<マーケティング支援グループ>

- 〇中小企業等の地域資源(伝統工芸、農商工連携等)活用の促進
- 〇中小企業等の販路開拓・拡大の支援(事業者育成等)
- 〇神戸とのビジネス交流の推進【ベンチャー事業】

O マーケティング支援Gのミッション

マーケティング支援(事業者育成等)による産業振興

クラフト製品 の開発支援

伝統工芸産業

食品製造業

農商工連携 に係る取組 支援

地域資源:新しい価値発見

商品等企画力の向上

販売体制の構築

効果的な情報発信

ECサイト・オンライン活用

販路の開拓

新商品・新サービスの開発

製品・サービスの事業化



多様な仕事づくりと外貨獲得

〇 マーケティング支援グループのミッション

疲弊した地域経済の回復はもとより、県民の生業と生活の基盤である本県経済を成長・発展させるためには、本県の強みを生かし、農林水産品をはじめとする優れた地域資源を最大限に活用した新たな取組を促進していく必要があることから、本グループでは、地域資源を活用した新商品開発及び販路開拓などの支援を通じて、「多様な仕事づくりと外貨獲得」につなげていく。

- ●あおもりクラフト販売体制構築事業
 - ○あおもり・くらふとジム(GYM)
 - ・クラフトサポーターのスキルアップ
 - ・新商品開発会の開催
 - ・あおもりクラフト ショップ開催
 - フォローアップ会議
 - ○あおもりクラフト 販売モデル構築

地域資源

の

活用推進

- ●あおもり商品展開力強化支援事業
 - ○基礎的知識の習得に向けたセミナーの開催
 - ○成果発表会の開催
 - ○専門家派遣

- ●レッツBuyあおもり新商品認定事業
 - ○新商品の認定
 - ○認定商品のPR等

多様な仕事づくりと 外貨獲得

販路拡大

の

支援

- ●伝統工芸産業振興事業
 - ○工芸品産業の振興
 - ○伝統工芸品、伝統工芸士の認定 及び P R

- ●食品事業者等販路開拓支援事業
 - ○ECサイト販売力強化支援
 - ステップアップ支援
 - ・テストマーケティング
 - ○オフラインでのアプローチ向上支援
 - ・展示会提案カアップデート支援
 - ・首都圏展示会(SMTS)出展

- ●神戸とつながり発展するビジネス 交流推進事業
 - ○ビジネス交流に向けたマッチング
 - ・販路、加工等のニーズ調査
 - ○「意外と近いね」神戸・青森 キャンペーン
 - ・交流イベントの実施
 - ○絆を築く!ビジネス連携チャレンジ
 - ・ビジネス連携モデル事例の創出

8 働きがいも 経済成長も

予算額 11.795千円

あおもりクラフト販売体制構築事業

現状分析と課題

現状分析

- ①工芸品の主な販路である百貨店の売上 が減少する一方、工芸品を取り扱うライ フスタイルショップの売上が伸長。
- ②本県事業者には、地域資源の新たな ターゲットとなっている若者に支持される商品を開発するノウハウが不足。 また、様々な販売チャネルや生活様式 の多様化に対応できる事業者が少ない。
- ③そのため、ライフスタイルショップ と連携した事業者育成と、「作る」以 外のトータルサポートを行う「工芸品 を売る人財」の育成に取り組んだ。

課題

- ・若者に訴求する情報発信の方法(製品づくりを含む)について、ノウハウを保有している事業者が少ない。
- ・工芸品の販路拡大による県内事業者 の外貨獲得のためには、県内外で販売 する体制強化が必要であるが、「売る 人財」には実践的なノウハウが不足し ている。

事業内容(アウトプット)

本県工芸品の販路拡大による産業振興を図るため、工芸品を販売する実践力を身に付けた「くらふとサポーター」を育成するとともに、ライフスタイルの多様化に対応した商品開発と人々の生活様式の変化に対応した製品の効果的な情報発信ができる事業者を育成する。

取組1 「あおもり・くらふとジム(GYM)」 実施事業

【委託先:首都圏ライフスタイルショップ】

10,895千円

(1)「くらふとサポーター」(「工芸品を売る人財」)スキルアップ

・あおもりクラフトショップでのテスト販売(取組1(3))と、取組2の販売モデルの実践にあたり、ライフスタイルショップのバイヤーによるアドバイスを実施。(3者3回)

(2)新商品開発会の開催

- ・新商品開発やブラッシュアップを行う県内事業者を選定し、バイヤーから商品開発等に係るアドバイスを受けるとともに、自社商品に関する情報発信手法についても学ぶ。(6者3回)(くらふとサポーターも参加し、日本のトップバイヤーのアドバイス手法等を学ぶ。)
- (3)あおもりクラフトショップ開催(実店舗・オンラインテスト販売)
 - ・首都圏ライフスタイルショップにおいて、くらふとサポーターが、 「あおもりクラフト」のポップアップストア(期間限定店)を事業 者の意見を聞きながらプロデュースするとともに、新商品開発会 (取組1(2))で誕生した商品をテスト販売。(2週間)

(4)フォローアップ会議

・テスト販売(取組1(3))等終了後、フォローアップ会議を開催する。(9者1回)

取組2 あおもりクラフト販売モデル構築

900千円

- ・くらふとサポーターが、生活様式の多様化等に対応した県内工芸品等 の販売モデルを提案。
- ・取組1のくらふとジム(GYM)において、バイヤーからのアドバイスを受けながら事業者と一緒に企画内容を磨き上げて実践する。(3者)

事 業 の 目 指 す 姿

事業のアウトカム

◆「くらふとサポーター」に よる販路開拓件数の増 (令和5年度までに6件)

最終アウトカム

- 「作る」と「売る」の分業 化により製造者の生産性向上 と労働力不足が緩和される。
- ○「くらふとサポーター」の 活動により、県内工芸品の販 路開拓が進む。
- ○地域資源の新たな切り口に よる商品開発できる事業者が 育成される。
- 〇組織的な事業活動が出来ない製造者をサポートするネットワークが形成され、持続可能なあおもりクラフト販売体制が構築される。

伝統工芸産業振興事業

(1) 伝統工芸品の指定

○目的

青森県の歴史と風土に培われ、県民の生活の中で育み受け継がれてきた工芸品を、青森県伝統工芸品として指定することにより、その声価を高め、工芸品の製造に携わる事業者等の製造意欲の高揚及び工芸品産業の育成・振興を図る。

○指定要件

- 1. 主として、日常生活の用に供される工芸品であること。
- 2. その製造工程の主要部分が手工業的であること。
- 3. 伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。
- 4. 原材料が伝統的に使用されてきたものであること。
- 5. 当該工芸品が、概ね50年以上の歴史を有するものであること。

○指定件数

33工芸品74製造者(令和5年3月現在)

○近年の指定状況

令和4年度 3製造者の指定、1工芸品・3製造者の解除 令和3年度 3新規品目の指定・7製造者の指定、

1製造者の解除





(2) 伝統工芸士の認定

○目的

県指定伝統工芸品の製造に従事している技術者のうち、高度の技術・技法を保持する者を県伝統工芸士と認定することにより、社会的な評価を高めるとともに、従事意欲と技術の向上を図り、伝統的技術又は技法の指導者として、工芸品の振興、後継者の育成と伝統工芸品の次世代への継承に寄与する。

○認定要件

- 1. 青森県内に居住していること。
- 2. 伝統工芸品の製造の実務経験が12年以上あり、かつ現在もその製造に従事していること。
- 3. 伝統工芸品の製造に関する高度の技術又は技法及び必要な 知識を有し、その維持又は発展に努めていること。
- 4. 後継者育成に熱意のある人。
- 5. 青森県伝統工芸士にふさわしい高潔な人格を有すること。
- 6. 経済産業大臣認定の伝統工芸士でない人。

○認定件数

69名(令和5年3月現在)

○近年の指定状況

令和4年度 4名認定、3名解除 令和3年度 7名認定、4名解除





あおもり商品展開力強化支援事業

(1) セミナーの開催

県内事業者が、自社の商品特性や企業特性を踏まえた販路を選択し、バイヤーや消費者に商品の強みを表現・提案する商品提案力を身に付けるため、地域資源を活用した商品企画、最新の流通動向及び経済・社会の変化を踏まえ、多様化する販売チャンネルに対応した販路開拓の手法やバイヤーへの提案方法等について必要なノウハウを取得するためのセミナーを開催する。

○開催概要(予定)

- ・第1回(5月~6月) 商品企画・提案、販路開拓
- ・第2回(8月~9月) 販路開拓
- ・第3回(11月~12月) 商品帰化・提案

(2) 成果発表会の開催

販路開拓に新規に取り組む事業者の意欲を喚起することを目的として、令和5年度実施事業に係る成果発表会を開催する。

(3)地域資源を活用した取組を支援する専門家派遣

地域資源を活用したビジネスについて専門家を派遣し、取組の磨き上げや課題解決、事業計画の構築等の支援を行う。

・派遣の例:新商品の企画・開発等に係る指導、商品のパッケージデザインに係る知識の習得、販路拡大に係るアドバイス、

新たな取組に対するリサーチ、ブランド化等

・募集期間:令和5年4月から募集開始

・対 象: 県内に主たる事業所があり、県内の地域資源活用に取り組む事業者

・派遣回数:1事業者あたり、令和6年3月31日までの間に原則3回まで

費用:原則無料

(4)地域資源活用検討会の開催

県内中小企業等が本県の地域資源を有効に活用した事業を継続していくため、地域資源の利活用の方向性等について、情報収集・意見交換等を行う体制を整える。

予算額 10,713千円



食品事業者等販路開拓支援事業

現状分析と課題

現 状 分 析

- ◆新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響による生活様式の変化に伴い、ECサイトの市場規模拡大など、消費者の購買形態に変化が見られる。
- ◆コロナ禍での展示会出展においては、コロナ前と比べ試食の中止や紙ベースの販促物の受取を避けるバイヤーが見られるなど、アプローチを変える必要性が生じている。

課題

- ■ECサイトでの効果的な販売に係るノウハウを保有しておらず、EC サイトで販売しても継続的に売上 を上げることができない事業者が 多い。
- ■社会の変化に応じた展示会出展のノウハウ(販促物のデジタル化等)を保有しておらず、展示会において商談の機会を逃している事業者が多い。

事業の内容(アウトプット)

コロナ禍による経済・社会の変化(DXの進行、ECサイト市場の拡大)に対応しきれていない県内食品事業者等が、必要な販路開拓ツールを自発的かつ効果的に活用するためのノウハウの取得に取り組む。

取組1 ECサイト販売力強化支援

6,616千円

(1) E Cサイト販売カステップアップ支援【委託】

ECサイト向けの販売方法、情報発信手法やSEO対策など、各事業者の課題解決に向け、テストマーケティングの前後で専門家による個別指導を実施する。(7者7回)

(2)ECサイトにおけるテストマーケティング【委託】

座学で学んだ内容の効果をはかり、自社での販売にフィードバックするため、ECサイトでテスト販売を実施する。

取組2 オフラインでのアプローチ強化支援

4.097千円

(1)展示会提案力アップデート支援

展示会での効果的な販促物(デジタルベース含む)の作り方や提案方法等について、各事業者の課題解決に向けて、展示会の前後で個別指導を実施する。(14者3回)

(2)首都圏展示会出展【一部委託】

座学で学んだ内容の効果をはかりながら、業界のトレンドを吸収するために、首都圏の展示会に青森県ブースとして出展する。

事業の目指す姿

事業のアウトカム

◆オフラインでのアプローチ 強化支援参加事業者の商談 数(見積依頼) 280件/年度

最終アウトカム

- ◆時勢に沿った効果的な販路 開拓を自発的に行う県内事 業者が育成される。
- ◆販路の拡大による県内事業 者の活性化



レッツBuyあおもり新商品認定事業

新商品開発や新事業創出に積極的に取り組む県内企業等が開発し製造する**新商品を県が認定**し、<u>レッツBuy</u> <u>あおもり新商品としてPRに努める</u>ことや、<u>当該商品を随意契約により購入する</u>ことで、<u>新商品開発や販路拡大を支援</u>しています。

令和5年3月31日現在**12社20件を認定中**(累計73社119件)

1. 対象事業者

(次のいずれかに該当し、新商品を開発し製造する者)

- ・県内に本店又は主たる事務所を有する者
- ・県内に工場又は事業場を有する者
- ・県内に住所を有する個人

2. 新商品の定義

- ・概ね5年以内に開発されたもの。
- ・医薬品、食品は対象外。
- ・新規性、有益性、実現性等に照らして審査会で審査。

3. 認定期間

・3年間(2年間の延長が可能)

令和4年度主な認定新商品

(株)光城精工 **夜間巡視ライト** 「A.O.Light (ア・オ・ライト)」 →





←㈱柳沢ファニチャー 「Grow Table (グロウテーブル) |

令和5年度の取組

予算額 15.678千円





【現状分析と課題】

【 事 業 内 容 】 (アウトプット)

【事業の目指す姿】

現状分析

- 神戸市では、青森の郷土 料理を提供する飲食店や 青森りんごの専門店が開 店するなど本県認知度が 向上
- 令和2年3月には、FDA神 戸一青森線が就航し、交 流人口が増加
- 神戸市を起点とした西日 本エリアとのネットワーク 構築の素地が築かれ、ビ ジネスチャンスが拡大

課題

- 神戸と青森の企業がビジネス面で交流する機会が必要。
- 〇ビジネス相互交流による メリットの周知が必要。
- 神戸と青森の企業が連携したビジネスモデルの 創出が必要。

【概要】

神戸とつながり発展するビジネス交流推進事業

神戸と青森の企業間でのビジネス交流推進等を目的として、ビジネス相互交流に向けたマッチング、情報発信・交流、ビジネスモデル事例の選定やテストマーケティングを実施する。

取組1 ビジネス交流に向けたマッチング (4,063千円) (ビジネス交流の推進)

(1)神戸・青森における企業ニーズ等の調査

神戸と青森の企業を対象として、ビジネス交流に向けた企業ニーズ等を調査する。

- (3)ビジネス交流推進会議の設置

庁内関係課等で構成するビジネス交流推進会議を設置し、連携体制を 構築する。(青森市内/2回)

取組2「意外と近いね!」神戸・青森キャンペーン(4,090千円) (ビジネス交流に向けた機運醸成)

ビジネス交流の気運醸成に向けて、青森・神戸交流イベントを開催する。 ・神戸・青森交流イベントの開催(神戸市/1回)

取組3 絆を築く! ビジネス連携チャレンジ (7,525千円) (ビジネス交流による連携事例の創出)

- ・R4年度に公募、選定した青森×神戸ビジネス連携モデル事例について、 実践の伴走支援及び評価会を実施。
- ・モデル事例実践者に情報発信業務を委託し、ビジネス交流の機運醸成を図る。 8 -

事業のアウトカム

- ビジネス交流の増加に よる新たなビジネスモデ ルの創出
- 神戸・青森の企業間に おける新たな人的ネット ワークの形成
- FDA神戸・青森線にお けるビジネス利用の増 加と県内企業による外 貨獲得の推進

最終アウトカム

神戸と青森の企業間における人的ネットワークが形成され、県内企業による外貨獲得が進む。

(株)ビームスのバイヤーと連携し、「くらふとサポーター」との販売モデルに関する企画会議と、県内6事業者との商品開発会を実施 した。

○事業説明会(「地域資源販売力強化セミナー」)

- ■開催日/令和4年5月23日~6月6日
- ■開催方法/動画視聴によるオンライン開催
- ■視聴回数/計953回(4部構成(3講演5事業説明))
- 師/(株)ビームス 太田友梨氏、楠瀬三邦氏 ■講





6事業者に対し、ビームスのバイヤーが商品開発や既存商品の ブラッシュアップのための個別指導を実施。参加者は、アドバイ スを受けながら新商品を開発。

○企画会議(1)~(3)

くらふとサポーターが提案した県内工芸品等の販売モデルに ついて、ビームスのバイヤーからのアドバイスを受けながら内 容をブラッシュアップ。

○新商品テスト販売の実施

「商品開発会」で完成された新商品については、東京都 新宿区のビームス ジャパン及び公式オンラインショップ においてテスト販売を実施。

- ■期 間/令和5年1月26日~2月22日
- ■場 所/ビームス ジャパン(東京都新宿区) ビームス公式オンライン
- ■イベント名 BEAMS EYE on AOMORI
- ■販売実績 売上664,189円

BEAMSEYE on-AOMORI

イベントビジュアル

○アドバイス会議の実施

テスト販売の結果等について、事業者に対してフィードバックを実施。

【業務フロー】

事業説明会

事業者公募(5/6~6/3)

商品開発会•企画会議(1)(6/20~22)

商品開発会·企画会議②(8/30~9/1)

商品開発会·企画会議③(10/31~11/2)

テスト販売(R5.1/26~2/22)

アドバイス会議(R5.3/1~2)



1 セミナーの開催

名 称	開催日時・方法	内容
①地域資源活用販売力強化セミナー	①令和4年5月23日~6月6日 YouTubeによる限定オンライン開催	①県内事業者のビジネス展開に合った支援策を選択できるよう、各 種事業の概要説明、外部講師によるワンポイントセミナーを実施。
②SNS活用セミナー(基礎編)③SNS活用セミナー(応用編)	②令和4年10月17日~10月31日 YouTubeによる限定オンライン開催	②SNSの活用スキル習得を目的として、各種SNSの特徴や機能、自社ビジネスに適したSNSの選び方などを基礎的な知識を学ぶセミナーを実施。
	③令和4年12月16日 青森県観光物産館アスパム4F 十和田	③②の応用編として、自社ビジネスへの集客につながるSNS情報発信が可能となるよう、フォロワー分析方法などを解説する実践形式のセミナーを実施。

2 成果発表会の開催

名 称	開催日時·方法	内 容
地域資源活用・販売力強化支援に	令和5年3月15日〜3月29日	令和4年度に実施した(株)ビームスとの連携による新商品開発事業、
係る事業成果発表	YouTubeによる限定オンライン開催	ECサイトを活用した販路開拓事業、神戸とのビジネス連携事業それぞれの支援成果を紹介することにより、県内事業者に対して取り組む際のポイントなどの参考情報を配信。

3 地域資源を活用した取組を支援する専門家派遣

専門家を派遣し、地域資源を活用したビジネスに係る取組を支援した。

・対 象:県内に主たる事業所があり、県内の地域資源活用に取り組む事業者

・派遣実績:9者25回(食品のパッケージデザイン等の指導・助言、インターネットを活用した販路拡大に向けた指導・助言、

首都圏や海外への販路拡大に向けた指導・助言等)

4 地域資源活用検討会の開催(あおもり藍利活用研究会)

「あおもり藍利活用研究会(令和元年度設置)」の第6回目の研究会を10月に開催。なお、あおもり藍については、県内事業者による利活用が浸透してきたこと等を受け、所期の目的を達成したとして令和4年10月に研究会を解消した。

1 E C サイト販売力強化支援

ECサイト向けの商品企画や他社との差別化の図り方、SNS等を活用した情報発信手法など、ECサイトを活用した販路開拓のためのノウハウ取得を支援。

(1)専門家による個別指導

テスト販売前後にて、各事業者の課題に応じた専門家による個別指導(全7回)を実施。

- ■事前個別指導 6回(6月~1月)
- ■テスト販売終了後のフォローアップ個別指導 1回(2月)
- E C サイト向けの商品開発、商品及び事業者ページデザインなどの作りこみ、S E O 対策等

(2) テスト販売会の実施

専門家による個別指導を受けた事業者が、県産品を取り扱うECサイトにおいてテスト販売を実施。

- ■期間: 令和4年11月1日 ~ 令和5年1月31日
- ■テスト販売会会場
 - ①あおもり北彩館 楽天市場店、②あおもり北彩館自社サイト あおもり自慢【販売実績:172点】





2 オフライン(SMTS等)でのアプローチ強化支援

食品関係事業者の販路開拓を支援するため、スーパーマーケットや百貨店等の小売りを中心に全国の流通業者が参加する国内最大級の 食品商談展示会「スーパーマーケット・トレードショー(SMTS)2023」に「青森県ブース」を出展。

(1) 事前セミナー、個別研修の実施

県内事業者を対象として、販路開拓の手法及び各種媒体の効果的な活用方法等、提案力強化のための個別研修を実施。

(2)展示商談会への出展支援

首都圏及び西日本で開催される大規模展示商談会「スーパーマーケット・トレードショー2023」に 青森県ブースを出展し、県内事業者の出展・商談を支援。

【スーパーマーケット・トレードショー2023】

- ■日時:令和5年2月15日(水)~17日(金)10:00~17:00(最終日は16:00まで)
- ■会場:幕張メッセ(千葉市美浜区) 【来場者数:62,525名 ※前年42,885名】
- ■出展者数:19者

(3)事後研修の実施

展示商談会開催後、商談成立のためのアピール方法等について出展者ごとに専門家によるアドバイスを実施。(取得名刺の分析・活用、見込み客への対応方法等)





(1)事業の目的

・令和2年3月の「FDA(フジドリームエアラインズ)青森・神戸線」の就航により、神戸市を起点とした関西・西日本エリアとのネットワーク構築の素地が構築されており、これをビジネスチャンスと捉え、神戸市及び周辺地域企業と県内企業によるビジネス交流推進を目的として、企業間マッチング・気運醸成のための情報発信・新たなビジネスモデルの構築などを推進。

(2)ビジネス交流に向けたマッチング

- ・神戸市と県内の企業等を訪問し、ビジネス連携に対するニーズ等を ヒアリング。
- ・神戸市及び神戸市の関係機関等と連携しながら、企業間マッチング やビジネス交流等を実施。



(3)気運醸成・情報発信

- ・FDAの機内誌や、青森・神戸商工会議所の会報誌に、両地域で 連携してビジネス等に取り組む事例を掲載し、情報発信。
- ・12月上旬には、神戸市内において、青森・神戸双方の交流の進展状況や 特産品の魅力等を発信する「青森・神戸つながる交流フェスタ」を開催。
- ・「つながる交流フェスタ」では、食品・クラフトを中心として、 青森・神戸連携2者、青森県8者、神戸市4者の計14事業者が 出店し、来場者に双方の物産販売・PRを実施。





(4)ビジネス連携事例の創出

- ・神戸市等企業を本県に招へいし、八戸市と弘前市で青森×神戸・事業 共創ワークショップ | を開催。(延べ60社参加)
- ・ワークショップでのアイデアを実践につなげるため、 「青森×神戸・事業共創ビジネスプランコンテスト」を実施。
- ・令和5年2月、神戸市で最終審査会を実施し、モデルプランを6件選定。



