

産業支援 みやざき



台湾のフードビジネス勉強会 (H25.12.3)

支援事業活用のススメ

今釜木材【支援機関をフル活用し開発した小林産梨を用いた無添加だれの開発】

最近、新聞・テレビで「農商工連携」という言葉をよく耳にする。農林漁業者、商工業者のお互いの経営資源を活用した取組は、経営アイデアが生かせる場でもある。

小林市に拠点を構える今釜木材は、当機構の助成事業を活用し、これまで事業の柱でなかった食品製造業の展開を目指す会社だ。

当機構を含む支援機関や専門機関をどのように活用し、新商品「地元産梨を用いた無添加だれ」を開発したのか聞いてみた。

【食品製造業への挑戦】

今釜木材は、もともと小林市を拠点に木材の売買を営む会社だ。今回、開発を担当した今釜大作さんは、鹿児島で焼き肉店を経営していた。事情により帰郷した後も当時の顧客からタレの復活を望む声は根強く、木材価格の低迷もあり、2年ほど前から食品製造による新たな事業展開を検討していたという。

食品製造業へのチャレンジを検討していた同氏の農商工連携による新商品の開発は、製造業の許可を得る過程のなかで紹介された食品開発センターのアドバイスのよき生まれだ。

当初は従来の味を追求していたというが、西諸農林振興局の仲介により地元の永迫梨園の「梨」の使用や「無添加食品」の助言を受けたのが今回の新商品づくりのきっかけになったという。

事業化を検討するなかで、当機構高峰コーディネーターから、事業計画、販売戦略など商品化までのロードマップについて貴重な助言を得ることで、「新たな事業展開に自信を深めていった」と同氏。



商品開発責任者の今釜大作さん。
今後の事業展開を情熱的に語っていただいた。

目次

支援事業活用のススメ 1
支援事業活用事例のご紹介	
コーディネーターの窓 5
施策トピックス (新ものづくり補助金) 6
機構トピックス 7
フードビジネス相談 ステーションの開設について	
プロから学ぶ！ 台湾のフードビジネス勉強会 開催について	

【農商工連携応援ファンド事業の活用と今後の事業の展開】

今釜さんは、当機構「農商工連携応援ファンド事業」の採択を受け、具体的に商品開発を実施。商品開発の段階から、「地元産の甘みのある梨を用いて、安全安心な手作りこだわり商品により、生産農家や素材提供者に恩返しをしたい」と考えていた。同氏の最も大きな課題は無添加製法による味の追求や訴求性のあるデザインの構築であったという。事業を効果的に活用し、課題をクリアしていくこととなる。

○無添加製法による味の訴求と消費者によるリサーチ調査の活用

合成甘味料を使用しない無添加商品は、健康に良い反面、おいしさを両立させるのが難しい。天然醤油など添加物を用いない素材による「うま味」の追求は、「調合の困難さもあり多くの時間を要した」と同氏。

この味の問題をクリアするため、食品開発センターの技術指導のほか、試作段階の商品について、マーケットリサーチによる消費者意見や有名シェフからも助言を得ながら、当機構主催の「農商工連携求評会」にも参加し、エグミの少ないオリジナルな味の完成に前進した。

商品開発にあたっては、素材特性を踏まえた訴求性のあるデザインを追求することも課題の一つであった。当機構コーディネーターの意見も踏まえながら、インパクトのあるデザインが完成したという。

各支援機関のアドバイスにより苦労を重ね誕生した「やみつき梨だれ」は、昨年末に概ね完成。今年の正月、声をからして行った宮崎空港内で肉を焼いて提供した試験販売のたれは、家族連れに好評で、お子さんに購入をせがまれる家族連れの姿をみて「各年代から支持される味」と自信を深めたという。

これからは販路の確保が課題だが、こだわりの無添加商品に興味を持っている客層に対して、販路を拡大したい意向で、同時に地元での普及も図りたい考えた。買い手側にも商品の魅力をしっかりと伝えようと意気込む。

【支援機関のフル活用】

梨を用いたたれの開発は、県内でも見かけない事例で期待の取組だが、相談当初は、「農商工連携や6次産業化」という言葉も漠然とした響きしかなかったという。

この取組が完成を迎えたのは、「支援機関の色々なアドバイスがあったからこそ、機構のコーディネーターや支援機関から得る情報は自身では得ることのできない貴重なもの。県内の業者には産業振興機構などの支援機関を知らない事業者も多い。フードビジネスといわれるなか、支援機関の存在をPRして、県民による更なる活用が必要ではないか」と同氏。

当機構開催セミナーにも積極的に参加する今釜さんの姿勢からも、今回の商品開発は本人の努力あつてのものと感じる一方で、フードビジネスの振興には支援機関のPRや支援も大きなテーマであることを改めて考えさせられる。今後も続く、新たなチャレンジに期待したい。



農商工連携応援ファンド事業により完成した万能焼肉だれ（写真右）と万能味噌だれ。保存方法の改善により保存期間の長期化が可能となった。訴求性の高いデザインも印象的。当商品は、2月に行われたスーパーマーケットトレードショーにも出品した。

担当コーディネーターの語る「支援事業活用のポイント」

開発の初期段階からご相談をいただいていたのですが、商品化には、ある程度予算も必要と考え、まず農商工連携応援ファンド事業の申請から支援させていただきました。事業計画や予算明細、完成までのロードマップを作成し、商品開発を展開しました。今釜さんの持ち前の「やる気、意志力」で今後の販路開拓も積極的に取り組んで頂きたいと思っております

（担当コーディネーター：高峰由美）



株式会社ソフモ 【食品企業とバイヤーを結ぶWEBサイトの開発】

宮崎県の農林水産物や加工食品にはこだわりの良質商品があるにも関わらず、商品化後のPRが弱いといった問題が従来から指摘されていた。

食品流通においてはバイヤーが商品仕入れの窓口となっており、とりわけ県外への販路拡大については、バイヤーへのアピールが欠かせない要因。IT企業の(株)ソフモは、バイヤーが求める成分規格などの食品製造商品情報をWEBサイトにより幅広くPRする取組を行っている。その取組を紹介するとともに、開発業者の観点から、販路拡大についての現在抱える問題点などを聞いてみた。

【地域貢献とfoodoc(フードック)の開発】

(株)ソフモは、ソフトウェアの受託開発やWEBサービスの企画制作を行う創業4年を経過した会社だ。IT業界の傾向として、ソフトのパッケージ化により、本県企業のニーズに適合したソフト制作機会は少なくなっており、(株)ソフモにおいても、大手企業の請負が業務の中心となっていたという。この状況下、同社代表取締役黒木忠治氏は、「地元企業のニーズに応えるソフト開発を行い、会社として宮崎へもっと貢献ができないか考えていた」という。

業務の新展開を検討していたその折、同代表は平成24年2月に東京で開催された食の商談会へ参加する機会を得る。この時、パンフレットと商品に頼った説明ではバイヤーが求める顧客の想定や商品の特徴などの総合的アピールが不十分であることに着目し、バイヤーが求める商品仕様をWEBで確認できるサイト「フードック」の開発を進めることとなる。



同社は本年2月開催の食の展示会において、無添加食材を扱う食品業者の代行出展を実施。ごった返す人の中、効果的なアピールが求められる。

【フードックの機能と改良】

同社が取り組んだフードックは、主にバイヤー向けに商品の詳細な情報を正確に提供する仕組みで、通常の消費者向け情報には含まれない製造過程、品質管理情報、狙いとする顧客や商品制作の背景など、詳細な情報をお知らせするものとなっている。

フードックの商品情報は、「食への信頼、見える化計画」掲げる農林水産省フード・コミュニケーション・プロジェクト(FCP)がバイヤーのニーズを踏まえて作成した統一的な商品仕様書やレシピなどにより構成されている。「バイヤー毎で食品製造業者に求める情報は異なるが、顧客想定、品質管理、製造工程といった要素は必ず求められるもので、商品の見えない部分もアピールできる商品仕様書となっている」と黒木代表。



本年2月のスーパーマーケットトレードショー向けに開設されたフードックの特設サイト。今年の夏には改良されたfoodocがオープン予定となる

この他、フードックでは出品会社のPRが可能で、HPを持たない事業者のアピールを兼ねる機能も持っているという。宮崎県商工会連合会の「県内商工会 商品情報検索サイト」や宮崎県中小企業団体中央会の「病院・福祉施設向け食品検索サイト」はフードックをカスタマイズして設けられたサイトである。

現在は、県の起業支援型地域雇用創造事業を活用して、従来の機能に併せ、本県製造業者が商談情報や顧客情報を管理するための追加機能を設けるため改良を行っており、パワーアップしたフードックは今年の夏頃に確認できる見込みだ。

なお、現在も進められているフードックの開発は、会社にも好影響をもたらしたという。「フードックの開発により、従業員の仕事への誇りを以前にも増して感じるようになった」と同代表。

【フードックの課題と県産品の販路拡大】

改良により本格運用が待たれるフードックの今後の課題について、黒木代表は県内業者への周知向上とバイヤーへの認知度向上という課題をあげており、バイヤーへも積極的にアプローチを行う考えだ。

また、県産品の販路拡大を行うための大きな課題として、「県内業者がバイヤーへのアピール力を今以上に高める必要がある」という。県内業者商品仕様書では、顧客ターゲットが明確になっていなかったり、品質管理などバイヤーにとって最も必要な情報の記載が不十分であることが目立つという。「バイヤー・商社の意見を食品業者に届ける仕組み、マーケット動向を踏まえた食品業者へのアドバイス体制の整備が今後最も必要になるのではないかと、フードックをとおして両者間の情報の接点になれば」と語る。

【ビジネスインキュベーションルームを拠点として情報の架け橋に】

(株)ソフモは創業間もない起業者を支援する「みやざき新ビジネス応援プラザ」(BI)内に事務所を抱えている。同拠点の宮崎県中小企業会館には県内の中小企業支援機関もあり、当機構も支援を行うなど、「企業支援情報が得られるメリットが大きい」と黒木代表。

フードビジネス振興構想では、マーケットインの視点がうたわれているが、「フードックの開発をとおしてソフト開発においても同様の発想が必要であることを感じている」と同社長。

人と物、人と人をつなぐ情報の架け橋の役割に大いに期待が高まる。

担当コーディネーターの語る「支援事業活用のポイント」

BIでは、創業期の経営を支援するため、当機構コーディネーターが定期的に経営相談等を実施しています。(株)ソフモは、攻めの経営を模索する中で、フードックの構築に着目したことで大きな転換点を迎えました。黒木社長は雇用にも積極的で、創業時の数名の体制から、今では10名以上の社員を抱えるなど、経営姿勢も大いに評価に値するものと考えます。

(担当コーディネーター：谷山 浩一郎)



フードックでは、FCPシートや、バイヤー向け情報が確認可能。販売ターゲットや製造工程、品質管理情報だけでなくレシピも確認できるなど、豊富な商品情報がHPで確認可能となっている。



若い社員も多く活気がある同社は、新ビジネス応援プラザを拠点とする。

コーディネーターの窓

効果的な支援策の活用

補助金活用の第一歩－1年の計は元旦にあり－

明るい兆しがみえていたとはいえ、未だに続く厳しい経済状況の中、自社のビジネスチャンス拡大のため、行政機関等の支援策を活用されてはいかがでしょうか？

支援制度には、「助成金」と「補助金」とがありますが、ここでは企業の商品開発や設備投資など事業革新に役立つ補助金について考えてみます。

補助金には、国や県、民間団体など数多くものがありますが、各種補助金は公募から締切までの期間が短期間なものも多く、募集開始からの事業計画立案では、十分な検討ができないと思われます。

自社の課題は何か？どうしたいのか？事業計画については、あらかじめ整理して、その活用できる支援策を検討することが大事です。



※支援策メモ

支援策には、「助成金」と「補助金」とがあり、前者は応募要件を満たせば受けることができます。補助金は、採択件数や金額があらかじめ決まっており、申請をして、審査等の関門を経て採択されます。

中小企業の社長さん方は、自社の事業展開を常に考えることが必要ですが、日常の業務のなか、走りながら考えることは大変だと思います。社長さんが休まるときの時期として、たとえば新年になる時はいかがでしょうか？「一年の計は元旦にあり」です。

ここで、「1 今までと違った商品開発は、他社と違う優位性は何か」「2 完成品のターゲットのイメージ構築」などを練ることで、補助金活用の第1歩がスムーズに図れるのではないかと思います。

支援策の制度・時期を知ろう

支援策情報は一つの企業資産で、補助金などの情報の事前入手が困難という社長さん方がいらっしゃると思いますが、先ず、どのような支援策があるのか、情報源は何から得るのか大事な点です。

情報源の一例として 中小企業庁のミラサポ、中小機構J-NET21、などがあります。そのサイトに入り、関連機関のメールマガジンの配信を受ければ、情報を自動的に知らせてくれます。自社のニュースソースはここからと決めると良いでしょう。紙媒体としても、中小企業庁発行の「平成25年度中小企業施策利用ガイドブック」(PDFでダウンロードも可能。)があり・・・これで国の施策の概要は知ることができるかと思います。

また、早めの活用という点では、国の概算要求時の情報に着目し、その概要を各種支援機関(当機構もその一つです)に聞くのも方法だと思います。



利用者も多い中小機構J-NET

国大型補正予算の「ものづくり・商業・サービス革新事業補助金」補助金が既に始まっています。自社の経営資源を生かすためにも、会社にあった補助金を有効に活用してみませんか？

筆者プロフィール



(公財)宮崎県産業振興機構 コーディネーター

片岡 博信 (かたおか ひろのぶ)

高知県出身。企業にて繊維関係の研究開発・製造関係の業務を行う。
平成23年3月まで特許流通アドバイザーとして、特許活用の視点から県内企業を応援。
平成23年10月より、機構(当時財団)のコーディネーターに着任。企業等訪問し、技術支援を行う。
趣味はウォーキングとメダカの飼育。




施策トピックス(国補助金情報)

「中小企業小規模事業者 ものづくり・商業・サービス革新事業補助金の公募が始まりました」

国の平成25年度補正予算成立に伴い、「中小企業小規模事業者 ものづくり・商業・サービス革新事業補助金」の公募が始まりました。この補助金は、より多くの事業者の皆様を活用していただくため、昨年度補正予算で実施された「通称一ものづくり補助金」のものづくり活用技術だけでなく、商業・サービス業を含む革新的なサービス提供も事業の対象となりました。当該補助金は、通常の補助上限額が1000万円となる大型補助金です。設備投資による生産プロセスの改善など事業の革新を計画している事業者の皆様、是非、積極的な活用をお願いします。

なお、同補助金の申請にあたっては、認定支援機関による事業計画の確認が必要です。当機構等の認定支援機関への相談はお早めにお問い合わせいたします。(下図青字は昨年度補助金との変更点)

新ものづくりサービス補助金の概要 (2月から公募スタート)

補助対象の要件	認定支援機関に事業計画の実効性が確認された中小企業・小規模事業者で次の要件のいずれか満たす者 I 中小ものづくり高度化法に基づく基盤技術を活用 II 革新的なサービスの提供を行い、3～5年計画で「付加価値額」年率3%及び「経常利益」年率1%の達成する計画	
3つの支援メニュー 【ものづくり分野・革新的サービス分野共通】	 成長分野型	補助上限額1500万 補助率2/3 設備投資が必要条件 (設備投資以外の経費は500万円が補助上限額) 「環境・エネルギー」「健康・医療」「航空・宇宙」分野を対象
	 一般型	補助上限額 1000万円 補助率2/3 設備投資が必要条件 (設備投資以外の経費は500万円が補助上限額)
	 小規模事業者型	補助上限額 700万円 補助率2/3 設備投資を伴わない(機械装置費の計上は50万未満可)
補助対象経費	原材料費、機械装置費、直接人件費、技術導入費、外注加工費、委託費、知的財産権等関連経費、運搬費、専門家謝金、専門家旅費、雑役務費	
応募件数	<ul style="list-style-type: none"> 全てのメニューをとおして同一法人での申請は1申請に限る 昨年度「ものづくり補助金」の採択事業者が同一類似の事業として申請しても採択不可 	

募集について

募集期間 平成26年 2月17日～5月14日

一次締切 3月14日 二次締切 5月14日

申請先：宮崎県中小企業団体中央会 TEL0985-24-4278

機構トピックス

1 フードビジネスに関するワンストップ相談窓口 「みやざきフードビジネス相談ステーション」を開設しました

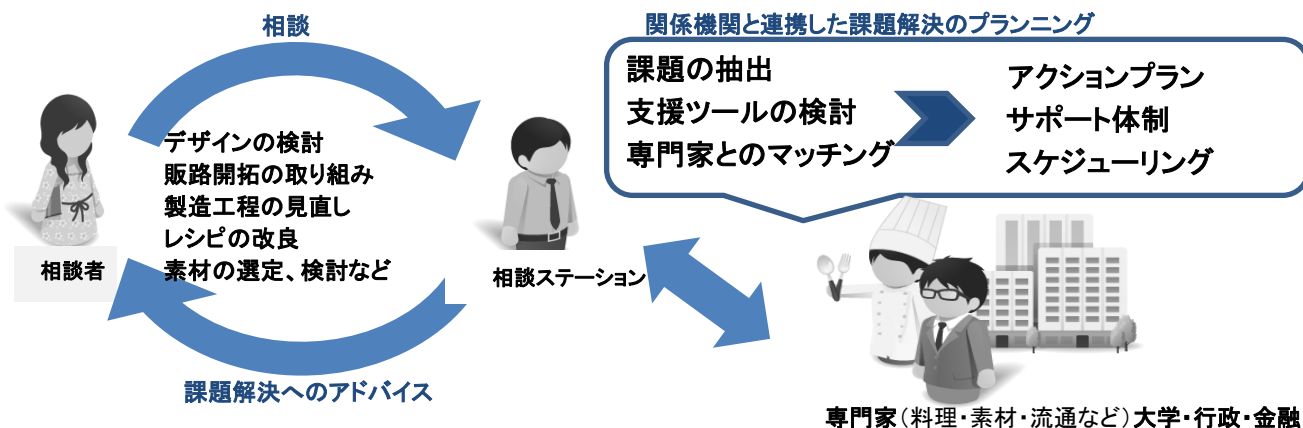
フードビジネスの一層の振興を図るため、フードビジネスに特化した相談窓口「みやざきフードビジネス相談ステーション」を平成25年11月15日にKITEN3階みやざき県民協働支援センター内に開設いたしました。

開設当初から、食に携わる多くの企業等から数多くのご相談をいただいております。関係支援機関との連携を一層強め、課題解決のための効果的な相談の場所となるよう努めていきますので、食に携わる企業の皆さま当ステーションをどうぞ御活用ください。



※参考－企業に対するの支援イメージ

各支援機関・専門家とのネットワークに基づき、相談内容の課題の抽出、支援ツールの検討を行いながら、サポート体制の検討やスケジュールリングの検討など課題解決のアクションを支援していきます。



2 企業研修－プレゼンテーション研修を実施しました－

本県中小企業の課題の一つとして、ユーザー目線で考えながら事業計画などを述べる説明力が十分でないといわれております。この説明力は、販路の開拓など営業能力の向上にも関連する問題です。

当機構では、この“説明力の向上”を図るため、平成25年10月31日及び11月14日の2回にわたり、製造業者延べ11社を対象に実践的なプレゼンテーション研修を実施しました。当日は、(株)トヨタ車体研究所の竹之下氏を招き、各社が自社商品のPRを行い、その改善点など具体的な意見交換が行われました。参加企業それぞれが問題点、改善方法を確認するなど、有益な研修となりました。



当日プレゼンテーション研修の様子

参加者の意見

- ・ユーザー目線の説明不足を痛感。指導ポイントが明確で、当経験を社内外の研修にも活用したい
- ・これまでは自社技術の押し売り説明であった点がわかった。研修会により自社プレゼンを見直せた

機構トピックス

3 プロから学ぶ！台湾のフードビジネス勉強会を開催しました

世界的に日本食の注目が高まりつつあるなか、日本産食品・食材消費の最も高い地域が台湾です。九州・中国地方を超える人口規模があるなど、海外開拓の第一拠点とされています。

海外チャレンジを支援ー台湾セミナーの開催

海外輸出には法規制などの知識が必要であり、この知識の習得は県内企業者にとって簡単ではありません。当機構では、中小企業者の海外チャレンジを支援するため、法規制や物流体制など輸出全般の基本的な知識を習得するための勉強会「プロから学ぶ！台湾のフードビジネス勉強会」を12月3日に開催し、午前中はセミナー、午後は台湾で販路展開を検討している事業者の商品等の求評会を行いました。

セミナーの部では海外輸出に関心のある事業者が約150人参加。午前中は3名の専門家による講演が行われ、輸入食品に対する法規制や台湾の消費者が求める商品のアドバイスがなされました。

食品の添加物の表示義務づけや台湾で成功する商品開拓の事例などが紹介された後、台湾でスーパーを経営する謝社長からは、日本に求めるのは「安全・安心な食材であり、無添加の商品に注目している」など具体的な提言がなされ、次の意見が多く寄せられる有意義なセミナーとなりました。

セミナー参加者の主な意見

- ・加工食品法規制など知らない点が具体的に分かった
- ・販路開拓にあたっての心構え、方向性を学び、宮崎の遅れを感じた。
- ・売り込み方法など他県との違いをもっと出さねばと痛感



台湾でスーパーを展開する裕源 謝社長の講演

「安全・安心な日本食品はニーズが大きい。県内事業者の積極的チャレンジを期待」とコメント。

求評会～台湾の味の達人からアドバイス

午後の部では、販路開拓を検討する県内事業者20社が参加。自社商品について、現地の食事情に精通したアドバイザースタッフから、助言をいただきました。食の好みは似ているようで異なるもの、日本では適度な糖度、塩分と思われる商品に改善のアドバイスがあるなど現地流通品の傾向を知る機会となり、また、多くの専門家から寄せられた、「商品のストーリー性強調」、「健康志向に配慮した食品づくり」等のアドバイスは、今後の販路開拓を行うヒントに満ちていました。

当勉強会をきっかけに海外販路にチャレンジする事業者も出てきており、当機構としても、今後も、中小企業者にとってビジネスチャンス拡大となるセミナー研修の機会を提供していきます。



求評会では、味・デザインについて、台湾の食事情を踏まえたアドバイスが行われた。

公益財団法人 宮崎県産業振興機構

〒880-0303
宮崎市佐土原町東上那珂16500-2
TEL 0985(74)3850
FAX 0985(74)3950
E-mail info-21@i-port.or.jp

各支援事業は機構HPでも紹介しています

<http://www.i-port.or.jp/>

宮崎産業振興

検索