

今後の県産品販売支援に関するアンケート 実施結果

令和6年5月10日
食産業振興課県産品班販売支援班



1 実施概要

(1) 目的

首都圏アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」を令和6年度中に閉店し、新たな販売支援事業に取り組む方針としたことから、今後の県産品販売支援策の検討に活用することを目的に実施したものの

(2) 調査方法

①回答期間

令和6年1月26日～同年2月16日

②送付先・送付方法

731者（メール及び郵便で送付）

③回答方法

メールまたはFAX

(3) 回答者数

119者（回答率：16.3%）

※119者中、宮城ふるさとプラザとの取引有り：90者（75.6%）

※宮城ふるさとプラザへの納入事業者数：301者



2 回答者属性 (n=119)

(1) 主な事業

食品関連事業者：118、工芸品事業者：1

(2) 宮城ふるさとプラザとの取引の有無

有り：90 (75.6%)、無し：29 (24.4%)

(3) 年商規模

10億円以上	22
5億円以上 ～ 10億円未満	10
1億円以上 ～ 5億円未満	35
5千万円以上 ～ 1億円未満	16
1千万円以上 ～ 5千万円未満	22
1千万円未満	5
無回答	9



3 事業者の年商に占める宮城ふるさとプラザの売上の割合 (n=84 (取引有り90から年商無回答6除く))

年商	1%未満	1%以上2%未満	2%以上	計
10億円以上	18	1		19
5億円以上 ~ 10億円未満	7			7
1億円以上 ~ 5億円未満	24	1	3	28
5千万円以上 ~ 1億円未満	5	3	3	11
1千万円以上 ~ 5千万円未満	7	5	4	16
1千万円未満	1	1	1	3
計	62	11	11	84

73.8%

【全体】 年商に占めるプラザ売上率が1%未満の事業者が73.8% (62事業者 (n=84))
年商に占めるプラザ売上率の単純平均が0.53%

【その他】 年商に占めるプラザ売上率上位5者の割合は次のとおり

1位5.06% 2位3.92% 3位2.91% 4位2.88% 5位2.80%

4 ECへの取組状況 (n=119)

年商	有り	無し	計
10億円以上	19	3	22
5億円以上 ~ 10億円未満	9	1	10
1億円以上 ~ 5億円未満	29	6	35
5千万円以上 ~ 1億円未満	13	3	16
1千万円以上 ~ 5千万円未満	15	7	22
1千万円未満	2	3	5
無回答	6	3	9
計	93	26	119

78.2%

【全体】 ECに取り組んでいる事業者が78.2% (93事業者 (n=119))

5 納入先①

(1) 現在の納入方法 (n=119)

年商	小売店へ直納のみ	卸経由のみ	両方	計
10億円以上	2	3	17	22
5億円以上～10億円未満	1		9	10
1億円以上～5億円未満	7	4	24	35
5千万円以上～1億円未満	2	2	12	16
1千万円以上～5千万円未満	7	1	14	22
1千万円未満	2		3	5
無回答	1		8	9
計	22	10	87	119

18.5%

(2) 現在の卸経由の納入先の把握状況 (n=97)

年商	全て把握	一部把握	把握していない	計
10億円以上	15	5		20
5億円以上～10億円未満	4	5		9
1億円以上～5億円未満	13	15		28
5千万円以上～1億円未満	6	8		14
1千万円以上～5千万円未満	10	5		15
1千万円未満		2	1	3
無回答	3	4	1	8
計	51	44	2	97

52.6%

【全体】 卸経由の納入先を全て把握している事業者は52.6% (51事業者 (n=97))
卸を通さず全て直納している事業者は18.5% (22事業者 (n=119))

5 納入先②

(3) 現在の納入先（複数回答）

年商規模ごとに第1位～3位まで塗りつぶし

年商	直売所	コンビニ	セレクトショップ	スーパー	高級スーパー	百貨店	飲食店	商社・卸	その他
10億円以上	17	7	11	19	10	17	13	20	駅・空港・ホテルの土産店
5億円以上～10億円未満	6	3	4	9	7	6	8	9	ドラッグストア
1億円以上～5億円未満	28	8	10	25	12	23	20	28	駅・空港・ホテルの土産店
5千万円以上～1億円未満	16	1	8	11	3	8	5	14	駅・空港・ホテルの土産店
1千万円以上～5千万円未満	17	1	4	10	4	8	7	15	駅・空港・ホテルの土産店
1千万円未満	3	1	0	1	0	0	1	3	ホテルの土産店
無回答	7	1	2	6	3	5	9	8	駅・空港・ホテルの土産店
計	94	22	39	81	39	67	63	97	

(4) 今後ターゲットにしたい納入先（複数回答）

年商規模ごとに第1位～3位まで塗りつぶし

年商	直売所	コンビニ	セレクトショップ	スーパー	高級スーパー	百貨店	飲食店	商社・卸	その他
10億円以上	8	6	8	11	13	7	8	7	駅・空港・ホテルの土産店、通販
5億円以上～10億円未満	6	3	7	7	6	6	8	6	消費者へ直接
1億円以上～5億円未満	12	2	13	10	17	9	12	16	EC
5千万円以上～1億円未満	8	2	8	5	10	10	5	5	駅・空港・ホテルの土産店、EC
1千万円以上～5千万円未満	14	0	9	4	7	8	4	4	駅・空港・ホテルの土産店
1千万円未満	2	0	0	0	1	1	1	1	
無回答	5	1	4	4	3	3	4	3	駅・空港・ホテルの土産店、EC
計	55	14	49	41	57	44	42	42	

【全体】 「直売所」は現在も今後も回答が多い

「飲食店」や「駅・空港・ホテルの土産店」にもニーズ有

【現在】 「スーパー」や「商社・卸」の回答が多い

【今後】 今後のターゲットとして「セレクトショップ」や「高級スーパー」の回答が多い

6 流通地域

(1) 現在の流通地域 (複数回答)

年商規模ごとに第1位～4位まで塗りつぶし

年商	北海道	宮城	東北 (宮城以外)	首都圏 (プラザ以外)	関西	北信越	東海	中国	四国	九州	海外
10億円以上	13	16	19	18	12	10	10	9	8	9	6
5億円以上～10億円未満	4	9	9	9	8	4	5	2	1	5	5
1億円以上～5億円未満	13	28	24	24	15	11	15	10	7	12	9
5千万円以上～1億円未満	5	14	12	14	6	5	3	3	3	4	0
1千万円以上～5千万円未満	3	18	11	14	3	1	1	1	0	3	1
1千万円未満	1	4	2	4	3	2	2	2	1	1	0
無回答	2	7	6	8	5	1	0	0	0	2	1
計	41	96	83	91	52	34	36	27	20	36	22
順位	⑤	①	③	②	④	⑧	⑥	⑨	⑪	⑥	⑩

(2) 今後ターゲットにしたい流通地域 (複数回答)

年商規模ごとに第1位～4位まで塗りつぶし

年商	北海道	宮城	東北 (宮城以外)	首都圏	関西	北信越	東海	中国	四国	九州	海外	不明	不要(※)
10億円以上	5	9	6	16	7	4	5	3	3	3	8	1	1
5億円以上～10億円未満	2	6	7	8	5	4	4	1	2	2	3	0	0
1億円以上～5億円未満	4	16	17	27	15	2	5	1	1	4	12	0	2
5千万円以上～1億円未満	3	13	13	14	6	3	5	2	2	2	3	0	0
1千万円以上～5千万円未満	0	12	7	14	6	0	1	0	0	1	3	1	3
1千万円未満	0	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	1
無回答	2	4	4	6	1	0	1	0	0	1	4	0	0
計	16	61	55	88	41	13	21	7	8	13	33	2	7
順位	⑦	②	③	①	④	⑧	⑥	⑪	⑩	⑧	⑤		

※不要…現状以上の実店舗販売による販路拡大は不要

【全体】 「県内」「東北」「首都圏」「関西」の回答が多い

【今後】 上述に続くターゲットとしては「海外」「東海」の回答が多い

7 県内・隣県以外の販路拡大へ向けた取組

(1) 県内・隣県以外を対象とした営業社員の配置 (n=119)

年商	有り	無し	計
10億円以上	10	12	22
5億円以上 ~ 10億円未満	7	3	10
1億円以上 ~ 5億円未満	4	31	35
5千万円以上 ~ 1億円未満	5	11	16
1千万円以上 ~ 5千万円未満	2	20	22
1千万円未満		5	5
無回答	3	6	9
計	31	88	119

73.9%

【全体】 県内・隣県以外に営業社員を配置していない事業者は73.9% (88事業者 (n=119))

(2) 営業社員の配置以外の取組 (自由記載)

- ・ 商談会や展示会への参加 (規模は様々)
- ・ 小売店への訪問営業
- ・ ECや通販の充実
- ・ 催事への参加
- ・ 商社や卸への依頼
- ・ 飲食店における試食・試飲会

(3) 課題 (自由記載)

- ・ 人手不足に伴う営業力不足
- ・ 営業力や商品力の不足
- ・ 商品認知度が低い
- ・ 商談で足元を見られる
- ・ 販路開拓先がわからない (情報不足)



8 商品開発・改良へのアプローチ

(1) 参考とするもの（複数回答）

年商	顧客の声 ニーズ ①	取引業者の 意見 ②	他企業 成功事例や 競合商品 ③	顧客属性 (性別や年齢) ④	自社の強みや アイデア ⑤
10億円以上	11	11	8	3	19
5億円以上～10億円未満	9	8	8	6	9
1億円以上～5億円未満	17	15	11	6	26
5千万円以上～1億円未満	11	5	9	6	11
1千万円以上～5千万円未満	10	8	5	5	15
1千万円未満	1	1	1	0	1
無回答	4	2	4	2	7
計	63	50	46	28	88

73.9%

<その他>

・ブランドイメージとの兼ね合い ・最新のトレンド

23.5%

(2) 「顧客の声・ニーズ」をどのように把握しているか（自由記載）

- ・ 自社店舗や催事等の対面販売におけるお客様との会話
- ・ SNSやECサイト書き込みのチェック ・ 宮城ふるさとプラザの試食アンケート（H27実施）
- ・ 営業社員の情報収集 ・ お客様からのクレーム ・ アンケートの実施

【全体】 「自社の強みやアイデア」を参考にするが最も高く73.9%（88事業者（n=119））次いで、「顧客の声ニーズ」、「取引業者の意見」、「他企業成功事例や競合商品」と続く
「顧客属性」を参考にする事業者は最も少なく23.5%（28事業者（n=119））

9 主な意見

- ・ 県外での知名度が低い
- ・ 東北の人口減少が顕著であるため、市場を大都市圏へシフトせざるを得ない
- ・ 商品PRがうまくできていない
- ・ ECサイトの売上を伸ばしたい
- ・ 新商品開発のスピードが遅い
- ・ 若年層向けの商品開発
- ・ 売れる商品づくりのノウハウが不足
- ・ 他社商品との差別化が難しい
- ・ 宮城ふるさとプラザに代わる都内での販売場所をぜひ作ってほしい
- ・ 宮城ふるさとプラザは首都圏で商品をPRできる唯一の場であるため、存続を望む

