

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】

助成事業のテーマ名：「いしかわ中小企業成長戦略促進等支援事業」 [A事業②]

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

いしかわブランディング（商品企画・販路開拓）支援事業の実施

市場の成熟や新型コロナウイルス感染により生活環境や行動様式に変化が生じ、ものづくり事業者を取り巻く市場環境が大きく変化しています。こうした市場環境の変化とそれに対応した商品開発が求められます。

また、少子高齢化、人口減少に伴い、国内市場が縮小になっており、海外も見据えた販路開拓の取組が必要になります。

このような背景に対応するには、県内ものづくり企業等がブランディングを意識した商品企画力向上、持続的に売れる商品を生み出し PR し、ひいては新事業展開、国内外の販路開拓を支援するために、

- 1 商品企画・開発、マーケティング、販路開拓等の専門家による講座及び伴走型支援
- 2 国内外バイヤー等が集う展示商談会参加及びバイヤーのニーズに応じた個別商談会を実施し、よりブランド力のある商品を多く創出させ、石川の魅力を発信する。

具体的内容として、

- 1 商品企画・開発、マーケティング、販路開拓等の専門家による講座や伴走支援といった2つのプログラムを実施する。

講座「Session 石川」では自社の技術と顧客ニーズがマッチする新商品の企画力向上を目的としたワークショップ形式の講座により商品開発を行う上で必要な力を身に付ける。

伴走支援「イシカワクラフト」では伝統産業事業者等1社につき一人の専門家によって既存商品の改良や販路開拓等のスキルとノウハウを身に付ける。

- 2 国内外バイヤーが集う展示商談会の参加では、首都圏で開催される国内最大規模の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」等へ出展し、県内中小企業等が開発した新製品等をPR・商談を行い、国内外の販路開拓を促進する事業を実施する。

また、県内においても国内外に商圏を持つ首都圏等のバイヤーを招聘し、ニーズに応じたテーマ・コンセプトを設けた効率的な採用を目指す商談会を実施する。

令和2年から5年度にかけて実施した、助成事業や参加型支援プログラムにおいて開発・商品化した事業者を参加させ販路開拓を支援する。

<目 標>

いしかわブランディング（商品企画・販路開拓）支援事業の実施

- 1 商品企画・開発、マーケティング、販路開拓等の専門家による講座及び伴走型支援

専門家による講座と伴走支援では、年間で20社程度の受講を目指し、ブランディングや商品企画の能力を向上させるとともに、受講終了後には、成長戦略ファンドの助成メニューで支援することで、全ての受講企業が、国内外の市場を見据え、付加価値の高い新商品開発・販売を実施することを目指す。中小企業等の商品企画の事業化率80%以上

2 国内外バイヤー等が集う展示商談会参加及びバイヤーのニーズに応じた個別商談会

国内最大規模の国際見本市「東京インターナショナルギフトショー・LIFE×DESIGN」等において年間、成約件数 150 件 成約金額 50,000 千円を目指す。

バイヤーのニーズに応じた個別商談会において、広く国内外に商圏を持つバイヤーと個別商談会を実施、県内中小企業等の新製品等の販路開拓として、首都圏等のバイヤー 20 社を招聘し、200 件以上の商談を目指す。バイヤー商談による成約社比率 80%以上

【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〉】

1 商品企画・開発、マーケティング、販路開拓等の専門家による講座及び伴走型支援

●商品開発実践プログラム「Session石川」

これまで多様な企業を支援し、広く深い知見を持つ県内美術大学の専門家の金谷勉氏を講師とし、各回テーマの課題に事前に取り組み、講座に参加する他業種企業と共にワークショップ型セミナー「Session石川」を実施。

徹底した現状分析を行いながら、商品イメージ、方向性、自社ブランディングなど商品開発に必要なプロセスをじっくりとどき開発後の販路を見据えた商品企画を練り上げた。

<実施内容・実績>

プログラム概要

講 師：有限会社セメントプロデュースデザイン代表取締役社長 金谷 勉 氏

対 象：新商品の開発を検討している県内の中小事業者（定員 6 社）

内 容：

- ・キックオフセミナー：令和 6 年 6 月 25 日（火） 参加 23 社 25 名
- ・商品開発実践プログラム（全 7 回） 参加 6 社
 - 第 1 回「自己分析」：令和 6 年 8 月 6 日（火）
 - 第 2 回「自社の立ち位置の確認」：令和 6 年 9 月 10 日（火）
 - 第 3 回「SO分析」：令和 6 年 10 月 8 日（火）
 - 第 4 回「コンセプト立案」：令和 6 年 11 月 5 日（火）
 - 第 5 回「事業・商品の企画 1」令和 6 年 12 月 3 日（火）
 - 第 6 回「事業・商品の企画 2」令和 7 年 1 月 10 日（金）
 - 第 7 回「企画プレゼン」：令和 7 年 2 月 7 日（金）
- ・プログラム後のフォロー：令和 7 年 3 月 18 日（火） 参加 5 社
- ・成果発表「東京インターナショナルギフトショー春」出展 参加 4 社

成 果：令和 6 度は 6 社が参加し、自社分析から商品企画までの知識、手法を身に付けた。うち 3 社が試作品を開発、今後も金谷氏のフォローアップを受けながら、令和 7 年度成長戦略ファンド事業助成金の申請も検討しながら商品開発に取り組む。また、過去の受講者を含む Session 石川事業の成果発表として、東京インターナショナルギフトショー春において、セメントプロデュースデザインが出展する Session 集合ブースに 4 社が参加し、来場バイヤーと商談を行った。

●伝統産業市場変化対応事業「イシカワクラフト」

伝統工芸のもののづくりを行う事業者を対象に、生活環境や行動様式により大きく変化する市場環境において、新たな感性を取り入れた「付加価値の高い商品開発」や「ブランド力の向上」等に取り組むため、ワークセミナーや専門家による伴走支援、展示会出展等を支援し、今後の商機を見据えた商品開発及び販路開拓の支援を目的に実施。

<実施内容・実績>

プログラム概要

専門家：株式会社ClutureGenerationJapan 代表取締役 堀田 卓哉 氏
o-lab inc 代表取締役 綾 利浩 氏
所以ブランドデザイン 代表 形山 佳之 氏
株式会社ClutureGenerationJapan プロジェクトマネージャー 志村 聡子 氏
株式会社Showyou 代表取締役 久野 真嗣 氏
PR SHIP 代表 寒河江 麻恵 氏

対 象：県内で伝統工芸のものづくりを行う事業者 21社

指導コース（主力商品がなく専門家が必要な事業者を対象）参加者：11社

販路拡大コース（主力商品があり、販路開拓が可能な事業者）参加者10社

内 容：

- ・採択事業者向けキックオフセミナー：令和6年7月25日（木） 参加21社
- ・ワークセミナーを3回開催
 - 第1回「商品デザイン・コンセプト」：10月11日（金） 講師：綾氏
 - 第2回「ブランディング」：10月11日（金） 講師：形山氏
 - 第3回「コミュニケーションデザイン」：11月8日（金） 講師：寒河江氏
- ・テストマーケティングを2回実施 15社
 - Onland Store（東京）：11月13日（水）～12月 7日（土）
 - ATELIER JAPAN（京都）：12月12日（木）～ 1月13日（月）
- ・展示会出展・成果発表
 - MONTAGE（東京：科学技術館）：2月12日（水）～14日（金） 5社
 - Kyoto Crafts Exhibition DIALOGUE（ホテル カンラ京都：京都）：3月12日（水）～15日（土） 9社
- ・成果報告会（地場産センター）：3月21日（金）

成 果：令和6年度は21社（新規企業7社）が参加し、「付加価値の高い商品開発」や「ブランド力の向上」等に取り組んだ。

21社のうち15社が東京、京都で実施したテストマーケティングに参加し、14社が東京、京都で開催した展示会に出展する等、商品開発及び販路開拓を積極的に行った。

また、ワークセミナーや専門家による伴走支援を通じ、参加者は商品開発や情報発信等で、販路開拓の強化に繋げた。

【評価（計画と比較した目標の達成度）、分析（実施した結果新たに生じた課題、数値の検証等）】※計画より進捗が遅れている場合は、その理由も記載してください。

商品開発実践プログラム「Session石川」は、参加事業者が自社の新商品開発に向けた企画のプレゼンを行うことができた。今回は講座終了後に今後の取組等についてアフターフォローを行い、商品企画をもとに商品化に向けた課題などを洗い出し、今後の方向性について話し合うことができた。

伝統産業市場変化対応事業「イシカワクラフト」では、参加者の課題が多かった、ブランディング、新商品開発、情報発信についてワークセミナーを3回開催し、専門家及び参加者同士で情報共有した。

また、東京、京都で実施したテストマーケティング及び展示会の出展を通じ、生活環境や行動様式により大きく変化する市場環境への調査及び販路開拓を行った。

これらの取り組みにより、受注金額や新規バイヤーとの交渉が増えたとの声と共に、新しい課題解決に向け複数の専門家による集中指導を行ってほしいとの要望もあった。

【今後の進め方（波及効果を含めて）をどうするのか】

商品開発実践プログラム「Session石川」参加5社においては、実現化に向けて成長戦略ファンド助成金の活用、専門家派遣事業、販路開拓支援において関係部署と連携しフォロー

していく。

伝統産業市場変化対応事業「イシカワクラフト」においては、複数の専門家による集中指導を強化していくと共に、成長戦略ファンド助成金、専門家派遣事業等を活用し、より成果を上げていく。

2 国内外バイヤー等が集う展示商談会参加及びバイヤーのニーズに応じた個別商談会

●国内最大規模の国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー」出展

県内中小企業が開発した新商品等のPRや販路開拓を促進し、中小企業の安定成長を図ることを目的として、国内最大級の展示会「インターナショナルギフトショー・LIFE×DESIGN」へ出展。

出展者に対して、事前の出展者セミナーやディスプレイ指導を通じて新規取引先の獲得、既存顧客への既存品および新製品の紹介及び展示会出展のノウハウなどを指導した。

<実施内容・実績>

プログラム概要

展示会名：「東京インターナショナルギフトショー秋・LIFE×DESIGN」

場 所：東京ビックサイト西展示棟

出 展 者：27社

商談件数：574件

成約件数：159件

成 約 率：27.7%

成約金額：48,155千円

成約金額/件：302千円

●テーマ別バイヤー招聘型商談会事業

県内中小企業が成長戦略ファンド（旧いしかわ中小企業チャレンジ支援ファンド）等支援策を活用して開発した新製品等に対し、首都圏等のバイヤーと効率的な採用を目指し、テーマ・コンセプトを設定した商談会を設け、販路開拓や商品開発・改良に繋がった。

<実施内容・実績>

バイヤー招聘数：22社

主なバイヤー：(株)大丸松坂屋百貨店、(株)京阪百貨店、(株)カワ・コーポレーション、(株)こだわりのや、(株)ANAケータリングサービス、(株)ビームス、(株)そごう・西武ほか

商談件数：117件

成約件数：16件

成 約 率：13.6%

成約金額：33,578千円

成約金額/件：2,098千円

【評価（計画と比較した目標の達成度）、分析（実施した結果新たに生じた課題、数値の検証等）】※計画より進捗が遅れている場合は、その理由も記載してください。

インターナショナル・ギフト・ショー等への出展事業については、令和6年度は来場者数はコロナ前と比較して少なくなっているものの、商談件数は約574件で、そのうち約27割が成約し（3月末時点）、成約件数は目標（150件）に達成できた。成約金額は4,800万円を超えと目標（50,000千円）に近い数字を達成することができた。

出展者（特に新規出展事業者）に対して、事前の出展者セミナーやディスプレイ指導を実施することでより成果が出たとみられる。

テーマ別バイヤー招聘型商談会事業は、22社のバイヤーを招聘し、117件の商談を行った。うち、成約件数及び金額は、16件で33,578千円となった。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

インターナショナルギフトショー出展事業は、出展者（特に新規出展事業者）に対して、事前のセミナーやディスプレイ指導を実施することにより一定の成果がでている。

今後も展示会に出展し、首都圏等への販路開拓を支援していくとともに、より魅力的に出展商品をPRするため、空間デザイン専門家監修のブース設計でバイヤーの集客力アップに努めていく。

テーマ別バイヤー招聘型商談会では、百貨店や専門小売店舗販売で採用されており、参加事業者は採用先（招聘バイヤー企業）との繋がりを強みに、販路開拓のツールとして活用することで、更なる販路開拓の達成に向けてフォローする。商談中の事業者については、進捗状況など引き続きフォローしていく。