

- みやき町ブランド戦略促進事業補助金 活用事例 -

| 自社ECサイトの新規構築による販路拡大 |                                                        |
|---------------------|--------------------------------------------------------|
| 補助対象経費の例:           | オンライン販路関連費、広告宣伝費                                       |
| 悩み:                 | 店舗販売や自社HPによる販売中心であったため、全国への販路拡大を行いたい。                  |
| 活用:                 | 大手ECモールにて、新規ショップを開設すると同時に戦略的な広告を行う。                    |
| 狙い:                 | 大手ECモールの持つ顧客層へのアプローチと、広告戦略による露出の強化を図り、安定的な販売基盤の確立を目指す。 |

| 公式SNSの活用による販売動線の確保 |                                                               |
|--------------------|---------------------------------------------------------------|
| 補助対象経費の例:          | 広報物作成費、広告宣伝費                                                  |
| 悩み:                | 既存のSNSがうまく運用できておらず、自社商品の発信力が乏しさから、SNS→自社ECへの動線が機能していなかった。     |
| 活用:                | 自社のアカウントにてブランドイメージの伝わる写真や動画の撮影をプロに依頼し投稿をしながら、SNS用の広告を併せて実施する。 |
| 狙い:                | SNSフォロワーの増加と、SNSからの自社ECサイトへのアクセス増加、自社商品の購入数増加を狙う。             |

| 新商品開発のための機械購入 |                                                    |
|---------------|----------------------------------------------------|
| 補助対象経費の例:     | 機械装置購入費                                            |
| 悩み:           | 新たな自社ブランド商品を展開したいが、既存の設備では新商品用の加工ができない。            |
| 活用:           | 新商品開発用の専用製造機器を導入。                                  |
| 狙い:           | 導入する機器によりSNSとの相性の良い特徴ある商品展開を行い、商品の認知度向上と新規顧客獲得を狙う。 |

| 新商品のパッケージデザインの作成 |                                             |
|------------------|---------------------------------------------|
| 補助対象経費の例:        | 広報物作成費                                      |
| 悩み:              | 品質には自信があるが汎用パッケージでは商品の魅力が伝わりにくかった。          |
| 活用:              | デザイナーに依頼し、商品の魅力やブランドコンセプトが伝わるオリジナルパッケージを作成。 |
| 狙い:              | 自社ロゴの入った袋での認知度向上、他社との差別化を図り、購入件数増加を狙う。      |

| 新商品を新たな商談会へ |                                                                         |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 補助対象経費の例:   | 広告宣伝費、展示会等出展費                                                           |
| 悩み:         | 丹精込めて開発した新商品を首都圏をはじめとする大手バイヤーや卸業者にアプローチする接点が欲しい。                        |
| 活用:         | 補助金を活用して、首都圏の大型の商談会にブースを出展。商品の魅力が伝わる質の高い装飾や販促物を制作し、ターゲット層へ強力にアプローチをかける。 |
| 狙い:         | 会期中に多くのバイヤー等と有効名刺の交換を行い、展示会後の成約と関連商品の購入により、大幅な売上増加を狙う。                  |