

# 全国展開促進事業 2020年4月～2021年3月実施予定 ( (公財) 千葉県産業振興センター)

## 【課題】

・商品開発が完了し、販売を行うステージまで進んだにも拘らず、販路開拓まで至らない。  
→新たな販売先を見つけるための人員、資金及びコネクションが不足している。  
→ブランド力向上にかかる資金や知識も乏しいため、商品ないし企業の認知度が低い。  
→県内の限られた商圈でのみ取り扱うことになり、商品が消費者の目に触れる機会が少ない。

## 【目的】

・商品がより多くの消費者の目に触れる機会を与えるため、都内及び千葉駅周辺の商業施設等に商品の販売スペースを提供する。  
→商品の認知度の向上  
→会期後のフィードバックにより、更なる商品改良等を行い、商品価値を高め、ブランド化を図る

【都道府県の施策との連携・親和性】  
・第4次「ちば中小企業元気戦略」に含まれる「地域資源を活用した新商品開発・事業化等への支援の充実」に充当する。

→企業支援に向けた連携強化  
→支援企業に対し、県施策事業の活用を促し、事業展開を促進する

県内中小企業及び小規模事業者が地域資源を活用して企画・開発した商品をより多くの国内外観光客に周知し、商品の認知度向上及び地域経済活性化につなげるため、県内中小企業等に対し、国内外観光客が集まる首都圏及び千葉駅周辺の商業施設にて販売を行う場を提供する。

## 【主な事業内容】

- ・販売スペース（都内及び千葉駅周辺の商業施設等）の提供
- ・商品に関する調査（ヒアリング等）
- ・調査結果に基づいた今後の商品開発及び販路開拓に関する助言・指導

## 千葉県産業振興センター

⑦調査結果報告に基づく商品改良等のアドバイス

③出店企業募集

⑥調査結果報告

①販売店舗の選定

県内中小企業等

④商品提供

販売店舗

都内及び千葉駅周辺の商業施設  
※販売ターゲット層が異なる販売店舗  
・国内観光客 or 国外観光客  
・平均所得者層 or 高所得者層

②場の確保（店舗内等）

## ⑤販売スペースの提供

- 地域資源を活用した商品を複数陳列することにより、ボリュームを出し、消費者に印象付ける。
- 千葉県コーナーを設け、商品そのもののブランドはもちろん、千葉県の商品としてのブランドも併せて訴求する。
- 消費者に対して、商品に関する調査（ヒアリング等）を行う。

## 【成果目標】

- ・新規取引先増
- ・出店商品の売上増
- ・商品の課題整理（フィードバック）
- ・出店事業者向け満足度調査にて80%以上の満足度を達成

## 【波及効果】

- ・千葉県の土産品及び観光地に対する認知度の向上
- ・新たな販売ターゲット層の開拓
- ・販売総数増加による県内製造拠点の生産量増加及び雇用促進
- ・新商品創出に伴う企業間連携の構築

## 【将来の支援目標】

- ・出店企業に対する商品及びパッケージ改良の助言・指導
- ・販路先及び購買層の選定に関する助言・指導により出店企業の新規販路先の獲得又は販売数量の20%以上の増加を目指す。
- ・商品の売上希望総額の80%以上の売上額を目指す。