



平成30年度ハンズオン支援事業及び専門家派遣集中支援事業の 成果について

復興庁が平成30年度に実施した

- ・「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」
- ・「専門家派遣集中支援事業」

の支援結果をとりまとめましたので、お知らせします。

(添付資料)

- 別紙1 平成30年度被災地域企業新事業ハンズオン支援事業成果について
- 別紙2 平成30年度専門家派遣集中支援事業成果について
- 参考資料1 平成30年度被災地域企業新事業ハンズオン支援事業の成果(詳細)
- 参考資料2 平成30年度専門家派遣集中支援事業の成果(詳細)

※両事業とも、令和元年度も引き続き実施いたします。

以上

本件問合せ先

復興庁

企業連携推進室 門真、今岡、横山、風見、山下

TEL : 03-6328-0267





平成 30 年度被災地域企業新事業ハンズオン支援事業成果について

復興庁では民間企業出身の職員(政策調査官)の知見を活用し、「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」として、販路拡大、新事業の立ち上げ、新商品開発等にチャレンジする被災地域企業に寄り添い、専門家の協力も得ながら、経営課題を解決していく支援を行っています。

平成 30 年度は、販路開拓、おもてなし人材育成といった共通の課題を抱える地域の複数の事業者に対して、商工会議所や商工会、観光協会等と連携して支援を行うグループ支援(5 件)を実施しました。さらに個社支援(4 件)を含めた計 9 事業の成果がまとまりましたので、お知らせします。


【グループ支援(販路開拓)の成果】

地元の様々な業種(水産加工業、小売業、食品製造業等)に対して、「販路開拓」の考え方、ノウハウを伝授するセミナー等を開催した。更に意欲のある事業者に対し、より成果に近づくための個別課題に対する支援を実施。商談会に向けたトレーニングや地元バイヤーによる相談会、催事(即売会)出店の支援等を行った。最終段階では事業者毎に今後のアクションを明確化し、自走化を後押しした。

	事業名・事業主体	支援概要	写真
1	【山田町(岩手県)】 山田町商工会 所属事業者(4 事業者)	販路開拓・営業力の強化をテーマに、セミナー、ワークショップ、個社支援等を通じて、市場ニーズの把握、自社及び自社商品の強み・弱みを分析、ターゲットの設定や営業ツールの作成等を行い、営業戦略の再構築を行った。	
2	【釜石市(岩手県)】 釜石商工会議所 所属事業者(9 事業者)	また商談ロールプレイング、即売会・商談会への出展と、その振り返りを行うことで営業スキルの向上にも取り組んだ。	
3	【東松島市(宮城県)】 東松島市商工会 所属事業者(8 事業者)	独自取組例として、釜石では情報発信強化をテーマに自ら動画コンテンツ作りに取り組み、自社の強みをいかしたPR動画を制作。東松島では営業実践の場として、東京・仙台でのテストマーケティングを行った。	
4	【いわき市(福島県)】 いわき地区商工会広域 連携協議会 所属事業所(12 事業者)	最後に支援全体のフィードバックを行い、今後のアクションプランを設定するなどの自走化に向けた支援を実施した。	



【グループ支援(おもてなし人材育成)の成果】


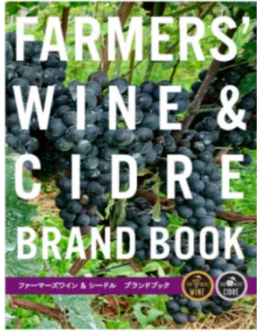
観光誘客に関心を持つ事業者等に、「外国人観光客へのおもてなし」の考え方やノウハウを伝授するセミナー等を開催した。さらに意欲のある事業者を巻き込んで、SNSを活用した情報発信による外国人観光客誘致の支援などを実施した。

	事業名・事業主体	支援概要	写真
5	【福島市（福島県）】 （一社）福島市観光 コンベンション協会	福島市内へインバウンド旅行客を取り込むため、市内事業者を巻き込んでインスタグラムを活用した情報発信に取り組んだ。また外国人観光客を招いたモニターツアーを実施して、福島市の魅力を検証するなど、インバウンド対策・強化を行った。	

【個社支援の成果】

事業者が抱える経営課題に個別に向き合い、新商品開発、マーケティング戦略、販路開拓等に関する支援を実施した。

	事業名・事業主体	支援概要	写真
6	【R2N 販路開拓方式を活用したネット販売拡大事業】 株式会社ひょうたん島 居酒屋 ※水産加工業	催事による販売がメインで、販売機会が限定的であった事業者に対し、オンライン販売のウェイトを高めるべく、催事での接客機会をいかしたオンラインショップへの誘客施策を支援した。あわせて自社HP・オンラインショップを見直し、新たな掲載コンテンツを作り上げた。	
7	【規格外品パプリカを利用した加工品開発、ブランド化事業】 株式会社デ・リーフデ北上 ※農業（トマト・パプリカ）	宮城県石巻市にて植物工場を運営、トマトとパプリカの生産・販売を行っている事業者に対し、これまで廃棄していた規格外品パプリカを原料とした加工品（焼き菓子）の開発を支援するとともに、試作品の試食アンケート調査を実施した。	

	事業名・事業主体	支援概要	写真
8	<p>【宮城県産の自然素材を使った化粧品開発プロジェクト】</p> <p>株式会社アイローカル</p> <p>※製造業（石鹸製品）</p>	<p>宮城県の自然素材を使った雑貨石鹸を製造・販売している事業者に対し、化粧品石鹸の製造・販売を行うための薬機法上の許可取得に向けた支援、魅力的な化粧品石鹸の商品企画、試作品開発への支援、ならびにモニター調査を実施した。</p>	
9	<p>【ワインの販売促進・販路開拓支援事業】</p> <p>ふくしま農家の夢ワイン株式会社</p> <p>※酒類製造業</p>	<p>ぶどう栽培から醸造、瓶詰、販売まで一貫して手掛けている事業者に対し、顧客訴求のための事業コンセプト・ブランドの再整理を行い、新たなロゴの作成、ブランドブックの制作、ならびに販路拡大への取り組みを支援した。</p>	

平成 30 年度専門家派遣集中支援事業成果について

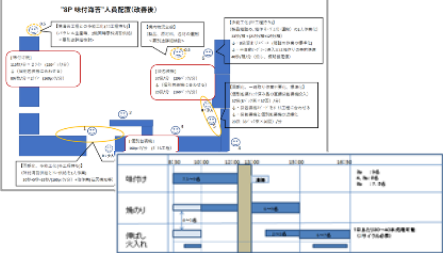
復興庁では、被災地で新たな事業を立ち上げる企業等に対して、専門家を活用し、指導・助言のほか、試作品の作製等実務面まで集中支援を行う「専門家派遣集中支援事業」を実施しています。

このたび平成 30 年度に集中支援を実施した 51 事業の支援成果がまとまりましたので、お知らせします。支援結果のうち、各県代表的な支援成果(計 9 件)の概要は以下の通りです。

【岩手県(全 14 件)】

	事業名・事業主体	支援・成果概要
1	<p>【商店街運営体制の構築】</p> <p>陸前高田まちなか出店者会 陸前高田市</p> <p>[参考資料 2 P5]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 運営管理体制の強化 ✓ まちびらきに向けた取組「まちなかマップ」のブラッシュアップ ✓ 共同販促や情報発信体制の強化  <p>まちなかマップ</p>
2	<p>【新商品開発】</p> <p>(農法)鶴飼酪農生産組合 軽米町</p> <p>[参考資料 2 P5]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新商品「五穀味噌チーズ」を開発 ✓ 安定生産に向け、品質・生産管理を指導 ✓ 自社サイトの公開と、サイトへの誘客強化  <p>五穀味噌チーズ</p>
3	<p>【商品ブランド力の向上】</p> <p>広田湾遊漁船組合 陸前高田市</p> <p>[参考資料 2 P8]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品ロゴ・パッケージや、リーフレット等の販促ツールを制作 ✓ 平成 31 年 4 月「広田湾海中熟成体験」の販売開始  <p>販促ツール制作(のぼり・チラシ)</p>

【宮城県(全 18 件)】

	事業名・事業主体	支援・成果概要
1	<p>【生産性の向上】</p> <p>(株)石井商店 ※食品加工販売 塩釜市</p> <p>[参考資料 2 P11]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 主力商品「味付海苔」の製造工程を改善 ✓ 生産計画の現場“見える化” ✓ 職場環境の改善 ✓ 改善推進・実践リーダーを育成  <p>人員配置や作業工程の改善</p>

2	<p>【マーケティング戦略策定・販促ツール制作】</p> <p>(株)さんりくみらい ※水産加工品の製造販売 気仙沼市</p> <p>[参考資料 2 P16]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ECサイトの売上分析 ✓ キャンペーン向けレシピの開発、写真撮影 ✓ 戦略に基づく販促ツール(DM チラシ、リーフレット等)の制作 	 <p>商品レシピ DMチラシ</p>
3	<p>【商品・販売力の強化】</p> <p>(株)こだま ※菓子製造販売 仙台市</p> <p>[参考資料 2 P18]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品コンセプトの再構築 ✓ 商品パッケージ等のリニューアル ✓ 販促ツール、WEB サイトのブラッシュアップ 	 <p>商品パッケージ、WEB サイト</p>

【福島県(全 19 件)】

	事業名・事業主体	支援・成果概要	
1	<p>【新商品開発・プロモーション】</p> <p>石井隆廣牧場 浪江町 笹谷搾油所 福島市 ※共に食品加工販売</p> <p>[参考資料 2 P24、P28]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 石井隆廣牧場:「七味重茶」ほか計3商品を開発 ✓ 笹谷搾油所:「浪江式無限の十辛子」ほか計2商品を開発 ✓ 浪江式として商品 PR 	 <p>石井隆廣牧場 ／笹谷搾油所</p>
2	<p>【商品ブランドの強化】</p> <p>(合名)大木代吉本店 ※酒類製造販売 矢吹町</p> <p>[参考資料 2 P25]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新たな商品のブランドストーリーを開発 ✓ 自社サイトのブラッシュアップ ✓ 展示会や試飲会への出店を計画中 	 <p>キービジュアル制作</p>
3	<p>集客強化・販売戦略立案</p> <p>(協組)ながぬまショッピングパーク 須賀川市</p> <p>[参考資料 2 P27]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 空き区画を活用した各種教室の開催 ✓ 屋外駐車場スペースを活用した屋外販売 ✓ 売場再編計画の策定 	

事業名	グループハンズオン（販路開拓）「山田町における中小企業の販路開拓支援」
事業主体	山田町商工会

事業概要

地域の共通課題に対する面的な支援として、山田町商工会加盟事業者への販路拡大に向けた支援を実施。販路開拓・営業力強化をテーマとした合同セミナー・ワークショップを開催したうえで、個社指導を実施。丁寧な個別指導やツールの提供により課題解決に導いていく。さらに、得られたノウハウ・ツールを生かし販路拡大に取り組む実践の場も提供。

支援対象企業

有限会社サトー / ホームセンター、鈴木商店 / 婦人服・小物販売、
有限会社木村商店 / 水産加工業、有限会社まるき水産 / 水産加工業

支援内容

以下の4ステップで支援対象企業の販路拡大・営業力強化を支援した。

STEP1「基礎力 UP」

- ① 合同セミナー「販路拡大勉強会」（10名参加）
 - ・販路拡大に向け「誰に・何を・どのように」売るか明確にする必要性を伝授
 - ・「売り」を見える化し、営業の「武器」を作る手法を豊富な実例を交え伝授
- ② 合同ワークショップ「合同営業作戦会議」（2社参加）
 - ・「売り込む商材」「ターゲット」を決め、販路拡大の進め方を専門家・他の事業者とともに考えるワークショップを開催し、営業戦略を明確化

① セミナーのチラシ



② ワークショップの様子



STEP2「体制構築」

- ③ 個別課題に対する解決策の提案
 - ・個社に対するヒアリング、専門家・復興庁・事務局※1によるディスカッションを通じて課題を明確化し、解決策を提案（各社3～4回にわたる個別ミーティング実施）

個社の課題と解決策（例）

<p>原材料費が高騰していて利益が出ないので、商品の販売単価を上げるにはどうすればいいか？</p> <p>卸に価格設定が高いと言われてしまうが、価値を理解してもらうにはどうすればいいか？</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">付加価値を高めるため、訴求ポイントの明確化、PRツールの開発、運用方法指導を実施！</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center; background-color: #ccc; padding: 5px;">新商品パッケージ・販促ツール・商品パンフレット</p>	<p>どのような層の顧客にどんな商品・サービスを提供したらよいか？</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">顧客アンケートを通じて自社の顧客ニーズを明らかにし、ターゲット層の設定、商品・サービス構成の改善方向を明確化！</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center; background-color: #ccc; padding: 5px;">顧客ニーズ把握ツール</p>
---	---

事業者	支援対象商品等	アドバイス		営業ツール開発			その他支援
		経営戦略・事業改善	営業ノウハウ	商品パッケージ	チラシ	ポスター	
有限会社サトー	顧客ニーズ把握		○			○	アンケートはがき
鈴円商店	顧客ニーズ把握		○		○		アンケートはがき
有限会社木村商店	ホタテグラタン	○	○	○			POP、ミニのぼり、胴巻き
有限会社まるき水産	ホタテの貝ひも、あかもく佃煮	○	○	○			POP、ミニのぼり

STEP 3「実践演習」

④ 商談会模擬演習・実践の場の提供

- ・商談会でのディスプレイ、消費者・バイヤーへの対応を学ぶロールプレイング研修を実施
- ・即売会における現地指導、仙台における商談会へ出展等を実践



STEP 4「自走支援」

- ・支援全体の振り返りを行うとともに、今後求められるアクションを整理し、事業者・商工会と共有

得られた成果

- ・支援を通じて得られた顧客ニーズに対応したアクション（商品レイアウトの変更、店内照明の改善、消費者イベントの計画、季節毎の個別想定顧客に対するニーズヒアリングの実践、など）を開始
- ・自社の顧客ニーズ全般の確認を定期的実施し、顧客コミュニケーションを活性化
- ・商談会出展を通じて多くのバイヤーへの商品 PR を実現、候補先を開拓
- ・支援対象商品の販路拡大以外の事業改善について助言、経営戦略を変更

次年度以降に向けた取り組み

1. 自走に向けた取り組みとフォローアップ

- ・支援を通じて整理した今後のアクションを着実に履行、商工会中心に継続的にフォローアップ

2. 支援の枠組みの横展開

- ・商工会が本事業の枠組みを活用して支援を継続・支援対象を会員に対して横展開

事業名	グループハンズオン（販路開拓）「釜石市における中小企業の販路開拓支援」
事業主体	釜石商工会議所

事業概要

地域の共通課題に対する面的な支援として、釜石商工会議所に加入する事業者を対象とし、販路開拓に関する支援を実施。販路開拓に関心を持つ企業を2つのグループに分け、「情報発信強化」と「販路拡大」の2つのテーマから支援を実施した。

釜石市における販路開拓の2つのテーマ（グループ）

支援テーマ	グループ企業の特徴	支援目的/支援概要
①情報発信強化	自社・商材の魅力（強みや、アピールポイント）を整理・把握できている企業。 既に一定の販路を保有している企業。	企業が自ら情報発信する能力を強化し、今後、情報発信を実践することで、販路開拓を実現していく。
②販路拡大	販路開拓に向け、マーケティング戦略の再整理や、戦略商材・ターゲット顧客の明確化を行いたい企業。既存顧客との取引活性化も含め、震災からの売上回復を図りたい企業。	売上アップに向けて、顧客へ訴求すべき点の再考等を行い、それを日々の業務の中でわかりやすく伝えることのできる仕組み・ツールを整えることで、販路開拓を実現していく。

支援対象企業

●支援テーマ①：情報発信強化（計5社）

(株)浜千鳥 / 酒類製造業、濱幸水産(株) / 水産加工業、(有)鮎徳食堂 / 飲食業、(有)丸和 / 食品製造業、藤勇醸造(株) / 食品製造業

●支援テーマ②：販路拡大（計4社）

きくちや / バルーン装飾・ギフト販売、(有)菊鶴商店 / 水産加工品の製造・販売、(有)工藤食品 / 食品製造・販売、合澤薬店 / 薬局・美容サービス

支援内容

●支援テーマ①：情報発信強化 ～以下の4ステップで事業者の支援を実施

STEP1「基礎力 UP」

・情報発信強化に関するセミナーおよびワークショップを開催し、情報発信に関する各種ツール（自社HP、Facebook、Instagram、YouTubeなど）の特徴を知り、それらを活用して情報発信・顧客開拓を行う考え方・先行事例等を学習。

STEP2「自社の魅力のストーリー化」

・事業者自らが、改めて自社の魅力を考え発信する手法として、動画・映像コンテンツを制作する際のストーリー（台割）の取りまとめ方を学習。

ストーリー（台割）の例 <藤勇醸造(株)>



STEP 3「ストーリーの動画化(撮影・編集)」

- ・写真・動画(事業者の既存保有のもの、および、専門家が新規に撮影したもの)をストーリーに沿って編集し、動画を制作。

専門家による撮影の様子



STEP 4「動画の活用方法の修得」

- ・完成した動画を販路開拓に役立てるための方法について学ぶセミナーを開催。動画を自社 HP へ掲載する、商談会等で利用するといった典型的な活用方法のほか、Facebook でターゲットを選定して広告出稿し、自社 HP や動画へ誘導する手法等を学習。

「外国語コミュニケーションに関する支援」

- ・上記支援に加え、釜石市では 2019 年にラグビーW杯が開催されることを踏まえ、外国人に対し情報発信・コミュニケーションを行うための支援として、市販の翻訳ツールについて学ぶセミナーを開催。

●支援テーマ②：販路拡大 ～以下の4ステップで事業者の支援を実施

STEP 1「基礎力 UP」

- ・販路拡大に関するセミナーおよびワークショップを開催し、自社の「売り」を見える化し、営業の「武器」を作る手法につき、実例を交え伝授。併せて、ターゲット選定の重要性等を確認した。

STEP 2「強み・アピールポイントの見える化／資料化」

- ・個社ごとに打合せの場を設け、支援対象企業と専門家・復興庁・事務局※ 1 によるディスカッションを通じて、各社の強み・アピールポイントの整理/再確認を実施。対外的に訴求可能なチラシ等の販促ツールとして、資料化・取りまとめを実施。

STEP 3「販促ツール運用方法の確立」

- ・販促ツールにつき、事業者自らが日々の業務の中で編集等を行う方法について討議・確認。季節に応じて最適な商品・売り文句を選定したり、顧客の反応を見ながら紹介する事例をより良いものに変更したりすることで、売上アップにつながる改善活動を継続する運用方法を確立。

販促ツール(例) その1



販促ツール(例) その2



STEP 4「自走支援」

- ・支援全体の振り返りを行うとともに、今後取組むべきことを整理し、関係者で共有。短期・中長期の両視点から、アクション案を明確化し、事業者の自走化を後押し。

得られた成果

- ・事業者が、今後の販路開拓に活用可能な「動画」や「販促ツール」を手に入れることが出来た。
- ・事業者は、「動画」や「販促ツール」を活用・改善する方法を身につけたことで、日々の業務を通じ、継続的に販路開拓を行うことが可能となった。

次年度以降に向けた取り組み

- ①本年度の支援を通じ整理した各社の今後のアクション案が、着実に実行されるように、商工会議所を中心に継続的なフォローアップを実施。
- ②商工会議所に加入する他事業者へ、情報発信強化/販路拡大の取り組みを横展開する。

※ 1：株式会社日本総合研究所

事業名	グループハンズオン（販路開拓）「東松島市における中小企業の販路開拓支援」
事業主体	東松島市商工会

事業概要

東松島市商工会加盟事業者への販路拡大・営業力強化に向けた支援を実施。合同セミナー・ワークショップ、地元商社・小売店バイヤーによる講演等の学びの機会の提供に加え、個社指導を通じて各社の課題解決に向けた具体的施策を検討し、必要なツール・PR素材を作成。さらに、商談会での取引獲得に向けたサポート、東京・仙台でのテストマーケティングの場の提供等も行った。

支援対象企業

民宿 かみの家 / 宿泊・食品製造販売業、清水豊店 / 畳製造販売業、
 (株)フェニックスエレメント / 接骨院、佐藤農園 / 農業（米・ネギ・ちぢみホウレン草等）、
 GLARE / 自動車整備販売業、(株)ちゃんこ萩乃井 / 飲食・食品製造販売業、
 (株)東松島長寿味噌 / 食品製造販売業、お菓子の国パンジー / 食品製造販売業

支援内容

以下の4ステップで支援対象企業の販路拡大・営業力強化を支援した。

STEP1「基礎力 UP」

① 合同セミナー「販路拡大勉強会」（9社・10名参加）

- ・販路拡大に向け「誰に・何を・どのように」売るか明確にする必要性を伝授
- ・「売り」を見える化し、営業の「武器」を作る手法を豊富な実例を交え伝授

② 合同ワークショップ「合同営業作戦会議」（8社・9名参加）

- ・「売り込む商材」「ターゲット」を決め、販路拡大の進め方を専門家・他の事業者とともに考えるワークショップを開催し、営業戦略を明確化

③ バイヤー講演＆相談会（5社・5名参加）

- ・地元商社・小売店バイヤーを招き、商品選びのポイントを学ぶ場を提供（カメイ(株)及び同社運営のスーパー(グリーンマート)のバイヤーを招聘)

STEP2「体制構築」

④ 個別課題に対する解決策の提案

- ・個社に対するヒアリング、専門家・復興庁・事務局によるディスカッションを通じて課題を明確化し、解決策を提案（各社3～4回にわたる個別ミーティング実施）

「参考になった」

100%

セミナーの様子



ワークショップの様子



個社の課題と解決策（例）

検討中の商品・サービスをどう作り、売り出していくか？

専門家・事務局・復興庁がともにアイデアを出し合い、新商品・サービスを開発！



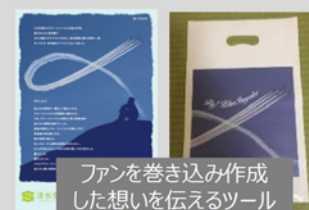
自社と商品の強みを活かしてどうターゲットを設定するか？

ターゲットを明確化して、訴求のためのPRツール開発・運用方法指導を実施！



作り手の想いの詰まった商品をさらに広めるには？

ファンとつながり「想い」を伝えるマーケティングで顧客との関係性を強化！



事業者	支援対象商品等	アドバイス		営業ツール開発			その他支援
		新商品開発	営業ノウハウ	チラシ	ポスター	企業概要	
民宿 かみの家	焼海苔・味付海苔		○	○			商品パッケージ作成
清水豊店	独自ブルーインパルスグッズ		○	○			ブランドタグ・シール、袋作成
(株)フェニックスエレメント	施術プログラム	○	○	○	○		会社紹介カード作成
佐藤農園	米・ネギ・ちぢみホウレン草		○			○	ロゴ・会社紹介カード・ラベル作成
GLARE	自動車販売・車検等	○	○	○			
(株)ちゃんこ萩乃井	海苔うどん		○	○	○		名刺作成
(株)東松島長寿味噌	味噌・醤油等		○	○	○		
お菓子の国パンジー	和菓子・洋菓子	○	○	○			商品パッケージ作成

撮影写真例

⑤ブランド化促進のための素材提供

- ・営業活動、自社・商品のブランディング・PR に幅広く活用可能なプロカメラマン撮影写真素材を提供



STEP3「実践演習」

⑥商談会模擬演習・実践の場の提供

- ・商談会でのディスプレイ、消費者・バイヤーへの対応を学ぶロールプレイング研修を実施
- ・大規模商談会展、東京・仙台でのテストマーケティング、大手事業者との個別商談等を実践



大規模商談会



東京アンテナショップへの出店



仙台でのテストマーケティング

STEP4「自走支援」

- ・支援全体の振り返りを行うとともに、今後求められるアクションを整理し、事業者・商工会と共有

得られた成果


- ・支援を通じて開発した新商品・サービスの売上が着実に増加
- ・商談会展・バイヤー相談会を通じて多くのバイヤーへの商品 PR を実現
- ・東京テストマーケティングでは、従来の即売会と比べても好調な売上記録、商品常設化も実現
- ・仙台テストマーケティングでは、取引先開拓を実現、既存売上比 5%相当の大規模販路も獲得

次年度以降に向けた取り組み

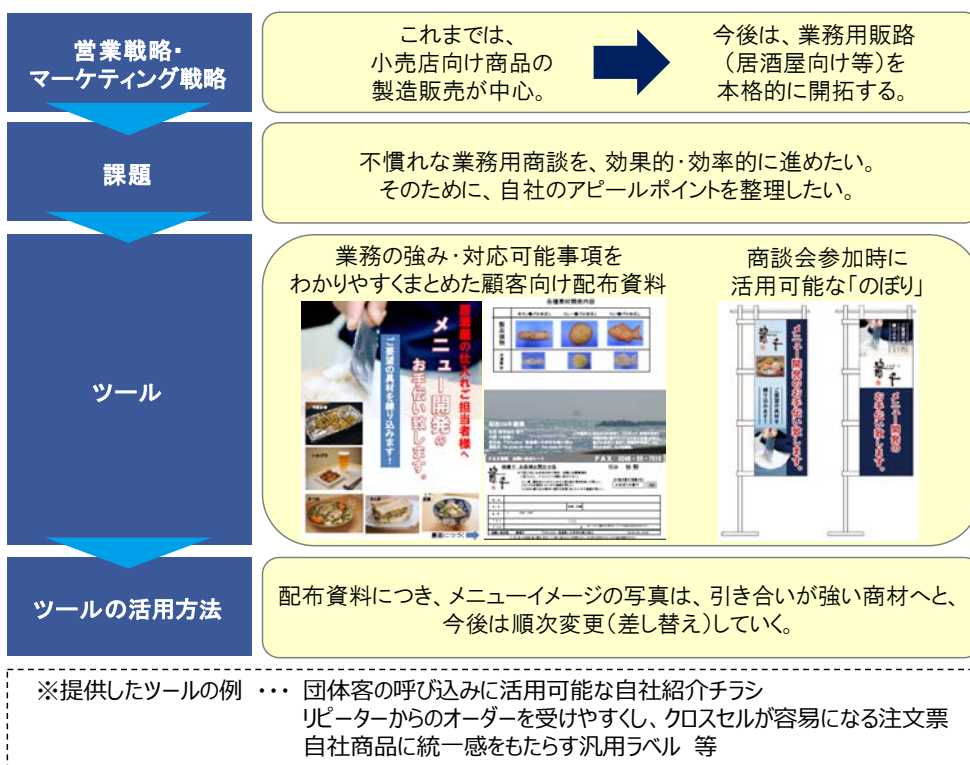
1. 自走に向けた取り組みとフォローアップ

- ・支援を通じて整理した今後のアクションを着実に履行、商工会中心に継続的にフォローアップ

2. オリンピック・パラリンピック等経済界協議会等と連携し、出口戦略の一層の強化を図る

事業名	グループハンズオン（販路開拓）「いわき市における中小企業の販路開拓支援」
事業主体	いわき地区商工会広域連携協議会／いわき商工会議所
事業概要	
<p>いわき市のいわき地区商工会広域連携協議会／いわき商工会議所に加入する事業者を対象とし、共通課題である販路開拓に関する支援を実施。販路拡大・営業力強化をテーマとした合同セミナー・ワークショップを開催したうえで、個社ごとの事情を踏まえた個別指導を実施。各社の営業・マーケティングの方針や課題を整理すると共に、課題解決の一助となる販促ツール・各種ノウハウの提供を実施。さらに、商談対応能力を高めるための学びの機会と、提供したツール等を活用して販路開拓に取り組む実践の機会（実際の商談の場）の提供を行った。</p>	
支援対象企業	
<p>(株)エコハイテックコーポレーション / 製造業(建材・素材等)、山田屋醸造 / 食品製造業、認定NPO 法人みどりの杜福祉会(いわきワイナリー) / ワイン製造・販売、(株)美味一膳 / 水産加工業、カネセン水産(有) / 水産加工業、ピコブルーベリー農園 / 農業・食品加工業・観光農園、食処くさの根(株) / 食品加工業・飲食業、(株)貴千 / 水産加工業、(株)山崎工業 / 建設業、玉屋菓子店 / 菓子製造業、(株)サスイチ小野水産 / 水産加工業・小売業・飲食業、(株)ワンダーファーム / 農業・食品加工業・飲食業</p>	
支援内容	
<p>以下の4ステップで支援対象企業の販路拡大・営業力強化を支援した。</p>	
STEP1「基礎力 UP」	
<p>①合同セミナー「販路開拓勉強会」（25社・35名参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販路開拓に向け「誰に・何を・どのように」売るか明確にする必要性を伝授。 ・自社の「売り」を見える化し、営業の「武器」を作る手法につき、実例を交え伝授。 <p>②合同ワークショップ「合同営業作戦会議」（9社・9名参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「売り込む商材」と「ターゲット」を決め、専門家・他の事業者とともに販路開拓の進め方を考えるワークショップを開催。 	<p>セミナーのチラシ</p> 
STEP2「体制構築」	
<p>③各社の営業・マーケティング戦略に基づく課題設定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個社ごとに打合せの場を設け、支援対象企業と専門家・復興庁・事務局※1によるディスカッションを通じて、各社の営業戦略やマーケティング戦略の整理/再確認を実施。各社の事情を踏まえて、優先的に解決すべき課題を設定。 <p>④課題解決に向けた取組み案の設定と、課題解決に資するツール等の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各社の課題につき、どのようなアクションを通じて解決していくか、同様にディスカッションを通じて検討・合意。その上で、専門家から、各社のアクションに役立つツールやノウハウの提供を実施。 <p>⑤ツール等の活用方法の確認</p> <ul style="list-style-type: none"> ・提供したツールの具体的な活用方法(例：配布先の選定方法、配布方法)について確認。 ・各社が自らツールをアップデートする方法について確認。 ・各社が課題解決のアクションを実践できるようにし、販路拡大・営業強化の体制構築を実現。 	

販路拡大・営業強化に係る体制構築の支援（一例）



STEP 3「実践演習」～商談対応力の強化～

⑥バイヤー目線を学ぶ機会の提供

- ・首都圏百貨店バイヤーや、地元ホテルの料理長を招き、バイヤーがどのような点を注視しながら調達しているかを学習。

⑦模擬商談会の実施

- ・商談会での商品の配置方法や、顧客への声掛け方法等をロールプレイングを通じ、実践的に学ぶ機会を提供。

⑧商談機会の提供

- ・首都圏バイヤーとのマッチング等、実際に商談する機会を提供。

模擬商談会の様子



STEP 4「自走支援」

- ・支援全体の振り返りを行うとともに、今後のアクション案を整理し、関係者で共有。
- ・首都圏でのワークショップイベントを開催し、首都圏消費者との交流の場を創出。

得られた成果

- ・販路開拓における課題が明確化。課題解決に資するツール整備や、商談対応力向上を実現。
- ・商談対応力強化後のテストマーケティングで成約を達成（3社が参加、計5件成約）。
- ・参加事業者間の横のつながりが生まれ、コラボ商品が開発された。

次年度以降に向けた取り組み

1. 本年度の支援を通じ整理した各社の今後のアクション案が、着実に実行されるように、商工会/商工会議所を中心に継続的なフォローアップを実施。
2. 市内企業の連携を促進し、地域活性化につながる新商品・新事業開発を支援。

事業名	グループハンズオン（おもてなし人材育成） 福島市
事業主体	一般社団法人福島市観光コンベンション協会

事業概要

福島県では、風評被害等の影響も受けて、外国人延べ宿泊者数は 2017 年によやく震災前の水準に戻ったところであり、他地域と比べて訪日外国人旅行者の取り込みが進んでいない。また、福島市内には外国人が魅力的に感じる観光資源が多く存在するにも関わらず、地元関係者がそれらに気づいておらず、現状として情報発信力に乏しく、PR が不十分な状況にあった。福島市観光コンベンション協会を対象にして、福島市内の事業者を巻き込みながら、Instagramを活用した情報発信により福島市の多様な魅力の発信を行い、訪日外国人旅行者へ情報発信の対策・強化を実施した。

支援対象企業

旅館玉子湯（旅館）、祭屋湯左衛門（旅館）、山水荘（旅館）、吉川屋（旅館）、(株)ダイオー（お菓子屋）、安斎果樹園（果樹園）、バウムラボ樹楽里(きらり)（お菓子屋）、いざかサポーターズクラブ（旅行業者）、土湯伝統こけし職人（工芸品）、刀剣文化研究会 解紛塾 信夫会（鍛冶屋）、f's ぼけっと（旅行業者）、古山果樹園（果樹園）、NPO法人ふくしまバリアフリーツアーセンター（旅行業者）、福島市役所（行政）、福島市観光コンベンション協会（旅行業者）

支援内容

支援テーマ1：第1回～第4回勉強会（市内事業者の理解度向上、情報発信の実践）

協会を含む市内 15 事業者に対して、インバウンド観光客の誘客推進に向けた SNS マーケティングの基礎知識や、Instagramの活用方法等に関する勉強会を開催。事業者からの定期的なInstagramの投稿を促し、適宜フォローアップを実施した。

① Instagram 基本講座（第1回勉強会）

- 日時：平成 30 年 8 月 23 日、講師：株式会社サーチライフ 鈴木氏

② Instagram 応用講座 ～最新動向、活用事例他～（第2回勉強会）

- 日時：平成 30 年 9 月 4 日、講師：株式会社 Facebook Japan 近藤氏・市村氏

③ Instagram 応用講座 ～PR、プロモーション強化編～（第3回勉強会）

- 日時：平成 30 年 9 月 27 日、講師：株式会社ラプレ 八尾氏

④ モニターツアーレビューと今後の利活用について（第4回勉強会）

- 日時：平成 30 年 11 月 30 日、講師：株式会社サーチライフ 鈴木氏

勉強会資料

The collage includes several slides with the following content:

- Instagramの投稿の流れ**: A flowchart showing the steps from content creation to posting and engagement.
- ～Instagramでファンを作るポイント～**: A list of 5 steps: 1. Consider the story you want to tell, 2. Decide on the timing and frequency, 3. Post regularly and avoid errors, 4. Try various formats (photos, videos, polls, stories), 5. Communicate (reply to DMs, use hashtags).
- 興味を持ったユーザーは「SIPS」型に行動**: A diagram showing the SIPS model (Search, Interest, Purchase, Share) and how it applies to user behavior on social media.
- インバウンドモニターが好む写真の傾向**: A slide showing a comparison of likes between 'The Japan' (120/330, 36%) and 'Inn' (100/330, 30%) on Instagram, with a note that Japanese users tend to like photos of food and scenery.

支援テーマ2：モニターツアー（投稿活動の効果検証、インバウンド対応の実践）

オリンピック・パラリンピック等経済界協議会の協力を得て、外国人観光客を招いたモニターツアーを実施し、支援先 10 事業者にて観光コンテンツを体験、外国人目線での意見を頂いた。また各事業者がこれまで投稿してきたInstagramの投稿効果を検証し、外国人観光客に当日の写真を SNS 投稿していただき、彼らから見た福島市の魅力を検証した。

- ・ 実施日：平成 30 年 10 月 25～26 日
- ・ シンガポール、イギリス、ブラジル、台湾、ドイツから 5 名が参加

モニターツアーの様子



支援テーマ3：第5回勉強会（コアメンバー事業者への発展的な勉強会）

次年度以降、市内の情報発信活動のリーダー候補となるコアメンバー 5 事業者に対して、個別に企画立案支援や K P I 目標の設定等を行う、発展的な勉強会を実施した。

- ・ 日時：平成 31 年 1 月 15 日（火）19：00～21：00
- ・ 講師：株式会社ラブレ 八尾氏

支援テーマ4：情報発信ガイド（コーディネート団体用、事業者用の2種類作成）

事業者向け、及び運営主体（本件の場合コンベンション協会）向けの「Instagram情報発信ガイド」を作成した。今後も継続的に市内のInstagram発信活動を促進できる基盤の構築を図り、今回の取り組みで得られた活動のノウハウを他事業者・他地域に波及させていく。

支援テーマ5：インスタ投稿キャンペーン（観光客からのインスタ投稿促進）

福島市を訪れたインバウンド観光客からの投稿を促進するため、投稿促進キャンペーンを実施した。

- ・ 実施日：平成 31 年 1 月 15 日～4 月 30 日
（※4 月以降は協会主導で実施）
- ・ 内容：①協会公式アカウントをフォロー、②特定のハッシュタグ（#fukushimacity、#wakufuku）をつけて Instagram に投稿、③ウェブアンケートに回答でノベルティをプレゼント
- ・ 周知方法：日本語・英語・中国語（繁体語）のポスター・チラシ・公式 HP を作成
- ・ 実績：131 投稿、16 名のウェブアンケート回収（3/20 現在）

キャンペーンチラシ



得られた成果

- ・ 市内事業者がInstagramを活用した情報発信に取り組む環境整備及びリーダー事業者創出
- ・ 市内事業者への支援方法、多機関連携の確保等、運営主体としてのノウハウ確立
- ・ 福島市内における自立的な展開および他地域への横展開を可能にする「情報発信ガイド」作成

次年度以降に向けた取り組み

- ・ 各事業者が PDCA サイクルを回しながら情報発信の取組を継続
- ・ 他の市内事業者へ今回の取り組みを波及
- ・ 情報発信ガイドを活用し、協会・コアメンバーを主体とした投稿促進のフォローアップ体制を構築
- ・ 他機関と連携し、福島市全体でインバウンド対策・強化を行うという風土を形成

事業名	R2N 販路開拓方式を活用したネット販売拡大事業
事業主体	株式会社ひょうたん島苫屋
事業者の概要	
<p>株式会社ひょうたん島苫屋は、岩手県大槌町に立地。社長の新谷氏は、大槌の地元特産品である牡蠣や鮭を生かした商品を生産し、かつシニアが活躍できる会社として平成26年に「ひょうたん島苫屋」を設立。</p> <p>主力商品は牡蠣の燻製オイル漬けと鮭・マスの燻製である。生産は大槌町の自社工場で行い、販売は主に首都圏での催事を通じて行っている。</p>	
 <p>左：牡蠣燻製オイル漬け、右：鮭・マスの燻製</p>	
直面していた課題	
<p>課題①：オンライン販路の確保</p> <p>催事による販売が売上の中心となっていたが、催事は直接事業費が高く、販売機会も限定的である。そのため、オンライン販売を売上の軸にしていく意向を持っていた。</p> <p>課題②：催事での接点を活かしたオンラインショップへの送客</p> <p>催事で接触した顧客に対して定期的に情報を発信し、自社HPやオンラインショップに誘導する仕組みを構築することを希望するものの、具体的な手法が不明であった。催事において1人で接客していても顧客の連絡先が容易に収集できるようなツールを探し、運用していく必要があった。</p> <p>課題③：事業上の課題の把握</p> <p>事業者自身が支援事業への応募時に感じていた上記①、②の課題のほかに、商品や販売方法にも改善点が見受けられた。課題①、②に対する支援の効果を最大化するため、事業上の課題を改めて抽出・再整理する必要があった。</p>	
支援内容	
<p>支援①：事業上の課題の抽出・再整理</p> <ul style="list-style-type: none"> 課題を把握し、支援内容を検討するため、「催事現場の視察」、「催事主催者、他事業者へのインタビュー」、「オンラインサイトに関する有識者インタビュー」、「庁内試食会とアンケート」を実施した。 <p>支援②：オンラインへの誘客ツールの導入支援</p> <ul style="list-style-type: none"> オンラインへの送客ツールの候補を複数挙げた上で、「LINE@」を選定した。ひょうたん島苫屋専用の「LINE@アカウントの構築」と、「LINE@の活用指導」を行った。 <p>支援③：自社HP、オンラインショップの改修支援</p> <ul style="list-style-type: none"> オンライン売上を増加させるため、「自社HPの改修」と「Yahoo!ショップの改修」を行った。また、これらのサイトをより魅力的なものにするため、「商品の魅力の再整理と発信すべき情報の選定」と、「HP掲載コンテンツ作成のための写真撮影会兼勉強会」を行い、掲載コンテンツを作り上げた。 	
得られた成果	
<p>支援結果①：事業上の課題の把握</p> <ul style="list-style-type: none"> 視察、インタビュー、アンケート等の調査を通じて課題を抽出・整理した。このうち、オンラインサイトに誘導するツールに関する課題には「支援②」を通じて、自社HP、オンラインショッピングサイトに関する課題は「支援③」を通じて取り組んだ。この2点に加え、商品パッケージや価格にも改良余地があることを把握したが、事業者の意向により次年度以降の取組目標の設定に留めた。 	

支援結果②：オンラインへの誘客ツールの導入

- ・ 事業者の販売スタイルになじみやすく、また運用に大きな負荷がかからないツールとして選定したLINE@のアカウントを、EC 関連の専門的知見を有する専門家の支援を受けて構築した。

あわせて会員登録の呼びかけ方法や情報発信時の注意点等を盛り込んだマニュアル、会員登録促進用のツール（店頭 POP）も作成し、運用に至った。開始 1 ヶ月程度で 150 名超の会員を獲得し、定期的な情報発信も行っている。



左：LINE@店頭POP、右：LINE@運用マニュアル（抜粋）

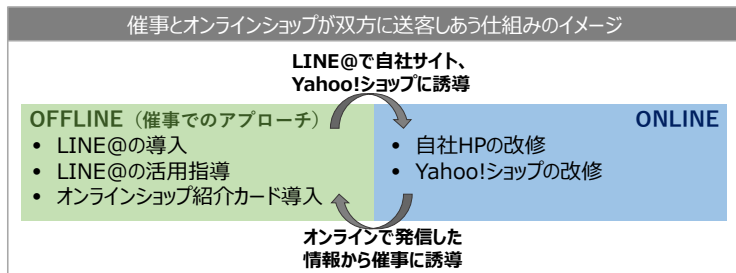
支援結果③：自社 HP、オンラインショップの改修

- ・ 支援開始前と比較して使いやすく、魅力的な自社 HP、オンラインショップを構築し、運用を開始することができた。また、催事等ではオンラインショップ紹介カードを配布し、オンラインショップへの誘導に活用している。



- ・ 本事業では上記の支援全体を通じ、事業者が希望していた「催事で出会った顧客をオンラインショップに誘導する」に留まらず、「催事とオンラインショップが双方に送客しあう」仕組みを構築することができた点が最大の成果である。

また、事業者の自走化を意識し、今後、施策の効果検証と更なる改善に事業者自身で取り組めるよう、マニュアルの整備やノウハウの伝達も支援期間中に行った。



次年度以降に向けた取り組み

① 支援策の効果検証と改善

今後定期的に、LINE@の導入、自社 HP と Yahoo!ショップの改修による売上拡大効果を検証していく必要がある。また、効果が十分でない場合は、LINE@の運用方法、自社 HP と Yahoo!ショップの掲載内容等を見直し、PDCA サイクルを回していくことが重要になる。

② 商品パッケージ、価格の見直し

支援①で次年度以降の取組としたパッケージや価格の改良にも取り組み、売上の拡大につなげていくことが期待される。

得られた成果

支援結果①アイデアソンの実施

- ・ 加工品の商品アイデア導出のための一連のフレームワークを移管。
- ・ 規格外品を原料とした加工品の複数のアイデア（菓子、惣菜、非食品など 25 件）を抽出。

支援結果②新商品（ビスケット）の試作品開発

- ・ 東北エリアで想定される加工品市場のポテンシャルを評価し、パプリカを原料とした試作品の試食を踏まえてビスケットを開発することに決定。
- ・ ビスケットの色の違い（黄・赤）、味の違い（甘い味・塩味）を踏まえ、ネーミングと商品ラベルを決定。あわせて、色鮮やかな中身（内袋に入ったビスケット）が見えるパッケージを選択し、同社のブランドカードを作成・添付することで、加工品と生鮮パプリカとのリンクを作った。

◆Rich YELLOW・・・黄パプリカを原料とし、お茶と合わせる「スイートタイプ」

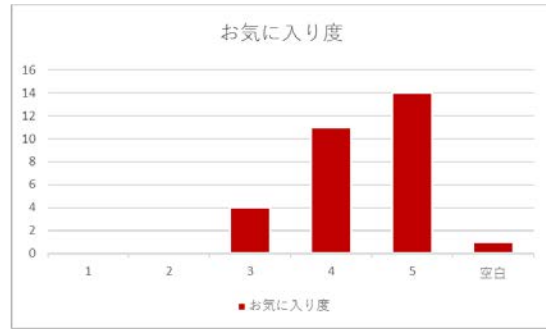
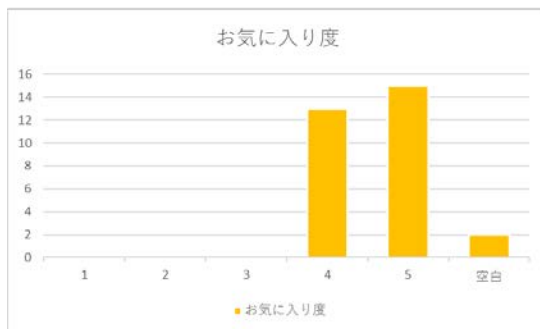
◆Aroma RED・・・赤パプリカを原料とし、お酒と合わせる「塩味タイプ」

- ・ 支援の実行過程で今後の継続的な加工品開発・提供に向けた専門家、デザイナー、外注先との関係構築ができ、次年度から本格的に加工品製造・販売事業に取り組む体制が整った。

支援結果③ターゲットとなる消費者の評価を確認

- ・ 「新しい東北」交流会（2/17）において、同社社員 5 名がパプリカ、トマト等を販売しつつ、試食アンケートを実施。想定ターゲット（10~30 代女性）を中心に試食アンケートを実施し 113 人が回答、Rich YELLOW と Aroma RED とともに高く評価されることを確認。

（お気に入り度は 5 段階評価の平均値で、Rich YELLOW が 4.5、Aroma RED が 4.3）



次年度以降に向けた取り組み

①販路の確保

規格外品の活用方法として加工品の開発からお披露目までの一連のノウハウが提供された。今後は、規格外品のその他の用途も合わせて対応方針を定め、開発された商品の価格帯に見合った販路（ネット通販のギフトへの組み込みなど）の確保、ワンポイントでの利用の可能性などを模索していくことが求められる。

②生鮮パプリカの消費拡大に向けた情報発信

引き続き生鮮パプリカの売り上げを増加させていくため、需要を喚起する取り組みが必要である。生鮮品の生産のみならず、レシピ等の食べ方や加工品の提案など、新たな消費のあり方を創造し、SNS等を通じて情報発信していくことが求められる。

事業名	宮城県産の自然素材を使った化粧石鹸開発プロジェクト
事業主体	株式会社アイローカル
事業者の概要	
<p>震災後、ボランティアで東北の支援を始め、宮城県南三陸町に移住した社長が、被災地に若者、特に女性が働きたいと思える職場を作ろうという考えから、2014年に創業。翌年、女川町の仮設商店街に店舗を構え、2016年からは女川駅前シーパルピア女川で「石鹸工房 KURIYA」を運営している。</p> <p>現在は、宮城県の自然素材を使った1インチ角のキューブ型雑貨石鹸を製造・販売している。自然素材・手作りへのこだわり、余計な添加物を使用しない安全性に加え、可愛いデザインと豊かな香りで女性の支持を集めている。創業ストーリーと商品の魅力から、メディア掲載も多数。</p>	 <p>雑貨石鹸</p>
直面していた課題	
<p>課題①：薬機法※上の許可取得 ※医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律</p> <p>現在製造・販売している「雑貨石鹸」は、薬機法上、顔・体に使用可能な石鹸として売り出すことができない。顔・体にも長く使い続けてもらうことができるよう、薬機法上の許可を得て「化粧石鹸」の製造・販売に着手することが課題となっていた。</p> <p>課題②：魅力的な新商品（化粧石鹸）の開発</p> <p>新たに化粧石鹸の製造・販売を目指すにあたり、改めて商品のコンセプト・ターゲット・価格・ラインナップ・価格等を具体的に設計する必要があった。また、商品開発に主に従事する社長は男性ということもあり、女性や専門家の声も取り入れて、魅力的な商品作りに生かすことが求められていた。</p> <p>課題③：リピート購入促進の仕組みづくり</p> <p>これまでは雑貨石鹸を主に女川を訪れた人のお土産やギフト用途で販売してきたが、化粧石鹸の販売を見据え、商品を長く買い続けてもらうための仕組みを整備する必要があった。（従来 Amazon で EC を行っていたものの、顧客情報取得・活用等に制約があり、さらなる施策が求められていた。）</p>	
支援内容	
<p>支援①：薬機法上の許可取得に向けた支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 許可取得における様々な悩み（製造現場づくり、書類作成・申請手続等）に応えるため、小規模事業者として薬機法上の許可を独自に取得した経験を持つ NPO を紹介。NPO の製造現場を視察し、手続きについて助言を受けるとともに、視察後も相談に乗っていただけるようマッチングした。 <p>支援②：化粧石鹸の商品開発・試作支援</p> <p>1) 市場・競合調査：復興庁政策調査官コーディネートにより百貨店バイヤーに売れる商品作りのポイントについてヒアリング。また、競合商品約 100 点をリストアップし、商品の売り出し方・価格帯等について整理し、新商品設計の参考とした。</p> <p>2) 多様な視点からのアイデア募集：復興庁イベント（Fw:東北 Weekly 6/21 日開催）を活用し、30 名程度の参加者とともに商品づくり・ブランドづくりに求められるポイントを考えるアイデアソン開催。</p> <p>3) 商品開発ワークショップ開催：社長に加え、スタッフ・復興庁・事務局※1の女性メンバーを交えた集中ワークショップ(計 14 時間程度)を通じ、リアルな女性を取り入れた商品企画を実施。</p>	



4) 試作品開発・モニター調査：1)～3)の結果を踏まえて新商品の仕様案を決定し、試作品を開発。さらに31名の女性モニターを集めて試作品からのフィードバックを得る調査を実施。また百貨店バイヤーに再度ヒアリングし、販売促進に向けた助言を受けた。

支援③：リピート購入促進に向けた仕組みづくり支援

・アイローカルにて、自社ECの開発に着手。また、自社ECの運用開始後、ECを有効活用して新商品の継続的な購入を促すための施策について検討。

得られた成果

支援結果①：薬機法上の許可取得申請

・先行事例からの学びも生かし、窓口となる宮城県への薬機法上の許可取得申請を実施。

支援結果②：新商品（化粧石鹸）の試作品開発・受容性確認

・自社のこだわりと商品の特徴を押し出す「**シンプルだから、贅沢**」というコンセプトを設定。さらに商品のターゲットペルソナを設定し、それに合わせたサイズ・形状、価格、パッケージ等の仕様を整理。
・設定した仕様に基づき、以下2タイプの新商品を試作。あわせて、商品パンフレット、ギフトボックス、商品持ち帰り袋、自社ウェブサイトのリニューアル案も作成した。

◆**シンプルタイプ**・・・基本材料のみで作る白色石鹸。「超しっとり」「しっとり」「さっぱり」の3種。

◆**カラフルタイプ**・・・基本材料と自然素材・アロマオイルで作る石鹸。配合素材の異なる6種。



・上記試作品に関するモニター調査の結果、シンプルタイプは自宅用/洗顔用、カラフルタイプはギフト用/ボディ用としての適性を確認することができた。また百貨店バイヤーからも一定の評価が得られ、あわせて今後の販売に向けた助言（セレクトショップ等での卸販売強化等）も受けることができた。

支援結果③：リピート購入促進に向けた施策整理

・開発中の自社ECへオンライン・オフライン双方から誘導を図る「流入導線設計」、ECや顧客情報管理の機能に関する「内部最適化」、自社ECリリース後のPDCAサイクルを回すための「運用・改善」施策についてそれぞれ整理した。

次年度以降に向けた取り組み

①新商品の複数チャネルでの販売促進・リピート化

今回開発した化粧石鹸は、正式な許可取得後、自社製造ならびにOEMで提供していく体制が整っている。今後、女川の自社店舗での販売に加え、卸販売、自社ECでの販売促進をそれぞれ行っていくことが求められる。自社ECを核にリピート化も促進し、売上拡大につなげるのが期待される。

②人材確保・育成の推進

新商品の製造販売、自社ECの運用開始を見据え、業務量・業務範囲の拡大に対応しうる人材確保・スキルアップが求められる。

事業名	たくさんの人に愛されるワインの販売促進・販路開拓事業
事業主体	ふくしま農家の夢ワイン株式会社
事業者の概要	
<p>ふくしま農家の夢ワイン株式会社は、福島県二本松市で地元農家 8 人が中心となって 2012 年に設立。東日本大震災以前の 2010 年から、地域活性化や耕作放棄地活用を狙って「ぶどう」の栽培と、そのぶどうを原料とした「ワイン」の醸造の取組みを開始した。</p> <p>2013 年には、ワイン醸造施設を活用して、地元産のりんごを原料とした「シードル」の生産・販売を開始。また、同年には、ぶどうの初収穫、ワインの初仕込を実施。2014 年からは、オリジナルワインの販売を開始した。ぶどうの栽培から、醸造、ボトルング、販売までを一貫して手掛けている。</p> <p>主な販路は、自社主催イベント（感謝祭、収穫祭等）や、東北や関東の催事即売会。他に、地元の道の駅や、酒類卸への販売も行っている。</p>	<p>ふくしま農家の夢ワイン オリジナルワイン（商品一例）</p>  <p>ふくしま農家の夢ワイン オリジナルシードル（商品一例）</p> 
直面していた課題	
<p>課題①：事業コンセプト・ブランドの再整理</p> <p>自社の更なる成長のためには、商品の改良（味の改善等）や、P R 活動の強化（対外配布する資料の整備等）などに取り組むことが必要であると認識していたものの、ふくしま農家の夢ワインとしての進むべき方向性（目指すべき商品の姿や、P R すべき自分達の特徴等）が不明瞭になってしまっていたため、自社の事業コンセプト・ブランドを再整理する必要があった。</p> <p>課題②：ファンとつながる仕組み作り</p> <p>イベントや催事での販売を繰り返す中で、一定のファンを獲得してきたものの、ファンに対して自分達の商品へのこだわり等を十分に伝えることは出来ておらず、また、次のイベント・催事の情報等を適切に案内することが出来ていない状態であった。そこで、ファンとつながり、継続的に情報発信することが出来る仕組みを整える必要があった。</p> <p>課題③：拡販のための体制作り</p> <p>これまでの販路は、イベントや催事における自社販売が中心であり、自社のファンがより気軽に商品を購入できる販路は十分に整備されていない面があった。また、今後、更に販売量を増やしていくためには、法人向け販売の強化が重要と認識していたが、法人営業の経験は乏しく、効果的な対策を検討することが出来ていなかった。</p>	
支援内容	
<p>支援①：ワークショップを通じた事業コンセプト・ブランドの再整理</p> <ul style="list-style-type: none"> ふくしま農家の夢ワインの役員・従業員が集まり、改めて自分達の事業コンセプト・ブランドを考える機会を提供。専門家が議論・検討のファシリテーションを実施。 <p>支援②：整理した事業コンセプト・ブランドの対外情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 支援①で再整理した事業コンセプト・ブランドについて、対外的にわかりやすく説明する「ブランドブック」を作成。イベント等において配布することが出来るようにした。 同様に、事業コンセプト・ブランドをインターネット上で発信するために、新たに自社 HP を制作。 	

支援③：今後の拡販に向けた準備

- ・ イベント・催事での販売を強化するために、イベント等で出会ったお客様をファンにし、EC サイトでの購入へと誘導するという流れの確立を目指し、自社 EC サイトを新たに制作。
- ・ 今後、法人営業を本格化させる準備として、専門家から商談会対応に関する指導を受ける機会を提供すると共に、地元温泉街等に対して法人営業を実践する機会を提供。

得られた成果

支援結果①：事業コンセプト・ブランド再整理の実現

- ・ 「農家が、ワインに係わるプロセス全てを一貫して手掛けていること」、「農家による手作り感、純朴さ、良い意味での田舎臭さ」といった自分達の事業コンセプト・ブランドを再整理。
- ・ 自分達の商品が、「ワイン」なのか「シードル」なのかを、よりわかりやすく顧客に訴求するために、新たにロゴを制作し、商品にシールとして貼ることが出来るようにした。

支援結果②：顧客の「ファン化」の実現

- ・ 今までは、顧客との接点が、イベント・催事即売会における「その場・その瞬間」に限定されていたため、顧客に十分な説明をすることが出来ていなかったが、ブランドブックや自社 HP を通じて、より多くの情報を伝えることが出来るようになった。結果、自分達のワイン作りの様子やこだわりを知って貰うことで、自社のファンになってくれる顧客を増やすという仕組みを作ることが出来た。

支援結果③：自社 EC サイト制作と商談会対応の高度化

- ・ 自社のファンに、より手軽な商品購入手段を提供するために、自社 EC サイトを新たに制作。HP や Facebook と連携させ、お勧めの商品の特徴を詳しく紹介しながら通販を行うことが可能になった。
- ・ また、専門家から、商談会の対応をより良いものにするための指導を受けた。事前準備の進め方や、典型的なセールストーク、商談会後のフォローアップ方法等を学んだ。この学びを活かすために、地元の温泉街への営業訪問の機会等を設定。ブランドブックを活用して自社の紹介を行ったり、セールストークの実践を行ったりする経験を積み、今後、拡販の活動を本格化させる準備を整えた。

商品カテゴリを示す「ロゴ」



制作した「ブランドブック」



制作した「自社HP」



次年度以降に向けた取り組み

①ブランド認知度の向上とリピーター獲得

イベント等で積極的にブランドブックを配布し、自社 HP への訪問を促していく。自社のこだわり等を知って貰うことで、より多くの「ファン」を獲得していく。また、ファンに対して、HP、Facebook、EC サイト等で継続的に情報発信していくことで、EC サイトでの購入や、イベント等への参加を促していく。

また、本年度制作したロゴについて商標登録を行い、ブランド強化の一助とする。

②拡販の実践

商談会への参加等を通じ、法人営業を本格化させる。また、自社の農場・醸造所に併設する形で、新たに販売所を整備し、自社販売の活性化も図る。

目次

支援先事業者名	頁	支援先事業者名	頁	支援先事業者名	頁	支援先事業者名	頁
㈱ホテル加賀助 (岩手・雫石町)	3	㈱八木澤商店 (岩手・陸前高田市)	9	㈱さんりくみらい (宮城・気仙沼市)	16	㈱春光園 (福島・福島市)	22
㈲丸三漆器 (岩手・一関市)	3	㈱仙台買取館 (宮城・仙台市)	10	㈱白松がモナカ本舗 (宮城・仙台市)	16	いちばん星㈱ (福島・南相馬市)	23
キャピタルホテル1000㈱ (岩手・陸前高田市)	4	㈱TMC (宮城・山元町)	10	石川食品㈱ (宮城・東松島市)	17	㈱ピーアンドエム (福島・会津若松市)	23
㈱長根商店 (岩手・洋野町)	4	㈱椎彩社 (宮城・南三陸町)	11	丸信水産㈱ (宮城・石巻市)	17	石井隆廣牧場 (福島・浪江町)	24
陸前高田まちなか出店者会 (岩手・陸前高田市)	5	㈱石井商店 (宮城・塩釜市)	11	㈱バンブーフクトリー (宮城・石巻市)	18	㈱木幡メリヤス (福島・伊達市)	24
鶴飼酪農生産組合 (岩手・軽米町)	5	本吉スーツ(有) (宮城・気仙沼市)	12	㈱こだま (宮城・仙台市)	18	㈲おきな旅館 (福島・福島市)	25
㈱海楽荘 (岩手・大船渡市)	6	㈱ラポールヘア・グループ (宮城・石巻市)	12	A家食堂 (福島・いわき市)	19	合名会社大木代吉本店 (福島・矢吹町)	25
石村工業㈱ (岩手・釜石市)	6	㈱二幸 (宮城・蔵王町)	13	㈲おのづか食品 (福島・いわき市)	19	㈱IIE (福島・会津坂下町)	26
㈱ひろの屋 (岩手・洋野町)	7	宮城県漁業協同組合 唐桑支所 (宮城・気仙沼市)	13	鈴栄商店 (福島・南相馬市)	20	会津中央乳業㈱ (福島・会津坂下町)	26
㈱ナカショク (岩手・大槌町)	7	三陸飼料㈱ (宮城・気仙沼市)	14	浜風きらら㈱ (福島・いわき市)	20	合資会社カネキ商店 (福島・いわき市)	27
広田湾遊漁船組合 (岩手・陸前高田市)	8	㈱遠藤商店 (ホテルニューさか井) (宮城・石巻)	14	㈱東京菊池商会 (福島・田村市)	21	協同組合ながめまショッ ピングパーク (福島・須賀川市)	27
高田大隅つどいの丘商店街／ (一社)SAVE TAKATA (岩手・陸前高田市)	8	ダイショウ水産㈱ (宮城・石巻市)	15	㈱小高ワーカーズベース (福島・南相馬市)	21	笹谷搾油所 (福島・福島市)	28
岩手阿部製粉㈱ (岩手・花巻市)	9	㈱丸光製麵 (宮城・気仙沼市)	15	合資会社旭屋 (福島・浪江町)	22		

支援先:(株)ホテル加賀助

支援テーマ:販売強化(自社HP・OTA)

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県雫石町の鶯宿温泉に所在する温泉宿
- 昭和15年10月1日創業

■ 支援専門家

- (株)咲楽 代表取締役 高橋祐一氏

■ 支援概要/テーマ

- 国内旅行者の宿泊売上アップに向けた支援
- 自社HPのリニューアル、スマホ対応ページのリスポンシブル対応
- ネットエージェントの販売チャネルの強化(コンテンツブラッシュアップ、宿泊プラン・価格の見直しなど)

支援成果

■ インターネット予約の強化

- 自社ホームページのブラッシュアップ
 - ✓ 施設の魅力がより伝わるサイトのコンセプト策定、コンテンツやデザインのリニューアル
 - ✓ 具体的には、UI(ユーザーインターフェイス)、UX(ユーザーエクスペリエンス)の見直しと、施設メイン訴求デザインの改修と撮影などを実施



■ ネットエージェントの販売強化

- 掲載文章のキャッチコピー、テキストなどの変更、販売商品(宿泊プラン)見直し、マタニティ、素泊まり、シルバー向けプランなど新規プランの検討・協議(OTA=Online Travel Agency)
- 掲載する施設・料理などの写真修正



支援先:(有)丸三漆器

支援テーマ:プロモーション強化

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県一関に所在する漆器製造販売(秀衡塗)
- 明治37年、丸三漆器工場として創業

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資氏

■ 支援概要/テーマ

- WebサイトとECサイトのコンテンツリニューアル
- プロモーション、SNSなどの運営体制の構築
- 部門別戦略からターゲット設定、販促ツール開発
- 5ヶ年事業ビジョン策定と部門別アクションプランの導入

支援成果

■ 経営マインドの醸成と管理体制の強化

- 事業を販売別に6部門に分け部門別採算制を導入
- 全社でも定量・定性の目標設定と一般販管費を予算化し経営管理ができるよう整備



■ 漆絵ガラスのブランド化

- ブランドコンセプトを設定しブランドネーム、ブランドロゴを開発
- 感度の高い女性層をターゲットにギフト需要の喚起



■ ブランドサイトとECサイトリニューアル

- 『木地から造る唯一の秀衡塗工房』として品質感・一流感を前面に押し出し、ブランディング強化
- 秀衡塗の新ブランド「FUDAN」、漆絵ガラス「Hidehira」3ブランド体制構築



支援先: キャピタルホテル1000(株)

支援テーマ: 宿泊プラン企画・開発

支援概要

■ 企業概要

- 風光明媚な高田松原海岸に接し、陸前高田市の観光拠点として歴史を刻んできたホテル

■ 支援専門家

- (株)咲楽 代表取締役 高橋祐一氏

■ 支援概要/テーマ

- 宿泊プラン企画・開発に係るサービスコンテンツブラッシュアップ、イベントメニュー開発支援
- 館内掲示物、販促ツールなど内容とデザインディレクション、自社HPブラッシュアップ
- ネットエージェント施策の強化

支援成果

■ インターネット予約の強化

- 折り込みチラシの企画、デザイン、訴求ポイントの整理、改善
- 自社サイトのブラッシュアップ
 - ✓ TOPページの画像変更
 - ✓ グローバルナビゲーションの順番変更
 - ✓ 客室ページから予約ページへの導線追加



■ ネットエージェントの販売強化

- 主要ネットエージェントのサイトコンテンツ、デザイン、情報量の整理など、見直し・改善
- SNSなどによる情報発信方法の改善
- 掲載する施設、周辺情報の整理、画像修正



支援先: (株)長根商店

支援テーマ: 販路拡大・プロモーション強化

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県洋野町に所在するキノコ栽培・加工・製造販売

■ 支援専門家

- 元気化研究所 代表 佐藤和也氏
- ツタワル 代表 神山彰弘氏

■ 支援概要/テーマ

- 新商品の販売計画の策定(ターゲット選定、販売チャネル明確化)
- 新規販路開拓のための営業力強化(価値が伝わる営業ツールの作成方法・使用方法の指導)
- 販売支援ツールの企画・開発(コンセプト整理など)

支援成果

■ 商品価値(販売価格)を下げず、新規販路拡大

- ターゲット、販売ルートを明確化
- 新規取引先へのアプローチ方法を助言・指導、飲食店の新規商談先10件獲得
- 「価値の伝わる営業ツール」作成、飲食店の新規取引3件成立

■ 業務改善における情報共有体制の整備

- 「営業得意先様ヒアリングシート」、
「業務改善情報共有シート」の導入サポート



■ 企業や商品の価値訴求力の強化

- 販売チャネルに沿った販促ツール作成
- 「企業理念」、「製品開発思想」などを整理、ホームページのブラッシュアップ



支援先:陸前高田まちなか出店者会

支援テーマ:商店街運営体制の構築

支援概要

■ 企業概要

- 陸前高田市まちなかエリアは、平成29年に「アバッセたかた」、「まちなかテラス」等の周辺商業施設が開業

■ 支援専門家

- (株)ジオ・アカマツ 取締役開発本部長 加茂忠秀氏

■ 支援概要/テーマ

- 組織形態、管理規約、会費等の内容に対して助言・指導により持続的な組織体制の構築
- 継続的に運用できる事業計画、まちなかマップの策定
- 陸前高田の効果的な販促、情報発信の方法について助言、指導

支援成果

■ 組織体制の構築

- 管理規約案の策定、まちなか会としての理念や活動方針を整理

■ 事業計画書

- 【にぎわい創出委員会】【まちゼミ委員会】【環境委員会】【広報委員会】の4委員会を組織し、設立総会資料を作成

■ まちびらきに向けた取組

- 既存のまちなかマップのブラッシュアップ
(まちづくり協働センターと協業)

■ 運営・管理計画の策定

- まちゼミに係る収支予算結果、来年度予測の議論、項目の見直し・整理、取組事業の将来的な進め方に関する助言・指導

■ 共同販促や情報発信体制の強化

- まちのにぎわい創出、魅力向上のため、継続的な集客・情報発信・コミュニティ形成 SNS活用、地元メディア活用の助言 など



支援先:農事組合法人 鶴飼酪農生産組合

支援テーマ:新商品開発、販促ツール制作

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県軽米町上館で乳製品の加工製造を手掛ける鶴飼酪農生産組合

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資氏

■ 支援概要/テーマ

- チーズ製品を大黒醤油製の味噌で漬けたチーズ加工品「ひめがもりチーズの味噌漬け(仮称)」の基本仕様を開発
- ターゲットユーザーに対して試作品の試食及びネーミング、パッケージデザイン、価格などの受容性と改善点などを調査し最終ブラッシュアップ など

支援成果

■ 新商品『五穀味噌チーズ』の開発

- 「自分の健康も家族の健康も気遣う40~50代女性層」をターゲットに『五穀味噌チーズ』を開発

■ 安定生産に向けた取組

- 全行程が手作りのため温度・時間等の品質・生産管理を指導



■ 自社サイトの公開

- 姫ヶ森牧場としてのサイトを制作し、新商品(裏面)のQRコードから自社サイトへ誘客も強化



支援先:(株)海楽荘

支援テーマ:新規事業(観光業)立案・構築

支援概要

■ 企業概要

- 東日本大震災後の2014年7月に開業の岩手県大船渡市にある温泉旅館

■ 支援専門家

- (株)インバウンドアウトバウンド仙台・松島 代表取締役 西谷雷佐氏

■ 支援概要/テーマ

- 観光商品の開発に向け、①地域資源の「発掘」、②発掘した資源の「磨き上げ」、③地域内の関係する事業主を巻き込み、④観光商品として「商品化」し、⑤その商品特性からより効果的な「販売」方法を選定・実施に関する助言及び指導
- 旅行業取得に関する助言・指導

支援成果

■ 観光商品の造成

- 地域観光コンテンツを発掘し磨き上げ、観光商品として「日の出見学&穴通船体験ツアー」及び「地域連携ツアー」を造成
- 地域内連携商品「大船渡の暮らしぶり体験ツアー」を造成
- 宿泊パックとして、「子どもの自由研究」「大人の自由研究」宿泊パックなど新規宿泊プランの検討
- FacebookなどSNSを活用した情報配信方法を強化



支援先:石村工業(株)

支援テーマ:ブランド・ECサイトのブラッシュアップ

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県釜石市に所在し、省力化機械の開発・設計、木質燃料ストーブ製造販売などを手掛ける

■ 支援専門家

- ドリームスパイス 代表 阿部亮氏

■ 支援概要/テーマ

- 企業サイト・ブランドサイト・ECサイトの役割を明確化し、コンテンツ見直し、コーディングチェックなどのブラッシュアップを実施
- Web販売計測の基準作り(コンバージョン数値算出、既存ユーザーとの関係を再構築)
- 広告展開の実施:PPC広告及びSNS広告の実施 など

支援成果

■ Webサイトのブラッシュアップ

- 企業サイト・ブランドサイト・ECサイト共に、改善を行い、保有3サイト間にて連携できる仕組みを構築
- アクセスユーザーがどのページに着地しても、ECサイトへ向かう道筋を構築
- 商品コンセプトの整理、掲載コンテンツ(含む写真など)を整理し、訴求力の高いサイトを設計し、ユーザーの情報探索負荷を軽減

【企業サイト】



【ブランドサイト】



【ECサイト】



支援先:(株)ひろの屋

支援テーマ:原料改良、運営効率化

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県洋野町に所在し、北三陸わかめ、海藻等の減量・魚介類の卸などを行う海産物問屋

■ 支援専門家

- アイ・ドウ国際特許事務所 代表弁理士 井戸篤史氏

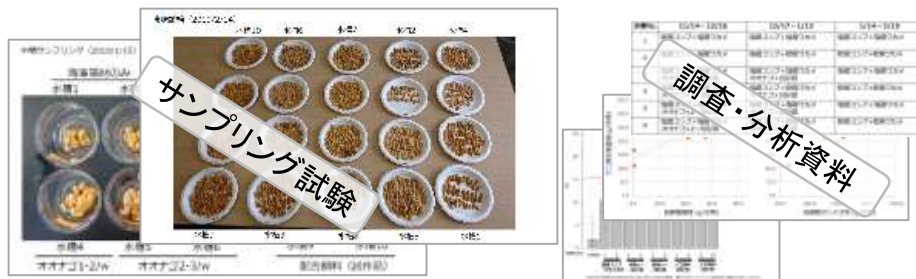
■ 支援概要/テーマ

- 三陸地域で安価で安定的に入手でき、且つ効率的な育成が可能な原料の選定・調達手法の確立
- 複数の飼料条件を設定した飼育試験の実施、複数の飼料条件を設定した飼育試験、商品歩留(最低15%)と飼育試験から、最適な蓄養条件を明らかにし、品質強化を図る

支援成果

■ 養殖ウニ育成に係る原料調達・運営体制の強化

- 新商品・養殖ウニのコンセプトの明確化、効率的な育成が可能な原料の調査及び特定
- また、短期間で商品化が可能な最適な飼料条件の明確化
 - ✓ 養殖ウニ開発のための外部調査の実施
 - ✓ ウニ給餌試験による養殖条件の検証
 - ✓ 養殖ウニの事業性検証に係るコスト構造の分析、コスト管理法の確立、運営・管理体制の整備
- 商品化可能な養殖ウニは、2-3ヶ月の給餌期間で調達可能
- 品質の高い養殖ウニを得るために必要な飼料を組成 など



支援先:(株)ナカシヨク

支援テーマ:既存商品のブラッシュアップ

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県上閉伊郡大槌町に所在し、イカリング、サンマ・サバの竜田揚げ等の中食を製造販売

■ 支援専門家

- ライズエイジングコンサルティング 代表 宮崎秀和氏

■ 支援概要/テーマ

- 既存商品「わかめから揚げ」の現状分析、提案方法の助言、商品説明資料の整備、販売促進に使用できるレシピ開発及び製作(レシピ開発6点)、商品の食べ方、シーン等の提案
- 「わかめから揚げ」常温商品及び冷凍商品としてのブラッシュアップ(外部工場と連携)

支援成果

■ 販売促進に係る助言・指導

- 商品のアピールポイントを整理し、ターゲット・コンセプトを明確化
- 商品企画書や商品紹介資料などの作成

■ 商品の調理の仕方・食べ方提案

- 外部の料理研究者と連携し、商品パッケージのブラッシュアップ、わかめの唐揚げの調理プロセス、食べ方などの販促ツール制作



■ 冷凍・常温商品の商品化に向けた取組

- 内容量、容器設定、商品ラベル及び一括表示などのアドバイス
- 外部製造工場と連携し、試作開発を実施し、最終消費者に販売できる状態までブラッシュアップ



支援先: 広田湾遊漁船組合

支援テーマ: 商品のブランド力向上

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県陸前高田市に所在する遊漁船組合、遊魚と観光などを通して広田湾の漁業に対する理解促進、情報発信することを目的

■ 支援専門家

- 合同会社ホームシックデザイン アートディレクター 清水真介氏

■ 支援概要/テーマ

- 実地調査とヒアリングを重ね、商品に合ったパッケージデザインの企画・開発
- 第三者機関の調査を行い、成分分析を行い、魅力的な商品作りに生かす
- パンフレット、ポスターなど、商品を伝えるツールの提案と作成

支援成果

■ 商品ロゴ、パッケージ制作

- ターゲットを明確化し、訴求力のある商品ロゴ、パッケージ制作
- 商品リーフレット、商品カルテなどの販促ツールの企画・制作

■ 新商品プロモーション

- デザインお披露目イベントなどの開催により、地元メディアを中心に新商品PRを実践

【ストーリーブック】



支援先: 高田大隅つどいの丘商店街／(一社)SAVE TAKATA

支援テーマ: 商店街構想の策定

支援概要

■ 企業概要

- 岩手陸前高田市に所在し、震災前から市内で営業していたお店や事業所が中心となり、2012年6月にグランドオープンした商店街

■ 支援専門家

- まちづくりLand for Next Generation 代表 伊藤大海氏

■ 支援概要/テーマ

- 施設持続性を高める商店街発展構想策定
 - ✓ 発展方向性の検討・発展課題の明確化、構想案策定
- オフィス機能効率化と集客性強化の複合拠点整備構想策定
 - ✓ 構想案・取組スケジュール策定

支援成果

■ 高田大隅つどいの丘商店街構想の策定

- 持続的なテナント入居による収支の安定化を図るべく、関係者の意向や事業環境を整理し、言葉と図面を持って見える化し、今後の方向性として取りまとめ・作成

■ コワーキングスペース整備構想の策定

- 高田大隅つどいの丘商店街の核テナントとして位置付けられ、イメージをリードするだけでなくキーになる事業者を集める場として機能する coworking space に関する構想書を作成

商店街構想



coworking space 構想



図面



支援先:岩手阿部製粉(株)

支援テーマ:原価管理体制の構築

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県花巻市に所在する「芽吹き屋」ブランドにて、和洋菓子を製造販売

■ 支援専門家

- (株)J-TAPアドバイザー 代表取締役 片寄学氏

■ 支援概要/テーマ

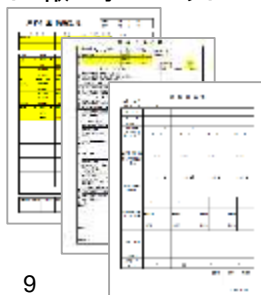
- 現状の製造体制や製造日報に関わる分析、日報フォーマット作成
- 上記日報フォーマットの試運用体制の構築、製造部全体としての管理指標の設定
- 入力した日報→月次集計の仕組みを構築し、工程別月次生産性が把握できるフォーマット作成

支援成果

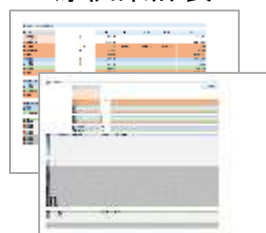
■ 計数管理体制のしくみ構築

- 製造工程の内容・手順、生産性指標などの現状調査を行い、工程別日報、製品群別日報、原価管理表を作成
- 日報フォーマットの入力方法や留意点などの助言・指導により、日報フォーマットの運用・管理体制を構築
- 原価管理フォーマットの要件定義を実施し、製品別原価管理フォーマットを作成

日報フォーマット



原価集計表



製品群別日報



支援先:(株)八木澤商店

支援テーマ:商業施設計画・体制構築

支援概要

■ 企業概要

- 岩手県陸前高田市で、1807年(文化4年)創業、醤油・味噌の製造販売(調味料やスイーツなども開発・販売)

■ 支援専門家

- (株)ジオ・アカマツ 取締役開発本部長 加茂忠秀氏

■ 支援概要/テーマ

- 収支計画に見合った事業運営ができるよう、施設計画や体制に関して提案、指導、助言
- 共同店舗施設設計に関わる提案、指導、助言
- 施設計画を進めるにあたって出店テナントを早期に決定するべく、募集条件や出店基準等、また補助金活用等の提案、指導、助言

支援成果

■ 事業計画のブラッシュアップ

- 商圏やターゲットを再検討・再設定し、施設コンセプトを明確化
- 継続的な運営を実現に向けた施設規模、共用部の考え方などを再整理し、事業収支を組み直し

■ 施設計画のブラッシュアップ

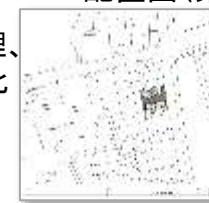
- バリアフリー、ローコスト等、開業後の運営に関しても考慮した計画となるよう調整

■ テナント募集の強化

- 募集方法や条件設定の整理、補助金の活用方法の定着化



配置図(案)



平面図



支援先:(株)仙台買取館

支援テーマ:新商品開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県仙台市に所在、チケット・ブランド・貴金属等の買取及び販売 着物リメイク品の販売

■ 支援専門家

- DOROTHY VACANCE 代表 中山彩乃氏

■ 支援概要/テーマ

- 現在、商品開発を進めている「バッグ」「ワンピース」など商品化
- 商談会・展示会用に以下の販促ツールを整備
- 自社HPのブラッシュアップ
- 秘密漏洩・模倣の防止、業務提携に係るリーガルサービスの活用

支援成果

■ 新商品開発

- メインターゲットを整理・明確化し、20～40代女性対象にした「女性用ワンピース」、アロハシャツ製作で出る着物の端切れを有効活用した「(男女兼用)バック」を開発



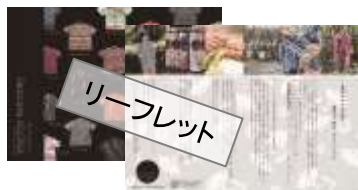
■ 商談会・展示会向け販促ツール整備

- デザインリーフレット、ブランドリーフレット、商談会用プレゼン資料などの販促ツールを制作、展示会実施など



■ 自社Webサイトのブラッシュアップ

- 商品コンセプト・ストーリーを整理コンテンツ制作、デザイン設計、多言語対応等により訴求力強化



支援先:(株)TMC

支援テーマ:生産性向上に向けた基盤づくり

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県山元町にて各種工作機械販売と金属加工品を受託生産

■ 支援専門家

- 積水化学エンジニアリング(株) 名倉太一郎氏

■ 支援概要/テーマ

- 経営目標見える化し、従業員が改善意識を持つ体制・基盤作り(生産性110%&単品加工事業)
- 見える化⇒見せる化とし、数字を共通指標として認識の共有化
- 標準化した手順を徹底した現場・現物・現実・原理・原則の5ゲン主義でスパイラルアップ

支援成果

■ 会社としての基盤づくり

- 組織と就業規則開示・作成、年間行事作成と周知、定期会合設置

■ 改善事例100個つくる過程で改善の芽生え・醸成

- 会社全員が整理整頓活動(2S活動)への参画、作業改善
- 「チェンジ100」を掲げ、支援期間中に50事例を達成

チェンジ100

■ 主製品の生産性向上

- モデル製品工程にて
生産性向上135%アップ、
既存製品工程2ラインへ
横展開を実践中



■ 管理会計の導入

- 損益管理の仕組みの導入、
事業推進計画の策定など



支援先:(株)椎彩杜

支援テーマ:新商品開発・販促ツール制作

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県南三陸町に所在の菌床栽培椎茸の生産・加工・販売

■ 支援専門家

- (株)パイロットフィッシュ 代表取締役 五日市知香氏

■ 支援概要/テーマ

- 規格外の椎茸を使った調味料(椎茸醤油・椎茸万能調味料)開発
- 他社との差別化を図るための椎彩杜のロゴデザインの開発、ロゴデザインを活かした、統一感のあるパッケージデザイン
- 販促物やリーフレットなどの作成

支援成果

■ 規格外の椎茸を使った新商品開発

- 規格外の椎茸で出汁を引いた「しいたけの出汁しょうゆ、しいたけの洋風ソース」の商品化

■ ロゴデザイン開発、リーフレットなど販促ツール制作

- 椎彩杜のオリジナルロゴデザインの開発
- 商品ラベルデザインの開発・作成
- 既存商品「炊き込みご飯の素」のパッケージリニューアル
- 販促物「のぼり、ミニのぼり、タペストリー、テーブルクロス、エプロン」作成
- ロゴデザインを活かしたリーフレット制作



商品ラベル



リーフレット



タペストリー



のぼり

支援先:(株)石井商店

支援テーマ:生産性向上

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県塩釜市(本社)に所在(工場は東松島市)し、焼海苔・味付海苔を製造販売

■ 支援専門家

- 渡辺技術士事務所 代表 渡辺芳照氏

■ 支援概要/テーマ

- 生産工程の改善として、「焼海苔+味付海苔」工程をモデル工程とし、改善基本ステップ(現場実態把握→改善案作成→現場実践)の実現
- 生産工程の改善で標準化された基本データ(必要要員数、時間当たり生産能力 等)を基に、週次日程計画作成の仕組みづくり

支援成果

■ 主力商品の製造工程改善

- 品質チェック方法の明確化、時間の確保を大前提に作業を標準化
- 作業の効率化による、少人化(▲2.5人)
- 外部冷凍庫保管費用の削減(CD:約50万/月)
- パラレル生産方式の導入による生産能力増強、需要対応力増強

■ 計画重視の生産体制づくり

- 週間日次生産計画表の作成、生産計画の現場“見える化”を実現

■ 職場環境の改善

- 整理・整頓の推進と、現場作業者の“ゆとり”づくり

■ 人材育成

- 改善の成功体験により、改善推進・実践リーダーを育成



支援先:本吉スーツ(有)

支援テーマ:新商品開発・販路開拓

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県気仙沼市に所在のカットリンキング(反物×ニット)技術を強みとし、婦人服縫製・販売

■ 支援専門家

- (株)アイベックス 代表取締役 永森達昌氏

■ 支援概要/テーマ

- 春夏物の製品開発に向けた、マーケットトレンド調査、試作品のデザインを制作、作製サポート(資材選定、パターン作製～縫製・刺繍～品質チェック等のサポート)などの助言・指導
- 専門家ネットワークを活用した、国内主要な小売店やアパレルへ販路開拓

支援成果

■ 製品開発

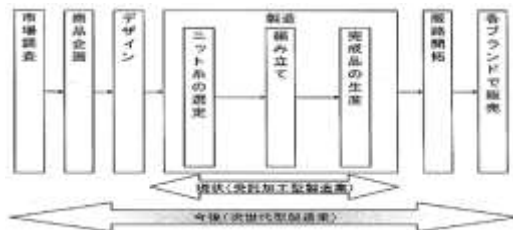
- カットリンキング技術(ニット特有の縫製技術)を活かし、ファッショントレンドに合わせてリファイン(精製)した試作品の製作

■ 販路拡大

- 大手百貨店・主要アパレルメーカーへのサンプル品の提示、商談実施
- 小売店側の評価を得るには至らなかったが、改善点を明らかにし、今後のデザインをチューニング



試作品



支援先:(株)ラポールヘア・グループ

支援テーマ:情報発信力強化

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県石巻市に本社をおき、東北を中心に美容室を直営およびFCを展開

■ 支援専門家

- アジュアスカイコンサルティング 代表取締役 宮口直也氏

■ 支援概要/テーマ

- サロンのストアコンセプトの明確化、ターゲット顧客層に向けて提案化したメニューを再検討
- FC加盟店開拓について、名称を含めて情報発信ルートを再検討
- 読み手を設定し、営業力、採用力を高める

支援成果

■ 成長加速に向けた訴求力の向上

- 次なるステージ、「2025年に100店舗、雇用創出1,000人」という目標設定に対して、その基盤を整備
- 「新しい雇用の創出を目指していること」、「ライフステージに合わせて働ける美容室であること」、「シフト制で家庭と仕事の両立ができること」について整理・前面に訴求

■ Webサイトのリニューアル

- 専用ページを開設し、お問合せ、資料請求、申込等のレスポンスにつなげる導線を設定
- 会社設立の背景、社会課題の解決などの理解浸透により、ターゲット層からの一定の評価、Web経由の求人応募、FC資料請求などが増加
- 多言語対応 など



支援先:(株)二幸(バーデン家壮鳳)

支援テーマ:新商品開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県蔵王町の遠刈田温泉郷(開湯約400年)にある温泉旅館

■ 支援専門家

- ハンズバリュー(株) 代表取締役 島田慶資氏

■ 支援概要/テーマ

- 販路拡大に向けた顧客分析、施設コンセプトの再設定、自社HPコンテンツの充実化、SNS情報発信力強化によるアクセス改善、ネットエージェントの活用戦略立案などの実施
- 新規宿泊プランの企画立案、テストマーケティングの実施、業務効率の最適化 など

支援成果

■ 魅力再発見、豆腐メニューの開発

- 総合的な食事メニューを見直して、自社の強みが活きる豆腐メニュー及び蔵王高原野菜を中心とした料理に再編成



豆乳スイーツ



夕食メニュー

■ 新規宿泊プランの造成

- 「蔵王自然体験」などの体験型宿泊プランの造成



■ インターネット集客の強化

- スマートフォンに対応した予約システム導入により予約数が増加
- 宿泊・物販売上が前年同月対比(2019年2月)180%程度を達成



支援先:宮城県漁業協同組合 唐桑支所

支援テーマ:新商品開発・販路拡大

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県気仙沼市唐桑地区に所在し、信用・共済・販売・購買などの事業を実施しており、海産物の加工販売にも取り組んでいる

■ 支援専門家

- (株)FMS総合研究所 代表取締役 三輪宏子氏

■ 支援概要/テーマ

- 販路拡大施策として、仙台市内のターゲットとなる物販店舗、飲食企業への提案営業支援、首都圏の候補店舗の視察～分析～提案営業支援、取引条件交渉支援、自社HPリニューアルなど
- 商品開発として、パッケージデザインの改善、既存&新商品の試食評価～改善などを実施

支援成果

■ 新商品開発

- 「赤皿貝のはま焼き、かば焼き」新商品開発
- 試食品評会の実施、商品パッケージ製作
- 委託製造先との関係強化、販売先ニーズを前提とした商品開発提案手法の定着



■ 販路開拓・ネット販売強化

- 首都圏、宮城県内の総合商社、飲食店などへ商品提案など実施
- 自社HPに赤皿貝のランディングページを追加し、赤皿貝の認知度向上、ネット販売を強化



支援先:三陸飼料(株)

支援テーマ:効率化・生産性向上

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県気仙沼市に所在、魚市場や水産加工業者から出る残滓を処理し飼料を製造

■ 支援専門家

- 南国興産(株) 代表取締役 弓削昭男氏

■ 支援概要/テーマ

- 品質向上に向け、ドライヤー(ミルクーラー)出口から最終製品までの必要な設備の助言・指導
- 品質管理体制の構築に向け、配合飼料メーカーや養殖業者等への販売を前提とした品質管理体制の提案、現場研修などを実施

支援成果

■ 品質向上に向けた品質管理体制の構築

- 魚粉を配合飼料メーカーや自家配養殖業者へ直接販売できるレベルにするために必要な、設備の考え方・運営管理方法の習得、内部統制を意識した品質管理体制の構築
- 品質管理業務に係るマネジメントシステム計画書、作業手順書、業務フロー図、各種管理台帳の作成
- 品質管理体制、運営管理方法などに関する勉強会実施



支援先:(株)遠藤商店(ホテルニューさか井)

支援テーマ:メニュー開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県石巻市鮎川浜にある宿泊施設

■ 支援専門家

- (株)女将塾 代表取締役社長 三宅大功氏

■ 支援概要/テーマ

- 牡鹿半島の素材を活かしたオプションメニューの開発
- 当社アピールポイントを整理し、HPのコンテンツ・掲載写真コンテンツなどのブラッシュアップ
- 社員間のコミュニケーションを円滑にするため、全社員を対象としたコミュニケーション研修の実施

支援成果

■ 料理コースの見直し・改善

- メニュー改善により料理コースの見直し、売りを明確化
- 団体・個人別のコースを設定し、販売・仕入管理の効率化



■ ネット販売強化

- デザイン刷新による魅力訴求の向上
- レスポンス対応(スマホ対応)
- 予約動導線の強化
- ネットエージェント、自社Webの改善方法の定着



支援先:ダイショウ水産(株)

支援テーマ:新商品開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県石巻市に所在、三陸産の原料にこだわった水産加工を製造販売(代表商品「伊達なきんき」など)

■ 支援専門家

- ブレイントラストアンドカンパニー(株) 代表取締役 大志田典明氏

■ 支援概要/テーマ

- 小売り仕様でのラインアップ訴求の実例版として、複数魚種を組み合わせたセットを新たに開発する
- 魚種セットを産直マルシェへ出店しテスト販売、ダイレクトに最終消費者へ自社ブランドを訴求
- 品評会・商談会等に出展し総合リーフレットを活用

支援成果

■ 新商品開発、展示会出展

- 複数魚種を組み合わせたセット「伊達な御魚味比べセット」を開発、テスト販売を完了し、提案サンプルを出荷可能な状態
- 産直マルシェ「伊達美味マーケット」・「石巻復興フード見本市」へ出店し、テスト販売実績を販路提案活用



伊達美味マーケット出店 石巻復興フード見本市 伊達な御魚味比べセット

■ ギフト取り扱い訴求に向けた販促ツール制作

- 各魚種特徴を踏まえた食べ方提案をセットにしたリーフレット作成



支援先:(株)丸光製麺

支援テーマ:Webサイト強化・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県気仙沼市に本社、岩手県一関市に工場があり、生麺・茹麺(うどん・日本そば・中華麺・蒸し麺など)を製造・販売

■ 支援専門家

- ドリームスパイス 代表 阿部亮氏

■ 支援概要/テーマ

- 新規ユーザー獲得の視点から企業サイトの役割を再認識し、その内容に沿った改善を実施
- ECサイトにおいて、企業サイトからの着地ページをすべて改善
- SEO対策を強化し、社内での順位確認の体制を構築

支援成果

■ 自社HP・ECサイトのブラッシュアップ

- 商品の連携や、商品訴求の魅せ方改善、スマートフォン対応
- モバイル専用カートシステムを導入し、購入フローを強化

■ プロモーションツール制作

- QRコードの設置によるスマートフォン誘導
- 季節感を無くするためにキャッチコピー改変
- 発送体制整備、マニュアル作成など



支援先:(株)さんりくみらい

支援テーマ:マーケティング・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県気仙沼市に所在、藤田商店、(株)MCF、(株)カネヒデ吉田商店の3社合併で設立、三陸産の水産物・加工品の製造販売

■ 支援専門家

- (株)コミュニナ マーケティング・ディレクター 笠間健氏

■ 支援概要/テーマ

- 年間販促計画をベースにしたマーケティングプラン策定(「年間販促カレンダー(歳時記)」作成)
- キャンペーン向けレシピの提案と宣材(写真)確保
- 冬商戦用キャンペーンチラシ、バリューカードなどのデザインツールの制作、DM活用したプロモーションテストの実施

支援成果

■ マーケティング戦略の策定

- 現状の売上分析結果による販促計画などの作成
- 食材カレンダー機能を付加した販促カレンダー「歳時記」を作成
- キャンペーン用レシピ3種類
 - 春ギフト(わかめのしゃぶしゃぶ及びブイヤベース)
 - 夏ギフト(海鮮BBQ及びウニ味噌おむすびのお出汁)
 - 冬ギフト(牡蠣のオイル煮)



■ 販促ツール制作

- 三陸未来リーフレット、DMチラシ、レシピカード封筒など販促ツール制作



支援先:(株)白松がモナカ本舗

支援テーマ:販売店舗運営体制の強化

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県にて最中を主力商品とする老舗の和菓子製造販売

■ 支援専門家

- ジャイロ総合コンサルティング 取締役会長 西村伸郎氏

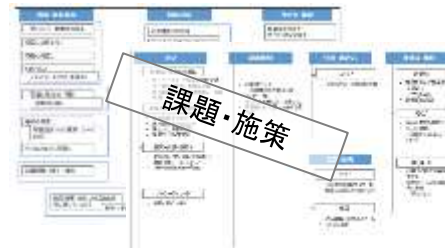
■ 支援概要/テーマ

- 店舗運営の問題点・課題を抽出・共有化、課題解決方法の立案・実行フェーズへの移行
- 売上向上に結びつく販促策を立案、各店舗、あるいは実験店舗にて実行、新商品開発の仕組み・体制・役割分担、あるいはプロセスを集約化 など

支援成果

■ 売上拡大につながる施策立案と実行

- 販促策・接客の改善手法の確立
- 新商品開発の仕組みを構築
- 在庫切れ・ロス率の改善
- 顧客向けサービス(DM、サービス品提供など)
- スタッフの意欲向上



■ 店長の経営改善意欲の向上

- 各店舗別に今後の1年間の売上目標・施策の設定から、具体的改善策の策定



支援先:石川食品(株)

支援テーマ:生産性向上・効率化

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県東松島市に所在、調理済食品の製造販売(代表商品として、野菜の煮物などの「うま煮シリーズ」)

■ 支援専門家

- 渡辺技術士事務所 代表 渡辺芳照氏

■ 支援概要/テーマ

- “モノの流れ”ムダ排除による工程間の連結性改善、生産スピードの適正化、生産能力の増大
- “人の動き”のムダ排除による、作業のムダ排除、標準作業の設定、作業負荷の軽減/平準化、日程計画作成の仕組みづくり
- 現場改善及び生産管理の管理者育成

支援成果

■ QCD(品質・コスト・納期)性能の向上

- 仕込み工程ハブリング機の改良及び異物除去システムの再構築により異物除去効果が大幅に向上
- 異物混入クレームが大幅に削減
- 工程間及び計量室内の一次滞留仕掛在庫を大幅に削減

■ 工程進捗管理の充実化

- 製造進捗標準タイムスケジュール表の活用で、工程管理者及び各作業者による作業進捗管理が出来る体制を構築
- 改善の成功体験により、改善推進・実践リーダーを育成



支援先:丸信水産(株)

支援テーマ:HACCP導入支援

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県石巻市に所在の水産加工業者・廻船問屋

■ 支援専門家

- (有)フジタ企画 代表 藤田八束氏

■ 支援概要/テーマ

- HACCP導入指導
 - ✓ HACCP方式施設設備管理運営システム導入
 - ✓ 製造管理システムに必要な施設の改善指導
 - ✓ HACCP方式のシステム管理運営導入
 - ✓ 製造管理システム運営管理の帳票類作成、教育訓練の実施

支援成果

■ HACCPシステム導入に向けた仕組みづくり

- 施設(ハード面)の図面、製品・資材のフロー図などを作成、加工機械などを再配置
- 一般的衛生管理(SSOP)において必要書類の整備
 - ✓ 作業マニュアル(清掃マニュアルなど)
 - ✓ 衛生管理日報など衛生管理帳票類の整備
- 効率的運営に向けた体制構築
 - ✓ 製品毎製造フロー、製造管理表、職務分担表などの作成
 - ✓ 作業従事者への教育・訓練の実施



支援先:(株)バンブーファクトリー

支援テーマ:ブランディング・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県石巻市に所在し、竹の用途開発、竹の活性炭を製造販売

■ 支援専門家

- (株)トビーノ 代表取締役 西岡健太郎氏

■ 支援概要/テーマ

- 自社、及び自社商品のブランド力向上、自社ホームページ構築
- 一般消費者向け商品販売のECサイト構築
- 新商品である「竹の活性炭」のリーフレット制作
- 研究中の商品「ミネラル堆肥」の開発支援(マッチング支援) など

支援成果

■ ブランディング・販促活動に必要なツール整備

- シンプル且つ求心力・インパクトがあるWebサイト(自社・EC)の構築
- 「竹の活性炭」のリーフレット制作



■ 「ミネラル堆肥・竹活性炭」の商品開発支援

- 石巻市の水産加工業者と連携し海鞘(ホヤ)の殻(原料)の提供など協力体制を構築



■ 販売戦略の策定

- 各事業の販売戦略を検討、今後3年間の売上目標を策定

支援先:(株)こだま

支援テーマ:商品・販売力強化

支援概要

■ 企業概要

- 宮城県仙台市にある創業70年のどら焼きの製造販売会社

■ 支援専門家

- アジュアスカイコンサルティング(株) 代表取締役 宮口直也氏

■ 支援概要/テーマ

- これまでの歴史、こだわり、想い等を整理し、お客様へ刺さるコンセプトを再構築
- コンセプトを踏まえて新旧ロゴを比較し、必要に応じて修正し、これからの使い分け等について検討し、商品と売り場へ反映
- 上記を踏まえたWEBサイトの修正

支援成果

■ 商品力・コンセプトの整理

- 提供価値を再整理し、「仙台名物」、「仙台で70年」というストーリーで深みづけし、販売メッセージの訴求力向上



■ 販売力・メッセージ発信力強化

- 商品パッケージ、紙袋等のデザインを変更し、商品パッケージ、化粧箱、紙袋など、販促ツールをブラッシュアップ



■ WEBサイトリニューアル

- コンテンツ・デザインをリニューアルし、SNSとの連携で販売拡大を図る施策についてテスト運用を実施



支援先:A家食堂

支援テーマ:プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 福島県いわき市で沖縄そば・料理をメインとした、沖縄居酒屋スタイルの飲食店

■ 支援専門家

- (株)パイロットフィッシュ 代表取締役 五日市知香氏

■ 支援概要/テーマ

- 安定した売り上げのベースを創っていくため、沖縄料理のお店をターゲットにした、業務用販売ツールの制作
- A家食堂の沖縄そばの認知度を高めるために催事やイベント、商談会への出店

支援成果

■ プロモーション強化

- 統一感のある販促物一式の制作
- お店の紹介、沖縄料理への想いやこだわり、沖縄そばをまとめて紹介できるリーフレットの作成
- 販促ツールとして、のぼり、ミニのぼり、タペストリー、テーブルクロス、エプロンなども制作



支援先:(有)おのづか食品

支援テーマ:新商品開発・ブランディング

支援概要

■ 企業概要

- 福島県いわき市にある業務用食品製造販売の専門メーカー

■ 支援専門家

- ライズエイジングコンサルティング 代表 宮崎秀和氏

■ 支援概要/テーマ

- 当社オリジナルブランド商品の開発に向け、競合商品調査、ターゲットニング、ポジショニングを行い、ブランドコンセプトを設計
- 試作品「カツオフレーク」のブラッシュアップと「煮魚」についてはアイテムの絞り込み、包材選定、ラベルデザイン、包装などディレクション及び設計

支援成果

■ 新商品開発

- 「かれいの煮付け」「さばの麹味噌煮」「さばの生姜煮」「天然ぶりの煮付け」「かつおぶっかけ飯の素」「かにかまステーキ」商品化

■ ブランディング

- ターゲットを明確にし、商品コンセプトをブラッシュアップ

■ 販促ツール制作

- ブランド化を行うために、当社のオリジナルロゴ、商品シリーズ化、ラベルデザイン、販促物の完成



支援先: 鈴栄商店

支援テーマ: プロモーション・販促強化

支援概要

■ 企業概要

- 福島県南相馬市にて活魚・鮮魚の出荷、ちりめん加工販売

■ 支援専門家

- (株)コミュニナ マーケティング・ディレクター 笠間健氏

■ 支援概要/テーマ

- ブランドツール開発において、ABC分析等の売上分析を行い、ブランドラインナップ構想の策定
- 地元食材とコラボした佃煮バリエーションの試作開発
- 直営店舗または将来の首都圏展示会等に活用可能なのれんデザイン、バリューカード制作など

支援成果

■ ラインナップ体系の整理

- レシピ4種の開発

- ✓ ちりめんと枝豆のバルサミコ焼きリゾット
- ✓ 生麩の揚げ出しみぞれねぎじゃこのせ
- ✓ たっぷり温野菜
- ✓ しらすパーニャカウダディップソース
- ✓ 釜揚げしらすと雪菜の卵とじ



■ 販促・ブランドツール制作

- ブランドロゴの開発
- リーフレット企画・開発
- 自社HPのブラッシュアップ



支援先: 浜風きらら(株)

支援テーマ: 商業施設運営の効率化

支援概要

■ 企業概要

- 福島県いわき市にある平成29年4月20日オープンの商業施設

■ 支援専門家

- 筒井企画事務所 代表 筒井光康氏

■ 支援概要/テーマ

- 商業施設運営に係る諸業務の効率化、アウトソーシング、簡易システム化等の改善施策の検討・策定
- 施設運営に関し、地方自治体等の各種補助事業の活用に関する助言・指導
- テナント誘致の呼びかけ、経常的なテナント誘致ネットワークの構築に関するアドバイス

支援成果

■ 効率的な管理運営体制整備

- 「意見交換会」「ワークショップ」を実施することにより、「浜風きらら」に対する地域の要望を確実に把握
- 「意見交換会」「ワークショップ」から導き出された地域連携強化のテーマを受けての、「浜風きらら」の喫緊の課題「大型空区画解消」は「NSC協議会」他との連携強化により、事業展開の方向性を協議・決定



支援先:(株)東京菊池商会

支援テーマ:新商品開発・マーケティング

支援概要

■ 企業概要

- 福島県田村市に所在、明治43年創業の味噌醸造機械 食品機械 製造・販売

■ 支援専門家

- (株)日本能率協会コンサルティング コンサルタント 池田裕一氏

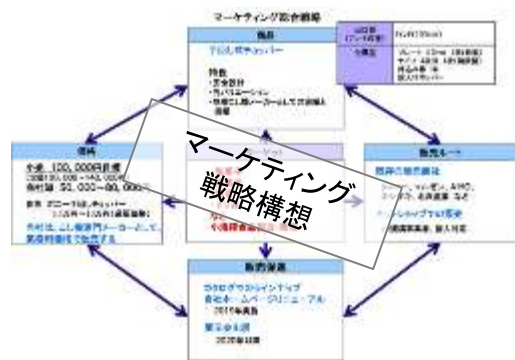
■ 支援概要/テーマ

- 飲食専門家等へのヒアリングによるニーズ収集、類似特許(実用新案を含む)調査の実施
- 新商品開発に向け、顧客ターゲットの設定、他社品調査による独自性、差別化ポイントの検討、既存商社への聞き取りを通じた販売方法の検討と評価、アプローチ方法の検討

支援成果

■ 新商品開発

- 類似品調査、特許調査、飲食専門家によるニーズ確認などにより顧客ターゲットと差別化ポイントを明確化し、製品試作品を作成
- 価格、販路、プロモーション手法の定着化、構想立案



支援先:(株)小高ワーカーズベース

支援テーマ:自社ブランド立ち上げ

支援概要

■ 企業概要

- 福島県南相馬市にある避難区域初のコワーキングスペースの管理運営(2014年5月にオープン)

■ 支援専門家

- HARIOランプワークファクトリー 主任 若鍋佳子氏

■ 支援概要/テーマ

- 「iriser(イリゼ)」ガラス加工ブランド工房の立ち上げに向け、ガラス細工加工技術の技術指導
- 商品開発に係る「製品企画→図面作製→パッケージデザイン→資材手配→アッセンブル→製品販売方法(店頭/ネット販売)」の一連の流れの定着化に関する助言・指導

支援成果

■ オリジナル商品の開発

- ガラスのアクセサリ(3シリーズ 12アイテム)の新商品を開発し、当社オリジナル商品として発売開始
- ガラス管加工技術を活かしたオリジナル商品「オフショア」を発売
- ガラス管加工技術やネジリ加工技術など新しい技術の取得によりオリジナル商品を量産可能な体制を構築
- 商品企画力の向上、商品化までのノウハウの定着化



支援先:合資会社旭屋

支援テーマ:新商品開発

支援概要

■ 企業概要

- 福島県双葉郡浪江町に所在、製麺製造(なみえ焼そば認定工場)

■ 支援専門家

- (株)日本能率協会コンサルティング コンサルタント 玉井正則氏

■ 支援概要/テーマ

- 新商品開発に向け、バイヤーニーズ把握、仮想カタログ製作、試作品を持参し、質販店のバイヤーに提案し、商品評価も含め、ニーズ調査・把握
- 商品企画において、質販店バイヤー攻略後の地元量販店アプローチについても検討(有名シェフ・料理研究家)協力検討)

支援成果

■ 新商品開発

- 社内アイデアを募集、10アイデアを抽出、評価・絞り込み、「大人の休日の焼きそば(生麺タイプの焼きそば)」、「(親父の小言シリーズ)太麺ブラック焼きそば」を有望アイデアとして選定し、仮想カタログを作成
- 首都圏の質販店などへのニーズ調査に基づき、催事販売の協力など連携体制を強化
- 「大人の休日の焼きそば」を試作品段階まで開発中



大人の休日の焼きそば

支援先:(株)春光園

支援テーマ:自社ブランド立ち上げ

支援概要

■ 企業概要

- 福島県福島市にて、造園エクステリア、不動産などライフスタイルに関わる事業をオールインワンで展開

■ 支援専門家

- ジャイロ総合コンサルティング 取締役会長 西村伸郎氏

■ 支援概要/テーマ

- 不動産・リフォーム事業の(再)構築に向け、差別化ポイントを明確にし、ターゲット顧客・集客強化
- 紙媒体からネットに繋げる(誘導する)仕組み作り
- 直接的な営業、ダイレクトメール、販促チラシなど集客方法を検討

支援成果

■ マーケティング戦略の構築

- 今後の重点事業を整理し、「中古住宅を購入して、リフォームして住む」形態の事業を軸としたマーケティングプランを策定
- ネットに繋げる仕組みとして、不動産+リフォーム事業を訴求できるランディングページ(Webサイト)を構築
- また、SEO対策の持続的な実施手順の定着化



マーケティング構想

支援先:いちばん星(株)

支援テーマ:メニュー開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 福島県南相馬市にて農家民食と連携し、「カフェ」、「展示ギャラリー」、「牧場」「日帰り入浴施設」の運営

■ 支援専門家

- プレイントラストアンドカンパニー(株) 代表取締役 大志田典明氏

■ 支援概要/テーマ

- カフェ新定番メニューの開発として、農家プレゼンス(野菜主役&ビジュアル)×美味しいレシピを開発
- 消費者アンケートによる利用客の属性・ニーズ実態を検証のうえ今後の事業展開に反映するターゲット戦略を設定
- カフェメニューツール、セールスツールの開発

支援成果

■ 定番メニュー開発

- 「和風ハンバーグ」、「サラダランチ」、「具たくさん豚汁定食」、「野菜シフォンケーキ」、「シフォンラスク」の5アイテムを完成

■ 販促企画

- 年間販促カレンダー配備完了、いちばん星フェスタサポート実施
- ターゲット戦略設定完了・販促カレンダー活用による企画化着手

■ 情報発信ツール制作

- カフェメニューツール(メニュー表および卓上POP)、セールスツール(リピートスタンプカードおよびスタンプ)、カフェ専用簡易Web ページ配備完了



支援先:(株)ピーアンドエム

支援テーマ:生産性向上・効率化

支援概要

■ 企業概要

- 福島県会津若松市にて、空圧部品受託製造及び電動アクチュエータ(自社製品)製造販売

■ 支援専門家

- 積水エンジニアリング テクノソリューション部 名倉太一郎氏

■ 支援概要/テーマ

- 生産管理システム構築に向け、会社仕様に合わせた設計、将来計画(組織体制等)変化に合わせた生産管理システム投資対効果の測定に関する助言・指導
- 現生産管理システムからデータと連携する仕組み、分析・集計する仕組みの検討 など

支援成果

■ 生産管理システム仕様構想の立案

- 構築システムの枠組みを策定し、BIツールを考慮した生産管理システム仕様構想を立案

■ 生産管理指標の設定などによる見える化

- 生産性に関する指標の考え方・設定方法の定着化
- 経営資料の製作納期の短縮化(支援前と比較して2倍程度達成)
- 転記ミス回数の削減(10⇒1回程度)、グラフの積極的活用 など



支援先:石井隆廣牧場

支援テーマ:新商品開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 福島県福島市、浪江町でエゴマやカボチャの栽培、ジャムや郷土菓の製造販売
- 「かぼちゃ饅頭」の製造・販売

■ 支援専門家

- ローカルフードデザイナー／伝承料理研究家 坂本貴秀氏

■ 支援概要/テーマ

- 浪江町で古くから食されてきた、馬ぶどうの葉や茎等を原料とした「お茶」や、茎・葉等が持つ色や香りといった食味を作る要素を前面に打ち出した「塩」の開発を、プロタイピング等の実施
- ストーリーコンテンツを編集したPRツールを制作

支援成果

■ 新商品開発

- 「馬ぶどう七味重茶(なみえちゃ)」「馬ぶどう香草うま塩」「まるごと乾燥馬ぶどう」の新商品を完成、メディア向け発表会(プレスリリース)を実施、地元・福島県内での認知向上

■ マーケティング・プロモーション

- 馬ぶどうの栽培から商品開発まで手がける「浪江うまぶどう工房」の立ち上げ、「まるごと乾燥馬ぶどう」の開発、浪江うまぶどう工房・ロゴマークデザインの制作



新商品

ロゴマーク



浪江うまぶどう工房
SAMIE-Umabudo Kobo

発表会



支援先:(株)木幡メリヤス

支援テーマ:新商品開発・販路開拓

支援概要

■ 企業概要

- 福島県伊達市に所在、昭和40年に創業し、メリヤス製品の製造及び販売

■ 支援専門家

- (株)アイベックス 代表取締役 永森達昌氏

■ 支援概要/テーマ

- 新商品開発に向けた、マーケットトレンド調査、試作品のデザインを制作、作製サポート(資材選定、パターン作製 - 編地開発 - 縫製 - 品質チェック等のサポート)などの助言・指導
- 専門家ネットワークを活用した、国内主要な小売店やアパレルへ販路開拓

支援成果

■ マーケット調査、試作品開発

- 編地開発、ロゴ制作「ichiri(イチリ)」
- トータルコーディネート可能な①タートルネックプルオーバー、スカート、レギンス、②帽子、ストール、サコッシュ、ポーチの作成提案・着手



ブランドタグ

編地のモチーフ
試作品

■ 販路開拓

- 大手百貨店、セレクトショップのバイヤーを対象に展示会受注会の企画・開催
- 67名の来客、アパレルメーカー数社より取引の希望が寄せられ、現在商談が進行中



展示会

支援先:(有)おきな旅館

支援テーマ:新商品開発・販売強化

支援概要

■ 企業概要

- 福島県福島市飯坂温泉に所在する温泉旅館

■ 支援専門家

- (株)女将塾 代表取締役社長 三宅大功氏

■ 支援概要/テーマ

- コンセプトを「ペットと泊まれるお宿 おきな旅館」として明確化することで、宿泊プランのメニュー開発
- エリアマーケティングの実施、エリアの競合他社を踏まえた細かい料金カレンダーの作成
- 販売チャネルの再構築、ペット関連のサービスを充実化、オペレーションの効率化を図る

支援成果

■ 旅館コンセプト設計

- ターゲット層へのヒアリング調査結果を分析し、コンセプトを「ペットと泊まれる宿おきな旅館」に決定
- 上記コンセプトに基づき、自社Web、オンライントラベルエージェントのコンテンツ・デザインを刷新

■ 販売強化

- 現状のプラン内容を整理し、各料理・各部屋の料金を決定、料金差を明確にすることで顧客に対する訴求力を向上
- エリアマーケティングを行い、競合他社料金と比較し随時料金調整できる仕組み・体制を構築



コンセプト(自社HP)



支援先:(名) 大木代吉本店

支援テーマ:ブランディング

支援概要

■ 企業概要

- 福島県西白河郡矢吹町に所在、料理酒、清酒等を酒類製造販売

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資氏

■ 支援概要/テーマ

- 『こんにちは料理酒 プレミアム』、『自然郷(しぜんごう)』、『楽器正宗(がっきまさむね)』の3つの商品のブランドストーリーを開発
- 競合及び参考となるサイトのトレンドや事例を調査しデザインやコンテンツの作成
- クラウドCMSの更新、管理方法を指導など

支援成果

■ 商品ブランドストーリー開発

- 企業理念の要素を整理しそれを土台に、3つの商品にまつわるエピソードや事実、またユーザーに飲んで欲しいシーンなどからブランドとなるエッセンスを抽出しストーリーを開発

■ 販売強化

- 自社サイトのブラッシュアップ、運営手法の定着化



支援先:(株)IE

支援テーマ:顧客管理体制の強化

支援概要

■ 企業概要

- 福島県会津坂下町に所在、会津木綿を中心に会津の伝統素材を使って商品を製作・販売

■ 支援専門家

- (有)パルビット研究所 代表 嶋村譲氏

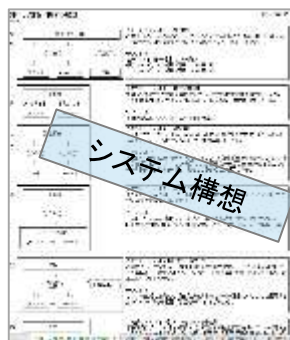
■ 支援概要/テーマ

- 顧客情報管理システム導入に向けた商品コード体系整備(商品種類の調査、商品コード体系化)、商品マスターデータの登録、JANコードの設定など
- 仕入・製造時の在庫管理、店舗在庫とネット在庫の統一管理の仕組みづくり

支援成果

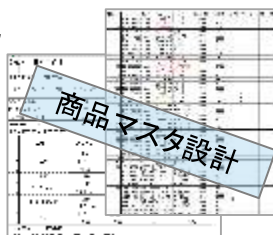
■ 商品コードの体系化、商品マスターデータの登録

- 新しい商品コード体系の設定し、新システムへの商品マスターデータを登録
- 仕入・製造時の在庫加算、販売時の在庫減算などの調整方法などの協議・決定し、外部システム会社と連携



■ 在庫統一管理のしくみ設計

- 在庫管理ソフトを導入しデータ集計できる環境になり、業務を体系化することにより非効率なスタッフ作業が軽減
- 在庫一括整備により本支店の管理展開が実現 今後はスタッフによる自立的な作業ベースの仕組みに移行可能な状態



支援先:会津中央乳業(株)

支援テーマ:新商品開発

支援概要

■ 企業概要

- 福島県会津坂下町に所在、牛乳、チーズなど乳製品の製造販売

■ 支援専門家

- (株)あまたにチーズ工房 代表取締役 天谷聡氏

■ 支援概要/テーマ

- フレッシュチーズの商品力向上のために製造手法改善
- 新商品開発ノウハウ移転支援、製造手法改善に伴う歩留まり率の向上
- フレッシュチーズの高付加価値化のための一次加工品試作実施
- 新商品の製造プロセスの可視化 など

支援成果

■ 新商品開発

- 商品コンセプト、商品仕様(重量、賞味期限など)、ターゲット顧客を協議・決定し、試作品開発に係るコンセプト設計、体制を整備
- チーズを漬け込む醤油の選定、チーズ製法のブラッシュアップにより一定の製法を確立
- 社内及び福島県ハイテクプラザで試食会を開催し、フィードバックを取りまとめ、商品への最終化に向けて試作品をブラッシュアップ



支援先: 合資会社カネキ商店

支援テーマ: 販売強化・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 福島県いわき市に所在の海産物の加工・販売業、主力商品にみりんを使っていないみりん干し「味丸さんま極旨干し」

■ 支援専門家

- (有)山田英司事務所 代表 山田英司氏

■ 支援概要/テーマ

- 既存取引先の販売強化に向けて、足元を固め、既存先に貢献できる販促ツールの提供などで関係強化
- 既存客を巻き込んだ形で、ブランド化の方向性を決め、PRコンテンツを整理
- 商品パッケージ見直し、商品売り方の再検討

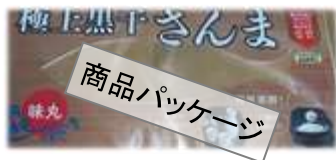
支援成果

■ 販売強化に向けた戦略立案・体制構築

- 短期・中期での販売戦略を立案し、戦略方針に合わせ体制整備
- 従来のギフト営業からバルク営業への転換を図り、商談方法(接客、ブース陳列など)の指導により定着化を図った
- 法人営業の仕組みづくりを完成させ、活動量に応じた一定の成果目標を設定

■ 販路拡大・販促強化

- 販売戦略に基づき、商品パッケージ、法人営業用販促物(のぼり、横断幕シート、店頭用POP、販促チラシ、法人戦略用web)制作



支援先: 協同組合ながめまショッピングパーク

支援テーマ: 集客強化・販売戦略立案

支援概要

■ 企業概要

- 福島県須賀川市に所在の小売事業者6名で協同組合を設立、共同店舗を運営

■ 支援専門家

- 筒井企画事務所 代表 筒井光康氏

■ 支援概要/テーマ

- 商圈分析・足下商圈深耕の戦略などの市場戦略の駆ふくしま市場再編、テナント誘致などの売場再編
- 地域コミュニティからの情報発信、送迎バスの取組拡充などの販売促進を軸として、ショッピングセンターの活性化を図る

支援成果

■ 商圈分析～売場再編計画の策定

- 重点戦略が明確化し、関係者の合意形成・共通認識化
- 跡地の有効活用や屋外販売(駐車場活用)による継続的なにぎわい創出を図るべく、地域住民への各種教室開催、屋外販売(駐車場活用)を推進



■ 販売促進強化と事業スキーム構築

- HPのリニューアルなど、恒常的な情報発信体制の構築
- 送迎バスにおける役割を明確にし、取組を継続化



支援先: 笹谷搾油所

支援テーマ: 新商品開発・プロモーション

支援概要

■ 企業概要

- 福島県福島市に所在し、エゴマ、菜種など植物油の搾油、OEM商品の製造販売

■ 支援専門家

- ローカルフードデザイナー／伝承料理研究家 坂本貴秀氏

■ 支援概要/テーマ

- 持続的な商品製造環境の整備に向け、製造工程を外注と内製に分解し、プロトタイピングを経て最適な製造工程を整備
- 原材料であるエゴマの絞りカスを使った七味唐辛子タイプの調味料と、搾油所としての強みが見える、油型の調味料の2種類を開発など

支援成果

■ 持続的な商品製造環境の整備

- 『浪江式無限の十辛子』及び『浪江式古代オリエンタルラー油』2アイテムの商品開発
- 製造オペレーションを見直し、少人数でも製造可能な体制を構築



■ プロモーション

- (浪江式)という統一ブランドを設定
浪江とのつながりを積極的
コミュニケーションする商品として
ブランディング
- 「無限」や「古代オリエンタル」等の
印象に残りやすい言葉を使用
これに合わせてラベルデザイン
を制作



笹谷搾油所