

# 大分県産品のブランド力強化及び国内・海外市場への販路拡大事業

2024年4月~2025年3月実施予定 ( (公財) 大分県産業創造機構 )

## 【課題】

食品関連産業の販路拡大のため、展示商談会へ出展をしているが、参加企業各社の実状に合うような一気通貫した支援をした結果、販路拡大に対する各社のノウハウ、実施体制、商品力、ターゲティングの相違が浮き彫りになった。  
また、展示商談会だけでなく、個別商談等、多様化するニーズに応える支援の必要がでてきた。

## 【目的】

上記課題への対応として、従来の展示商談会出展の他に、以下の項目を実施する。  
・個別バイヤーとの商談機会のセッティング。

・海外向けライブeコマースの実施による海外販路への足掛かりを作る。

## 【都道府県の施策との連携・親和性】

県産品のブランド化と販路開拓・拡大への取り組みとして、海外や大都市圏への販路開拓・拡大、定着を目標にしている。

## 【本事業の内容】

県内企業が、国内外の新市場獲得や販路拡大に取り組むにあたり、事業展開に必要な知識・人的ネットワーク・機会創出など、個社の状況に応じた支援メニューの提供ができるよう、伴走型できめ細やかな事業を実施する。

### Step4. 海外向け販路開拓（ライブeコマース）

- ・特定の国の一般消費者をターゲットとし、国内にしながら消費者の動向調査や販売を行い、より積極的な海外販路への足掛かりとする

### Step3. 個別バイヤー商談（One to One マーケティング）

- ・特定のターゲットに対し、より具体的な商談を実施することで、成約率をアップさせる

### Step2. 展示商談会出展（マスマーケティング）

- ・不特定多数の新規取引見込先、既存顧客へのリマインド等に対応する商談機会の創出

### Step1. セミナー

- ・商談力アップ
- ・流通の基礎 などを習得

販路拡大を実施するうえで必要な知識の習得をセミナーで行う。  
参加企業のターゲティングを確認した上で、展示商談会への出展や個別バイヤーとの商談、ライブeコマースなどの方法を使って、販路を増やしていく。

## 【成果目標】

- ①展示商談会出展：商談件数  
展示商談会当たり5件/社  
×191社（累積出展社数）＝  
955社/年
- ②セミナー：参加企業数30  
社/年
- ③成約件数または成約金額：  
200件または40,000千円  
（全事業合計）  
会期終了から6か月後の調査  
結果で判断する。

## 【波及効果】

県内中小企業の商品・サービスの知名度アップ、売上アップが期待できる。

## 【将来の支援目標】

県内外の販路拡大を目指す企業のエントリー数の増加。

国内だけでなく、海外への販路を持つ企業数を増やす。

継続的な商談成約件数、売り上げ増につながる支援を継続する。