～16時

参加者 : 24人/社 (内23社がオンライン商談会に参加)

アンケート : ・講師の声と間の取り方も含め営業活動に生かしたい

- ・ラジオショッピングを聞いているようで練習イメージがつかめた
- ・入口のような感じがあり、もっと細部のセミナーを要望

## (令和3年度)

### ①国際見本市への出展

幕張メッセ及び、東京ビッグサイトで行われる国際見本市に群馬県ブースを設け、バイヤーをターゲットとしたBtoBの商談に加え、インバウンド市場での新たな顧客を獲得するため、県内企業とともに共同出展した。

#### 1) 「FOODEX JAPAN 2022」

会 期 : 令和4年3月8日(火) から3月11日(金)

会 場 : 幕張メッセ(千葉県千葉市美浜区中瀬2-1)

参加者 : 13社

商談件数 : 379件

商談内容

及びアンケート : 別紙「FOODEX JAPAN 2022」アンケート集計表のとおり

#### 2) 「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2022」

会 期 : 令和4年2月8日(火) から2月10日(木)

会 場 : 東京ビッグサイト(東京都江東区有明3-11-1)

参加者 : 3社(刺繍やシルク製品及び、自社ブランドの工芸品等)

商談件数 : 5件

商談内容 : 情報交換 10件

## (令和4年度)

### ①国際見本市への出展

東京ビッグサイトで行われる国際見本市「FOODEX JAPAN 2023」に群馬県ブースを設け、バイヤーをターゲットとしたBtoBの商談に加え、インバウンド市場での新たな顧客を獲得するため、県内企業とともに共同出展した。

#### 1) 「FOODEX JAPAN 2023」

会 期 : 令和5年3月7日(火) から3月10日(金)

会 場 : 東京ビッグサイト(東京都江東区有明3-11-1)

参加者 : 26社

商談件数 : 855件

商談内容

及びアンケート : 別紙「FOODEX JAPAN 2023」アンケート集計表のとおり

## (令和5年度)

### ①国際見本市への出展

幕張メッセで行われる国際見本市「スーパーマーケット・トレードショー2024」に群馬県ブースを設け、バイヤーをターゲットとしたBtoBの商談に加え、インバウンド市場での新たな顧客を獲得するため、県内企業とともに共同出展した。

#### 1) 「スーパーマーケット・トレードショー2024」

会 期 : 令和6年2月14日(水) から2月16日(金)

会 場 : 幕張メッセ(千葉県千葉市美浜区中瀬2-1)

参加者 : 7社

商談件数 : 323件

商談内容

及びアンケート : 別紙「スーパーマーケット・トレードショー2024」アンケート集計表のとおり

## 2. 実施後の課題等

### (令和2年度)

#### ①「ぐんま食のオンライン商談会」

少人数の企業は、オンラインの利便性を高く評価し、再度の開催を希望している。一方で、「リモートの為、商品等の細部の説明及び膝を突き合わせての商談ができなかった」、「少しの違和感と画面越しなので熱意等が伝わらない部分があった」と展示商談会の開催を要望していて、バイヤーも同様の意見であった。

また、バイヤーから催事出展の要望もあり、商談時期もお中元・お歳暮等の4ヶ月～6ヶ月前のタイミングの開催要望があった。

### (令和3年度)

#### ①国際見本市への出展

##### 1) 「FOODEX JAPAN 2022」

コロナ禍での開催となった今回、来場者登録者数が 33,726 人（2019 年開催来場者登録者数、80,426 人）であり、対 2019 年比 41.9%と厳しい結果のなか、群馬県ブースの出展者の意見として、

- ・「視認性もよく、奥に入ったブースでもお客様が目にしてくださったと感じます。
- ・「デザインもすてきなブースで、自信をもって群馬と打ち出せたと思います。」
- ・「本気の商談が多い！予想より多くの方から好感を得られた」等

出展者の多くが、新規顧客の開拓や新商品のPR等で手応えを感じていた

一方、共同出展に際し検討材料もあった。

- ・出展者の配置の決め方（抽選又はテーマ毎等）
- ・2日間出展枠の設置（小規模事業者にとって4日間出展は負担が大きい）
- ・ブースPR（ノベルティ等の販促グッズ、ぐんまちゃん等）

##### 2) 「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2022」

出展企業の中には、「群馬県ブースがオープンスペース的な形式のブースであったため、来場者がプレッシャーを感じずに入りやすくなっていた」との評価があった一方で、「ブース装飾はそんなに華美でなくてよいので、群馬と分かる『のれん』『看板』があると更によりよい。」、「ブースレイアウトに難あり。」との意見もあり、装飾レイアウトを工夫する余地あり。

### (令和4年度)

#### ①国際見本市への出展

##### 1) 「FOODEX JAPAN 2023」

コロナ禍が緩和される中での開催となった今回、全体の来場者登録者数が 73,789 人（2022 年開催来場者登録者数、33,726 人）であり、対前年比 218%と大幅増となった。

群馬県ブース出展者の意見として、

- ・FOODEX JAPAN全体で、昨年の2倍以上の来場者数(73,789名)があり、多数の来場者で会場内は賑わっていた。
- ・新規顧客の開拓や新商品のPR等で手応えを感じた。また、海外からの来場者も多数見られた。
- ・食品に特化している展示会なので、効率的に商談ができる。
- ・バックヤードに原料の保管場所等が沢山あり、使いやすかった。
- ・商談につながりそうなメーカーと出会えた。等
- 一方、共同出展に際し検討材料もあった。
- ・自社スペースが狭いので、出展企業数を絞ったほうが良い。
- ・3月は年度末なので、時期がズレるとありがたい。
- ・隣の企業との境目が分かりづらく、同じ企業だと勘違いされた。

## (令和5年度)

### ①国際見本市への出展

#### 1) 「スーパーマーケット・トレードショー2024」

新型コロナウイルス感染症5類移行後の開催となった今回、全体の登録入場者数が75,858人(2023年開催登録入場者数、62,525人)であり、対前年比121%の増となった。群馬県ブース出展者の意見として、

- ・大きなブースで沢山の企業と商談することが出来た。成約に繋がるようフォローをお願いしたい。
- ・大手企業の他、良い商談ができました

### 【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

## (令和2年度)

### ① オンラインビジネスマッチング

- ・参加企業 35社 (目標: 40社、達成率: 87.5%)
- ・バイヤー数 29人・社 (目標: 500人、達成率: 5.8%)
- ・商談件数 146件 (目標: 800件、達成率: 18.3%)
- ・成約件数 2件 (目標: 80件、達成率: 2.5%)

### ② ステップアップセミナー 1回 (目標: 1回、達成率: 100%)

## (令和3年度)

### ①国際見本市への出展 (実績)

#### 1) 「FOODEX JAPAN 2022」

- ・来場バイヤー数 4,262人・社
- ・商談件数 379件
- ・成約件数 12件
- ・成約見込み 60件

#### 2) 「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2022」

- ・来場バイヤー数 72人・社
- ・商談件数 5件
- ・成約件数 0件

#### 1) 及び2) の合算

- ・来場バイヤー数 4,334人・社 (目標: 600人、達成率: 100%)
- ・商談件数 384件 (目標: 500件、達成率: 76.8%)
- ・成約件数 12件 (目標: 40件、達成率: 30.0%)
- ・成約見込み 60件

## (令和4年度)

コロナ禍により計画どおりに執行できない事業もあったが、「FOODEX JAPAN 2023」においては、来場バイヤー数、対前年比222%と大幅増となり、成約見込金額も12,991千円(前年度60千円)と大幅増となった。

### ①国際見本市への出展 (実績)

#### 1) 「FOODEX JAPAN 2023」

- ・来場バイヤー数 9,475人・社
- ・商談件数 855件 (目標: 1,200件、達成率: 71.3%)
- ・成約件数 8件 (目標: 25件、達成率: 32.0%)
- ・成約見込み 142件
- ・成約見込金額 12,991千円

※令和5年9月実施の「事後アンケート」結果を合算すると、成約件数81件、成約金額18,168千円の成果となり、地場産業事業者の新規顧客開拓につながっている結果となった。

### (令和5年度)

助成対象事業の完了日(2月15日)を考慮した結果、2月開催である「スーパーマーケット・トレードショー2024」出展。来場バイヤー数、1日当たりの1社換算で116人となり、対前年比112%増の、成約見込件数7件、成約見込金額4,980千円となった。

#### ①国際見本市への出展(実績)

##### 1) 「スーパーマーケット・トレードショー2024」

- ・来場バイヤー数 2,425人・社
- ・商談件数 323件(目標:280件、達成率:115.3%)
- ・成約件数 7件(目標:8件、達成率:87.5%)
- ・成約見込み 22件
- ・成約見込金額 4,980千円

#### 【今後の進め方(波及効果を含めて)をどうするのか】

### (令和2年度)

- ・オンライン商談会のフォローアップについて

オンラインビジネスマッチングの成約見込み18件について、商談成約になるようフォローアップを行い、見積送付46件について、バイヤーを訪問するなどフォローアップに努め商談成約に繋げていく。その他、資料送付やサンプル送付先のバイヤーに対して、商品のアドバイス等を聴取し、中小企業へ情報提供を行い、関係機関とも連携し、伴走支援を行う。

- ・バイヤーへのアプローチについて

オンライン商談会に参加したバイヤーに対して、参加中小企業以外も商談できるよう訪問やメールなどまずは、情報提供を行っていく。

### (令和3年度～令和5年度)

- ・国際見本市出展者への定期的なアンケートを行い、商談成果の把握を行うとともに、首都圏バイヤーをターゲットとして、販路拡大を継続的に支援していく。

また、県や関係団体の各種施策等の情報提供を行いながら、関係機関と連携した伴走支援を行う。

注1) 上記項目について詳細に記載してください。

注2) 成果(結果)の内容について、別途、お伺いすることがあります。

注3) 成果物(報告書・アンケート集計物・DVD等)、記録用写真等があれば提出してください。