

コロナに負けるな！ 中小企業販路拡大ステップアップ応援事業

2022年4月～2023年3月実施予定 (公財) 大分県産業創造機構

【課題】

□従来からの研究開発や新規参入支援に加え、令和2年度よりA事業として販路拡大支援事業を実施中だが、セミナーや展示商談会ごとに参加可否を検討している企業の対応では、一過性の対応で終わり、次につながる取り組みとして、定着しにくい状況がある。



【目的】

□この状況を打開するために、企業が年間を通じた販路拡大の戦略を立てやすい支援メニューを構築する。企業が販路拡大についてPDCAサイクルを回しながら、必要な最適な形で商談成立に結び付くような支援を実施する。



【都道府県の施策との連携・親和性】

県産品のブランド化と販路開拓・拡大への取り組みとして、大都市圏への販路開拓・拡大、定番化を目標にしている。商品改良に対する支援体制を整えている。

年間で開催される展示商談会やセミナー等への参加を通年で計画し、必要な準備を行いながら、商談成約率をアップさせる。

計画立案の中で参加を見合わせたもの



今年度の販路拡大計画の立案 (中小企業)

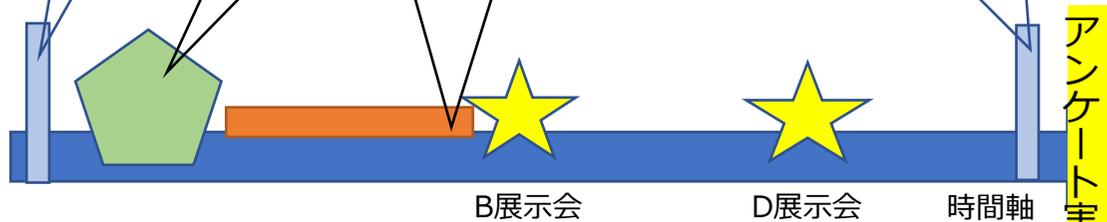
- ・ 予算
- ・ ターゲット層 (選択～確定)
- ・ セミナーや展示・商談会の選定
- ・ 事前準備 (情報収集、人的ネットワーク構築、SNS戦略など)
- ・ 商品改良等の準備

など

販路関連のセミナーや研修の受講

- ・ 今年度の販路拡大計画PDCAサイクルの振り返りの実施
- ・ 展示商談会での商談件数、成約件数の照会。

商品改良等実施期間



【成果目標】

- 直接的成果目標：
 - ・ 販路拡大に関する事業計画書 (任意様式) 完成。
 - 計画達成率60% (10社)
 - セミナー受講、商品改良等の支援の内容を受けて、2者以上との商談成立。
 - ・ 出展商品に対して、8件以上の商談依頼 (成立・見込含む)。
- 間接的成果目標：
 - ・ 一貫した支援方法による効果の明確化



【波及効果】

□計画性のある販路拡大を行うことで、生産計画や人員配置など、企業自身、仕入先等にも計画を立てやすい状況が生まれる。県内で展示商談会の経験がない企業の新規参入を促すきっかけにもなる。



【将来の支援目標】

□単発の販路拡大支援と、本事業による一貫通貫支援の成果目標の達成度、企業の支援に対する評価をアンケート等で分析する。その結果、本事業の支援モデルに優位性があると判断できた場合は、令和5年度のA事業に反映させると共に、当機構の販路拡大メニューとして体制づくりをする。