

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】 事業者のほか、A 事業①②、B 事業の別も記入してください。

1. バイヤーによる商品開発伴走支援（A 事業②）
2. マーケット・ニーズセミナーの開催（A 事業②）
3. 中小企業者等に対する助成金の交付（A 事業①）
4. バイヤーによる個別商談会の開催（A 事業②）

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

・目的

マーケット・ニーズを掴み、実際に商品開発を手掛けてきた専門家・バイヤーと連携を組み、具体的な商品企画を持っている企業に対して、出口側からの新商品開発支援を実施。

同時に、企業の自発的な商品企画・開発力を加速させるため、消費者やバイヤーが手取りやすい商品のデザインや成分表示、パッケージングなど、商品の差別化を図り、訴求力を高める取組への助成を行う。

・課題認識

マーケット重視型の商品開発支援を行ってきたが、課題として下記の2点が明確になった。

「出口側の目線に立った商品開発になっていない。」

「マーケット・ニーズの情報提供や商品開発の助言指導について、財源不足やマンパワー不足等の要因で十分な支援に至っていない。」

・方向性

熊本は TSMC 開業、合わせて JR 路線見直しなど、国内外からの来熊者の増加が予想される。これまでとは異なる国・地域の消費者のニーズを掴むことが必要で、売上拡大のチャンスが見込まれる。ニーズに応じた新たな商品開発により、熊本県内の食料品製造業の売上増加・雇用増加となることで、連なる原料供給事業、卸・小売業者、ロジスティックスなどにも、経済効果が期待できる。

・目標

出口側からの具体的な助言により商品のブラッシュアップを図り、必要に応じて助成金を提供して商品開発に弾みをつけることで、目まぐるしく変わる生活者ニーズに対応する商品の市場投入を促進すると共に、熊本県内の食品製造業の商品企画力の向上と開発プロセスの習得を図り、企業内での継続的な商品開発の定着を目指す。

目標内容	
1	商品化件数 ① 令和4年度 6件 ② 令和5年度 6件
2	令和5年度終了後 ① 事業化件数 5件 ② 商品群の構成件数 5件

・事業実施計画

1 バイヤーによる商品開発伴走支援（A事業②）

熊本県内の優れた食品・農産物を、マーケット・ニーズに基づく商品に育成していくため、バイヤー経験があり、マーケット・ニーズを把握し、かつ実際に商品開発を手掛けてきた専門家をコーディネーターに迎え、出口を見据えた商品開発の伴走支援を行う。

食品関連事業者の商品開発に関して、コーディネータと共同により、課題を確認しながら課題解決に向けた支援を行うと共に、必要に応じて、デザイナーなどの専門家に指導を仰ぐことで、より訴求力の高い商品化を目指す。

2 マーケット・ニーズセミナーの開催（A事業②）

食品関連事業者を対象としたマーケットの動向に関するセミナーを開催し、マーケット・ニーズの変化に関する意識づけを行う。1回/年、定員15名を想定。

3 中小企業者等に対する助成金の交付（A事業①）

ブランディングに対する助成を行う。具体的には、検討している商品のデザイン、成分表示、パッケージングなど商品化において他と差別化を図り、訴求力を高めるための取組に助成する。

4 バイヤーによる個別商談会の開催（A事業②）

1～3の支援を受けた食品関連事業者を始めとした、食品開発に取り組む食品関連事業者を対象に、バイヤーとの個別商談を行い、事業化を促進する。また、こうした商品による、「熊本ならではの商品群」を構築し、商品群としての事業化を目指す。

【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〉】

●実施事業の内容・実績

1 バイヤーによる商品開発伴走支援（A 事業②）

令和4年度バイヤー伴走による食品開発力向上事業「売れるモノづくりブランディング支援助成」助成金の採択3者について伴走支援を行った。

① 肥後製油株式会社

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：6回

○実施内容：国産菜種油業務用「弁蔵」を現在使用されている店舗にアンケートを実施し、その結果を基にブランディングを行った。

〈進捗状況〉

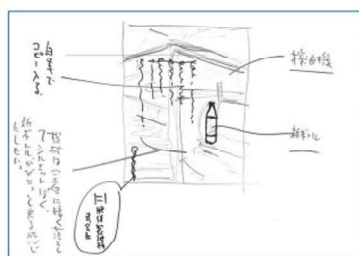
○「弁蔵」令和5年4月28日発売予定

○ 容器・容量の選定（瓶 180g）

○ パンフレット作成

○ ラベル作成

○ ポスター作成



ポスター絵コンテ案



ラベル案



「弁蔵」



ポスター



チラシ表

チラシ裏

② ジンジベル

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：5回

○実施内容：「ほんきのしょうが糖」新パッケージ作成と「ほんきのしょうが糖」と「ほんきのしょうが おなかクッキー」のブランディングの取組みを支援した。

〈進捗状況〉

○「ほんきのしょうが糖」新パッケージ セレクト版 2種制作

○「ほんきのしょうが糖」「ほんきのしょうが おなかクッキー」をセットにした手土産用ギフト箱制作

○「ほんきのしょうが糖」宣伝用動画制作

○「ほんきのしょうが おなかクッキー」商標登録申請



チラシ表

新パッケージ

チラシ裏



お土産用ギフト箱

③ 肥後はとむぎ会・日月亭

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：7回

○実施内容：熊本県産ハトムギを活用した商品の開発及びブランディングとしてパッケージデザインの提案、及び宣伝素材政策の支援を行った。

〈進捗状況〉

○はとむぎパフ新製品のレシピ完成

○商品名「ぱふこ」とネーミングシリーズ化。

○「ぱふこ」のパッケージデザイン完成。子供やお母さんたちが手にとりやすい商品とした。

○「薏苡仁糖」のブランディングに用いる広告宣伝素材としての写真撮影を行った。



「ぱふこ」パッケージデザイン



薏苡仁糖

令和5年度バイヤー伴走による食品開発力向上事業「売れるモノづくりブランディング支援助成」助成金の採択9者について伴走支援を行った。

④ 有限会社原田食品製造所

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：4回（写真撮影1回含む）

○実施内容：地域素材「米」を活用した麴、甘酒加工品の開発

〈進捗状況〉

○「麴」が生み出した「甘酒」のブドウ糖の天然の甘味を活かした、「ジュレ」の

ような食感の商品が完成。

→商品名：HARADA の「あまざけつるん」プレーン味 275 円（税込）

○ 苺のまろやかな甘味と酸味の加わった新しい食感の商品が完成。

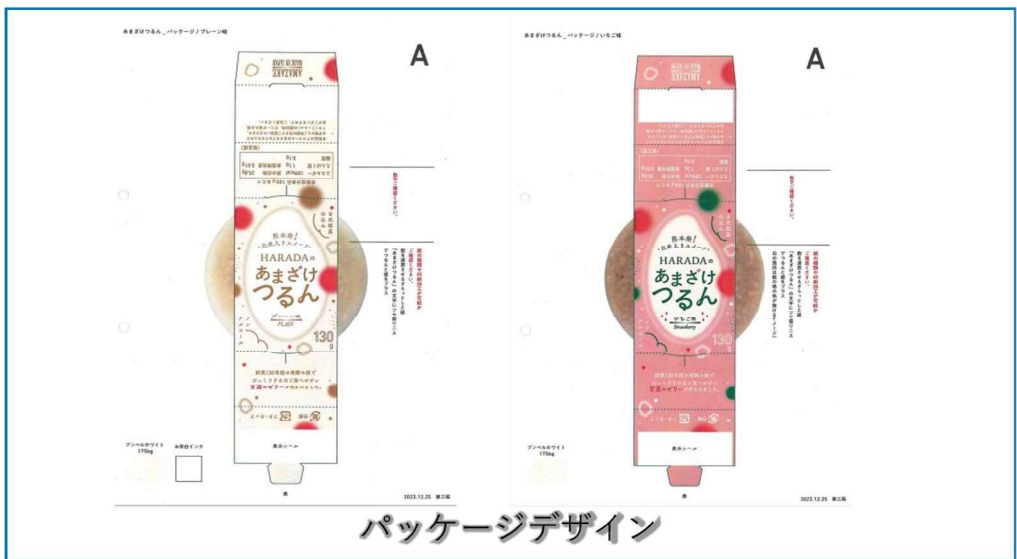
→商品名：HARADA の「あまざけつるん」いちご味 315 円（税込）

○ ポスター作成

○直営店、自社ホームページで販売を開始する。

○令和 6 年 2 月「くまもと物産商談会 2024」で販路拡大を目指す。





⑤ 合同会社球磨川アーティザンズ

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：3回

○実施内容：地域素材「球磨栗」を活用した焼き菓子の開発
〈進捗状況〉

○製品のレシピとデザインを完成させて

○製品レシピ：フランスの伝統菓子フィナンシュをベースとした焼き菓子。球磨栗を国産ラム酒に漬け米粉とラム酒入り栗ピューレを盛り込み、美味しさを追求した。さらにラム酒入りの栗ピューレ小瓶をセットする事とした。

○デザイン：ロゴには妖精の三角帽子のイメージとシンプルさを極めたデザイン・フォントを作成した。

○2023年球磨郡の栗の収穫量が少なく、本事業完了時には入手が難しく、2024年9月より製造を開始、百貨店催事、自社オンラインでの販売を計画している。



⑥ 有限会社日本料理原口

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：4回

○実施内容：熊本県伝統野菜「水前寺菜」の認知度向上を図るための新商品開発事業〈進捗状況〉

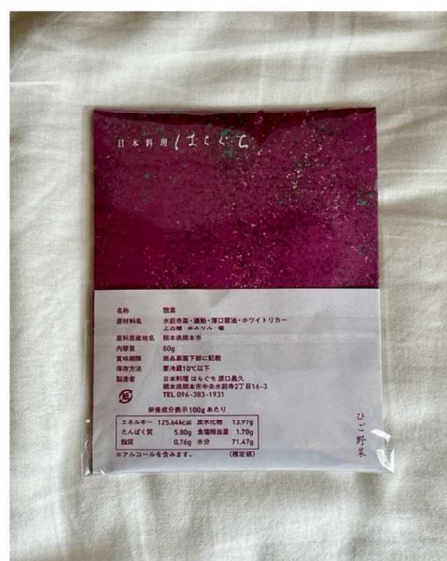
○熊本県立大学学生12名の協力を得て「水前寺菜」を使用した12通りの「レシピカード」を作成。当社商品販売店舗に提供を計画。

○有限会社吉原食品様の協力を得て「酒粕」を使用した「水前寺な酒粕漬け」を完成

○パッケージデザインを荒巻氏に依頼し作成

○保健所の商品製造許可の関係上「惣菜」として当店において作成し、販売。

○熊本県観光コンベンション協会運営の「湧水亭」、畑丸ごとマーケット「有機生活」での販売が決定。3月末からの販売を予定している。



⑦ 九州ベジパウダー株式会社

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：6回

○実施内容：野菜パウダーをしようした「野菜チョコ」の開発

〈進捗状況〉

○野菜チョコ「べじいろ」が完成。

○赤色の生チョコ：熊本県産紫芋、ビーツ、トマトを使用

緑色の生チョコ：熊本県産にんじん、かぼちゃ、宮崎県産ほうれん草、佐賀県産玉ねぎを使用

○チョコは水俣のモンブランフジヤ笹原氏に依頼。美味しさを追求した。

○パッケージデザイン作成（中原はるみ氏に依頼）

○現在お取引がある中で冷凍設備を備える企業様での販売を行う予定。また西原村役場からふるさと納税やネット販売の相談があり、製造が整い次第実施していく。



緑と赤の生チョコ 美味しいです！ ←

⑧ ジンジベル

○食品開発コーディネーター：堺谷 徹宏氏

○活動回数：4回

○実施内容：地域素材「生姜」を活用した自社商品「ほんきのしょうが糖」の袋印刷
商品と味違い商品開発

〈進捗状況〉

○「ほんきのしょうが糖 沖縄黒糖味」完成

○「ほんきのしょうが糖 天草レモン味」完成

○「ほんきのしょうが糖シリーズ3品」パッケージデザイン作成

(「ほんきのしょうが糖」パッケージをリニューアル)

○令和6年2月27日「くまもとの物産商談会」に参加

○令和6年3月 取引先へのシリーズ3品を紹介

○令和6年4月 EC サイト販売開始



⑨ 健幸一番楽らく農園

○食品開発コーディネーター：松永 千代蔵氏

○活動回数：3回

○実施内容：自然栽培米を使用した3種の玄米ステックのブラッシュアップ

〈進捗状況〉

○パッケージデザイン変更。袋、内容量を変更（50g→15g）

○「3種の玄米ステック」の内容量割合の変更

玄米：赤米：黒米（1：1：1）→（6：2：2）に変更

○商品名変更「3種の玄米ステック」→「3種の玄米スナック」に変更

「玄米ポンせん」はそのまま

○栄養成分必須5項目にプラス「食物繊維」「カリウム」「マグネシウム」「ビタミンB1」を分析。マグネシウムが「含む旨」の強調表示が可能。細菌検査も実施。

○4月を目標に地元直売所で販売を開始。



⑩ 株式会社いずみ

○食品開発コーディネーター：松永 千代蔵氏

○活動回数：2回

○実施内容：国内での販売を目的とした新柚子こしょうの商品開発、ラベルの制作
〈進捗状況〉

○新柚子こしょうの容器の決定

○新柚子こしょうのラベル、ロゴの選定

○新柚子こしょうのラベルデザインの決定

○株式会社インパクトワン様での取り扱いが決定



⑪ 有限会社吉原食品

○食品開発コーディネーター：松永 千代蔵氏

○活動回数：5回

○実施内容：熊本県産素材を活かした「熊本キムチ」の開発とブランディング

〈進捗状況〉

○熊本県産キムチの商品設計と試作

「ご飯が無くてでも食べ進められる辛さ」と「ご飯が進む程よい辛さのバランス」を目指した。

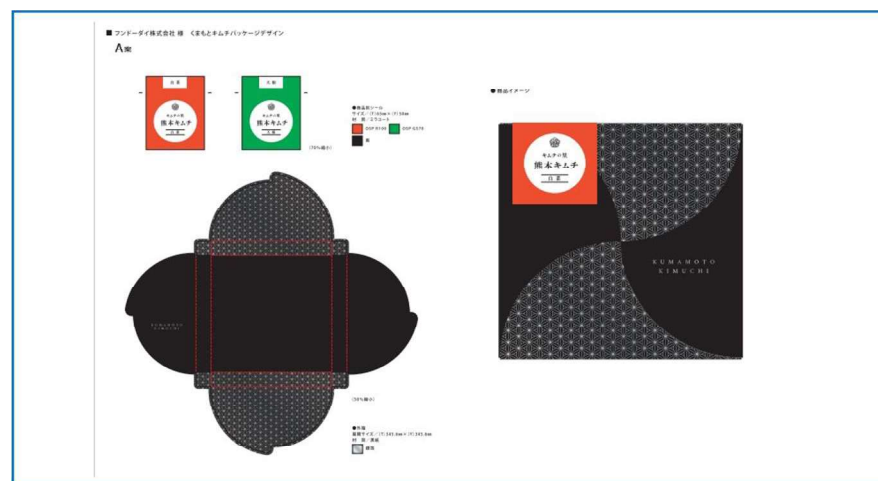
○素材の検討：熊本県産白菜と熊本県産大根を選定した。

○調味液の検討：①熊本県産トマト（粉末）②熊本県産デーツ③熊本県産ミカン（ドライ）④熊本県産梨プラスして「リンゴ」「熊本県産にんにく」を加えた。

○パッケージデザインの作成

○自社店舗での販売（本社販売所、大津本店「キムチの里」）

○販路拡大として JA、経済連のルートを探索。



⑫ エシカルプロダクツ株式会社

○食品開発コーディネーター：松永 千代蔵氏

○活動回数：5回

○実施内容：地域素材「甘夏の花」を活用した花シロップ

〈進捗状況〉

○商品の設計「砂糖の種類→グラニュー糖」「シロップ濃度→水：グラニュー糖（1：1）」「花の量→5g（シロップ100gあたり）」「抽出時間→24時間」「花粉アレルギー対応の確認→県職員専門家に確認」

○栄養成分分析検査の実施

○パッケージデザインの作成

○商品名「草花光（そうかみつ）」 100ml 756円

○水俣道の駅、つなぎ百貨堂、芦北でこぼんでの販売



2 マーケット・ニーズセミナーの開催（A 事業②）

令和4年度は、「商品には自信があるが、思うように売れない」「販路拡大が上手くいかない」「商品開発、プロモーションに不安」こんなお悩みを持つ方、販路開拓を目指している方のためのセミナー&個別相談会を開催した。

- テーマ：食のプロが伝えたい「いま、喜ばれるもの作り」
- 講師：堺谷 徹宏氏
- 日時：令和4年8月8日（月）13:00～14:00
- 場所：公益財団法人くまもと産業支援財団 総合学習室
- 内容：「誰に喜ばれるもの作りなのか」まずターゲットを見据えること
「喜ばれる要件は何か」機能、産地、原材料、味、見た目なのか。
「喜ばれない理由は何か」味、商品名、パッケージ何が原因なのか。
「喜ばれるカテゴリー、素材、商品」「美味しいのに残念な商品」
「喜ばれるもの作りの心構え」開発・表現・発信は三位一体
- 出席者：26名

令和5年度は、「出口を想定した商品開発」「売れる商品の商品開発」「売れる仕組みづくり」販路開拓を目指している方のためのセミナー&個別相談会を開催した。

- テーマ：「販路を見据えての売れる商品開発」
- 講師：松永 千代蔵氏
- 日時：令和5年8月18日（金）10:30～12:00
- 場所：公益財団法人くまもと産業支援財団 総合学習室
- 内容：「1. 顧客、販売先の明確化（ストーリー性、化粧）
「2. 6次産業化での落とし穴」.
「3. 6次産業化 事業所様向けの事前アンケート調査」
「4. 夢を現実化するための目標設定」
「5. 食の安心・安全とは？」
「6. 一次製品のブランド化→加工品の優位性」
「7. 商品動向、トレンド（開発・キーワード）」
「8. プライスラインの重要性（売上・収益のUP）」
「9. 化粧の重要性」
「10. 開発での課題」
「11. 販売での課題」
「12. 6次化の単独展開は小規模直販が原則」
- 出席者：14名

3 中小企業者等に対する助成金の交付（A 事業①）

コーディネーターからの助言による商品のブラッシュアップを図り、必要に応じて助成金を活用し商品力を高め、完成度を向上させ売れる商品に導いていく。「熊本ならではの売れる商品づくり」として商品育成できる可能性を秘めた商品開発の取組に対して、費用の助成を行った。

〈令和4年度助成金〉

○助成金名称：令和4年度バイヤー伴走による食品開発力向上事業
「売れるモノづくりブランディング支援事業助成金」

○募集期間：令和4年7月25日～8月12日

〈審査会〉

○日 時：令和4年8月22日（月）13：00～17：00

○場 所：公益財団法人くまもと産業支援財団 総合学習室

○審査：5件

○採択実績：3件900千円（1/2以内 上限額300千円）

○採 択 者：

	助成事業者名	助成内容
①	肥後製油株式会社	・「九州産及び国産菜種を使用した機能性のある食用油のブランディング」 「商品：弁蔵」
②	ジンジベル	・「ほんきのしょうが糖」の新パッケージ商品開発 ・「ほんきのしょうが糖」「ほんきのしょうがおなかクッキー」とあわせたブランディング
③	肥後はとむぎ会 日月亭	・はとむぎパフ新商品の開発 ・薏苡仁糖のブランディング

〈令和5年度助成金〉

○助成金名称：令和5年度バイヤー伴走による食品開発力向上事業
「売れるモノづくりブランディング支援事業助成金」

○募集期間：令和5年7月20日～8月23日

〈審査会〉

○日 時：令和5年8月30日（水）10：00～17：00

○場 所：公益財団法人くまもと産業支援財団 総合学習室

○審査：9件

○採 択 実 績：９件２,０００千円（１/２以内 上限額３００千円）

○採 択 者：

	助成事業者名	助成内容
④	有限会社原田食品製造所	地域素材「米」を活用した麴、甘酒加工品の開発
⑤	合同会社球磨川アーティザンズ	地域素材「球磨栗」を活用した焼き菓子の開発
⑥	有限会社日本料理原口	熊本県伝統野菜「水前寺菜」の認知度向上を図るための新商品開発事業
⑦	九州ベジパウダー株式会社	野菜パウダーを使用した「野菜チョコ」の開発
⑧	ジンジベル	地域素材「生姜」を活用した自社商品「ほんきのしょうが糖」の袋印刷商品と味違い商品開発
⑨	健幸一番楽らく農園	自然栽培米を使用した３種の玄米ステックのブラッシュアップ
⑩	株式会社いずみ	地域の農産物を使用し、ドイツへの輸出を目的とした柚子こしょうの開発
⑪	有限会社吉原食品	熊本県産素材を活かした「熊本キムチ」の開発とブランディング
⑫	エシカルプロダクツ株式会社	地域素材「甘夏の花」を活用した花シロップの開発

4 バイヤーによる個別商談会の開催（A 事業②）

<令和4年度>

〈肥後製油株式会社〉商品：弁蔵

○令和5年3月2日くまもとの物産商談会に参加 2社との商談

- ・亀井通産
- ・油屋本店

○令和5年3月7日～10日「FOODEX JAPAN2023」出展による商談
420件の名刺交換、80社への見積書、商談を実施。

〈ジンジベル〉商品：ほんきのしょうが糖、ほんきのしょうがおなかクッキー

○令和4年9月 紀ノ国屋、信濃屋 バイヤーに紹介 2社

○令和5年3月2日くまもとの物産商談会に参加 4社との商談

- ・首都圏スーパー(株)Mong Teng
- ・首都圏スーパー東京都三浦屋
- ・高速広川サービスエリア
- ・高速長崎売店

○ウェルシアプラス大野城若松店 4月6日オープン。松永氏の提案により「九州おやつコーナー」を設置。ジンジベル「ほんきのしょうが糖」「ほんきのしょうがおなかクッキー」が採用となった。



「ほんきのしょうがおなかクッキー」

「ほんきのしょうが糖」

〈肥後とはむぎ会 日月亭〉商品：薏苡仁糖 はとむぎパフ

○令和4年12月 裏千家通信販売ミリエーム バイヤーに商談

○令和5年3月 細川忠興公が築城した小倉城への商談。

＜令和４年度実施した結果生まれた新たな課題等＞

バイヤーによる商品開発伴走支援事業のスタートとしてセミナー＆個別相談会を開催した。食品関連業者は１４社が参加したが助成金審査会については５社の参加と少なくまた審査結果はさらに３件と目標を大幅に下回った。

- ・コロナ過でセミナーに参加できなかった方もあった。
- ・商品開発の時期、タイミングが合わなかった。
- ・条件が合わなかった（助成金の金額が足りない。展示会出展費用等）
- ・バイヤーが最終目的の販路まで導く事が前提の為、厳しい審査を実施した。

熊本の食料品製造業の新製品開発は少なく、さらに自社都合の考えが強く、自社の都合に合わせてくれる事を優先しがちな傾向が見える。変化が激しい市場ニーズをいかに掴むかは当然なことではあるなか、商品開発には前向きで優れているものの「経営指標、生産体制、生産量、衛生面」など基本的部分の課題が見受けられた。いかに良い商品が作られバイヤーに認められても、生産量、納期、物流システム、衛生面に対して向き合う姿勢がなければ意味のないものになってしまう。

取組みは３企業の成果、ドラッグストアとの取組等大きな成果に結びついたが、この事業をもっと広く、多くの方に知って頂くことが出来ればさらに支援が広がると言える。

＜令和５年度＞

〈ジンジベル〉商品：ほんきのしょうが糖３品

- ドラッグストアに商談。６月新店開設より３品導入決定
- 令和６年２月くまもとの物産商談会に参加

〈合同会社球磨川アーティザンズ〉商品：栗入りフィナンシェ

- 紀ノ国屋バイヤーと商談。今期秋、栗収穫期の採用を検討。

〈有限会社原田食品製造所〉商品：あまざけつるん２品

- 令和６年２月くまもとの物産商談会に参加

〈健幸一番楽らく農園〉商品：３種の玄米スナック、玄米ポンせん

- 天草道の駅、既存取引企業と商談

〈エシカルプロダクツ株式会社〉商品：草花蜜

- 令和６年２月くまもとの物産商談会に参加

<令和5年度実施した結果生まれた新たな課題等>

① 交付決定額と交付確定額に大きな差が生じた。

要因として、事業者の思い、計画と実際の対応、実務に大きな差があったことがあるが、1回の審査会でそこまでの把握は出来なかった。事前のヒヤリング、個別相談会の時間を増やすなどの対応が必要と思料する。

② バイヤーによる商品開発伴走支援事業のスタートとしてセミナー&個別相談会を開催した。

- ・セミナーへの参加企業は9社が参加（9社中7社が審査会に参加）
- ・個別相談には6社が参加（6社中5社が審査会に参加）
- ・セミナー、個別相談会両方に参加は5社（5社が審査会に参加）
- ・セミナー、個別相談会両方に参加せず審査会に2社参加

なお、個別相談会枠が最大6枠で先着順とさせてもらったことはあるものの、各社の意識の差がこうした数字からも感じられた。

・結果、応募した全社の採択となったものの、9月～1月末、5ヶ月の伴走支援で限られた時間での対応で計画性をしっかりとった企業とそうでない企業の差が感じられた。特に商品開発には前向きではあるが、「経営指標、生産工程、衛生面」など基本部分がまったく理解されていない課題が令和4年度同様に見受けられ、まだまだこうした支援を要する企業が潜在的に多いのではないかと考えられた。

・一方、令和4年度のバイヤー伴走で取り組んだ肥後製油株式会社様「弁蔵」の取組で堺谷氏が依頼したデザイナー荒巻氏と写真家小田崎氏による商品パッケージデザイン、ポスター、小冊子が有効に活用されており、新規取引、販路拡大さらに売上増に結び付いている。

一番は企業の商品開発に対する思いと計画、ビジョンがしっかりしていること。二番目に商品力の高さ（バイヤー伴走の重要なひとつと言える）。三番目に来るのが商品に見合った適正売価と円滑なる物流システムの構築。四番目がプロモーションであり、この部分が荒巻氏と小田崎氏の力によって作られたものでありその出来栄えがしっかりと貢献していると判断する。令和5年度においては、有限会社原田食品製造「あまぎけつるん2品」で再度荒巻氏、小田崎氏で商品パッケージデザイン、ポスター作成に取り組んでもらったが、成果を見ても、プロモーションとしての活用が十分に期待できる。

- ・2年間のバイヤー伴走支援を通じて、この「プロモーション」まで到達させることが重要であることがわかった。ここは一番のポイントだと言えるが、その為には「しっかりとした企業の計画とビジョン」「予算的余裕、時間的余裕」が必要。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

	目標内容	R4実績	R5実績	合計	達成度
1	商品化件数 ① 令和4年度 6件 ② 令和5年度 6件	5件	13件	18件	150%
2	令和5年度終了後 ① 事業化件数 5件 ② 商品群の構成件数 5件	3件 3件	9件 3件	12件 6件	240% 120%

※商品化件数 18件

R4 「初代弁蔵」「ばふこ3品」「ほんきのしょうが糖」

R5 「あまざけつるん2品」「ほんきのしょうが糖3品」

「玄米スナック、玄米ポンせん」「栗のフィナンシェ」「水前寺な」「べじいろ」

「隠れ里の柚子こしょう」「くまもとキムチ」「草花蜜」

※事業化件数 12件

※商品群件数 6件「あまざけつるん2品」「ほんきのしょうが糖3品」

「玄米スナック、玄米ポンせん」

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

今回の取組はマーケットニーズを掴み、実際に商品開発を手掛けてきた専門家・バイヤーと連携を組み、出口側からの新製品開発支援に取り組むもので、結果的にバイヤーからも高評価を得ることができたと判断する。限られた時間の中でまだまだ改善すべき点は見受けられ、深化すべきと考える。

堺谷氏による紀ノ国屋、信濃屋、関東圏高級スーパー、松永氏によるドラッグストア、県内道の駅、県内スーパーへの対応。さらに松永氏はくまモンポート&フンドーダイアンテナショップ「出町久屋」でのインバウンド検証も実施予定としている。販路拡大支援は二人の食品開発コーディネーターがこれからもその都度において深化をさせながら紹介とアプローチを行い、販路拡大、売上増加に結びつけ成果に結び付けていく。

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。