

# 今後の売れる県産品・製造・販売支援全体像

New : R7以降事業

## <製造>

商品づくり支援  
(補助事業)

新商品開発  
・  
商品改良

専門家派遣  
(経営改善支援)

## <戦略>

情報分析・活用

EC情報交換会・  
活用セミナー

New

売れる商品戦略  
コーディネーター

テスト  
マーケティング  
(仮説検証)

New

テストマーケティング

※ 事業者の課題の洗い出しと解決手法を提案し、  
支援メニューを効果的に展開していく。

New

BtoBコーディネーター

OMO

## <販売>

百貨店等での物産展

商談会の開催及び参加支援

宮城県WEB物産展等  
(ECモール)

認知度向上  
PR

宮城旬鮮探訪  
(県ポータルサイト)

New ショップインショップ  
(アンテナコーナー)

ニーズ・トレンド  
の把握

県内食品製造事業者(支援対象事業者)

# 今後の売れる県産品・製造・販売支援全体の主な指標

資料 3 - 2

	事業名	来客数	買上客数	事業者数	商品数	事業者EC アクセス数	商品改良・ 新商品開発 数	商談数 (成約数)	その他
<参考>	宮城ふるさとプラザ	○	○	○	○				
製造	商品づくり支援 (補助事業)			○	○		○		商品売上金額
	専門家派遣 (経営改善支援)			○					事業改善計画数
戦略	売れる商品戦略 コーディネーター								事業活用計画数
	EC情報交換会・ 活用セミナー			○					アンケートによる 自社EC改善状 況調査
	テストマーケティング	○		○	○		○		
戦略・ 販売	OMO	○	○	○	○	○	○		
	BtoBコーディネー ター			○				○	
販売	宮城旬鮮探訪 (県ポータルサイト)	○		○	○	○			
	宮城県WEB物産展等 (ECモール)	○	○	○	○				
	ショップインショップ (アンテナコーナー)	○	○	○	○				
	百貨店等での物産展	○	○	○	○				
	商談会の開催及び 参加支援			○	○			○	