




## ハンズオン支援専門家プール事業成果について

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・専門機関が指導・助言のほか、試作品の作製等実務面まで集中支援を行う「ハンズオン支援専門家プール事業」(以下「専門家プール」)を実施しています。

このたび平成 27 年度に集中支援を実施した 21 事業の支援結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、代表的な 3 件の成果の概要は以下の通りです。

### 【代表的な支援案件の成果(概要)】

|   | 事業名・事業主体   | 支援概要   |
|---|--|--|
| 1 | 一関工場の生産効率化<br>【(有)千葉恵製菓】                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>生産工程の効率化</li> <li>製造部門リーダー育成の支援</li> <li>作業環境の改善</li> </ul>  <p>作業マニュアル</p>                            |
| 2 | 広い世代をターゲットとする石巻の飲食店等で提供する鯨肉商品の開発<br>【(株)木の屋石巻水産】 | <ul style="list-style-type: none"> <li>鯨肉を食す習慣をもたない若い世代に受け入れられるファーストフード感覚の鯨肉新商品の開発</li> <li>業務用に展開可能な鯨肉の新商品開発</li> </ul>  <p>鯨肉を使用した串カツ</p> |
| 3 | いわき市久ノ浜・大久地区<br>まちなか再生計画の作成<br>【浜風きらら(株)】        | <ul style="list-style-type: none"> <li>まちなか再生計画の策定・申請</li> <li>認定を受けるための商業施設店舗導入計画の作成</li> </ul>  <p>再生計画図</p>                              |

支援成果概要は、次の通りです。

## 専門家プール 支援案件一覧(概要)

|                             | 事業者名           | 業種       | 支援概要   |
|-----------------------------|----------------|----------|--|
| 岩手県<br>(全7件)                | (有)丸和          | 食品販売業    | 釜石エリア中心の宅配弁当事業からエリア拡大を検討している事業者に対し、進出エリアの市場環境調査とユーザー調査を行い、その結果よりマーケティング戦略策定を支援した。    |
|                             | (株)松栄堂         | 菓子製造業    | 菓子販売の伸び悩みに直面していた事業者に対し、営業力の向上に向けて、営業組織体制の見直しとマーケティング戦略・プロモーション方針の見直しを支援した。           |
|                             | (有)千葉恵製菓       | 菓子製造業    | 和菓子製造工場での生産方式と人材育成の両面で改善を検討している事業者に対し、生産工程の効率化と製造部門リーダーの育成を支援した。                     |
|                             | (株)バンザイ・ファクトリー | 食品製造業    | 震災後に起業し、開発した商品の販路拡大を目指している事業者に対し、ブランディングの整理及びマーケティング再構築の支援を実施した。                     |
| 他3件（事業者の意向により、公表を差し控えております） |                |          |  |
| 宮城県<br>(全8件)                | 福徳漁業(株)        | 水産業      | 独自の凍結技術を活用した凍結マグロを新たな事業の柱として計画していた事業者に対し、高付加価値商品プロモーション資料の作成と、販路開拓のための展示会出展の準備を支援した。 |
|                             | (株)WATALIS     | 雑貨製造業    | 着物地によるリメイク雑貨商品のブランド強化及び店頭売上げ向上を目指していた事業者に対し、商品戦略策定と販売促進ツールの開発を支援した。                  |
|                             | (株)菅原工業        | 建設業      | 再生アスファルト舗装事業のインドネシア進出を計画していた事業者に対し、実現に必要なアスファルトの仕様策定や現地パートナー企業との合意形成を支援した。           |
|                             | (株)みらい造船       | 造船業      | 震災で工場設備に甚大な被害を受けた造船業者の経営統合を検討していた事業者に対し、統合後の新造船工程の生産管理基準の策定、ルールや帳票等の統合版作成を支援した。      |
|                             | アサヤ(株)         | 漁具販売業    | 漁船漁業や養殖漁業で使用する油圧機器の製作・メンテナンスを行う自社工場の稼働率や収益性向上を検討している事業者に対し、生産管理改善、生産性向上を支援を実施した。     |
|                             | (株)丸ほ保原商店      | 水産加工業    | レストランなど新たなマーケティング獲得を図っていた事業者に対し、牡蠣の燻製の試作品開発と消費者・業務用ニーズ調査と販路開拓を支援した。                  |
|                             | (株)木の屋石巻水産     | 水産加工業    | 鯨肉を食べる習慣を持たない若者に受け入れられる商品開発を検討していた事業者に対し、ファーストフード感覚の鯨肉商品の開発と業務用に展開可能な鯨肉の商品開発を支援した。   |
| 他1件（事業者の意向により、公表を差し控えております） |                |          |  |
| 福島県<br>(全6件)                | 浜風きらら(株)       | まちづくり会社  | まちなか再生計画の策定・申請を検討している事業者に対し、認定を受けるための商業施設店舗導入計画等の策定を中心とした支援を実施。                      |
|                             | (有)福島路ビール      | 酒造業      | 風評被害が著しい福島産フルーツの消費拡大を目指している事業者に対し、新商品及びリニューアルした既存商品の販売促進のためのツール製作やマーケティング調査を支援した。    |
|                             | (株)いわきチョコレート   | 菓子製造業    | 震災後の売上回復を目指している事業者に対し、福島産フルーツを用いた新商品の開発及び包装パッケージ開発と販路拡大のための付加価値ツールの製作を支援した。          |
|                             | (株)マツバヤ        | 小売業      | 自社商品のブランド開発を検討していた事業者に対し、ブランドコンセプトの構築および商材開発・販路開拓の支援を実施した。                           |
|                             | (株)ナプロアース      | 中古車部品販売業 | 中古車販売事業の拡大を計画していた事業者に対し、拡販体制を整備するため、幹部向けのマニュアルの策定及びスタッフのスキル育成を支援した。                  |
| 他1件（事業者の意向により、公表を差し控えております） |                |          |  |

# 支援テーマ:シェフズ弁当事業の仙台・盛岡都市圏展開に向けた市場調査

## 支援先:有限会社丸和

### 支援概要

- 支援対象
  - (有)丸和:釜石市の有力事業者、小澤商店の関係企業(但し、小澤商店からは独立して運営)。釜石エリアを中心に宅配弁当事業などを運営。
- 支援分野
  - 新製品・サービスの開発
- 支援概要
  - 釜石、大船渡、気仙沼エリアで展開しているシェフズ弁当の盛岡、仙台への進出にあたってのマーケティング、協力事業者、競合事業者の調査

### 支援内容

- 市場環境調査
  - 仙台、盛岡における給食事業に関する市場環境、市場規模、協業先候補企業、競合事業者等の情報収集、分析を実施。
- ユーザー調査
  - 仙台、盛岡の事業所に勤務する方を対象にランチ事情に関するネットリサーチを実施。進出先のランチ弁当事情に関する情報収集、分析を行い、商品開発やビジネスモデルにフィードバックを行う。

### 支援成果

| 調査事項         | 調査結果  | 結果を踏まえた施策  |
|--------------|---|--|
| 市場規模         | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 給食事業の市場規模(推計:最大見込値)</li> <li>✓ 仙台:415億円、盛岡:104億円</li> </ul>  |   |
| 協業候補・競合事業者情報 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 競合可能性のある弁当店、仕出店:24軒</li> <li>➢ 配送業務委託先候補事業者:27社</li> <li>➢ メニュー提供元候補飲食店:249社</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 競合可能性のある弁当店や仕出店は、製造委託先となる可能性あり(盛岡に関しては製造委託先1社が支援開始前に決定)</li> </ul>  |
| ユーザーニーズ      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ユーザー受容価格レンジの把握(仙台、盛岡別)</li> <li>➢ メニュー志向の把握</li> <li>➢ ポイント還元性への高いニーズ</li> <li>➢ オンライン注文への高いニーズ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ メニュー開発へのフィードバック</li> <li>➢ ポイント還元制度の構築</li> <li>➢ オンライン注文体制の整備</li> <li>➢ 販売方法の見直し(予約注文、店舗での販売から配送販売(宅配)体制構築に切り替え)</li> </ul> |

### 今後の展開

- 盛岡でのサービス体制の強化
  - ポイント還元制度の整備促進
  - 配送面でのオペレーション体制強化
  - 顧客開拓、販売促進、囲い込み・リピート拡大施策の展開
- 盛岡進出で明らかとなっている課題解決によるビジネス基盤強化後の仙台進出の実施

# 支援テーマ: 営業組織課題への対応

## 支援先: 株式会社松栄堂


### 支援概要

- 支援対象
  - (株)松栄堂: 岩手県一関市に本社工場をおく、明治36年創業の菓子製造販売業。代表商品「ごま摺り団子」
- 支援分野
  - 既存商品の高付加価値化
- 支援概要
  - 高い競争力を有して商品が、近年、売上の伸び悩みに直面。現状打破のための営業組織体制の見直しと商品力アップのためのマーケティング調査とプロモーション方針の検討を実施。

### 支援内容

- 営業力強化支援
  - 組織体制の見直し支援
  - 数値目標の設定支援とPDCAの定着化支援
- マーケティング/プロモーション
  - 商品に対する顧客・従業員からの要望収集の実施
  - 商品に対する都市部在住者を対象としたマーケティング調査
  - 短期的な売上回復を図るための主力商品のプロモーション戦略の立案支援

### 支援成果

| 支援分野            | 支援目標   | 支援成果   |
|-----------------|--|--|
| 営業組織強化          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 経営陣の営業上の課題認識</li> <li>✓ 営業担当の目標管理システム導入</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 営業体制の再編(エリア別と業態別が混在していた営業体制を再編・整理)</li> <li>➢ 営業担当者への数値目標設定・管理手法導入</li> </ul>                  |
| マーケティング/プロモーション | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 「ごま摺り団子」の認知・競争力把握</li> <li>✓ プロモーション戦略の方向性設定</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 顧客視点での「お土産に求める情報や価値」の不足と商品表現上の強調ポイント理解</li> <li>➢ 8方向の「買いたくなる理由」をもとにプロモーションの方向性を設定</li> </ul>  |

### 今後の展開

- 営業組織の業態米組織への見直し
  - 人員の配置転換も検討中
- 短期策としてのごま摺り団子のバージョン展開
- 新商品開発の推進

# 支援テーマ:一関工場の生産効率化

## 支援先:有限会社千葉恵製菓

### 支援概要

- 支援対象
  - (有)千葉恵製菓:岩手県平泉町に本社工場をおく、和菓子の製造卸販売。代表商品「かりんとうまんじゅう」
- 支援専門家
  - 効率化・生産性向上
- 支援概要
  - 一関工場では生産方式と人材育成の両面で課題を抱えていたため、生産工程の効率化や製造部門リーダー育成の支援を実施

### 支援内容

- 生産工程の効率化支援
  - モデル工程の設定支援
  - 作業マニュアル作成支援
  - 生産計画立案の指導・作成支援
- 作業環境の改善支援
  - 工場内レイアウトの改善支援
  - 教育・訓練の仕組みづくり支援

### 支援成果

- 生産工程の効率化
  - 少人数化(現5名→4名)を前提としたモデル工程の試験的導入
  - 「(有)千葉恵製菓 改善シート」、「製造作業標準書」の作業マニュアルを作成
  - 工程の生産能力と各作業時間を定量的に把握し、標準化生産体制の基盤を構築

菓子加工工程 調理性態表

|       |  |
|-------|--|
| 仕動予定日 | D0111, D0222, D0333, D0444, ●D0555, D0666, ●●● |
| 取替予定日 | D0611  |

| 製品名       | 生産能力<br>1ヶ/分 | 月曜日(14日) |      | 火曜日 |     | 水曜日 |     | 木曜日 |     |
|-----------|--------------|----------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|           |              | 生産       | 消費   | 生産  | 消費  | 生産  | 消費  | 生産  | 消費  |
| あんぱん(厚手)  | 20           |          | 1245 |     | 315 |     | 256 |     | 387 |
| みたらし      | 20           |          | 1478 |     | 491 |     | 495 |     | 576 |
| ごま        | 20           |          | 1397 |     | 464 |     | 387 |     | 525 |
| ひよこはる(厚手) | 10           |          | 355  |     | 510 |     | 437 |     | 236 |
| ひよこはる(薄手) | 10           |          | 65   |     | 46  |     | 91  |     | 36  |
| 黒糖あん(厚手)  | 10           |          | 116  |     | 82  |     | 125 |     | 81  |

注:黄色は在庫数、赤色は注ぎの予備量

●:実際の在庫数  
●●:注ぎの予備量



- 品質管理体制強化に向けたゾーニングを見直しや5S活動による省スペース化(不要物撤去等)を実施
- 作業員の各作業における熟練度を可視化するため、「技能棚卸」を導入

### 今後の展開

- 市場対応力のある生産体制構築を推進
  - 改善活動継続のため改善推進役の設置、改善部門の組織化
- 販売部門と生産部門の連携強化
  - 需要変動に対応可能な計画重視型生産体制の強化

# 支援テーマ:三陸甘茶煮ブランディング・販売戦略強化プロジェクト

## 支援先:株式会社バンザイ・ファクトリー

### 支援概要

#### ■ 支援対象

- (株)バンザイ・ファクトリー:震災後に陸前高田市で起業。3年間の商品開発の中で、健康に配慮し、白砂糖と精練塩を使わず一般的な醤油を使わない「甘露煮」などを開発。「甘露煮」は、2015年度復興庁新しい東北「復興ビジネスコンテスト2015」で大賞を受賞。

#### ■ 支援分野

- その他(マーケティング、販路開拓)

#### ■ 支援概要

- 「甘露煮」の販路拡大(2016年のお中元商戦)を目標にブランディングとマーケティングの再構築を実施。

### 支援内容

#### ■ 「甘露煮」のブラッシュアップ

- ネーミング検討/ターゲット明確化/デザイン検討
- マーケティング実施(試食会/スーパーマーケットトレードショー出展支援)

#### ■ ブランディング支援

- 商品体系整理と商品体系から導き出されたブランディング戦略の検討
- ブランディング戦略に基づく販促ツールの検討・制作(「A2パネル」、「コンセプトブック」、「バイヤーズリーフレット」、「フライヤー兼FAX注文用紙」、「ポスター」、「名刺」)

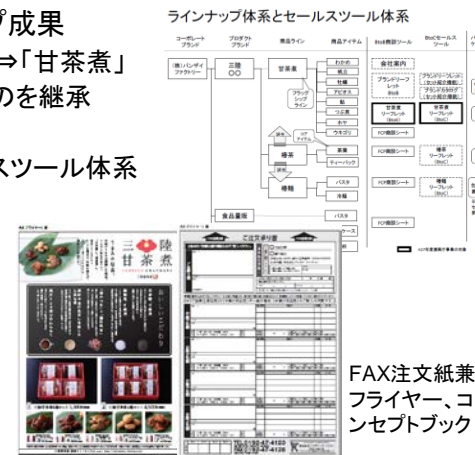
### 支援成果

#### ■ 「甘露煮」のブラッシュアップ成果

- ネーミング変更:「甘露煮」⇒「甘茶煮」
- ロゴタイプなどは従来のを継承

#### ■ ブランディング支援

- ラインナップ体系とセールスツール体系
- 販促ツールの作成



FAX注文紙兼  
フライヤー、コ  
ンセプトブック

#### ➢ 展示会等への出展支援成果

- ✓ 東京スーパーマーケットトレードショー:継続商談7件、紀伊国屋からスピンアウト商品の提案と商談の申し込み有
- ✓ 東急リゾートサービスのECサイト「東北すぐれものセレクション」で取扱い開始

### 今後の展開

- スピンアウト商品の開発(茎わかめを量販用にスピンアウト、甘茶煮のブランディング維持のためラインを分けて展開)
- 商談アプローチの管理と年間スケジュール策定(アタックリストの作成、原材料の調達時期、催事時期を見据えた年間生産計画の策定)
- 首都圏マーケットリサーチ(首都圏店舗の他社競合商品研究)

# 支援テーマ:『福德マグロ』のブランディングと販路拡大及び販路開拓

## 支援先: 福德漁業株式会社

### 支援概要

- 支援対象
  - 福德漁業(株): マグロの遠洋漁業を中心に営む企業。宮城県気仙沼市に本社を置く。
- 支援分野
  - 既存商品の高付加価値化
- 支援概要
  - 新たな事業の柱とすべく、自社で採用したマグロ冷凍技術を用いた凍結マグロのプロモーション用資料の作成や、販路開拓／販路拡大のためのプレゼン、展示会出展の支援を行った。

### 支援内容

- 業態別プレゼン資料／ブランディング資料の作成支援
  - 会社概要や自社技術の紹介資料などのプレゼン資料作成
  - 展示会出展のためのブランディング資料の作成
- 販路開拓／販路拡大の支援
  - 商社系2社、外食系2社へのプレゼンの実施
  - 第13回シーフードショー大阪への出展

### 支援成果

- 業態別プレゼン資料、ブランディング資料の作成
  - 会社概要や自社商品である「福德マグロ」の特徴を説明したプレゼン資料を作成(下図左が作成資料の一例)
  - 自社が採用するハイブリッド凍結方式と一般的な凍結方式の違いを明確にし、印象深くブランディングできる展示物を作成(下図右が作成資料の一例)



- 販路拡大／販路開拓
  - 商社系2社(株)ハンワフード、(株)ペスカリッチ)、外食系2社(がんにフードサービス(株)、協和観光(株))に対してプレゼンを実施  
→ 販路開拓・営業拡大の方針検討に有用な意見を頂く
  - 展示会(シーフードショー大阪出展)を実施  
→ 試食数は1000食、来店客数は300社を超え、商談継続可の業者は20社程度となった

### 今後の展開

- 商談の継続を通じた新たな取引先の開拓
  - 展示会を通して接触した業者のうち、直接取引可能な業者、企業に対する商談を進め、新たな取引先の開拓を進める

# 支援テーマ:商品ブランディングと売り場改善

## 支援先:株式会社WATALIS

### 支援概要

- 支援対象
  - (株)WATALIS:宮城県亘理町に拠点を置く、着物地によるリメイク雑貨の製造販売を営む企業。
- 支援分野
  - 既存商品の高付加価値化
- 支援概要
  - WATALISブランド強化及び店頭売り上げ向上を図るべく、商品戦略策定と売場ツール開発の支援を実施。

### 支援内容

- 売上、顧客、デザイン特性の調査・分析の支援
  - 現在の売上データ分析、市場調査の実施
  - 売り場の現地調査を通して現状の課題を抽出
- 商品ラインナップ体系整理とマーケティング戦略立案の支援
  - 各種調査結果を基に、商品ラインナップを整理し、販売チャネルごとにマーケティング戦略を立案
- 販促ツールの開発支援
  - 売場ディスプレイツールを開発し、「うみの杜水族館」と「仙台三越」の自社商品の売場ディスプレイを改善

### 支援成果

#### ■ 商品ラインナップ体系とマーケティング戦略の立案

- 郵送方式のアンケートによって市場調査を実施し、直接店頭購入した顧客がリピート的手段としてECサイトを活用している実態が分かった→商品ラインナップ体系の整理と購買モデルの今後の商品開発の方向性を定めた
- リピートを重ねるためのプロダクトミックスも提案し、今後は「バッグ」の商品ラインの早急な構築を目指すこととした

#### ■ 販促ツール作成と販売展示の見直し

- 売り場への設置が容易で統一感を失わないような小什器を開発→現在、2店舗で設置し、その売上の推移を見て効果を測定中



### 今後の展開

- 現在試作を進めている、東北独自の製作技術の「裂織(さきおり)」の商品開発
- インバウンド観光客など、外国人向けの土産や海外展開の強化



# 支援テーマ: インドネシア進出に際しての諸課題の解決

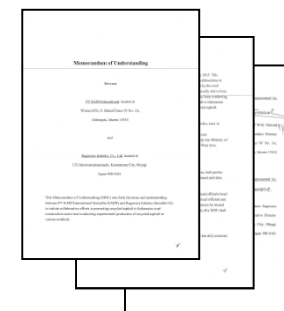
## 支援先: 株式会社菅原工業

### 支援概要

- 支援対象
  - (株)菅原工業: 宮城県気仙沼市に拠点を置く、工事業を中心に営む企業。
- 支援分野
  - その他(海外進出)
- 支援概要
  - 復興需要の収束が予測される状況の中で、インドネシア国への事業進出のため、現地で活用が進んでいない再生アスファルトの普及を目標とする。その実現に必要なアスファルトの仕様策定や現地パートナー企業との合意形成の支援を実施。

### 支援成果

- 再生アスファルトの検査実施
  - 再生アスファルトの検査項目としては、「アスファルト含有量、含水率、篩試験」を実施
    - その他試験項目である「針入度、融解点、延性」については、現在バンドン工科大学の協力を得て実施中
- 現地パートナー企業との合意文書の締結
  - 合意文書を締結し、アスファルト・プラントとリサイクルユニットの設置形態、コスト試算などに関する協議を継続中
  - 調査・研究段階から一歩進んだ段階へと移行する時点での合意文書(MOU)の雛形も現地弁護士から入手済み



### 支援内容

- 再生アスファルトの検査実施の支援
  - 仕様策定に先立つ検査を実施(主にアスファルト含有量、含水率などの試験を実施)
- 現地パートナー企業との合意文書の締結の支援
  - 再生アスファルトに関連する共同の調査・研究を進めるための合意文書の締結

### 今後の展開

- 再生アスファルトの仕様策定のための取り組みの実施
  - バンドン工科大学と現地パートナー企業との合意文書を締結し、仕様策定のための多岐にわたる検査を着実に前に進める
  - 現地の国営企業JASA Marga に対する共同提案の策定に向けてパートナー企業と協業を進める

# 支援テーマ: 工程管理の新造WG統合計画策定

## 支援先: 株式会社みらい造船

### 支援概要

#### ■ 支援対象

- (株)みらい造船: 震災で工場設備に甚大な被害を受けた、木戸浦造船、吉田造船、小鯖造船、澤田造船の4社が経営統合に向けて2015年に設立。現在、統合に向けた検討が進められている。

#### ■ 支援分野

- 効率化・生産性向上

#### ■ 支援概要

- みらい造船の開業後を見越した新造部門統合計画の策定(新造船の生産管理の仕組みを確立、ルールや帳票等の素案化)

### 支援内容

#### ■ 生産管理基盤の整備

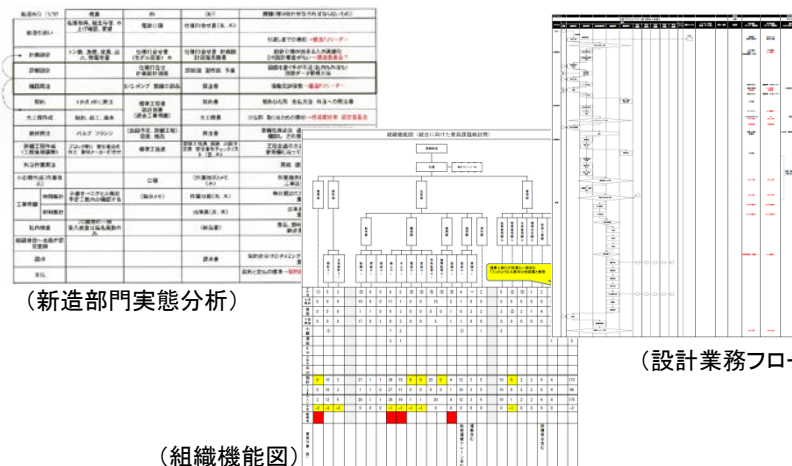
- 統合会社において年間に新造4隻程度の円滑な生産管理ができる基準を確立。部門別統合計画の策定を図る。

#### ■ ベースライン管理基盤の整備

- 引合い～最終工程まで、生産管理業務を明確化するための基盤として実施。

### 支援成果

- 4社統合後の新造に関わる組織の役割分担を明確化し、これを前提に新造業務のプロセスを整理。新造に関わる二社の標準類や帳票を確認し、一部、統合版を作成(合併前から活用し、合併の推進を図る)。



### 今後の展開

#### ■ 4社統合に向けて下記の内部管理体制の構築

- ✓ 生産管理の業務適正化
- ✓ 運用課題の改善、管理標準の充実、システム仕様の検討、等
- ✓ システム化へのステップアップ
- ✓ 精算管理システムの統合検討、教育体系の作成、後継者育成検討、等

# 支援テーマ: 鉄工部 生産性向上

## 支援先: アサヤ株式会社

### 支援概要

#### ■ 支援対象

- アサヤ(株): 宮城県気仙沼市に拠点を置く、漁具・船具・漁業資材・漁撈機械の製造・販売を中心に営む企業。創業は1850年である。

#### ■ 支援分野

- 効率化・生産性向上

#### ■ 支援概要

- 工場の稼働率や収益性向上を図るため、漁船漁業や養殖漁業で使用する油圧機器の製作・修理を行う自社工場での生産性の向上を支援。

### 支援内容

#### ■ 生産管理・生産性向上支援

- 週間・日々計画立案、営業部門と工場連携支援、小日程計画管理システムの導入支援
- パフォーマンス測定のための基準時間設定
- 生産性測定のための、パフォーマンスの算出

### 支援成果

#### ■ 小日程計画管理システム導入による生産性の向上

- 生産性の50%向上を達成(下図左を参照)

#### ■ 作業員スキル向上のためのワンポイントレッスン作成

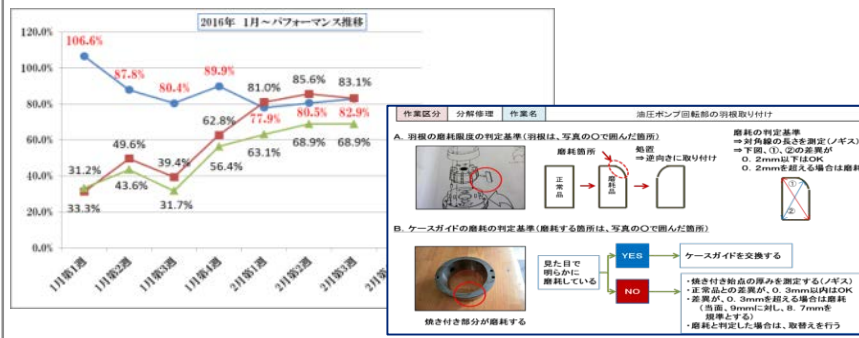
- スキル向上をすべき2つの作業について作成(下図右を参照)

#### ■ 生産性に大きく寄与する改善テーマ設定と計画作成

- 作業時間の発生状況の分析を通して、時間短縮をすべき作業の特定と改善案を提案

#### ■ 閑散期の仕事量確保のための対策案作成

- 営業を中心としたアンケートを実施し、閑散期の対応案を作成



### 今後の展開

#### ■ 最終目的である原価低減と利益確保に向けた対策事項の実施

- 作業改善をさらに促進させ、生産性を向上
- 年間を通じての仕事量確保と、受注アップの対策推進

# 支援テーマ:新たなチャネルへ向けた試作品のニーズ調査及び評価

## 支援先:株式会社丸ほ保原商店

### 支援概要

- 支援対象
  - (株)丸ほ保原商店:ワカメ・カキ・メカブを主力とする水産加工業者。生協やスーパーへNB商品の出荷と大手小売チェーンのPB商品のOEMを実施。
- 支援分野
  - 新製品・サービスの開発
- 支援概要
  - レストランなどの新たなチャネル獲得のためのカキの燻製に対する試作品開発と消費者・業務用ニーズ調査と販路開拓実施。

### 支援内容

- 試作品のアンケート(調査目標40件)に基づく分析情報提供/ブロガー等による情報発信
  - 試作発表会&品評会の実施支援
- リアル店舗運用による試作商品評価及びテスト販売
  - 丸の内、青山、飯田橋、池袋、大崎、有楽町の各店舗で実施
  - POSデータ提供と開発者、店舗スタッフのコメント収集
- 飲食店卸販売向け規格作成
- 試作品を活用したレシピ開発
- 新規開業者向けニーズ調査
  - 新規開業者含む飲食店関係者に向けたコーディネート支援

### 支援成果

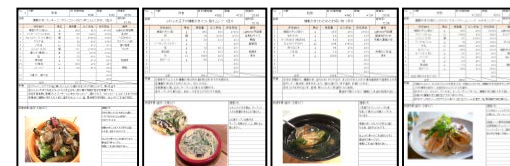
- リアル店舗運用による試作商品評価及びテスト販売
  - トラベルカフェの6店舗で試食、テスト販売、アンケート調査



- オーガニックレストラン「Bistro Barnyard Ginza」ニーズ調査

- ブロガーによる情報発信

- 販売促進用活用レシピ作成(和食3品&洋食3品)



- 販路開拓支援結果

- グランドメニューとして取引した4社は、今後も継続取引を続けることが決定
- 4月のメニュー改定に向けて、新たに2社においてメニューの試作開発を推進

### 今後の展開

- 営業担当者を選任し、首都圏に向けた新たな販売チャネルの営業を促進していくことが決定
- お土産品に関して、包装形態やデザインなどの改良を行い新たな商品化を進めていくことが決定

# 支援テーマ: 広い世代をターゲットとする石巻の飲食店等で提供する鯨肉商品の開発

## 支援先: 株式会社木の屋石巻水産

### 支援概要

- 支援対象
  - (株)木の屋石巻水産: 宮城県石巻市に本社工場を置く鯨肉を中心とした水産加工会社。
- 専門家支援分野
  - 新製品・サービスの開発
- 支援概要
  - 鯨肉を食す習慣をもたない若い世代に受け入れられるファーストフード感覚の鯨肉新商品の開発。
  - 業務用に展開可能な鯨肉の新商品開発。

### 支援内容

- 新商品開発
  - 副社長を筆頭に社内開発部門や営業部門の部門横断のプロジェクトチームを形成、専門家とともに鯨肉料理の新商品開発を推進
    - 鯨竜田揚げクレープ／鯨スパイシー味のタコス／和風味鯨鯨つくねのお味噌汁／木の屋ハイブリッドボール(アレンジ料理: 串カツ、クリーム煮、グラタン、味噌汁)
  - 新商品の発表イベント(直売会などの実施)
- 従来商品の改良
  - 既存鯨肉商品に関する改良アドバイスの実施

### 支援成果

| 支援分野  | 支援目標  | 支援成果  |
|-------|---|---|
| 新商品開発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓若い世代に訴求する新商品開発</li> <li>✓飲食店向け業務用新商品開発</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢木の屋ハイブリッドボール／鯨竜田揚げのクレープ／鯨スパイシー味のタコス／和風味鯨つくねのお味噌汁</li> </ul>  |
| 販売促進  | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓展示会出展等のアレンジによる新商品の認知度向上</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢2016石巻復興フード見本市(2月16日)</li> <li>➢工場直売所での新商品販売イベントのアレンジ(木の屋ハイブリッドボール240袋を3時間で完売)</li> </ul>   |

### 今後の展開

- 開発した新商品を石巻のご当地商品としてアピールを実施。
  - 学園祭、復興イベント等を通じたアピール
  - 町おこし主力商品として鯨食文化と鯨料理を石巻のソウルフードとしての定着を目指す
  - 飲食店などへの新商品の販路拡大



# 支援テーマ: 風評払拭型高付加価値「福島産果実のフルーツエール」と 当社独自コア技術「熟成ピルスナー」の開発と販路拡大

## 支援先: 有限会社 福島路ビール

### 支援概要

- 支援対象
  - (有)福島路ビール: 福島県福島市に工場をおく、ビール製造販売業。代表商品「ピルスナー、りんごのラガー等」
- 支援分野
  - 新製品・サービスの開発
- 支援概要
  - マーケットの風評被害が著しい福島産果実の消費拡大のため、既存商品のリニューアル仕様開発支援と販売活動の促進のための販促ツール製作やマーケティング調査を実施

### 支援内容

- 新商品開発支援
  - 既存商品のリニューアル仕様開発支援
  - 既存商品のリニューアル量産仕様開発支援
- 新製品の販路拡大支援
  - 展示会ツールの製作支援
  - マーケティング調査を踏まえたアンケート調査

### 支援成果

- 商品力強化
  - 既存商品「エキストラピルス」のリニューアル開発と実売開始
    - 「THE RICH BITTER」として実売デビュー
  - 「黄金桃のリッチエール」の量産体制構築と実売開始
- 新製品の販路拡大支援
  - 展示会ブース設計やリーフレット等の展示会ツールを製作
  - 展示会来場者アンケートを対象としたアンケート調査を実施
    - 総数180名の来場者からアンケートを回収



### 今後の展開

- マーケティング/プロモーションの推進
  - 次年度以降の継続的な展示会への出展や新商品の拡販
- 新商品開発の推進
  - フルーツエールシリーズでの新規開発や黄金桃のリッチエールの改善仕様の醸造を予定

# 支援テーマ: 風評打破プレミアム商品「果実も造り手も100%福島メイド」による 高級フルーツチョコレートの開発

## 支援先: 株式会社 いわきチョコレート

### 支援概要

- 支援対象
  - (株)いわきチョコレート: 福島県いわき市に本店をおく、菓子製造販売業。代表商品「めひかりチョコレート(生塩キャラメルをチョコでコーティング)」
- 支援分野
  - 新製品・サービスの開発
- 支援概要
  - 震災後の売上低迷を打破すべく、新製品及び包装パッケージ開発と販路拡大のための付加価値ツール製作の支援を実施

### 支援内容

- 新商品開発支援
  - 新製品「巨峰チョコレート」の開発支援
  - 包装パッケージの開発支援
- 新製品の販路拡大支援
  - 付加価値ツールの製作支援
  - サンプル出荷体制の構築支援

### 支援成果

- 新商品開発
  - トップライン商品「巨峰チョコレート」を開発
  - トップライン商品向けの新パッケージを開発
- 新製品の販路拡大
  - 海外ブランドと同様の手法を採用したバリューカード、シールリボン、ギフトバック等の付加価値ツールの製作
  - 新製品サンプル出荷体制の整備

■ 仕切り梱包装



■ ギフトバッグ&シールリボン



### 今後の展開

- 着地型ビジネスから情報発信型ビジネスへの移行
  - 主力商品のプロモーション戦略として、都内の商談会・展示会等へ出展し、拡販を推進



# 支援テーマ:「親父の小言」ブランド開発プロジェクト

## 支援先:株式会社マツバヤ

### 支援概要

#### ■ 支援対象

- (株)マツバヤ:相双エリアで衣料品を中心とした店舗を複数運営。震災により店舗閉鎖、田村市、相馬市、二本松市に3店舗開設し事業再開。「親父の小言」を震災後に商標登録し関連商品の開発、販売を行っている。



#### ■ 支援分野

- 既存商品の高付加価値化

#### ■ 支援概要

- 「親父の小言」のブランド・コンセプトの構築
- 商材開発と販路開拓支援

### 支援内容

#### ■ 「親父の小言」のブランド・コンセプト構築支援

- 認知度・受容調査の実施
  - 路上アンケート(マツバヤ・スタッフが調査員として参加)
  - Web購入者対象メールアンケート
  - 市場性調査(バイヤーへの聞き取り調査)



- ブランドブックの整備支援

#### ■ 「親父の小言」商材開発・販路開拓支援

- ブランドストーリーを再整理した商材開発支援
- 展示会出展による試作品の評価・検証

### 支援成果

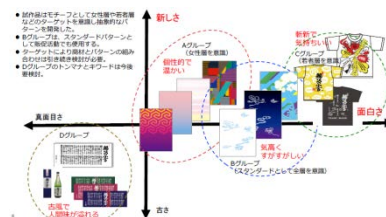
- ブランドとして売れる体制を整え3年で年間売上1億円の事業に成長させる礎を作る

| 支援分野          | 支援成果   |
|---------------|--|
| ブランド・コンセプトの構築 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ブランドストーリーの再整理と公式ブランドストーリーを作成</li> <li>➢ ブランドメッセージの開発</li> <li>➢ 「親父の小言」ロゴの統一表記基準の開発</li> <li>➢ 「新しさ」、「遊び心」、「洒落っ気」を軸に商品領域の拡張と「トーン&amp;マナー(表現デザイン展開基準)」の設計</li> </ul>  |
| 商材開発・販路開拓     | <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 展示会出展を契機とした新規商談案件を14件獲得(A、Bランクの案件が7件:Aランク「間違いなし」、Bランク「可能性あり」)</li> <li>✓ LOFTとの商談継続中</li> <li>➢ クリアファイル、Tシャツ、カレンダーなどの試作品作成</li> <li>➢ 商談管理シートの整備</li> </ul>          |

### 今後の展開

#### ■ 「共感」を売るブランドとして育成

- ブランド価値、魅力を高める新規商材ラインナップの拡充
- 定期的な展示会出展による販路開拓



# 支援テーマ:中古車販売店での集客と感動経営による売上の増加と安定

## 支援先:株式会社ナプロアース

### 支援概要

#### ■ 支援対象

- (株)ナプロアース 中古車販売事業(ホットガレージ事業):浪江町で創業、総合自動車リサイクル事業者として成長。震災後、本社工場を伊達市に移転し事業再開。使用済み自動車の仕入れから中古車販売も展開。

#### ■ 支援分野

- 既存商品の高付加価値化

#### ■ 支援概要

- 中古車販売事業のための幹部向けマニュアル、セールスマニュアルの策定と研修の実施

### 支援内容


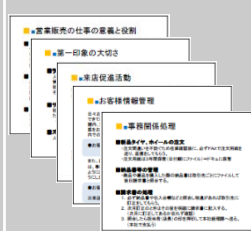
#### ■ ホットガレージ(店舗)の集客及び売上拡大

- 店舗レイアウトの見直し
- 事業計画書(販売計画)の策定

#### ■ 幹部向け店舗運営スキルアップ

- 幹部向けマニュアルの策定と幹部向け研修
- 営業担当向けセールスマニュアルの策定と担当者研修

### 支援成果

| 目標         | 支援成果   |
|------------|--|
| 集客・売上の拡大   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本社の中古車販売事業に対する意向が支援期間中に変更あり、また、予定されていた中古車販売専属の人員配置が出来なくなったことから、拡販体制を整備することで合意、支援実施</li> </ul>   |
| 店舗運営スキルアップ | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 中古車販売事業担当者と事業計画書と店長・リーダーマニュアルを作成</li> <li>● 店長・リーダーマニュアルをもとに研修の実施</li> </ul>                             |
| セールスキルアップ  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 在庫品そろえのあり方、展示、看板・サイン配置のあり方などを指導</li> <li>● 中古車セールスマニュアルを作成</li> <li>● 中古車セールスマニュアルをもとに研修の実施</li> </ul>  |

### 今後の展開

- ホットガレージ事業(中古車・中古車部品販売事業)では、近い将来のフランチャイズ化も視野に入れ事業を推進。