（別紙４）

バイヤー伴走による食品開発力・プロモーション力強化事業2024年4月~2025年3月実施予定

（公財）くまもと産業支援財団

【課題】
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。
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。

【目的】
・プロモーション支援に定評のある専門家と連携を組み、出口側からの新商品開発支援にプロモーション力を強化するための支援を併せて実施できるようにする。

・顧客の共感を得られるストーリーづくりや商品の魅力を伝える宣材写真などを活用して商品のプロモーション力を強化し、差別化を図り、訴求力を高めるための支援を行う。

【都道府県の施策との連携・親和性】
熊本県では、「熊本県産業成長ビジョン」において、食品や医療、農業など含めた分野を「ライフサイエンス分野」と位置づけて注力することとしている。

【本事業の内容】

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）

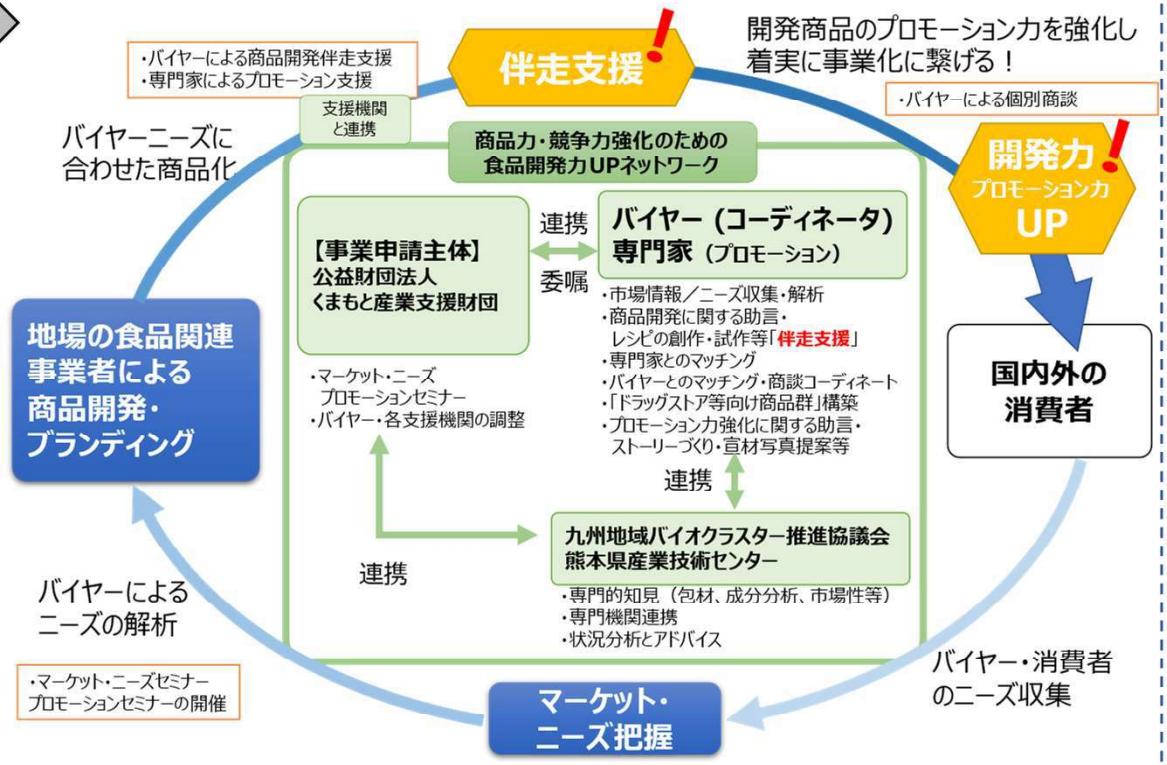
熊本県内の優れた食品・農産物を、マーケット・ニーズに基づく商品に育成していくため、バイヤー経験があり、マーケット・ニーズを把握し、かつ実際に商品開発を手掛けてきた専門家をコーディネータに迎え、プロモーション支援に定評のあるライターや写真家等の専門家と連携し、出口を見据え開発した商品のプロモーションに注力した伴走支援を行う。また、付加価値向上のための成分分析に関する専門家と連携する。
なお、支援にあたっては「無形資産可視化ツール」を活用することを想定している。

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。



【成果目標】
・商品化件数　５件

・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

【波及効果】
・特に熊本は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などが予想されており、これまでターゲットとしてこなかったような国・地域の消費者のニーズを将来的に掴むことで、売上拡大のチャンスが見込まれる。
・ニーズに応じた新たな商品開発に加えて商品のプロモーション力を強化することにより、熊本県内の食料品製造業者の売上増加に着実につながる。また雇用増となることで、連なる川上の原料供給事業者、川下の卸・小売業者、ロジスティックスなどにも、経済効果が期待できる。

【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。
①商品企画件数　5件／年
②支援事業を通じ創出された成約件数　５件／年