

本プロジェクトへのお問い合わせは

**福島相双復興推進機構委託事業
「ふくしまみらいチャレンジプロジェクト」事務局**

<https://fukushima-challenge.go.jp>

TEL : 03-6380-5490 / FAX : 03-6380-6805

E-mail: contact@fukushima-mirai.jp

〒160-0007 東京都新宿区荒木町12-4

※事務局営業時間 平日10:00～17:00

ふくしま
みらい 
チャレンジ

届け! ふくしま相双の夢

「3つのチェンジ」で
みらいへチャレンジ



「みらいへのチャレンジ」を**全力サポート**

福島^の将来を見据えた、浜通り15市町村の事業者の皆様の「みらいへのチャレンジ」を全力でサポートします。

プロジェクト概要

福島相双復興推進機構委託事業「ふくしまみらいチャレンジプロジェクト」は、浜通り15市町村の事業者様を対象に、販路拡大を中心として事業・なりわいの再興、経済的な自立・自走への取り組みを支援していくプロジェクトです。

15市町村の事業者様や地域の皆様と共に、地域の将来につながる新しい価値の創出を目指す取り組みを行うとともに、地域の将来を思い、果敢に挑戦する事業者様の姿を取材し、広く地域や社会にPRしています。

プロジェクト対象者

東日本大震災時に12市町村(田村市、南相馬市、川俣町、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯舘村)で事業を行っていた事業者様と、現在、当該地域で事業を実施している事業者様、加えて浜通り地域等(当該地域並びにいわき市、相馬市及び新地町をいう。)において水産関係の仲買・加工業等を営む事業者様。



浜通り15市町村

プロジェクト推進体制

福島相双 復興推進機構

2015年6月12日の閣議決定に基づき、原子力事故により被災された方々の置かれている状況に寄り添った支援を実施し、事業・生業の再建を可能とするため、国・県・民間が一体となって復興支援策の実施主体となる組織。



ふくしまみらい チャレンジプロジェクト 事務局

事務局スタッフ
(プロジェクト推進)

専門コンサルタント
(取り組み支援)

販促サポートチーム
(販売支援に特化した専門チーム)

取り組み内容に応じて専門コンサルタントと連携し、プロジェクトを進めます。



商品プランナー



観光アドバイザー



流通アドバイザー



シェフ・料理研究家



デザイナー



販促アドバイザー



経営コンサルタント



バイヤー

など

浜通り15市町村の事業者の皆様

キーワードは3つのChange

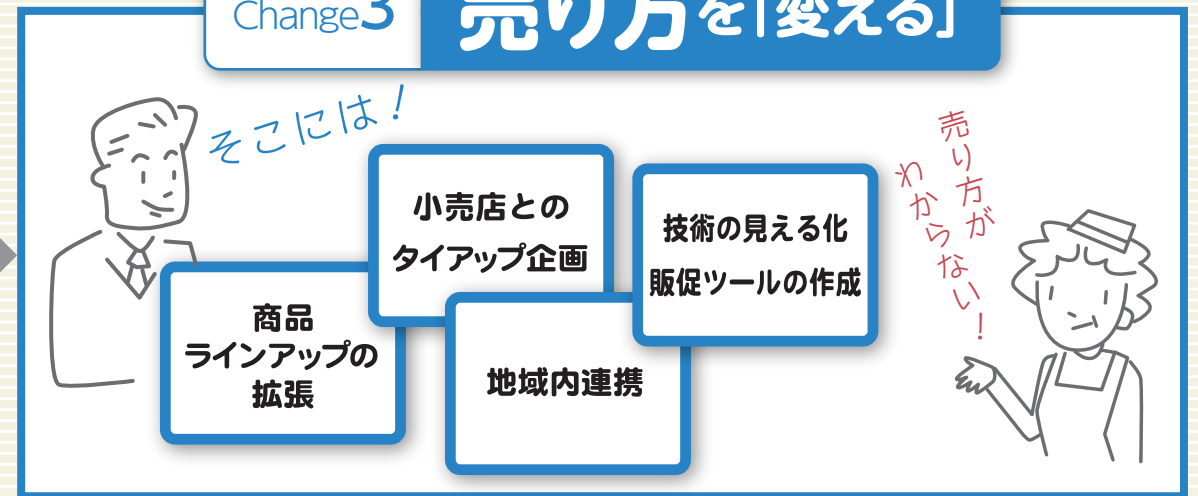
Change1 売り物を「変える」



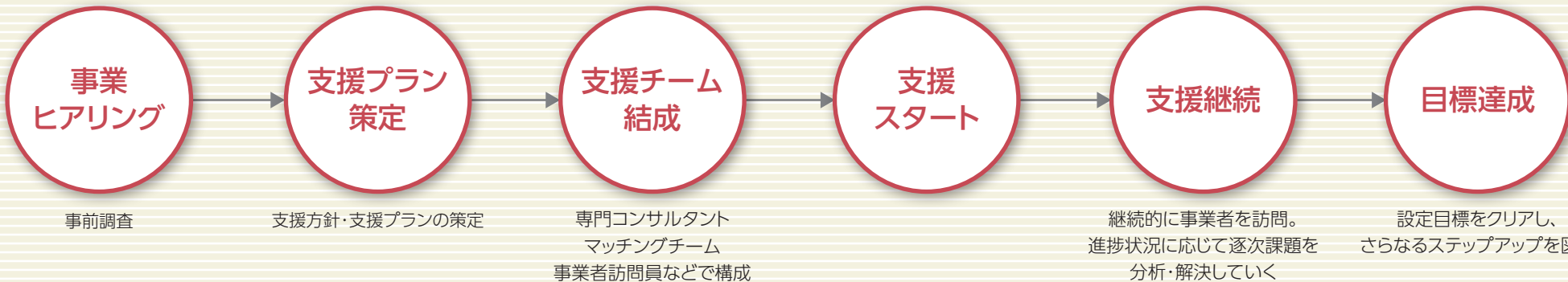
Change2 売り先を「変える」



Change3 売り方を「変える」



このステップでサポートします！



自社ブランドの再構築 健康志向型商品開発

株式会社やまさん(南相馬市)
フィットセラピーコーディアル & フィットセラピーアイス

フルーツ専門店の新たな取り組みとして「フィットセラピーコーディアル」、コーディアルを使用した「フィットセラピーアイス」の開発にチャレンジしました。



1 支援前の状況

こだわりのフルーツショップとしてフルーツギフトを中心とした旬の果物を販売。地域密着型として自店舗とセブテカしまにてフルーツジュースバーも運営。

2 課題

多店舗展開や首都圏への進出よりも、南相馬に足を運んでほしいという想いがあるが、誘客のために外に向けてPRできる商材や営業活動を行うための人員が不足していた。

3 支援の方向性

もともと健康に配慮された商品に興味があり、また季節に左右されない通年安定して販売ができる商品開発に関心があったことから、ウェルネスフード企画に参加し「フィットセラピーコーディアル」を開発することにした。

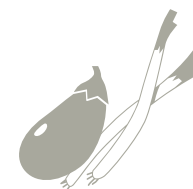
4 具体的な支援策

- 新商品開発
3種類のフィットセラピーコーディアルとフィットセラピーアイスを開発。
- 新たな販路先の構築
松屋銀座でフィットセラピーアイス、銀座Loftでフィットセラピーコーディアルがそれぞれ催事をきっかけとして常設展開、さらにホテルアルトのウェルカムドリンクやドリンクメニューに加わった。

商品パッケージ改良 ワンハンド商品への改良

株式会社菅野漬物食品(南相馬市)
クリームチーズのみそ漬

お土産として人気の商品を、出張先や旅先でも食べられるよう手軽な商品へ改良。更に高質系スーパー向けにブラッシュアップを重ねました。



1 支援前の状況

既存商品の「みそ漬シリーズ」は、県内外のお土産マーケットにおいては、着実に販路開拓が進んでいた。

2 課題

さらなる販路拡大を目指していたが、その方向性が絞られていなかったため模索していた。

3 支援の方向性

商品特性と親和性が高く、需要が高まっている「おひとりさま」「ワンハンド」という観点からリパッケージを行い、新たな市場を目指すことにした。

4 具体的な支援策

- ワンハンド商品へ
既存商品「蔵醍醐 クリームチーズのみそ漬」のパッケージ改良を行い、手軽に食べられるワンハンド商品「スティックタイプ クリームチーズのみそ漬」として商品開発することを専門コンサルタントが提案。この提案に沿って事業者が商品開発を行い、東京駅駅弁屋【祭】などの販路先への展開が広がった。



異業種との連携・共同開発 課題共有でウィン・ウィン

株式会社ハートオブワン(二本松市)
カナガシラチップ(Heart of WAN×上野台豊商店)
愛犬のための金頭ごはん

いわき市の水産事業者とマッチングをし、カナガシラ(未利用魚)の一次加工品でペットフード2種(カナガシラチップ、金頭ごはん)の商品開発をサポートしました。



1 支援前の状況

工場増築で販売拡大を狙っていたが、コロナ禍でペットフード原料(馬肉)の供給不足と犬のアレルギー対策として魚の原料を探していた。

2 課題

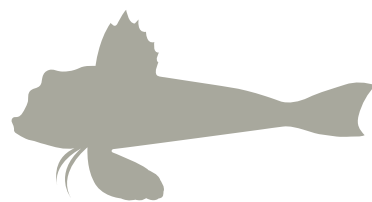
水産系事業者とのつながりがなく、原料調達に苦慮していた。

3 支援の方向性

いわき市で社会課題となっている未利用魚「カナガシラ」の活用と魚類原料調達を望んでいた両者をマッチング。最適化した商品作りを実施。

4 具体的な支援策

- いわき市の水産事業者とのマッチングを実施。
- 商品の原価計算・デザイン・製造方法等をアドバイス。
- PR・広報(テレビ局へ繋ぐなど)の支援。



レストランメニューを共同開発 道の駅定常取引実現

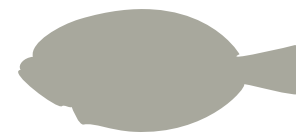
株式会社センシン食品(宮城県名取市)
「常磐ヒラメバーガー」「釜揚げシラスかながしらユッケ丼」

道の駅なみえ常設レストランのメニュー開発企画に参加し、原材料の定常取引につなげました。



1 支援前の状況

水産品加工メーカーとしての加工ノウハウを保有していたため、より大きな売上が見込める魅力的な提案機会を探していた。



2 課題

継続性が見込め、また取引条件の合うマッチング機会を要望していたが、見つけることに苦労していた。

3 支援の方向性

- 「道の駅なみえの名物」をプロデュース(マッチング機会の創出)。
- イベント販売も兼ねて、持ち運びの出来るメニュー開発。

4 具体的な支援策

- 商品開発会議の開催
道の駅との開発会議に事業者も参加し、自社の強みをアピール。
- 提案機会の創出
これまでにない取引先との商談につながる機会を事業者に提供。

道の駅なみえメニュー開発企画

2023年3月のグランドオープン2周年を記念し、道の駅なみえ内レストランで販売する飲食メニューをみらいチャレンジプロジェクトから提案する企画。支援事業者のあじせん様・株式会社菅野漬物食品様そして株式会社センシン食品様とのコラボレーションで、約1年にわたって共同開発と営業提案を行い実現させたものです。

販路の軌道修正 高需要販路に向けた商品改良

株式会社川俣町農業振興公社(川俣町)
川俣シャモやわらかつまチキ ブラックペッパー味

販売増を図るため需要の高い「おつまみ」市場向けに商品改良。交通系販路への提案の機会があり、新幹線での車内販売が実現しました。



Before



After

4 具体的な支援策

- 商品開発(リ・デザイン)
これまでの商品を大きく変更せず、販売ターゲットの変更に合わせて味付けなどに注力した。
- 新たな販路先のコーディネート
新たな販路先としてJR東日本の車内販売を販路先としてご案内した。

3 支援の方向性

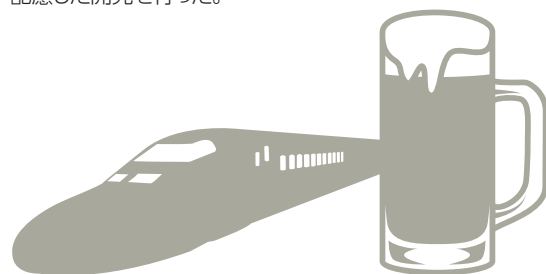
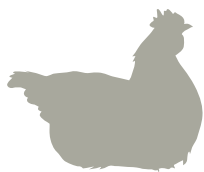
これまで高タンパク質商品を欲するスポーツ愛好家をターゲットとしていたが、今回は電車内でのおつまみ需要を狙い、お酒に合う、食べやすいことなど配慮した開発を行った。

2 課題

商品改良では、売れる商品を目指すために、おつまみとしての魅力を伝えるネーミングと価格の設定が大きな課題となった。

1 支援前の状況

売上を伸ばしていくために商品のブラッシュアップ中だった。販路を見据えた商品開発が事業者単独ではなかなかできなかった。



BtoCからBtoBへ転換 セデッテかしまの名物に変身！

株式会社いととんぼ(南相馬市)
南相馬野馬追カレー

小売商品から業務用商品へ販路の軌道修正で南相馬市のサービスエリアへ提案を行い成約。名物メニュー化を目指しています。



Before



After

4 具体的な支援策

- 商品開発のサポート
レストランで使用するために仕様を変更し、製造工程・製造原価の見直しなどからサポートを実施。
- 販路先との商談サポート
現場での販売方法・PR方法など様々なポイントで支援を実施し、スムーズな商談を実現。

3 支援の方向性

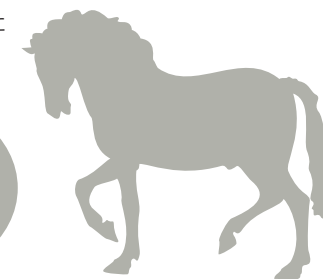
従来、一般小売用のレトルトカレーだったものを業務用卸商品に大転換。常磐道SAの「セデッテかしま」内レストランの常設メニューとして提案。地域のまつりを冠にした名物メニューを目指す。

2 課題

小売商品としての販路が広がらず、地域食材の消費拡大につながらない。また、南相馬市のシティーセールスにも貢献できていない。

1 支援前の状況

小売商品「南相馬野馬追カレー」の販路開拓に課題を抱えていた。また、地域貢献できる商品づくりを目指していたが、具体的アクションに行き詰っていた。



競合の少ない商品の開発 風味そのまま常温で販路拡大

株式会社マルリフーズ(相馬市)
かけるあおさ

既存商品の生あおさ海苔(冷凍流通)の販路拡大のために常温商品開発にチャレンジ。競合の少ないあおさのオイル漬け商品を開発。高速道路SAや、空港、セレクトショップ、高質SMIに成約。売上アップ、新規販路獲得につながりました。



3 支援の方向性

- あおさ海苔の魅力・風味を残しつつ、消費者への食べ方提案で新たな市場の創出。
- ごま油×あおさで新たな商品開発。
- 食べやすく、使いやすい加工食品を目指す。

4 具体的な支援策

- 商品開発(コンセプト作成)
類似商品の多い海苔の加工品の中で競合品が少ない商品企画を実現して差別化に成功。
- 新たな販路先のコーディネート
開発商品が狙うターゲット層を持つ販路先との接点づくりと営業支援を実施。



1 支援前の状況

販路開拓に向けて様々なアクションを行っていたが、冷凍/冷蔵の温度帯商品が多く、また常温商品も一部行っていたがインパクトある提案までには至らなかった。

2 課題

競合の多いあおさ海苔で新たな市場創出のための食べ方提案が必要。従来の冷凍素材の供給から脱却し、常温販売で販路拡大できる商品開発が必要だった。

商品の付加価値を高める戦略 少ない原料・地域で連携

カネセン水産株式会社(いわき市)
あおさ海苔入り梅酢蛸

主力の原料である蛸の調達に課題を抱えていたなかで、原料の調達をサポートし、少ない原料でも製造できる商品を開発。また、相馬市の佐藤水産のあおさ海苔を使用することで、地域事業者との連携も実現しました。



Before



After

3 支援の方向性

既存品「梅酢たこ」の横展開品としてのブランディングをおこなった。原料である蛸の調達と、少ない原料でも売上・利益の上がる商品開発を実現。更に地域での持続的な経営のための地域内連携の取り組みを実施。

2 課題

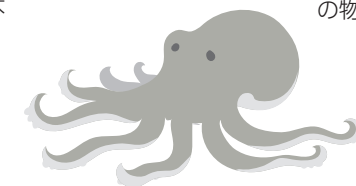
蛸を酢に漬け込む商品「梅酢たこ」はお正月の「おせち料理」で食べる事が多いが、平月では家庭で出される頻度は少ない。また、蛸の原料不足も問題となっていた。

1 支援前の状況

原料の調達に課題を抱えていた。(限られたネットワークでは蛸が手に入らない。)また、原料が少ない中での売上拡大と商品戦略について課題を抱えていた。

4 具体的な支援策

- 原料調達のサポート
蛸以外にあおさ海苔を入れる事でボリュームアップ。あおさ海苔の仕入については、佐藤水産から仕入を行い(事業者間連携)、原料仕入のサポートも行った。
- 商品開発
『平月売れる商品を作る』をコンセプトに開発し酢の物商品のイメージカラーージュを作成。蛸とあおさ海苔と一緒に梅酢に漬け込み、「すっぱくて美味しい平月にも食べたい商品(酢の物・おつまみ)」として完成。



魚組との定常取引実現に向けて 魚組販路獲得のための催事展開

株式会社魚組(うおぐみ)
域内水産系事業者各社



1 支援前の状況

県内水産系各社は域内(県内)への卸・小売が中心だったことと震災以降の販路減により関西圏を含む県外取引が少なかった。

2 課題

今後の売上拡大を目指すためには県外販路も重要だが、風評被害も残っている中、安心・安全はもちろん品質の良さ・味の良さも消費者に訴求し、福島の水産品ファンを獲得・拡大させていくことが重要。

3 支援の方向性

魚組の全面的な協力により関西圏の大手百貨店・スーパー内の6店舗にて期間限定販売会を実施。関西圏での販路開拓や水産加工品をメインに試食も加えたイベントでお客様ひとりひとりの会話を通じてファン獲得を目指す。



4 具体的な支援策

- イベント販売の実施
魚組6店舗(近鉄奈良店・松坂屋高槻店・阪神百貨店梅田店・近商ストア布施店・イオンモール神戸南店・大丸心斎橋店)で、約1週間程度の限定イベント販売・試食を実施。
- 現場でファンの獲得
販売・試食を通じて販売スタッフからお客様へ福島の水産品の美味しさ・品質等を訴求すると共に、お客様アンケートを実施し、結果を開発改良の参考にしたり、商談時資料などへ活用するなど行った。

いつも前向きで楽しく 取り組むことが成功の秘訣!

株式会社ハートオープン
白木 美穂さん(二本松市)



愛犬の身体を強くするオリジナルのドッグフードを開発販売。プロジェクトに参加してからは原価計算や販路開拓・宣伝など経営スキルを学び、更にアレルギーになりにくく魚類のペットフード開発では原材料からご支援いただき、今では大ヒット商品となっています。今後はペットフード「Tamuzo」シリーズの全国展開を目指してこれからもがんばります!

専門コンサルタントからひと言 國分 徹

白木さんはもちろんスタッフさん含め、会社全体の前向きな姿勢がとても好印象です。スピード感もある仕事ぶり、確実に成果を残しているのが素晴らしいと思います。

ビッグイベントへの 独自出展を実現

あさか野窯
志賀 喜宏さん
(郡山市)



支援を受けて4年目、これまでの集大成として取り組んだ1年となりました。このプロジェクトを通じて、東京での催事などへも参加し、目標であった「テーブルウェア・フェスティバル」への独自出展、地域料理人との交流や販路開拓など、多大な支援に感謝。忙しかっただけでも、楽しみながら飛躍と変化を実感できたと感じています。

専門コンサルタントからひと言 今田 功

志賀さんの真摯な姿勢とチャレンジ精神で作陶を続けた結果、「あさか野焼」が自立し、独自の道を歩み始めました。奥さまの内助の功も大きいと思います。

Interview

支援から自立へ。 新たな1歩を踏み出した皆さん

川俣シャモ普及に向けた 商品開発と販路開拓

株式会社川俣町農業振興公社
渡辺 良一さん(川俣町)



川俣シャモが誕生して36年!! 食に携わる方々の間では評価も知名度も上がりましたが、一般消費者や県外のお客様への認知度がまだまだでした。そのような中、このプロジェクトに参加。取引先の開拓や今まで価格面で難しかった小売店向け商品開発など、あらゆる面でご支援いただき、大変感謝しています。今後、さらに多くの方へ川俣シャモを届けられるよう頑張っていきます。

専門コンサルタントからひと言 國分 徹

商品開発に意欲的に取り組み、何度も試作を重ねて、よりよいものを作り上げようとする姿に感銘を受けました。今後も応援していきます。

相馬松川浦のあおさで 地域振興を目指す!

株式会社マルリフーズ
営業部 部長
阿部 純也さん(相馬市)



2022年度にプロジェクトに参画し商品開発や販路拡大にチャレンジしてきました。特に弊社の望みであったBtoC販路の新規獲得や拡大にも繋がり、この1年間の活動で着実な成果を実感しています。今後も、松川浦産「あおさ」のブランディングに取り組み、レシピ開発や付加価値の創出を通して「あおさ」の新たな商品価値を生み出し、相馬の地域振興にも寄与していきます。

専門コンサルタントからひと言 山崎 宣幸

阿部部長は「松川浦のあおさ海苔を広く多くの皆様へ」「広く多くのお客様を獲得することは地域の存続にも繋がる」とおっしゃっています。こんな熱意あふれる方を支えていけるのは本当に幸せです。これからもあおさ海苔と阿部部長を応援していきます。