

サービス業

1. 企業概要

肢体不自由児・者の福祉の増進と自立による社会参加を目的として、さまざまな事業を展開している肢体不自由児者父母の会の全国組織で、補助事業や啓蒙事業、国際交流事業などを行っている。



2. 相談内容

肢体不自由児者や咀嚼力が弱い方向けに災害用食品の開発を行う。しかし、販路拡大のノウハウがないため相談に来られた。



写真：災害用レトルト食品

3. 強みとキツキ

強み

- 利用者の声から生まれた商品である。
- 開発者は全国組織の肢体不自由児者父母の会であり、信頼性が高い。

コーディネーターの
キツキ

そこで…

- ターゲットが絞りこまれた商品のため、バイヤーには確実にニーズがあることを知ってもらう必要があるのではないか。

5. 成果

**販路拡大
成果**

その後出展した福祉機器展において、これらをもとにPRし、10件以上の商談が進み、納入先も決定する。また、父母の会の毎月の会誌に掲載され、必要としていた方たちにも商品を届けることに成功する。



4. 提案および支援内容

PRツールの作成を提案

利用者の声から生まれた商品であるということ、信頼できる組織が開発したということPRする。



商品PRパネルとチラシ

「声」を前面に押し出したデザイン

『「声」から生まれた商品』である点をPR

この商品の真のセールスポイントは、声から生まれた商品のため、それを前面に出すように提案。



展示会のブースの正面に張り出しPR。