

【解決すべき課題】
 (情報発信)
 県・財団が行う各種支援事業の利用者が県内総事業所数の1割にも満たない状況で、課題として下記が明確になった。
 ・支援事業の周知不足
 ・財団の認知度向上

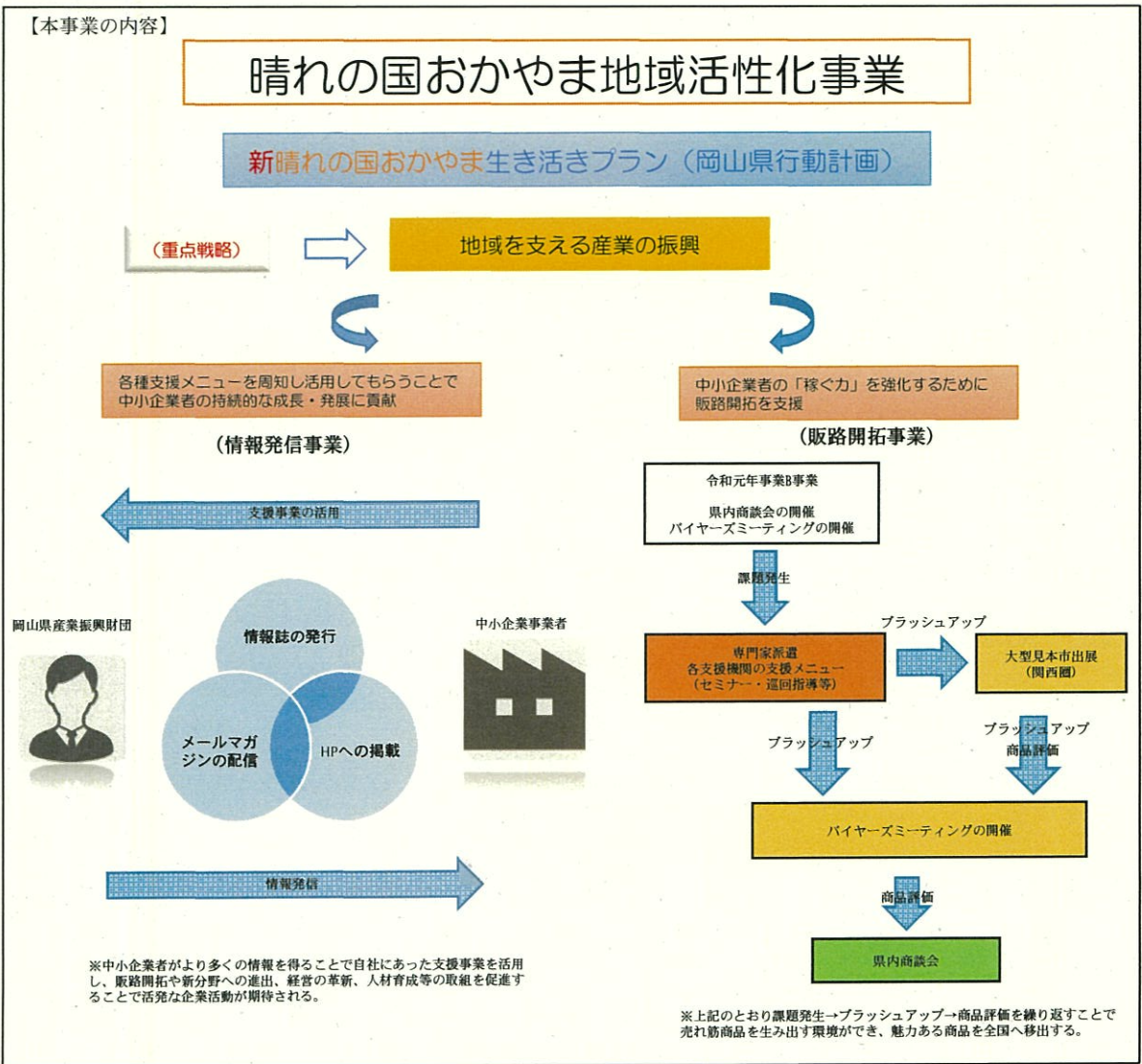
(販路開拓)
 現在までに行ってきた販路開拓支援及び令和元年度B事業で行った商談会の開催により、販路拡大について下記の課題が明らかになった。
 ・販売チャネルの異なるセラーへの集団研修を開催した後の個別課題解決メニュー不足
 ・首都圏バイヤーへの商談後フォローアップ
 ・売れ続ける商品にするための販売戦略を立てていない。
 ・既存商品のブラッシュアップが不十分のため、市場の変化についていけない

【目的】
 (情報発信)
 明らかになった課題である支援事業の周知不足、財団の認知度向上を目的として、様々な事業や県の施策、企業情報等を掲載した情報誌の発行、HPへの掲載、メールマガジンの配信を行う。

(販路開拓)
 本事業においては、ニーズや嗜好に合った商品づくり支援し、売れ筋商品を生み出す環境を整備することを目的として、商談会、バイヤーズミーティング、専門家派遣、大型見本市への出展を行う。
 このように、商品のブラッシュアップ及び商品評価を継続的に行える機会を提供し、それに参加することで課題解決の手法を学び、事業者の自主性を養うことができる

【都道府県の施策との連携・親和性】
 (情報発信)
 県が「新晴れの国おかやま生き活きプラン」を策定している。
 ・重点戦略として「地域を支える産業の振興」を推進

(販路開拓)
 岡山県では、以下の事業を重点施策として取り組んでいる。
 ・首都圏及び関西圏への販路拡大
 ・各支援機関とのプラットフォーム構築
 ・地域資源を活用した商品開発及び改良の促進



【成果目標】
 (情報発信)
 ○直接的成果目標
 ・情報誌、HP、メールマガジンの延べ利用者5,000者
 ○間接的成果目標
 ・各種支援事業の利用者数10%増加

(販路開拓)
 ・成約率10%
 ・商談会参加バイヤー45社、セラー75社
 ・新規事業参加者10%
 ・本事業参加事業者による岡山県アンテナショップへの新規提案商品の増加

【波及効果】
 (情報発信)
 支援事業の利用により販路開拓や新分野への進出、経営の革新、人材育成等の取組を促進することで活発な企業活動が期待される。

(販路開拓)
 商談会、バイヤーズミーティング、展示会、専門家派遣等で売れ筋商品を生み出す環境を整備することで新商品開発及び商品改良が促進される。
 また、ブランド化された地域資源を活用することで価格競争に影響されない商品づくりを行うことができ、魅力ある商品が全国に広がることで岡山県の知名度が向上し、インバウンドを含めた観光客の増加にも繋がる。

【将来の支援目標】
 (情報発信)
 ・支援事業の利用者数20%増加

(販路開拓)
 ・首都圏及び関西圏に於いて新規成約件数を10%増加を目指す。
 ・国内だけでなく海外に輸出できる商品開発への取り組み
 ・首都圏及び関西圏への販路拡大による衛生管理及び品質管理に対する支援の実施を検討