





# 需要開拓支援実施報告書

起 案	令和 6 年 2 月 1 6 日	報 告 者		佐々木 俊介	
決 裁	令和 6 年 2 月 1 6 日				
決 裁	専務理事	事務局次長	指導課長	係	合 議
					
支 援 事業者名	① 株式会社アクティブ・マネジメント (稲美68番地の114) ② 有限会社ペーパーミント商会 (豊岡399) ③ 有限会社ワタミファーム 美幌峠牧場 (古梅607-1)				
催 事 名 日 時	feel NIPPON 春 2024 (東京ビッグサイト) 2月6日(火) 10:00~18:00 来場者 6,970名 (昨年 9,630名) 2月7日(水) 10:00~18:00 " 13,732名 (昨年 10,784名) 2月8日(木) 10:00~17:00 " 12,795名 (昨年 8,306名) ※来場者計 33,497名 (昨年 28,720名)				
事業報告①	<p>出展事業者①：株式会社アクティブ・マネジメント</p> <p>昨年夏に開発、販売を開始した「美幌峠レモンソーワ」、令和2年に発売開始した美幌エールの改良を重ねた商品「美幌エール峠」どちらも現在は町内では味わうことができませんが、今回の展示会を機に、ECサイトでの販売や町外、道外の飲食店への販路を獲得するため需要開拓支援を実施しました。</p> <p>展示会出展にあたって、効果的に商談を進めるため、商品をわかりやすく説明するチラシ、ポスターの作成を行いました。専門家の個別相談で商品情報を整理し、整えた文言をチラシやポスターに引用しました。</p> <p>「青いレモンソーワ」というのが市場でも珍しく、写真映え、SNS映えする商品であると多くの方から評価頂きました。試飲を用意し、商談が進みそうな方を中心に提供したところ、特に飲食店の方から試用でお店に置きたいとのことでお話いただき、商談継続につながりやすくなりました。</p> <p>3日間を通して名刺交換件数23社、商談継続件数16社とすることができました。引き続き、商談状況の確認や商談成約につなげられるようフォローアップを継続して参ります。</p> <p>名刺交換数 23社 (1日目 7社、2日目 10社、3日目 6社)                  商談継続件数 16社 (1日目 6社、2日目 8社、3日目 2社)</p>				

<p>事業報告②</p>	<p><b>出展事業者②：有限会社ペパーミント商会</b></p> <p>現在の売上割合がネット販売7割、卸売3割という状況であり、卸売の割合を高めるため、「天然ハッカ油スプレー」「天然ハッカ結晶」の他、ハッカ油製品を出品して需要開拓支援を実施しました。</p> <p>展示会出展にあたり、効果的に商談を行うために専門家の個別相談で使用方法を分かりやすく説明したうえで提案できるよう商品情報を整理し、どんな相手と商談したいのか商談先の絞り込みを行いました。</p> <p>コロナ禍に爆発的に流行した経過もあり、すでにハッカスプレーをご存じのお客様や、ハッカ結晶が珍しくどんな商品なのか気になったお客様からお声掛けいただける機会が多くございました。</p> <p>3日間を通して名刺交換件数29社、商談継続件数14社、出展後すぐに商談対応を行ったところ<u>成約件数6社</u>を獲得することができました。引き続き商談を継続している事業者は8社となっておりますので、成約につなげられるようフォローアップを継続して参ります。</p> <p>名刺交換数 29社（1日目 6社、2日目 17社、3日目 6社）  商談継続件数 14社（1日目 3社、2日目 8社、3日目 3社）</p> <p><u>成約件数 6社</u></p>
<p>事業報告③</p>	<p><b>出展事業者③：有限会社ワタミファーム 美幌峠牧場</b></p> <p>美幌峠牧場でこだわった飼育方法から採れるグラスフェッドミルクという貴重な牛乳を使用した「美幌グラスフェッドアイス」とスイーツ界の有名シェフ監修のもと開発した「美幌グラスフェッドアイス 紅はるか・ピスタチオ」を昨年商品開発、販売を開始し、自社グループの飲食店、ECサイトで販売を行っていましたが、実店舗による小売りにも販路を拡大させるため需要開拓支援を実施しました。</p> <p>展示会出展にあたり、効果的に商談会をおこなうため、専門家の個別相談で商品情報、取引条件、商談したい相手の情報を整理し展示会出展に臨みました。</p> <p>健康志向やオーガニック志向のお客様には「グラスフェッド」という単語に反応していただいだけ、逆に単語をご存じない方にもどんなものかよく質問され、お話しさせて頂く機会が多くございました。説明だけでは伝えきれないグラスフェッドミルクの味わいを感じていただくため、試食を用意しておりましたが、配送の関係で2日目しか実施できませんでしたが、試食頂けた方の多くは商談の機会があり、現在も商談を継続しております。</p> <p>3日間を通して名刺交換件数60社、商談継続件数21社とすることができました。引き続き、商談状況の確認や商談成約につなげられるようフォローアップを継続して参ります。</p> <p>名刺交換数 60社（1日目 14社、2日目 29社、3日目 17社）  商談継続件数 21社（1日目 9社、2日目 7社、3日目 5社）</p>

成約件数 1件.

支援内容

1) 商談会出展に向けた専門家による個別指導の実施

中小企業診断士 (株)流通プランニング研究所 川上 正人 氏による需要開拓に向けた個別指導を実施致しました。

・ 1月17～18日 商談効率アップのためのアドバイス (3社)

2) 商談用チラシ・ポスター作成支援

上記、個別指導をもとに事業者の強みや出展商品、付加価値を見出せるよう明確に記載した商品紹介のためのチラシ、ポスターを作成し、商談・成約につながる支援を実施しました。

3) 催事出展当日サポートの実施

催事期間中は会議所職員も同行し、商談に繋げられるようサポートを実施致しました。事前準備では個別に準備するだけではなく、常に全体で情報交換を行いながら会期当日へ臨み、会期中も情報共有を密に行い、個社ではなく美幌チームとして商談の対応を行いました。また、会議所職員により商談の内容やその後の状況を把握するための商談シートの作成支援を致しました。

4) 催事出展後の商談サポート

出展後において、関係性や商談の見込みが低い事業者に対しても、縁を切らずに継続した関係性を構築するため出展後のフォローアップを実行いたします。出展者全体で継続中の商談が51件あるため、今後も商談状況を確認するなどフォローアップを継続して参ります。

5) 出展効果・成果等

出展事業者においては、3社を目標に3社への出展支援を実行することができました。契約成立件数においては目標6社(1社につき目標2社)に対して6社と成約することができました。(2月16日現在)

まだ目標数には達しておりませんが、今後も商談状況をヒアリングし、状況に応じてフォローアップを継続して参ります。

今回出展した3社中2社が新商品を出品しての出展となりましたが、出展前の準備段階で販路開拓の専門家による個別相談で商品説明の整理や商談したい相手の選定、見極めなどのアドバイス行った結果、3社合わせて商談件数112社、商談継続件数51社、商談成約件数6社の成果となりました。

今後も需要開拓支援を充実させて、小規模事業者の売上・利益向上に向けた支援を実行していきます。

○催事出展様子



支援内容

