

(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. バイヤー等による商品開発・プロモーション力強化に向けた伴走支援（A事業②）
2. マーケット・ニーズ/プロモーション力向上セミナーの開催（A事業②）
3. バイヤーによる個別商談の開催（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。加えて、プロモーション力の向上を目的とした取組を実施。コーディネーター（バイヤー）が伴走支援する商品開発案件に、プロモーション力に定評のある専門家（ライター、写真家を想定）が、商品の魅力を最大限に引き出すことでのプロモーション支援をてこ入れしていくことで、出口側からの新商品開発支援をさらに実効あるものに押し上げていく。

・課題認識

これまで、県内食品関連事業者が、バイヤーが伴走することで自らマーケットニーズを把握し、商品開発を行えるようになること、また、出口側からの商品開発を目指してきたところである。商品力、ブランド力、生産量、物流システムなどに着目してきたが、プロモーション力向上までには支援が至っていなかったのが実情である。

・方向性

熊本は、TSMCの立地やJRの路線見直しなどによる国内外からの来熊者の益々の増加が予想されている。県内食品関連事業者にとり、プロモーション力を強化することは売上拡大の好機につながる。

また、恒常的な資金不足・マンパワー不足の対応が課題となっている当財団としても、これまで培ってきたハンズオン支援のノウハウや各支援機関との連携、出口に明るいバイヤーや専門家の支援にさらにプロモーション力の支援も併せることで、商品開発の企画から出口に至るまでのトータル支援をさらに厚く推進する。

・目標

・将来の支援目標：

本事業の成果を受けて創出された「自発的な商品企画を継続してでき、かつプロモーション力を強化した熊本県企業」への将来の支援目標は以下の通り。

- ・商品企画件数10件／年、
- ・支援事業を通じ創出された成約件数 5件／年

である。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、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ともに、熊本県内の食品製造業の商品開発力、特にプロモーション力の強化を図り、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 5件
2	令和6年度終了後 ① 事業化件数 5件 ② プロモーション力向上支援件数 5件

・事業実施計画

1 バイヤー等による商品開発・プロモーション力強化に向けた伴走支援（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に迎え、プロモーション支援に定評のあるライターや写真家等の専門家と連携し、出口を見据え開発した商品のプロモーションに注力した伴走支援を行う。また、付加価値向上のための成分分析に関する専門家と連携する。なお、支援にあたっては「無形資産可視化ツール」を活用することを想定している。

2 マーケット・ニーズ/プロモーション力向上セミナーの開催（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把握や、事業者のプロモーション力強化に資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や、プロモーション力向上に向けた意識の醸成を図る。1～2回/年、定員15名を想定。

3 バイヤーによる個別商談の開催（A事業②）

1、2の支援を受けた食品関連事業者を始めとした、商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。

【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 バイヤー等による商品開発・プロモーション力強化に向けた伴走支援（A事業②）

・コーディネーター 松永様（販路開拓、商品開発） 6回

	活動日	支援企業	内容
1	09月10日	彩美堂	ココロミクサ RG プロモーション
2	09月13日	日豊食品工業株式会社	台湾市場用「かき氷」商品開発
3	10月18日	寅屋	きなこクッキー商品開発
4	11月26日	日豊食品工業株式会社	台湾市場用「かき氷」商品開発
5	12月18日	日豊食品工業株式会社	パッケージ最終
6	01月20日	一休本舗	熊本産お米を使用して甘酒わらび餅
7	02月04日	一休本舗	甘酒わらび餅試作品完成

① 一休本舗

○活動回数：2回

○実施内容：熊本県産のお米、くまさんの輝きを使用した和菓子の商品開発

〈進捗状況〉

○ くまさんの輝きを使用した甘酒わらび餅（きな粉、抹茶）2品完成

○ 販売価格600円（税抜）

○ 県内イベントでの販売を実施。

○ 温暖化、お米生産量低下の影響もあり、くまさんの輝き自体が不足、仕入れが難しくなり、原料確保、仕入れ価格の課題が発生している。

② 日豊食品工業株式会社

○活動回数：3回

○実施内容：台湾市場用かき氷抹茶味（袋入り）の商品開発

○ INPIT 熊本県知財総合支援による商標内容相談を実施

〈進捗状況〉

○ 台湾用としてデザイン、栄養成分分析、商標含めての確認を実施した。

○ 商品は完成



一休本舗様

日豊食品工業様

・コーディネーター 堺谷様（商品開発、プロモーション）20回

	活動日	支援企業	内容
1	08月27日	ジンジベル①	おなかクッキー商品開発
2	08月27日	株式会社健成園①	パッケージデザイン
3	08月28日	日本料理原口①	水前寺なプロモーション
4	09月17日	日本料理原口②	水前寺なプロモーション
5	09月17日	株式会社健成園②	パッケージデザイン
6	09月18日	健幸一番楽らく農園①	玄米ステックプロモーション
7	09月19日	ジンジベル②	おなかクッキー商品開発
8	09月30日	阿蘇自然の恵み総本舗①	菊芋入り玄米クッキー商品開発&プロモーション
9	11月28日	健幸一番楽らく農園②	玄米ステック、米粉使用麺
10	11月28日	阿蘇自然の恵み総本舗②	菊芋入り玄米クッキー
11	11月28日	肥後製油①	弁蔵、トマト&菜種油
12	11月29日	ジンジベル③	おなかクッキー商品開発
13	01月28日	日本料理おくむら	水前寺海苔・サクランを使用した梅酒、おかき
14	01月28日	ジンジベル	おなかクッキー3品パッケージ確認。販路
15	01月29日	健幸一番楽らく農園	玄米ステック販路、米粉麺試作品
16	01月30日	ほぐっちゃん	焼芋、干し芋、商品開発アドバイス
17	02月18日	健幸一番楽らく農園	米粉麺商品開発
18	02月18日	ジンジベル	おなかクッキー3品販路、製造相談
19	02月20日	アルフレッサ展示会	ジンジベル、肥後はとむぎ会、阿蘇自然の恵み総
20	02月21日	日本百貨店本店、東京駅	ジンジベル商品売場

③ ジンジベル

○活動回数：5回

○実施内容：おなかクッキー3品 商品開発&プロモーション

〈進捗状況〉

- ほんきのしょうが おなかクッキー ジョグパック・沖縄黒糖・天草レモン完成
- ウェルシアプラス 11店舗にて採用予定
- 日本百貨店。ジョブパック採用



秋葉原本店

東京駅構内 B1 とうきょう店

④ 株式会社健成園

- 活動回数：2回（堺谷様） 2回（荒巻様）
- 実施内容：自社商品パッケージデザインに関するアドバイス
新製品「つきのよもちャシリーズ」WEB ライディングページ作成

〈進捗状況〉

- つきのよもちャシリーズ4品に着手し3品が完成。瞬の茶（ラズベリーリーフ）が未完成。ラズベリーリーフの加工方法が完成次第販売開始予定
- 「つきのよもちャ」WEB ライディングページ 荒巻デザイナーが対応
- WEB ライディングページに使用する写真を小田崎様が撮影

・デザイナー 荒巻様 3回

	活動日	支援企業	内容
1	09月17日	日本料理原口	水前寺なプロモーション
2	09月17日	株式会社健成園	パッケージデザイン
3	11月12日	株式会社健成園	ホームページプロモーション



健成園「つきのよもちャシリーズ」

⑤ 日本料理原口様

○活動回数：2回（堺谷様） 1回（荒巻様）

○実施内容：「水前寺な」のプロモーション支援
肥後野菜の商品開発

〈進捗状況〉

- ひご野菜細巻寿司の完成
- ひご野菜細巻寿司 パッケージデザイン作成（荒巻様）
- ひご野菜細巻寿司 10個入り販売開始



2 マーケット・ニーズセミナーの開催（A事業②）

「第1回セミナー&個別相談会 マーケットニーズの変化とプロモーション力強化」を企画したが、台風10号接近によりセミナー開催は中止。個別相談のみをWEBにて開催。

○日時：令和6年8月27日（火）、28日（水）

○場所：公益財団法人くまもと産業支援財団

○内容：ジンジベル：「ほんきのしょうが おなかクッキー」商品開発&プロモーションについて。

株式会社健成園：自社商品「パッケージデザイン」に関する相談

日本料理原口：「水前寺な」のプロモーションに関する相談

「第2回セミナー&写真撮影会」を開催。

- テーマ : 「7年保存食」写真撮影会
- 講師 : 笠 浩一郎様
- 日時 : 令和6年9月25日(水) 14:00~16:00
- 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 : セミナー

- 1) 国内防災食事業
- 2) サステイナブルな社会への取組
- 3) 長期保存「日本食」の海外展開事業
- 4) 日本の名産品の長期保存事業

写真撮影会

11社38品の申込あり。撮影希望商品数(当初20品を予定)を大きく上回った為、写真撮影の必要性。小田崎様の紹介を行い。写真撮影は小田崎事務所にて実施した。

- 出席者 : 21名(32名 講師、事務局含む)



3 バイヤーによる個別商談会の開催 (A事業②)

<令和6年度>

<ジンジベル> 商品: ほんきのしょうがおなかクッキー 3品

○令和7年2月

- ・ウェルシアプラス 3品採用 (供給体制が整う5月を目途に導入予定)
- ・日本百貨店 ほんきのしょうがおなかクッキー ジョブパック採用
沖縄黒糖味、天草レモン (供給体制が整ってから導入予定)

○令和7年3月

- ・紀ノ国屋、信濃屋 バイヤーに紹介 (供給量の交渉中)
- ・熊本県内道の駅、駅、空港等、これまでの取引ルートでの販売を5月より開始

<日豊食品工業株式会社> 商品: 台湾市場用「かき氷」

○令和7年3月

- ・フンドーダイ海外事業部を代理店として台湾受入れ企業を検討中

〈日本料理原口〉商品：ひご野菜細巻寿司

○令和7年3月

- ・水前寺公園成趣園内での販売に関する商談を実施。イベントでの出店は実施したが今後取扱店を募っていく。

〈令和6年度実施した結果生まれた新たな課題等〉

今期のバイヤー伴走支援事業がこれまでの事業と違うところは「プロモーション力向上」「助成金」の2点である。

① プロモーション力向上について

- ・今回12社の支援を行ったが、プロモーション部分での費用発生により前に進めなかった企業は1～2回での個別相談で終了。前に進める企業は積極的に意見を求め、専門家と直に契約を行う事ができた。特にプロモーションについては必要な大切な部分でもあり、自社の責任と資金により取組む方向に導く体制と納得させる必要性を感じた。
- ・プロモーション力強化と言う部分で今回はデザイナー（荒巻様）写真家（小田崎様）商標関連（INPIT 熊本県知財総合支援）の専門家に協力していただいた。デザイナーも向き不向きがあるが、言葉、デザイン、配信、動画等、専門家との繋がりを持つ必要がある。
- ・前期も記載したが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。まだまだこうした支援を要する企業が潜在的に多く必要だと感じる。特に「安心安全」は今後さらに重要と思える。

② 助成金について

- ・「助成金」については前期において十分な活用が出来なかった事もあり、今回は「助成金無し」で支援活動を行なったが、今期取組んだプロモーションや安心安全などは専門家、媒体使用等、経費負担がどうしても必要であり、助成金による支援の必要性を新たに認識した。

【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。

	目標内容	R6実績	達成度
1	商品化件数 5件	10件	200.0%
2	令和6年度終了後		
	① 事業化件数10件/年	7件	70.0%
	② プロモーション力向上支援 件数 5件/年	7件	140.0%

※1: 商品化件数 10件

当財団の支援企業のニーズが一番高い支援項目であることに加え、台湾向けの商品開発支援を令和6年度に開始したことに伴い、台湾への輸出やインバウンド向け商品の開発ニーズを把握。今後も支援ニーズが増加するとみられ、特に台湾向けやインバウンド向けについての新たな支援対応が必要と考えている。

- 日豊食品工業株式会社 台湾市場用「かき氷 抹茶金時味」
- 株式会社一休本舗 「甘酒わらび餅 きな粉」
「甘酒わらび餅 抹茶」
- ジンジベル 「ほんきのしょうがおなかクッキー ジップパック」
「ほんきのしょうがおなかクッキー 沖縄黒糖味」
「ほんきのしょうがおなかクッキー 天草レモン味」
- 株式会社健成園 「つきのよもちゃ 抱の茶」ハニーブッシュー
「つきのよもちゃ 陽の茶」9つのハーブブレンド
「つきのよもちゃ 廻の茶」5つのハーブブレンド
- 日本料理原口 「ひご野菜 細巻寿司」

※2: 事業化件数 7件

商品化件数が着実に伸びることにより、本項目の件数が伸びていくことになる。なお、一例として、世界的な食品原材料の高騰により、材料調達めどが立ちづらいことや、台湾向け商品は輸入時の厳しい食品検査をクリアするための分析に時間を要することなどの課題への対応が必要になり、事業期間中に事業化にこぎつけられなかった商品が数品あるため、課題解決に向け、今後も支援を継続する。

- ジンジベル 「ほんきのしょうがおなかクッキー ジップパック」
「ほんきのしょうがおなかクッキー 沖縄黒糖味」
「ほんきのしょうがおなかクッキー 天草レモン味」
- 株式会社健成園 「つきのよもちゃ 抱の茶」ハニーブッシュー
「つきのよもちゃ 陽の茶」9つのハーブブレンド
「つきのよもちゃ 廻の茶」5つのハーブブレンド
- 日本料理原口 「ひご野菜 細巻寿司」

※3: プロモーション力向上支援件数 7件

事業化された商品と連動する形での支援を実施。目標数を上回る成果となった。今後も、商品化⇒事業化支援の中で、プロモーション力向上を意識した支援を継続していく。

- ジンジベル 「ほんきのしょうがおなかクッキー ジップパック」
「ほんきのしょうがおなかクッキー 沖縄黒糖味」
「ほんきのしょうがおなかクッキー 天草レモン味」

- 株式会社健成園 「つきのよもちゃ 抱の茶」 ハニーブッシュー
「つきのよもちゃ 陽の茶」 9つのハーブブレンド
「つきのよもちゃ 廻の茶」 5つのハーブブレンド
- 日本料理原口 「ひご野菜 細巻寿司」

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

今回の取組を通じ、県内食品関連事業者の「マーケットニーズに対応した商品づくり」や「出口を見据えた商品開発」に「プロモーション力強化」を付加した形での、「バイヤーコーディネーター」と「ライターや写真家等のプロモーション専門家」のチームによる支援が非常に功を奏し、実際に商品7品、が本事業の支援を通じて販売開始され、バイヤーからも高評価を得られるなど、商品の魅力を最大限に引き出すプロモーション力の向上に関して一定の成果を得ることができたと判断する。

この成果は、これまでコーディネーターを務めた堺谷氏、松永氏によるバイヤーのネットワークの広さや信頼性によるところが大きい。両氏がこれまで専門家とともに構築してきたこの支援の仕組みを持続させることが引き続き必要である。例えば堺谷氏による紀ノ国屋、信濃屋、関東圏高級スーパー、松永氏によるウェルシアプラス県内道の駅、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など、国内外に本事業の成果を波及させていくためのネットワークを有しており、今後も活かしていきたい。なお、令和7年度以降は、仕組みを実践し、加速化させることを見据え、両氏がコーディネーターとして所属する九州地域バイオクラスター推進協議会と連携しながらの取組にシフトすることを想定している。

それらに加えて、熊本県はTSMCの進出に伴い、台湾を始めとして海外輸出を新たな成長機会と位置づけており、R6年10月に「食のみやこ推進局」を新設し、県産品の販路拡大や農林畜水産物の高付加価値化や台湾への輸出促進を図っている。当財団も令和6年度に台湾の食市場をターゲットとした支援を開始しているが、本事業で構築した支援の仕組みを本取組にも活かし、相手国のニーズにあった商品開発・販路拡大支援を実施することを考えている。

今後も、販路拡大支援を持続して展開していくため、九州地域バイオクラスター推進協議会と連携し、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の波及に結び付けていく。

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。