

平成 30 年度 消費財マーケティング力強化事業 重点支援事業者支援 実施要領

1 目的

首都圏等への販路開拓に意欲のある県内食品製造業者の中から重点支援事業者を選定し、県産品コーディネーターによる支援を行うとともに専門家による複数回の個別相談会を実施し、マーケティング力向上を図り、モデルケースとして長野県食品製造業のマーケティング力向上とブランド力向上に資する。

2 重点支援事業者に対する支援

(1) 重点支援事業者の選定

ア 長野県中小企業振興センター(以下「当センター」という。)は、首都圏等への販路開拓に意欲のある食品製造事業者を公募し、書類選考により重点支援事業者(以下「事業者」という。)を 15 社程度選定する。

イ 事業者は、本社または主たる事業所が長野県内にある中小企業とする。

ウ 事業者の選定は、年度毎に行うこととし、同じ者を重ねて選定しない。

エ 事業者の募集に当たっては、当センター及び県が開催する消費財関係のマーケティングセミナーの全部、個別相談会の全部、県産品商談会(1 会場以上)、おいしい信州ふーど発掘商談会(1 会場以上)へ参加する意思があることを応募要件とする。

(2) 県産品コーディネーターによる支援

ア 事業者が抱える課題に応じて、事業者が行おうとする商品開発から販路開拓に至るまでの取り組みを一貫して支援する。

イ 事業者の販路開拓に役立つマーケティングに関するセミナー、相談会、商談会・展示会等に関する情報を事業者に提供する。

ウ 専門家による個別相談会に先立ち、事業者が抱える課題を整理するほか、商談会・展示会出展後の課題の洗い出しを支援する。

エ 専門家による個別相談会に同席し、専門家による課題の指摘、課題解決の方向、具体的に改善すべき事項等について、専門家及び事業者と共通認識をもって事業者の取り組みを支援する。

オ 事業者が商談会・展示会に出展するときは、事前に出展効果を高めるための具体的な助言を行う。

(3) 専門家による個別相談会

ア 当センターは、販路開拓に精通した専門家による事業者のための個別相談会を年 5 回開催する。

イ 個別相談会のうち 4 回は、首都圏における販路開拓に精通した専門家を擁する団体に委託して実施する。

ウ 専門家は、事業者の商談会・展示会への出展に先立ち、事業者が抱える課題について、課題解決の方向及び事業者が取り組むべきことを助言する。

エ 専門家は、事業者が出展した商談会・展示会の結果を踏まえ、新たな課題の指摘、課題解

決の方向等を助言する。

(4) 商談会・展示会への出展機会の提供

ア 当センターは、事業者に対して、県及び当センターが開催するマーケティングセミナー、県産品商談会(県内2会場)及び「おいしい信州ふード発掘商談会」(東京会場、名古屋会場)への参加・出展機会を提供する。

イ 事業者がスーパーマーケットトレードショー又は FOOD EX JAPAN の長野県パビリオンに出展を希望する場合は、長野県パビリオン出展者選考において、各展示会につき最大 8 社を限度に、優先的に採択する。

(5) 事業者の費用負担

ア 県産品コーディネーターによる支援、専門家による個別相談会及び当センターが主催するマーケティングセミナーについては、負担金を徴しない。

イ 商談会・展示会の出展者負担金については、各商談会・展示会の出展者募集要領等に定めるところによる。

ウ 個別相談会、マーケティングセミナー、各商談会・展示会への参加・出展に要する事業者の交通費等は事業者が負担する。

(6) 年間スケジュール

4月	事業者の公募
5月上旬	事業者の選定
5月下旬	第1回個別相談会
6月中旬	第1回県産品商談会(県内)
7月上旬	第1回マーケティングセミナー
7月中旬	第2回個別相談会
8月下旬	「おいしい信州ふード発掘商談会」(東京)
9月上旬	「おいしい信州ふード発掘商談会」(名古屋)
9月下旬	第2回マーケティングセミナー
10月中旬	第3回個別相談会
11月上旬	第2回県産品商談会(県内)
12月上旬	第3回マーケティングセミナー
1月中旬	第4回個別相談会
2月中旬	スーパーマーケットトレードショー長野県パビリオン出展
3月上旬	FOOD EX JAPAN 長野県パビリオン出展
3月中旬	第5回個別相談会

3 モデルケースとしての活用

支援により首都圏等への販路開拓に大きな成果があった事業者については、モデルケースとして当センターが作成する支援事例集に掲載する。

また、モデルケースとしてセミナー等において、事業成果を発表してもらうことがある。