

売れる商品戦略コーディネーター事業

【目的】

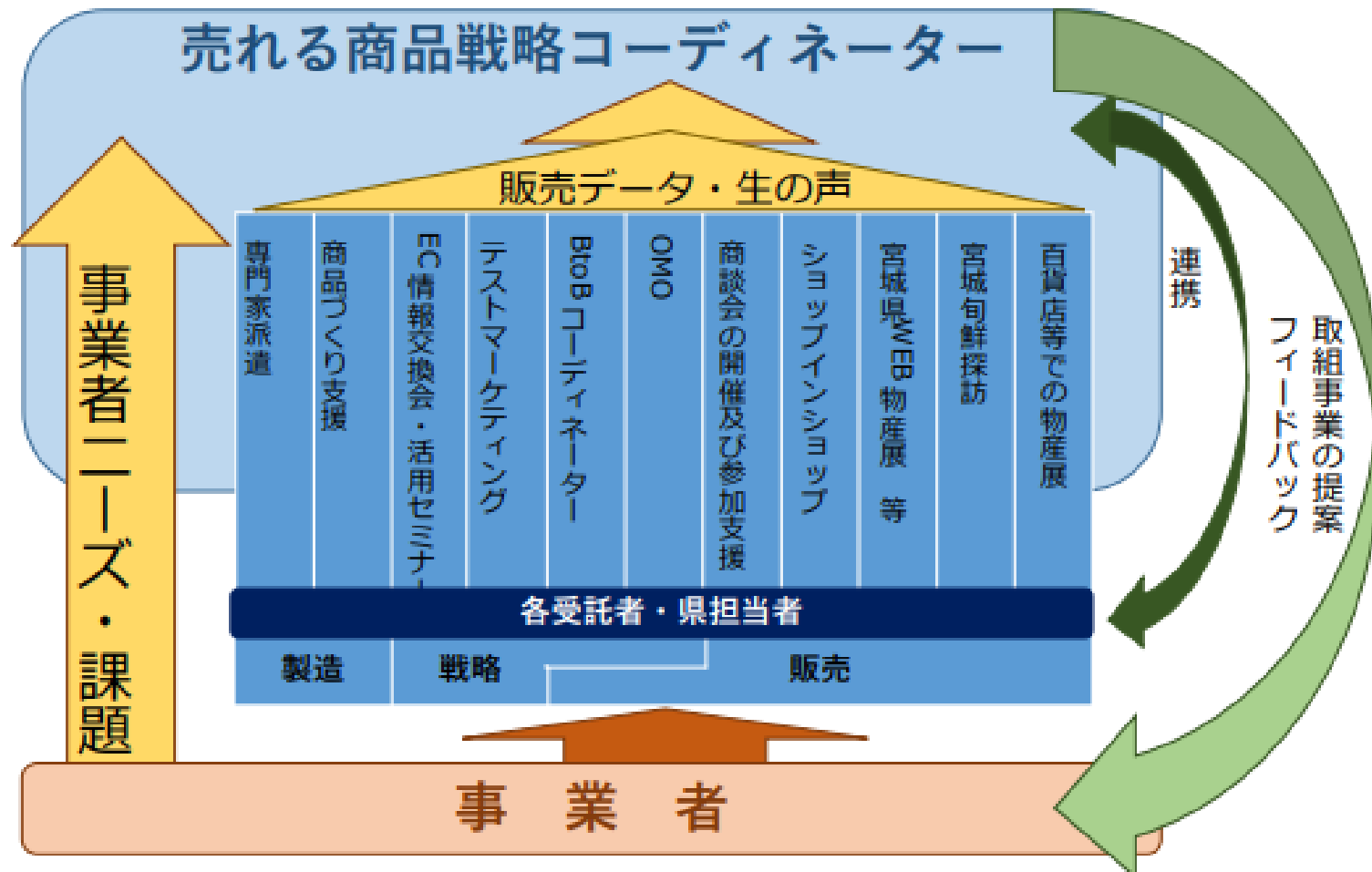
- (1) 事業者の商品づくりから販売戦略・販路拡大、販売までの各種支援事業を統括し、各々の事業のより効果的・効率的な実施につなげ、事業効果の向上を図る。
- (2) 各事業で収集した一元的データを活用し、事業者の自立的・戦略的な販路拡大につなげる。

【手法】

- (1) 県が実施する物産振興施策全体を俯瞰しながら、各事業の整合性や関係性を把握して統括するコーディネーターを設置する（委託）。
- (2) 各事業で収集するデータ項目等について、助言を行うとともに、収集した一元的データを活用し、事業者の自立的・戦略的な販路拡大につなげるためのフィードバックや取組事業の提案等を行う。

●事業概要

- (1) 事業全体の統括・オペレーション
- (2) 各事業にて収集するデータ項目等への助言及び収集した一元的データの活用
- (3) 各事業者が取り組むべき事業の提案
- (4) 各事業にて収集したデータに基づく戦略への助言・活用支援



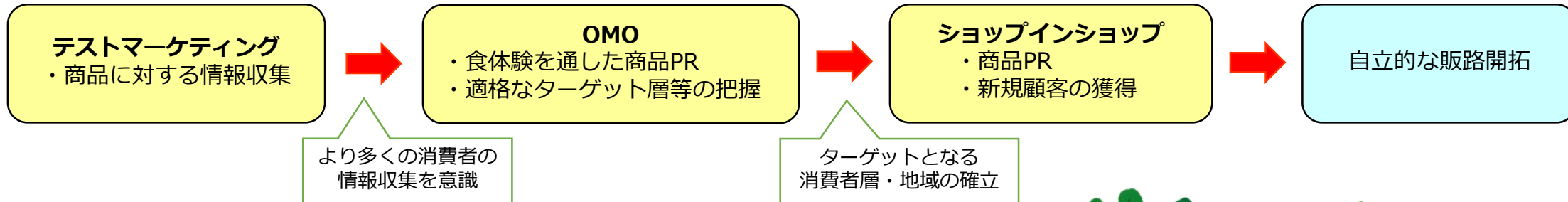
●【役割】

県	<ul style="list-style-type: none"> ・コーディネーターと各事業受託者等との調整 ・事業活用に向けた事業者への働きかけ
受託者 (コーディネーター)	<ul style="list-style-type: none"> ・上記事業概要のとおり
事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・コーディネーターの助言を受け、各事業を実施 ・データ活用や販路拡大に係る検討

【例1】既存商品の販売向上

商品：海産物燻製おつまみ

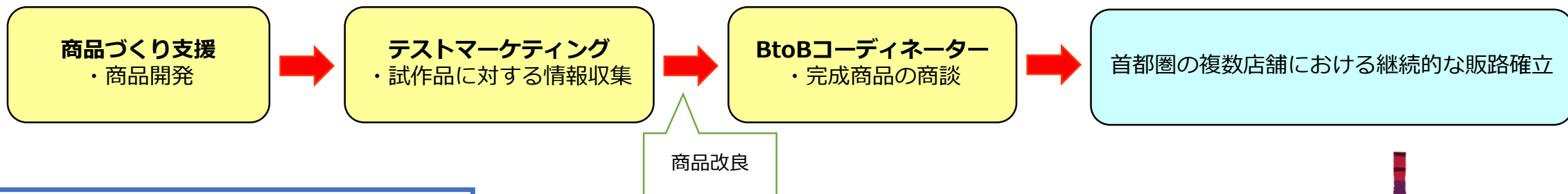
→県内の売上は好調だが、首都圏における食材の知名度が低く、販路開拓に苦慮している。
首都圏での売上低迷の現状を打破したい。



【例2】新商品の開発と販路開拓

商品：野菜加工品

→農産物の栽培拡大や加工化に取り組んでいるが、安定した収益を狙い、今後は首都圏の飲食店などが使用できる新しい加工品開発を行いたい。



【例3】ECによる販売強化

商品：酒類

→2年前に担当者1人でECサイトを立ち上げたが、売上が伸びず悩んでいる。
事業者内で相談できる相手もおらず、日々試行錯誤しているが良い方法はないか。

