

販路の拡大及び需要の開拓

重点施策

(1) ニーズ喚起に関する支援

■目的

近年は地域間競争の激化や、消費者ニーズの多様化、消費の域外流出による域内需要の縮小等により、経済環境が非常に厳しくなっている。こうした中で、中小企業者の活発な活動を通じた経済のパイ拡大は重要な課題であるが、中小企業者は「販路拡大・需要開拓」に伴うリスクを懸念し、その必要性については理解をしていますが、踏み切れないという状況にあると考えられる。しかしながら、中小企業者が安定した事業運営を行なっていくためには、「販路拡大・需要開拓」は不可欠であるため、その重要性について、今一度認識してもらう必要がある。

■展開する事業

- 相談窓口の設置
- リーフレットの作成
- セミナーの開催

(2) 課題解明に関する支援

■目的

各支援を効果的に作用させるためには、実際の課題と合致している必要がある。そのため、どういった商品を開発するとよいのか、今ある商品をもっと販売するためには、どうすればよいのか、又はその商品が売れない原因は何にあるのか等、商品や事業者にある実際の課題を解明することは、販路拡大を行う上で非常に重要である。マーケティングに関する支援を行うことにより、販路拡大に関する支援が効果的に作用すると考えられる。

■展開する事業

- 顧客満足度調査
- アドバイザー派遣

(3) 商品の開発に関する支援

■目的

新商品の企画は、ターゲットやコンセプト等に矛盾が生じてしまうと失敗するリスクが高くなる。家族で経営しているような小規模事業者ほど、こういった点に矛盾を抱えたまま商品開発に着手する傾向がある。

中小企業者が、消費者動向やマーケットニーズに的確に対応した商品やサービスの開発が出来るよう支援し、商品開発にかかるリスクを軽減することが必要である。

■展開する事業

- セミナーの開催（商品開発に関する発想の気付き）
- アドバイザー派遣

(4) 商品のPRに関する支援

■目的

消費者は、商品やサービスを購入する際に、商品名やメーカー名、地域ブランド等を、選択の際の「手がかり」や「よりどころ」とするケースが多い。

そのため、中小企業者のブランド戦略等を支援することは、販路拡大や需要の開拓をする上で非常に重要である。しかしながら、PRに利用できる経費には限りがあるため、少ない費用で最大限の効果が出せるよう、PR方法の手ほどこきや広告費の補助等多角的な支援が必要である。

■展開する事業

- セミナーの開催（展示会の効果的な出展方法等について）
- 広告宣伝費補助
- 展示会への出展補助（出展費用の補助、効果的な展示方法の手ほどこき）
- 商品のPRに関する各種支援