

# DÔCORE

ふくおか商工会ショップ

ど  
お  
こ  
れ

DÔCORE

DÔCORE

DÔCORE

DÔCORE

CAFE

CAFE

TRUST COFFEE & TEA

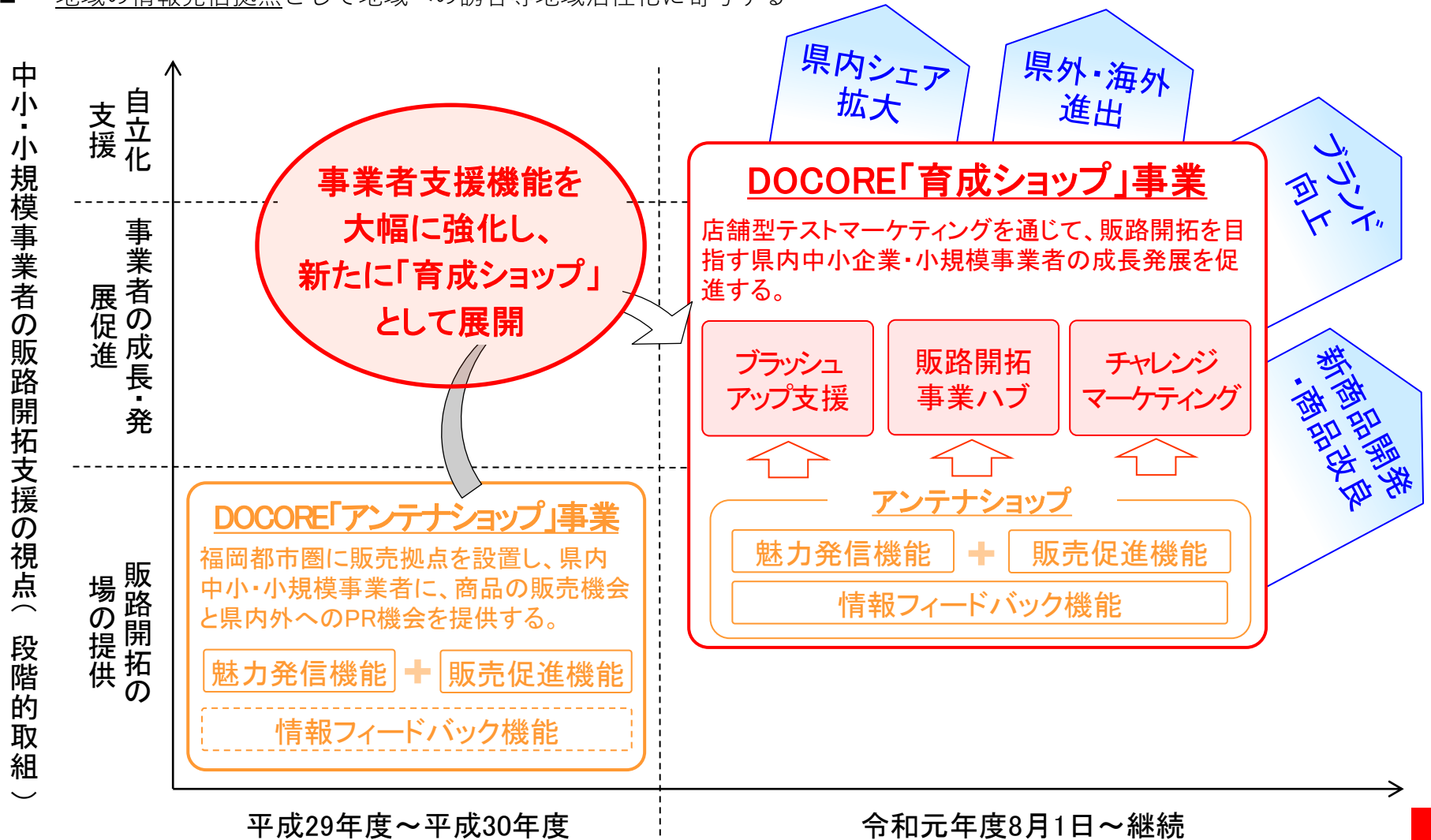
Piscifella bar

育成ショップ(DOCOREふくおか商工会ショップ)事業  
事業概要について

福岡県商工会連合会

# 1. 育成ショップ事業コンセプト

- 福岡県内の地域特産品や中小企業・小規模事業者の持つ隠れた逸品の販路開拓と商品ブラッシュアップを図るための常設のテストマーケティングの場として、「DOCOREふくおか商工会ショップ」を展開する。
- 出展者（地域商品）掘り起こしとともに事業者の自立化支援や大規模商談会等への出展につなげるための商品育成を図る。
- 地域の情報発信拠点として地域への誘客等地域活性化に寄与する



# 1-2. 育成ショップ事業コンセプト～役割と意味～

DOCOREを通じて・・・

※事業者の売上に直接貢献できる事業でもある！

役割  
3  
本柱

①商品育成 (ブラッシュアップ)

②販路開拓

③地域情報発信



店舗や商品のPRを通じて、「商工会」を発信・PRしている

DOCORE

ふくおか 商工会 ショップ

どこ  
これ

事業者の自立化に向けた支援

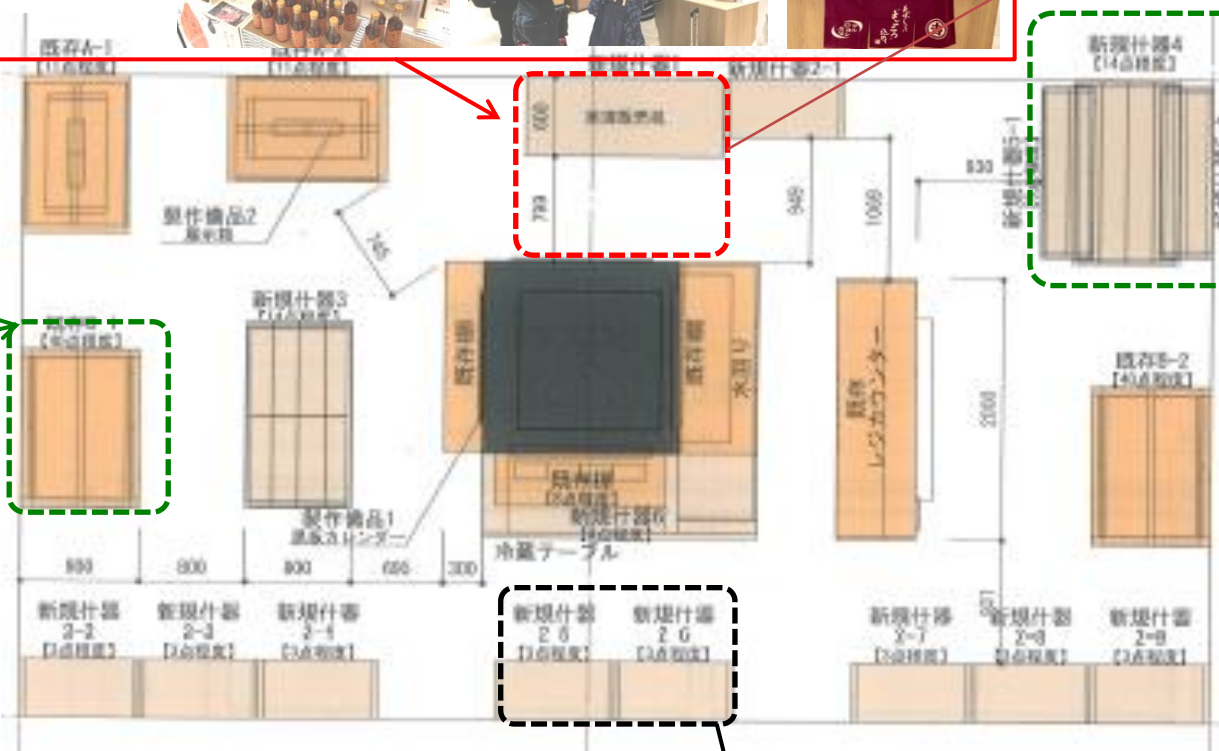
## 2. ショップレイアウト

週替わり  
催事販売  
ゾーン



ぜひご利用ください！

(博多駅側)  
ギフト提案or  
売上ベスト10  
入門ゾーン



(エスカレータ前)  
生活提案メイン  
ゾーン



(通路)  
地域情報  
発信ゾーン



博多駅



## I .令和1～4年度 実績

---

# 1. 現状課題と重点支援

## ■課題

- 新型コロナウイルス感染予防のため来店客の減少  
⇒DOCORE店舗における売り上げ減少
- 新型コロナウイルスの感染拡大による事業者へのダメージ  
⇒県内事業所の販売先確保が急務
- 育成ショップ事業としての成果  
⇒売上、指導件数は数値把握できているが、事業所ごとの取引成立等、数値把握が困難



## ■重点支援

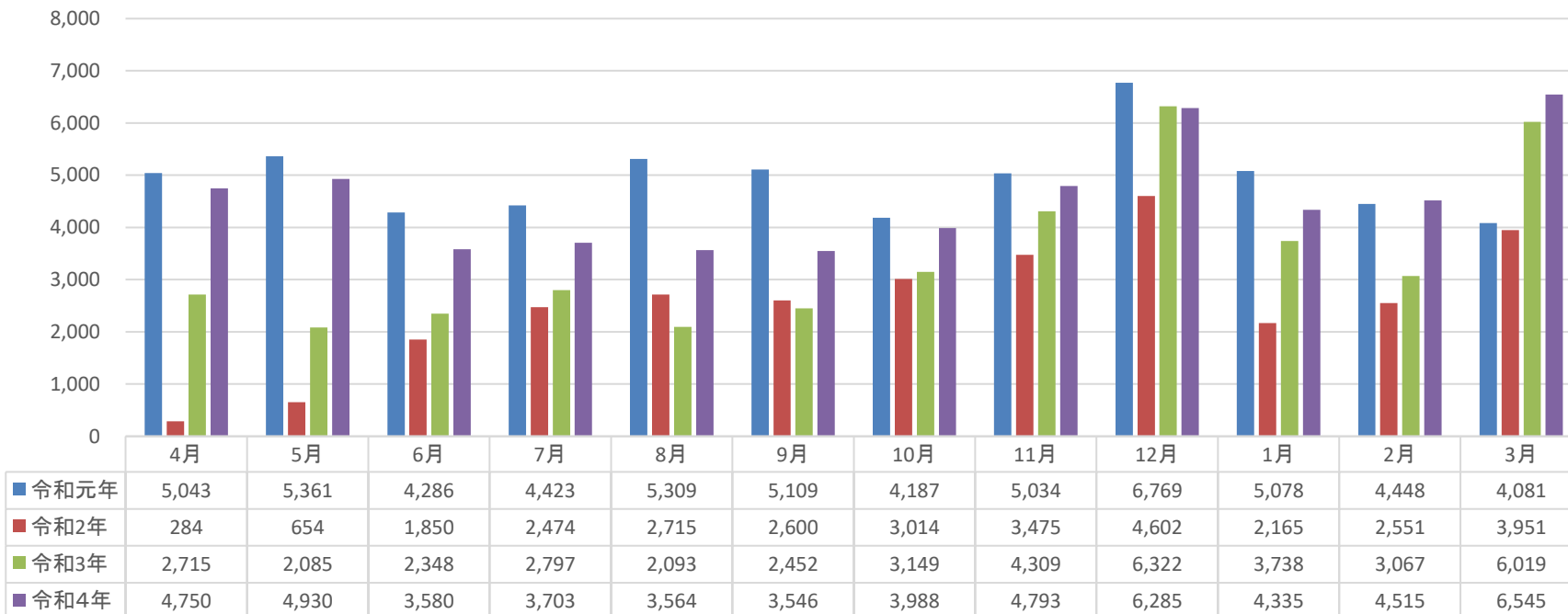
- **ECサイト販売の支援**  
⇒新生活様式による非接触型販売システム等の構築
- **食品表示**  
⇒イオン九州と連携
- **FCPシート(商談会シート)のブラッシュアップ**  
⇒専門家の添削による、BtoB支援の精度を上げる
- **DOCORE商談システムの構築**  
⇒事業者、商品情報を閲覧するシステムを構築。商談機会を増やし、成約数を把握する
- **認知度向上**  
⇒DOCOREふくおか商工会ショップのPRもちろん、事業所や商工会事業のPRが必要

商談準備強化

## 2. 月別売上高 (DOCORE店舗のみ) ※税込

(売上高:千円)

■ 令和元年 ■ 令和2年 ■ 令和3年 ■ 令和4年



- 令和元年度売上高は6,000万円弱で平成30年度に比べ104%。また、月別にみると令和元年12月が最も多く約677万円、月平均は500万円程度。
- 令和2年度はコロナ禍の影響による休館などがあり、売上高は3,000万円と、令和元年度に比べ約半分の水準まで落ち込んだ。
- 令和3年度もコロナ禍の影響が続き、苦戦しているものの、11月以降やや持ち直しの動きをみせており、約4,100万円の売上高となった。
- 令和4年度の売上高は5,400万円と令和元年度に比べ90%でコロナ前まで回復。月別では、過去2番目の売上高となった。

## 2-2. 売れ筋ランキング 2022-2023

上位は、最中クッキーねこさく、珈琲まんじゅう、ZOONUTS、にゃんこドリップ、星のティーバッグなどの定番商品を中心に、ギフト商品、日常使いができる商品、などの順位が高くなっている傾向

順位	商品名	カテゴリ名
1	最中クッキー ねこさく(単)	05.パン・菓子
2	珈琲まんじゅう “傍ら” 1個入	05.パン・菓子
3	珈琲まんじゅう “傍ら” 5個入	05.パン・菓子
4	ZOONUTS プレーン	05.パン・菓子
5	ZOONUTS いちご	05.パン・菓子
6	ZOONUTS ココア	05.パン・菓子
7	にゃんこドリップコーヒー いつもありがとう	06.飲料
8	星のティーバッグ 特上煎茶	06.飲料
9	ZOONUTS 抹茶	05.パン・菓子
10	ZOONUTS キャラメル	05.パン・菓子
11	にゃんこドリップコーヒー5個セット	06.飲料
12	ZOONUTS パナナ	05.パン・菓子
13	のりあられ	02.水産食品
14	アソート18	06.飲料
15	にゃんこドリップ 季節②	06.飲料
16	にゃんこドリップコーヒー ひと休みしよう	06.飲料
17	にゃんこドリップコーヒー よかことあるよ	06.飲料
18	にゃんこドリップ 季節	06.飲料
19	かしわ飯の素	03.畜産食品
20	にわかドリップバッグコーヒー (20P)	06.飲料
21	佃煮	02.水産食品
22	THE さBAR	02.水産食品
23	ちょこっとうようかん	05.パン・菓子
24	オリジナルドリップバッグ(ハウスブレンド/ピッピ)	06.飲料
25	にゃんこドリップコーヒー しょんなかたい	06.飲料

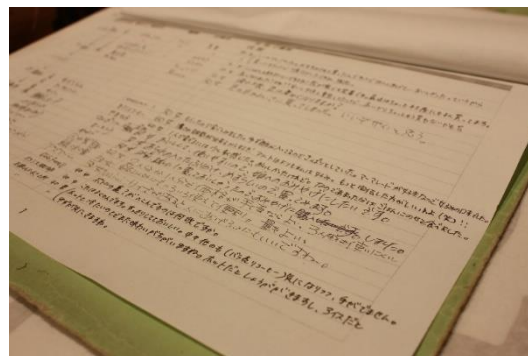
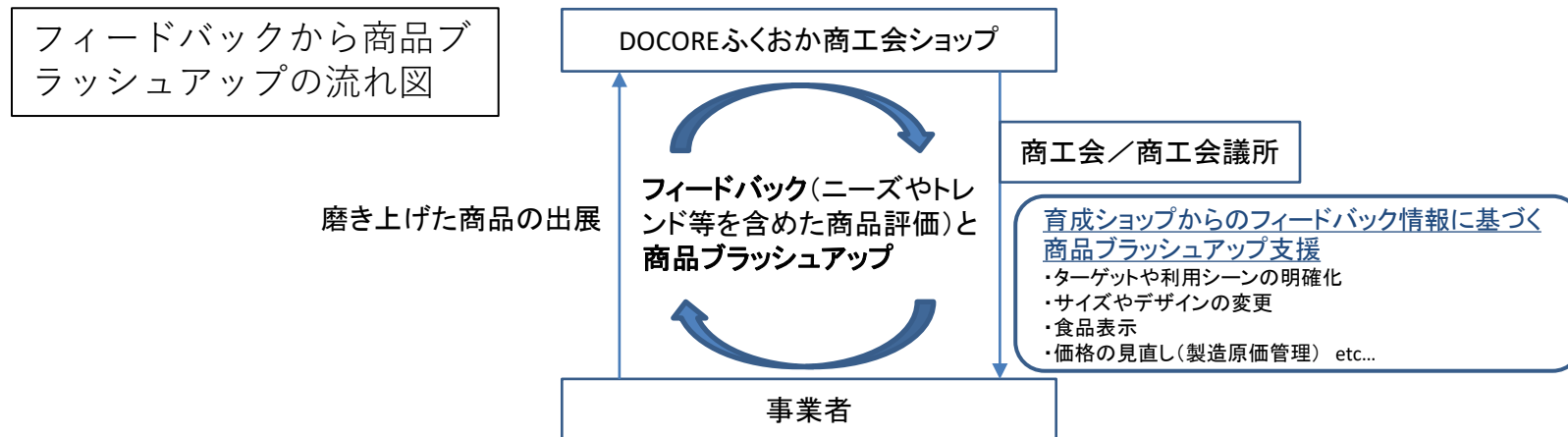
順位	商品名	カテゴリ名
26	Morrowブレンドドリップパック	06.飲料
27	豊前からし高菜	01.農産食品
28	にじいろ甘酒(博多あまおう)	06.飲料
29	にゃんこドリップ 季節	06.飲料
30	たまご屋さんのかしわ飯	03.畜産食品
31	博多鈴箱	09.その他
32	海苔師の孫が選んだ海苔(旬一)等級 小袋	02.水産食品
33	星の抹茶チョコアーモンド	05.パン・菓子
34	にゃんこドリップコーヒー 無駄な努力なんてない!	06.飲料
35	熟おひとつ(5個入り)	05.パン・菓子
36	オリジナルドリップバッグ(シティブレンド/フカエ)	06.飲料
37	モリングcoffee(DB、1P)	06.飲料
38	はかたの珈琲	06.飲料
39	宗像のテンちゃん	05.パン・菓子
40	生チョコみたいなしっとり大豆(FEK)	05.パン・菓子
41	レモンガラスのお茶(1包入)	06.飲料
42	有機栽培 カフェインレスドリップバッグコーヒー 1P	06.飲料
43	もちもち子うどん	07.麺類
44	コーヒービーンズチョコ	05.パン・菓子
45	THEさBAR(明太子風味)	02.水産食品
46	万能Sakuサクのり(Sサイズ)	02.水産食品
47	にじいろ甘酒(米糀)	06.飲料
48	にゃんこドリップ 季節①	06.飲料
49	博多あまおう+乳酸菌	06.飲料
50	星の抹茶オーレ	06.飲料



### 3. 伴走型支援による商品ブラッシュアップ（商品育成）

#### ■ フィードバック報告書の作成・提供とブラッシュアップ

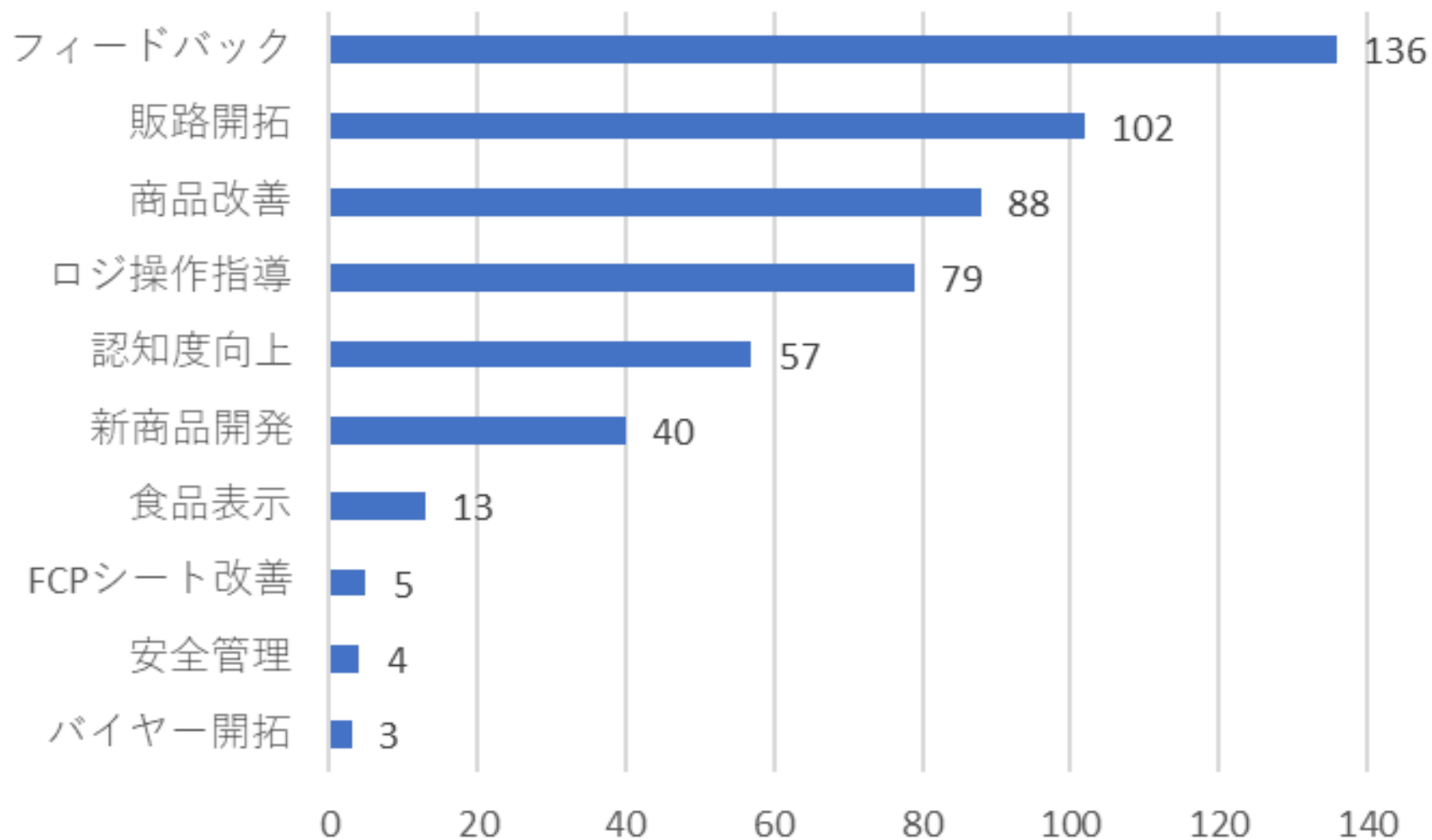
育成ショップでの実績やお客様の声をまとめ、商工会・商工会議所の使命である伴走型支援による商品ブラッシュアップに役立ててもらうための「フィードバック報告書」を作成。『個別フィードバック』において、商品改良のヒントになり得る「お客様の声」を専門家派遣による個別相談時に事業者及び商工会、商工会議所へ提供。 ➡ 439件実施



※DOCOREの店舗スタッフには一人当たり1日3件のお客様の声収集を義務付けている。

## 3-2. 伴走型支援による商品ブラッシュアップ（商品育成）

■ 指導件数（527件／2022年4月～2023年3月）



# 4. 大型商談会・展示会への出展（販路開拓）

## サテライトショップ展開



天神店



香椎浜店

千葉県

八千代緑ヶ丘店



笹丘店



MEGA福重店



福重店 2022年2月28日（月）より展開



2022年9月催事実施（予定）

サテライトショップとは ...

育成ショップ事業の趣旨に賛同し、かつ多様な取扱品目や多くの顧客・流通網などを保有する民間企業や団体であり、テストマーケティングや広報などの分野でそれぞれ提携や協力を行っている。

# 4. 大型商談会・展示会への出展（販路開拓）

## サテライトショップ（オンライン）展開



サイト名	主な客層	月平均売上
福岡県ウェブ物産展	全国の一般消費者	158,037円



サイト名	主な客層	月平均売上
朝ごはん本舗	関東中心の主婦層	64,952円



サイト名	主な客層	月平均売上
KBC Online SHOP	九州の一般消費者	19,175円



サイト名	主な客層	月平均売上
JAタウン	全国の一般消費者	6,026円

## 4-2. 大型商談会・展示会への出展（販路開拓）

サテライトショップによる出口戦略

みんな教えて！

DÔCORE

ど  
こ  
こ  
れ

ふくおか商工会ショップ



学ぶ。お店屋さん



DAIMARU

開催日 : 令和5年8月30日(水)～9月5日(火)

場所 : 博多大丸 B2階 食品売り場

実施内容 : 催事による売上の状況だけではなく、育成及び販路開拓へつながる課題を課し、お客様参加型催事を訴求する。

→ 「傾向と対策」を配布し事前準備(WEB研修会等)の指導を行う

→ WEBアンケートにて、事業者の目標設定と、実施後の報告を行う(報告書は全社共有)

→ 博多大丸、商社バイヤー等を招聘し、商談及び事業者の出展姿勢等評価アンケートを実施



博多大丸



イベント装飾



バイヤーとの商談の様子

→ 令和6年度も博多大丸他、イオン九州、インキューブにて実施予定

# 4-3. 大型商談会・展示会への出展（販路開拓）

## ■ 育成ショップ出品事業所を優遇し出展

■ Food Expo Kyushu2019

令和元年10月9日(水)、10日(木)@福岡国際センター

■ スーパーマーケットトレードショー2020

令和2年2月12日(水)~14日(金)@幕張メッセ



育成ショップ事業を通じた成約数  
50事業所

イオン九州との連携による成分表示等の改善  
62商品(35事業所)



アンテナレストラン「福扇華」の出展



イオンモール香椎浜



イオンスタイル笹丘

平成30年10月より展開。サテライトショップの第1号店となる。

## 5. プロモーション活動（地域情報発信）

- ①オリジナルミニ番組の制作
- ⑥「PAO～N」内リスナープレゼント

自称“ミスターどおこれ”の「杉山39」が「DOCORE」内商品の生産者様のもとへお伺いし、商品のこだわりやルーツはもちろん、各商工会がどのような支援をされたのか。番組内でお話しいただきます。

よかもん発見ローカル番組  
「どおこれ！？福岡新定番」

自称“ミスターどおこれ”  
杉山39



事業者様

×

各商工会様

- 毎週1回5分～オリジナル番組  
⇒毎週月曜日 13:40～(想定)  
⇒(MC)杉山39  
⇒10月～12月の3か月間放送

※番組収録でロケになりますので、紹介商品などの選定とご紹介をお願いいたします。

- ご出演いただいた方へ放送後と1か月後の2回アンケートにご協力をいただき、反響やメディアへの対応の実践の場としての感想を伺います。

- KBCラジオの看板番組の「PAO～N」内でリスナープレゼント展開(10月～12月想定)  
⇒期間内DOCORE商品をリスナーへプレゼントし店舗誘客へのリピート効果を狙いつつ、リスナーへのプレゼントの中にアンケートを同封することも可能です。

※商品の選定とご手配をお願いいたします。

収録番組にすることで、リラックスしてお話しいただき、商品のPRや商工会の支援のお話など詳しくお聞きします。収録のため、自社のPR文言も言い直しが可能なため、更なるリスナーの注目度UPとPRも兼ねた事業者の方のマスコミ対応のサポート(実践場所)にもつなげます。

### 【番組展開の流れ】

- ①提供クレジット読み  
⇒「この番組は福岡県商工会連合会の提供でお送りします」など
- ②番組本編放送(5分～)
- ③番組本編後DOCOREオリジナルCM20秒放送
- ④終了

※KBC企画書より

## 5-2. プロモーション活動（地域情報発信）

令和4年4月1日 日本経済新聞（九州・沖縄版）

九州・沖縄  
拠点を探る

めんたいこを筆頭に菓子から冷凍もつ鍋まで多様な商品が競う福岡県は、全国でも屈指の土産物激戦区だ。博多駅近くにある「DOCORE（ドココレ）ふくおか商工会ショップ」（福岡市）は、県内各地の知られざる銘品を多くそろえる。福岡県商工会連合会が地元中小企業の販路開拓に用意した「実践の場」で、有望株が次々育つ。

「コーヒの粉を練り込んだ「珈琲まんじゅう傍ら」、招き猫の形をしたもなかとサブレが一体になった「最中クッキーねこさく」。博多マルイにある店舗には、いわゆる定番の福岡土産ほとんどない。代わりに並ぶのは、多くの人が初めて目にする品ばかりだ。

「ここにしかない、が商品に共通するテーマになっている」。DOCOREの運営を担当する支援部長経営支援課の梶井洋

### 福岡みやげ、有望株が続々

「隠れた逸品」のみ。少量生産だったり営業の人手が足りなかったりして、量販店になかなか並ばない商品ばかりだ。品質は高いが知名度が低い商品を新たな福岡みやげとして売り出し、販路拡大につなげたいと2017年に開設した。梶井氏は「プロ野球・福岡ソフトバンクホークスのファミ（2・3軍）の拠点である『タマホームスタジアム筑後』のよう

「一郎課長補佐は店舗の特徴をこう説明する。同店で販売するのは原則、県内の各商工会が発掘した「隠れた逸品」のみ。少量生産だったり営業の人手が足りなかったりして、量販店になかなか並ばない商品ばかりだ。品質は高いが知名度が低い商品を新たな福岡みやげとして売り出し、販路拡大につなげたいと2017年に開設した。梶井氏は「プロ野球・福岡ソフトバンクホークスのファミ（2・3軍）の拠点である『タマホームスタジアム筑後』のよう

#### DOCOREふくおか商工会ショップ（福岡市）



店舗は博多マルイ2階フロアのほぼ中央にある（福岡市）

### 地元中小、販路開拓の場

が手掛けるサバのくんせい「THEBAR」が代表だ。開封後すぐ食べられるよう切り身にして爪ようじやおしぼりをつけてるといった工夫が消費者の心をつかみ、販路が広がった。工場を新設して増産体制を整えた結果、博多駅や福岡空港の売店にも並び福岡みやげの新定番になっている。

販路拡大では各地の商談会への出展支援をし、量販店のバイヤーとの交渉につなげている。18年と19年に福岡市内のイオン系の店舗にそれぞれアンテナ店を開店するなど、販売チャネルも増やした。さらに提携先を広げ売り場を増やすことも検討する。

定番品とひと味違うアイテムを買えるのとあって、リピーターも多い。井岸志織店長は「試食した商品を気に入って自分や家族用に大量購入していく人もいる」と話す。今後はネット販売支援などにも力を入れ、地場中小を手助けしていきたいという。（山田和馬）

### 記事補足

メディアとの連携や広報活動には力を入れているが、当該記事は、本会からの依頼ではなく、記者の方から取材依頼のあったもの。

令和4年4月1日地方版だが、比較的紙面を割いて、事業の趣旨を説明してもらっている。

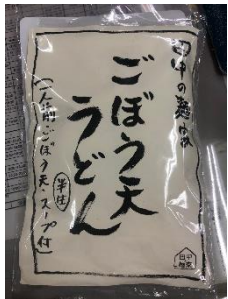
少しずつDOCOREショップの認知度が上がってきている成果ではないかと考えている。



# 6. 支援事例 (全メニューを活用したモデル事業所)

## ◆田中製麺 (久留米南部商工会)

### ①商品開発



2020年11月頃より  
自社直売店舗にてテ  
スト販売



2021年5~6月  
商工会、KBC  
メディア等との  
試食会

~DOCOREにて提案し、開発から商談まで実施した支援事例~

有名ラーメン店の商品が多い博多駅のお土産売り場に、最近ブームとなりつつある「博多ごぼう天うどん」は2社しか販売していないところに目を付け、コロナ禍でお土産需要は激減していたが、アフターコロナに備え、田中社長に相談し実施した事例

①2021年8月 商工会  
担当者との販売計画  
等打合せ

②2021年9月 田中社  
長と博多駅お土産売  
り場視察



2021年10月 デザイン会社と  
の打ち合わせ

### ③テストマーケティング



DOCORE×博多大丸共催イベントに出展

#### 【今後の課題】

- ①原価
- ②賞味期限
- ③パッケージデザイン

### ④商談会



商社、ニシカワとの代行商談会を実施

2021年12月完成



### ②プロモーション活動



KBCラジオ出演、KBCテレビ出演、  
シティ情報ふくおかへの掲載とプ  
ロモーション活動を行った



本商品の取引数 6/24現在

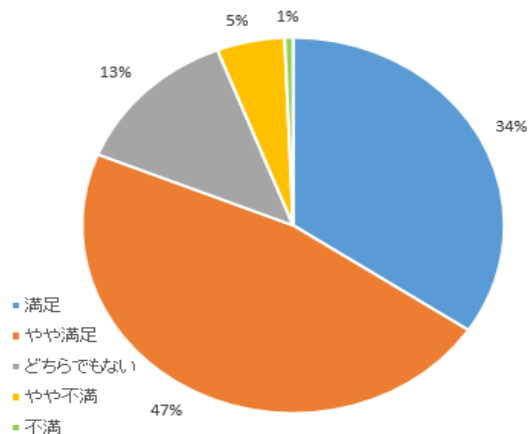
小売8社

卸2社→蔦屋22店舗、北野エース30店舗、  
ことや18店舗、他

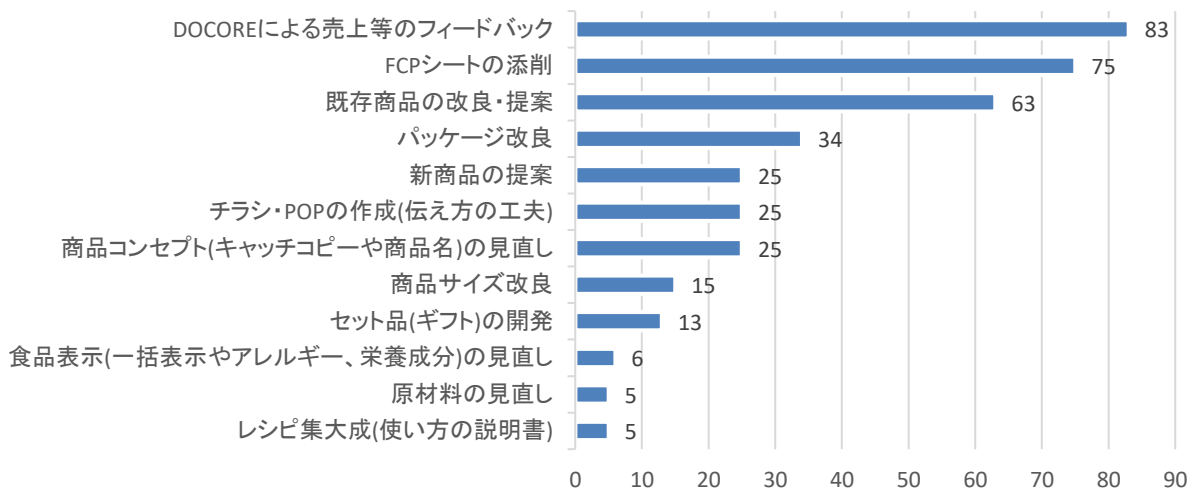
# 7. 効果測定

## ■ 出品事業者へのアンケート調査

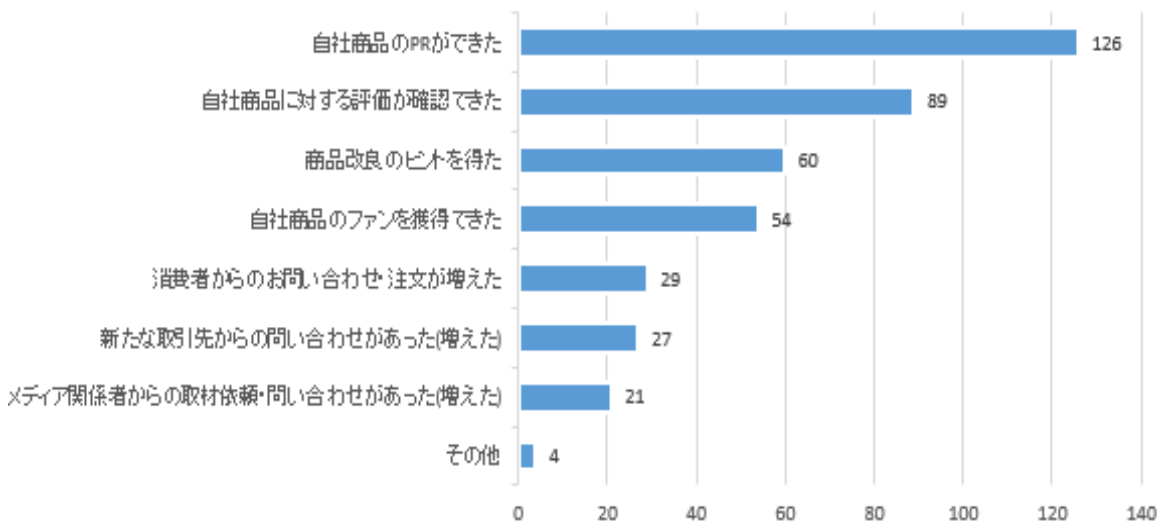
出品満足度をお聞かせください



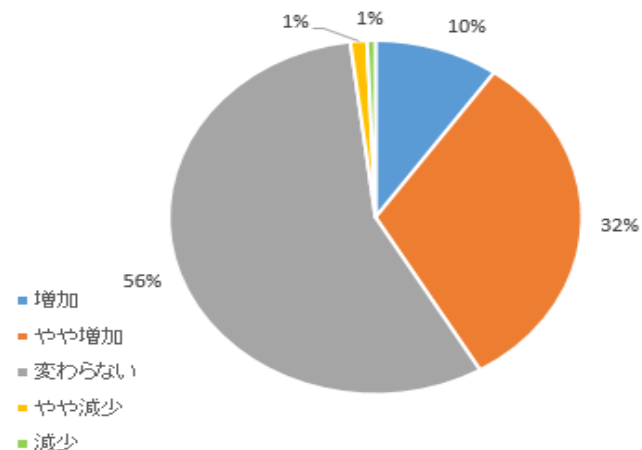
専門家指導(商品改良)の内容について(複数回答可)



育成ショップへの出品後どのような成果がありましたか



売上への影響(増減)をお聞かせください



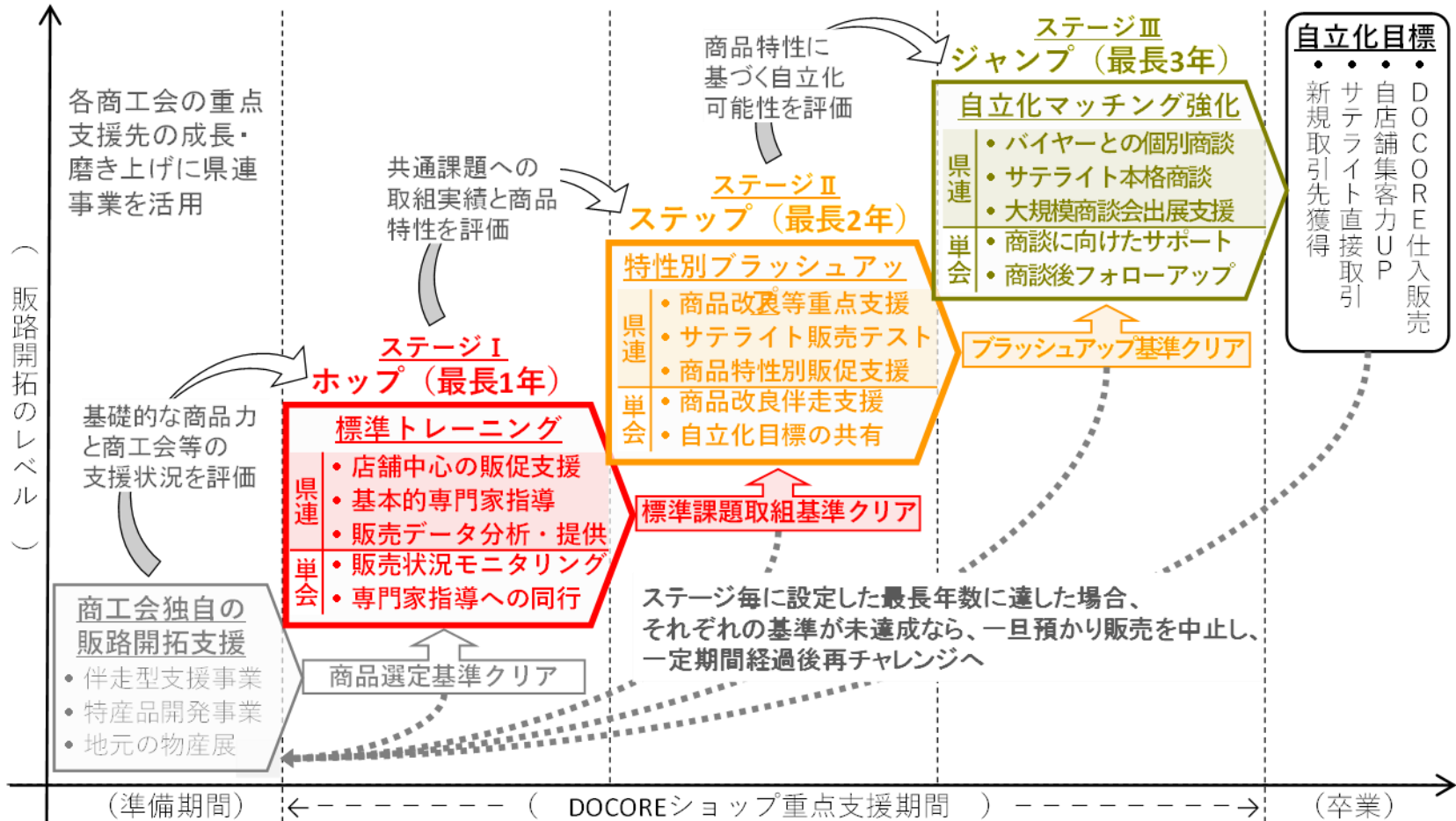
## II.令和6年度 事業計画

---

# 1. 令和6年度 事業概要

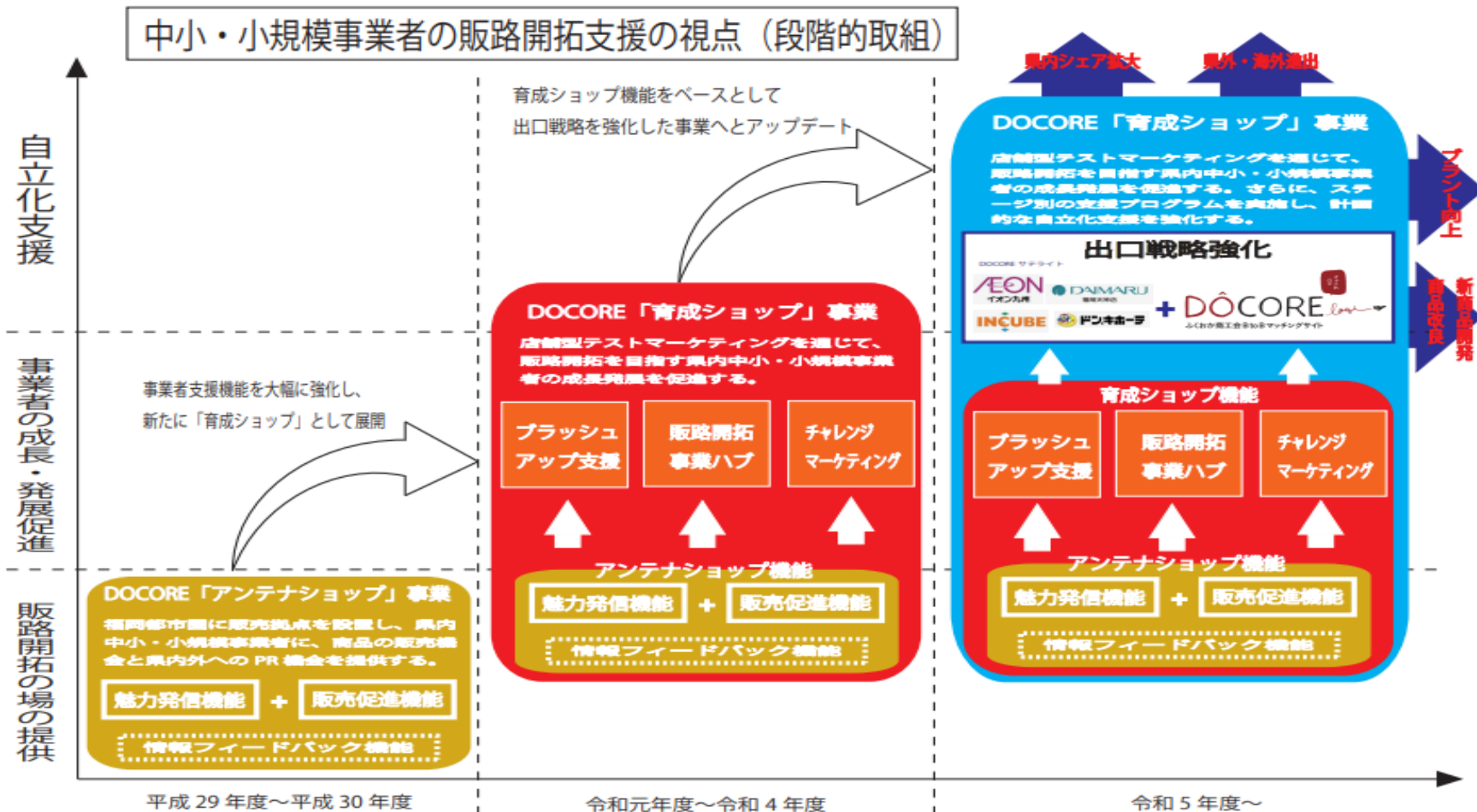
- DOCOREショップは、販路開拓に取り組む事業者を継続的に支援するための実践型トレーニングセンター
- DOCOREショップを販路開拓に取り組む事業者のステップアップ型の育成ショップとして再構築

< DOCOREショップ事業を活用して販路開拓に取り組む事業者の成長発展基本モデル >



# 1. 令和6年度 事業概要

- 福岡県内の地域特産品や中小企業・小規模事業者の持つ隠れた逸品の販路開拓と商品ブラッシュアップを図るための常設のテストマーケティングの場として、「DOCOREふくおか商工会ショップ」を展開する。
- 出展者(地域商品)掘り起こしとともに事業者の自立化支援や大規模商談会等への出展につなげるための商品育成を図る。
- 地域の情報発信拠点として地域への誘客等地域活性化に寄与する



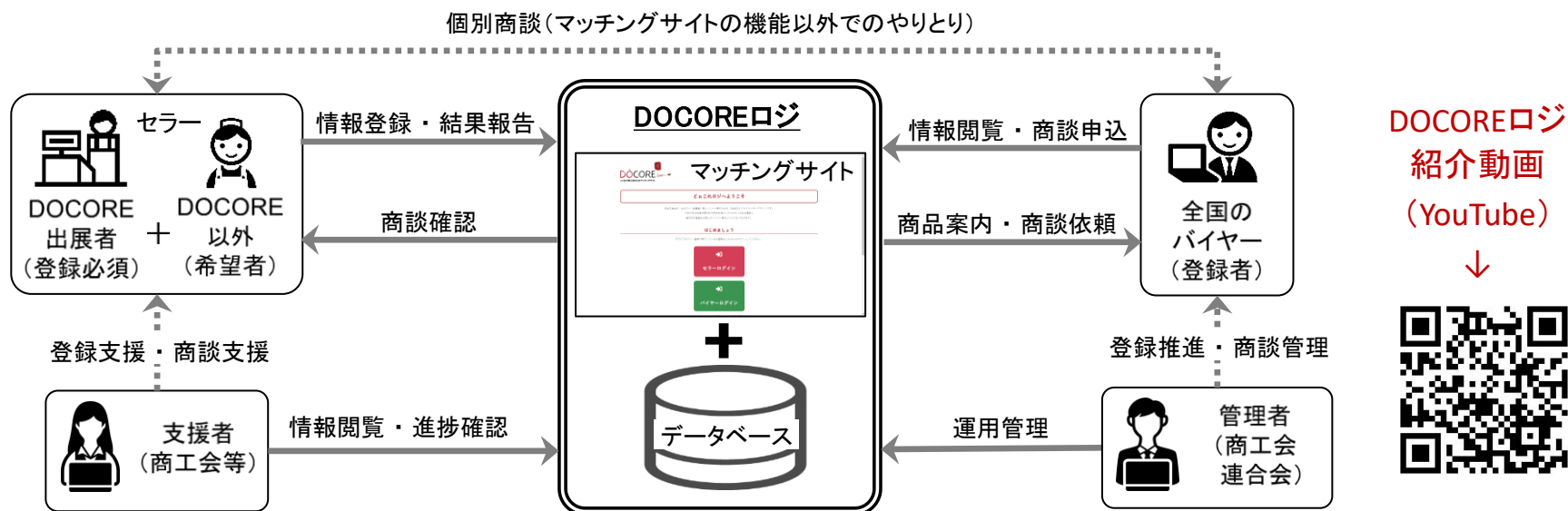
# 1-2. 令和6年度 事業概要

## 支援プログラム ステージ基準表

	支援メニュー	標準stg		ブラッシュアップ <sup>o</sup> stg		自立化stg		モデルstg	
		必須項目	件数	必須項目	件数	必須項目	件数	必須項目	件数
応援プログラム	専門相談	必須	3	必須	2	必須	1	必須	1
	専門相談 職員同席	必須	3	必須	2	必須	1	必須	1
	DOCORE催事出展	必須	1	任意	1	任意	1	任意	1
	DOCORE訪問	必須	1	任意	1	任意	1	任意	1
	DOCOREロジログイン	必須	1	必須	1	必須	1	必須	1
	年間目標達成数	必須	1	必須	3	必須	3	必須	3
	アンケート等提出物の如何	必須	1	必須	1	必須	1	必須	1
	DOCORE訪問 職員同席	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	DOCORE催事出展 職員同席	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	研修会	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
実践プログラム	サテライト展開	任意	1	任意	1	任意	3	任意	5
	サテライト催事出展	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	商談会出展	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	DOCOREロジ商談数	任意	1	任意	1	任意	2	任意	4
	DOCOREロジ商談成約数	任意	1	任意	1	任意	1	任意	5
	DOCOREをきっかけとした取引数	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	月売上10位以内	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	月売上11～50位	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1
	月売上51位～100位	任意	1	任意	1	任意	1	任意	1

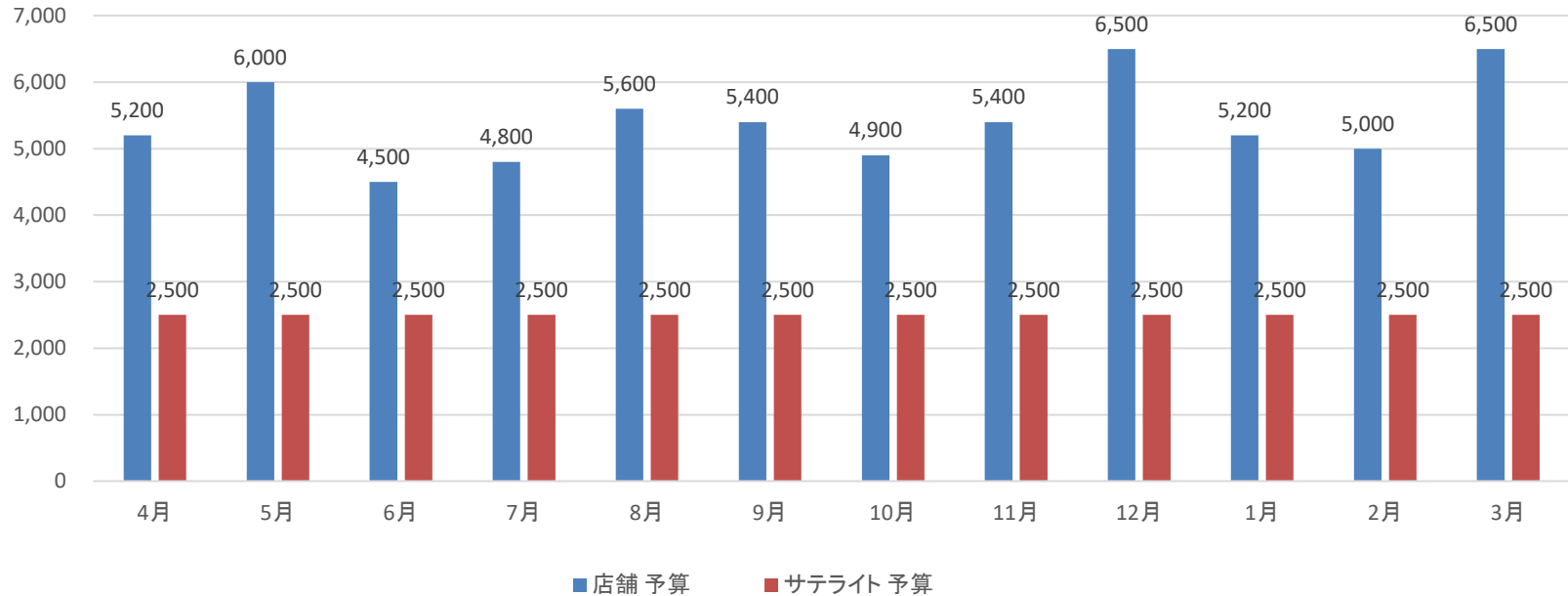
# 1-3. 令和6年度 事業概要

- DOCOREロジは、販路開拓に取り組む小規模事業者の情報をデータベースに登録し、登録バイヤーに対して情報発信することで、B to Bの個別商談マッチングにつなげるためのWEBサイトのシステム
- 本システムの主な利用者と役割は次のとおり。
  - バイヤー（全国）：登録希望者にIDとパスワードを発行。セラー情報を閲覧し、商談依頼機能によりセラーとの直接商談が可能。
  - セラー（出展事業者）：事業者情報と商品情報を登録。随時更新可能。バイヤーからの依頼があれば商談を行い、その結果を報告する。
  - 支援者（商工会等）：セラーの登録情報、バイヤー情報、商談進捗等が閲覧可能。担当するセラーの登録支援や商談支援を行う。
  - 管理者（県連事務局）：バイヤー・セラーの確認作業、商談の取り次ぎの他、システム全体の運用管理を行う。
- DOCORE出展者の自立化のための商談マッチングを促進するとともに、DOCORE出展者以外の事業者（店舗で取り扱いできない商品を販売する者、不採択となった者やDOCORE出展を希望しない者）への販路開拓の機会を提供する。
- 商工会が実施する販路開拓の伴走支援における出口支援（取引先開拓）のためのプラットフォームとして展開する。



## 2. 令和6年度 売上目標

（金額:千円）



### DOCORE

令和3年度: 5,000万円  
 令和4年度: 5,500万円  
 令和5年度: 6,000万円  
令和6年度: 6,500万円  
 令和7年度: 7,000万円

### サテライト

令和3年度: 1,500万円  
 令和4年度: 2,000万円  
 令和5年度: 2,500万円  
令和6年度: 3,000万円  
 令和7年度: 3,500万円





### 3. おわりに

