

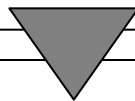
堺産品首都圏展示販売事業(大阪百貨店)について

【経過】

○23年10月に東京・有楽町にある民営の大阪のアンテナショップ「大阪百貨店」に「堺産品販売コーナー」を開設

○首都圏に販路の乏しい市内企業等に販売機会を提供した。
※24年度（延べ出品事業者）42者（販売額）422万円

○また、観光パンフレット配架や東京でのイベント出展等を通じ、本市の首都圏でのPR拠点としての役割を担った。



【26年度展開】

○堺産品首都圏展示販売事業(大阪百貨店)に代わり、「歴史」や「伝統」といった堺産品の強みを活かすため、下記新規事業を実施する。

(新規)堺刃物等首都圏PR事業

(1)堺刃物常設展示販売コーナーの設置 ～首都圏の一般消費者に販路開拓～

- ・常設販売は、首都圏で最も認知度があり、歴史や伝統といった堺の強み、都市魅力を体現する「堺刃物」に特化。
- ・東京で対面販売が可能な店舗において、堺刃物の常設販売コーナーを設置する。

(2)堺産品首都圏テストマーケティング ～高感度な消費者と市内メーカーが真剣勝負～

- ・市内企業から募った商品を、東京において高感度な消費者の集客が見込める店舗において一定期間テスト販売。
- ・消費者やバイヤー意見を出品企業にフィードバックし、中小企業単独では実施困難なマーケティングを支援。

(3)店舗連動型堺刃物PRイベント ～置くだけでは伝わらない魅力を伝える～

- ・堺刃物の「ものの良さ」「奥深い魅力」を、作り手自らが直接消費者に伝えるイベントを開催。常設販売コーナーとの相乗効果を狙う。

