

2021年度
備後圏域における地域商社機能の構築可能性調査業務

びんご圏域活性化戦略会議 資料

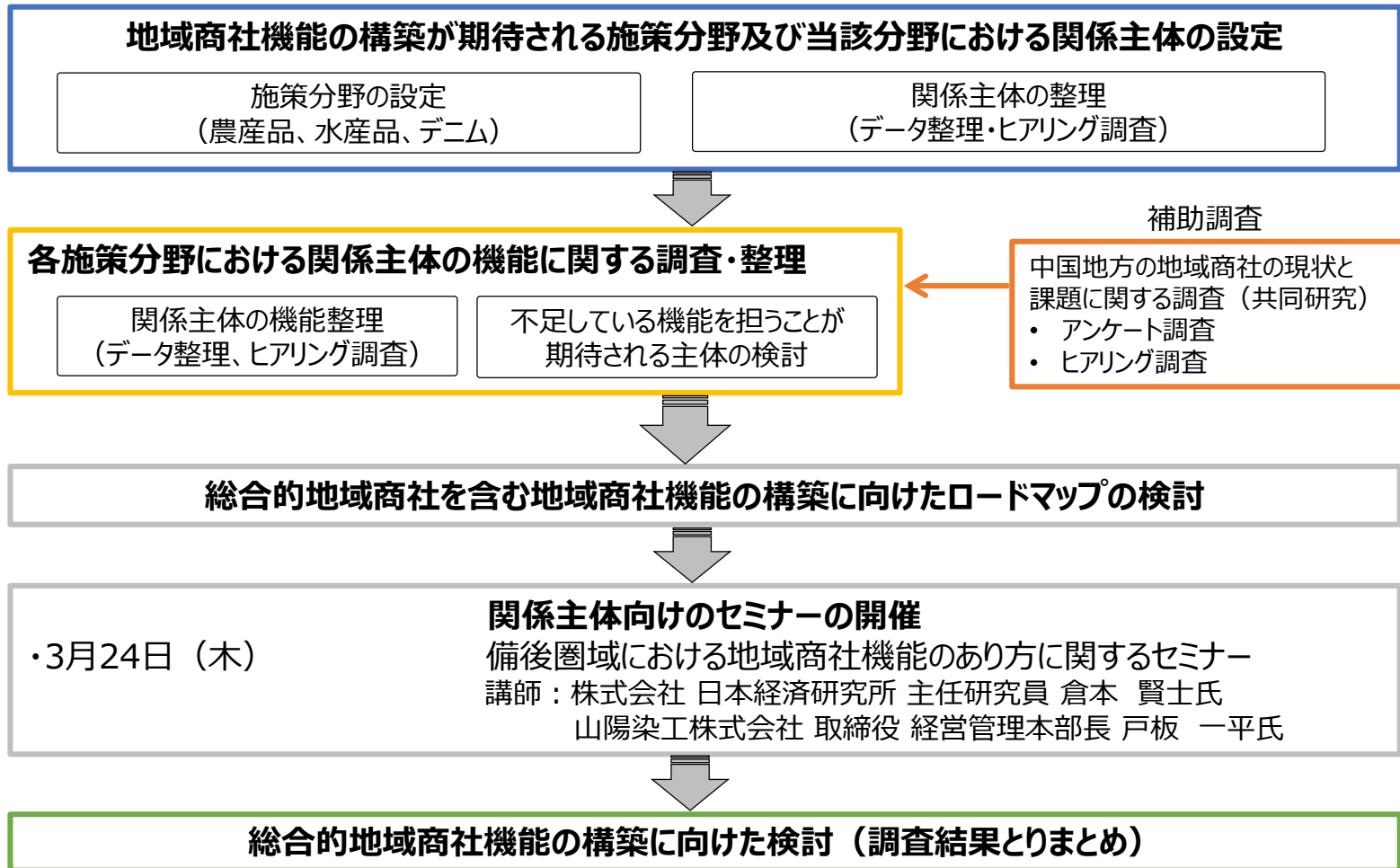


事業概要

■ 調査目的

圏域内の稼ぐ力を高め、所得を循環させる地域商社機能について、短期及び中長期的に構築可能な分野やその具体的な内容、構築に向けたロードマップ等を調査・検討する。

■ 業務フロー



「R2 備後圏域企業の経営課題に関するアンケート調査」の再分析

備後圏域内の事業者へ実施したアンケートの再分析により、「求める地域商社機能」、「事業推進上の課題」、「商品企画・開発及び販路開拓に必要な支援」について把握する。

中国地方の地域商社の現状と課題に関する調査（共同研究）

中国地方の地域商社へ実施したアンケートより、「地域商社の機能」、「事業推進上の課題」について把握し、地域商社を設立する際の参考情報を整理する。

プレ調査・ヒアリング調査の結果取りまとめ

備後圏域内の事業者へのヒアリング調査等により、事業者が直面している課題やそれに対応するために理想的な地域商社機能などについて把握・分析する。

方策イメージ

上述の調査結果を踏まえ、備後圏域として次年度以降に取り組むべき支援及び備後圏域の地域商社機能についての方策を検討する。

4分程度

4分程度

4分程度

「R2 備後圏域企業の経営課題に関するアンケート調査」の再分析

【目的】

新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、備後圏域企業の経営状況や今後の経営課題などを調査することで、「新たな日常」に対応する企業のニーズに基づいた施策・事業を構築するための基礎資料とする。

【調査対象】

備後圏域6市2町に本社を置く農林水産業、製造業、小売業、宿泊業、飲食サービス業の
中小企業（地域商社の活用可能性の高い業種・企業規模を想定） 合計3,000社

【調査時期】

2020（令和2年）9月11日～9月30日

【発送・回収状況】

総発送数 : 3,000件（うち17社が不達）
有効発送数 : 2,983社
有効回収数 : 1,060社
有効回収率 : 35.3%

- ※ 1. 企業情報提供会社より企業リストを購入し実施
- 2. 農林水産業、宿泊業、飲食サービス業はサンプル数が少ないため、全数を対象とし、製造業、小売業は残りのサンプル数を企業リストの産業別構成比で配分し従業員数上位から抽出

（業種別発送・回収状況）

	発送数	不達数	回収数	回収率
農林水産業	168	2	70	42.2
製造業	1,693	5	629	37.3
小売業	930	7	318	34.5
宿泊業、飲食サービス業	209	3	43	20.9
合計	3,000	17	1,060	35.5

（市町別発送・回収状況）

	発送数	不達数	回収数	回収率
三原市	229	3	67	29.6
尾道市	502	2	139	27.8
福山市	1,588	10	569	36.1
府中市	261	1	111	42.7
世羅町	93	1	49	53.3
神石高原町	44	0	20	45.5
笠岡市	149	0	46	30.9
井原市	134	0	59	44.0
合計	3,000	17	1,060	35.5

【データの抽出】

- ① 域内調達を重視している事業者
- ② 域内販売が総売上の5割以上を占める事業者（地産地消型事業者）
- ③ 都市部販売が総売上の5割以上を占める事業者（移出型事業者）

地域商社事業の素地形成
に寄与する可能性が高い事業者



【分析の視点】

- 備後圏域の地域商社に求められる機能
- 直面している経営課題 ⇒ 主に「販路開拓」、「商品開発」

【再分析結果 概要】

○ 地域商社に求める機能

⇒ 「生産者、加工業者、流通業者などの地域のプレーヤー同士のマッチング機能」、「販路拡大のための営業機能」、「地域全体のPR・ブランディング機能」

○ 販路開拓に必要な支援

⇒ 「展示会・祭事・商談会の参加支援（財政支援）」、「流通支援」、「商品のPR」

○ 商品開発に必要な支援

⇒ 「市場調査（分析）」、「商品評価（地域性、唯一性、販売価格等）」、「各種情報提供」

【目的】

地域商社の必要性や特性等を整理するとともに、中国地方の主要な地域商社の設立状況を確認した上で、ブランド構築・マーケティング等の役割・機能、事業推進上の課題などを調査・分析し、その成果を研究レポートに取りまとめる。



本資料では、本事業で実施したアンケート調査及びヒアリング調査※の結果から分かる、中国地方の地域商社の実態及び特性について概観する。

※ 本ヒアリング調査は、備後圏域における調査業務と合同で実施

【調査結果 概要】

○ 事業推進上の課題と対応

⇒ 企画・開発、生産・提供、販売・流通の各段階や経営資源（人材や財源）に関わる多様な課題に対し、農商工観等の民間企業との連携や補助金等による資金支援に期待

プレ調査の実施概要及び結果の取りまとめ（一部）

【プレ調査の概要（調査期間：2021年12月3日～12月15日）】

備後圏域にある様々な地域資源を活かした商品・サービスの高付加価値化、販路開拓・販売促進に関する方策を検討することを目的に、調査票を送付。プレ調査の結果を基にヒアリング先を抽出。

【対象及び回収状況】

前年度のアンケート結果等から抽出した備後圏域内の地域商社、農・水産加工・販売事業者、デニム関連事業者に加え、圏域内の道の駅・海の駅など39事業者（うち2事業者不達）に送付し、17事業者から回答（有効回収率：45.9%）。

【持続的な事業運営のため機能について】

- 消費者へ直販する「**小売機能**」、自社商品の「**PR・ブランディング機能**」などは、既に多くの団体が持っている。
- 今後、持つことを検討している機能は、他の団体が既に持っている機能とおおむね重複している。
- 自社で持つことは難しいが必要な機能としては、「**市場調査機能**」、「**ビジネス・マッチング機能**」などがある。

持続的な事業運営のための必要な機能について

項目	既に持っている機能	今後持つことを検討している機能	持つ予定はないが、あればよいと考える機能
販路拡大のための営業機能	7	4	2
自社が取り扱う商品・サービスのPR・ブランディング機能	9	5	1
地域全体のPR・ブランディング機能	7	5	1
市場調査機能	2	3	7
物流機能	6	2	3
金融機能	2	0	4
小売機能	15	1	0
資源発掘、商品・サービス企画開発機能	7	4	2
ビジネス・マッチング機能	4	3	6
その他の機能	2	0	1

※ 回答事業者数：17件

ヒアリング調査の概要

【ヒアリング調査の概要】

プレ調査の回答内容から15～20事業者・団体（農産品、水産品、デニムの3クラスターを対象とした）を抽出し、自社や業界における現状と課題、持続的な事業運営のために必要な機能、行政に求める支援、地域コーディネーター・プロデューサーとしての役割を担う可能性等についてヒアリングした。

ヒアリングを実施するにあたり、アンケート調査やプレ調査の結果から、備後圏域で特に必要だと思われる機能を中心に仮説を立て、それらを検証する形で調査を進めた。

ヒアリング調査の仮説設定

【備後圏域の現状・課題】

- 圏域内における多種多様な産業が集積しており、日常生活圏に加えて経済的結びつきも強い
- 人口減少・少子高齢化への対応に加え、中小企業における人材育成・確保、先端技術の活用などの課題に直面している

【R2アンケートからみる備後圏域の事業者の課題】

- 備後圏域の事業者は、「プロジェクトの企画・推進」、「新商品の開発・新規事業の創出」、「企業同士のマッチングによる市場開拓」等の支援ニーズが高い
- 商品開発時には、「テスト販売」や「商品評価」、「市場評価」のニーズがある
- 販路開拓時には、「商談会の開催・ビジネスマッチング」、「PR」にニーズがある

【要因（仮説設定）】

- ① 域内自給率を高めることができれば、商品の高付加価値化、物流コストの抑制などにつながる。**域内事業者をコーディネートする機能**があれば、円滑な**事業者同士のマッチング**が図られ、強い経済圏の構築が可能になる。
- ② 備後圏域の事業者は、**商品開発できる人材（スキルやノウハウ）**が不足している可能性がある。**プロダクトデザイン**を得意とする事業者を中心に据えた商品開発体制の構築を支援し、圏域内外での効率的なPRができれば、域内消費や域外からの消費の流入が高まる。
- ③ 備後圏域では、販売先における市場の需要把握、販路拡大のための**営業活動に弱さ**がある。情報・調査機能や域外企業とのマッチング機能が整備されれば、新たな販路の拡大に期待が持てる。

【ヒアリング調査で明らかになった課題】

○ 販路開拓に関する課題

⇒ (食品) 「コロナ禍での新規開拓」、「輸送コストの増加」、「安定供給体制の構築」

⇒ (モノづくり) 「ブランドの確立と営業ノウハウ」、「コロナ禍での展示会等への出展」

○ 商品開発、事業創出に関する課題

⇒ (食品) 「域内事業者の情報不足」、「地元住民における地域資源の認知度」

⇒ (モノづくり) 「圏域内におけるプロダクトデザイナー等の人材の不足」

○ コーディネーター・プロデューサー機能に関する課題

⇒ (食品) 「民間事業者同士の関係構築」、「対応できる人材の不足」

⇒ (モノづくり) 「各役割を担える事業者ネットワーク構築」、「対応できる人材の不足」

アンケート調査の再分析

共同研究

プレ調査・ヒアリング調査

【短期的に実施すべき行政支援（案）】

- 販路開拓の支援
 - ・ 展示会（海外を含む）の出展等への支援
 - ➡ デニムプロジェクトの海外への販路拡大支援の強化
 - ・ 都市部におけるポップアップストアの開設やECサイトの構築等への支援
 - ➡ 6次産業化支援の対象拡大
 - ・ 最終消費者への販売機会の創出
 - ➡ ふるさと納税の共通返礼品制度の活用
 - ・ 専門人材の登用支援 など
- 地域資源を活用した新商品の開発支援
 - ・ 商品・サービス企画・開発に係る補助金支援
 - ・ 圏域内事業者の情報共有プラットフォームの構築（産官金連携）
 - ・ 地域に不足しているプロダクトデザイナーとのネットワーク構築 など

方策イメージ：備後圏域における総合的地域商社の機能について（案）

【総合的地域商社の構築イメージ（案①）】

<官民連携による地域商社設立>

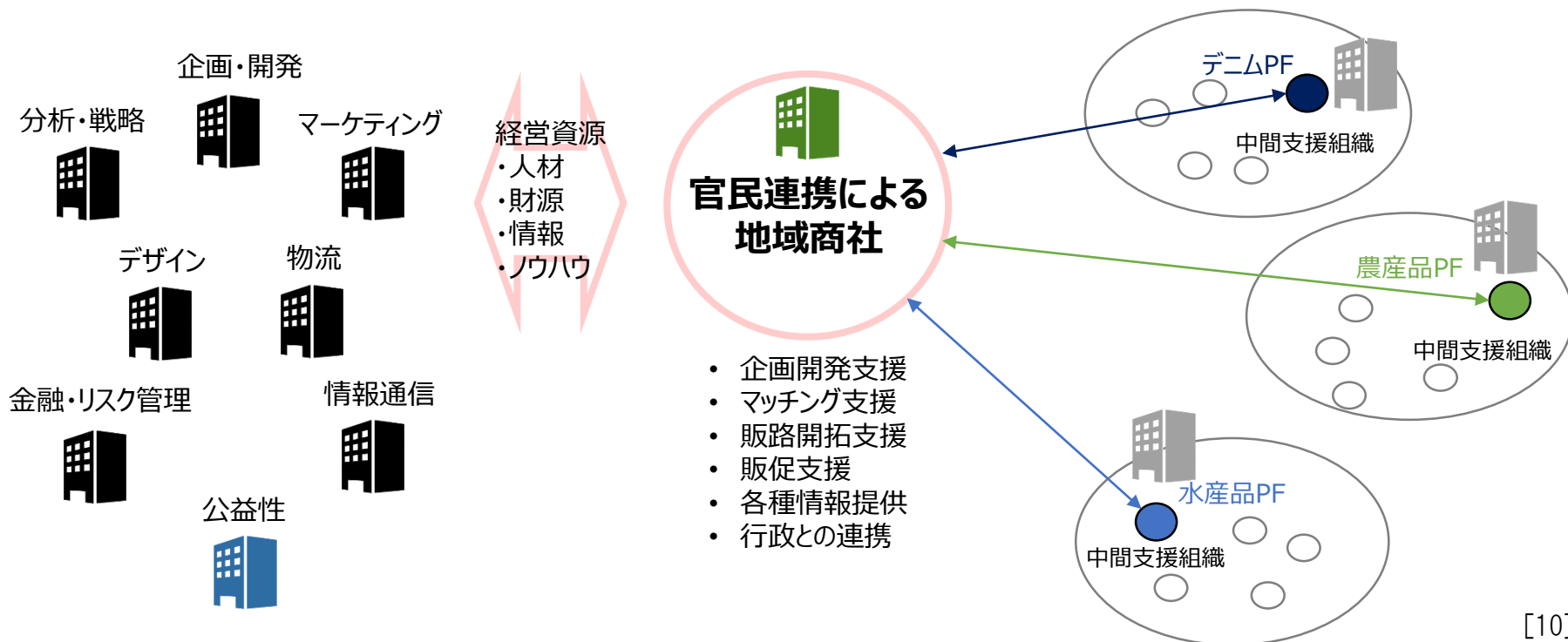
- 地域商社に必要な高い専門性（商品企画・デザイン、マーケティング、物流、金融、情報発信など）を持つ民間事業者との連携による地域商社の設立

[期待される効果]

- ・ 専門人材の登用により、新商品の企画・開発、流通、マーケティングなど、経営資源の不足を解消
- ・ 官民連携の強みから、必要な情報や人的・財政的な支援を的確なタイミングで享受

[実施における課題]

- ・ 安定した企業経営
- ・ 設立時の初期投資（多）
- ・ 地元事業者や他の地域商社との棲み分け



方策イメージ：備後圏域における総合的地域商社の機能について（案）

【総合的地域商社の構築イメージ（案②）】

<地域商社機能を補填する情報プラットフォームの構築>

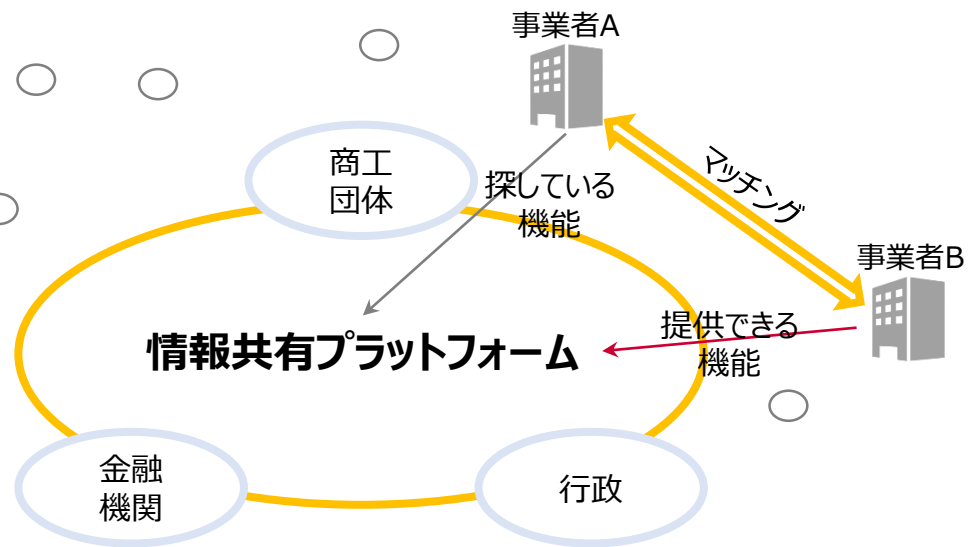
■ 地元事業者の詳細な情報を保有する金融機関、商工団体、行政が核となる情報共有プラットフォームの構築

[期待される効果]

- 必要な情報が集約されており、商品の企画から販売まで圏域内で一貫できる（圏域内の事業者ネットワークの強化、人材不足の解消）
- 産業支援コーディネーター等と連携することで、自社が抱える潜在的な課題に対する追究も可能

[実施における課題]

- 原則、企業間での個別のやり取りとなるため、それぞれの取組に対するフォローアップが難しい
- 圏域内で不足している機能については、そもそも補填することが難しい
- 企業情報の取り扱い／管理が難しい



[活用事例]

- コロナ禍で増加する宅飲みニーズに応えるべく、地域資源を活用した「缶詰おつまみ」をつくりたい。

(企業ニーズ)

- 小ロットでも対応してくれる圏域内の缶詰工場を知らず、域外の事業者に依頼したため、輸送コストがかかったり、製造過程でのコミュニケーション不足により、思っていた商品ができなかった。



(ソリューション)

- 情報共有プラットフォームが機能すれば、提供できる技術やノウハウについて十分に把握した上で地元事業者と連携できるため、コスト削減、理想の商品造りが可能になる。