

取り組むべき視点④

## 魅力ある小樽産品の開発と国内外への販路開拓・拡大

経済・社会構造の変化のひとつである「デジタル化」や新たな販売チャネルなど、販路拡大や海外展開の可能性を高める取組を検討する必要がある。

◆現在の取組例

| 機関      | 取組                        | 内容                                                                                                            |
|---------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 小樽市     | ・稼ぐ力向上実践事業<br>・海外販路拡大支援事業 | ・関東、関西で開催される商談会への出展や商品の磨き上げ相談を支援。<br>・札幌市との連携事業として、「札幌食と観光国際実行委員会」に参加し、海外での商談会・展示会、海外バイヤーを招いての商談会へ参加する事業者を支援。 |
| 小樽商工会議所 | 「知産志食しりべし」プロジェクト          | 後志産食材の消費拡大、認知度向上のため、地元でとれる食材を知り、食べる大切さを伝える事業などを実施。                                                            |
| 中小企業庁   | 小規模事業者持続化補助金              | 小規模事業者の地道な販路開拓等の取組や、あわせて行う業務効率化（生産性向上）の取組を支援。                                                                 |

◆振興会議におけるこれまでの意見から

- 物産展は頭打ち、縮小傾向にあり、新しい販路を求めて試行錯誤しながら、域外への販路拡大に取り組んでいる。
- 製造業自体が小売に卸していくというシステムがなくなってきていることから、目指そうとしているのは、小樽後志でつくったものを、付加価値を付けて自分自身で卸売っていくこと。この機能を誰かがやらない限り、なかなか現状を開拓できないのでは。



① 環境の変化への対応

- 中小零細が多く、販路を自らつくることが非常に難しい。
- 他都市と友好的な都市関係をつくり、産業者同士で物産を作り合ったり、お互い行き交うようなことを企画できないか。また、商店街を活性化しようとしている地域と連携し、地場産品を通じて互いに交流する形もある。



② 他都市との連携・交流

- 北海道物産展は商品を紹介し、商品に対する評価をもらうといった短期的な部分でやっている。百貨店の地下1階の食料品売り場で通常置いてもらうようにするには、全くない商品だったり、非常に強い商品力であることが必要。



③ 魅力のある商品

◆新型コロナウイルス感染症による影響から

- 不要不急の外出自粛や三密対策のため、オンライン商談の一般化や、EC サイト等のインターネット販売の売上が増加している。



④ IT の活用

【取組の方向性】

- ・販路拡大のため付加価値をつけた販売戦略や魅力ある商品開発を行うための調査・研究の実施。
- ・他都市との連携・交流による新たな商品の開発。
- ・オンライン商談やインターネットを活用した非接触への転換が進んでいることから、インターネットを活用するための知識・技術の向上。