

小樽産品販路拡大強化支援業務

報 告 書

令和 7 年 3 月 3 1 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年から始まった新型コロナウイルス感染症流行による影響は、エンドユーザーの消費行動の変化を引き起こし、いわゆる「中食」ニーズや冷凍商品の拡大等、コロナ以前とは異なったマーケットとなってきた。更に原材料費や燃料の高騰、地域の人口減少などの与件の変化も相まって、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小売事業者に交渉して、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、その商品の商談会への出品・出展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6年4月1日から令和7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2024）へ、事業者10社96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。昨年度の令和5年度から併催されている「外食産業フェア」の効果や、回を重ねるごとに実行委員会に参加する関西以西のスーパーマーケットが増加していることなども相まって、令和6年度も、来場者が過去最高となっている。

○令和6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、7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2024」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3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、より多くの新しい取引先候補への小樽地域の産品の認知度アップを働きかけることが出来た。

更に、新しい企画として、「北海道なまらおいしいコーナー」という参加企業の商品を用いたレシピによる試食コーナーにも、上記3事業者の商品をつかったレシピ提案を行う事が出来、来場バイヤーの

興味を引き付け、今後の商談につなげる事が出来た。

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 2024 (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 7,936名 (昨年 7,819名) 2日目 8,216名 (昨年 7,742名) 合 計 16,152名 (昨年 15,561名)	R6.9.4~5	10社、51品目を取りまとめ出展 (株)円甘味、井原水産(株)、飴谷製菓(株)、小樽市、物産協会の職員が現場対応を行った。 【出品企業10社】 <菓子 5社> 飴谷製菓(株)、(株)リブレアンドナチュラル、(株)六美、(株)円甘味、野島製菓(株) <水産加工品、加工品 4社> (株)NSニッセイ、(株)マルハ橋本商会、井原水産(株)、(株)小樽海洋水産 <食品 1社> (株)兼正阿部製麺	会場内での名刺交換数 160(142)枚(昨年109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2024)へ、「小樽物産協会」ブースを出展、11事業者40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6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15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2024」に3年連続で出展。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。これまでの展示会への参加の経験からも、連続して出展することで３年目以降に実績が伴いだしてい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 3,905名 (昨年 4,292名) 2日目 4,431名 (昨年 4,490名) 3日目 3,852名 (昨年 3,807名) 合計 12,188名 (昨年 12,589名)	R5.11.6～8	11社、40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11社】 <菓子 6社> 飴谷製菓(株)、(株)リブレアンドナチュラル、(株)六美、(株)円甘味、野島製菓(株)、(株)たるしえ <水産加工品、加工品 4社> (株)NS ニッセイ、(株)マルハ橋本商会、井原水産(株)、(株)小樽海洋水産 <食品 1社> (株)兼正阿部製麺	会場内での名刺交換数 85枚(昨年 80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2025)へ、10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6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2025」に水産加工品事業者や菓子事業者など10社が出展、来場者と商談を行った。

昨年度から新型コロナウイルス感染症の影響はぼなくなり、来場者数は更に前年を上回り77,305名(前年比101.9%)となった。小樽関連のブースにも多数のバイヤーの来訪がみられ、試食なども積極的に行っていたこともあり、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がられるものでもある。

今後についても、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2025 (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 23,753名 (昨年 24,696名) 2日目 28,710名 (昨年 27,592名) 3日目 25,542名 (昨年 23,570名) 合計 77,305名 (昨年 75,858名)	R6. 2. 12~14	事業者10社が出展。出展者に加え、小樽物産協会の職員が現場対応を行った。 【出展企業10社】 ＜菓子 4社＞ オタル製菓(株)、野島製菓(株)、(株)円甘味、飴谷製菓(株) ＜水産加工品 4社＞ 井原水産(株)、(有)ツクナカ、(株)NSニッセイ、(株)本野雄次郎商店 ＜食品 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 1,448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6年度
販路件数 (商談・取組)	40件
関連売上金額	151,757千円

○令和6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スーパーマーケットなどの商業施

設や、地域の食品卸業者、物販イベントの主催者等と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きたい。

番号	商談店舗	商談時期	商談内容	結果
1	(株) ホテルニュー王子 (北海道苫小牧市)	R6. 5. 23	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。	R6. 5 月および 12 月の「北海道フェア」に小松食品(株)、(株)N Sニッセイ、(有)三浦水産、(有)カナダ海洋食品、山中牧場の商品を納入。 売上金額：119 千円（昨年無し）
2	(株) 川徳 アネックスカワトク (岩手県盛岡市)	R6. 5. 28 ～29	岩手県盛岡市の老舗百貨店「パルクアベニューカワトク」の別店舗で「小樽特集」の催事を開催。なんと屋、海のや、拓洋、小樽飯櫃の四社が出展実演販売し、更に買取にて中ノ目製菓(株)、野島製菓(株)、(株)円甘味、(株)リブレアントナチュール、(有)ツカカの商品を販売。	R6. 5. 29～6. 3 の期間合計で、当協会関連の売上は 4, 445 千円。当協会関連以外の商品も合計した金額でも予算比 120%を超える事が出来、今後の取引拡大にもつながる可能性が出てきた。 (株) 川徳との R6 年度の実績は 30, 338 千円（昨比 161%）
3	(株) 山田プライド (岩手県下閉伊郡)	R6. 5. 30	R5 年 7 月に三陸海岸の山田町にオープンした道の駅「おいすた」の運営会社。R6 年 3 月 16 日～17 日に開催した「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 10 万円ほど販売していただいた。	実際に現地を訪れ、今後の取引の継続や拡大の可能性を探ったが、直売所の運営会社が別会社となっていることもあり、三陸の地場産品以外の販売は、年三回の「おいすたフェス」の機会のみしか考えていないとの事。このほかに屋外の「コリドー」での実演催事は比較的自由に企画できるとの事で、7 月中旬に(株)小樽飯櫃が実演販売で出展したが、少額の実績に終わった。
4	(株) そごう・西武 武秋田店 (秋田県秋田市)	R6. 5. 31	「北海道物産展」での取り組みの拡大や、「オリジナルチラシ」による受注等新しい取り組みを行えないかの商談。	R6 年度内の取引の拡大には繋がることは出来なかった。R7 年度以降も引き続き商談を継続していく。R6 年度の実績は 4, 090 千円（昨比 52%）

5	まるまる東日本 ※総合商研(株) (埼玉県さいたま市)	R6. 6. 7 R6. 10. 17 ~20	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るのではないかと考え、R6. 10. 17~20の期間で「小樽駅ナカマートたるしえ in まるまる東日本」と銘打って小樽後志地域の産品を販売するイベントを実施。	小樽後志地域の産品（60品（26社））を販売 ＜うち、小樽市内企業＞ オタル製菓(株)、中ノ目製菓(株)、野島製菓(株)、(株)六美、飴谷製菓(株)、井原水産(株)、(株)NSニッセイ、(株)小樽かね丁鍛冶、(株)カナダ海洋食品、(有)入久三浦水産、(有)ツクナカ、(有)利尻屋みのや、(株)タンゼンテクニカルプロダクト、(株)兼正阿部製麺、(有)深澤精肉店、(株)小樽海洋水産 「小樽駅ナカマートたるしえ in まるまる東日本」イベント期間中の売上金額（税込み）：611,830円、販売個数：1,011個 年間での実績 728千円
6	(株)田中與商店 (福井県福井市)	R6. 6. 8 R6, 9. 7 R7. 1. 31	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が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。 下記3カ所での定番販売商品候補として(株)タンゼンテクニカルプロダクト、トワ・ヴァール、(有)ツクナカ、井原水産(株)の商品を投入したが、あまり動きが良くなかった。R7年度に向けて改めて商品の提案をしているところ。 R6年度の実績 262千円（昨比51%）
7	福井県経済農業協同組合連合会 (福井県福井市)	R6. 6. 8 R6, 9. 7	上記(株)田中與商店の商品の納入先。福井市郊外にオープンした大規模なJAの直売所である「ファーマーズマーケット TRETAS」を運営。	小樽地域の産品を継続的に販売実験させていただける施設の候補
8	(株)フード福井 (福井県坂井市)	R6. 6. 8 R6, 9. 7 R6, 11. 9 R7. 1. 31	上記(株)田中與商店の商品の納入先。坂井市三国町にある大規模なAコープ「ジェスタイザ」を運営。	小樽地域の産品を継続的に販売実験させていただける施設の候補。R6年度の当協会から納品された商品の殆どはここで販売。

9	(株)フードラボ FUKUMACHI (福井県福井市)	R6. 6. 8 R6, 9. 7 R6, 11. 9 R7. 1. 31	上記(株)田中與商店の商品の納入先。福井駅前の大規模再開発にあわせてオープンした商業施設「FUKUMACHI BROCK」にある「FOODLAB MINIE BASE」を運営。	小樽地域の産品を継続的に販売実験させていただける施設の候補。R6 年度の当協会から納品された商品のうち、一部の高質な差別化商品を販売する準備中。R7 年度に納品開始となる予定。
10	(株) そごう西武 西武百貨店福井店 (福井県福井市)	R6. 6. 8 R6, 11. 9	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。 上記した(株)田中與商店での取り扱い品目が安定してくれば、そこを介しての商品投入も考えていける。	R6 年度中は取り扱いの拡大には繋がっていないが、R7 年 4 月の「北海道物産展」に於いて小樽地域の商品を買取で展開してもらう予定。 R6 年度の実績 1,643 千円 (昨比 61%)
11	(株)オージーフーズ (東京都渋谷区)	R6. 7. 1	様々な通信販売への商品提案や 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。	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」「日本盛」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をしてもらった。道の駅芦北でこぼん」の規模縮小によりトータルでは昨年実績に届いていない。 R6 の売上金額: 1,401 千円 (昨比 93%)
12	イオンリテール(株) 北関東カンパニー (埼玉県越谷市)	R6. 7. 1～2 R6. 9. 24～25	百貨店以外での物産展開催場所。 昨年度に引き続き、R6. 7. 2～、R6. 9. 25～の二回の催事に参加。 R7 年度以降の継続参加もほぼ確実となっている。	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 4,494 千円 (昨年比 113%) と伸びている。

13	(株) まるごと北海道 (東京都台東区)	R6. 7. 2 R6. 9. 26 R6. 10. 18 R7. 3. 13	浅草雷門前にある北海道商品のセレクトショップ。インバウンドの増加に伴い売り上げもアップ傾向との事。	「小樽家族」のスキームを活かした発送ロットに縛られない混載での注文が出来るというメリットを理解していただき、小樽地域の商品の取り扱いが大きく拡大。R7. 3 月現在、当協会経由で 9 社 (有)ツクナカ・(株)NS ニッセイ・(株)飯坂富士商店・(有)入久三浦水産、(株)兼正阿部製麺、(株)本野雄次郎商店、飴谷製菓(株)、野島製菓(株)、オタル製菓(株)の商品が品揃えされている。 R5 年度の実績は 864 千円 (昨比 1270%)
14	ヨシケイ開発(株) 東京支社 (東京都港区)	R6. 7. 2	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。	R6 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る。今後は、ヨシケイ開発(株)様の EC サイトでの販売に向けた商品の提案をしていく。 R6 年度実績 3,348 千円 (昨年比 124%)
15	(株) カジハラ (山梨県甲府市)	R6. 7. 3	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。	R6. 5 月と 11 月のカジハラ作成のチラシに小樽地域の 9 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・共成食品・野島製菓・オタル製菓)の商品が掲載受注されたが、取扱アイテムは増えたものの、売り上げ実績は 141 千円 (昨比 72%) に終わった。 R7 年度には、後述する「小樽物産協会オリジナルチラシ」も用いながら取扱商品の拡大を図っていく。

16	(株) どもんなかたぬま (栃木県佐野市)	R6. 8. 5 R6. 10. 30 ～31	一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。	R6. 10. 31～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。買取商品の展開場所を昨年度までのインフォメーション横から「どもんなかホール」に移し、逆にインフォメーション横のスペースで実演試食販売（「小樽飯櫃」「北の食品」が参加）を実施。買取では当協会経由で 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・野島製菓・リブレアンドナチュール・飯坂富士商店・トワヴェール）の商品を展開。売り上げ倍増につながった。 R6 年度実績 2,637 千円（昨年比 207%）
17	(株) 筑西夢開発 (茨城県筑西市)	R6. 8. 6	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。更に、R6 年 2 月には、後述する当協会のオリジナルチラシを筑西市役所や筑西市の商工会議所に配布し受注販売を実施。 R5. 3 月までの売上金額： 4,845 千円（昨年比 95%）（実演催事は以下の 3 社 小樽飯櫃、拓洋、北の食品）

18	国見まちづくり（株） （福島県伊達郡）	R5. 8. 6～ 7 R7. 3. 11 ～12	小樽物産展の開催及び内容の見直し、更に R7 の改装に伴う売り場拡大について商談。	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。R7 年 5 月に予定されている改装に伴う物販スペース拡大時に向けて、当協会扱いの商品の買取での品揃えが増加する見込みとなった。 R6. 3 月までの出展での売上金額：出展 3 社＋買取 1 社 5,318 千円（昨比 112%） （小樽飯櫃、小松食品、北の食品、本野雄次郎商店）
19	（株）藤崎 （宮城県仙台市）	R6. 8. 7 R7. 2. 15	年末の「小樽物産展」の企画について商談。更に R7 年度の要望を受ける。	北海道ワイン(株)の 50 周年に合わせて「小樽のワイン」をメインに打ち出す企画とした。R7 年度に向けては、ホテルグルメの「お取り寄せ」が出来ないかとの要望。 「小樽物産展」の売り上げは 66,708 千円（昨比 101%）
20	（株）光新星 （大阪府大東市）	R6. 9. 7	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。担当者の変更もあり、再度売り込みを図る。 売上金額：171 千円（昨比 127%）
21	（株）そごう西武 E コマース部 （神奈川県横浜市）	R6. 9. 24	そごう・西武の E C サイトである「e デパート」への商品掲載について商談。	R6 年度の実績は、13 件 73 千円と振るわず。R7 年度に向けて再度提案を練り直す必要がある。
22	（株）リライアブル コーチャンフォー若葉台店 （東京都稲城市）	R6. 9. 25 R6. 10. 18	近年こだわり食品の販売に力を入れている「コーチャンフォー」での販売について商談。	（一社）北海道貿易物産振興会からの情報でも北海道の食品の販売に力を入れているという「コーチャンフォー若葉台店」で R7 年度以降に小樽地域の商品を販売する機会を考えていく。

23	(株)ルネサンス (東京都墨田区)	R6. 9. 25 R6. 12. 14	徳島県鳴門市のボートレース 鳴門敷地内 UZUHALL での「北海道物産展」の開催について商談。	R6. 12. 12～16 の日程で【歳末！北海道物産展×遊ぶ！スケートリンク】を開催。函館市・小樽市・旭川市の三市から 18 業者が参加し 15,122 千円の売上となった。 小樽からは(株)円甘味・(株)小樽飯櫃・大和水産(株)の三社が参加し、1,488 千円の売上実績。 R7 も更に出展業者を増やして開催する予定との事。
24	(株)銀座はなのれん (東京都品川区)	R6. 9. 26	道内にも二か所直売所を持ち、関連会社で製造した米菓と全国の銘菓を販売。更にこれらの卸売りも行っている企業。	小樽地域の商品の取り扱いについて商談。見積は提出しているが R6 年度中の実績は無し。
25	(株)まち実践社 (東京都品川区)	R6. 9. 26	「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。	R5 年度実験的に 85 千円程度の商品が投入されたが、定番にはなっていない、R6 年度の実績は無し。
26	(株)モナカ (岩手県盛岡市)	R6. 10. 19	閉店した中三盛岡店を取り壊し、近隣の再開発計画に合わせてオープンした新しい商業施設。	小樽の商品を販売する新しいチャンネルの一つとなりそう。R6 年度は実験的に空きスペースでの出張販売に(株)小樽飯櫃・小松食品(株)の二社が参加 R6 年度実績 1,447 千円 現状ではまだ大きな売り上げには繋がっていないが、富裕層の来店客がみられるので、R7 年度以降の取り組みに期待は持てると考えている。
27	(株)グッドセレクト (東京都)	R6. 10. 29	チラシでの拡販などで協力できる先として商談。	商品及び販売先の情報を相互に交換することで(株)カジハラでのチラシ販売等に繋がっているが、R6 年度は直接の取引には繋がらなかった。

28	(株) 近鉄百貨店 奈良店 (奈良県奈良市)	R6. 12. 14	R4. 11 月にオープンした「どさんこプラザ奈良店」が B1F の食品フロアーに移動。状況確認と今後の取り組みについて商談。	飴谷製菓(株)の飴が定番として品揃えされており R7 年度の納品実績は 58 千円。更に先方の要望を受け、数種類の商品の見積もりを(一社)北海道貿易物産振興会に提出しているが、品ぞろえには至っていない。
29	(株) 近鉄百貨店 本店 (大阪府大阪市)	R7. 2. 1	「どさんこプラザあべのハルカス店」の品ぞろえの状況確認と今後の取り組みについて商談。	飴谷製菓(株)の飴が定番として品揃えされており R7 年度の納品実績は 198 千円。R7 年度は、販売イベントを開催して小樽地域の商品で地域に受け入れられそうなものを探し出し、定番商品の増加を目指していきたい。
30	(株) 藤崎 フードマーケットフジ (宮城県仙台市)	R7. 2. 15 R7. 3. 11	年に二回開催される「北海道フェア」での小樽商品の取り扱い拡大と、通常期に定番として取り扱っていただけそうな商品について商談。	R7. 4. 10~22 の期間開催される「北海道フェア」に小樽地域の商品 39 アイテム 822 千円が投入される予定。その際の実績なども見て、今後の定番化につなげる商品を探していく。
31	(株) ころくや (東京都八王子市)	R7. 3. 13	R7. 4. 18 にイオンモール川口店内にオープン予定の「ごほうびや」(百貨店の諸国銘菓売り場的な品揃えのテナントショップとの事)に小樽地域の商品を投入する為の商談。	当協会の EC サイト『小樽家族』のスキームを活かし、小ロット混載を前提とした発注をいただける事となった。R7. 4 に向けて野島製菓(株)の商品等が投入される予定。
32	(株) あおき 営業本部 (静岡県沼津市)	電話商談	取引の継続強化、年度末の際物について商談。	不採算店舗の整理もひと段落し、実績が増加し始めている。 売上金額: 9,628 千円 (昨年比 104%) R7 年度にむけて取引拡大できる可能性を探っていく。
33	(株) サンシャイン チェーン本部 (高知県高知市)	電話商談	北海道フェアでは小樽商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なっていない。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、R6 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: 1,543 千円 (昨年比 53%) とダウン傾向に歯止めが掛かっていないが、R7 年 4 月の北海道フェアには新商品の採用が決定している。 R7 年度に向けて更に新しい商品を提案していく。

34	(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)	電話商談	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商品を販売して 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 1,309 千円 (昨比 73%) 程度となりそ う。前述した福井の田中興商店経由の 商品も含めて、提案の強化を行ってき たい。
35	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 る小樽産品の販路拡大につ いて及び北海道物産展につ いて商談。	昨年度まで当協会で作成した「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 同送していただいていたが、R6 年度は Web での販売に変更となり、催事以 外の売り上げは大幅ダウン。R7 年度 は、後述する当協会オリジナルチラシ 「北海道小樽うまいものお取り寄せ 便」による受注販売を検討していただ けるとの事。
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、主にリブレアード ナチュラルの商品を売り込んでいた だいた。R6 年度実績 241 千円 (昨年 比 83%)
37	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 のたるとらを導入していただく。 R5 年度実績 97 千円 (昨比 404%)

38	(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)	電話商談	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、R5 年度より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 80 アイテムが WeChat 上の阪急百貨店のサイトに掲載されている。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。 R6 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 17 千円（昨比 57%）に終わった。R7 年度に向けて品ぞろえなどの拡充を図っていきたい。 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」等が出店。7,713 千円（昨比 137%）の実績となった。
39	曲×高橋水産(株) (北海道札幌市)	電話商談 他	ホクレンショップ向けのスイーツギフトの提案について商談。	ホクレンショップの R6 年夏のギフトに冷凍デザートギフト 4 アイテム（円甘味・六美・リブレアノドナチュール）を提案。 R6 年度の実績 11 千円（昨年まで無し）
40	Anystyle (東京都港区)	電話商談 他	「札幌圏地場産品・観光 PR イベントの一環」で V-Tuber を使った小樽産品の PR について商談。	六美のたるどら、円甘味のブリュレカスタードインバウム、NS ニッセイの秋鮭の食べるスープを V-Tuber が PR。、購入実績は 22 千円程度だった。

○取組成功事例

【商談店舗】

(株) まるごと北海道 (東京都台東区)

【内容】

浅草雷門前にある北海道商品のセレクトショップ。以前からアプローチはしていたが、R6. 2 月のスーパーマーケットトレードショー 2024 で小樽物産協会ブースに来訪していただいたことがトリガーとなり、R6 年度末から当協会からの商品投入が始まった。当協会の EC サイト『小樽家族』のスキームを活かし、小ロット混載での発注が可能という他にない特徴により、売り場での「ロス」を最小限に抑える発注が出来るという高評価をいただくことが出来、定期的な商談を繰り返している効果もあり、取扱アイテムが増加している。

＜令和6年度の実績＞

1) 納品金額 864 千円（昨比 1270%）

2) R6 年度末現在での当協会からの提案アイテム

・(株)兼正阿部製麺	ラーメンやあんかけ焼きそば等	9 アイテム
・(株)NS ニッセイ	食べるスープや生茶漬け	6 アイテム
・(株)本野雄次郎商店	昆布加工品やだし	2 アイテム
・(有)入久三浦水産	鰯加工品	1 アイテム
・(株)大ト飯坂富士商店	乾珍味	3 アイテム
・飴谷製菓(株)	飴	5 アイテム
・野島製菓(株)	だんご・ラムネ	12 アイテム
・オタル製菓(株)	かりんとう	5 アイテム
・(有)ツクナカ	乾珍味	12 アイテム
合計		55 アイテム

これらの商品の中から10～20アイテムの受注を継続的にもらっている。

立地する環境から「インバウンド」の来店も多く、乾珍味（特に帆立）に関しては大容量で高単価の商品もよく売れている。「北海道の商品のアンテナショップ」というコンセプトの施設だが、若年層の来店も多いことから、小樽地域の企業が得意とする「高齢者」向けの商品の売上よりも、菓子やトピックス性のある商品が売れ筋の上位になる事が多いらしい。今後も定期的な商談を継続して、売り場の特性に合う商品を提案し続ける事が出来れば、納品実績を増やすことは十分に可能と考えている。

また、ここでの成功例を他の販売チャンネルにも売り込んでいき、他の地域では出来ない「小ロット混載での発注が可能で、売り場での「ロス」を最小限に抑える発注が出来る」というメリットを理解していただける先を増加させていくことが、R7 年度以降の目標と言え、更には、そこで得た「情報」に基づいた「商品改良」につながる行為を行っていく。

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6年度
販路件数	3 件
売上金額	32 千円

○令和6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、小樽産品を掲載したお取り寄せチラシを作成し、配布・受注をしていただいた。一部のお取引先様に関しては、昨年までの印刷物での受注からWeb上での受注に切り替えていきたいとの要望があり、それにも対応したものの、高齢者中心の顧客にはWebの親和性低く、売り上げには繋がっていない。当協会オリジナルで作成したチラシは、昨年までの産直販売から『小樽家族』の特性を活かした単品受注混載発送型の「北海道小樽うまいものお取り寄せ便」に進化させたが、販路先の販売力が小さく、営業的な成功には至っていないもののトラブルなく受注から発送までの業務をこなす事が出来た。

R7 年度には、この内容を活かしてより営業力のある取引先と組むことで、より大きな売り上げを稼ぎ出していけると考えている。

【お取り寄せチラシによる販売】

①	【実施期間】 令和6年8月5日 ～ 令和6年8月24日
	【販路先】 トヨタ生活協同組合 「北海道物産展WEB予約販売会」に34アイテムを提案
	【商品掲載事業者】 NS ニッセイ・三浦水産・飯坂富士商店・小樽飯櫃・円甘味・六美・阿部製麺・小松食品・小樽かね丁鍛冶・野島製菓・共成食品・本野雄次郎商店
	【販売件数】 5件 【売上金額】 5千円
②	【実施期間】 令和6年12月～ 令和7年3月
	【販路先】 羽田空港（北海道貿易物産振興会扱い） 羽田産直セクション「食絶景北海道」後志エリア特集 羽田空港待合ロビーに設置されているカタログに商品5アイテムを掲載
	【商品掲載事業者】 飯坂富士商店・小樽海洋水産・入久三浦水産・カネダ海洋食品
	【販売件数】 4件 【売上金額】 13千円
③	【実施期間】 令和7年2月10日 ～ 令和7年2月19日
	【販路先】 (株) 筑西夢開発（道の駅グランテラス筑西） 「北海道小樽うまいものお取り寄せ便」 道の駅グランテラス筑西の外商部が筑西市役所及び商工会議所にチラシを配布して受注販売
	【商品掲載事業者】 野島製菓・六美・飴谷製菓・木村製菓・井原水産・六美・円甘味・NS ニッセイ・入久三浦水産・小松食品・飯坂富士商店・阿部製麺・本野雄次郎商店
	【販売数】 31個 【売上金額】 14千円

5 新商品開発の支援に係る取組

○取組・実績

新商品開発に係る支援を行った。

	令和6年度
参加事業者	1社

○令和6年度の具体的な取組

【参加事業者】株式会社たるしえ 【支援及び新商品の概要等】 株式会社たるしえは、「小樽駅ナカマートたるしえ」に於いて小樽後志地区で産出される様々な商品を販売しており、市内外での認知度がアップすると共に、後志地域の農業生産者との情報交換も出来るようになってきている。その中で、後志地域で生産される作物を用いた新しい加工品を開発し、その特性を活かした高付加価値の商品を生み出したいという思いから、業務用の「乾燥機」を導入しており、この設備を活かした「農産加工品」として、ドライフルーツの開発を支援した。 【行為実績①】R6.5.16 第一回ミーティング ・目標を「わざわざその商品を目当てに札幌から買いに来ていただける商品」を作り出す事と設定。その為に必要な項目を整理 ・次回のミーティングの内容について 【行為実績②】R6.5.22 第二回ミーティング ・「顧客価値を起点にした商品コンセプトの作り方」を説明 ・これからやっていくことの優先順位について ・次回のミーティングの内容について 【行為実績③】R6.6.4 第三回ミーティング ・前回のミーティングの内容から生み出すべき「顧客価値」について議論 ・次回のミーティングの内容について 【行為実績④】R6.6.10 第四回ミーティング ・この商品が生み出すべき「想定顧客にとっての進歩」について議論 ・次回のミーティングの内容について 【行為実績⑤】R6.6.19 第五回ミーティング ・開発する商品の「想定顧客」（ペルソナ）についてのアイデア出し ・ドライフルーツの試作サンプルのチェックと評価 ・次回のミーティングの内容について 【行為実績⑥】R6.7.4 第六回ミーティング ・開発する商品の「想定顧客」と「コンセプト」の決定 ・これから作っていく試作品の素材の検討と販売実験の準備について ・次回のミーティングの内容について 【行為実績⑦】R6.7.11 第七回ミーティング

- ・商品名とキャッチコピーについて議論
- ・試作品用の包材と商品ラベルの準備
- ・次回のミーティングの内容について

【行為実績⑧】 R6. 7. 25 第八回ミーティング

- ・商品名とキャッチコピーの決定
- ・試作品用の包材の決定と商品ラベルデザイン検討
- ・次回のミーティングの内容について

【行為実績⑨】 R6. 8. 21 第九回ミーティング

- ・商品ラベルデザインの検討
- ・試作品の確認
- ・次回のミーティングの内容について

【行為実績⑩】 R6. 8. 24 第十回ミーティング

- ・試食アンケートの準備

【行為実績⑪】 R6. 9. 9 第十一回ミーティング

- ・今後試作していく素材についての検討
- ・次回ミーティングの内容について

【行為実績⑫】 R6. 9. 19 第十二回ミーティング

- ・商品ラベルデザインの決定
- ・一括表示、その他商品化に必要なものについて議論
- ・次回のミーティングの内容について

【行為実績⑬】 R6. 9. 30 第十三回ミーティング

- ・試食アンケートの内容について

【行為実績⑭】 R6. 10. 17～20 試食アンケート調査

- ・日本で9番目の乗降客数（10.4万人/日）を誇る大宮駅の駅前にある物販施設「まるまる東日本」で開催された「小樽駅ナカマートたるしえ in まるまる東日本」の会場内で、今回試作した余市のりんごを用いたドライフルーツ「太陽のめぐみ北海道から秋のりんご」の試食アンケートを実施

【行為実績⑮】 R7. 2. 26 第十四回ミーティング

- ・これまで行ってきた事によってわかった事と、今後の課題について整理

～R6年度の行為によりわかった事と、今後の方向性～

試食アンケートの結果から

- ・味や食感についての評価は悪くない。
- ・一般的には、ドライフルーツを食する機会が限られており、食べ方によっては品質よりも価格で選ばれているようである。→食べ方の提案が必要
- ・このままの一般的なりんごで一般的な形状のドライフルーツでは、なかなか差別化できそうにない。

様々な素材を試作した経験から

- ・後志の産品には、ドライフルーツに出来そうな素材はまだまだありそう

- ・出来上がったドライフルーツの形状は、まだまだ工夫の余地がある。

結果として、R6 年度内に、「わざわざその商品を目当てに札幌から買いに来ていただけるドライフルーツ」の完成には至らなかった。

R7 年度以降も、希少性のある素材を用いて、形状なども工夫しながら、他にはない「差別化要素が多い」商品を作り出して、「駅なかマートたるしえ」での販売実験を継続していくことが必要。その際には、「食べ方」の提案をして、そのドライフルーツの用途を広げていく事も行うべきである。