

小樽産品販路拡大強化支援業務

報 告 書

令和6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の流行は、令和5年5月8日から同感染症5類感染症に移行して、季節性インフルエンザと同様の取扱いになり、令和4年度同様に緊急事態宣言などの行動制限はなかったものの、コロナ禍以降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、地域の人口減少のほか、個人消費は依然として力強さを欠いているため、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、これまでの取り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（新潟）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う、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、その商品の物産展への出品やワークショップの実施を促進する取り

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5年4月1日から令和6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2023）へ、事業者12社42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5年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響からも完全に脱し、来場者も過去最高となっている。

○令和5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、6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2023」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、アフターコロナに伴うニーズの変化に対応すべく、これまで取り扱いの無い商品を積極的に探す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 2023 (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 7,819名 (昨年 6,799名) 2日目 7,742名 (昨年 7,216名) 合計 15,561名 (昨年 14,015名)	R5.9.7~8	12社、42品目を取りまとめ出展 (株)円甘味、(株)マルハ橋本商会、小樽市、物産協会の職員が現場対応を行った。 【出品企業 12社】 <菓子 5社> (株)リブレアンドナチュラル、中ノ目製菓(株)、(株)桑田屋、(株)六美、(株)円甘味 <水産加工品、加工品 5社> (有)入久三浦水産、(株)NS ニッセイ、(株)マルハ橋本商会、井原水産(株)、(株)本野雄次郎商店 <食品 2社> (株)兼正阿部製麺、(株)小樽飯櫃、	会場内での名刺交換数 109枚(昨年 105枚) 商談状況等：【別紙1】参照

(2) 新潟商談会

○取組・実績

小樽産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、「小樽物産協会」ブースを出展、10事業者34アイテムの商品をまとめて展示して、主に関越～北陸地区のバイヤー等と商談を行った。

○令和5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14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 2023」に昨年度に引き続き出展。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。

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 2023 (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 4,292名 (昨年 2,937名) 2日目 4,490名 (昨年 3,181名) 3日目 3,807名 (昨年 3,041名) 合計 12,589名 (昨年 9,159名)	R5.11.8~10	10社、34品目を取りまとめ出展 小樽市及び物産協会の職員が現場対応を行った。 【出品企業10社】 <菓子 3社> (株)円甘味、(株)リブレアトナチュール、 (株)六美 <水産加工品、加工品 5社> (有)入久三浦水産、(株)NS ニッセイ、 (株)マルハ橋本商会、(株)本野雄次郎商店、井原水産(株) <食品 2社> (株)兼正阿部製麺、(株)小樽飯櫃、	会場内での名刺交換数 80枚(昨年 174枚) 商談状況等：【別紙2】参照

(3) 関東商談会

○取組・実績

小樽産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2024)へ、4事業者が出展した他、2コマ分のスペースを使用した「小樽物産協会」ブースに9社29アイテムの商品を展開し、主に東日本地区のバイヤー等と商談を行った。

○令和5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2024」に水産加工品事業者や菓子事業者など4社が出展、「小樽物産協会」ブースに9社の商品をまとめて展示し、来場者と商談を行った。

新型コロナウイルス感染症の影響からも完全に脱し、来場者は前年を大きく上回り75,858名(前年比121.3%)となった。小樽関連のブースでは、ウィズコロナでの開催時と比べて試食なども積極的にしてもらえる来場者が増えたこともあり、コロナ前の活況に完全に戻ったと、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産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2024 (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 24,696名 (昨年 22,874名) 2日目 27,592名 (昨年 21,430名) 3日目 23,570名 (昨年 18,221名) 合計 75,858名 (昨年 62,525名)	R6.2.14~16	事業者4社と小樽物産協会で2ブース分の出展。出展者に加え、小樽市の職員が現場対応を行った。 【出展企業4社】 <菓子 3社> オタル製菓(株)、野島製菓(株)、(株)円甘味 <水産加工品 1社> 井原水産(株) 【小樽物産協会ブースへの出品企業9社】 <菓子 3社> (株)円甘味、(株)リブレアントナチュラル、(株)六美 <水産加工品、加工品 4社> (有)入久三浦水産、(株)NS ニッセイ、(株)マルハ橋本商会、(株)本野雄次郎商店 <食品 2社> (株)兼正阿部製麺、(株)小樽飯櫃、	会場内での名刺交換数 1,041枚(昨年1,232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

小樽産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5年度
販路件数 (商談・取組)	37件
関連売上金額	260,063千円

○令和5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。

特に、これまで時間をかけて増やしてきた新しいコネクションに、まだまだ小さいものではあるものの実績が付き始め、今後の取り扱いの拡大が見込める見込みとなってきている。

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 本部商品部 阪急梅田本店 (大阪府大阪市)	R5. 4. 6 R5. 9. 7 R6. 2. 14	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。 更に、これまで実績のなかった阪急百貨店梅田本店の北海道物産展に当協会経由で会員企業の出展が開始された。	R4 年度途中より、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、更に R6. 3 月からは香港向けの受注もいただいている状況。 R5 年度は、掲載商品の製造休止等もあり、ほぼ毎月受注はあったものの、金額では 30 千円程に終わった。前述したように、香港向けも始まっており、R6 年度に向けて品ぞろえなどの拡充を図っていく。 また、阪急百貨店梅田本店の北海道物産展に「美国ふじ観光」が出店。5,593 千円の実績となった。
2	(株) 丸由 (鳥取県鳥取市)	R5. 4. 7 R5. 12. 11	「北海道物産展」の売り上げアップの手段として、後述する「オリジナルチラシ」による受注を行えないかの商談。	R6 年度に向けて準備をしているところ

3	(株)米子しんまち 天満屋 (鳥取県米子市)	R5. 4. 7 R5. 12. 11	「北海道物産展」の売り上げアップの手段として、後述する「オリジナルチラシ」による受注を行えないかの商談。	R5年8月の北海道物産展時に、実験的にオリジナルチラシ（単品掲載型）掲載予定商品を売り場展開し販売。実績132千円 R6年3月の北海道物産展では、産直型オリジナルチラシを500枚作成し、外商部員中心に500千円を目標として販売中 米子しんまち天満屋とのR5年度の年間実績は4,500千円前後となる見込み（R4年度実績は2,450千円）
4	(株)天満屋 (岡山県岡山市)	R5. 4. 8	当協会として4番目に取扱高が高い百貨店グループ。 「北海道物産展」に限らず、幅広い新しい取り組みが出来ないか商談。	R6年3月の天満屋岡山本店の「北海道物産展」を「小樽特集」とする事を決定。 R4年度をもって閉店した津山店の取扱高をカバーして、R5年度の実績はほぼR4年度並みの96,000千円程度となる見込み。
5	(株)そごう・西武 本部商品部 (東京都豊島区)	R5. 6. 7 R6. 3. 7	(株)そごう・西武のファンドへの売却による影響の確認と、ECサイトの「e-デパート」への商品掲載及び、ギフトなど産直商品の取引拡大について商談。	井原水産(株)及び(有)入久三浦水産の商品を北海道物産展の産直ECサイトに掲載していただき、納品実績1,258千円。更に、「e-デパート」に11アイテムの産直商品の掲載をお願いし、151千円の納品実績となった。 R6年度以降は、(株)そごう・西武のファンドへの売却により、池袋店にヨドバシカメラが入ることに伴う改装の決定等段階的な発表はあるものの、不透明な部分も多く、緊密な情報交換を絶やさずに取引を進めていきたい。

6	イオンリテール（株） 北関東カンパニー （埼玉県越谷市）	R5. 6. 7 ~ 10 R5. 9. 19 ~24	百貨店以外での物産展開催場所。 昨年度に引き続き、R5. 6. 8~、 R5. 9. 20~の二回の催事に参加。 R6 年度以降の継続参加もほぼ確 実となっている。	R5. 9. 20~の秋の「北海道フェア」では、 当事業で商品開発改良を手掛けている 株式会社フジ本芳川商会のキャンドル の販売実験も行った。 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 3,944 千円（昨年 比 80%）となり、実演催事が一社減少し たこと等により昨年実績に及ばなかつ たが、キャンドルという食品以外の商品 の買われ方等の貴重なデータが得られ た。
7	(株)まち実践社 (東京都品川区)	R5. 8. 4 R6. 2. 17	「地域ポテンシャルを全国に発 信し、地域ビジネスを産み出し育 てる」ことを目標に戸越銀座で営 業しているアンテナショップ。 北海道の商品も数多く品ぞろえ している。	実験的に定番的な扱いではなくスポッ トでの投入として、8月と3月に小樽 の11社（中ノ目製菓・オタル製菓・栗 原恒次郎商店・飯坂富士商店・小樽か ね丁鍛冶・NSニッセイ・木村製菓・ 阿部製麺・ツクナカ・六美・山中牧 場）の商品を展開。 85千円の実績。
8	(株)筑西夢開発 (茨城県筑西市)	R5. 8. 4 R6. 1. 27	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。	年2回の北海道（小樽）物産展の開催 は継続され、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 5,068 千円 （昨年比 112%）（小樽飯櫃、大和水産、 木野商事） 更に、R6 年度は、オリジナルチラ シによる受注販売などにも取り組 んでいただく予定

9	(株)どまんなかたぬ ま (栃木県佐野市)	R5. 8. 5 R5. 10. 28 ~29	昨年度からコロナ明けの仕切り直しとなった買取中心の新しい形での「北海道物産展」取組に関して商談。	R5. 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・木村製菓・阿部製麺・ツクナカ・野島製菓・リブレアンドナチュラル)の商品を展開。R6年度に向けて、今まで展開していないスペース(多目的ジホール)に商品を集約し、実演販売的な業者も増加させていくなど、更なる売り上げ拡大に貢献できると考えている。 R5年度実績 1,273千円(昨年比112%)
10	国見まちづくり(株) (福島県伊達郡)	R5. 8. 5 R6. 3. 7	小樽物産展の開催及び内容の見直しについて商談。	マンネリ化を防ぎお店の利益の改善を図るための行為として昨年度より始めた買取でのセミセルフ販売の商品導入に加え、小樽以外(函館)の地域の業者もミックスしながら、年2回の物産展の開催を継続していただくことになった。 R5. 3月までの出展での売上金額:出展3社+買取2社 4,745千円(昨比127%) (小樽飯櫃、小松食品、木野商事、六美、たるしえ)
11	(株)藤崎 (宮城県仙台市)	R5. 8. 6 R5. 12. 12	年末の「小樽物産展」の新商品と企画について商談。新しく導入した「フジ本芳川商会」のキャンドルの売り場の装飾及び設営も行った。	藤崎様からの要望である「光と音」を表現する為に何が出来るか具体的に検討。新たに「オルゴール堂(音)の商品」「フジ本芳川商会のキャンドル(光)」を販売。更に、エントランスに「ワックスボール」を並べて「ゆきあかりの路」をPRするコーナーを開設することとした。 「小樽物産展」の売り上げは65,608千円(昨比99.7%)

12	(株) さくら野百貨店 北上店 (岩手県北上市) 弘前店 (青森県弘前市)	R5. 8. 7	催事などの取り組み拡大の可能性について商談。	特に、弘前店にはマーケットチャンスがありそうだが、R5 年度の実績は1社 (小樽かね丁鍛冶) 1,114 千円にとどまる。
13	(株) 近鉄百貨店 奈良店 (奈良県奈良市)	R5. 9. 8 ~ 10	R4. 11 月にオープンした「どさんこプラザ奈良店」で、小樽市の「小樽産品×デザインマッチングプロジェクト」関連の商品を中心に販売会を開催。	(株) たるしえの協力を受け、10 社 (六美・井原水産・NSニッセイ・野島製菓・リブレアンドナチュラル・小樽海洋水産・カナダ海洋食品・なると・小松食品・三浦水産) の商品を展開。 249 千円 (昨年なし) の実績 他、アンケート調査など実施し、商品に関するエンドユーザーの意見を集められた。
14	(株) 大近 (大阪府大阪市)	R5. 9. 9	昨年度から一部店舗でリブレアンドナチュラルの無添加のアップルパイを販売。売場状況等視察を行う。	高質スーパーの為、主に所謂「無添加」の商品を提案。 「未焼成」の (株) リブレアンドナチュラルのアップルパイを納入。358 千円 (昨比 506%) の実績。 今後も、引き続き新商品の売り込みを優先して行うべき取引先である。
15	(株) そごう西武 そごう大宮店 (埼玉県さいたま市)	R5. 9. 19	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、担当者も変わっている為、改めて取り組みの拡大を模索していく。 R5 年度の実績は 7,182 千円 (昨年比 95%)
16	(株) あおき 営業本部 (静岡県沼津市)	R5. 9. 22	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。	不採算店舗の整理などもあり、昨年割れの状況。 売上金額: 9,194 千円 (昨年比 66%) R6 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。
17	まるまる東日本 ※総合商研 (株) (埼玉県さいたま市)	R5. 9. 22	将来に向けた新しいイベント販売スペースの候補。	大宮駅東口にあり、集客は期待出来ると思われる。商品のお客様からの評価をもらう場所としては有力な候補の一つとなりそう。

18	(株) サンシャインチ ェーン本部 (高知県高知市)	R5. 10. 27	北海道フェアでは小樽産品の定 番化は行えているものの、新商品 及びフェア以外の通常期の商品 定番化はかかっていない。担当者 の交代もあった事から、再度売り 込みを図る。	「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、R5 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：2,885 千円（昨年比 75%） とダウン傾向に歯止めが掛かっていな い。 大阪や東京の展示会で新商品の売り込 みをしており、R6 年度に向けて更に詰め ていく。
19	(株) 鍛冶商店 カジマート桜田店 カジマートみなみ店 (石川県金沢市・津幡 町)	R5. 11. 11 R6. 1. 30	買取条件での小樽地域の産品導 入拡大とについて商談。	継続して小樽地域の産品を販売してい ただいている高質スーパーの一つだが、 当協会経由の商品投入は年々ダウン傾 向にあり、R5 年度の実績では 1,775 千 円（昨比 91%）となりそうだが、この局 面を打開すべく、食品スーパーマーケッ トの強化商材の一つとなっているイン ストア調理の惣菜の半製品の導入を図 っており、R6 年度には投入が開始される 予定。
20	(株) 田中與商店 (福井県福井市)	R5. 11. 11	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。	北陸新幹線の敦賀延伸に伴い、福井駅前 などの再開発がらみの新店の品揃えや、 上記カジマート向け商品提案などにつ いて商談。R6 年度以降大きな伸びが期待 できると考えている。 R5 年度の実績 506 千円（昨比 753%）
21	JA 芦北ファーマー ズマーケットでこ ぼん (熊本県芦北郡)	R5. 11. 12	毎年 11 月の「北海道物産展」の 際に商品を導入していただいで いる道の駅。	昇格した新任店長への挨拶含め て、「北海道物産展」の状況確認。 数年前に水害で被災したこともあり、 以前より緻密な店舗運営に変更して いく途上と言える。 R5 年度の実績は 700 千円（昨比 78%）に留まったが、R6 年度以降の 伸びしろと言えるポテンシャルは 十分にある施設と言える。

22	(一社) 見附市観光物産協会 (新潟県見附市)	R6.1.29	見附市の「街の駅」内にある「みらい市場」において、「小樽フェア」を開催していただく商談及び現地確認。	R5年2月8日(木)～2月18日(日)に「小樽フェア」を開催。10社(NSニッセイ・野島製菓・円甘味・中ノ目製菓・小樽かね丁鍛冶・オタル製菓・ツクナカ・阿部製麺)の商品を展開。30千円の実績。お客様には好評だったとの事で、今後更に拡大していきたい。
23	オネスト(株) (富山県福井市)	R6.1.30	(株)鍛冶商店の冷蔵冷凍商品のセンターを運営している企業。	前記した「(株)鍛冶商店」へのインスタ調理の惣菜の半製品の導入のため、オネスト(株)の津幡の倉庫に納品する段取りを決める。R6年度より(株)丸一土井水産の商品が納品される予定。
24	(株)大和 (石川県金沢市)	R6.1.30	能登半島地震の被災見舞い及び、今後の取り組みについて商談。	金沢市の香林坊店と富山市の富山店の二店舗の北海道物産展を統括して香林坊店在中の新任担当者がみる体制に代わるとの事で、二店舗両方の取り扱い拡大を目指す。R5年度の実績は二店舗で12,013千円(昨比186%)
25	(株)金沢丸越百貨店 (石川県金沢市)	R6.1.30	能登半島地震の被災見舞い及び、今後の取り組みについて商談。	北海道物産展での取り扱い拡大はもとより、オリジナルチラシ等様々な方法での売り上げ貢献を模索していく。R5年度の実績は2,722千円(昨比47%)
26	(株)まるごと北海道 (東京都台東区)	R6.2.17	浅草雷門前にある北海道商品のセレクトショップ。	小樽の商品は既に色々と品ぞろえがあるが、R6.3月より、当協会経由で4社(ツクナカ・NSニッセイ・飯坂富士商店・三浦水産)の商品の取引を開始 R5年度の実績は68千円

27	(株)うすい百貨店 (福島県郡山市)	R6.3.8	福島県に唯一残っている百貨店。	北海道物産展は年三回開催されており、かなりな売り上げを稼いでいるが、これまで当協会経由の取引実績は無い。新任の担当者にも挨拶させていただき、今後様々な取り組みが出来ないか模索していく。
28	(株)川徳 アネックスカワトク (岩手県盛岡市)	R6.3.9	岩手県盛岡市の老舗百貨店「パルクアベニューカワトク」の別店舗	R6.5月末からの「北海道物産展」で「小樽特集」を開催する為の商談。消化仕入れでの業者の出展販売にプラスして、買取での小樽の商品の販売や、オリジナルチラシでの受注などを検討していく。 (株)川徳との R5 年度の実績は 18,756 千円 (昨比 69%)
29	(株)オージーフーズ (東京都渋谷区)	R6.2.14 他 電話商談	熊本県の道の駅芦北でこぼんでの北海道物産展、更に、様々な通信販売への商品提供について商談。	これまでの「道の駅芦北でこぼん」での北海道物産展向けの商品供給以外に、「イセタンDOOR」「ディノス」といった他社の通販やECサイトへ、『小樽家族』の仕組みを活かして商品掲載してもらった。 R5の売上金額：793千円(昨年まで無し)※「道の駅芦北でこぼん」分含まず
30	トヨタ生活協同組合 (愛知県豊田市)	電話商談 他	オリジナルチラシでの受注による小樽商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：190件 731千円(昨年比 79%)
31	(株)カジハラ (山梨県甲府市)	電話商談	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商品の販路拡大について商談。	昨年度から商談を継続していた取引先。 R5.5月8月9月11月のカジハラ作成のチラシに小樽地域の6社(NSニッセイ・小松食品・阿部製麺・小樽海洋水産・六美・円甘味)の商品が掲載受注され、195千円の実績となった。 R6年度には、取扱商品の拡大を図っていく。

32	(株) G7 ジャパンフ ードサービス (大阪府茨木市)	R5.9.6 他 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。 R5 年度実績 288 千円 (昨年比 32%)
33	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。	R4 年度に引き続き、(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」が掲載されたが、商品変更した「カフェオレバウム」の不発などもあり、昨年割れの実績に終わった。 R5 年度実績 2,691 千円 (昨年比 64%)
34	(株) マルイ水産 (京都府京都市)	R5.9.6 他 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。	R4 年度に引き続き、ニッセイの食べるスープの納品。 R5 年度実績 18 千円 (昨年比 37%)
35	ティーエーケミカル (株) (大阪府大阪市)	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取引先。	山陽百貨店の諸国銘菓売り場に六美のたどらを導入していただく。 R5 年度実績 24 千円 (昨年なし)
36	(株) 光新星 (大阪府大東市)	電話商談	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、パチンコ店がコロナ禍での低調から回復が進まず、実績はダウン傾向。 売上金額：122 千円 (昨比 52%) 今後、何らかの工夫が必要と考えられる。
37	(株) 山田プライド (岩手県下閉伊郡)	電話商談	R5 年 7 月に三陸海岸の山田町にオープンした道の駅の運営会社。	R6 年 3 月 16 日～17 日に開催する「おいすたフェス」に合わせて小樽の産品(野島製菓・飴谷製菓・オタル製菓・円甘味・阿部製麺・NS ニッセイ・小樽かね丁鍛冶)を販売していただく。 R5 年度の実績 101 千円 R6 年度に向けて、実演販売の可能性を含めて取り組みを深めていきたい。

○取組成功事例

【商談店舗】

(株) 藤崎 (宮城県仙台市)

【内容】

毎年12月に、R5年度で16回目となる「小樽物産展」を継続して開催していただいている百貨店。

R5年度は、「光と音」という催事テーマに合わせて、株式会社フジ本芳川商会のキャンドルと小樽オルゴール堂のオルゴールを初めて販売した。特に、株式会社フジ本芳川商会に関しては、当事業の「新商品開発」に関する販売実験とも捉えて、売り場づくりや販売促進策の実験及びワークショップの開催など様々な行為とその検証を行う事で、これまでの15回にはなかった取り組みとして、藤崎サイドからも一定の評価を得る事ができ、これまでにない小樽後志地域の魅力の紹介につなげることが出来た。

令和5年度の実績は、以下の通り。

<R5.12.13~25「小樽物産展」> 65,608千円 (昨比99.7%)

・(株)フジ本芳川商会 売上 219点 244千円

うち、広告商品の「ドリップアートキャンドル」が113点と、半分以上を占めた。

<R5年度年間取り組み実績>

77,087千円 (昨比109%)

年末の「小樽物産展」の売り上げは若干の昨年割れに終わったものの、「光と音」というテーマに合わせた新商品群を紹介販売することが出来たこと他、小樽サイドの様々な協力が効を奏し、「小樽物産展」以外の取り組みも増加傾向にすることが出来た事が、R5年度合計での取扱高実績のアップにつながったと考えている。また、前記した(株)フジ本芳川商会の様に、これまで紹介できていない小樽後志地域の商品を実験的に販売し、百貨店の顧客層からの評価を受ける事によって、自社の商品自体やその販売方法等様々な情報を得られる貴重な場所であることも確認出来、今後の取り組みの深耕を図っていける貴重な先の一つであることが確認できた。

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5年度
販路件数	3件
売上金額	865千円

○令和5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、お中元やお歳暮の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。更に、北海道物産展開催に合わせた「外商係員の販売カタログ」としての販売も初めて行っていただき、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5年5月20日 ～ 令和5年8月2日
	【販路先】 トヨタ生活協同組合 「各地の美味しいものをうちで味わおう」 ※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・マルハ橋本商会・三浦水産・飯坂富士商店・小樽飯櫃・円甘味・六美・阿部製麺・たるしえ
	【販売件数】 111件 【売上金額】 412千円
②	【実施期間】 令和5年10月21日 ～ 令和5年12月15日
	【販路先】 トヨタ生活協同組合 「ご当地美味しいものお取り寄せ特集」 ※お歳暮カタログ同封
	【商品掲載事業者】 NS ニッセイ・リブレアンドナチュラル・たるしえ・小樽海洋水産・マルハ橋本商会・たるしえ・小樽飯櫃・六美・円甘味・阿部製麺
	【販売件数】 79件 【売上金額】 319千円
③	【実施期間】 令和6年3月11日 ～ 令和6年3月26日
	【販路先】 米子しんまち天満屋 「小樽産直市」 ※百貨店外商部員販売
	【商品掲載事業者】 NS ニッセイ・リブレアンドナチュラル・たるしえ・小樽海洋水産・マルハ橋本商会・たるしえ・小樽飯櫃・六美・円甘味・阿部製麺
	【販売件数】 30件 【売上金額】 134千円 ※3月21日現在

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5年度
参加事業者	1社
売上実績	597点 437千円

○令和5年度の具体的な取組

<p>【参加事業者】株式会社フジ本芳川商会</p> <p>【支援及び新商品の概要等】</p> <p>1936年（昭和11年）に北海道で初めてろうソクを製造する会社として創業、現在では北海道唯一のろうソク製造を行っている企業。</p> <p>いわゆる「仏事」向けと、「ゆきあかりの路」等でも使用される「ワックスボウル」及び「台風キャンドル」だけでは縮小均衡となるのが明確なので、他の用途に使用できるキャンドルの開発に取り組み始めている。昨年度には、児童及びアウトドア向けとして「サンドキャンドルキット」を販売し、一定の成果が出始めているが、R5年度は、この商品の拡販以外に、より広いターゲットに向けた商品の開発改良を行いたいとの意向だった。</p> <p>これを受け、商品のマーケットチャンス及び改良点や売り方の工夫方法など様々な情報を得る為に、実際に幅広い来店客層を期待できる売り場での実験的な販売を行い、そこから得た情報に基づいて、商品の改良や販売促進方法に活かすことが出来始めている。</p> <p>【行為実績①】 R5.7.7 第一回ミーティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 取り組みの方向性とやりたい事及びやれる事の整理 ・ 次回のミーティングの内容について <p>【行為実績②】 R5.7.21 第二回ミーティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イオン越谷レイクタウン店での販売実験の企画について <p>【行為実績③】 R5.8.9 第三回ミーティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客価値からの商品開発の必要性についてのプレゼン ・ イオン越谷レイクタウン店での販売実験の企画について <p>【行為実績④】 R5.9.19 販売実験準備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イオン越谷レイクタウン店での販売実験の売り場設営日 <p>【行為実績⑤】 R5.9.20～24 販売実験</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イオン越谷レイクタウン店での販売実験及びワークショップ（サンドキャンドル作成）の実施 <p>【行為実績⑥】 R5.10.16 第四回ミーティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ イオン越谷レイクタウン店での販売実験によってわかった事と、今後やっていくことの整理～仙台藤崎百貨店での販売実験の準備 <p>【行為実績⑦】 R5.11.28 販売実験準備</p>
--

- ・藤崎「小樽物産展」での販売実験及びワークショップについての最終打ち合わせ
主力商品「ドリップアートキャンドル」販売促進ツールとして「ポスター（POPとしても使用可）」を作成。

【行為実績⑧】 R5. 12. 12 販売実験売り場陳列

- ・藤崎「小樽物産展」での販売実験及びワークショップの売り場陳列作業

【行為実績⑨】 R5. 12. 13～25 販売実験

- ・藤崎「第16回小樽物産展」での販売実験及び（サンドキャンドル作成）の実施

【行為実績⑩】 R6. 2. 6 第五回ミーティング

- ・藤崎「第16回小樽物産展」での販売実験によってわかった事と、今後の課題について整理

【R5年度の販売実績等】

R5年度の様々なイベントでの販売実績の合計は、597点 437千円

うち「ドリップアートキャンドル」211点 190千円

「サンドキャンドル」ワークショップ 163件

「サンドキャンドルキット」 3点 5千円

～上記イベント以外に「卸売り」として道内様々な店舗やキャンプ場等で販売した実績もあり

～R5年度の行為によりわかった事と、今後の方向性～

① サンドキャンドルワークショップ及びサンドキャンドルキット

年少者向けの販売促進策としては有効だが、百貨店来店層等の比較的高齢のお客様には殆ど支持していただけない事が解ってきた。効果がある年少者へのアプローチの継続強化と、アロマ等より幅広い年齢層に訴えかけられる機能の追加等の商品改良を行う必要があると考えている。

② ドリップアートキャンドル

当初「虫よけ」機能をメインに打ち出して「おしゃれキャンパー」向けに考えて販売していたが、藤崎での販売実験により、想定以上に一般の女性のインドアの需要が大きいことが判明。

「アロマキャンドル」としての商品力強化の為にアロマの種類（北海道らしいものを優先）を増加させていく事となった。

R6年度は、上記した2アイテムへの方策の実行と、R5年度途中から作成し好評だった「シマエナガ」キャンドルなどの「北海道の自然」シリーズの拡充を図り、当面の目標である「実店舗」の開設に向かって進んでいくこととなった。