

(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。

B事業 ポストコロナ時代も伸びゆく かがわの地域資源販路拡大支援事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

本県の中小企業者が製造する地域の資源を活用した商品は、高品質な商品特性を有しているものの、大都市圏での認知度は讃岐うどんほど高くなく、販路が県内の狭域に留まり、全国展開まで至らないケースが多い。そのため、中小企業者の販路拡大に対する関心は高く、当財団への相談内容でも上位に挙がっている。

中小企業庁の調査によると、中小企業者が抱える販路開拓における課題として、自社の強みを活かす市場の調査や、市場の把握、販売チャネルの確保を多くの企業が回答しており、本県の中小企業者についてもこれらの課題を有する企業が多いものと考えられる。

上記の課題として挙げられている「市場の調査や把握」は、ターゲット顧客の明確化につながることから商品の販路拡大にとって重要であるが、新型コロナウイルス感染症が世界規模で拡大したことにより、人・物の移動が制限され、それに伴い人々の消費行動もコロナ禍前の状況から大きく変動しており、商品のトレンドや購入方法にも変化が見られる。

そこで、コロナ禍を経て、今後売れる商品は何か、そして、自社の強みを活かせる市場・ターゲット顧客をどこに設定するかを中小企業者に考える機会を提供することで、それぞれの商品に合致するターゲット顧客を明確にするとともに、全国展開ができる販路の構築を支援することを目的とする。

【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〉】

○「トークセッション～コロナ禍を経て・・・次の風を読む～」の開催

1. 実施内容・実績

大都市圏の消費者への販路を持つ専門家を講師に迎え、地域の資源を活用した商品に対する消費者ニーズの動向や、コロナ禍以降の消費トレンドの変化を踏まえ、今後売れる商品として何が考えられるかをテーマとしたトークセッションを開催。

- ・ 日 時：令和5年7月7日（金）14：00～16：00
- ・ 会 場：香川産業頭脳化センタービル2階一般研修室
- ・ 参加者：17名



○マーケティングに主眼を置いた関西圏都市部における試験販売の実施

1. 実施内容・実績

消費者が多い関西圏都市部において、地域の資源を活用した商品のマーケティングを目的とした試験販売を行う。事業の実施に当たっては、バイヤーとしての視点を持ちつつ実店舗での試験販売、そして、適切なフィードバックができる専門家にサポート業務を委託して実施した。

〔募集期間〕 6月13日～7月14日

〔対象商品〕 県内中小企業者のうち、香川の地域性を生かした一般消費者向けの自社の商品で、「食品・酒類・飲料」、「香川県伝統的工芸品」、「地場産業製品」が対象。※一次産品は、除く

〔審 査〕 書類審査…7月19日～7月31日、協議…7月31日

〔採 択 数〕 5者程度（応募事業者8事業者の内、参加事業者5事業者）

・試験販売に関する事前説明会・個別相談会

日 時：令和5年8月28日（金）13：30～17：00

（13：30～15：00 講演、事前説明 / 15：20～17：00 個別相談会）

会 場：香川産業頭脳化センタービル2階 一般研修室



講演「売れる商品づくり&販路開拓」、試験販売に関する事前説明

・関西圏都市部での試験販売

期 間：令和5年10月1日から令和5年10月31日の間

場 所：きしな屋大阪せんば店（大阪府中央区南久宝寺1-9-8 ダイキビル1階）

参加事業者、出品商品

	事業者名	出品商品
1	株式会社安岐水産	<ul style="list-style-type: none"> ・さぬき蛸といりこの瀬戸内アヒージョ ・さばのソテー・トマトソースキット ・ぶりのソテー・麻辣ソースキット
2	株式会社藤井製麺	<ul style="list-style-type: none"> ・包丁切りさぬき半生うどん3人前つゆ付 ・UDON AGETAN（塩） ・UDON AGETAN（甘） ・UDON AGETAN（さぬき和風カレー）
3	松熊工業株式会社	<ul style="list-style-type: none"> ・マルベリージュース（濃縮タイプ） ・マルベリージャム
4	丸島醤油株式会社	<ul style="list-style-type: none"> ・搾りたて醤油を楽しむ「ぼ樽」もろみ搾りセット
5	株式会社八栗	<ul style="list-style-type: none"> ・中華おこわ ・鯛おこわ ・鮭おこわ

・試験販売風景



・アンケートによる意見（抜粋）

- ・UDON AGETAN（塩）：パッケージの素材も良く、内容量も丁度良いので買いやすかった。
- ・鯛 お こ わ：おこわの水分量にバラツキがある。鯛は非常においしかった。
- ・マルベリージュース：甘すぎず飲みやすかった。桑の実が珍しい。年中使えるので良い。

・試験販売後のフィードバック

参加事業者と専門家 岸菜 賢一氏とをリモートで繋ぎ、売り上げや商品購入者によるアンケート調査等に基づいて、パッケージデザイン等の改良や商品のリブランディングなど、今後の商品展開について助言を行った。

- ・日 時：令和5年12月11日（月）13：00～17：00 ※1者あたり40分程
- ・場 所：各事務所（リモートにて実施）
- ・参加事業者：株式会社藤井製麺、松熊工業株式会社、丸島醤油株式会社、株式会社八栗
※株式会社安岐水産は不参加のため別途対応。



2. 実施した結果生まれた新たな課題等

- ・試験販売期間が1か月間と短かったため、アンケートの回収が19枚に留まった。リピート客の再来のペースを考え、少なくとも2か月は販売期間が必要であることが分かった。
- ・A事業②で実施した「かがわ魅力発見事業 新商品・ブランド開発プロジェクト」の進捗が遅く、試験販売実施期間までに新商品が完成しなかったため、参加できなかった。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

- ・トークセッションのアンケートでの満足度は70%（5段階評価のうち「非常に満足」「満足」を集計）、役立つ話があったかという問いには「あった」が90%（5段階評価のうち「非常に多かった」「あった」を集計）となった。より実践的な内容としたことで参加者からの評判も良く、今後の参考になるとの意見も寄せられたことから必要とされる内容であったと考える。
- ・専門家からのアドバイスを受け、試験販売に参加した事業者からは、パッケージデザインの改良や商品のリブランディングを検討するという前向きな回答が多く見られた。なお、本事業に対する肯定的評価は、5者の内「普通」が2者、「良い」が3者となった。
- ・本事業の目標は、令和6年度内に県外バイヤー等と各参加事業者の新規取引が2件以上成立することとしているため、今後も参加事業者との連絡を密にし、商品改良、ブランディング、新商品開発への取組に対する助成事業の紹介やコーディネーターによる相談対応等により支援を推進していくこととする。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

販路拡大を望む中小企業者を支援するためには、販路拡大や営業力強化に繋がるセミナー等の開催や大型展示会への出展などを専門的な視点で様々な角度からきめ細やかに支援していくことが必要であると考えます。令和5年度の取組みをベースに、令和6年度以降もより効果的な支援になるよう内容を充実させながら継続することによって販路拡大に繋がる支援事業のノウハウの蓄積もできる。予算面での問題がクリアできれば、令和6年度以降も継続実施できないか検討していく。

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。