

全国展開促進事業 2020年4月～2021年3月実施予定 ((公財) 千葉県産業振興センター)

【課題】

・商品開発が完了し、販売を行う
ステージまで進んだにも拘らず、
販路開拓まで至らない。

→新たな販売先を見つけるための
人員、資金及びコネクションが不
足している。

→ブランド力向上にかけける資金や
知識も乏しいため、商品ないし企
業の認知度が低い。

→県内の限られた商圈でのみ取り
扱うことになり、商品が消費者の
目に触れる機会が少ない。

県内中小企業及び小規模事業者が地域資源を活用して企画・開発した商品をより多くの国
内外観光客に周知し、商品の認知度向上及び地域経済活性化につなげるため、県内中小企業
等に対し、国内外観光客が集まる首都圏及び千葉駅周辺の商業施設にて販売を行う場を提供
する。

併せて、宿泊施設・飲食店・小売店のバイヤー等が参加する展示会に出展し、地域資源を
活用した商品を展示することで、より多くのバイヤー等に商品を認知してもらい、商品に対
する率直な意見や取引の可能性をヒアリングし、今後の販路開拓及び商品改良に寄与する情
報を出展企業にフィードバックする。

【主な事業内容】

- ・販売スペース（都内及び千葉駅周辺の商業施設等）の提供
- ・展示スペース（宿泊・飲食・小売関連業者が参加する展示会）の提供
- ・商品に関する調査（ヒアリング等）
- ・調査結果に基づいた今後の商品開発及び販路開拓に関する助言・指導

【成果目標】

- ・新規取引先増
- ・出店商品の売上増
- ・商品の課題整理
（フィードバック）
- ・事業者向け満足度調査
にて80%以上の満足度を
達成

【目的】

・商品がより多くの消費者の目に
触れる機会を与えるため、都内及
び千葉駅周辺の商業施設等に商品
の販売スペースを提供する。

・宿泊・飲食・小売関連のバイ
ヤー等に対して商品を認知してもら
うため、バイヤー等が参加する
展示会にて商品を展示するスペ
ースを提供する。

→商品の認知度の向上

→会期後のフィードバックにより、
更なる商品改良等を行い、商品価
値を高め、ブランド化を図る

【波及効果】

- ・千葉県の土産品及び観光地
に対する認知度の向上
- ・新たな販売・取引ターゲッ
ト層の開拓
- ・販売総数増加による県内製
造拠点の生産量増加及び雇用
促進
- ・新商品創出に伴う企業間連
携の構築

【将来の支援目標】

- ・出店企業に対する商品及び
パッケージ改良の助言・指導
- ・販路先及び購買層の選定に
関する助言・指導により出店
企業の新規販路先の獲得又は
販売数量の20%以上の増加
を目指す。
- ・商品の売上希望総額の
80%以上の売上額を目指す。

【都道府県の施策との連携・親和性】

・第4次「ちば中小企業元気戦略」
に含まれる「地域資源を活用した新
商品開発・事業化等への支援の充
実」に充当する。

→企業支援に向けた連携強化

→支援企業に対し、県施策事業の活
用を促し、事業展開を促進する

千葉県産業振興センター

⑧調査結果
報告に基づく
商品改良等のア
ドバイス

③企業募集

⑦調査
結果報告

①販売店舗・
展示会の選定

県内中小企業等

都内及び千葉駅
周辺の商業施設内
の販売店舗

宿泊・飲食・小売関連
業者のバイヤー等が
参加する展示会

④商品提供

②場の確保

⑤販売スペースの提供

- 地域資源を活用した商品を複数陳列することにより、ボリュームを出し、消費者に印象付ける。
- 千葉県コーナーを設け、商品そのもののブランドはもちろん、千葉県の商品としてのブランドも併せて訴求する。
- 消費者に対して、商品に関する調査（ヒアリング等）を行う。

⑥展示スペースの提供

- 地域資源を活用した商品を複数陳列することにより、ボリュームを出し、バイヤー等に印象付ける。
- 商品そのもののブランドはもちろん、千葉県の商品としてのブランドも併せて訴求する。
- バイヤー等に対して、商品に関する調査（ヒアリング等）を行う。