

令和2・3年度 採択グループの主な実績

(1) 新たな交流・関係性の構築段階

① 「地域で働く女性オーナー活力創造事業」高砂商工会議所

北前船も寄港した港町に残された古民家の空き家を改装し、カフェやショップをオープンした女性オーナーがつながり、30～50代の女性をターゲットに情報を発信し、観光産業の活性化に取り組む。

フリーペーパーの発刊や Web ページの作成に取り組み、出店したい女性オーナーの掘り起こしや空き家・空き店舗の更なる利活用にも期待



② 「豊岡女子異業種交流事業」豊岡市商工会

豊岡市内で異業種の女性事業経営者が横断的なネットワークを構築し、観光産業の活性化や新分野のサービス開発などを目指す取組。

専門家から動画作成・編集技術を学び、一人一人が情報発信のスキルを身に付け、女性ならではの目線で地元の多彩な魅力のほか、移住・定住を考える人をターゲットに情報を発信する YouTube「豊岡女子ラボチャンネル」を開設

兵庫県で一番広くて注目度の高いまち『ないものはない豊岡』を発信します！



本日事例発表

(2) 特定のテーマに関する研究段階

① 「キャンプ場活性化事業」佐用町商工会

町営のキャンプ場の利用客を増やすとともに、町内施設や特産品を PR し、佐用町の地域活性化を目指す取り組み

専用のHPを開設し、オンラインによる宿泊や地元精肉店のバーベキューセット等の食材予約のシステム構築により、閑散期（12～1月）の利用者数が大幅に増加した。

また、食材の当日購入が可能となるよう、新たな冷蔵庫の設置など、更なる利用及び販売促進に取り組んだ。



② 「兵庫県特産品開発の会(HBSM)」中小企業団体中央会

「HBSM情報交流会」という異業種交流会が、メンバーと連携し、実店舗では取扱いが限られる要冷凍・要冷蔵の兵庫の特産品を手軽に自宅や友人に土産物として贈れる SNS を使った新しい形の販売ツールを考案。Web カタログギフトで販売するプラットフォームサービス「兵庫県みやげっと」を開発し、商品登録数や QR コード POP 設置数の増加に取り組み、サービスの普及を拡大

本日事例発表



(3) **ビジネスとしての具体化段階**

① 「オール尼崎による尼崎城プラモデル化計画」 尼崎商工会議所

尼崎城の再建を機に更なる観光客誘致を図るため、市内ものづくり企業が連携し、尼崎城天守のプラモデルの開発及びシャチホコプラモデルの販路開拓を行う取組。

シャチホコプラモデルは、市内のみならず全国発売され、約 50 の小売店や Amazon を含む通販サイトで販売中。

尼崎市のふるさと納税返礼品としても採用された。

R3 ステップアップ支援枠 本日事例発表



② 「地場力の発信、未知への挑戦による商品開発・販路開拓事業」 三木商工会議所市内

三木の地場産業である金物業界に携わる卸売業者と製造業者が、メーカーと卸の協業でそれぞれの得意技を補完し合い、金物業界全体で一つの会社を目指している。全国の専門業者や特殊用途等で使用している特殊金物製品の受注・制作の認知度を高めるとともに、グループでアウトドア関連の商品開発や展示会に出展し、販路開拓にも取り組む。



③ 「フードロスとなっている淡路島の食材を使った商品開発と販路開拓」 南あわじ市商工会

食料需給率 100%を超える南あわじ市の生鮮食品（野菜等）のフードロスの解決を目的として、島内で加工販売できる新商品の開発に取り組む。

商品化されない B 級品の淡路島産玉ねぎを使ったキムチ「キムチの玉様（たまさま）」を開発・商品化し、販売を開始。パッケージのデザインの開発、商品発売に向けたプレスリリース等の PR を行い、市内土産物店への販路を開拓するとともに、さらに新たなラインナップを開発中

R3 ステップアップ支援枠 本日事例発表



④ 「組織的販路開拓に向けた健康志向の新商品開発および販路開拓事業」

ひょうご産業活性化センター

「健康」をテーマに活動している異業種が集まり、一つの組織「エイチ labo.」としてのコンセプトを掲げ、新商品・新サービスの開発を目指す。

新たなロゴを作成し、百貨店での催事に出展するほか、カタログや HP の作成などにより、組織的な販路開拓及び会員組織拡大に取り組む。

また、米農家とトマト農家がコラボした「米粉のピザ」を開発し、新商品として販売

