

県名	熊本	商工会名	嘉島町商工会
----	----	------	--------

事業者名	OTOHEI
------	--------

題名	B2C市場への販路拡大
----	-------------



意匠権登録の製品

氏名	後藤政一
----	------

支援テーマ	
☐	創業
☐	経営革新・事業再構築
☐	地域資源活用・新連携
☐	農商工連携・6次産業
☒	販路拡大・販路支援
☐	海外展開・海外販路開拓
☐	事業再生・再チャレンジ
☐	事業承継
☐	ものづくり
☐	雇用・労務関係
☐	資金繰り
☐	持続化補助金
☐	DX・IT化支援
☐	価格転嫁
☐	事業継続計画(BCP)
☐	その他

支援前の課題

※複数のテーマ選択可

【業務概要】

・本事業者は、縫製業を基盤とし、一般バッグからサンドバッグなどの特殊製品、企業サンプル品の製造および下請業務を行っている。高い縫製技術を活かし、多品種・少量生産体制による柔軟な対応力を強みとしている。

【事業者概要】

・代表者は55歳、男性。2004年に熊本県嘉島町で創業し、企画・製造・販売の全てを一人で手掛けている。

・縫製業界での経験を通じて「独自ブランドの確立」を志し、オーダーメイド型の高品質製品を提供する事業を開始した。

・特殊製法による精密な縫製技術をコアとし、ニッチ市場での差別化を図りながら事業を展開。大量受注時には外注先と連携しつつも、要となる工程は自社で担い、品質を維持している。また、企業向けのサンプル製造(多品種少量生産)にも対応しており、顧客の多様な要望に応える柔軟な生産体制を確立している。

・近年では、B2C市場への展開を目的に、食品関連市場向けの機能性バッグを自社ブランドとして開発。販路拡大の一環としてクラウドファンディングサイト「Makuake」を活用し、プロジェクトを実施。

さらに、バッグ内仕切構造に関する特殊工法について意匠権を取得し、自社技術の独自性を強化している。

(参考: Makuakeプロジェクトページ <https://www.makuake.com/project/otoehi03/>)

【主な取引先】

・熊本県内の中高スポーツクラブ、プロ格闘技団体、国産車メーカー、小売主販の中小企業など、多岐にわたる業種と取引実績を有する。

【事業課題】

① 低利益構造の改善

練習器具(サンドバッグ等)の製造では、高品質を維持する丁寧な作業により破損率は低いものの、その結果買い替え需要が少なく、利益率が低下している。

また、安価な海外製品や大量生産品との価格競争により、採算性の確保が難しい状況にある。

② 収益源の多様化・体質改善

企業向け受注(B2B)は案件ごとの不定期性や低利益構造により、安定的な収益基盤とはなりにくい。そのため、依存体質から脱却し、自社ブランドによるB2C分野での収益力向上が急務となっている。

③ 販路拡大戦略の強化

自社ブランド商品の市場浸透を図るため、展示会・商談会への出展を通じた認知拡大と業界関係者への直接的なアプローチが必要である。

こうした取組を通じて、販路の拡大および安定的な販売基盤の確立を目指す。

支援内容

「自社ブランドの構築」「ターゲット層の絞込み」「販路拡大戦略」を目的として、第100回東京インターナショナル・ギフト・ショー秋2025への出展支援を実施した。

【支援内容】

専門家と連携し商談会出展に向けたブース演出や販促計画に関する協議・準備打合せを実施。展示構成・価格戦略・商談対応など、実践的な指導を中心に支援を行った。主な支援内容は以下のとおりである。

- ・効果的な商品演出および円滑な商談方法について助言。
- ・商品提供方法や説明資料の整備を支援。
- ・価格設定が商談上の大きな課題となるケースが多い点を踏まえ、価格交渉時の留意点を説明。
- ・展示商品の配置変更やラインナップの絞込みにより、アピールポイントが明確に伝わるブース構成を提案。
- ・バイヤーの関心が「納期」「価格」に集中している傾向を踏まえ、生産期間と納品時期を具体的に提示するよう助言。
- ・価格表示については流通売価を提示し、交渉時に卸価格で相談する方式を提案。
- ・専門家による商談会場での個別相談会を実施し、事業者ごとの課題整理および今後の目標設定を行った。
- ・商品特性をより明確に伝えるため、透明型の見本品を展示し、視覚的な訴求力向上を図った。

【成果】

これらの取組の結果、当初目標としていた「商談件数2件以上」を大きく上回り、開催期間中に計24件の商談を実現した。そのうち、価格や生産数など具体的な条件を伴う本格的な商談も複数発生し、今後の取引拡大が期待される具体的成果として以下の案件が挙げられた。

- ・通販カタログ向けの量産体制についての打診
- ・小売業者へのノベルティ用途として「ドリンクバッグ」の卸販売提案
- ・百貨店キッチン関連売場での「ドリンク＆ランチバッグ」PR商談
- ・ゴルフ場向け「ラウンドバッグ」としての展開提案
- ・百貨店店頭でのスポット販売に関する商談
- ・テレビ通販向け「ペットボトルホルダー付きエコバッグ」のPR提案
- ・スタジアム向けノベルティ用途としての「ドリンクバッグ」PR

支援の経過

期 間	支援内容
令和7年6月	現状ヒアリング→販路支援→商談会出展支援
令和7年7月	専門家支援
令和7年8月	商談ブース構築支援
令和7年10月	商談会会場にて円滑な商談支援
令和7年10月	商談会後のフォローアップ支援

支援内容の感想

今回の出展支援を通じ、事業者が自社ブランドの方向性を再確認するとともに、販路拡大に向けた具体的な交渉の場を得ることができた。今後は、得られた商談内容をもとに量産体制・価格設定・納期対応の整備を進め、安定した取引基盤の確立を目指し継続した伴走支援を行います。