

小樽産品販路拡大強化支援業務

報 告 書

令和5年3月31日

一般社団法人小樽物産協会

内容

1	業務概要	2
2	商談会への出展に係る調整等に係る取組	3
3	新たな販路の開拓、新たな販路等での販売に係る 調整等の取組	6
4	お取り寄せチラシによる販売に係る取組	17
5	新商品開発の支援に係る取組	17

1 業務概要

《はじめに》

現在の日本の食品流通業界のマーケットは、お客様ニーズの多様化に合わせて複雑化しているように見えるが、大きく分けて、大手の卸問屋や商社の寡占による一括大量仕入れの低価格の取引と、その希少性や特別なブランド価値を活かし限定したお客様に比較的高質な商品を高価格で販売する取引の二極化が進んでいると言える。一方、令和2年からつづく新型コロナウイルス感染症流行による影響は、令和4年度においては緊急事態宣言などの行動制限はなかったものの、消費者の行動変容がマーケットに大きく影響を与え、加えて原材料費や燃料の高騰、地域の人口減少のため、市内食品関連事業者はその対応に苦慮している。

このような状況に対応するためには、従来からある取引先以外の、道外にある道の駅、高品質スーパーやショッピングセンターまた、大手卸業者が扱わない商品を扱う問屋など広範な販路の拡大の可能性を求め、あらゆる機会を通じて以前より積極的に商談や情報交換を行う必要があるが、現状、市内食品関連事業者の殆どはそれに対応する人員を抱えておらず、これらの課題の早急な解決が困難な事例が散見される。

本市では、平成24年度から平成26年度までの3か年において実施した、「小樽ブランド力推進業務」の中で、主に商品開発、販売実験や販路開拓を行い、その結果、企業の知識や商品開発意欲が向上するなど、商品力向上のための環境づくりにおいて一定の成果が上げられた。

平成27年度から平成30年度までの4か年において実施した、「小樽産品商品力・販売力向上事業」の中で、環境が厳しさを増す食品流通業界において、地域の事業者が生き残っていくため、これまでの取組を更に強化し、(1)流通の変化に対応できる人の育成《人》、(2)仕入担当者や最終消費者に選ばれる商品づくり《モノ》、(3)商品特性に応じた売り場づくり《場所》に取り組んだ。

平成31年度から令和3年度までの3か年において実施した「稼ぐ力向上実践事業」の中で、外部状況を適切に把握するための環境分析（経済状況、市場動向、競合他社及び他地域の動向）や市内企業の能力（経営資源、製品力、技術力及び地域資源）を踏まえつつ、商談会への参加、新たな販路等での販売、商品の磨上げやお取り寄せチラシによる販売などを通じ、食料品製造業を中心とする食料品関係事業者の稼ぐ力（商品開発・改良、販路の選定や開拓などにおいて求められる能力）の向上に取り組んだ。

《小樽産品の販路拡大》

冒頭に述べたマーケットの変化状況と、これまでの取組みで出来たことと出来ていないことを整理し直し、現状の小樽産品の販路拡大に関する課題を解決するために必要な事項として、本事業では、①国内有数の大規模商談（関西・関東）に加えて、これまで小樽産品の露出が少なかった北陸甲信越地域での商談会への出展、②道の駅や道外スーパーなど、新たな販路の開拓及び販売、③小売業者に交渉して、お中元等のチラシを顧客に配布してもらい、お取り寄せチラシによる販売、④新商品の開発を支援して、その商品の商談会への出品・出展を促進する取組みを進めて、小樽産品の販路拡大に取り組んだ。

本事業における各取組の結果について、その商談状況や売上金額等を報告する。

(1) 目的

百貨店の事業環境の変化（店舗数の減少、売上低迷）や人口減少など市場規模の縮小や新型コロナウイルス感染症に起因した消費者の行動変容に対応するため、支援対象事業者の商談会への出品・出展、新商品開発などを支援し、小樽産品の販路維持と更なる販路拡大を目指すことを目的とする。

(2) 実施期間

業務の実施期間は、令和4年4月1日から令和5年3月31日までとする。

(3) 実施内容

商談会への出展に係る調整等に係る取組、新たな販路の開拓、新たな販路等での販売に係る調整等に係る取組、お取り寄せチラシによる販売に係る取組、新開発支援に係る取組を実施する。

2 商談会への出展に係る調整等に係る取組

(1) 関西商談会

○取組・実績

小樽産品の販路拡大を狙い、大阪で開催された大型展示会（フードストアソリューションズフェア2022）へ、事業者17社101商品を取りまとめ出品し、主に西日本地区のバイヤー等と商談を行った。令和4年度は、昨年まで顕著に見られた新型コロナウイルス感染症拡大の影響も減少し、来場者も昨年の1.5倍以上に伸びている。

○令和4年度の具体的な取組

小樽産品は、関西地域に対する売り込みが不足しているという仮説に基づき、昨年までに引き続き、5度目の開催となる食品総合展示会「フードストアソリューションズフェア2022」に、当協会が事業者の商品を取りまとめて出展。会場では水産加工品や菓子など幅広く展示し、小売業・卸売業バイヤーへの売り込みを図った。今年度もこれまでに取引のないバイヤーとも多く関係性を築けており、今後も継続的な売り込みの必要性を感じた。

また、当商談会に参加した2事業者が、感染防止対策を行った上で試食を実施し商品PRを行うとともに、地元ニーズを把握するバイヤーとの交渉を密に行うことで、今後の成約に向けた商談を展開。コロナ禍における内食需要の影響もあり、冷凍の菓子や惣菜等に興味をもつバイヤーが多かった。

商談状況については【別紙1】のとおり。

番号	展示会名 (開催場所など)	開催期間	内容 (商品、商談など)	結果 (名刺交換数、成約状況等)
1	フードストアソリューションズフェア 2022 (大阪府大阪市) ○ (株)日本食糧新聞社関西支社主催 ○ フェア全体来場者数 1日目 6,799名 (昨年 4,311名) 2日目 7,216名 (昨年 4,902名) 合計 14,015名 (昨年 9,213名)	R4.9.7~8	17社、101品目を取りまとめ出展 (株)円甘味、(株)リブレアンドナチュラル、小樽市、物産協会の職員が現場対応を行った。 【出品企業 17社】初出展4社 <菓子 6社> (株)リブレアンドナチュラル、中ノ目製菓(株)、(株)日本食品安全研究所、(株)桑田屋、(株)六美、(株)円甘味 <水産加工品、加工品 8社> (有)入久三浦水産、(株)NS ニッセイ、(株)リブレアンドナチュラル(※再掲)、堀内水産食品(株)、(有)ツクナカ、(株)マルハ橋本商会、うんがぶらす(株)、(株)本野雄次郎商店 <食品 4社> (株)兼正阿部製麺、後志観光開発(株)、(株)小樽飯櫃、(有)伊藤商事	会場内での名刺交換数 105枚(昨年97枚) 商談状況等：【別紙1】参照

(2) 新潟商談会

○取組・実績

小樽製品の販路拡大を狙い、新潟で開催された大型展示会(フードメッセ in にいがた 2023)へ、14事業者が出展し、主に関越～北陸地区のバイヤー等と商談を行った。

○令和4年度の具体的な取組

毎年新規の取引先の獲得に繋がっている上記「フードストアソリューションズフェア」への参加による取引拡大の実績から、更にこれまで取引の少ない「関越～北陸地域」への売り込み拡大を狙い、新潟市で過去13回開催されている、フードメッセ in にいがた運営会議・新潟市が主催の「フードメッセ in にいがた 2022」に今年度から新たに出展。会場では水産加工品や菓子など幅広く展示し、小売業・卸売業バイヤーへの売り込みを図った。首都圏や大阪圏での展示会と比較すると小規模であり、来場者数も少ないが、その分、小樽後志地域の商品に興味を持っていただける方と会場内で比較的長時間にわたって商談できる等、他の展示会とは異なる特徴もみられる。この地域へは初出店となることから考えても、来年度以降も継続的な売り込みを行うことによって、実際の取引の拡大につながる可能性があるのではないかとと思われる。

また、当商談会に参加した2事業者が、感染防止対策を行った上で試食を実施し商品PRを行うとともに、地元ニーズを把握するバイヤーとの交渉を密に行うことで、今後の成約に向けた商談を展開。小樽後志地域の商品の幅広さを訴えることはできたと考えている。

商談状況については【別紙2】のとおり。

番号	展示会名 (開催場所など)	開催期間	内容 (商品、商談など)	結果 (取引の有無など)
2	フードメッセ in にいがた 2022 (新潟県新潟市) ○ フードメッセ in にいがた運営会議・新潟市主催 ○ フェア全体来場者数 1日目 2,937名 (昨年 2,362名) 2日目 3,181名 (昨年 2,709名) 3日目 3,041名 (昨年 2,645名) 合計 9,159名 (昨年 7,716名)	R4.11.9~11	14社、90品目を取りまとめ出展 小樽市、(有)伊藤商事、(株)マルハ橋本商会及び物産協会の職員が現場対応を行った。 【出品企業14社】 <菓子 3社> (株)円甘味、(株)リブレアトナチュラル、(株)六美 <水産加工品、加工品 8社> (有)入久三浦水産、(株)NSニッセイ、(株)リブレアトナチュラル(※再掲)、(有)ツクナカ、(株)マルハ橋本商会、(株)本野雄次郎商店、(株)飯坂富士商店、小松食品(株) <食品 4社> (株)兼正阿部製麺、後志観光開発(株)、(株)小樽飯櫃、(有)伊藤商事	会場内での名刺交換数 174枚(昨年 1枚) 商談状況等：【別紙2】参照

(3) 関東商談会

○取組・実績

小樽製品の販路拡大を狙い、関東で開催された大型展示会(スーパーマーケットトレードショー2023)へ、13事業者が出展し、主に東日本地区のバイヤー等と商談を行った。

○令和4年度の具体的な取組

小売流通業の業界団体が主催する展示会としては、来場者数・出展者数ともに国内最大級の規模を誇る「スーパーマーケットトレードショー2023」に水産加工品事業者や菓子事業者など13社が出展し、来場者と商談を行った。

新型コロナウイルス感染症の完全な収束には至っていないものの、昨年までの全国的にまん延防止等重点措置が適用された状況下での開催ではなかったことから、来場者は前年を上回り62,525名

(前年比145.8%)となった。小樽ブースでは、来場者が増えたこともあり、多くの目当ての商品を探す目的意識を持ったバイヤーが訪れ、商談の手応えを感じた出展者が多かった。

また、本展示会は、最新の食のトレンドや店舗設備等の情報を得られる貴重な機会であるとともに、日本全国のナショナルブランドを含めた様々な商品に触れることができることから、自社の商品力向上や新商品開発に繋げられるものでもある。

今後についても、ポストコロナを見据えながら、更なる関東圏における小樽製品の販路拡大や自社商品力向上のため、本取組を継続的に行っていく必要がある。

商談状況については【別紙3】のとおり。

番号	展示会名 (開催場所など)	開催期間	内容 (商品、商談など)	結果 (取引の有無など)
3	スーパーマーケットトレードショー2023 (千葉県千葉市) ○ (一社)全国スーパーマーケット協会主催 ○ フェア全体来場者数 1日目 22,874名 (昨年 14,894名) 2日目 21,430名 (昨年 14,594名) 3日目 18,221名 (昨年 13,397名) 合計 62,525名 (昨年 42,885名)	R5.2.15~17	事業者13社が出展。小樽市、物産協会の職員が現場対応を行った。 【出品企業13社】初出展2社 <菓子 5社> 飴谷製菓(株)、オタル製菓(株)、中ノ目製菓(株)、野島製菓(株)、(株)円甘味 <水産加工品、加工品 6社> 井原水産(株)、(株)小樽かね丁鍛冶、(株)大ト飯坂富士商店、(株)本野雄次郎商店、(有)利尻屋みのや、(有)ツクナカ <その他 2社> (株)兼正阿部製麺、うんがぶらす(株)	会場内での名刺交換数 1,232枚(昨年1,013枚) 商談状況等:【別紙3】参照

3 新たな販路の開拓、新たな販路等での販売に係る調整等に係る取組

○取組・実績

小樽商品の商品の特性及び供給能力に適した販路を開拓するため、小売業や飲食業などのバイヤーをはじめ、地方や首都圏近郊の百貨店や商業施設等の担当者と商談を行った。

	令和4年度
販路件数 (商談・取組)	39件
関連売上金額	233,608千円

○令和4年度の具体的な取組

市内企業の供給能力や商品特性を踏まえ、これまで取引のなかった地方の百貨店や、首都圏近郊に位置する商業施設などに対して、積極的かつ丁寧な商談を行い、小樽産品の販路拡大に一定程度の成果が得られた。

一方で、取引に繋がらなかったチャンネルもあるが、商談を通じて、今後の商談機会や、その場でしか得られない旬な情報が得られることから、今後の新たな取引に向けた継続的な商談を行っていききたい。

番号	商談店舗	商談時期	商談内容	結果
1	(株) 阪急阪神百貨店 阪急神戸店 (兵庫県神戸市)	R4. 4. 11	秋以降の取り組みについて商談。	そごう神戸店⇒阪急神戸店となり、北海道の主催会場から外れており、地域によっては物産協会を通さずに直接取引をする形に変更している場合もある。今後、当協会として阪急神戸店様に対してどのような貢献ができるのかがポイントとなる。 R4 年度の実績は 13,056 千円 (昨年比 76%)
2	(一社) 日本自動車連盟 総合案内サービス部アウトバウンドコールセンター (大阪府大阪市)	R4. 4. 11	J A F メイトを利用した商品の販売等について商談。	昨年度「JAF Mate」10月号の「お取り寄せ特集」記事内に「ブリュレカスタードインバウム 5 個セット」を掲載し販売していただき、今後の継続と拡大展開を狙って商談継続中。R5 年度に、JAF の EC サイト「e-JAF shop」に商品を掲載する前提で進行中。
3	(株) 近鉄百貨店 あべのハルカス近鉄本店 (大阪府大阪市)	R4. 4. 11	昨年秋に 2F にオープンした「どさんこプラザ」について商談。	どさんこプラザ前の通行客は 10 ~ 12 万人あり、この場所での催し物の展開も可能とのこと。ただし、実演が一か所しかできず、試食も出来ないことから、時期やラインアップを検討していくこととした。

4	泉北ビル開発（株） （大阪府堺市）	R4. 4. 12	堺市で「イズミヤ」をキーテナントとして営業しているショッピングセンター。集客イベントとして催事を企画したいとのこと。	催事開催の為に必要な諸手続きや、取引にあたっての諸条件について商談。泉北ビル開発（株）様内で検討し、集客がしやすい時期なども勘案しながら商談を継続することとした。
5	（株）阪急阪神百貨店 本部商品部 （大阪府大阪市）	R4. 4. 11 R4. 9. 9	R3. 4. 16 中国浙江省寧波市にオープンした阪急百貨店をハブとした越境 EC について商談。	常温販売の菓子や水産加工品など 89 アイテムを提案し、そのうち 80 アイテムが WeChat 上の阪急百貨店のサイトに掲載された。一部製造メーカーサイドの都合による品切れ等もあるが、現在でも継続して掲載されており、受注もいただいている状況。 R4 年度内の受注状況は 11 回 114 点 78,704 円とまだまだ小さな金額だが、今後商品の増強や小樽でのロケなどコンテンツの増強も行う予定。
6	（株）大近	R4. 4. 12 R4. 9. 9	こだわり商品の売り込み商談を行う。	高質スーパーの為、主に所謂「無添加」の商品を提案。 R4 年度は、（株）リブレアット ナチュラルのアップルパイを「未焼成」の形態で素材として納入。141 千円の実績。 今後も、新商品の売り込みを優先して行うべき取引先と言えそう。
7	（株）ジャパネットたかた （東京都港区）	R4. 5. 16	ジャパネットの通信販売で小樽地域の商品を取り上げていただけないか商談する。	R3 年より開設されている「BSJapanext」の番組で小樽地域の商品を取り上げてみたいとの意向だったが、現状まででは、同チャンネルの視聴者が限られており、他の地域の商品のこれまでの実績は芳しくないとのこと。拙速な取り組みは避け、条件に合いそうな商品があればまた連絡することとなった。

8	(株) スナックミー (東京都)	R4. 5. 16	お菓子やおつまみのサブスクという新しい業態。昨年度より取り組みを開始したばかり。	(株) リブレット ナチュラルのアップルパイで白砂糖を使わない「スナックミ-オリジナル」バージョンを作成して欲しいとのことだが、現状では(株) リブレット ナチュラルの製造状況も不安定であり、今後の課題とさせていただきます。R4 年度は、昨年度も納品された本野雄次郎商店の「酢昆布」のみ納品され 95 千円の実績。
9	イオンリテール (株) 北関東カンパニー (埼玉県越谷市)	R4. 5. 16 ~17 R4. 8. 2 R4. 9. 21 ~24 R4. 2. 20	百貨店以外での物産展開催場所。昨年度から準備し、今年度は、R4. 5. 17~、R3. 9. 28~の二回の催事に参加。 更に、R5 年度の取引継続にもつながる見込み。	R4. 5. 17~及びR3. 9. 28~の二回、イオン越谷レイクタウン店において開催された「北海道フェア」に参加。 特に、R4. 9. ~の秋の「北海道フェア」では、商品販売以外に小樽地域雇用創造協議会で開発中の「アップルパイ」のサンプリングやふるさと納税のPRブース設置など、「小樽」を大きく取り上げていただいた。 実演催事などでの受注・買取商品のセルフサービス販売で合計 4,888 千円(昨年比 102%) の実績が残せた。 (後述参照)
10	(株) そごう・西武 本部商品部 (東京都豊島区)	R4. 5. 17 R4. 9. 21	(株) そごう・西武のファンドへの売却による影響の確認と、ギフトなど産直商品の取引拡大について商談。	(株) そごう・西武のファンドへの売却に伴う営業体制などについては、まだまだ不透明内部分が多く、今のところ従来となにも変わっていない。産直商品については、(株) 小樽海洋水産及び(有) 入久三浦水産の商品をECサイトに掲載販売していただいた。

11	(株)どまんなかたぬ ま (栃木県佐野市)	R4. 5. 17 R4. 10. 26 ~27	売り場改装及び販売経費見直しにより、従来のような産直販売所内での「北海道物産展」が出来なくなったことに対応し、買取中心の新しい形での取組に関して商談。	R4. 10. 28~の「北海道物産展」において、スペースが限られる実演試食販売は、「小樽飯櫃」のみ参加させていただき、インフォメーション横のセルフ販売コーナーに買取で 10 社（中ノ目製菓・オタル製菓・小樽かね丁鍛冶・円甘味・NSニッセイ・飯坂富士商店・木村製菓・阿部製麺・ツクナカ・野島製菓）の商品を展開。更に年末際物として小松食品の昆布巻も導入。R5 年度初頭からは、リアクト ナチュラルの無添加アップルパイをベーカリーのオリジナル商品として販売するとのことで、今後の取り組み拡大に繋がれると考えている。 R4 年度実績 1,133 千円（昨年比 92%）
12	サンプリント(株) (栃木県宇都宮市)	R4. 5. 18	オリジナルチラシによる販売を協力しながら進めるための商談。	当協会とサンプリント(株)のそれぞれの取り組みの情報交換を行う。R4 年度末までには取引には至っていないが、サンプリント(株)で日本経済新聞社とのタイアップ企画等、今後も継続して情報交換及び協力を行っていくこととした。
13	国見まちづくり(株) (福島県伊達郡)	R4. 5. 18 R4. 8. 2 R5. 2. 28	小樽物産展の開催及び内容の見直しについて商談。	年 2 回の小樽物産展の開催を継続していただく。今年度から、マンネリ化を防ぎお店の利益の改善を図るため、買取でのセミセルフ販売の商品も導入していくことになった。 R4. 3 月までの出展での売上金額: 4 社 3,429 千円 (昨年比 70%) (小樽飯櫃、小松食品、拓洋、木野商事) 買取金額合計 292 千円 (昨年無し)

14	(株)JR 中央線コミュニティ ニティーデザイン ・セレオ八王子 (東京都八王子市) ・セレオ国分寺 (東京都国分寺市) ・nonowa 西国分寺 (東京都国分寺市)	R4. 5. 24 ~26 R4. 11. 30 ~12. 2 R5. 2. 21 ~23	R4. 5 月及び R5. 2 月に国分寺店で「小樽物産展」開催。R4. 12 月及び R5. 2 月に八王子店「北海道フェア」出展。	国分寺店売上金額：6 社 4,158 千円（昨年比 153%）（拓洋、小松食品、桑田屋、木野商事、小樽飯櫃、山下水産） 八王子店売上金額：6 社 24,380 千円（昨年比 111%） （拓洋、なると屋、木野商事、小松食品、海のや、小樽飯櫃）。 （株）JR 中央線コミュニティデザインでは、他にも管理している駅ビルが数多くあり、条件さえ合えば更なる取引の拡大に繋げることも可能となりそう。
15	(株) そごう西武 西武百貨店池袋本店 (東京都豊島区)	R4. 5. 25	北海道物産展及びそれ以外での取り組みの拡大の可能性について商談。	(株) そごう・西武のファンドへの売却決定もあり、不透明内部分も多いが、北海道物産展に関してはメディアへの露出が最も多い百貨店の一つであり、今後も取り組みの拡大をしていきたい先。 R4 年度の実績は 36,192 千円（昨年比 90%）
16	(株)東武百貨店 船橋店 (千葉県船橋市)	R4. 5. 25	北海道物産展及びそれ以外での取り組みの拡大の可能性について。	春の北海道物産展を視察。 現在まで取り組みには至っていないが、首都圏の中規模店として一定の魅力はあると考えている。
17	(株) 鍛冶商店 カジマート長坂店 カジマート桜田店 (石川県金沢市)	R4. 6. 16 R4. 9. 25	買取条件での小樽地域の産品導入拡大とオリジナルチラシでの受注による小樽産品の販路拡大について商談。	R2 年度オープン「長坂店」及び、旧来からお付き合いのある「桜田店」の二店舗を中心に当協会関連の商品の導入を図っている。 R4 年度の実績は 1,797 千円（昨年比 73%）とダウンしており、今後、後述する地域の卸問屋「(株) 田中與商店」の力も借りながら(株)鍛冶商店への小樽地域の商品の売り込みを図っていく。
18	(株)ベルーフ 北海道ライフマルシェ 武蔵小杉店 (神奈川県川崎市) 亀戸カック店 (東京都江東区)	R4. 6. 16	R3 に新しくできた北海道産品のセレクトショップ。 小樽地域の商品の導入について商談。	現在までにオープンしている二店舗をリサーチ。これまでにこだわり商品をいくつか提案しているが、まだ取引には至っていない。当協会の紹介で(有)いちふじ柴田商店より一部野菜や果物等を導入しているとのこと。

19	(株) サンシャインチ エーン本部 (高知県高知市)	R4. 6. 17	北海道フェアでは小樽産品の定 番化は行えており、新商品及びフ ェア以外の通常期の商品定番化 について商談。また、新たにでき た「商品開発部門」との取組を開 始。	「井原水産」の「カズチー」が定番化し ているものの当初の勢いはなく、R4 年度 は北海道フェアの際の新商品の導入も 少なかったため、 売上金額：3,685 千円（昨年比 80%） とダウンしている。 新設の「商品開発部門」との連携もまだ うまくいっておらず、今後とも継続した 売り込みが必要と考えている。
20	(株) オージーフーズ (東京都渋谷区)	R4. 8. 2	熊本県の道の駅芦北でこぼんで の北海道物産展について商談。	コロナ禍で縮小されていた「道の駅芦北 でこぼん」での北海道物産展向けの商品 供給を徐々に拡大。まだ試食が出せない こともあり、コロナ前には戻っていない が、R3 年度よりは伸ばすことが出来てい る。 R5 の売上金額：899 千円（昨年比 141%）
21	(株) 光新星 (大阪府大東市)	R4. 9. 9	パチンコ店景品として小樽産品 導入について商談。	パチンコ店向け景品カタログに継続的 に「円甘味」の商品が掲載されているが、 コロナ禍でのパチンコ店の低調が続き 当協会の実績はダウン。 売上金額：233 千円（昨比 76%） 来年に向けて何らかの工夫が必要と考 えられる。
22	(株) グッドセレクト (東京都)	R4. 9. 24 R4. 2. 19	チラシでの拡販などで協力でき る先として商談。	これまでの白洋舎カタログや道の駅等 の催事での協力以外に、「チラシでの拡 販」で協力できるのではないかと考えて いる取引先。商品及び販売先の情報を相 互に交換することで後述する(株)カジハ ラでのチラシ販売に繋がっている。

23	(株)田中與商店 (福井県福井市)	R4. 9. 25 R5. 2. 18	福井県に唯一残る地場資本の食品卸問屋。大手資本の商流の力があまり及んでいない北陸地区への商品供給の拡大に繋げられる先として商談。	最初に試験的に福井市近郊のスーパーでの北海道フェアへの商品供給を行い、流れに問題ないことを確認。 現在、前述したカジマートも含めてある程度広い範囲に提案できる商品リストを作成しており、R5年度にはまとまった金額での定期的な取引が出来ると考えている。 R4年度の実績 67千円(昨年無し)
24	(株)山口井筒屋 周南ショップ (山口県周南市)	R4. 10. 28	山口井筒屋のサテライトショップ。井筒屋本体の店外事業部とは別に運営している。	北海道フェアの際の商品供給について商談。当協会のECサイト『小樽家族』のシステムを用いて、いろいろな商品を少量ずつ組み合わせて受注し発送することも可能な旨伝える。 今後も商談継続していく。
25	(株)井筒屋 (福岡県北九州市)	R4. 10. 29	コロナ禍による販売環境変化に対応した物産催事の開催について、及び、物産催事以外での販売拡大について商談。	特に、サテライトショップでの北海道フェアでの取り組みについて商談。オリジナルチラシの完成時には取り組みたいとのこと。 R4年度の売上金額 47,345千円(昨年比96%)
26	(株)近鉄百貨店 奈良店 (奈良県奈良市)	R4. 11. 12	R4. 11月にオープンした「どさんこプラザ奈良店」について商談。	あべのハルカス店の品揃えとは異なり、お土産商品よりも酒類や菓子類を増強。冷蔵冷凍ケースも整備しており、実演販売が出来るプロモーションコーナーもある。 外商も強いお店とのことで、今後オリジナルチラシ等を活用した取り組みの拡大を狙って商談を続けていく。
27	(株)あおき フードストアあおき豊洲店 (東京都江東区)	R4. 11. 12	取引の継続強化、年度末の際物と新商品の導入について商談。	定番として導入済の昆布商品(本野雄次郎商店)は堅調だが、金額の大きい三浦水産の年末の数の子の値上がりによる数量減などがあり、昨年割れの状況。 売上金額: 13,467千円(昨年比76%) R5年度にむけて新しい取引拡大の切り口が必要と考えている。

28	(株) そごう西武 西武百貨店福井店 (福井県福井市)	R5. 2. 18	業容縮小で 1F に移設した菓子売り場は好調を維持しており、北海道物産展及びそれ以外での取り組みの拡大について商談。	1F の菓子売り場の諸国銘菓での取り扱いをお願いする。そのための販売イベントの企画も考えていく。 R4 年度の実績 3,427 千円 (昨年比 100%)
29	(株) 筑西夢開発 (茨城県筑西市)	R5. 2. 22	小樽物産展の開催と、小樽物産展以外での販売チャンスの拡大について商談。	コロナ禍による施設としての集客力ダウン等により、売上金額的には厳しい状況だが、年 2 回の小樽物産展の開催は継続。更に、ゴールデンウィークやシルバーウィーク等にも「北海道フェア」を開催し始めており、一部企業はそこにも参加させていただいた。 R5. 3 月までの売上金額 : 3 社 4,506 千円 (昨年比 153%) (小樽飯櫃、大和水産、木野商事)
30	トヨタ生活協同組合 (愛知県豊田市)	R5. 2. 23	オリジナルチラシでの受注による小樽製品の販路拡大について及び北海道物産展について商談。	これまでの「物産催事」での取組に加え、当協会で作成した「オリジナルチラシ」2 万部をトヨタ生活協同組合のお中元とお歳暮のカタログと同送し、受注。 チラシによる売上金額 : 196 件 924 千円 (昨年比 81%)
31	(株)名鉄百貨店 本店 (愛知県名古屋市)	R5. 2. 24	北海道物産展またはそれ以外の企画 (EC 含む) での取り組み拡大について	昨年度今年度と北海道主催会場の EC サイトとして割引価格で小樽製品の拡販をしていただいております。来年度以降の取り組みの可能性について商談。北海道からの補助が R4 年度で切れるので、今年度までと同様の企画を行うことはないとのこと。 別途取り組み拡大に繋げられる企画が必要と考えている。 R4 年度の実績 5,855 千円 (昨年比 104%)
32	(株) 大丸松坂屋 松坂屋名古屋店 (愛知県名古屋市)	R5. 2. 24	北海道物産展以外での取り組み拡大として開催している食品売り場での催事について商談。	R3 年度から継続して開催していただいている地下の食品売り場での催事の来年度以降の継続について商談。 北海道物産展も含む R4 年度の実績 58,175 千円 (昨年比 99%)

33	(株) カジハラ (山梨県甲府市)	R5. 2. 27	山梨県中心に1万軒を超える顧客をもつ牛乳宅配サービスを利用したオリジナルチラシでの受注による小樽産品の販路拡大について商談。	前述した(株)グッドセレクトの企画が先行して実施され、ある程度の手ごたえを感じる事が出来ている。R5. 5月のカジハラ作成のチラシのテーマが「北海道フェア」となっており、ここに小樽地域の水産加工品や菓子、麺などが掲載受注され、当協会のECサイト『小樽家族』の受発注発送スキームを用いて運用することが決定している。更に当協会作成の「オリジナルチラシ」での販売もお願いする予定。
34	(株) いちい (福島県福島市)	R5. 2. 28	福島県を中心にショッピングセンターを展開。昨年度までの百貨店的な物産展の開催ではお店側の利益が出ないことから、小樽産品の買取条件での導入について商談。	R5 年度に定番化していただけることを目指して商品を提案している。
35	(株) 丸由 (鳥取県鳥取市)	R5. 3. 11	これまで取引のない百貨店。新規取引開始の商談。	R5 年度に「小樽物産展」を開催する計画を立てることで合意。更に外商を用いて当協会作成のオリジナルチラシでの販売も行いたいとのこと。今後継続して商談し、必ず実績に繋げていく。
36	(株) G7 ジャパンフードサービス (大阪府茨木市)	電話商談	全国の高質スーパー向けに幅広い商品を卸している問屋。R4 年度より取組開始。	全国の高質スーパーの北海道特集への提案商品として、主にリブレアランドナチュラルの商品を売り込んでいただいた。 R4 年度実績 893 千円 (昨年無し)
37	ヨシケイ開発(株) 東京支社 (東京都港区)	電話商談	全国 50 万世帯にミールキットを宅配しているヨシケイのチラシへの小樽後志産品の掲載について商談。	ここしばらくは、(株)円甘味の商品が春と秋の「北海道チラシ」の際に取り上げられていたのみだったが、R4 年度はじめてお歳暮チラシに(株)たるしえの企画として「かにおこわセット」が掲載された。 R4 年度実績 4,188 千円(昨年比 127%)
38	(株) ホテルニュー王子 (北海道苫小牧市)	電話商談	苫小牧市のホテルの売店及びレストランメニューとして「北海道フェア」を開催する際に商品供給。	R4. 10 月に「北海道フェア」開催。 水産加工品や惣菜中心に 24 アイテムの商品が導入される。 売上金額 : 256 千円 (昨年無し)

39	(株) マルイ水産 (京都府京都市)	電話商談	フードストアソリューションズ フェアをきっかけに取引が始ま った水産品卸会社。	NSニッセイの食べるスープが納品に 繋がる。 売上金額 48千円
----	-----------------------	------	---	--

○取組成功事例

【商談店舗】

イオンリテール (株) 北関東カンパニー (埼玉県越谷市)

【内容】

日本最大のショッピングセンターである「イオンレイクタウン」をはじめとする北関東のイオンの店舗の自営売り場部分を統括している会社。

昨年度結果を残せた「イオンレイクタウン」での「北海道フェア」での取り組みを更に深化させることを狙い、秋の「北海道フェア」では小樽市の「ふるさと納税」「移住 (IUターン)」「水族館のPR」「小樽地域雇用創造協議会の伴走型商品開発」等様々な企画も開催しながら販売促進を図った。その結果、売上はもとより、それ以外にも小樽市のPRや開発中の商品に対するお客様の貴重な意見を収集することが出来た。

令和4年度の実績は、以下の通り。

<R4.5.17～「北海道フェア」> 2,062千円

- ・実演販売 「小樽飯櫃」447千円、「なると屋」1,105千円
 - ・買取商品 野島製菓・阿部製麺・円甘味・飯坂富士商店・あまとう
- 以上4社合計26アイテム 510千円

<R4.9.22～「北海道フェア」> 2,826千円

- ・実演販売 「小樽飯櫃」499千円、「なると屋」1,403千円、「木野商事」445千円
 - ・買取商品 野島製菓・阿部製麺・あまとう・リブレアンドナチュラル・円甘味
- 以上5社合計27アイテム 345千円
- 他、来店粗品として134千円の景品購入あり

この「イオンレイクタウン店」での催事はR5年度以降も継続できそうだが、当協会としては更に、北関東(群馬・栃木・茨城・千葉・埼玉)に広く分布している「中～大規模」なイオンのショッピングセンター数店舗での「小樽物産展」の開催を狙って商談を継続していく。また、不確実な情報だが、北関東エリアへの新店の出店計画も漏れ聞こえており、今後も情報交換を密にしていきたいと考えている。

4 お取り寄せチラシによる販売に係る取組

○取組・実績

事業者の商品を掲載したチラシを作成し、本事業において新たに開拓した販路等で、配布し販売を行った。

	令和4年度
販路件数	2件
売上金額	1,051千円

○令和4年度の具体的な取組

百貨店の店舗数が減少していく中、既存百貨店での新しい販売方法の模索及び百貨店以外の販路を開拓するため、10～15品程度の小樽産品を掲載したお取り寄せチラシを作成し、お歳暮カタログに同封するなどして配布・受注をしていただいた。既にそれぞれが持っている顧客をターゲットにチラシを配布し、商品の受注を行うことで、効果的な取組を実施することができた。

【お取り寄せチラシによる販売】

① 【実施期間】 令和4年5月下旬 ～ 令和4年8月2日
【販路先】 トヨタ生活協同組合 「北海道、九州、東北の美味しいものをおうちで味わおう」 ※お中元カタログ同封
【商品掲載事業者】 NS ニッセイ・リブレアンドナチュラル・小樽海洋水産・共成食品・三浦水産・飯坂富士商店・小樽飯櫃・田中酒造・円甘味・六美・中ノ目製菓
【販売件数】 81件 【売上金額】 423千円
② 【実施期間】 令和4年10月下旬 ～ 令和4年1月24日
【販路先】 トヨタ生活協同組合 「北海道、東北、四国・瀬戸内、九州の美味しいものをおうちで味わおう」 ※お歳暮カタログ同封
【商品掲載事業者】 NS ニッセイ・たるしえ・小樽海洋水産・三浦水産・飯坂富士商店・小樽飯櫃・六美・円甘味・阿部製麺
【販売件数】 115件 【売上金額】 628千円

5 新商品開発の支援に係る取組

○取組・実績

新商品開発に係るパッケージ試作に係る支援を行った。

	令和4年度
参加事業者	4社
売上実績	5.8万個 11,128千円

○令和4年度の具体的な取組

<p>【参加事業者①】 有限会社伊藤商事</p> <p>(商品名： CanDeYakiniku ジンギス缶)</p> <p>【支援及び新商品の概要等】</p> <p>商品は蓋を開けたらすぐに焼ける、アルミ缶に入った味付けジンギスカン。 打合せの結果、パッケージのデザインについては変更していないが、これまで自社のプリンターでの作成から、専門業者に依頼した作成に変更した。 冷凍状態での湿気に耐えるものとなり、拡販にむけた準備が整ったと言える。</p> <p>【販売実績等】</p> <p>R5.3月の販売実績 2,000個 2,000(千円)</p>
<p>【参加事業者②】 株式会社円甘味</p> <p>(商品名： あんちびバウム)</p> <p>【支援及び新商品の概要等】</p> <p>小売店からのニーズが強い「常温販売である程度日持ちがするプチギフトに最適な商品」として、従来のあんちびバウムをリニューアル。香料の添加により5種類の味を引き立てた商品に作り替え、5種類セットでのプチギフトとして提案。その際、個別包装のフィルムもより商品の色が目立つものに作り替えて販売を開始した。</p> <p>【販売実績等】</p> <p>R5.1~3月の販売実績 56,000個 9,128(千円)</p>
<p>【参加事業者③】 有限会社ツクナカ</p> <p>(商品名： じゃがいも+チーズ)</p> <p>【支援及び新商品の概要等】</p> <p>(有)ツクナカがこれまで作ってきた珍味の原材料は、ほとんどが水産資源であり、近年原材料価格の高騰のみならず、入手自体も難しいものも出始めている。そのため、北海道にある農産素材の代表である「じゃがいも」を用いて、これまで作ってきた珍味の製法を活かしてチーズと合わせてまったく新しい珍味を開発し、この商品のラベルを作成した。</p> <p>【販売実績等】</p> <p>—</p>
<p>【参加事業者④】 株式会社兼正阿部製麺</p> <p>(商品名： おたる水族館ラーメン(醤油・味噌))</p> <p>【支援及び新商品の概要等】</p> <p>小樽水族館の売店で販売できるオリジナルの「水族館ラーメン」のパッケージシールを作成。</p> <p>【販売実績等】</p> <p>—</p>

