

申請書(高知県地場産業大賞候補) ※地場産品用

事業者名

製品名 (30字以内)	薄型まな板「○○○○○○」	開発期間 改良期間	2018年3月 ~ 2019年1月 2020年5月 ~ 2021年3月																								
製品の概要・ 特徴(150字 程度)	<p>■高知県の県産材である四万十ヒノキを使用し、抗菌性を高めた超薄型まな板</p> <p>■重さは○○gと非常に軽く、一人暮らしやアウトドアで気軽に使用ができ、見た目も一般的なまな板とは異なった○○テイストな特徴的なデザインとなっている。</p>																										
販売実績	<table border="1"> <tr> <td>受注残</td> <td>数量 :</td> <td>5,000</td> <td>金額 :</td> <td>13,000</td> <td>千円</td> </tr> <tr> <td>直近</td> <td>2022年3月</td> <td>販売数量 :</td> <td>18,000</td> <td>販売額 :</td> <td>43,000</td> </tr> <tr> <td>1年前</td> <td>2021年3月</td> <td>販売数量 :</td> <td>20,000</td> <td>販売額 :</td> <td>55,000</td> </tr> <tr> <td>2年前</td> <td>2020年3月</td> <td>販売数量 :</td> <td>22,000</td> <td>販売額 :</td> <td>66,000</td> </tr> </table>			受注残	数量 :	5,000	金額 :	13,000	千円	直近	2022年3月	販売数量 :	18,000	販売額 :	43,000	1年前	2021年3月	販売数量 :	20,000	販売額 :	55,000	2年前	2020年3月	販売数量 :	22,000	販売額 :	66,000
受注残	数量 :	5,000	金額 :	13,000	千円																						
直近	2022年3月	販売数量 :	18,000	販売額 :	43,000																						
1年前	2021年3月	販売数量 :	20,000	販売額 :	55,000																						
2年前	2020年3月	販売数量 :	22,000	販売額 :	66,000																						
強み・アピ ールポ イント	<p>キャッチコピー : 抗菌四万十檜 薄型まな板</p> <p>3大セールスポイント : ①抗菌力の高い天然檜 ”キッチンに最適”</p> <p>②場所を取らない薄型 ”厚さ○○mm”</p> <p>③使いやすい取っ手付き ”片付け簡単でアウトドアに最適”</p>																										
類似製品の 有無と差異	<p>中心価格帯の製品を比較すると、持ち運び時の利便性は当社がNo.1であり、アウトドアや一人暮らし向け需要を取り込むことで他社と差別化を図っている。また、コンパクトサイズであるため他社より製造コストが安く、一人暮らし世帯等に低価格で提供できる点も強みとなっている。なお、製造においては○○という特殊な加工により○○という課題を克服することが可能であり、その技術については、国内で当社のみが実現可能である。</p>																										
開 発 製 品 の 概 要	<p>市場性・ター ゲット顧客</p> <p>2020年度、日本国内で販売されたまな板は○○○万個で○○億円の市場規模。数年前から、その中でも○○○円台のまな板の販売が好調で、全市場の○%を占める(数量シェア)までになっている。○○○円以下は、中国からの輸入品並びに、プラスチック製が中心であるが、昨今、日本製の信頼度、並びに衛生管理を気にするUserが増えており、その影響で日本製まな板の人气が高くなってきている。また、○○○○○という背景から、近年国内外ともにアウトドアの需要が好調に推移しており、同人口は○年の○○○万人から昨年には○○○万人まで増加しており、当面のターゲットとして十分な市場規模を有していると考えられる。これらを踏まえ、○○という点において、本製品は市場のニーズ応えることが可能であり大きく販売を伸ばす可能性がある。</p>																										
販売・広報戦 略	<p>昨年営業に新たに一人採用し、HP構築、Net販売担当とすることで、自社Net販売を強化。○年○月には販売拡大に伴う体制拡充のため、○人体制とし、今年度中にNet販売比率○%を目標とする。引き続き、大手卸○社への供給も行うが、自社Net商品はバリエーションを変える事で価格変動に影響しない運営を目指す。海外については、今年度は台湾での展示会に参加し、市場性の確認を行う。その後、現地での販売代理店もしくは、直販小売店を見つける活動へ広げていく予定。広告戦略については、生活雑貨やアウトドア系雑誌へのサンプル配布等で、記事化してもらう活動をすると同時に、自社HPの改善を進め、作り手の見える化を進める。今年度は、国内展示2回(春、秋)と、海外(台湾)展示会1回の参加を計画。</p>																										
開発の背景・ 経緯(従来の 問題点・課題 も含む)	<p>近年、アウトドア市場ではキャンプ需要が広がりを見せ、若年層からシニア層でキャンプの人气が続いている。そうした中でキャンプ向け生活雑貨の販売もホームセンターなどを中心に好調に推移しており、まな板分野でも多くのメーカーが新規参入しているが、従来の製品では○○○○○○○といった課題があり、特に若年層のユーザーからは○○○○○○○の特徴を持つ商品が求められている。こうした背景の中、当社がこれまでに培ってきた○○○○○○○の技術でこれらの課題を解決できることが分かるに至り、開発に着手することとなった。</p>																										
生産体制・生 産能力	<p>現状は設計、製造、組立、試運転、出荷まで自社工場1カ所あたり○○人体制で製造。原料となる四万十ヒノキは○○木材から仕入れ、資材の加工、組立等は自社で実施。月産○○台だが、需要増に対応するため、○年○月に工場拡張予定で拡張後は月産○台になる予定</p>																										
地域貢献・ 本県産業へ の波及効果	<p>・製品化にあたり従業員を新たに5名雇用予定</p> <p>・原材料調達は全て県内3社から行い、製造の一部工程も県内の協力企業4社に外注予定(外注額:年間○○○千円程度の予定)</p> <p>・当製品のヒットから○○市と連携して○年に体験型イベントを開催(○人集客)</p>	産業財産権(特許等)出 願の有無	有り																								
係争の有無	無し	※有りの場合のみ記載 ()に関すること																									
他の賞の受賞実 績(賞名、受賞年 度等)	○年○月:○○発明大賞 受賞																										

←応募製品の概要を150字程度で記載してください。ホームページ等の製品紹介で公表させていただく場合があります。

←顧客の立場からのメリットを簡潔に表現してください。サブタイトルで数字などを盛り込むことも可能です。

←市場内ではライバルは多いか? 価格競争が激しいか? 業界では製品の寿命が短い? 長い? トrendは? など。他社との差異については、ユニークで独自性がある点をアピールしてください。

●オーテピア高知図書館 ビジネス支援活用例
⇒『日本マーケットシェア事典』で生産量の推移や企業別のシェアなどを調べることができます。

←ニーズの広がりやどの程度か、また狙う市場はどこで規模はどの程度か等を具体的な数値で記載してください。

●オーテピア高知図書館 ビジネス支援活用例
⇒『業種別審査事典』や『業種別業界情報』で業種別の市場動向を調べることができます。業界の動向や特性、マーケットデータがまとめられています。
→オーテピア高知図書館HP> オンラインデータベース <https://otepia.kochi.jp/library/holding05.html>

←販売戦略は、客観的市場調査データなど、数字を根拠にするとより説得力が増します。

←開発及び改良に至ったきっかけ(従来製品・方式の課題及びその解決方法等)について具体的に記載してください。

←高知県内の産業振興に貢献している内容について記入してください。地域の雇用や材料の仕入または販売で地域経済に貢献している等も可。

←特許・契約等技術や販売関連だけでなく全ての係争・紛争について記入願います。