

第19回 中小企業活性化会議

テーマ：販路開拓と地域経済循環の拡大

2019年8月9日

仙台市経済局

○現状

- ・東北地方の人口減少が進み市場が縮小していくことが懸念される中、海外を含めた域外へ販路を開拓していくことが中小企業の成長には不可欠。
- ・一方、本市が実施した市内中規模事業者を対象とした調査では、域外への事業展開を考えていない企業が約7割を占めており、企業の域外展開の裾野を広げていくような施策が必要。

○これまでの本市の取組みの一例

- ・国内の販路開拓支援：首都圏で開催される大規模展示会への共同出展、産業振興事業団の販路開拓コーディネーターによる首都圏百貨店等への地域製品の売り込み、東北中から地域産品を集め、現役のバイヤーが審査を行い表彰する「新東北みやげコンテスト」の実施。
- ・海外販路開拓支援：今後市場の拡大が見込まれるASEAN地域を重点地域と定め、タイにサポートデスクを設置し各支援機関と連携して地元企業の輸出支援を実施。協定都市であるフィンランドオウル市を入口にしたEU諸国への展開支援。

○有識者や事業者からの声

- ・現状は「つくる」ことへの支援がほとんどであり、マーケティングやデザインなど「売る」ことへの支援が必要。
- ・宮城には売り方を工夫すれば売れるいいモノがたくさんある。
- ・異業種の企業と出会うことで、自分の業界の常識が世の中の常識ではないと気づいた。交流の場はとても大事だと感じる。

視点1 地元企業や産業の競争力強化

人口減少や高齢化に伴い、国内の市場規模が縮小していくなかで、地元企業が新たな市場をターゲットにしていくことが求められています。一方で、経済のグローバル化の進展に伴い、国内外の都市間競争は激化しています。これらの競争に打ち勝つためには、本市経済の礎である地元中小企業や産業の競争力を高めることが必要です。

プロジェクト1 「地域リーディング企業」を生み出す徹底的集中支援の推進

意欲ある中小企業の成長促進

・(略)・国内外への販路開拓など、本市の産業全体の競争力強化や「外貨」の獲得につながる取り組みを集中的に支援します。

施策4 海外・首都圏等への事業展開支援

- ① 本市企業の海外市場開拓を促進するため、ASEAN・EU諸国を重点地域とし、支援対象産業の重点化を図りながら、海外展示会への出展支援や現地サポート窓口を活用したきめ細かな支援などに取り組みます。
- ② 国内販路開拓に向けて、首都圏のバイヤー訪問や他都市産業支援機関とのネットワークを活かしたマッチングの場を設定します。また、仙台の売りとなる地域ブランドを構築し、域内外でのPR・販路開拓等を進めます。
- ③ 県や空港港湾関連団体等との連携を図りながら、仙台港・仙台空港の物流拠点としての利活用促進に取り組みます。

プロジェクト2 ローカル経済循環を拡大する「地消地産」の推進

中小企業の持続性向上・域内経済循環促進

・(略)・地域で消費されるモノやサービスを地域で産み出す「地消地産」を促進することで、地域における経済循環を拡大する視点が重要です。

施策3 域内資金循環の拡大

- ① 域内企業同士の取引を増やし、地域内での資金循環を拡大するため、中小企業の課題を企業間連携により解決する取り組みや地元企業の交流の場の設定など、ビジネスマッチングの機会を創出します。
- ② 競争入札に係る地域要件の設定や地元企業を優先した指名等を行うことにより、地元企業の受注機会の確保に取り組みます。
- ③ 地域の企業の製品・商品・サービスの認知度向上に向けて、情報発信の充実に取り組みます。

消費者やバイヤー等のマーケットから支持を得られない、言い換えれば市場化、事業化を困難にしている課題を整理すると、以下の3点に大別されます。

1. 『市場への伝達能力不足』

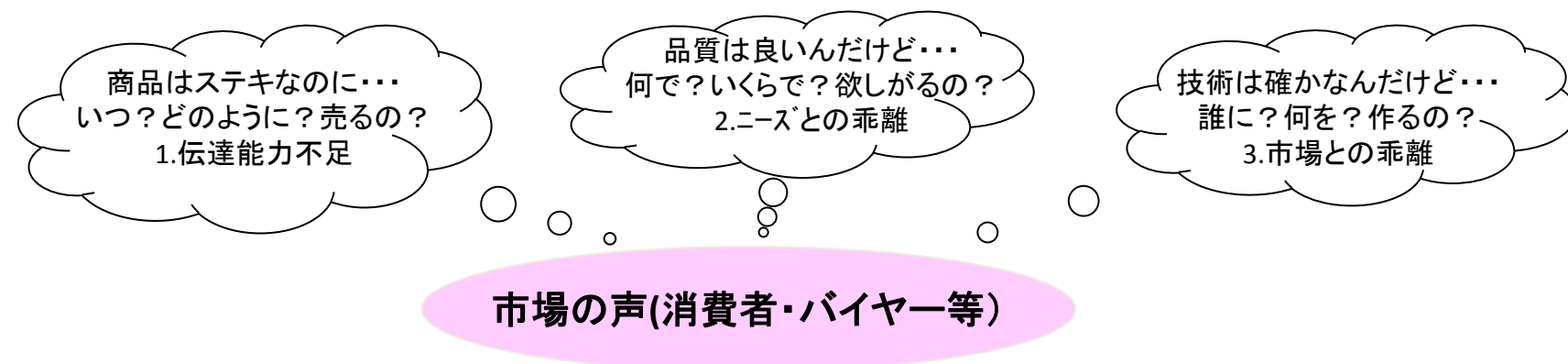
完成品かつ優良な商品ではあるものの、その価値が伝わっていない場合

2. 『市場ニーズ・ルールとの乖離』

完成品ではあるものの、市場ニーズとの乖離が大きい(価格・デザイン・品質表示等)場合

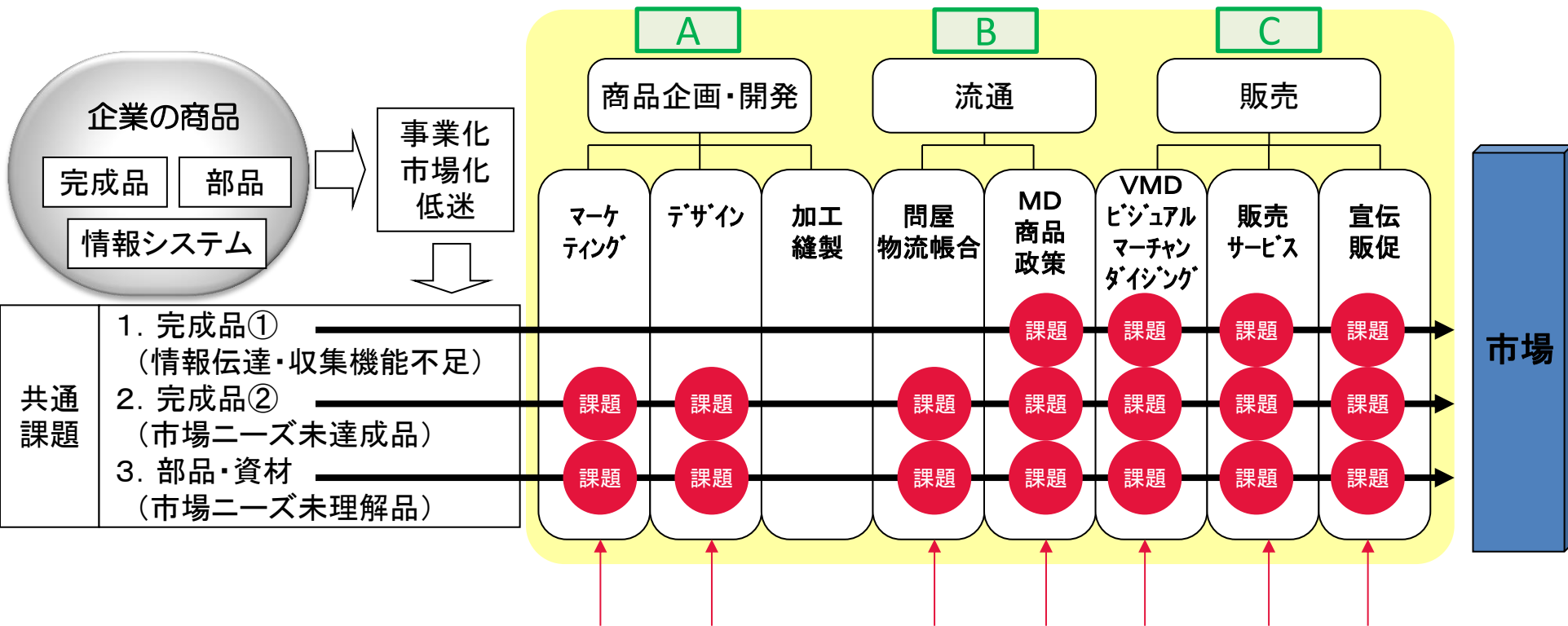
3. 『市場との乖離』

完成品ではないため、市場ニーズの把握が出来ず商品政策が組めない場合



多くの中小企業事業者における課題を要約すると、商品の品質そのものの問題もさることながら、実は「生産者から市場（生活者＝消費者）に到達するまでのプロセス(工程)全体の未整備」に多くの問題があることが読み取れます。

市場への到達プロセス



市場への到達を阻むプロセスは、商品の品質以外に多くの課題があることが分かります。

国内販路開拓に関する支援施策

A：商品企画・開発、B：流通、C：販売 等の各種課題へ対応する支援施策等について

	展示会出展	専門家による アドバイス	補助金	その他
国 (外郭団体含む)	中小企業 総合展(C)	よろず支援拠点 中小機構(A、C)	国内・海外販路開拓 強化支援事業 (A、C)	販路開拓コーディネ ット事業(B、C)
宮城県 (外郭団体含む)	SMTS、FOODEX 出展(C)	みやぎ産業振興機構 (A、C)	中小企業チャレンジ 応援基金 (A、C)	中小企業販路開拓 総合支援事業(A、C)
仙台市 (外郭団体含む)	地域ブランド構築事 業等による出展(C)	仙台市産業振興 事業団(A、C)	なし (海外展示会出展 助成あり) (A、C)	事業団職員、専門家 によるバイヤー訪問 (A、C)
その他支援機関 (商工会議所など)	伊達な商談会(C)	商工会・商工会議所 (A、C)	小規模事業者 持続化補助金 (A、C)	セミナー開催(A、C)

施策の多くが個社または同業グループに対する支援。個社のみでの販路開拓や課題解決は困難な場合が多い。

- 地域を挙げた面的な取組み(商品の掘り起し・磨き上げ・ブランディング)や地域の関係者の連携による総力戦の展開
- 多様な課題解決に向けた連携スキームの構築、市場化への一貫した支援施策の展開

取組み事例① 地域ブランド構築事業

地域を挙げた面的な取組みや地域の関係者の連携による総力戦の展開

事業の目的

仙台の新たな地域ブランドを立ち上げ、企業、支援機関、行政がチームを組み、仙台市域の製品の域内外での販路開拓、域内への誘客・消費喚起を目指す。

事業の背景

仙台市域には魅力的かつ多様な商品が存在するが、地元企業が単独で新たな販路を開拓することはハードルが高い。

→仙台の魅力を「都の杜・仙台」としてパッケージ化し、魅力をまとめて発信することで販路開拓に繋げる。

事業概要（1）

＜平成30年度～平成31年4月までの取組み＞

- ・平成30年度に地域ブランド構築事業を開始。民間事業者、支援機関、行政機関等から100名以上の参加を得て、6回のワークショップを開催。
- ・仙台ならではの魅力の発掘や魅力の発信方法など、地域ブランド構築に向けて検討。
- ・「スーパーマーケットトレードショー」、「松坂屋上野店東北物産展」などを通じて、首都圏でテストマーケティングを実施。



ワークショップ



松坂屋上野店でのテストマーケティング



都の杜・仙台

MIYAKO NO MORI
SENDAI

地域ブランド「都の杜・仙台」ロゴ

事業概要 (2)

- ・ 令和元年5月に仙台の新たな地域ブランドとして「都の杜・仙台～緑と彩にあふれる街～」を立ち上げ。
- ・ 5月2日～8日の「都の杜・仙台」デビューフェアを藤崎で開催。
- ・ WEBページでの情報発信を開始。

参画商品の一例



5月のデビューフェア



藤崎でのデビューフェアのチラシ



今後の事業の方向性

- ・ 参画事業者の募集、ロゴの使用申請受付
➡ **7月31日～8月30日まで参画事業者を募集中**
- ・ 域内外での展示会・商談会・販売会等を通じた販路開拓の取組み強化
➡ **10月24日～10月30日に「都の杜・仙台 第2回販売会(仮)」を開催**
- ・ WEBやSNSを活用した情報発信の強化
- ・ ECサイト構築による域外への販売強化
- ・ 誘客や消費拡大に向けた取組みの検討
- ・ ブランド推進主体の検討

都の杜・仙台 WEBのトップページ



取組み事例② 企業間連携による中小企業の課題解決事業

多様な課題解決に向けた連携スキームの構築、市場化への一貫した支援施策の展開

事業の目的

様々な業種の大企業や地元中小企業によるプラットフォームを構築し、企業間連携による中小企業の経営改善に関する支援を行うとともに、域内での取引をあっせんすることにより域内経済の活性化を図る。

事業の背景

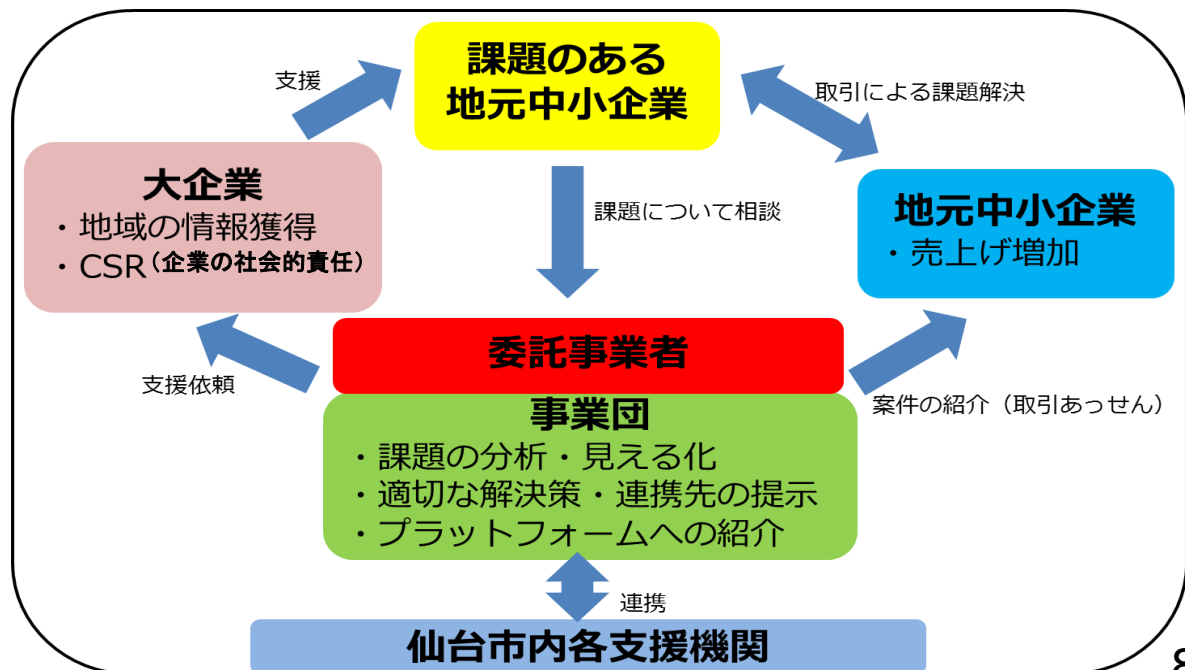
- ・中小企業の経営課題の複雑化
→大企業や地元中小企業が連携して、中小企業が抱える多様な課題の解決を支援するスキームを構築する。
- ・市場規模の縮小
→域内資金循環を図るため、中小企業の課題解決に向けた地元中小企業とのマッチングを促進する。



7月に実施した「サポート会議」の様子

事業概要と今後の方向性

- ・「サポート会議」を開催し、中小企業が抱える課題が見える化し、方向性をともに検討。
- ・課題を解決できるリソースを持った大企業やパートナーとなる地元中小企業とのマッチングにより、課題解決を図るとともに、**域内取引を生み出し地域経済循環を促す。**
- ・大企業と地域の中小企業の参加を得て、課題解決の支援が可能なプラットフォームを構築する。



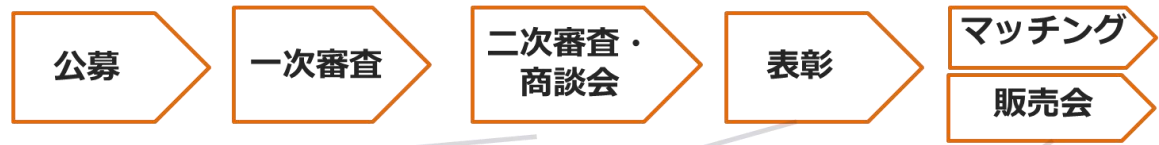
事業の目的

東北の新しいお土産を発掘・表彰することで、地域企業の認知度や商品の売上向上を図るとともに、新商品の開発を促進する。（平成26年度から継続して開催）

事業概要と実績

- ・東北の中小企業が開発した地域産品を対象に、バイヤー等を審査員に、新東北みやげコンテストを開催し、表彰することで商品の付加価値向上を図る。
- ・審査員が保有する販路や媒体等のリソースを活用した表彰商品の売上向上を図る。
- ・平成30年度の状況(第5回コンテスト)

応募者数：161品目 受賞者数：54品目



・第6回コンテスト
 令和元年7月9日～9月13日
 エントリー商品募集中

・仙台市内及び首都圏等のバイヤーを招聘の上、事業者同席にて、商談会を開催

・バイヤーの意見を中小企業者へフィードバックするとともに、継続的にフォロー



<p>最優秀賞</p> <p>最中で包んだ獄きみスープ 株式会社栄研 (青森県弘前市)</p>	<p>優秀賞</p> <p>くらをの米麹茶缶詰め 合資会社羽場こうじ店 (秋田県横手市)</p>
<p>優秀賞</p> <p>だだちゃ豆パスタ 有限会社玉谷製麺所 (山形県西川町)</p>	<p>優秀賞</p> <p>白河蒟蒻/板 有限会社大島屋 (福島県白河市)</p>

・仙台市内の百貨店、小売店等で販売会開催等を支援

・SPAL仙台 蔦谷書店 (ほか)

東北から新たなおみやげ品を発掘・表彰。バイヤーとのマッチングと消費者へのPRと販路開拓を支援。

東北のあなたを結ぶ、新しいおみやげ

第6回 **新東北みやげコンテスト**

エントリー商品募集

<https://www.siip.city.sendai.jp/miyage2019/> 新東北みやげコンテスト

協賛企業: FUJISAKI, ROOMS, KANEHARA, 日本百貨店, 蔦谷書店

協賛媒体: 新聞、TV、WEBメディア、旅行雑誌など累計20以上のメディア掲載

エントリー期間: 令和元年7月9日(水)～9月13日(金)

対象商品: 東北2年以内に出産されたおみやげ品(食品、飲料、雑貨、工芸品等)

賞状: エントリー料 無料

主催: 公益財団法人仙台市産業振興事業団

- 中小企業の販路開拓に向けて
 - ・ 既存事業についてのご意見
 - ・ 中小企業の販路開拓支援の方向性について
 - ・ 支援機関の果たすべき役割について
 - ・ 今後行政が取り組むべき事項について

