

## 全国一の北海道物産展の秘訣は？

### 中小機構が意識改革にマインドマップ活用

北海道の中小企業、地域振興をサポートする中小企業基盤整備機構（中小機構）北海道支部は、道内で新連携、地域資源活用、農商連携などの事業認定を受けた166企業・団体を対象に交流を深めるイベント「感動企業フォーラム」を初めて開催した。

このフォーラムは、北海道物産展で全国一の売り上げをあげている鹿児島市の老舗百貨店の山形屋の日高博昭食品仕入部長を招いて「北海道の魅力と売れる商品の秘密」をテーマに「おいし感動HOKKAIDO！2011」感動フォーラムとして、

札幌市内の札幌グランドホテルで開き、約160人が参加した。

山形屋の北海道物産展は、20日間行われ1日約4万人の来場者で約8億円を売り上げる。

このイベントの成功の秘訣は「とにかく本物にこだわり、すべては現地調達。たとえ鹿児島市場で入手できる物産でも北海道から取り寄せ、また鹿児島にしながら、本物の北海道の味を現地より安く提供できた」（日高部長）と道内を飛び回り自分たちの足で商品を探し、販売や値付けも自ら関わっている。

また、事業認定を受けて中小機構マーケティングマネジメン

ト実践塾に参加している3企業も講演した。旭川機械工業（旭川市）が3Dウッドターニングマシン（NC木工旋盤）の開発・販売。道産農産物を主原料にスキンケア商品の改良・販売でアピサル・ジャパン（札幌市）。むかわ町産シーベリーを活用した加工食品の開発・販売の遠藤組（むかわ町）。この3企業が商品開発の成功事例のひとつ「マインドマップ」の活用を紹介した。このマップは放射状に商品や製品など必要な要素を整理し、自己啓発や会社啓発の手段で企画力、計画力、商品開発力などを高める。

商品の企画、開発などを放射状に展開したマインドマップの活用で製品化した＝遠藤組の成功事例



「このマップにより製品を多様な事業計画書、プレゼンテーションに効果的に活用。このような経営手段を学びながらスキルアップのツールとして商品開発、製品化が図れた」（佐藤乃武男・中小機構北海道連携支援課長）と地域資源を活用した中小企業の強化、支援を展開している。