

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】事業名のほか、A事業①②、B事業の別も記入してください。
 大阪プロダクトエコシステム創出事業 A事業②

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

目的・方向性：専門家の力を活用しながら、意欲ある中小企業への伴走サポートを行うことで、新商品開発を支援する。また、大阪で生まれた商品を集積し広く発信することを目的に、バイヤーや感度の高い消費者の目に留まりやすい体験型小売店舗に出店。認知度向上・販路開拓だけでなく、テストマーケティングを実施することで、新たな商品開発や改良につながることを狙う。
 また、中小企業が消費者に直接商品を販売していくために必要なスキルやノウハウを伝える講座を行い、中小企業の資源となる高度な人材を育成すると共に、中小企業のプロモーション力やブランディング向上を図る。

目標：【商品開発 戦略講座】参加企業25社想定、満足度 90%以上
 【商品開発 伴走支援】参加企業10社想定、中小事業者の商品化率90%以上
 ※EC戦略講座：参加企業10社想定、満足度90%以上
 【プロモーション支援】参加企業20社想定
 経営力強化90%以上（認知度向上/販売増加数）

事業実施計画等：下記の通り

実施項目		令和 4～5 年度（令和 4 年～令和 6 年）																										
		R 4 年 4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	R 5 年 1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	R 6 年 1 月	2 月				
戦略講座 商品開発	企業募集	←→																										
	講座			←→																								
伴走支援 商品開発	企業募集選考			←→																								
	個別支援							←→																				
	EC 戦略講座														←→													
プロモーション 支援	企業募集選考													←→														
	HP SNS 紹介			←→																								
	小売店出店																					←→						

【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〉】

プロジェクト①【商品開発 戦略講座】

プロジェクト②の商品開発伴走支援事業のプロデューサーを講師として招き、商品開発を行う上で重要となる、自社の強みの活かし方や市場分析手法について学ぶ全4回の講座を実施。

開催日時：第1回：2022年6月23日(木) 14:00-16:00
第2回：2022年7月20日(水) 14:00-17:00
第3回：2022年8月17日(水) 14:00-17:00
第4回：2022年9月5日(月) 14:00-17:00

開催場所：大阪産業創造館

参加者：25社31名

参加費：10,000円/社

満足度：100%

内容：

- 第1回 6月23日(木) 14時-16時 大阪産業創造館 6階会議室 E
自社の強みを活かした商品開発と販売戦略 基本の考え方(座学)
- 第2回 7月20日(水) 14時-17時 大阪産業創造館 5階研修室 AB
自社と競合 差別化を明確にすると何が見える？
・ワーク発表・講評
- 第3回：8月17日(水) 14時-17時 大阪産業創造館 5階研修室 AB
ターゲットは誰？売り先はどこ？ベネフィットは？を妄想しよう
・ワーク発表・講評
- 第4回：9月5日(月) 14時-17時 大阪産業創造館 5階研修室 AB
ポジショニングマップと商品アイデアの検証
・発表・講評

また、過去の当事業参加者を対象とし、商品開発に関する特別講座を開催。参加企業のプレゼンに対して、講師がアドバイスをを行うと共に、参加者間でディスカッションして、さらなる可能性を模索した。その結果、過去参加者の現状を確認すると共に、持続的な学びの機会を提供した。

開催日時：2022年6月7日(火) 15:00-18:00

開催場所：大阪産業創造館

参加者：12社13名

参加費：2,000円

満足度：100%

プロジェクト②【商品開発 伴走支援】

新商品の創出支援を行う事業として企業を募集。

書類・プレゼン審査を経て10社を選出。自身でも商品を開発・販売してきた実績を多く持つ外部専門家4名をアドバイザーに迎え、2022年10月から2024年1月にかけて全10社の商品開発をハンズオンで支援。結果、10社中9社が新たな商品を開発。1社は新商品開発に至らなかったが、検討の結果、サービスの再構築やロゴマーク、コンセプトをまとめた冊子の作成など、事業全体のブランディングを行った。

特に今回は、本業で廃材となる資材を活用した商品開発を行った企業が3社いるほか、サステナブルな商品を開発した企業、地元野菜を使った商品など、SDGsの考え方に則った取り組みを行った企業が、前回よりさらに増加した。うち、1社は、2025年に開催される大阪・関西万博に出展することが決まっており、国内はもとより、海外へ

の販路拡大が期待できる。

また、商品開発を行う中で、新たなロゴマークの作成や、自社が扱う資材や技術に対する全社的な見直し、今後も継続的に新規事業を作るためのチーム組成など、組織全体への波及効果がみられる会社もあった。

事業を運営する中で、中間発表や最終成果報告会等、参加者全社が顔を合わせる機会を創出し、参加企業間で切磋琢磨する気運を作ると共に、1月開催のプロモーションイベントに向けて、協力関係も構築した。その結果、当事業終了後も、2社間でコラボレーションして商品開発する企画がある等のマッチングもできている。

また、今回事業では、ECでの売上向上、情報発信力強化を狙っていたため、下記日時において、SNS活用講座も実施し、10社16名が参加した。

SNS講座① 準備編 instagramの言葉の理解、機能紹介、事例紹介など

2023年5月25日（木）15:00-17:00

SNS講座② 実践編 カメラワークとアップした画像の簡易評価

2023年6月8日（木）15:00-17:00

SNS講座③ 実践編 公開評価、リール撮影

2023年6月22日（木）15:00-17:00

SNS講座④ 他の機能について、まとめ

2023年7月6日（木）15:00-17:00

プロジェクト③プロモーション支援

●EC運営強化集中ゼミ実施

ECの売上を上げることを目的に実践型講座を実施。参加者を募集、書類選考をして10社を選出。下記日時で講座を実施したほか、講座終了後からイベント出店期間までを自走期間とし、1社最大2回までの個別アドバイスの他、定期的な情報発信やフォローなどを行った。

【1回目：EC売上向上の方程式概要など】6月1日（木）16:00-18:00

【2回目：客単価・購入率アップのコツ】6月15日（木）16:00-18:00

【3回目：Instagramを活用した集客・認知向上】6月29日（木）16:00-18:00

【4回目：Instagram集客ワークショップ・広告出稿】7月13日（木）16:00-18:00

【5回目：カスタマージャーニーマップ作成とワークショップ】8月24日（木）16:00-18:00

【6回目：自走期間の目標設定】9月14日（木）16時-18時

【自走期間】10月～2月

結果、各社において当面の目標としていたinstagramフォロワー数を増やすことができ、かつ企業のECサイトの売上も上げることができた。

ECサイトでの売上が思うように上がらなかった企業もいたが、露出を行うことによりBtoBでの売上が向上した、TVなどのメディアに掲載された、ファンの囲い込みなど今後の方向性が見えたという結果が出た。

中小企業においてEC担当は一人または少人数で運営していることが多いため、困ったときにすぐに相談できる講師や、情報や課題を共有できる同期生ネットワークが講座で得られたものとして挙げる企業が多かった。複数社による共同プロモーション、共同での催事出店等が、講座期間中だけでなく、終了後も予定されており、ECに前向きに取り組む企業間で継続した関係を築くことができた。

●イベント出店

感度の高い消費者やバイヤーが集まる場所での商品発表を目的に、大阪・心斎橋PARCOにあるシェアオフィス・コワーキングスペース「Skiima」で、1月19日（金）～1月31日（水）まで展示・販売イベントを「OPP EXP02024」と銘打ち開催。プロジェクト②【商品開発 伴走支援】および、EC運営強化集中ゼミ実施参加企業全19社が出店した。（商品開発伴走支援の1社は、出店間際に会社の都合により辞退）

展示・販売イベント期間中の週末4日間を活用して、技術や味を体験することができるイベント・ワークショップを開催。これらを通して、企業や商品の魅力を消費者に直接伝えることができた。



▲実施時風景

イベント開催に合わせ、マスコミへの露出やinstagramを活用したプロモーションに力を入れた。また、リリースの結果、WEBメディアに露出することもでき、ワークショップを中心に多くの方が参加した。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

【商品開発 戦略講座】 参加企業25社、満足度 100%

【商品開発 伴走支援】 参加企業10社、中小事業者の商品化率90%

【プロモーション支援】 ※EC運営強化集中ゼミ：参加企業10社、満足度100%

参加企業19社（1社辞退）

経営力強化100%（認知度向上/販売増加数）

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

令和4年度から5年度と、従来よりも長い2年間弱で事業を進めた結果、これまでより「商品を販売する」道筋を作るところまでサポートをすることができた。

販売対象を絞り込んだマーケティングを行うためには、中小企業であってもファンを増やすための情報発信が欠かせないが、「EC」「デジタル」「情報発信」は特に苦手な中小企業が多く、人手不足のため、本腰を入れて取り組めないことも実感した。

今回、新たに開催したEC運営強化集中ゼミ参加者からも、ノウハウや情報が少ない中、自社単独でやっていくことの難しさを挙げられていた。その点からも、単なるセミナーではない手厚いサポートに対するニーズと効果を感じることができた。

こういったことから、公的支援において、商品開発のみならず、情報発信を行うサポートは有効だと感じ、次年度以降も、リアルでの情報発信の機会創出も含めて考えていきたい。

特に今回初めて出店した大阪・心斎橋の商業施設は、インバウンド観光客が多く訪れる場所であり、2025年度の大阪・関西万博を控え、さらに活気づく街である。

東京と比べ、数でのインパクトは少ないものの、地元であるがゆえに、展示期間中の参加企業同士の相乗効果および、地域企業への波及効果は高く、多くの企業に事業及び企業の取組に対して関心を持ってもらうことができた。令和5年度の事業で得た手ごたえと課題を踏まえ、今回も事業を取り組みを行いたいと考える。

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。