**【事業者概要】**

**参加申込書兼商品規格書(佐賀県事業者育成支援事業提出用)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 事業者名 | 〇〇〇株式会社 | 肩書代表者名 | 代表取締役　佐賀　太郎 |
| 住　所 | 〒 | 電話番号FAX番号 |  |
| Mailアドレス |  | 会社HP（URL） | https：//www |
| 資本金（千円） | 千円 | 設立年月日 | 　　　　　　年　　　　月　　　　日 |
| 決算期 | 月　 | 直近売上高 | 　千円 |
| 従業員数 | 名　 | 担当者名 | 　 |
| 担当者アドレス |  | 担当者連絡先 |  |

**【商品情報】**　※あてはまるカテゴリーにチェック☑して下さい

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| エントリー商品名(仮称でも可) | ＜例＞　　調味酢 | 商品画像　添付☟ |
| 商品カテゴリー | 加工品：[ ] 調味料　[ ] 嗜好品、乾物　　　　[ ] スイーツ、菓子　[ ] 飲料・酒類　 　　[ ] 日配品 [ ] 冷凍食品 [ ] 乳製品　　　 [ ] 加工肉　[ ] ギフト　　　 [ ] その他（　　　　　　　　）一次産品：[ ] 魚介・水産品　[ ] 肉類　　　　　[ ] 果物・野菜　[ ] 米・卵 | ※イメージ画像 |
| 保管方法 | [ ] 常温　[ ] 冷蔵　[ ] 冷凍 | 成分表示　添付☟ |
| 商品情報URL |  |  |
| 課題について（複数回答可） | [ ] 商品試作開発 [ ] ブランディング[ ] デザイン・パッケージ[ ] 販路開拓　[ ] 事業PR[ ] 商談・営業　[ ] SNS活用 |
| **現状での課題や解決したい問題等** | ＜記載例＞●九州風味の甘めに仕上げており、首都圏の方には合わない。　グルタミン酸ナトリウムを使用しているので、気にされる方向きでない。 |

**【製造元情報・オンライン商談の経験】**※製造委託の場合　記載

|  |  |
| --- | --- |
| オンライン活用の可否（zoomでの商談等） | 使える　・　案内してくれたら入れる　・　自分で招待できる　・使えない |
| 郵便番号ならびに住所 |  |
| 電話番号 |  |
| メールアドレス |  |

**【商品詳細情報】**

|  |  |
| --- | --- |
| 商品の特徴/ストーリー（製作秘話） | ターゲット |
| ＜例＞・200年伝統佐賀の○○入り | ＜例＞・共働き、子育て中の簡単・便利にお家ごはんを作る方 |
| アピールポイント（強み） | ウィークポイント（弱み） |
|  |  |
| 規　格 | （記載例：1食200ｇ） | 賞味期限 | 出荷後　 |
| 小売価格（税込） | [ ] 有（　 　　 円） 　[ ] 無 | 卸価格（税込） | 　円 |
| 送料 | 　円 | 包装形態 | 　＜例＞ペットボトル○○ |
| 出荷時期・期間 | □通年　[ ] その他（　　　　） | 月間提供可能数量 | 　円 |
| 原材料 | 　＜例＞砂糖混合ブドウ糖液糖（国内製造）、米酢、米黒酢、食塩、調味料（アミノ酸） |
| 販売実績（概算、年間） | （売上金額）　　円 | （販売個数）　　円 |
| 販売目標（概算、年間） | （売上金額）円　　 | （販売個数）　　円 |
| ネット通販の有無 | [ ] 有　[ ] 無　　｜有の場合⇒商品ページの買い物かごの有無　[ ] 有　[ ] 無 |
| 食品表示法の対応 | [ ] 有　[ ] 無 | （販売個数）　　　　　　　　　　　　個 |
| 景品表示法の対応 | [ ] 有　[ ] 無 | （販売個数）　　　　　　　　　　　　個 |
| 営業許可証 | 詳細： |
| 取得製造免許 | 詳細： |
| インボイス制度 | [ ] 対応済み　　　[ ] 未対応 | 適格請求書発行事業者番号➡ |
| 主な取引先（販売先） | ＜記載例＞　ハローデイ１０店舗、　イオン５店舗　、岩田屋　　　　　　　　　　　　　　　 |
| 製造工程図（あれば添付すること） |  |
| 産地証明書 |  |
| PL保険 | [ ] 加入済　[ ] 未加入 | 菌検査 |  |
| インボイス制度 | [ ] 有　[ ] 無 | 金属探知機での確認 |  |
| 公的機関による表示チェック | [ ] 有　[ ] 無 | 機関名：　 |
| HACCP対応 | [ ] 有　[ ] 無　　　　詳細（　　＜記載例＞　食酢製造業のHACCPに準ずる　　　　） |

**【ヒアリング】**

|  |  |
| --- | --- |
| 自社の魅力は何ですか。 | ＜例＞　代々、新商品創作への意欲があったこと、今も変わらない○○への思い |
| 同業他社と比べて負けない差別化できる「もの」や「こと」はありますか。（生産性や商品魅力、人材など） | ＜例＞　新鮮な食材、加工技術力、原材料代入の目利き |
| メインとなる販路を教えてください。 | ＜例＞　スーパー（ハローデイ、トライアルなど具体的に）、ホテル、コンビニ、等… |
| これから広げたい販路や実際のお店があれば教えてください。 | ＜例＞　百貨店、旅館、等… |
| 会社全体の販売顧客ターゲット層を教えてください。※各ブランドが存在すればそれぞれのターゲット層を教えてください。 | ＜例＞　○○➡30代～50代、△△➡50代～70代 |
| 販路拡大手段は現在どのようにして販路を広げていますか。 | ＜例＞　対面営業（コロナ禍で半減）、オンラインを強化 |
| 生産者とのつながりなど、地域貢献しているようなことはありますか。 | ＜例＞　・赤しそ、アジ、マスとのコラボ、規格外生鮮物の活用・地域の雇用、魚値の安定に貢献 |
| SDGsに取り組んでいれば内容を教えてください。 | ＜例＞　・プラスチックから紙器に移行 |

**【SNS・webの運用情報】**

|  |  |
| --- | --- |
| SNS運用の目的 | ＜例＞　周知・告知 |
| SNS運用のターゲット | ＜例＞　定期購入して下さる既存の顧客、 |
| 運用しているプラットフォーム（複数選択可） | [ ] Facebook　 [ ] Instagram　 [ ] Twitter　 [ ] LINE公式　 [ ] TikTok　 [ ] その他 |
| 投稿内容 | ＜例＞　日常的な事、商品について紹介 |
| 投稿頻度 | ＜例＞　週一回を毎日に更新中（インスタグラム） |
| 運用のメリット | ＜例＞　ファンを固定化することができる。 |
| 現状課題・改善点 | ＜例＞　新規の顧客向けのSNS発信を行う。 |
| 運用に対する悩み | ＜例＞　Instagram運用方法が分からない。新規顧客獲得のための戦略が分からない。 |
| 今後の運用について | ＜例＞　新規顧客獲得のためにInstagramなどSNS運用を強化したい。 |
| ホームページは充実していますか。今後どのようにしていきたいですか。 | ＜例＞ほとんど使われていない、知識不足、人材不足 |

**【これからの経営拡大に対する取り組み】**

|  |  |
| --- | --- |
| 将来のお客となるZ世代（若い方）へのプロモーション（情報発信）や商品開発はされていますか。 | ＜例＞　ほとんど機能していない（人材不足、技術不足） |
| 人材育成のために行っていることはありますか。 | ＜例＞新人研修の工夫 |
| 数年後の売り上げ目標を教えてください。 | ＜例＞現状2億8000万→2年後3億5000万、限界利益率重視の経営を目指す |
| 数年後、売上アップとは別に達成したいことはございますか？ | ＜例＞人材の育成、事業継承、東京羽田空港での販売、等… |
| 会社としての目標、また今後の夢はございますか？ | ＜例＞　・地域のための会社を目指すこと |

※上記項目、別に添付していただく場合はその旨を記載してください

※記入例を参考にご記入ください。