

令和6年度地域資源販路拡大支援事業 マーケティング支援事業申込書【記入例】

公益財団法人かがわ産業支援財団 御中

募集要件に同意したうえで、下記のとおり申し込みます。

別記様式

| | | | | |
|-----------------------|--|-----------------------|------|-----|
| 申込年月日 | 令和6年 ○月 ○日 | | | |
| 参加 事業者名 | フリガナ カブシキカイシャ○○シヨクヒン | | | |
| | 株式会社○○食品 | | | |
| 代表者名 | 代表取締役社長 香川 太郎 | | | |
| 所在地 | 〒760-0301 高松市林町 2217-15 T E L : (087)868-9903 F A X : (087)869-3710 U R L : https://www.kagawa-isf.jp/ | | | |
| 担当者 連絡先 | 所属:営業部営業課 | 役職名:課長 | | |
| | 氏名:香川 次郎 | E-mail: bbb@bbb.ne.jp | | |
| 会社概要 | 資本金 | ○○○円 | 従業者数 | ○○人 |
| | 事業内容 | 食品製造 | 主要商品 | 洋菓子 |
| | 直近の年間売上高 | | ○○○円 | |
| 出品予定商品 | <input checked="" type="checkbox"/> 食品 <input type="checkbox"/> 酒類 <input type="checkbox"/> 飲料 (いずれかにチェックしてください。) ・いちごタルト「○○○○○○○」 | | | |
| 本事業への 参加の目的・ 目標 | 商品力が高い○○であるが、まだ事業規模が小さいことから県外での宣伝は十分でない。今回、販路を広げるためにテスト販売に出品し、自社の強みである○○技術について知ってもらいたい。また、テスト販売での消費者からの意見や専門家からのアドバイスを参考に商品をブラッシュアップしたい。 | | | |
| 商品の地域性 | いちごタルト「○○○○○○○」は、香川県産の原材料にこだわった、高品質なタルト。県産のいちごを使用しており、いちごそのものの香り等を活かした商品である。香川県のいちごは全国的にも評価が高く、『こだわりの地方産品』として差別化が可能と考える。 | | | |
| 商品の独自性 | いちごタルト「○○○○○○○」は、当社の代表商品である。時代にあわせてパッケージなどの改良はしているが、創業から基本的な製法は変えていないこだわりの商品である。 | | | |

◆商品データ(既存の商品シートがある場合は、そちらを提出してください。下表への記入は不要です。)

| | | | |
|-------------------------------|--|----------------------|--|
| 参加事業者名 | 株式会社〇〇食品 | | |
| 商品画像 商品の全体がわかる写真を添付 | 一括表示 現物の写真を字が読めるように画像を添付 | | |
| | | | |
| 商品名 | いちごタルト〇〇〇〇〇〇〇 | 原材料 | いちご |
| 提供可能時期(月) | 通年 | 賞味・消費期限 | (賞味)冷凍 60 日間 (消費) |
| 主原料産地 | いちご(香川県産)、卵(香川県産)、... | JANコード | 〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇 |
| 規格/単位 | 1個 | 取引単位・最低ロット | 〇ケースから 要相談 |
| 内容量 | 200g/袋 | 希望小売価格 | (税抜)500 円(税込)550 円 |
| 商品サイズ | 縦 12cm 横 3cm 高さ2cm | 保存温度帯 | <input type="checkbox"/> 常温 <input type="checkbox"/> 冷蔵 <input checked="" type="checkbox"/> 冷凍 |
| 1ケースあたりの入数 | 10 ホール | 総重量 | 2kg |
| 納期・発送 | 1週間程度 | 商品の受賞歴 (有の場合:受賞名) | <input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 (令和4年度〇〇コンクール最優秀賞) |
| 納入実績 | 〇〇百貨店、スーパー〇〇、... | 認証等(商品・工場・農場等) | ISO22000 |
| 商品PR (特徴、市場性、優位性など) | 香川県産の原材料にこだわった、高品質なタルト。 県産のいちごを使用しており、いちごそのものの香りを活かした商品。 香川県のいちごは全国的にも評価が高く、『こだわりの地方産品』として差別化が可能。 | | |
| 主な消費者・ ターゲット層 | 売り先 <input type="checkbox"/> 外食 <input type="checkbox"/> 中食 <input type="checkbox"/> 商社・卸売 <input type="checkbox"/> メーカー <input checked="" type="checkbox"/> スーパーマーケット <input checked="" type="checkbox"/> 百貨店 <input checked="" type="checkbox"/> その他の小売 <input type="checkbox"/> ホテル・宴会・レジャー <input type="checkbox"/> その他() | | |
| | お客様(性別・年齢層など) 地方のこだわり食材に興味がある方、来客・訪問の多い方、高所得世帯 | | |
| 利用シーン (利用方法・おすすめレシピなど) | 家族の団欒時、来客時、訪問時の手土産、仕事の休憩時間・昼食時、など | | |
| 品質管理について (検査・衛生管理・危機管理体制等) | HACCP 対応済み。 一定ロットごとに一般生菌、大腸菌群の検査を行っている。生産工程図を書き、危険となる可能性が高い箇所について集中的に衛生管理を行っている。従業員の健康状態、衛生状態を毎日チェックし、記録している。 毎日、業務終了後に工場内を清掃している。備品のチェックも定期的にも実施し異物混入の防止に努めている。 | | |

※商品カタログ等がありましたら、添付をお願いします。