

下関市国内販路開拓事業新商品開発計画認定審査委員会審査要領

1 趣旨

この要領は、下関市国内販路開拓事業新商品開発計画認定審査委員会要領（令和 7 年 6 月 12 日制定）第 3 条の規定に基づき、国内販路開拓事業の対象となる中小企業者（以下「対象者」という。）から申請された事業計画（以下「事業計画」という。）の審査について必要な事項を定めるものとする。

2 評価項目

- (1) 事業計画に係る評価項目（以下「評価項目」という。）は、別表のとおりとする。
- (2) 評価項目（コラボ商品を除く。以下この号及び次項第 3 号において同じ。）について各 10 点満点とし、当該評価項目について別表に定める係数を乗じた点数及びコラボ商品の点数を合計した数を最終点数とする。

3 審査方法

- (1) 事務局は、対象者から提出された申請書類について、記載事項に不備がないこと、必要な書類が添付されていること、申請をすることができる期間内にされたものであること等の予備審査を実施する。
- (2) 国内販路開拓事業新商品開発計画認定審査委員会の委員（以下「委員」という。）は、前号に規定する予備審査済みの申請書類により書面による審査を行う。
- (3) 各委員は、国内販路開拓事業新商品開発計画審査票（別記様式）により、評価項目に対して絶対評価方式による 6 段階評価を行い、及びコラボ商品にあつては 5 点加算する。
- (4) 各委員の最終点数の和を評価点数とし、評価点数が高い事業計画から順に 5 事業計画を選出する。ただし、各委員の最終点数の平均点数が 5.5 点に満たない事業計画は選出しないこととする。
- (5) 前号本文の場合において、評価点数が同点の事業計画があるときは、別表の優先順位が第 1 位の評価項目について各委員の点数の合計点が高い事業計画を上位の事業計画とし、さらに、第 1 位の評価項目の合計点が同点であったときには、第 2 位の評価項目の合計点を比較し、以下、第 5 位の評価項目まで順に比較し、事業計画の順位付けを行う。

附 則

この要領は、令和 7 年 6 月 23 日から施行する。

別表

1 評価項目

評価項目	評価事項	
実現性	(1) 実施内容は事業者が有する従業員数や技術等を踏まえて実現可能なものか。 (2) 売上計画や資金計画等が具体的で実現可能なものか。 (3) 実現可能なスケジュールであるか。	
市場性	(1) 市場ニーズ・市場規模等を考慮した計画となっているか。 (2) 顧客ターゲットが明確であるか。	
収益性	(1) 価格や量目等はターゲットとする顧客に照らして適当であるか。 (2) 収益が見込め、ビジネスとして継続性が見込める事業であるか。 (3) 一定の販売先が確保されているか。 (4) 将来的に域外への需要の開拓が望める事業であるか。	
ブランド コンセプト	開発商品は、既存・競合商品等に比べ、「おいしい!」、「たのしい!」、「文化の創造」の観点での独自性・優位性（アイデア的、ストーリー的な視点）があるか。	
	おいしい!	(1) つくり手のこだわりが注ぎ込まれているか。 生産者が持つ下関への想いや商品への想い、製法や素材のこだわりや独自の考え方などが商品に盛り込まれている。あるいは、商品を通して体现されている。
		(2) 良好な下関の素材や、独自性、卓越性のある製法を用いているか。 下関の良好な素材を使用している、独自の技術や卓越した製法を用いているなど、下関が誇る資源・資産等を活用している。
		(3) 家族や友人にすすめたくなるおいしさがあるか。 家族や友人などの大切な人や親しい仲間について勧めたくなるような感動的なおいしさがある。あるいは、自分自身がリピートしたくなるようなおいしさがある。
	たのしい!	(1) ストーリーや創造性があり、それを伝える工夫をしているか。 商品が生み出された背景や、商品を生み出そうと思った「志」といったストーリーがある。また、そのストーリーや商品そのものに唯一無二の創造性がある。ネーミングやパッケージ等、あるいは、商品そのものを通じて、それを伝えるための工夫をしている。
		(2) 驚きやワクワク、意外性があるか。 見る人、触れる人、食べる人がワクワクするような味、デザイン、仕掛け等がある。従来の商品イメージを変えるような新しい組み合わせやアレンジ、食べ方等がある。あるいは、このような価値創造に挑戦している。

		(3) 歴史、文化、自然、産地、製法、その他の「下関ならではの」があるか。	下関の歴史、文化、自然、観光資源との掛け算がされていたり、地域で培ってきた伝統の製法など、「下関ならではの」と感じられるポイントがある。
	文化の創造	下関市民に愛され、未来へと紡ぐべき価値があるか。	下関市民に愛着を持たれている、下関市民の誇りを醸成するなど、未来の下関へと紡いでいきたい価値を有している。
コラボ商品		複数の市内中小企業者でコラボレーションされる商品であるか。	

2 評価項目の係数、点数の上限及び優先順位

評価項目	係数	与えられる点数の上限	優先順位
実現性	1.5	15	第2位
市場性	1.5	15	第3位
収益性	1.5	15	第4位
ブランドコンセプト			第1位
おいしい！	2	20	—
たのしい！	2	20	—
文化の創造	1	10	—
コラボ商品	—	5	第5位

3 評価の目安

- (1) 非常に優れている 10点
- (2) 優れている 8点
- (3) やや優れている 6点
- (4) 普通 5点
- (5) あまり良くない 4点
- (6) 良くない 2点