

DÔCORE

ふくおか 商工会 ショップ

ど
お
こ
れ

DÔCORE

ふくおか商工会ショップ

DÔCORE

DÔCORE

4,000

ポイント

12.22 - 12.25

7/7

ポイント

育成ショップ(DOCOREふくおか商工会ショップ)事業
事業説明

福岡県商工会連合会

1. 事業実施の経緯

区分	年度	活用予算	事業内容	主な取組ポイント
可能性検討	H24年度 ～ H26年度	全国連(国)補助金 (全国展開支援事業) (地域内資金循環等新 事業開発検討事業)	<ul style="list-style-type: none"> ・アンテナショップの設置可能性を先進事例調査やマーケティング調査から研究 ・福岡県都市部にアンテナショップを設置するためのビジネスモデル構築 ・「ふくおかアンテナショップ」の運営課題解決・機能強化研究 	<ul style="list-style-type: none"> ・アンテナショップの可能性を研究開始 ・自主運営可能な店舗形態(ビジネスモデル)の研究 ・既存店舗と連携した店舗運営を前提としたアンテナショップ基本計画の策定
	H27年度	全国連(国)補助金 (ふるさと名物応援事業)	<ul style="list-style-type: none"> ・マルイと連携したアンテナショップの展示販売会(1回目:中野マルイ、2回目:京都マルイ) 	<ul style="list-style-type: none"> ・定例催事型のショップ運営の実験
実証実験	H28年度	本会独自予算	<ul style="list-style-type: none"> ・博多マルイと連携した定例型イベントショップ事業「ふくおかいいもの新発見フェア」の展開 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際のターゲット(福岡都市圏)に向けた定例催事型のショップ運営の実験
	H29年度 ～ H30年度	全国連(国)補助金 (共同販売拠点事業)	<ul style="list-style-type: none"> ・「DOCORE(どここれ)ふくおか商工ショップ」の設置、運営開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗の立ち上げ、商品発掘 ・事業、店舗の認知度向上
本格始動	R1年度 ～ 現在	福岡県補助金	<ul style="list-style-type: none"> ・育成ショップとしてリニューアルし、店舗運営を継続 ・サテライトショップ連携、ネット販売、BtoBマッチングサイト導入 等 ・ステージ基準に基づく支援プログラムの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・育成ショップとしての機能(自立化支援)の強化 ・サテライトショップとの連携

2. 店舗概要

- 設置目的：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等を取扱う常設店舗を設置し、育成の場として地域商品等の販路開拓と商品ブラッシュアップを通して、中小企業・小規模事業者の商品展開力・販売力の向上等を図るとともに、地域情報の発信拠点として地域活性化に寄与する。
- 店舗名：DOCORE(どおこれ)ふくおか商工会ショップ
- 所在地：福岡市博多区博多駅中央街9-1 博多マルイ2F
- 店舗面積：13.4坪
- TEL：092-577-1655
- URL：<https://docorefukuoka.jp/>
- FaceBook：www.facebook.com/fskpi/
- Instagram：docore_Fukuoka
- 営業時間：10:00～21:00
- 営業日：博多マルイの営業日に準じる
- 販売形態：①委託販売(年2～3回募集)
②催事販売(随時募集)

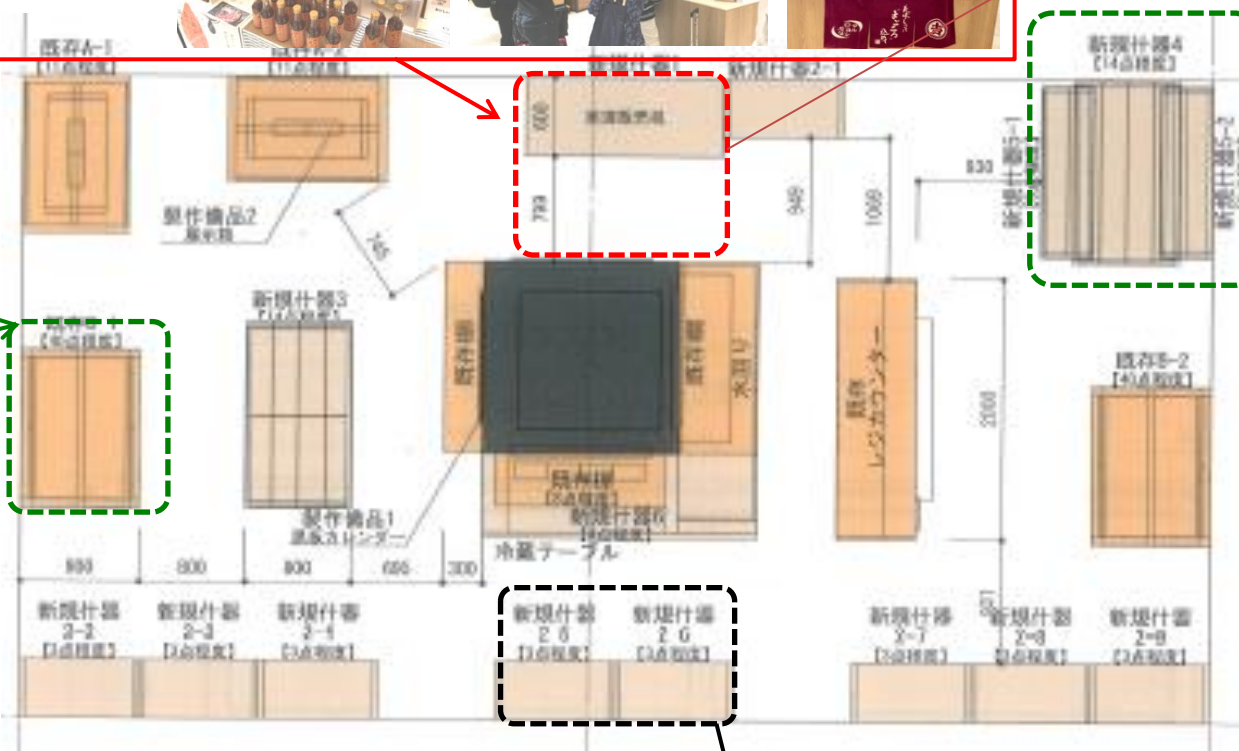


2-1. ショップレイアウト

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



3. 売れ筋ランキング2024-2025

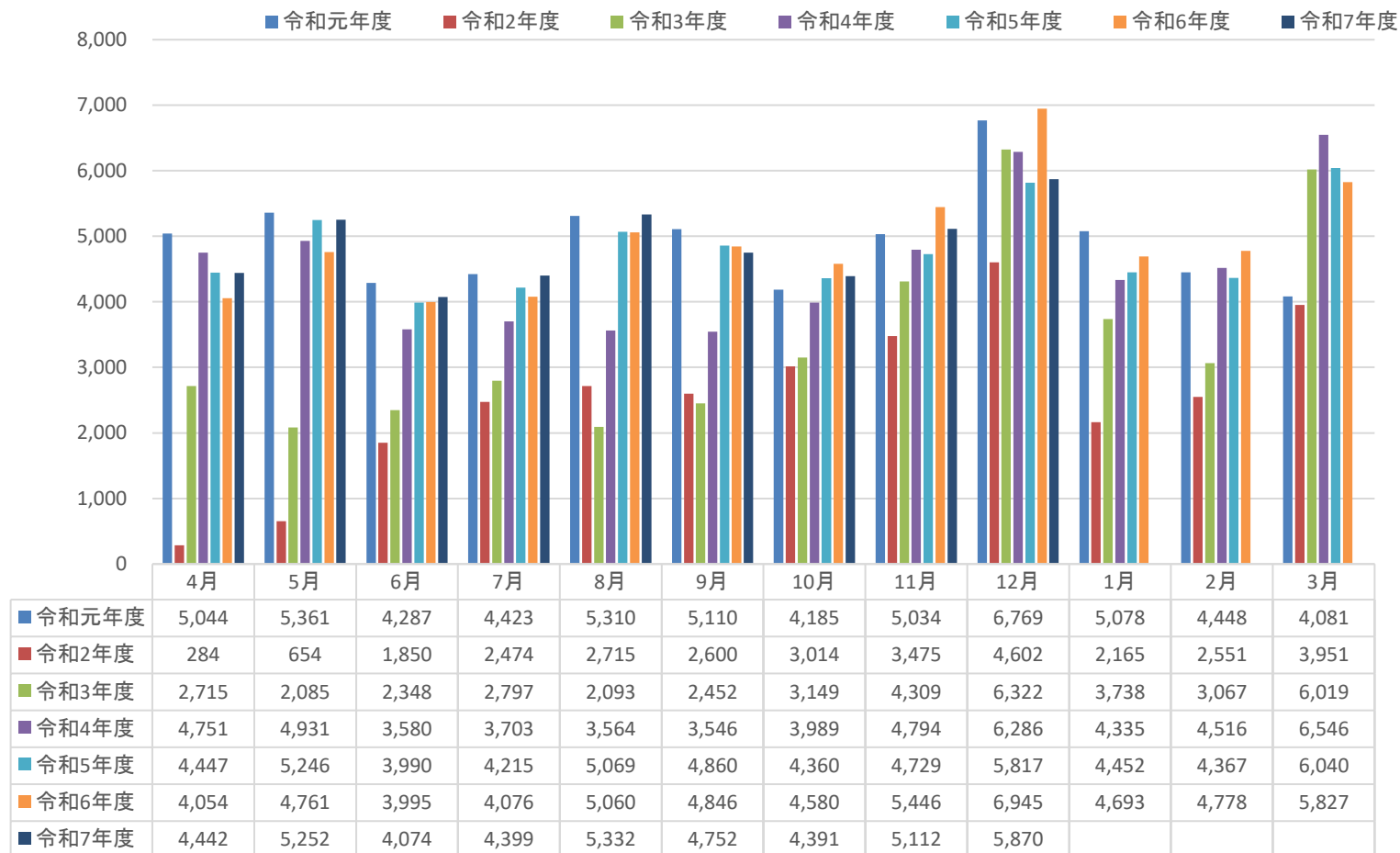
上位は、珈琲まんじゅう、アソート18、星のティーバッグ、はかたの珈琲などの定番商品を中心に、日常使いができる商品、ギフト商品などの順位が高くなっている傾向

順位	商品名	カテゴリ名
1	珈琲まんじゅう “傍ら” 5個入	05.パン・菓子
2	アソート18	06.飲料
3	星のティーバッグ 特上煎茶	06.飲料
4	珈琲まんじゅう “傍ら” 1個入	05.パン・菓子
5	はかたの珈琲 10p	06.飲料
6	にゃんこドリップコーヒー5個セット	06.飲料
7	一煎バック にゃんこ柄	06.飲料
8	熟おひとつ(5個入り)	05.パン・菓子
9	THE さBAR	02.水産食品
10	星野さつき	01.農産食品
11	最中クッキー ねこさく(単)	05.パン・菓子
12	THEさBAR(明太子風味)	02.水産食品
13	抹茶 八女の華	06.飲料
14	かしわ飯の素	03.畜産食品
15	星の抹茶オーレ	06.飲料
16	珈琲まんじゅう “傍ら” 10個入	05.パン・菓子
17	子供と食べたい糸島の畑から手づくりドレッシングミニ3本セット	04.調味料
18	珈琲まんじゅう “傍ら” 16個入	05.パン・菓子
19	【筑前博多】黒豆茶350g	06.飲料
20	熟おひとつ	05.パン・菓子
21	にじいろ甘酒(博多あまおう)	06.飲料
22	博多織名刺入れ	09.その他
23	たまご屋さんのかしわ飯	03.畜産食品
24	はかた地どり飯の素	03.畜産食品
25	濃厚八女抹茶クラランチ	05.パン・菓子

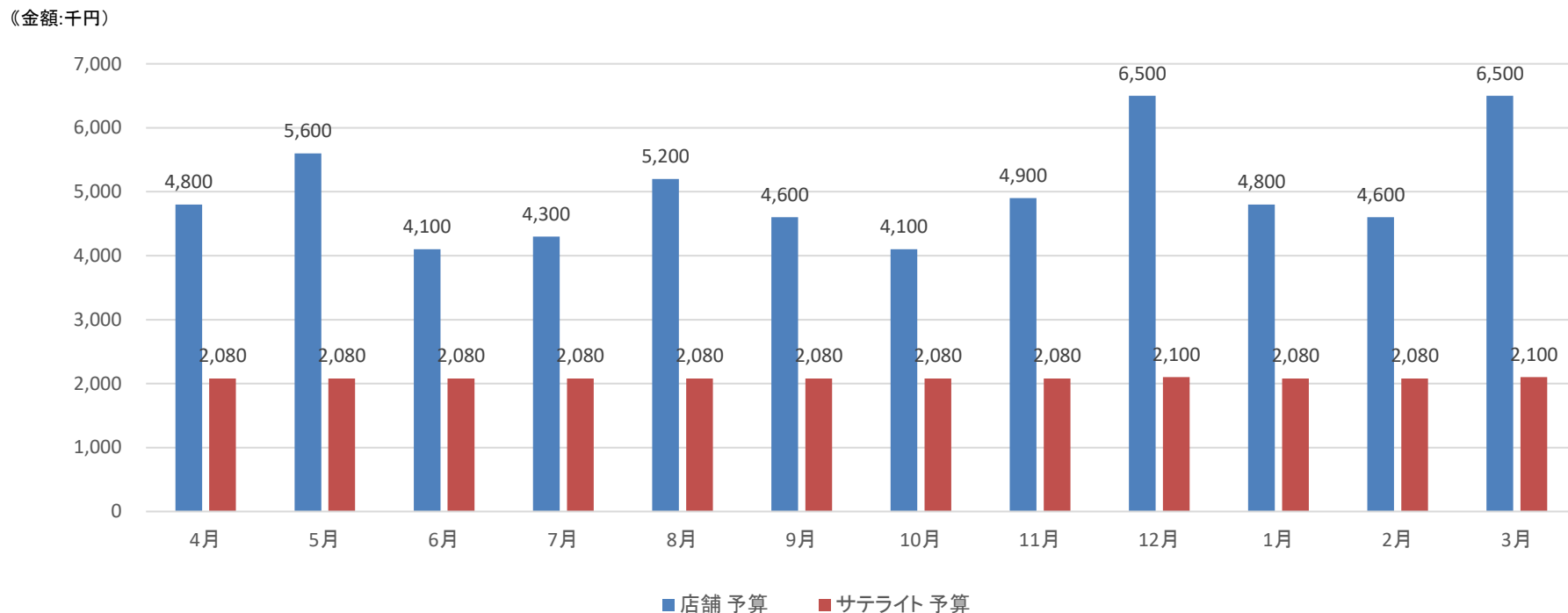
順位	商品名	カテゴリ名
26	博多ちーまん(3個入り)	05.パン・菓子
27	佃煮(手ちぎり海苔の浅炊き)	02.水産食品
28	博多クラフトコーラ	06.飲料
29	竹次郎の無限めんま 醤油	01.農産食品
30	田中の麺家 博多ごぼう天うどん	07.麺類
31	糸島野菜を食べる生ドレッシング 人参	04.調味料
32	百花ハチミツ 300g	08.健康自然食品
33	博多屋台風 焼きラーメン1人前	07.麺類
34	星の抹茶チョコアーモンド	05.パン・菓子
35	にじいろ甘酒(米糀)	06.飲料
36	博多織バスケース	09.その他
37	門司のくまさん	05.パン・菓子
38	ちょこっとうかん	05.パン・菓子
39	竹次郎の無限めんま 四川山椒	01.農産食品
40	ドリップバッグ カフェインレスコロンビア15	06.飲料
41	星のほうじ茶オーレ	06.飲料
42	まんまえびせん	02.水産食品
43	煎茶 八十八夜	06.飲料
44	あまおうラーメン	07.麺類
45	ねこまんま 5食入り	04.調味料
46	福岡県産モリンガパウダー お徳用サイズ	19.催事販売用
47	【筑前博多】黒豆茶120g	06.飲料
48	うなぎのかりかり(またいちの塩)	02.水産食品
49	博多あまおうジャム	01.農産食品
50	けたご珈琲	06.飲料

3-1. 月別売上高 (DOCORE店舗のみ) ※税込

DOCORE月別売上 (DOCORE店舗のみ) ※税込



3-2. 令和8年度売上目標



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
 令和8年度:7,500万円

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
 令和8年度:3,500万円



Ⅰ. 育成ショップ事業コンセプト

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

- 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



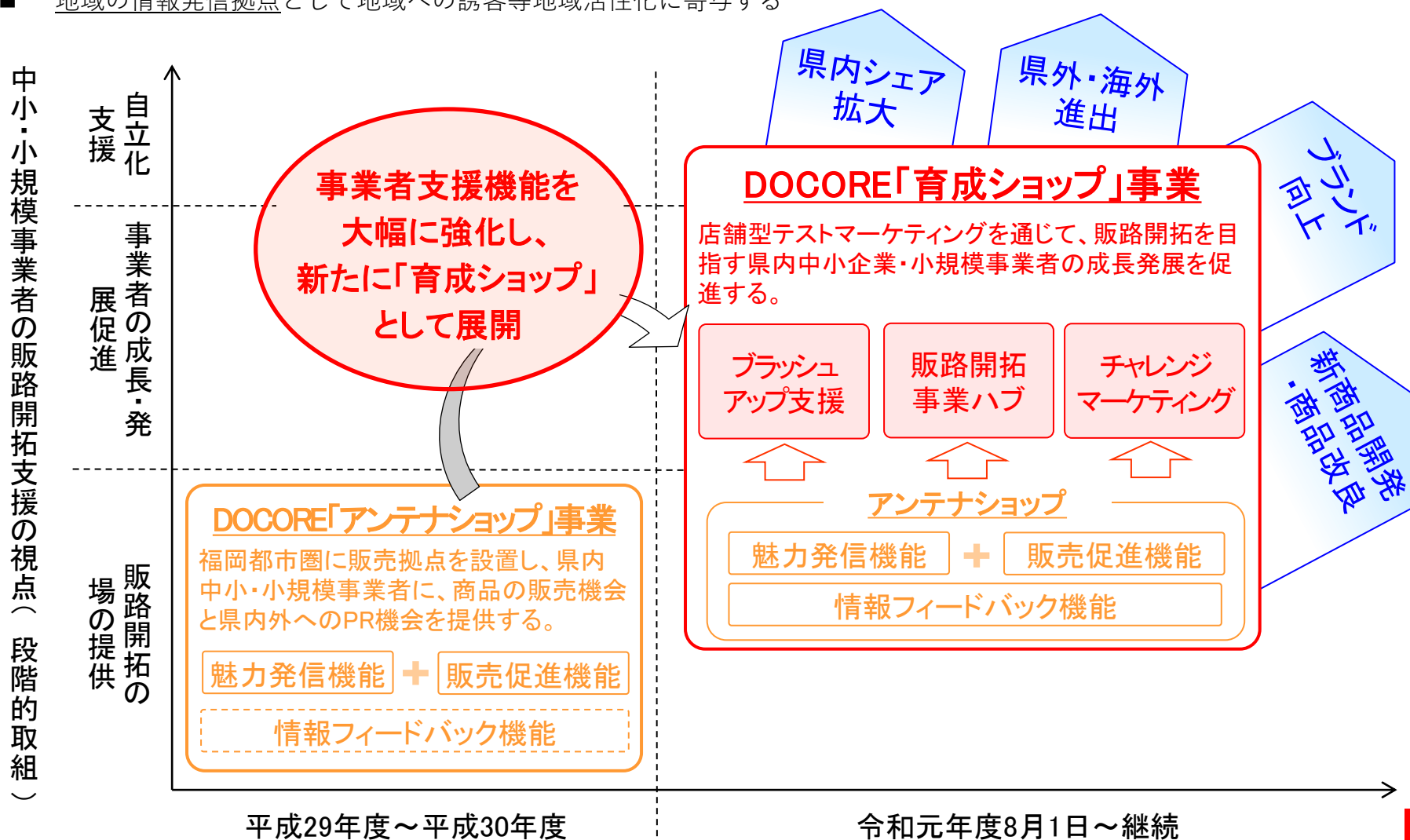
→ 店舗や商品のPRを通じて、「**商工会**」を発信・PRしている



事業者の自立化に向けた支援

1-3. 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

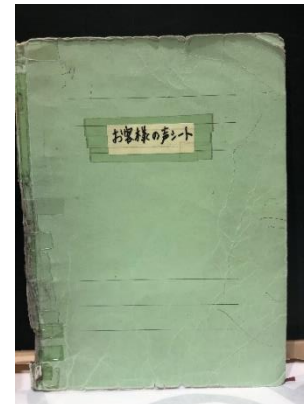
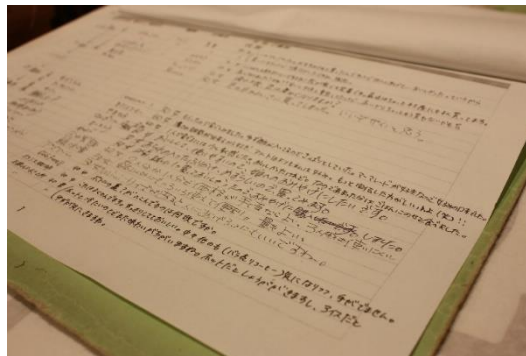
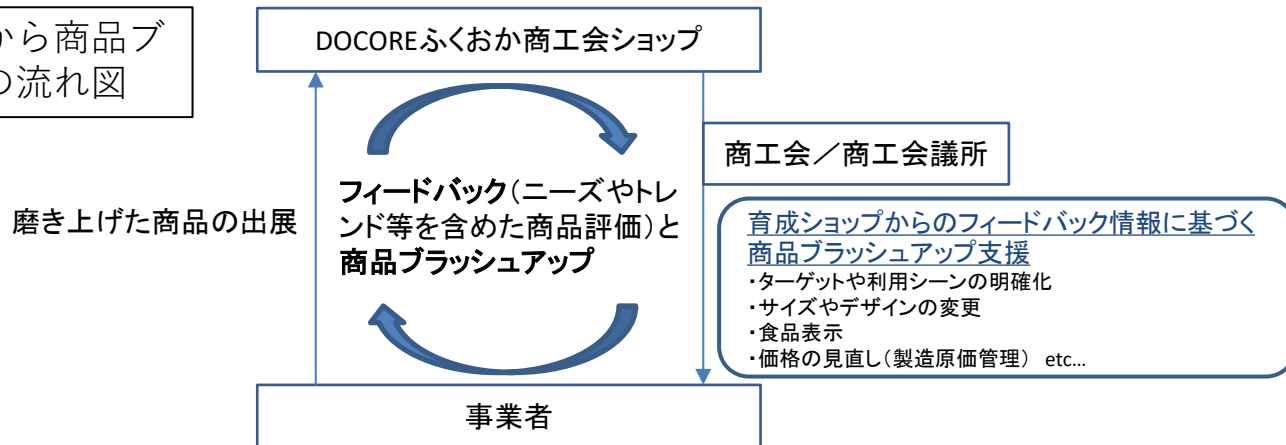


2. 商品ブラッシュアップ（商品育成）

■ 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。 ➡ 291件実施（令和6年度）

フィードバックから商品ブラッシュアップの流れ図



※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. サテライトショップ展開（販路開拓）



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。

3-1. サテライトショップ（オンライン）展開（販路開拓）



サイト名	主な客層
福岡県ウェブ物産展	全国の一般消費者



サイト名	主な客層
朝ごはん本舗	関東中心の主婦層



サイト名	主な客層
KBC Online SHOP	全国の一般消費者



サイト名	主な客層
JAタウン	全国の一般消費者

3-2. サテライトショップによる催事への出展（販路開拓）

DÔCORE

ふくおか 商工会 ショップ

ど
お
こ
れ



学ぶ。お店屋さん



DAIMARU

みんな教えて！

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7年度もイオン九州、インキューブにて実施

3-3. 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 Kyushu2025

令和7年10月7日(火)、8日(水)@福岡国際センター

■ 福岡県合同ブースとして出展支援

令和7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
26事業所

イオン九州との連
携による成分表示
等の改善
55商品(28事業所)

イオンモール香椎浜



イオンスタイル笹丘



MEGAドンキホーテ福重店



H30年10月より展開。サテライトショップの第1号店となる。

4. 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。

【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

収録番組にすることで、リラックスしてお話いただき、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。

※KBC企画書より

4-1. 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）

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（どおこれ）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。

「ココにしかない、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経営支援課の杉井洋

九州・沖縄
拠点を探る

福岡みやげ、有望株が続々

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。杉井氏は「プロ野球・福岡ソフトバンクホークスのファーム（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「THE BAR」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付けての心をつかみ、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ところあって、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ます」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。

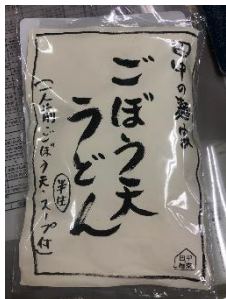
令和4年4月1日地方版だが、比較的紙面を割いて、事業の趣旨を説明してもらっている。

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。

5. 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

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



～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

2021年12月完成



④商談会



商社、ニシカワとの代行商談会を実施

5-1. 支援事例

支援機関	支援項目	商品名	内容	成果
粕屋町商工会	食品表示	レモンケーキ	裏面表示の内容確認。イオンの専門の方に指導を受け期限表示の事項名等の改善を指導。食品表示について、商品について自信をもって展開。	イオンにて商品展開
みやま市商工会	販路開拓	おからかりんとう(プレーン・塩)	福岡県新事業支援課との共同事業による海外バイヤーとの商談会を企画。日系スーパーマーケットチェーンのMitsuwa Corporationと福岡県内にて40分の商談の場を提供。	現地米国スーパーとの取引が開始
水巻商工会	商品開発	ザクっとバナナ	バナナフラワーという新しい素材を専門家の助言のもと加工食品として商品化し、売上の向上につなげる。テレビ番組での広報活動にも協力し認知度を高め、ネット販売を中心に販路を大きく拡大した。	商品開発・販路拡大
春日市商工会	認知度向上	うきはレモンガラスルイボスティー	KBCラジオ出演を支援するとともに、DOCORE催事場にてPRを実施。反響も大きく、認知度も向上し、出品商品の売上が1.5倍になるなど販売実績も拡大した。	認知度向上に伴う売上向上
久留米南部商工会	商品開発	博多かしわうどん 博多肉うどん	商工会職員提案のもと、パッケージ等の支援を行う。DOCORE事業者有限会社よかろうとの企業間マッチングによる新商品開発の支援を実施。	新商品の誕生 企業間マッチング支援

II. 出品募集

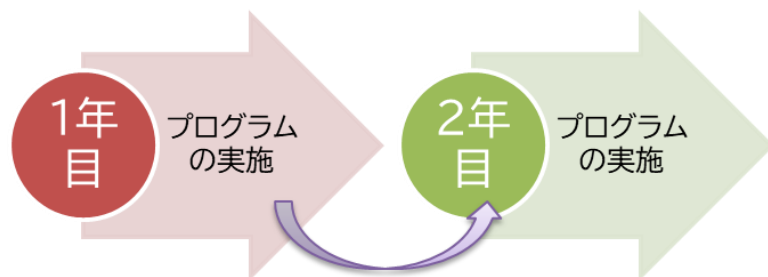
1. 出品募集要件

対象企業	原則として、中小企業・小規模企業振興基本法に定義される者であり、関係法令に適合している商工会等または連絡調整会議構成メンバー（県関係部署で構成）の推薦事業者とする。
対象商品	<ul style="list-style-type: none"> ① 福岡県内において、中小企業・小規模事業者が製造または販売しているものであり、かつ当該地域の原材料や技術を活用している商品（食品・飲料（酒類を除く）・非食品） ② 商工会等または連絡調整会議構成メンバーの推薦があること ③ 継続して供給することができるものであること ※季節商品は別途相談 ④ 常温商品および冷凍商品であること ※「催事販売」の場合は、冷蔵品の出品も可能 ⑤ 食品は、納品から<u>30日以上</u>の賞味期限または消費期限であること（<u>30日未満</u>のもので出品を希望する場合は別途相談） ⑥ JANコードを有していること ※催事出展の場合は除く ⑦ 食品表示法等関係法令に適合しており、製造物責任保険（ビジネス総合保険、PL保険等）に加入していること ⑧ 商談システム「DOCOREロジ」に登録していること ⑨ 育成ショップ事業の趣旨に賛同していること
商品選定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 応募商品については、事前に商品選定会議にて、事業者の出荷体制や商品、販路開拓への意思等を確認の上、出品可否を決定 ・ 商品展開時期・陳列場所等は担当者、店長、博多マルイで判断 ・ 選定を見送りになった場合も商品のブラッシュアップ支援及びバイヤー等への商品紹介等のフォローを行う。
手数料等	<ul style="list-style-type: none"> ① 委託販売：税抜売上高×25% ② 催事販売：税抜売上高×23% + 10,000円（税抜）/週

2. 「育成プログラム」運用理念

- 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
- そのため、出品事業者へ提供する「育成プログラム」の充実が求められる
- 令和7年度より多様化する支援ニーズに対応できるシンプルかつ柔軟な仕組みを構築し、より充実した支援を目指す

(参考)新プログラムのイメージ



- 新プログラムの実施により毎年更新が可能

	項目
必須	目標設定シートの策定と実施報告
	アンケートの提出
選択	専門家派遣の実施と報告書の提出
	DOCOREの指定するセミナーの受講
	DOCOREの推奨する取組への参加
	DOCOREの推奨する施策の実施
	その他DOCOREの指定するメニューの実施

- 年度当初4月～2月までを実施期間とする
- 自分にあった項目を選択可能
- 選択項目もシンプルに

2-1. 「育成プログラム」運用理念

育成プログラム改正のポイント

Before

- ① 最大3年間のステップアッププログラムへの参加
- ② 育成期間の終了により、店頭での商品取扱は終了する
- ③ プログラム参加中は店頭にて「常設販売」を実施する

After

- ① 育成プログラムの効率化
 - ・ 育成プログラムを簡素化し、出品者に理解しやすくする
- ② 「育成期間延長」制度の導入
 - ・ 育成期間を1年間と改め、条件を達成することで期間を1年延長できるようにする。
- ③ 商品ローテーション制の導入（「常設」から「入替」へ）
 - ・ 現行の出品商品の中から、商品選定会議で協議の上、商品を選定し、柔軟に入替しながら販売を行う

より多くの事業者が販路開拓の機会を得ることができるようになる

2-2. 「育成プログラム」運用理念

各商品取扱枠の設置

取扱検討枠

概要

- 販売実績が振るわない商品については、一旦販売登録から外し、商品改良をサポートする。

個別支援 の内容

- 対象商品を取り扱う事業者のうち、希望する事業者には各専門家を派遣し、優先的なフォローを行う。
- 商品が改良された場合、優先的に販促支援の機会を提供する。

継続育成枠

全体
約 **8割**
のアイテム

概要

- DOCORE出品商品のうち、継続して改良や販路拡大を目指すものを対象とし、店舗でのテストマーケティングを行う。

個別支援 の内容

- 販売データを活用した商品改善のための情報を提供する。
- DOCOREロジを活用しバイヤー向けプロモーションを実施する。
- 希望者には、専門家を派遣し、課題に応じたアドバイスを実施する。

モデル商品枠

対象
約 **30**
アイテム

概要

- 販売実績やバイヤー・消費者らの評価をもとに、特に優れた約**30**商品を「モデル商品」として認定し、優先的な販売・プロモーションを行う。

個別支援 の内容

- 対象商品は、DOCOREの代表商品として、他社のモデルとなるよう店頭での露出を強化し、さらなる販売拡大を支援する。
- 認定商品に対しては商談機会を設け、新たな販路先の開拓をサポートする。

運用方法

対象となる商品については商品選定会議で選定を行い通知する。

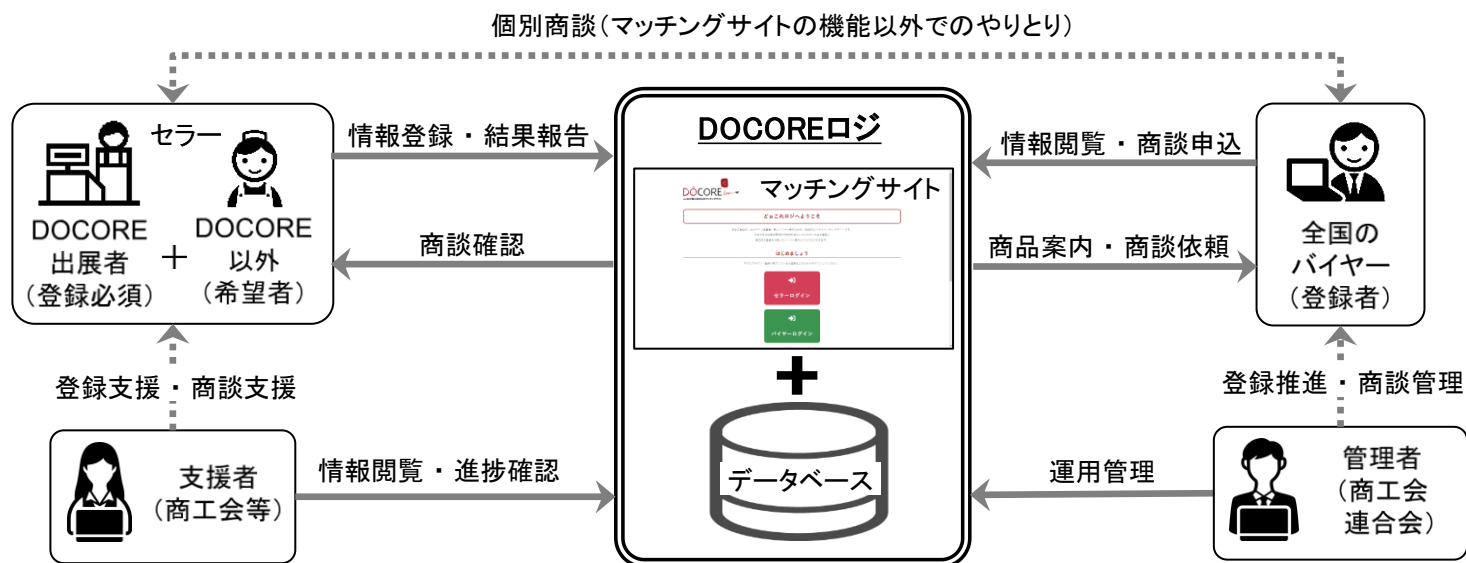
3. DOCOREロジ

- 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
- 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。

商談状況

（令和7年4月現在）

依頼中	却下	商談中	不成立	成立
				
11 件	14 件	36 件	16 件	26 件



DOCOREロジ
紹介動画
(YouTube)

