

## 新潟ブランドの強化・向上に向けた国内・海外市場販路拡大 2021年4月~2022年3月実施予定（公益財団法人にいがた産業創造機構）

## 【課題】

県内企業等は、経営規模が小さく、中間財生産や下請け取引を主流とする経営面で他律的な企業等が多く、十分な付加価値・利益が得にくい産業構造となっている。

これまで高付加価値化に向けた取組を進めてきたところであるが、全体の付加価値を引き上げるに至っていない。

＋コロナウイルス禍により面談、海外渡航が困難

## 【対応方針】

課題対応として以下の取組を行う。（重点事項）

## ■新潟ブランドの強化・向上

## ○国内販路開拓

## &lt;食品&gt;

・県産品の高付加価値化商品の販路拡大

## &lt;生活関連&gt;

・国内店舗との連携を核とした高付加価値商品の販路拡大

## ○海外販路開拓

## &lt;生活関連&gt;

・国内見本市とECの活用

## 【都道府県の施策との連携・親和性】

新潟県の総合計画では、本県産業の付加価値引上げと所得向上のため、取組の1つとして県内企業の国内・海外の販路開拓展開支援を掲げる。

県の施策に沿った取組を、連携しながら実施するもの。

## 【本事業の内容】

## 【目的等】

県内企業の商品開発から国内・海外の販路開拓を一貫して支援することで、付加価値の高い商品や技術の販路拡大による生産性の向上をめざすもの。

令和2年度から開始した事業を軸として、販路開拓支援全体の効果を高めるための取組を行う。

## 1 販路拡大事業の全体像（★申請事業 ○既存事業）

	商品開発／提案力向上	国内販路開拓	海外販路開拓（東南アジア）	海外販路開拓（欧米）
生活関連	○Design Lab ○クリエイティブバンク  ★高付加価値型商品開発支援	○展示会出展  ★国内店舗活用（民間との連携）		○フランス(パリ)新潟物産館におけるテスト販売  ★ <u>インターナショナルギフトショー</u> 出展  ★海外EC等の活用
食品	★県産品ブランド力向上支援	○個別商談会 ○展示会出展（スーパーマーケットトレードショー）	○台湾 商談会 ○シンガポール 商談会 ○展示会出展（マレーシア等）	○イギリス(ロンドン)テスト販売 ○フランス(パリ)新潟物産館におけるテスト販売

## 2 申請事業の概要

## 【生活関連】

## ①高付加価値型商品開発 ②国内販路開拓③海外販路開拓

付加価値の高い商品開発から、民間との連携による国内店舗での国内販路開拓、展示会出展による販路開拓等、一貫した支援により、付加価値向上を目指す。

## 【食品】○県産品ブランド力向上支援

スーパーマーケット等のパイヤーをはじめとする流通関係者等からアドバイスを受け、ブラッシュアップを行うことにより、首都圏を中心とする大消費地でのプロパー商品化を目指す。

## 【将来の支援目標】

- ・県内企業の付加価値向上
- ・中間財生産や下請けから最終製品生産・販売への移行

## 【波及効果】

## &lt;地域経済への波及効果&gt;

- ・協力企業等への発注増加
- ・後発の取組増加
- ・「新潟ブランド」の向上
- ・県民所得の増加
- ・新型コロナウイルスにより打撃を受けた県内経済の復興

## 【成果目標】

## ○生活関連

- ・高付加価値型商品開発支援 新商品開発数
  - ①ブラッシュアップ型、③ワークショップ型
  - 参加企業数：各2社
  - 開発アイテム数：各2アイテム以上
- ②新規開発商品型
- 参加企業数：7社
- 開発アイテム数：7アイテム以上

## ・国内見本市出展

- 参加企業数：5社
- 取り扱いアイテム数：10以上

## ・国内店舗でのプロモーション

- 参加企業数：10社以上
- 取り扱いアイテム数：15以上

## ・海外ECサイトを活用したプロモーション

- 参加企業数：5社
- 取り扱いアイテム数：10以上

## ○食品

- 参加企業数：20社、開発アイテム数：10