

令和6年度 働き方改革推進支援助成金 事業(団体支援コース)報告書

令和7年1月

静岡県商工会連合会

【事業名】働き方改革推進支援事業助成金(団体推進支援コース)

【実施期間】

令和6年7月9日（交付決定日）～令和7年1月31日

【実施目的】

商工会地域の人口減少は顕著であり、当該地域の小規模事業者の市場規模は縮小傾向にある。対策として域外への販路開拓は有用であるが、現状では営業ノウハウの不足や人手不足により販路開拓活動に人手を割く余力がなく、今後さらなる売上減少や従業者への負荷の増加、ひいては雇用の不安定化等が危惧される。そのため、本会が中心となり県外においてPR事業（ECサイト・ポップアップストアでの市場調査及び販路開拓）を実施することにより、新たな需要開拓・販路開拓を進めると共に地域の魅力を発信する。

本事業により、当該地域の交流人口等の増加による地域経済の活性化及び地域小規模事業者の売上増加による経営安定、及び従業員へ利益を還元し労働条件の改善や雇用の安定化を図る。

また、本会の支援先において、商品の歴史や製法等に魅力を感じた方が支援先事業者の従業員となった事例もあるため、商工会地域の事業者の魅力も広く発信することにより、新たな雇用機会の創出を図る。

POPアップストアinTSUTAYA 下北沢

■市場調査

TSUTAYA売場担当者よりフィードバックを受けどのような商品が首都圏、POPアップストアで求められているかについて市場調査を行った。

■販路開拓

委託事業者よりPOPアップストアにとどまらず今後継続的な販売に向けて提案を行った。また継続販売についての理由等のフィードバックを報告書へ掲載し販路開拓を行った。

阪急阪神百貨店ECサイト

■ 市場調査

バイヤーから商品についてフィードバックを得ることで市場調査を実施した。

■ 販路開拓

バイヤーから売れる傾向のある商品の特征等についてフィードバックを得て販路開拓につなげるよう行った。

開催日程 令和6年10月24日（木）～11月6日（水）10：00～22：00

開催場所 TSUTAYA BOOKSTORE 下北沢店（東京都世田谷区北沢2丁目11番15号）

開催目的 首都圏でのPOPアップストア出展により商品のPRを通じて事業者のさらなる販路開拓を目的として開催しました。

※セルフ販売

対象商品 静岡県下商工会 会員事業所の食品と非食品（雑貨等） ※常温商品

出品商品数：137アイテム（食品55アイテム、非食品82アイテム）

出展者数 13事業者（食品9事業者、非食品4事業者のうち1社食品もあり）

(有)三角屋水産、カネサ鯉節商店、(株)山本食品、abeille、松葉畳店、M.みかん合同会社、合同会社大井川地域再生、やまさ製茶(株)、(株)前田工房ニームYUKiCHiCA、(有)山精水産(株)そま工房、山本木工

来場者 980人

主な販売品

(有)三角屋水産	芳醇和風だし各種、万能塩鯉茶漬け
カネサ鯉節商店	田子節削り節、かつおSPICE
(株)山本食品	わさび一本茶漬、わさびマヨネーズ
abeille	はちみつ、ハニーペッパー
松葉畳店	イ草香るブックカバー、コースター
M.みかん合同会社	じゃばら飴、ジュレ、ポン酢
合同会社大井川地域再生	じゃばらグミ
やまさ製茶(株)	お茶（深蒸し茶TB他）
(株)前田工房	茶箱各種
ニームYUKiCHiCA	焼菓子各種、ボタンピアス
(有)山精水産	しらすチップス各種
(株)そま工房	アバカヘアゴム、イヤリング
山本木工	ボール&ボール、PLANT CUBE

【静岡アレコレプチマルシェ・統一装飾デザイン】

静岡アレコレプチマルシェMV・装飾デザイン修正

2024.10.10

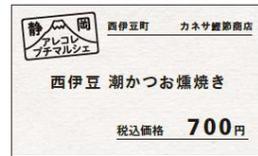
デザインA案



● MV (メインビジュアル) ポスター (A2サイズ)



設置イメージ



プライスカード (名刺サイズ W91 x H55mm)

静岡アレコレプチマルシェMV・装飾デザイン修正

2024.10.10

デザインA案



● 入口上部サイン下部に横幕 (W1800 x H450mm)

立派展示: 静岡県商工会連合会



● 平台什器腰幕 (W1800 x H600mm)

①POPアップストアinTSUTAYA 下北沢 事業報告

【デジタルサイネージ】 来場客に対して、出展13事業者の情報発信の場をご提供しました。

松葉畳店 ←



M.みかん合同会社 ←



①POPアップストアinTSUTAYA 下北沢 事業報告

【広報】TSUTAYA BOOKSTORE 下北沢店のXに掲載していただきました。

掲載日：①10月26日（土）、②10月31日（木）（※ミカン下北よりリポストあり）



①POPアップストアinTSUTAYA 下北沢 事業報告

【静岡アレコレプチマルシェin TSUTAYA下北沢】売場の様子①



①POPアップストアinTSUTAYA 下北沢 事業報告

【静岡アレコレプチマルシェin TSUTAYA下北沢】売場の様子②



①POPアップストアinTSUTAYA 下北沢 事業報告

【販路開拓実績：継続委託販売について①】

JR秋葉原駅と御徒町駅間の鉄道高架下に位置する“日本のものづくり”をコンセプトにした商業施設

『2k540 AKI-OKA ARTISAN (ニーケイゴーヨンマル アキオカ アルチザン)』で展開している“モノづくり”と“おくりもの”をテーマにした

『Massafy (マサフィー)』にて以下の通り、継続委託販売が開始されました。



Massafy (マサフィー)



店内風景 インバウンド客が多く来店されています。



松葉堂店・イ草雑貨各種



モチベーションコーナーと平台にて展開



前田工房・茶箱各種



お茶売場にてクロスMD展開



①POPアップストアinTSUTAYA 下北沢 事業報告

【販路開拓実績：継続委託販売について②】

・JR新橋駅（JR日比谷口）で展開している日本一の缶詰売場『カンダフル』にて以下の通り、継続委託販売が開始されました。



カンダフル



店内風景 立地的に不特定多数の方が来店されています。



カネサ経節商店・経節加工品各種



店頭のパ台にて展開



かつお SPICE などの調味料各種は店内の棚にて展開

【出展者からの声】

- ・ 今回の出店に関しては準備からディスプレイ方法等についてご教授いただきありがとうございました。今後は自店舗での販促に活かしていきたいです。
- ・ 初めてのことが多く、ご不便をかけていたらすみません。今回の経験を糧に店頭活動へ役立てたいと思います。
- ・ POPアップストアでは首都圏のお客様の反応を見る良い機会でした。今後販路開拓をしていく上での商品ブラッシュアップに繋がっていきたいです。
- ・ 商品ブラッシュアップするためにはお客様の反応を確認することが一番であると感じました。
- ・ この事業自体は積極的に情報発信する場として、引き続きチャンスをいただければ、活用したいと考えています。それはその後の拡販にもつながると期待できるからです。今後もご提案いただければ参加したいと思います。
- ・ 県外出店では自店舗での反応とは異なっていたため勉強になりました。
- ・ 首都圏で商品を販売していくうえではSNS等を通じたPRが欠かせないと感じました。
- ・ 商品数が多く、自社の商品が埋もれてしまったと感じました。しかし首都圏の方に静岡の商品を見ていただけた事は、とても嬉しく思います。今回は準備から商品の販売まで丁寧にご教授いただきありがとうございました。
- ・ どのように商品陳列すれば売れるのか等が今回の出品を通じて参考になりました。売場ごとに陳列方法等を変更していく必要があると感じました。
- ・ 首圏バイヤー企業との継続委託販売が可能となりました。ご縁をお繋ぎ頂き、ありがとうございました！

【POPアップストア運営・管理者コメント】

- ・商品、事業者ごとに売り上げの差が大きかった。

POP類の整備状況にもよるが今回イベントスペースを短期間使用したため、常設で工芸品や食品を販売している場所ではないので、お客様にとってはぱっとわかりやすいものが動いた印象。

- ・若い客層に向けて、一番とっつきにくいと思われたお茶や鯉節関係を一番目立つ平台に置いたが、大きくは動かなかった。

- ・アクセサリ類の常設売り場に単価で負けてしまって動かなかった。

アクセサリ類は手に取るお客様は多かったが、イベントスペース隣にあるアクセサリ類の常設売り場に、単価で負けてしまって動かなかった。

- ・雑貨の中では単価が高いと懸念していた松葉置店が、コースターを中心に稼働。

また同じく単価を懸念していたabeilleも稼働。両方ともわかりやすい、ほかにあまりない、という共通点があった。

- ・1時期に多くの事業者の商品を置くことでスペースがツメツメになり、ゆったり商品を見せるということが出

来なくなってしまったので、雑貨と食品に分けるなど期間を長期にして、途中商品入れ替えを挟み鮮度も出す形がよいと感じた。

(継続委託販売について)

- ・松葉畳店、前田工房、カネサ鯉節商店、の3社の商品については催事終了後も残在庫を預かり、当社の自社店舗（東京・御徒町および新橋）にて継続販売を実施。すでにカネサ鯉節商店の商品は追加発注を行うなど好調です。

(継続委託販売理由について)

- ①松葉畳店・・・インバウンド客が多く訪れる当社店舗「Massafy（マサフィー）」で継続販売を行い、インバウンド客の反応を見てみたいと思ったため。
- ②前田工房・・・同上
- ③カネサ鯉節商店・・・ビジネスマン層が多く訪れる当社店舗「カンダフル」で継続販売を行い、ビジネスマン層の反応を見てみたいと思ったため。

②阪急阪神百貨店ECサイト 事業報告

1. 実施概要

大手百貨店のECサイトへ静岡県の特集ページを構築することで、アクセス数や運用の煩雑さ等の課題を解決し、ECサイトでの市場調査及び販路開拓事業を実施するための出展準備の支援を目的に実施。

2. 販売企画 「静岡のお取り寄せ！ご当地グルメ～静岡を再発見！～」

3. 実施期間 令和6年10月30日（水）～12月31日（火） 8週間

4. 出展者 21事業者（15商工会） 57商品

出展者

鮮の恵

(株)不二商事

(株)シエルト

(株)山本食品

Abeille

(株)さの萬

原藤商店

水谷商店

山一園製茶(株)

(株)恵比寿

(名)澤田行平商店

M.みかん(同)

藤田農園

やまさ製茶(株)

(有)山精水産

(株)田中商店

(有)石田製茶

Migela

(株)石川製麺

釜めし とらや

(有)竹泉浜北店

出展商品

金目鯛の陸漬け(煮付け用)

修善寺ぎょうざ

トマトドレッシングとジュース

わさび一本茶漬け

南箱根のはちみつ

萬幻豚&さの萬牛 お手軽ハンバーグ

原藤グラタン詰め合わせ

いわし削りぶし、海苔いわし、桜えび素干し

ホワイト&ブラック BOXセット

長蒲焼きパック

金箔入り煎茶 春賀茶

いたくらすんちのじゃばらジュレ

いちご農家の贅沢なジェラート 煎茶あきひめ

nukutoi 深蒸し茶ティーバッグ

しらすチップス

風の芋ギフト(アイスクリーム・干し芋)

静岡県森町からお菓子とティーバッグの詰め合わせ

6種のプレミアムジェラート

勇次郎餃子

豚の角煮釜めし

静岡祭丼(特上鰻まぶし丼)

②阪急阪神百貨店ECサイト 事業報告 オンラインサイト「静岡特集」 2024.10-12

▼オンラインサイト



▼おいしい読み物



【販売結果】

■オンライン

期間：2024年10月30日～12月31日(63日間)

・客数：98人 ・点数：157点

【特集ページ閲覧状況】

■表示回数結果

・特集ページ

└期間計：57,635 日別平均：914

・各商品ページ

└期間計：8,582 日別平均：136

【読み物記事閲覧状況】

■表示回数結果

・記事 期間計：1,916

日別平均：30

【告知施策】

HANKYU FOOD おいしい読み物、
HANKYU FOOD Instagram、阪急うめだ本店LINE、
オンラインストア HANKYU FOOD LINE、
HANKYU FOOD NEWS X、
HANKYU FOOD メールマガジン
サイト内誘導バナー

②阪急阪神百貨店ECサイト 事業報告 オンラインサイト「静岡特集」 2024.10-12

▼メールマガジン①



清らかな水と豊かな自然、温和な気候に恵まれた静岡県には、おいしいがあふれている！『静岡のおいしいもの』をお取り寄せ。おすすめ商品をご紹介します！



いしだ茶屋
静岡県森町からお菓子とティーバッグの詰め合わせ ¥3,082
お届け

竹泉浜北店
静岡祭弁(駿まぶし丼) ¥6,601
お届け クール便 冷蔵 送料込み



藤田農園
こだわり抜きたいちご農家の贅沢なジェラート煎茶あきひめ6個入り ¥4,001
お届け クール便 冷蔵

伊豆のわさび屋 山本食品
追ひ釜本わさび ¥1,080
お届け クール便 冷蔵

▼メールマガジン②



ご当地お取り寄せ、今月末までは静岡県を特集！清らかな水と豊かな自然、温和な気候に恵まれた静岡県には、おいしいがあふれている！この機会にお気に入りを見つけてみてくださいね。

冬のギフトにおすすめ!



静岡自鱈
長蒲焼パック2尾セット ¥6,048
お届け クール便 冷蔵



いしだ茶屋
上煎茶ティーバッグ6種飲み比べセット ¥4,401
お届け



▼特集まとめメールマガジン



日本各地のおいしい商品からギフトにおすすめの商品をご紹介します。

静岡県は豊からスイーツまでバラエティー豊かなラインアップ!



いしだ茶屋
上煎茶ティーバッグ6種飲み比べセット ¥4,401
お届け

静岡自鱈
長蒲焼パック2尾セット ¥6,048
お届け クール便 冷蔵



伊豆のわさび屋 山本食品
わさび一本茶漬5本セット ¥2,181
お届け

ジェラテリア ミジェラ
プレミアムジェラート12個セット(6種×2) ¥5,400
お届け クール便 冷蔵



鳥取県からは旬のかきが登場!

- 号外メールマガジン配信結果①
配信日：2024年11月18日(月)
配信数：322,367
開封数：88,405 (開封率：27.4% 通常 20~23%)
クリック数：1,409 (クリック率：0.4% 通常0.6%前後)
- 号外メールマガジン配信結果②
配信日：2024年12月13日(金)
配信数：336,370
開封数：93,210 (開封率：27.7%)
クリック数：1,285 (クリック率：0.4%)
- 定期メールマガジン
配信日：2024年12月11日(水)
配信数：335,183
開封数：92,523 (開封率：27.6%)
クリック数：2,979 (クリック率：0.9%)
- 特集まとめメールマガジン
配信日：2024年12月16日(月)
配信数：336,082
開封数：93,955 (開封率：28.4%)
クリック数：1,737 (クリック率：0.5%)

②阪急阪神百貨店ECサイト 事業報告 オンラインサイト「静岡特集」 2024.10-12

▼Instagram フィード・ストーリーズ投稿



▼X(旧Twitter)

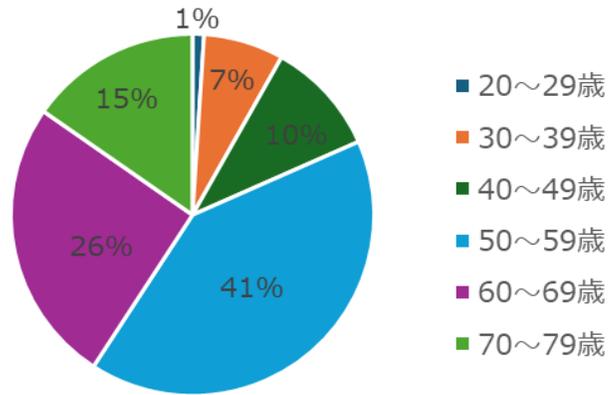


▼サイト内誘導バナー

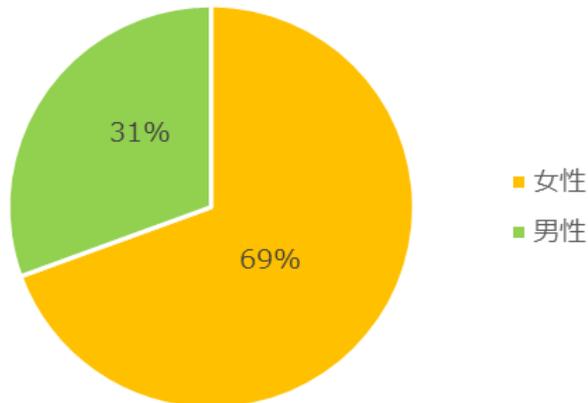


- サイト内誘導バナー 配信結果
配信期間①：2024年11月18日(月)～11月25日(月)
└ 表示場所：HANKYU FOODオンライントップページ
└ 表示回数/76,538 クリック数/2,536(クリック率3.31% 通常2%前後)
- 配信期間②：2024年11月9日(土)～11月18日(月)
└ 表示場所：HANKYU FOODおいしい読み物全ページ
└ 表示回数/360,196 クリック数/5,947(クリック率1.65%)
- HANKYU FOOD NEWS_X(旧Twitter)配信結果
配信日：2024年12月14日(土)
表示回数：6,810
いいね数：26
リツイート：3
- HANKYU FOOD_Instagram配信結果
└ フィード投稿
配信日：2024年11月8日(金)
インプレッション数：11,073
リーチ数：9,066
いいね数：215
保存数：6
└ ストーリーズ
配信日：2024年11月8日(金)
インプレッション数：3,360
リーチ数：3,250

▼年代別割合



▼性別割合



■買い上げ顧客分析結果

・お客様居住エリア

大阪府 49%,兵庫県20%,奈良県6%,千葉県3%,静岡県2%

■お届け先

自宅届け 74% 他所届け26%

【振り返り】

特集ページは5万表示以上と高く、多くの方に見ていただいた結果となりました。メールマガジンの開封率は通常の配信より高く、タイトルから引き付けられるコンテンツで各地の製品への注目度の高さを伺うことが出来ました。また、メールマガジン配信後の売上は通常時を上回る結果となり、配信の効果もあったかと思えます。

ブランドごとに商品ページの表示回数に差はありますが、やはり、静岡県ならではの商品の注目度が高かったです。ならではの商品で商品単価を上げることができれば、さらに売上獲得に繋がるかと思えます。

スイーツアイテムが欠落していたので、今回のようにバラエティーに富んだラインナップであれば、購入のきっかけとなり他の商品も見ただけの機会にもなりますので、次回をご検討いただければと思います。

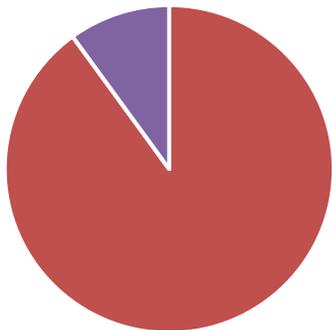
特集ページと告知施策を通して、関西の方々に静岡県の製品を知っていただける機会になったのではないかと考えております。

【バイヤーアンケート（商品評価レポートより一部抜粋）】

- ・温度帯の違う商品のセットはオンラインならではかと思いますが、常温保存できる物を冷凍で送らなければならず、そのまま冷凍商品と間違われる可能性がある。
- ・ギフト商品として販売する場合は、空間容積率を考慮した商品サイズにあった箱の準備が必要だと思う。
- ・パッケージのデザインもよく、デイリー要素が強い商品。リピーターを増やせると良いと思います。
- ・それぞれのパッケージデザインも華やかで、ギフトに適した商品でした。撮影画像もきれいにとれたので、受注にもつながったと思います。
- ・お茶を使用したお菓子は注目度もあり、ページの表示回数も高かった。菓子の表示ラベルは改善が必要。
- ・オンライン販売の場合は商品画像が初めの判断基準となります。イメージ画像はしずる感もありよいので、荷姿をもう少しきれいな画像であれば、さらに良くなると思います。
- ・試飲のできないオンラインでは特徴を伝えるのが難しい商材です。より詳しい商品コメントや飲むシーンを想定したイメージ画像があっても良いかもしれません。
- ・パッケージのデザインもシンプルでおしゃれなので、商品単体のきれいな画像、しずる感のあるイメージ画像、飲むシーンを想定したイメージ画像があればさらに良いと思います。
- ・ギフト需要を高めるのであれば、ボックス入りの商品画像も必要です。
- ・商品画像改善の余地はあるかと思っています。
- ・今回のセットに関しては、商品在庫や、ボックスを加味してのセットでしたので、厳しい結果となりました。
- ・注目度は高まっているので、ジュースとドレッシングそれぞれの販売もできれば良かったです。
- ・3種類でパッケージラベルの色を変えるなどしても良いかもしれません。
- ・混ざり方が均一でないため、具材が入っているところそそうでないところの差が大きい。
- ・ポップで可愛いデザインは目に止まりやすいと思います。
- ・いわしの削り節という珍しさは注目が集まるのではないのでしょうか。使い方アレンジのしずる感のあるイメージ画像を増やしていくと良いのではないかと思います。
- ・商品のみだとしずる感を出すのは難しい商品だと思いますので、おやつやおつまみシーンを想定したイメージ画像もあると良いのではと思いました。
- ・ボックスにかける掛け紙もおしゃれでよかったです。しっかりとしらすの味わいが感じられ、3種類の味のバラエティー感もたのしめる商品でした。
- ・わさびの形をした見た目もよく、手軽なお茶漬の素ということもあり手に取りやすい商品です。ギフト向けのボックスがあれば贈り物需要にも適した商品かと思っています。
- ・手に取りやすい価格ということもあり、複数点まとめた受注も目立ちました。使い方のバリエーションも豊富で良いと思います。

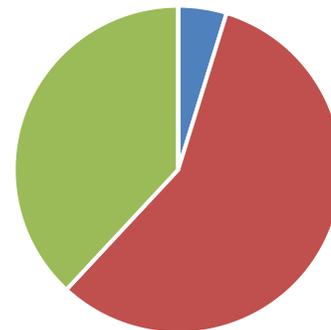
味付け、のどごし、食感、香りを含め美味しさと全体的なバランスはどうか。 パッケージ、容器等のデザインと商品の整合性がとれており、消費者の目にとまるものか。

味関連



■ 大変良い ■ 良い ■ 普通 ■ 一部改善が必要だと思う ■ 全面改善が必要だと思う

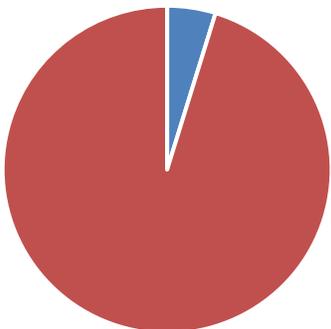
デザイン



■ 大変良い ■ 良い ■ 普通 ■ それほど良くない ■ 改善が必要だと思う

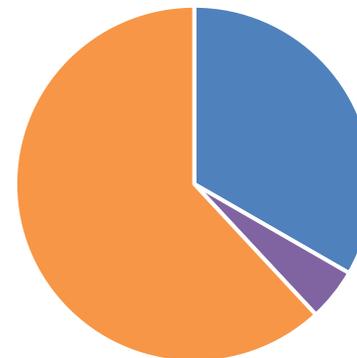
。市場価格に対応できるか、又融通性はどうか。定番条件等の値入状況はどうか。 客層ターゲットが明確であり、食シーンを想定され商品化されているか。

価格競争力



■ 良い ■ 普通 ■ それほど良くない ■ 価格構造の見直しが必要だと思う

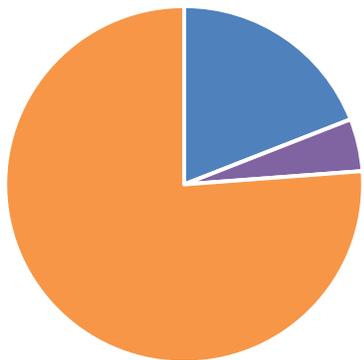
コンセプト



■ 明確 ■ 見直しが必要 ■ どちらとも言えない

市場新規性はあるか。（機能面・味・デザイン等において市場に無い商品か）

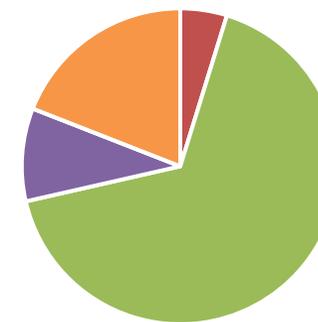
新規性



■ ある ■ ない ■ どちらとも言えない

原材料の原産地や品質に対する追求は高いか。（トレサビリティ、検査体制等）

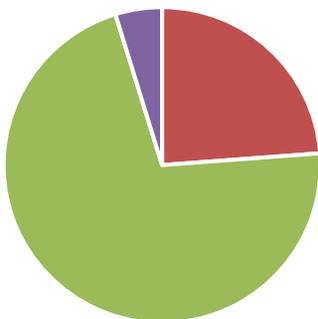
原材料・品質状況



■ 非常に高い ■ 高い ■ 普通
■ それほど良くない ■ 改善が必要だと思う ■ どちらとも言えない

棚割のしやすさ、商品配送・保存のしやすさはどうか。

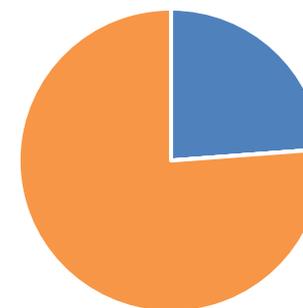
取扱いしやすさ



■ 大変取扱いやすい ■ 取扱いやすい ■ 普通
■ 多少取扱いにくい ■ 改善点が多数ある ■ どちらとも言えない

添加物の使用状況はどうか。
同種（同カテゴリー）商品と比較し、必要以上に添加物は使われていないか。

添加物等使用状況



■ 問題なし ■ 多少改善が必要だと思う ■ 全面改善が必要である ■ どちらとも言えない