

平成 30 年 4 月 27 日
復興庁

平成 29 年度ハンズオン支援事業等の成果について

- 復興庁が平成 29 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。

別紙1 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 専門家派遣集中支援事業成果について

参考資料1 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 専門家派遣集中支援事業の成果(詳細)

- 両事業とも、平成 30 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 新保、横山、酒井、足立
TEL : 03-6328-0267

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）16名の知見を活用し、「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、大学や産業支援機関など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29年度は個社支援（8件）のほか、グループ支援を拡充し（4件、34事業者）、オリンピック・パラリンピック等経済界協議会のご協力の下、販路開拓、おもてなし人材育成等、共通の課題を抱える地域の複数の事業者に対して、商工会議所や観光協会等と連携して支援を実施しました。

このたび、これら12件（42事業者）の成果をとりまとめましたので、お知らせします。

【グループ支援（販路開拓）の成果】

水産加工業を中心に、「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。

さら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した。

平成29年度からは、商談会に向けたトレーニングや大手バイヤーによる現地商談会等も実施した。

	事業名・事業主体	支援概要	写真
1	<p>【販路開拓】 気仙沼商工会議所 所属 事業者（9事業者） （宮城県気仙沼市）</p>	<p>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、営業ツールの作成等を行い、営業戦略の再構築を行った。</p> <p>商談ロールプレイング、即売会・商談会への出展と、その振り返りを繰り返すことで、営業ノウハウを身に着け、大手バイヤーによる現地商談会等では、学んだ営業手法を実践した。</p>	
2	<p>【販路開拓】 いわき商工会議所 所属 事業者（11事業者） （福島県いわき市）</p>	<p>いわきでは、商工会議所・参加事業者が協力し、地元の消費者を集めた「食イベント」なども開催した。</p> <p>支援体制： （気仙沼）政策調査官 4名 （いわき）政策調査官 4名</p>	 

【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。

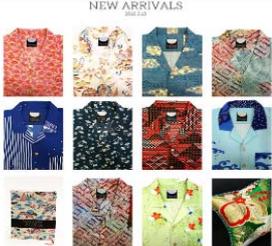
さらに意欲のある事業者に対し、観光モデルプランの策定、外国人によるモニターツアーの実施、PR 動画の制作など、外国人観光客受入態勢整備に対する支援を実施した。

	事業名・事業主体	支援概要	写真
3	<p>【おもてなし人材育成】 久慈広域観光協議会 所属事業者 6 社 (岩手県久慈市)</p>	<p>岩手県北沿岸エリアにおけるインバウンド旅行客の受入態勢を整備するため、セミナーを通じた人材育成に取り組むとともに、受入れに意欲的な事業者に対し、館内表示・案内等の多言語化、PR ツールの多言語化等に関する支援及び久慈の観光 PR 動画の制作支援を実施した。</p> <p>支援体制：政策調査官 5 名</p>	
4	<p>【おもてなし人材育成】 二本松観光協会、二本松商工会議所 所属事業者 8 社 (福島県二本松市)</p>	<p>二本松におけるインバウンド旅行客の受入態勢を整備するため、セミナー、ワークショップを開催。参加事業者には体験メニューを構築して頂き、外国人の受入態勢を整えるとともに、二本松の観光 PR 動画の制作支援を実施した。</p> <p>支援体制：政策調査官：6 名</p>	

【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、生産性向上や新商品開発、マーケティング戦略に関する支援を実施した。

	事業名・事業主体	支援概要	写真
5	<p>【生産性向上による 売上げの増加】 株式会社川喜 (岩手県釜石市)</p>	<p>販路が拡大した結果、売上げ増加と商品アイテムの増加により、製造が追いつかない状態となった企業に対し、コストを最小限に抑え、人材育成や工程管理の改善を実施することにより、現状の設備のままで効率良く生産する仕組みを作り上げた。</p> <p>支援体制：政策調査官 1 名</p>	

	事業名・事業主体	支援概要	写真
6	<p>【広田湾産海産物を活用した水産加工品開発事業】 広田湾漁業協同組合 広田支所 (岩手県陸前高田市)</p>	<p>震災の影響で減少した市場シェアの回復を目指す漁業協同組合に対し、地元陸前高田市を中心とした連携体制を構築して、ホヤと茎わかめの新商品を3種類開発するとともに、その新商品のマーケティング調査や販路開拓支援を実施した。 支援体制：政策調査官2名</p>	
7	<p>【赤皿貝他加工品の商品企画、販売】 宮城県漁業協同組合 唐桑支所 (宮城県気仙沼市)</p>	<p>カキやホタテの養殖棚に漂着し、地元を中心に消費されている「赤皿貝」加工品の販売数が伸び悩んでいた漁業協同組合に対し、2011年に限定販売となった「駅弁」の復刻、3種類の加工品の開発、試作品のモニター調査や販路開拓の支援を実施した。 支援体制：政策調査官2名</p>	
8	<p>【農水産資源を活用した介護食事業】 株式会社高橋徳治商店 (宮城県東松島市)</p>	<p>介護食市場への参入を目指す企業に対し、石巻の海産物を使用し、合成添加物を使用しない、美味しい介護食の提供を目的とした商品開発、マーケティングを支援した。 支援体制：政策調査官2名</p>	
9	<p>【サムライアロハ事業】 株式会社仙台買取館 (宮城県仙台市)</p>	<p>東北の着物を元に、一点もののアロハシャツを仕立て販売するものの、売上げが安定せず、事業運営の改善を検討していた企業に対し、ブランディング、商品開発、試作品作成、販路開拓を支援した。 支援体制：政策調査官2名</p>	
10	<p>【工房移転後の大堀相馬焼マーケティング戦略立案事業】 陶徳陶器店 (福島県郡山市)</p>	<p>震災直後の2011年秋より、移転先の郡山で作陶を再開しものの、売上げが安定せず、新たな取り組みを模索していた企業に対し、商品開発、試作品作成・出荷、販路開拓を支援した。 支援体制：政策調査官2名</p>	

	事業名・事業主体	支援概要	写真
11	<p>【ポリエステル培地を活用した施設園芸導入事業】</p> <p>ポリエステル媒地活用推進組合 (福島県川俣町)</p>	<p>風評からの農業再生を目標として、古着等のリサイクル素材を活用した「ポリエステル媒地」を活用したアンズリウム栽培に取り組んでいる任意組合に対し、栽培方法及びマーケティングの専門家の派遣、事業計画書の作成支援、プロモーションツールの制作支援を行った。</p> <p>支援体制：政策調査官2名</p>	
12	<p>【あしらい用新芽の販売事業】</p> <p>四季の食彩 和伊んや (合同会社 ASAHIYA) (福島県富岡町)</p>	<p>「あしらい用新芽」の市場開拓と商品開発を目指す企業に対し、市場調査・試作品の作成・サンプル出荷、農家や関連会社との連携体制の構築についての支援を実施した。</p> <p>支援体制：政策調査官2名</p>	

各案件の支援の過程で制作したプロモーションツール、動画等の成果物は、以下のページでご覧いただけます。

※URL は調整中

専門家派遣集中支援事業成果について

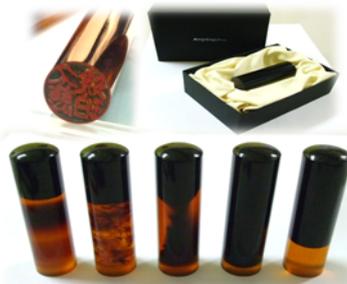
復興庁では、被災地で新たな事業を立ち上げる企業等に対して、専門家が指導・助言のほか、試作品の作製等実務面まで集中支援を行う「専門家派遣集中支援事業」を実施しています。

このたび、平成 29 年度に集中支援を実施した 53 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、テーマごとの代表的な成果(計 10 件)の概要は以下の通りです。

【新規事業の立ち上げ】

	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要	
1	藤田商店 宮城県・気仙沼市 ワカメ養殖・水産加工 専門家:久保晴資 事業者協業による6次化支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 藤田商店が中心となり水産加工業者 3 社で共同ブランドの立ち上げ、EC サイト開設に資する支援を実施 ✓ 合弁会社の設立準備、企業理念の策定～中期事業計画の策定を並行して支援 	 <p>自社 HP・EC サイト</p>
2	(株)森山 福島県・福島市 温泉旅館 専門家:齋藤由布子 カフェ店舗及びメニュー開発	<ul style="list-style-type: none"> ✓ カフェ事業立ち上げにあたり、旅館との一体感が感じられる内装設計に関する助言及び指導 ✓ カフェで提供するランチメニュー及びスイーツメニューのレシピを開発 (ランチメニュー3種、スイーツ3種) 	<p>ランチメニュー・スイーツメニュー</p> 

【新商品の開発】

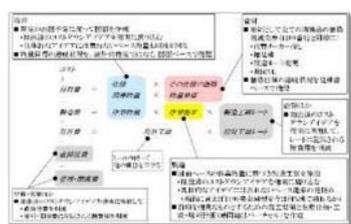
	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要	
3	久慈琥珀(株) 岩手県・久慈市 琥珀アクセサリー製造販売 専門家:大志田典明 新商品開発・プロモーションツールの制作	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新商品「円柱マリアーージュインゴット」の開発(全5種を開発)や営業ツール (POP・商品パンフレット等)を作成 ✓ 「2018Gift Show」展示会の出展に際し、運営方法・商品展示方法を助言及び指導 ✓ JET 資源の管理手法・体制の構築と品質管理手法の定着化を支援 	 <p>円柱マリアーージュインゴット</p>

	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要
4	(株)松柏館 福島県・いわき市 温泉旅館 専門家: 小尾直樹、島田慶資 新規宿泊プラン開発・労務管理体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 客室の稼働予測に基づき、適切なスタッフ人数を配置できる勤務体制を確立(接客係の業務を可視化) ✓ 新たな顧客層の開拓に向けて、「ペットと泊まれる宿泊プラン」などの新規宿泊プランを開発 ✓ 自社ホームページをスマートフォンで閲覧できるようにリニューアル  <p>新規宿泊プラン</p>

【販路拡大】

	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要
5	(株)バンザイファクトリー 岩手県・陸前高田市 木工品・食品の製造販売 専門家:宮口直也 商品コンセプト整理・販売拡大に向けたサポート	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 商品のコンセプトの統一を図るため、ターゲット顧客層を明確化し、商品コンセプトの再構築を支援 ✓ 上記コンセプトに基づき、自社ホームページをリニューアルやプロモーションコンテンツの制作などを支援 ✓ 販路拡大に向けた顧客データ整理、企画提案書等の営業ツールを作成  <p>自社 EC サイト</p>
6	工房おりをり 福島県・福島市 「真綿」織物の製造販売 専門家:友廣祐一 真綿の新商品開発・自社直営 EC ショップの開設	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費者へ訴求力のある商品デザインを制作し、福島の伝統織「真綿」と伝統工芸「こけし」の製法を融合して、新商品「mawata 美人」の開発を支援 ✓ 消費者へ直接販売できるよう EC サイトの開設にあたり、コンセプトやコンテンツ制作等を支援  <p>mawata 美人 自社 EC サイト</p>

【生産性向上・効率化】

	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要
7	(株)ヤマニシ 宮城県・石巻市 造船業者 専門家:谷川文章 生産性の改善	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設計・調達・製造の工程を見直し・改善することで、作業能率を改善すべく生産工程の改善に関する助言・指導を実施(約13%の工数削減) ✓ 具体的に、負荷平準化を伴った生産日程計画の作成、標準船の生産工程の見直し・改善を実施  <p>活動別コスト構造</p>

【商業施設開発】

	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要
8	<p>合同会社ベース 岩手県・陸前高田市 共同店舗整備・管理運営 専門家:加茂忠秀</p> <p>商業施設の計画策定等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 共同店舗「陸前高田まちなかテラス」の開業に向けて、店舗施設計画、管理運営計画等の作成を支援 ✓ 開業告知に係る効率的な情報発信・販促方法の定着化  
9	<p>株式会社かわまちてらす 閉上 宮城県・名取市 共同店舗整備・管理運営 専門家:平野哲行</p> <p>まちなか再生計画策定・まちづくり会社体制整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 平成31年3月の閉上地区(名取川堤防沿い)の商業施設の開業に向けて、まちなか再生計画、商業施設等整備計画の策定を支援 ✓ まちづくり会社の効率的な運営管理体制の構築にあたり、組織体制の構築や運営ノウハウの定着化を支援    <p>かわまちてらす 閉上</p>

【クラウドファンディングの活用】

	事業主体・業種 ・ 専門家名・事業名	支援概要
10	<p>NPO 法人みやっこベース 岩手県・宮古市 地域社会活動の運営管理 専門家:伊藤大介</p> <p>クラウドファンディング活用全般に係る助言・指導</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宮古市の交流人口の拡大を目指し、観光客が宿泊するゲストハウスの改装費用資金をクラウドファンディング「いしわり」で調達するため、クラウドファンディング準備全般を支援 ✓ プロジェクト開始に係る目標金額・期間、返礼品、プロジェクトコンセプト等の企画・策定などを支援  

専門家派遣集中支援事業 支援案件一覧(概要)

	事業者名	業種	支援概要
岩手県 (全22件)	NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク	食品加工	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資源が持つ特長や強みを活用した商品開発 ・「商品企画・コーディネート」部門を新設(新商品の企画・提案手法の確立) ・コーディネートフィーやライセンスフィーを得るビジネスモデルの確立
	岩泉ホールディングス(株)	食品加工	<ul style="list-style-type: none"> ・組織再編スキームの構築(組織再編の論点整理し、タスクリストを作成) ・ホールディング体制における組織上の課題を整理し、組織再編の方向性を検討 ・効率的な組織運営、補助金受給スキームを提案した再編スキームを検討
	合同会社ベース	まちづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・共同店舗施設設計、運営管理全般に関わる提案・指導・助言 ・不動産賃貸事業者としての役割、管理内容、契約等に関する助言・指導 ・開業時・開業後の共同販促等に係る助言・指導
	(株)宏八屋	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング構築に係るコンセプトワーク、クリエイティブディレクションを実践 ・会社パンフレット等の販促ツールの策定 ・ターゲット顧客の整理、営業プロセス管理手法の定着化
	(株)あんしん生活	食品加工	<ul style="list-style-type: none"> ・販売戦略の立案:具体的な事業計画及び成長戦略の方針決定・行動計画策定 ・営業ツール改良、営業企画提案手法の定着化 ・組織体制の整備、人事関連既定の整備
	(株)たろう観光ホテル	ホテル	<ul style="list-style-type: none"> ・サービスマニュアルの作成・編集、アンケートシステムを構築 ・会社方針を整理・明確化、社員意思の統一 ・おもてなし教育を中心とした人材育成(定期勉強会の開催)
	(有)工藤食品	食品加工	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者が試作開発の新商品評価、流通可能商品へブラッシュアップ ・新商品に係るパッケージ、ラベルデザイン、包装等の作成 ・販促足趾ツール(POP、のれんなど)の企画・制作
	(株)山英	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> ・企業理念の構築(言語化)、理念に基づいたコーポレートカラー、ロゴの改良 ・ブランドコンセプトの開発、販売戦略の策定 ・商品パッケージデザイン開発、商品フライヤ等の制作
	(株)ブラシーズ	製造業(プラスチック容器の製造)	<ul style="list-style-type: none"> ・3次元CAD/CAMの操作技術習得に向けた指導 ・試作品製作技術と検査技術の高度化(高品質化) ・設備導入計画策定、人材育成・体制確立に係る助言・指導
	キャピタルホテル1000(株)	ホテル	<ul style="list-style-type: none"> ・経営方針の共有、定例会(経営会議等)の設置、会議企画・運営ノウハウの定着 ・経営幹部に対する人材教育(経営情報の活用手法、課題解決手法の定着化) ・販売チャンネル強化(ネットエージェント、自社HP)
	フードパック(株)	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> ・商品コンセプトの検討・構築、商品ポジショニングや市場ターゲットの設定 ・自社HPの企画・製作による情報発信力の強化 ・消費者ニーズ調査・分析、(得意先インタビュー等)
	久慈琥珀(株)	装飾品製造販売	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品「円柱マリアージュインゴット」の開発 ・製品説明カードおよびPOP等の販促ツールの作成 ・「2018GiftShow」展示会出展サポート
	(株)海楽荘	旅館	<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成教育(おもてなし教育)、サービスマニュアルの整備 ・顧客アンケートシステムの構築、分析手法の定着化 ・組織運営の構築、経営者の心構え勉強会実施等による運営管理体制の強化
	釜揚げ屋	食品加工	<ul style="list-style-type: none"> ・既存商品「山田せんべい」のブラッシュアップ ・新商品の企画・開発(郷土菓子「ひゅうず」を活用した新商品) ・自社HPのリニューアル、PRツールの製作、SNS、メディアの活用手法の定着化等
(有)あくあぶらんつ	水族館	<ul style="list-style-type: none"> ・集客効果を高める展示のアドバイス、プロモーション手法の確立 ・メディア戦略の立案、自社HPのブラッシュアップ ・ブランディングの再整理、CIの再構築 	

	事業者名	業種	支援概要
岩手県	(有)まるき水産	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> 既存商品のターゲット顧客・商品ポジショニングの整理し、ブランドコンセプト設計 商品パッケージデザインの企画・開発(デザインの統一化) 集客・販売目標の設定、年間販売計画の策定
	酔仙酒造(株)	酒造	<ul style="list-style-type: none"> 新ブランドのコンセプト設計、企業理念(使命・信条・行動規範)の再構築 日本酒ユーザー及び取扱店などでヒアリング調査等のフィールドワーク実施
	(株)バンザイファクトリー	食品・雑貨製造販売	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット顧客層を明確化し、商品コンセプトを再構築 プロモーションコンテンツ制作、自社Webを中心とした直販体制の構築 営業ツール(企画提案書等)の整備
	NPO法人みやっこベース	社会環境整備等サービス業	<ul style="list-style-type: none"> プロジェクト目標設定(金額・期間)、返礼品、プロジェクトコンセプト等企画・策定 プロジェクト専用HPの立ち上げ、HPコンテンツの磨き上げ SNSを活用した情報発信の強化
	三陸聖地化委員会	コンテンツツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> クラウドファンディングに係るプロモーション、運営管理全般の助言・指導 プロジェクトコンテンツの企画・作成、自社HPブラッシュアップ(コンセプト再設計) 情報発信手法の確立、運営管理体制の強化
	嵯峨豆腐店	食品加工	<ul style="list-style-type: none"> クラウドファンディングに係るプロモーション、運営管理全般の助言・指導 プロジェクトコンテンツの企画・作成、自社HPブラッシュアップ(コンセプト再設計) 情報発信手法の確立、運営管理体制の強化
	釜石まちづくり(株)	まちづくり	<ul style="list-style-type: none"> まちなか再生計画策定のための施設整備、事業の運営管理計画等の構築 観光資源と地元食材活用ノウハウの定着化 共同店舗施設整備に関わる提案・指導
宮城県 (全18件)	ゼライス(株)	ゼラチン製造販売	<ul style="list-style-type: none"> 通信販売事業における販売促進・顧客管理手法の改善 顧客アンケート調査、新商品トライアルセット開発、価格ライン・パッケージの改良 今後3年間の事業計画の策定に関する助言・指導
	(株)共和アルミ工業	金属加工	<ul style="list-style-type: none"> 生産性改善に向けた「可視管理＋日常管理＋方針管理」の管理手法の定着化 受注ロス低減、不良発生率低減、備稼働率向上させ、採算性の改善
	(株)かわまちてらす閑上	まちづくり	<ul style="list-style-type: none"> 閑上地区商業施設開設に係るまちなか再生計画、商業施設等整備計画の策定 まちづくり会社の効率的な管理運営体制の構築、収支計画等の作成
	(株)ヤマニシ	造船業	<ul style="list-style-type: none"> 設計・調達・製造における各工程の見直し・改善(約13%程度を削減) 負荷平準化に向けた生産日程計画の作成 製造作業能率を効率的分析・評価する視点と手法の定着化
	藤田商店	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> 合併会社設立の準備及び組織体制編成の助言・指導 企業理念・事業ビジョンの策定、3カ年事業計画の策定など 自社HP・ECサイト立ち上げ支援
	(株)門間筆筒店	仙台筆筒製造販売	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層をターゲットとしたアプローチ方法の指導 海外展開、伝統工芸品の事業展開などで先行事例の分析・ヒアリング調査 ブランドイメージ強化に向けたコンセプトブック制作(多言語対応)
	(株)エムコーホレーション	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> 顧客管理システムの構築 現状プロセス調査・改善案の作成、管理コード体系の見直し、再設計等 顧客・販売システムの連携強化による業務効率化
	(株)石渡商店	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> 輸出手続き・流通ノウハウの定着化、海外販売体制の確立 海外プロモーション・PR手法を確立(海外現地で展示会・イベントなどへ出展)
	(株)八葉水産	水産加工	<ul style="list-style-type: none"> 営業活動の進捗に関わる管理指標の調査・分析 生産活動の進捗、製品別原価に関わる管理体制の調査・分析 損益管理フォーマットの作成、運用・管理方法の助言・指導

	事業者名	業種	支援概要
宮城県	(株)海遊	水産加工	・インターネットを活用したマーケティングリサーチ ・業務用レシピのアドバイス及び栄養計算、業務用レシピ集のデザイン企画・編集 ・既存取引先を対象とした品評会の開催
	(株)鮮冷	水産加工	・当社の持つ水産資源や加工技術・設備(CAS冷凍技術)をアピールポイントとしたプロモーションコンテンツの制作
	(株)マルキン	水産加工	・国際認証エコラベルASC取得に係る養殖漁業改善に関する助言・指導 ・電子養殖履歴(トレーサビリティ)システム運用・構築 ・養殖場モニタリングデータ運営管理の仕組みづくり
	ダイショウ水産(株)	水産加工	・既存商品オールラインアップからセレクトしたマーケットイン型の新商品開発 ・自社通販サイトの新設、オペレーションツールの制作(通販商品リーフレットなど) ・通販事業のオペレーション設計、運営の定着化
	サンフレッシュ小泉農園	トマト栽培販売	・GLOBALG.A.P.取得に向けての環境整備、取得後の経営改善策の検討 ・生産工程の改善、管理体制の構築、作業リスク評価・軽減策の検討・策定 ・ICT活用した記帳・管理業務プロセス策定
	(株)佐々直	水産加工	・新商品企画・開発(ターゲット選定、商品コンセプト設計、メニュー・レシピ開発) ・既存惣菜商品のブラッシュアップ、新規総菜メニュー仕様書(5アイテム)、パッケージデザインのリニューアル
	(株)高德海産	水産加工	・卸売・小売業者へヒヤリング調査・分析、新規チャネル選定に係る助言・指導 ・商品開発ニーズの把握・整理、商品別カタログの企画・制作
	(有)マルタ水産	水産加工	・地元特産物を使った新商品企画、試作品製作、試食会・評価等の助言・指導 ・販路拡大に向けた新販路候補リスト策定(業種別)、トライアル営業の実践 ・新商品に係るパッケージデザイン、パンフレット、リーフレットなどの製作
	(株)気仙沼くわ茶エイトク	桑茶栽培販売	・会社の方向性の検討(事業理念の検討、ターゲットの特定等) ・WEBプロモーション(取材) など
福島県 (全13件)	(有)旅館ひのえまた	旅館	・閑散期対策の新規宿泊プランの開発 ・観光資源と地元食材の活用、オペレーションの定着化 ・新規規チャネル「じゃらん」「楽天トラベル」等のネットエージェントの活用
	(有)山形屋	旅館	・販路拡大に向けて設備投資ゼロ、新たな客層の開拓に関する助言 ・新商品の企画立案、テストマーケティングの実施 ・繁忙期・閑散期料金体系の見直し等による採算性改善の助言・指導
	(株)森山	旅館	・旅館併設カフェ開発に係るロビー・フロント&ショップ・カフェの基本プラン策定 ・カフェ開設のための基本設計と事業収支管理ノウハウの定着化 ・カフェレシピの開発支援
	富岡ホテル(株)	ビジネスホテル	・ホテル運営のための接客研修、ロールプレイ研修の実施 ・朝食・夕食メニューの開発及び調理レシピの作成 ・開業後のオペレーションマニュアル作成
	(株)西自動車商会	自動車販売・修理	・販売戦略の策定、販売促進方針の策定に関する助言・指導 ・販売チャネルの強化として、自社HPの立ち上げ
	トラスト企画(株)	リサイクル事業	・新規事業「光ファイバーを用いたインテリア・家具の製造販売」の事業計画策定 ・市場規模・成長性、競合状況等の環境分析、営業対象先を整理 ・営業プロセス・体制の構築に関する助言・指導
	(株)清水	保水ポリマー製造	・製品特性に関するデータ含水率・重金属固着性・効果持続性等)の取得・整理 ・取得データの整理・訴求ポイント明確化、製品販売方針・販売ターゲットを具体化 ・営業ツール等の制作
	までい工房美彩恋人	食品加工	・BtoB向け販路拡大に向けて、プロモーション強化(アピールポイントの整理、PRツール制作など) ・商品ラインナップの充実化(ギフトセットの開発など)

	事業者名	業種	支援概要
福島県	工房おりをり	真綿製造販売	<ul style="list-style-type: none"> ・伝統織「真綿」と伝統工芸こけしの技術を融合した新商品「mawata美人」を開発 ・自社直営ECサイトの立ち上げ ・商品パッケージ、POP等の販促物の制作
	(株)松柏館	旅館	<ul style="list-style-type: none"> ・新規宿泊プランの企画・開発、テストマーケティングの実施 ・労務管理体制の構築・改善(業務プロセス分析・改善方針の提示など) ・自社HPのブラッシュアップ(スマートフォン対応など)
	(株)フクシマフロンティア・ヒグチ	繊維	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケットトレンド調査、新商品開発の方針検討・決定、デザイン仕様書の作成 ・作製管理体制の構築(資材選定、パターン作製 - 縫製・刺繍 - 品質管理) ・展示会場設営の企画立案に係る助言・指導、新規販路開拓支援
	(株)阿部ニット	繊維	<ul style="list-style-type: none"> ・自社ブランドのコンセプト・顧客提供価値の再定義 ・市場調査、ターゲット顧客の明確化し、製品デザインのリニューアル ・試作品(サンプル品)の企画・制作
	(株)木幡メリヤス	繊維	<ul style="list-style-type: none"> ・自社ブランドのコンセプト・顧客提供価値の再定義、ブランド構築推進体制確立 ・試作品デザインの企画・開発 ・展示会展展サポート

事業名	グループハンズオン(販路開拓)「気仙沼における水産加工業者等への支援」
事業主体	気仙沼商工会議所

事業概要

特定地域の共通課題に対する面的な支援を実施。気仙沼では、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を開催し、1社ずつ丁寧な個別指導で課題解決に導いた。

支援対象企業

(株)MCF / 水産加工業、(株)かねせん / 食品製造加工業、(株)カネダイ / 食品製造加工業、(有)ケイ / 食品製造加工業、(株)大菊 / 海産物販売業、(有)ミートよねくら / 食品製造加工業、(有)村東商店 / 食品製造加工業、ヤマヨ水産 / 牡蠣養殖業、旅館椿荘花月 / 旅館業

支援内容

以下の3ステップで支援対象企業の営業力向上を目指した。

STEP 1「基礎力 UP」

「参考になった」が
9割以上

① 合同セミナー「販路開拓勉強会」

目的：営業戦略（「誰に」「何を」「どうやって」売るか）を考える力をつける
日時：5月26日(金) 14時00分～17時00分、参加者数：33名



セミナーの様子

② 合同ワークショップ「合同営業作戦会議」

目的：営業戦略を具体的に設定すること
日時：6月9日(金) 13時00分～16時00分
場所：気仙沼商工会議所、参加社数：8社

「参考に
なった」が
100%



ワークショップの様子

STEP 2「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を実施し、それぞれの課題を明確化、解決策を提案
(課題例)

チラシを手にとってもらえない...

- ターゲットを明示
- 強みを端的に表現
- 雛形を提供するので、自社で更新可能



もっと印象に残るようにしたい...

- 名刺も営業ツールとして活用



事業者	取りあげる商品等	アドバイス		営業ツール開発				その他
		新商品開発	営業ノウハウ	チラシ	ポスター	企業概要	提案書	
(株)MFC	あなご等		○	○			○	パッケージ制作
(株)かねせん	練製品		○	○		○	○	名刺作成
(株)カネダイ	カニ製品		○	○			○	
(有)ケイ	さんま佃煮		○			○		パッケージ作成
(株)大菊	海産乾物・ふりかけ		○	○	○	○	○	
(有)ミートよねくら	気仙沼ホルモン	○	○	○			○	
(有)村東商店	鮮魚・水産加工品		○	○		○	○	Web ページ作成
(株)ヤマヨ水産	牡蠣の養殖・販売		○	○	○	○		ロゴ作成
旅館椿莊花月	旅館	○	○	○	○	○	○	名刺・酒ラベル作成

④ブランド化促進のための素材提供

・企業パンフレット、写真素材の制作

パンフレット①



パンフレット②



ポスター



STEP3「実践演習」

⑤商談会強化トレーニング

- ・商談会前のディスプレイのチェック、事前のロールプレイング研修を実施
- ・商談会当日を経て振り返りミーティングを実施

得られた成果

①商談会の成果

- ・バイヤー企業とのマッチング、商談継続多数

②展示即売会への出展

- ・上野駅、丸の内等首都圏での展示即売会に参加

次年度以降に向けた取り組み

1. 商工会議所にノウハウを伝授。
継続・発展するよう自走できているか、フォローアップを行っていく。
2. 経済界協議会と連携し、出口戦略を一層強化する

事業名	グループハンズオン（販路開拓）「いわきにおける水産加工業者等への支援」
事業主体	いわき商工会議所
事業概要	
<p>特定地域の共通課題に対する面的な支援であり、グループハンズオンは昨年の大船渡に続き、今年度で二年目になる取組。いわき市を対象に「販路開拓勉強会」を実施。そこで気づきを得られた業者（モチベーションの高い業者）を少人数制のワークショップに引き上げ、他の事業者の前で自らの課題をさらけ出すことで、本当の自分の姿をしっかりと把握させる。その後は1社ずつ丁寧な個別指導で課題解決に導いていく。さらに、その実践の場の提供を行う。</p>	
直面していた課題	
<p>いわき市の事業者は、これまでは営業しなくても商品が売れていたものが、震災で販路を絶たれ、原発事故に伴う風評の被害もあり、自らが活動しなければ淘汰されていく状況の中にある。しかしながら、市場開拓、商品開発の方法が分からずにいる業者が多数いる。</p>	
支援対象企業	
<p>いわき食彩館(株) / 食品製造・小売業、(有)おのづか食品 / 水産加工業、(資)カネキ商店 / 水産加工業、木村ミルクプラント(株) / 乳製品製造業、タムラ電子(株) スモークハウス/ 惣菜製造業、(有)長久保食品 / 食品製造・卸売業 フラワースタジオ ミヨコ / フラワーアレンジメント製造販売、(株)ホーピバレッジ / 飲料販売業 (株)夕月 / 水産加工業、吉福 / 惣菜製造販売・飲食業、(株)ト印食品 / 水産加工・卸売業*</p> <p style="text-align: right;">*年度中に廃業</p>	
支援内容	
<p>以下の3ステップで支援対象企業の営業力向上を目指した。</p> <p>STEP 1「基礎力 UP」</p> <p>市場ニーズを知り、自社商品について分析した上で、営業戦略を策定するための基礎知識を身につける</p> <p>①合同セミナー「販路開拓勉強会」（参加者数 35 名） ②合同ワークショップ「合同営業作戦会議」（参加者数 12 社）</p> <p>STEP 2「体制構築」</p> <p>③個別課題に対する解決策の提案</p> <p>営業するための準備を整えるために、個社に対するヒアリングを実施し、それぞれの課題を明確化、解決策を提案（各社 2 時間× 2 ～ 3 回）</p>	
<p>作成例</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>ロゴ</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>チラシ</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>ポスター</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>DM</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>パッケージ</p>  </div> </div>	



ワークショップの様子

事業者	取りあげる商品等	アドバイス		営業ツール開発				その他
		新商品開発	営業ノウハウ	チラシ	ポスター	企業概要	提案書	
いわき食彩館(株)	オリーブ等		○	○				キャッチコピー・ロゴ制作
(有)おのづか食品	練製品・惣菜		○	○	○	○	○	
(合)カネキ商店	さんまの極旨干し		○	○				
木村ミルクプラント(株)	乳製品		○	○				
タムラ電子(株)	燻製たまご	○	○		○	○	○	パッケージ制作
(有)長久保食品	しそ巻 他		○	○	○	○		D M制作
フラワースタジオミヨコ	フラワーボトル	○	○			○	○	
(株)ホーピバレッジ	ミネラルウォーター	○	○				○	
(株)夕月	蒲鉾、魚肉製品		○	○				パッケージ制作
吉福	惣菜、弁当		○	○			○	

④ブランド化促進のための素材提供

・営業活動を補完のため、プロカメラマン・ライターによる企業パンフレットを制作し、写真素材を提供



STEP 3「実践演習」

⑤商談会強化トレーニング

- ・商談会前のディスプレイのチェック、事前のロールプレイング研修を実施
- ・商談会当日は専門家同席で指導を行い、その後、フォローアップのための振り返りミーティングを実施

得られた成果

- ・商談会を実施した結果、バイヤーとのマッチング、商談継続が多数あり
- ・丸の内等首都圏での展示即売会に参加し、商品をPR
- ・上記以外にも、大手量販店や大手百貨店への出店等、個別に販路を広げた事業者もいる

次年度以降に向けた取り組み

1. 商工会議所にノウハウを伝授。
継続・発展するよう自走できているか、フォローアップを行っていく。
2. 経済界協議会と連携し、出口戦略を一層強化する

事業名	グループハンズオン 久慈
事業主体	久慈広域観光協議会（久慈、洋野、野田、普代、二戸、軽米、九戸、一戸）
事業概要	
<p>岩手県久慈市は、テレビドラマ「あまちゃん」で知名度が向上し、観光客が増えたが現在は下落傾向にある。「あまちゃん」が台湾や韓国で放映され、外国人旅行者が少数だが訪れるようになったが、外国人旅行者の受入経験が少なく行動の把握（マーケティング）などが出来ていない。また、外国人旅行者とのコミュニケーションも十分に取れていない。久慈ではあたりまえの風景・食べ物・暮らしぶり・そして人、当たり前を「地域の宝」として再発見し、「久慈良品」として国内や海外に広く発信していきようインバウンド支援を実施した。</p>	
支援対象企業	
久慈第一ホテル（ホテル）、道の駅土風館（物販・レストラン）、ふるさと体験学習協会（自然体験）、小袖海女センター（物販）、四作商店（昆布削り食品）、上山琥珀（琥珀工芸）	
支援内容	
<p>支援策 1：久慈良品の発掘、認定</p> <ul style="list-style-type: none"> 素材の集約・選別・認証を行う。 外国人向け PR のため「久慈良品」のロゴを制作。 <p>支援策 2：久慈良品の発信（国内外）</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光 PR 用動画制作（監督：長澤雅彦氏） <p>発掘した「久慈良品」の魅力をまとめ、9本の短編動画を作成（日、英、繁）</p> <p>動画撮影の様子</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  </div>	
<p>支援策 3：おもてなし人材育成講座の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> インバウンドセミナー （平成 29 年 10 月 6 日：講師 KNT-CTホールディングス(株) 青木淑浩氏） おもてなしセミナー（平成 29 年 11 月 27 日：講師 日本航空株式会社 芳川礼子氏） 外国人観光客受入講座 （平成 29 年 12 月 11 日～12 日：講師 ビズユナイテッド 宮口直人氏） SNS 情報発信講座（平成 30 年 1 月 27 日：講師 ヤフー株式会社 徳應和典氏） 翻訳アプリ活用講座（平成 30 年 2 月 23 日：講師 凸版印刷 堀内晃氏） <p>セミナー、ワークショップの様子</p>	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>	

支援策 4：事業者への支援

- 外国人観光客を受入れたいと希望する事業者に対し、現状の課題を洗い出し、専門家を派遣、受入ツールの整備等支援を実施

ウェルカムボード



パンフレット①



パンフレット②



支援策 5：モニターツアーの実施

- オリンピック・パラリンピック等経済界協議会の協力のもと外国人によるモニターツアーを実施。
- 実施日：平成 30 年 3 月 2 日（金）～3 月 3 日（土）
- アメリカ、ドイツ、台湾、韓国から 4 名が参加

（参加者の声） 都会では感じられない田舎ならではの自然の豊かさを感じることができてよかったです。また、現地の方々と色々な交流ができたこと、久慈でしかできない体験ができて本当によかったと思います。

モニターツアーの様子



得られた成果

- 動画は短尺で作成しており、独自に作成しシリーズで追加していくことが可能
- 各施設等への成果品はデータ納品のためその後の加工は各自で出来る
- ロゴも権利を久慈広域観光協議会の所有とし、継続した取組が出来る

次年度以降に向けた取り組み

- P R 動画、ロゴのフル活用を進めるべく、関係者へ働きかけ
- 久慈市板受入メニューを整理し、支援事業をきっかけとして、訪日外国人受入態勢を整備

事業名	グループハンズオン 二本松
事業主体	二本松観光協会

事業概要

福島県二本松市は、全国的なインバウンド増加の流れから大きく遅れている。観光資源や外国語対応での課題がある中、インバウンドを呼び込むこと、そして実際にインバウンドが二本松を訪れたとき、地元がしっかりと対応できる環境づくりを行うことを目的とする。コンセプトは「家族で体験できる、遊園地のような町であること」とした。京都や浅草を目指して背伸びするのではなく、等身大で二本松の良さをアピールするため、子供から大人まで、みんなで楽しめることを重視した。

支援対象企業

株式会社檜物屋酒造店（酒造メーカー、販売）、株式会社お菓子処 日夏（菓子製造・販売）、橋本仏具（仏具、木彫刻、文化財等修復）、蔵カフェ千の花（味噌・醤油醸造、カフェ）、田中家具（二本松家具の製造・販売）、龍泉寺（寺院）、有限会社井上窯（陶器製造・販売）、あづま館（旅館業）

支援内容

支援策 1：インバウンド・おもてなしセミナー

インバウンド向けの受入態勢の構築や、おもてなしスキル・情報発信力の向上を目的とし、各種セミナーを開催した。

- ・ 日時：平成 29 年 7 月 21 日（金）13:30～16:00
- ・ 講師：株式会社 J T B グローバルマーケティング&トラベル 阿部昌孝氏、日本航空株式会社 小森裕子氏



セミナーの様子

支援策 2：ワークショップ

インバウンド対応の核となる企業や関係者を対象に、インバウンドに対する課題や心配点など、話し合いの場を設定した。

- ・ 日時：平成 29 年 9 月 26 日（火）14:00～16:00、18:00～20:00
- ・ 場所：二本松商工会議所
- ・ 参加者数：6 名

支援策 3：個社支援

インバウンド対応に必要な多言語対応や体験メニュー作り等の個社支援（8 社）を実施した。各事業者の体験メニューフライヤー、市内周遊マップ、PR 動画の作成を日本語版・英語版でそれぞれ作成した。

フライヤー

周遊マップ



支援策 4：情報発信セミナー

SNS 導入・写真の撮り方・翻訳アプリの使い方、という 3 部構成でセミナーを開催した。

- ・ 日時：平成 30 年 1 月 30 日（火）13:30～16:00
- ・ 講師：Explore Hakone 金子森氏、総務省東北総合通信局 菅俊恒氏）

支援策 5：オリパラモニターツアー

オリンピック・パラリンピック等経済界協議会の協力のもと、外国人によるモニターツアーを実施し、支援先 8 事業者にて体験メニューを実際に体験、外国人目線での意見を頂いた。

- ・ 実施日：平成 30 年 2 月 20～21 日
- ・ 中国、ブラジル、アルゼンチン、シンガポールから 4 名が参加
（参加者の声）食べ物と温泉がとても良い。子供も一緒に楽しめるアクティビティがたくさんある。人が優しく、伝統的なものや家族で楽しめるアクティビティがたくさんあるので、観光するにはとてもいい場所だと思う。

モニターツアーの様子



得られた成果

- ・ 各事業者で体験メニューを受け入れる際に必要なパンフレットや説明書き等英語ツールの整備
- ・ 英語版周遊マップ

次年度以降に向けた取り組み

- ・ 今年度作成した PR ツールを用いた情報発信の強化
- ・ 地域の事業者のさらなる巻き込み、観光ルート、コンテンツの充実
- ・ 問合せ先や申し込みのメール対応、当日受付の実現
- ・ 地元事業者への英語の普及

事業名	生産性向上による売上の増加	
事業主体	株式会社川喜	
事業者の概要		
<p>1949年創業のそば、うどん、ラーメン、やきそば、冷麺等の麺業製造販売会社。「体にやさしい麺作り」をコンセプトとして、①保存料をなるべく使用しない麺づくり ②良質な水で麺づくり ③丹精を込めて麺づくりのこだわりを持つ。販路拡大を進めている上で、首都圏(特に23区内)の高級スーパーを中心に納入し、消費者の支持を得ている。</p>		
直面していた課題		
<p>販路が拡大するなか一定の売上げが増加したが、商品アイテムの増加により現生産体制では製造が追いつかない状態となった。新工場、新設備の前面入れ替えはコスト的に出来ないため、人材育成や工程管理の改善により、現設備のままで効率良く生産する仕組みを作り上げる。</p>		
支援内容		
<p>支援①生産性向上：現地指導による改善点の明確化</p> <p>現状の課題点を、生産段階ごと、場所ごとに整理し、その課題を受けて、どのような視点から解決が可能か、生産マネジメントの外部専門家と連携して検討する。また、改善点及びその具体策を明文化し、その記録をもとに、工場の運営計画、改善計画を作成し、社員と共有する。</p>		
<p>支援②次世代人材の育成</p> <p>専門家指導を1対1で受けることで、若手の管理者育成も目指す。代表として専門家から直接指導を受ける担当者は、指導された事項を記録し、それを社内でも共有する。</p>		
<p>支援③商品アイテムの見直し・絞り込み</p> <p>商品ラインの適切な絞り込みと新たな商品開発に向けて、その参考となる現行製品クロス分析とエンドユーザーチルド麺ニーズ調査を専門家に委託し実施する。</p>		
得られた成果		
<p>支援結果①生産性向上</p> <p>① “うどん”生産力の増大</p> <p>新茹で方式による手待ち時間の極小化を進めたことにより、活動前生産実績(3,000袋/日)に対して、活動後生産実績として、6,000袋/日を実現し、生産倍増を達成した。その後、新茹で方式の日常化、作業者の配置見直し等による生産時間の延長などにより、うどんの生産力の増大を実現した。</p>		

② 5S(整理・整頓・清掃・清潔・しつけ)活動及び作業改善

現場での指導により、包装・荷揃え工程の5S改善、出荷エリアでの5S改善を実施。

支援結果②次世代人材の育成

工場管理責任者候補の若手とともに現場を回る中で、現場改善の基本的考え、手法(ムダの発見、なくし方)を実体験してもらい、改善ポイントの議論を若手と行うことにより、改善点の明確化を図った。

支援結果③商品アイテムの見直し・絞り込み

① 現行商品クロス分析(売上の半分を占める量販店向け商材の分析)

100近くある商品の中で、40商品で利益全体の90%を占めていることが分かり、その中で売上高シェア・売上額伸び率の高い商品を明確にした。

② 消費者(東京)ニーズ分析(東京の高級スーパーの好需要層ニーズ(なま麺・ゆで麺)の把握)

なま麺・ゆで麺のメインターゲットとなる年代層を把握し、商品を知るきっかけ、購入量、食べ方等の消費者の傾向を分析した。ニーズとして、「味・食感・産地・品質」を重視する等の声が多く、当社のござわりとマッチングしていることも、今後の展開に活かすことにした。

次年度以降に向けた取り組み

① 生産体制再構築

増産体制として、2直化による生産時間の延長、要員管理制度の見直しを行うとともに、多品種化対応のため、包装/出荷作業のエリアの拡張、システムの見直しなどを行う。また、要求品質の高度化に対応する衛生管理の強化とともに、ミスを防止するため、作業の標準化を進める。

②商品ラインの見直し

主力商品の生産管理の徹底、改廃検討商品の見直しを行うとともに、マーケットニーズを踏まえた次期の主力商品の開発を行う。

○課題

新生産体制づくりの基盤として、「川喜版 5S・改善計画」の着実な実践とともに、商品分析データベースの充実化を図る。

事業名	広田湾産海産物を活用した水産加工品開発事業
事業主体	広田湾漁業協同組合 広田支所

事業者の概要

陸前高田市の海産物を漁業者から集荷・委託を受け、漁連、市場ルートで仲卸を通してスーパー等の量販店や飲食店に販売していた。主力商品は、塩蔵若布、冷凍むき身ホヤとウニ、アワビ、ホタテ、カキなど。広田湾漁業協同組合は平成 16 年 4 月 1 日設立。従業員数 39 名。

直面していた課題

課題①市場シェアの拡大：従来の海産物集出荷業務のみでは、震災の影響により減少した市場シェアの回復は困難だった。

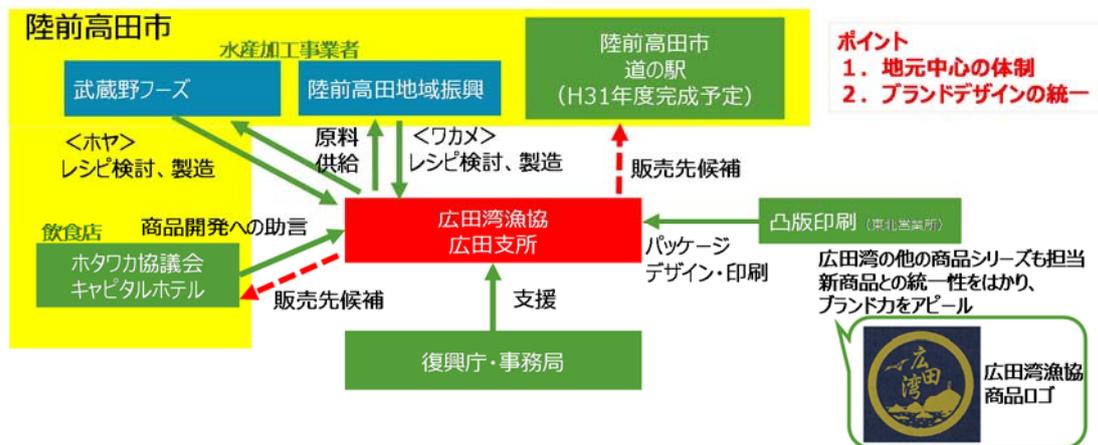
課題②計画中の道の駅共同店舗向けの新たな商品開発の必要性：「道の駅」は市内観光の中心となる予定の施設であり、広田湾産海産物の PR 効果も期待されているが、生鮮魚介類と既存加工品だけでは種類が少ないことから新たな商品開発が必要だった。

課題③現状の漁協には、設備・知識・ノウハウが不足：塩蔵若布以外の用途に利用できる設備が少なく、知識やノウハウを持った職員がいなかった。

支援内容

支援①事業計画の策定・体制の構築

1) 加工品開発、2) 加工品開発にかかる助言、3) パッケージデザインに関する体制を構築した。詳細は、以下の通り。



支援②新商品の開発

下記のような方針に従い、加工品 3 種を開発した。

炙りホヤのみそ漬、炙りホヤの塩麹漬	茎わかめの佃煮
1. 塩分を抑えた味付け 2. ホヤが苦手な人にも食べられる味噌味 3. ホヤ好きに好まれる塩麹付け	1. ホタワカ御膳で提供される味 2. お土産として提供 3. わさび味は自走に向けたラインナップ強化

炙りホヤのみそ漬



炙りホヤの塩麹漬



茎わかめの佃煮



支援③マーケティング調査

商品設計の参考とするため、競合品の価格・量・味・販路に関する調査を実施した。

また、アンケート調査票を作成し、一般消費者および量販店等のバイヤーに対する試食・アンケートを実施した。結果概要は以下の通り。（実施期間：2018年1月～2月）

	下北沢 気仙フェア	奈良 生協	仙台 東北の食と農の商談会
回答者 プロフィール	•会社員35.5% •専業主婦（夫）14.0% •学生（12.6%） •ホヤを食べたことある方が半分程度	•専業主婦（夫）43.4% •会社員14.0% •大半がホヤを初めて食べる方	•スーパー、百貨店、生協、レストラン、ホテル等のバイヤー •ホヤを食べたことある方がほとんど
内容	•全体の約9割が「良い」以上の評価 •男性からはみそ漬けホヤが、女性からは茎わかめ佃煮が高評価	•ホヤ2商品については、首都圏と比較して厳しい評価 •茎わかめ佃煮については、約6割が「非常に良い」	•全体の評価としては、みそ漬ホヤの評価が最も高く、8割以上が「良い」以上の評価をしている。
購入意向	•ホヤ2商品については、「旅行の土産物として」の意向が最も高く、「日常用」との回答が次いでいるのに対し、茎わかめ佃煮は「日常用」が最も高い。		

支援④販路開拓支援

JA グループ主催「東北の食と農の商談会」において、東北および首都圏の小売・加工・外食業者43社から商品・販路等に関するご評価をいただき、3社から取引条件等について示唆をいただいた。

上記示唆および、消費者アンケート結果を踏まえ、「1. 地元陸前高田市内のお土産店、飲食店」、「2. 周辺都市（盛岡等）のお土産店、飲食店」、「3. 首都圏の量販店、アンテナショップ等」の販路候補について、ターゲット像・用途を整理した。

得られた成果

支援結果①新商品開発

地元で持続可能な商品開発体制を構築し、新商品3種のレシピ・試作品及び、パッケージデザインを完成させることができた。

支援結果②マーケティング調査（調査結果共有）

一般消費者やバイヤーによる評価を収集して分析するとともに、競合品調査による販路やターゲットとなる価格帯について、開発中の商品設計にフィードバックすることができた。

支援結果③販路検討

消費者・バイヤーへのアンケート結果を元に、ターゲットを明確化するとともにバイヤーへの周知・レストランとは商談を実施することができた。

次年度以降に向けた取り組み

平成31年度の地元道の駅、ホタワカ御膳提供店での販売開始に向けて

- ・加工品の販売開始に向けた商品内容・デザインの確定および、販路開拓ツール（POP、チラシ）等の確定をする。

量販店等への販路拡大に向けて

- ・原材料生産量、製造キャパシティを踏まえ適切な価格設定と販路を決定する。
- ・レシピ検討のみで試作品作成を行わなかった「茎わかめのわさび漬け」を新商品に追加する。

事業名	赤皿貝他加工品の商品企画、販売
事業主体	宮城県漁業協同組合 唐桑支所

事業者の概要

組合員の水揚げした魚介類を入札などにより販売することを主な業務とする。主力商品は、カキ、ホタテ、ホヤ、ワカメ、ウニ等など。唐桑支所は 2007 年 4 月 1 日設立。従業員数 正職員 7 名、臨時職員 2 名他 9 名。

直面していた課題

課題①震災後の事業継続：管内の漁業者や加工業者が減少。今後の事業継続の方策として、組合内の女性部と協力のもと、平成 27 年から加工品の製作を検討することになった。

課題②商品のブラッシュアップまたは新規商品開発の必要性：赤皿貝の冷凍加工品を市内の量販店や自社 HP で販売しているが、販路・販売数に伸び悩んでいた。

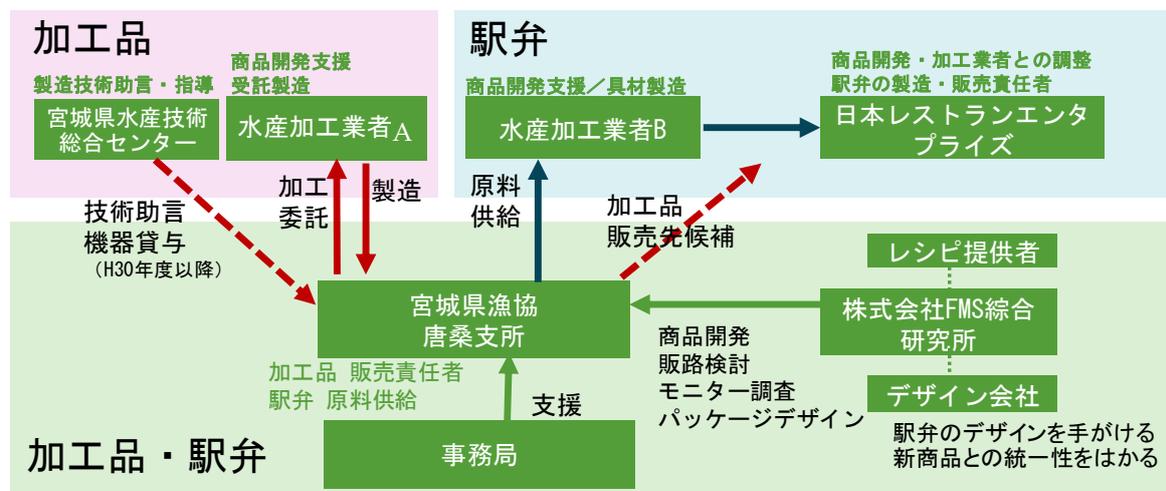
課題③設備・知識・ノウハウの不足：食味の良い新たなおつまみや缶詰、駅弁などを開発し、展開に利用できる設備が少なく、知識やノウハウを持った職員が不足していた。

支援内容

支援①事業計画の策定・体制の構築

1) 事業計画：1. 赤皿貝の炊き込み飯弁当「復刻※」版の開発、2. 赤皿貝を用いたオリジナル加工品の開発・販売を実施することとした。

2) 体制構築：加工品事業、駅弁事業に関する体制を構築した。詳細は、以下の通り。



※H23 年に販売された「赤皿貝の炊き込み飯弁当」は津波の影響を免れた原材料により数量限定で販売され、当時売れ行き好調、話題になったが、養殖棚の被災により、その後製造が中断されていた。

支援②商品設計・マーケティング調査

駅弁の復刻および、加工品「アヒージョ」「とまとチャウダー」「炊き込み飯のもと」の3種類を開発するとともに、それぞれについてオフィステスト、モニター調査を実施し、評価を商品設計にフィードバックした。



支援③販路開拓支援

- 1) 駅弁事業：H23年時の販路を確保、当面は1万食限定販売を実施することで調整した。
 - 2) 加工品事業：想定されるターゲット層と販売場所候補を検討・提案した。当面は、駅弁関連商品として、駅弁と同じJR東日本系列での販路を想定し、将来、百貨店（ギフト等）他の販路にも展開可能なように検討した。
- 1) 2) について、販売促進用のチラシ原稿を作成した。



得られた成果

支援結果①事業計画の策定・体制構築

1. 赤皿貝の炊き込み飯弁当「復刻」版の開発、2. 販売赤皿貝を用いたオリジナル加工品の開発・販売の2本柱で進めることを決定し、その推進に必要な支援体制を確立した。体制確立にあたっては、地元で事業継続が可能なかたちとした。

支援結果②商品開発・マーケティング調査

新規商品3種の完成、駅弁復刻版を完成するとともに、それぞれに対しモニター評価を実施し、その結果を反映して商品内容をブラッシュアップした。

支援結果③販路検討

駅弁については、販売先・スケジュールを決定した。（4/21発売予定）
加工品については、販売ターゲットを設定し、JR東日本系列の販路に対して商談を実施した。（4/21発売予定）また、百貨店（ギフト等）他の販路にも展開可能なように検討した。

次年度以降に向けた取り組み

当面のスケジュール

- ・4月下旬：駅弁および加工品販を開始する。
- ・4月下旬以降：加工品販路拡大に向けて、原材料生産量、製造キャパシティを踏まえ適切な販路を決定し、具体的な販路開拓を行う。

今後の課題

- ・加工品の販売開始、継続に向けた原材料供給計画の策定および実行
- ・加工品の販路開拓・商談活動、バイヤーの要望に応じた商品内容・デザインのブラッシュアップ

事業名	農水産資源を活用した介護食事業
事業主体	株式会社高橋徳治商店
事業者の概要	
<p>高橋徳治商店は、1905年の創業時より水産加工食品の製造販売を生業としてきた。1960年頃より練り製品製造販売業務を加え、1970年後期より合成添加物を一切使わない魚肉練り製品・冷凍食品の製造販売を開始した。魚介類原料は宮城県石巻魚市場が主になり取引先は北海道から九州までの生活協同組合で、作り立てを急速凍結した冷凍品での流通取り扱いである。（主な商品：はんぺん、かまぼこ、さつま揚げなど）</p>	
直面していた課題	
<p>昨年、介護食への取り組みの手始めとして、はんぺんを試作し、既存の得意先である生協担当者に意見を仰いだ。ニーズとしてはあるものの、発注量に波があり、事業として継続していくのに十分な安定的発注量が見込めないことから、前に進めずにいた。介護食提供現場における負担軽減、美味しい介護食の提供を前提として、専門家やマーケットニーズを確認しながら、需要の高い商品開発を進めることが求められている。</p>	
支援内容	
支援①商品開発	
<p>①商品設計 「市場性」「ハードル」「技術」の観点から、在宅の介護食、嚥下(えんげ)調整食分類3と4を想定した商品開発を行う。</p> <p>②レシピ開発 喉に詰まらないなど安全性の確保を最優先に、分解酵素などを使わない無添加、魚本来の風味を損なわないレシピ、見た目からも食欲をそそる形状とする。</p> <p>③試作品の作成 白身魚(グチ)・赤身魚(サンマ)をベースに、想定粘度・硬さ「3・4」をターゲットに、水、油、玉ねぎ、はんぺん、米粉、こんにゃく粉、でん粉などを調合する。</p>	
支援②マーケティング	
<p>①事業者ヒアリング 介護食(主に練り製品)の市場性を確認するため、10事業者を対象にヒアリングを行う。</p> <p>②グループインタビュー 地元の介護施設等の研究会メンバーを対象として、試作品の試食を通して、試作品の外観、香り、味、感触等について評価する。</p>	
【グループインタビュー(試作品の試食)】	
	

得られた成果

支援結果①商品開発(試作品の完成、商品開発スキル・ノウハウの習得)

○試作品1 [区分3のつみれ]

- ・石巻港に水揚げされる白身魚(グチ)を使用
- ・全ての調合原料が国内産、無添加(化学調味料・合成添加物)
- ・滑らかな食感になるよう素材は全て裏漉してから混合
- ・魚の味わいや風味が感じられる



○試作品2 [区分4のつみれ]

- ・石巻港に水揚げされる赤身魚(サンマ)を使用
- ・全ての原料が国内産、無添加(化学調味料・合成添加物)
- ・素材感をより感じられるよう、さんまは粗挽き
- ・魚の味わいや風味がより感じられる



支援結果②マーケティング(ヒアリング結果およびデータ活用・装備)

①商品設計(今回の支援の方向性の裏付け)

- ・在宅介護市場拡大、施設向けはハードルが高い⇒区分(3, 4)に取り組むべき

②商品改良における示唆

- ・課題の明確化(付着性の解決)
- ・調理方法により、試作品の区分3と4をアレンジ(湯煎時間など)
- ・既存商品の中にも、「やわらか食」として販売可能な商品あり

③販売戦略

- ・メーカー側からの提案型営業が効果的(市場動向、消費者認知)
- ・事業者へ提案ノウハウが不足 ・商談時に使用する「提案書(雛形)」を作成

支援結果③販路の確保(既存拡大と新規へのアプローチ)

①既存チャネルへの取り組み

- ・マーケティングにより商品や市場に関するデータ装備
- ・生協の持つ消費者ニーズ・シーン情報活用 ・ともに介護市場の可能性は認識
- ・研究・勉強会、共同開発 ・提案型営業のツール(提案書)作成

②新たな取引先として2社との取引の可能性を発掘

- ・事業者ヒアリングにより、2社から好反応

次年度以降に向けた取り組み

①今回の試作開発のノウハウを活かした介護商品開発

- ・粘度等の改良、個々の顧客ニーズに合わせた商品開発

②試食会、ヒアリング等のノウハウを活用したマーケティング、

- ・市場情報を反映した新商品開発の推進

③販路開拓:チャネルの開拓・維持拡大

- ・既存顧客へのアプローチ、商談時の提案書(雛形)の活用

④スピーディーな経営判断・意思決定・アクション

- ・プロジェクトチームの設置検討

事業名	サムライアロハ事業
事業主体	株式会社仙台買取館
事業者の概要	
<p>社長は宮城県岩沼市出身で発災までは東京で大黒屋に勤務、2012年にUターンし創業、古物商「大黒屋」のFC3店舗展開、空き家鑑定事業などを行う。2016年にサムライアロハ事業を立ち上げる。サムライアロハ事業は、東北各地から集められた着物を素材とし、仙台周辺の待機児童を抱える主婦の手作業で反物に加工し、福島県南相馬市の縫製工場でおんリーワンのアロハシャツに仕立てる。震災から立ち上がる不屈の精神をイメージして“サムライアロハ”と名付ける。</p>	
直面していた課題	
<p>平成28年12月からamazonで販売を開始、販売価格はシルク製22,800円、化学繊維製18,900円に設定、古着の着物は大量に確保できるが、ブランドポリシー等が定まらず、購買層のニーズ（男性30-40代）の分析にあわせた品質向上の必要があった。スタイルも既存型紙のため現代風ではなく、商品写真にも世界観などが反映されておらず購買意欲がわからない状況にあるなど、以下の課題が挙げられる。</p> <p>課題①：ブランド、商品への認知が低迷⇒ターゲット、ブランディング戦略の見直しが必要 課題②：販路戦略に迷い⇒実態にあわせた販路戦略の見直しが必要 課題③：デザイナー不在、社長のみの体制⇒運営体制の見直しが必要</p>	
支援内容	
<p>支援①アイデアソンの実施（Fw:東北 WEEKLY 枠）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏のアロハシャル愛好家30名を集めて実施 ・消費者の生の声、デザイン面での改善案を寄せてもらう 	  
<p>支援②デザインの見直し</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門デザイナーが寄せられた声を元に型から見直し ・着物の選定、クリーニングなどの行程を一新 ・主婦グループに縫製技術もレクチャー ・生産マニュアルの作成 	
<p>支援③ブランディングの見直し</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世界観を明確にしたブランドストーリーを新たに設定 ・アロハ以外に、女性層獲得のサブアイテムを追加 	
<p>支援④テストマーケティング（交流会での展示・販売）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2月18日に「新しい東北」交流会 in 仙台において、展示と試作品販売ブースを展開する。 ・新型のアロハ10着、巾着袋、クッション、ノートなどを展示、販売し、口頭でアンケートをとる。 ・同時にWEBサイト、SNSもリニューアルを行い、ブランドイメージを一新する。 	

得られた成果

支援結果①アイデアソンの実施

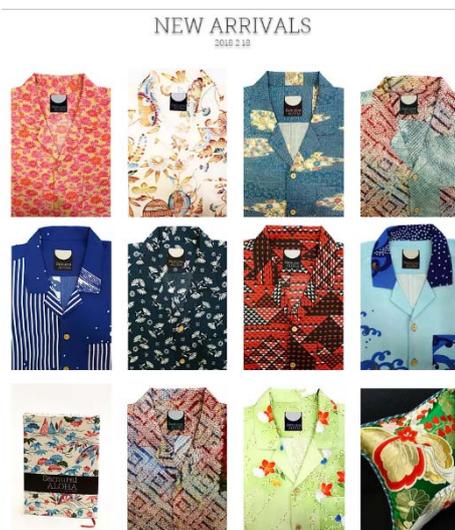
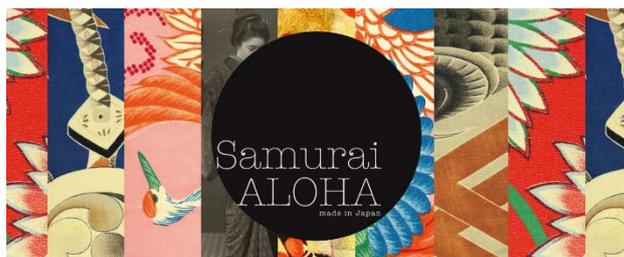
- ・今後も事業を応援したいというファングループが形成された
- ・めざすべきブランド、事業イメージが明確になった

支援結果②デザインの見直し

- ・新パターンで4サイズを想定

支援結果③ブランディングの見直し

- ・和魂再生洋裁
- ・ハワイに移住した日系人が着物からアロハを作った歴史



支援結果④テストマーケティング（交流会での展示・販売）

①過去最高の単日売上

- ・年間 90 万円販売(通販)のところ 1 日 16 万円販売(店頭と SNS からの注文)
⇒デザイン性の高さが評価された
- ・サブアイテムが女性ターゲットの拡大に寄与することが証明された
⇒クッション 4 点、巾着 2 点、ノート 5 点計 3 万円販売
- ・WEB サイト、SNS が高評価
・facebook⇒いいねが倍増の 190 人に

②商談機会をつくることができた

- ・大手旅行代理店からインバウンド旅行企画での貸衣装の引き合い
- ・大手食器卸会社から、外商顧客向けに、サブアイテムのクッションについて引き合い
※いずれも、ブランドコンセプト、品質、デザインのよさが評価される



次年度以降に向けた取り組み

①販路の集約

SNS、WEB 経由での販売を本店として経営資源を集中し実績を積み、海外需要も見込める空港や美術館の単発催事やセレクトショップなどに販路拡大していく

②生産計画と体制

月間販売数 30~50 着を当面の目標とし、専門担当者の雇用を確保し、体制を再構築する

③マーケティング

名刺やショールームの整備をすすめ、東北発の着物リユースのオンリーワンブランドとして積極的にコラボレーション展開し、認知を拡げる

事業名	工房移転後の大堀相馬焼マーケティング戦略立案事業
事業主体	陶徳陶器店
事業者の概要	
<p>江戸後期から10代続く大堀相馬焼の窯元である。震災直後の2011年秋より、移転先の郡山で作陶を再開した。2016年に工房・ショップのリノベーションが完了し、2017年より陶芸教室を開始した。9代目の伝統的作品と10代目（当代）の新しい作風の作品を販売している。</p> <p>※大堀相馬焼：福島県双葉郡浪江町で300年以上続いてきた国の伝統工芸品であり、特徴は主に、①馬の絵、②青ひび、③二重焼である。</p>	
直面していた課題	
<p>課題①商品のコンセプトが不明確：移転後、原材料の調達先を変更し、新しい窯を導入したが、商品の方向性が不明確であった。よって、商品コンセプトの検討が必要であった。</p> <p>課題②新規顧客の開拓が途上：震災後の移転に伴い、移転前の顧客について、関係が切れてしまった方が多かった。よって、新規顧客の開拓が必要であった。</p> <p>課題③事業体制が脆弱：移転後に大堀相馬焼協同組合から脱退をされた。よって、小売業者などの連携先を見つけ、体制を強化することが必要であった。</p>	
支援内容	
<p>支援①商品開発</p> <p>事務局打合せより、「現代の暮らしになじむ和の器」を重視したいことが明確になり、以下の2つの方針で商品開発を実施した。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 鉄器×陶器：復興庁ビジネスコンテスト2016で優秀賞受賞の、南部鉄器製造元の「及富」とコラボして、①鉄瓶×陶器蓋、②鉄瓶×湯呑み6点セット、③ドリッパー陶器×鉄台を開発した。 2) 建築×陶器：工房の施工者「伊藤建友」より、既存品のランプシェードの評価をフィードバックしてもらうことで、①台座なし型、②吊下げ型の開発をした。 <p>支援②試作品の作成およびサンプル出荷</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 鉄器×陶器：開発した新商品について、ドイツの展示会「アン・ビエンテ」にサンプル出荷を行い、バイヤーの反応などのフィードバックを及富から受けた。 2) 建築×陶器：伊藤建友、グランパ（洋食店）の協力を得て、ランプシェードの評価に関するアンケート調査を実施した。伊藤建友、グランパよりそれぞれ、7部、27部回収した。 3) 新しい東北交流会：売れ筋商品のサンプル出荷、連携先の検討、ランプシェードの評価に関するアンケート調査のため、出展を行った。アンケートは、14部回収した。 <p>支援③販路開拓</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 広告媒体の作成：器業界に詳しい、「東京うつわさんぽ」ライターの山口氏に依頼し、陶徳陶器店を紹介するプレスリリースを作成し、器屋・メディア約70件に発信を行った。また、Web媒体「nippon.com」（日本財団による助成、多言語対応）に紹介記事を掲載した。 2) 東京への営業訪問：山口氏のネットワークより、陶徳陶器店の商品について、助言を得られそうな、東京の器屋4店舗・百貨店に対して、営業訪問を行い、今後の事業方針に関する提言をレポートとして取りまとめた。 	



アン・ビエンテの
様子



東北交流会で復興
大臣と意見交換



プレスリリース作成のための
取材の様子



東京への営業訪問の
様子

得られた成果

コンセプトの設定から商品開発・サンプル出荷までの一連の経験を積むとともに、営業訪問を通して取扱商品全体の課題・今後の方針を明確にし、事業計画として取りまとめることができた。

支援結果①商品開発（開発した商品例を以下に示す 撮影：山崎純敬）



二重焼蓋と鉄器セット



台座なし型ランプシェード



吊下げ型ランプシェード

支援結果②試作品の作成およびサンプル出荷

鉄器×陶器で、アン・ビエンテでは、二重焼に関心を持った方はいた一方で、1回の出荷で商談が成立することは少ないため、継続して出荷することが重要とのフィードバックを及富より受けた。

建築×陶器で、ランプシェードの設置希望場所、購入目的、希望価格を定量的に把握した。今後の商品開発の方針を検討する際の判断材料を蓄積できた。

支援結果③販路開拓

東京への営業訪問の結果、①伝統をいかに受け継ぐか検討が必要、②若者にも評価される「新しい相馬焼」とは何か掘り下げが必要、③「料理に合う器とは何か」など、使用イメージの具体化が必要という課題が明らかとなった。

課題解決の提言として、①コンセプトのさらなる深堀り（新天地郡山で作陶を続ける意味の検討、他の作家や使用イメージなどの研究を通して）、②郡山でのネットワークづくり（同世代のクリエイター、農家、酒蔵、料亭、カフェ、雑貨屋など）、③情報発信方法の見直し（SNSの発信方法、郡山市観光協会との連携など）を、山口氏より受けた。

次年度以降に向けた取り組み

作成した事業計画に基づき、次年度以降は、以下の取り組みを進める。なお、まずは郡山市での事業を安定化させる。仙台、首都圏、海外に売る場合は、安定後にスケジュールを検討する。

- ・ 2018年度：原材料の調達・品質管理の安定化⇒伝統的作品の在庫の確保
- ・ 2018年度：酒器関係の試験開発と酒蔵とのコラボ、観光への展開、イベントの検討
- ・ 2018年度：訪日外国人観光客向けの商品の開発とマーケティング
- ・ 3年後を目処に：陶徳の定番商品・主力商品の開発（型、シリーズなど）

事業名	ポリエステル媒地を活用した施設園芸導入事業
事業主体	川俣町ポリエステル媒地活用推進組合
事業者の概要	
<p>町の一部が避難指示区域となった川俣町では、一刻も早い風評からの農業再生を目標として、近畿大学の技術指導のもと、古着等のリサイクル素材を活用した「ポリエステル媒地」を活用したアンスリウム栽培に取り組むことになった。</p>	
直面していた課題	
<p>課題①栽培技術：施設の完成前のため、栽培を開始していない組合員もおり、またポリエステル媒地による栽培の未経験者も多いため、近畿大学からの支援を受けて、栽培技術を底上げしたい。</p> <p>課題②花の市場性：川俣町の気候を踏まえ、市場で求められており、かつ新規参入の可能性が高い花や、その販路、規格などについて組合員の理解を深めたい。</p> <p>課題③組合としての体制：組合は発足したばかりで、実施事項、役割分担などが曖昧。</p>	
支援内容	
支援①栽培技術及び規格の指導（講師派遣）	
<p>1) 実験ほ場を用いた栽培指導</p> <p>復興に向けて町と包括連携協定を締結していた近畿大学の全面的な協力を得て、全 4 回にわたって、栽培する花きの品種の特性やそれに見合う栽培方法、生育調査の仕方やそのデータを活用した栽培管理の手法について、実験ほ場で学んだ。</p> <p>2) 市場規格の指導</p> <p>近隣の花き産地の指導をしていた大田花きから、消費者に選ばれる商品作り、各品目に求められる品質や等級のあり方、望ましい梱包の具体的方法、価格設定の仕方などを座学で学んだ。</p>	
支援②花の市場性の把握（講師派遣、調査結果共有、マーケティング調査）	
<p>1) 市場向けの勉強会</p> <p>大田花きからは、規格だけでなく、花き業界の仕組み（流通方法、業態、業界規模）や花きトレンドの変遷（好まれる花、伸びている需要、縮小する需要）について学んだ。</p> <p>2) 先進事例へのヒアリング</p> <p>先進的な取り組みを行っている千葉県花き栽培事業者への視察、ヒアリングを通して、出荷時期、規格外品の販売、市場性など、経営者として留意すべきことを把握し、組合に共有した。</p> <p>3) 一般向けのマーケティング調査</p> <p>新しい東北 WEEKLY(東京)でのアイデアソンを実施し、約 50 名の一般参加者との討議で、売り方や販路についてのアイデア出しを行った。また、新しい東北交流会（仙台）に出展し、参加者アンケートを実施して、アンスリウムのイメージや利用シーン、色の好みなどについて意見を聴取した。</p>	
支援③組合としての体制強化（討議支援、プロモーションツール作成）	
<p>1) 事業計画の策定</p> <p>組合として実施していく事項、規格の共有と維持、生産コストの把握、経営の基礎などの重要事項、事業計画書の元となる項目について頭だしをし、ディスカッションをしながら決めて行く場を設け、事業計画書のたたき台の作成支援を行った。</p> <p>2) パンフレット作成</p> <p>出荷予定のアンスリウムのプロモーション用にパンフレットを作成した。</p>	

得られた成果

支援結果①栽培技術及び規格の指導

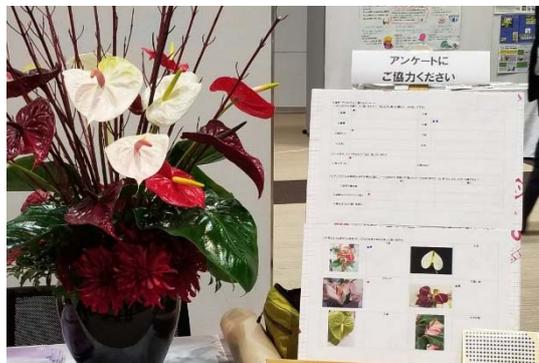
近畿大学より、施設内の環境制御、生育管理の状況について記録を取り、作業を振り返ることの重要性を学び、生産管理の意識付けができた。また、大田花きよりアンズリウムのほか、カー、アスター、デルフィニウム（大田花き推奨品種）の規格を学び、現状の密植では課題があることがわかった。



支援結果②花の市場性の把握

花きの市場性を学ぶことで、消費者ニーズへの理解が深まった。また、先進事例へのヒアリングを通して、複数の販路を持つことの重要性や出荷時期がずれてしまうと、卸値が最高値の100分の1になってしまうことなどのリスクについて意識合わせができた。

さらに、アイデアソンや消費者アンケートによって、祝い事や結婚式など企業や個人のイベント向け需要が大きいこと、赤色のほか、濃赤色などに人気があることを把握できた。



支援結果③組合としての体制強化

組合として実施することは、規格の統一、生産計画の共有、集出荷場の運営、栽培技術や運営の技術力向上、プロモーションとすることが決まった。

また、各組合員の意気込みやアンズリウムの質の良さを紹介するパンフレットを作成し、産地形成に向けて組織一体の意識醸成ができた。



次年度以降に向けた取り組み

平成30年秋には新たに11農家中7農家が新たな栽培施設でそれぞれ栽培を開始することになっているため、それまでに集出荷場の新設や運営方法を検討し、出荷する品目ごとの規格を決定することになった。当面の目標は、取引先となる大田花きが商品として取り扱える品質の花を一定量（市場便で運べる程度）揃えることである。

事業名	あしらい用新芽の販売事業
事業主体	四季の食彩 和伊んや（合同会社 ASAHIYA）
事業者の概要	
<p>リフレ富岡料理長を経て、富岡町夜の森で創業した日本料理店である。震災後、郡山市安積へ移転し、営業を再開した。同社の代表取締役は、合同会社 ASAHIYA において、6 次産業化の商品開発も支援している。その一環で、一般社団法人 南会津生活産業創造教育機構（有機・無農薬農法を営む農家も構成員）と連携体制を構築し、あしらい用新芽の商品開発を開始した。</p> <p>※あしらい：器に盛り付けた料理を引き立てるために添える、花芽・葉などのことである。</p>	
直面していた課題	
<p>課題①あしらいの需要が不明：料理人として新芽をあしらいに利用してきたが、移転先では入手が困難であった。首都圏をはじめ需要見込みはあるか、卸売業者などへの市場調査が必要であった。</p> <p>課題②生產品目・計画が未決定：季節に合わせて、どの品目をいつ生産すると需要を満たせるか明らかでなかった。市場調査を踏まえた生産計画の検討が必要であった。</p> <p>課題③取組み体制が脆弱：販路開拓の方法、新鮮かつ安価な物流形態が明らかでなかった。卸売業者などと連携して、取組み体制を強化し、事業モデルを具体化していく必要があった。</p>	
支援内容	
<p>支援①市場調査</p> <p>1) 卸売業者へのヒアリング：大田市場 東京青果株式会社に対して、あしらいの需要、収益性、既製品との差別化ポイントを伺った。</p> <p>2) 仲卸業者へのヒアリング：株式会社インターナショナルグリーンサービス（以下、IGS）に対して、あしらいの需要、商品開発のポイントを伺った。</p> <p>支援②試作品の作成およびサンプル出荷</p> <p>1) 地方銀行フードセレクションへのサンプル出荷：展示会向けに商品紹介用のチラシを作成し、トマト花を展示した（2017 年 11 月 9・10 日）。会場にて、IGS との協力体制を構築し、複数種類の野菜花芽を詰め合わせた新商品の開発を進めることとなった。</p> <p>2) FOOD EX JAPAN 2018 へのサンプル出荷：IGS のニーズを踏まえ、農家との協議を行い、生産カレンダーを作成するとともに、試験栽培を実施した。開発した商品について、IGS のブースへサンプル出荷を実施した（2018 年 3 月 6～9 日）。</p> <p>支援③連携体制の構築</p> <p>1) 農家との連携体制の構築：南会津生活産業創造教育機構より紹介を受け、あしらいを生産する農家を確保した。和伊んやは、料理人の視点から品質管理、梱包方法を指導することとした。</p> <p>2) 株式会社いんどりととの連携体制の構築：徳島県勝浦郡上勝町は、つまもの葉っぱビジネスで知られる地域である。同社は、農家と卸を繋ぐシステム「IRODORI」を運用しており、本知見を基に他地域の支援を開始した。同社との連携可能性、生産－物流－販売に至る事業全体のモデルを把握するため、上勝町にて研修を受け、意見交換を行った（2018 年 3 月 19・20 日）。</p>	
得られた成果	
<p>取組み体制の構築ができたため、さらなる商品設計・販路開拓に向けた土台をつくることができた。</p>	

支援結果①市場調査

東京青果株式会社へのヒアリングを通して、①出荷基準が厳しいこと（B級品不可）、②受発注管理が大変なために特定品目に特化した方が良く、③基準がまだない「特種物」として差別化を図ると良いことが明らかとなった。大田市場にすぐに直接出荷することは難しいことが考えられた。

IGSへのヒアリングを通して、①色彩が重視されること、②生産カレンダーが必要なこと、③複数種類の野菜花芽を詰め合わせた商品（西洋野菜も梱包）に通年で需要があることが明らかとなった。

支援結果②試作品の作成およびサンプル出荷

農家との協議を通して、色彩に留意しながら、夏季（7月中旬～9月中旬）は野菜花芽を生産すること、夏季以外は西洋野菜を生産することを決定し、生産カレンダーを作成した。

FOODEXへのサンプル出荷により、IGSから梱包方法の指導を受けた。その結果、「畑で農家が収穫したままのようなワイルドな」詰め合わせが求められていることが分かり、イメージを具体化できた。



農家との協議の様子



IGSとの意見交換の様子

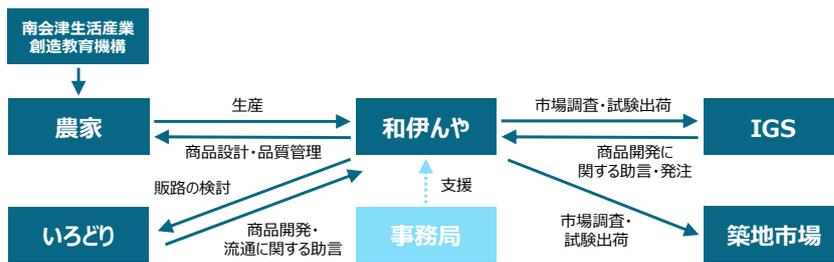


FOODEXでの展示の様子

支援結果③連携体制の構築

株式会社いんどりとの意見交換を通して、システムの運用だけでなく、産地と市場を繋ぎ、調整する「人材」が不可欠なことが明らかとなり、和伊んやがその役割を担うという事業モデルが明確になった。また、同社の取扱商品と差別化を図ることを前提に、①商品開発の助言、②農家の取りまとめと品質管理のノウハウ提供、③物流テストについて、同社から支援を受けられる体制を構築できた。

新商品の企画に前向きな仲卸と組むことが重要との指摘を受け、同社の紹介の下、築地市場の卸売業者・仲卸業者とのネットワークを構築できた。



取組み体制のイメージ（今後の予定を含む）



上勝町研修の様子

次年度以降に向けた取り組み

構築した体制で関係者と連携しながら、次年度以降も取組みを進められるような道筋を提案。

- ・農家に対して：生産カレンダーを基に、本格的に栽培を進められるように調整
- ・IGSに対して：FOODEXのフィードバックを基に商品の見直し、新たな商品の提案
- ・株式会社いんどりに対して：商品開発の協議、システム運用に向けた準備、物流の検討
- ・築地市場に対して：仲卸などに商品を提示、フィードバックを受けながら、商品を具体化
- ・その他：郡山市場（仲卸）への商品紹介と販路開拓

支援先:遠野山・里・暮らしネットワーク

支援テーマ:商品開発・マーケティング

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県遠野市に所在し、平成15年度の創設以降、グリーンツーリズム事業や旅行業をメインに取り組んでいる
- 遠野市を主たるフィールドとして、資源を生かした都市住民との交流の深化と移住の促進を目的に事業を展開している

■ 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

■ 支援概要/テーマ

- 新商品開発力の強化・体制構築、販路開拓
- 既存商品の高付加価値化、情報発信力の強化

支援成果

■ 新商品開発コーディネータ・リノベーション力の向上

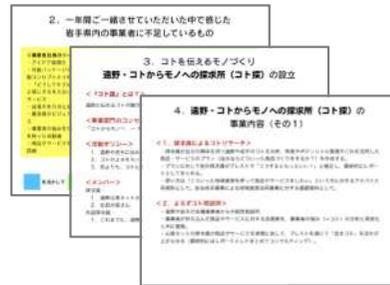
- 地域事業者の商品・サービスの改善や提案ノウハウを定着させ、改善提案コンサルティングサービスを事業化
- 「三陸で獲れる海産物」をモチーフとしたアクセサリーの開発やギフトセット商品を企画・開発し、テスト販売を実施
- 未活用資源「イサダ(オキアミ)」を商品化し、新規販路を開拓(高価格路線の開拓)

■ 販路拡大

- 地元事業者における商品の魅力の伝え方や試食方法を改善し、取扱商品数点が大阪パルコープや岩手県生協での取扱が決定

■ 情報発信力の強化

- コンテンツ企画・制作やソーシャルメディア活用手法の助言・指導により、ノウハウ定着化及び組織体制の構築を実現



支援先:(株)プラシーズ

支援テーマ:製作・検査技術の高度化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県釜石市に所在し、日本国内の大手化粧品メーカーにプラスチック容器やケース等の製品を製造販売している

■ 支援専門家

- office CADMS テクニカルマネージャー 小田中稔

■ 支援概要/テーマ

- 3次元CAD/CAMの操作技術習得に向けた指導
- 試作品製作技術と検査技術の高度化・高品質化
- 技術開発部門強化に係る計画策定、設備導入計画策定に係る助言・指導

支援成果

■ 3次元CAD/CAMの操作技術、加工品質の改善

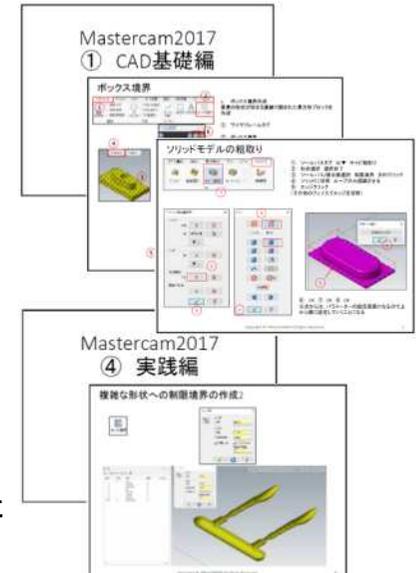
- 作成から加工までの実践的な作業マニュアルの策定、操作・技術指導により、自社に操作技術、加工技術を定着化
- また、業務マニュアルにより作業の標準化を図り、品質の安定化、生産性の改善に大きく貢献

■ 設備導入(機械・CAM)計画の立案

- CAM選定・マシニングセンタ選定に関わるポイントを明確にし、今後の機種選定に活用

■ 人員計画

- 現状・新事業の職務内容に基づき、職業能力開発計画を策定し、社内人材育成(新人育成含む)に向けた仕組みを構築



支援先:釜石まちづくり株式会社

支援テーマ:組織整備・商業施設の開設

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県釜石市の鵜住居地区に常設商業施設の設営をH31年オープンを目標に進めているまちづくり会社

■ 支援専門家

- (株)ジオアカマツ 取締役開発本部長 加茂忠秀

■ 支援概要/テーマ

- まちなか再生計画策定のための施設整備
- 共同店舗施設整備に関わる提案・指導
- 街の魅力向上のための取組方針・計画
- 事業計画等の作成、共同販促体制の構築、情報発信手法の確立

支援成果

■ 商業施設整備・テナント配置計画

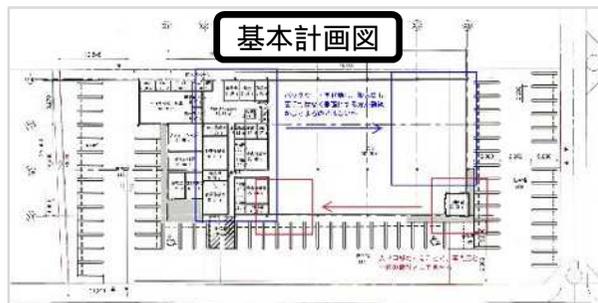
- 出店事業者間の調整、基本計画図・概算事業収支計画案の策定
- ラグビーワールドカップ開催の平成31年8月の開業に向けて、まちなか再生計画の最終調整

■ 街の魅力向上のための取組方針・計画

- 適切な規模構成にかかる検証と必要な生活利便機能、生活を豊かにする機能等の助言・指導

■ 事業計画等の検証事業計画等の検証

- 事業・資金調達計画等策定や補助金活用ノウハウの定着化



支援先:(有)工藤食品

支援テーマ:ブランド再構築・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県釜石市にある、「餅、おこわ・赤飯、おはぎ等」の餅菓子類を製造販売している会社

■ 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

■ 支援概要/テーマ

- 新商品試作品の評価、流通可能商品へのブラッシュアップ
- 既存商品・試作品の容器選定、ラベルデザイン、包装などディレクション及び設計・制作
- ブランディング(コンセプト設計、会社ロゴ製作等)、販促ツール(POPテンプレートなど)の製作

支援成果

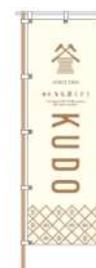
■ 流通可能な新商品の開発

- 競合調査結果に基づき、商品規格等のアドバイス等を実施し、もち商品「胡桃もち」「黒胡麻もち」「甲子柿(かっしがき)もち」「あんもち」の商品化を実現



■ 販売促進

- のれん、テーブルクロス、のぼり、POP(写真撮影も実施)、商品説明リーフレットなどのデザイン企画から制作を行い、販売促進ツールを整備



支援先:岩泉ホールディングス(株)

支援テーマ:組織再編スキームの構築

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県岩泉町の第3セクター4社(岩泉乳業、岩泉産業開発、岩泉総合観光、岩泉きのこ産業)で設立の純粋持株会社

■ 支援専門家

- PwCあらた有限責任監査法人 近藤慎一郎

■ 支援概要/テーマ

- ホールディング体制における組織上の課題を整理し、組織再編の方向性を検討(組織再編スキームの構築)
- 効率的な組織運営、補助金受給スキームを勘案した再編スキームを検討
- 組織再編の論点整理し、タスクリストを作成 など

支援成果

■ 組織再編の方向性

- 持ち株会社化と合併統合のメリット・デメリットを比較・検討し、次年度以降の次年度以降の岩泉ホールディングスグループの組織再編計画の方向性を提示



- 組織再編に係る諸手続き(会社法等)、組織体制の構築に関する専門家の助言・指導により、自社で対応可能な体制構築・ノウハウを定着

支援先:(有)あくあぷらんつ

支援テーマ:ブランド構築・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 1994年に4月に国家石油備蓄基地の作業坑を利用して誕生した岩手県久慈市にある水族館

■ 支援専門家

- (株)中村元事務所 代表取締役 中村元

■ 支援概要/テーマ

- 集客効果を高める展示のアドバイス、プロモーション手法の確立
- メディアコミュニケーション組織の形成、メディア戦略立案(自社HPブラッシュアップ)、ブランディングの再整理、CIの再構築
- 久慈市への観光政策に係る提案の助言・指導

支援成果

■ プロモーションできる魅力ある展示への改修

- 久慈の海水槽前の、南部潜り・北限の海女紹介コーナー「潜りんぴあ」の実現
- 南海の展示だったトンネル水槽を「かめ吉と久慈の海」に展示変更し南部潜りと漁業を紹介

■ メディア戦略体制(広報チーム)づくり

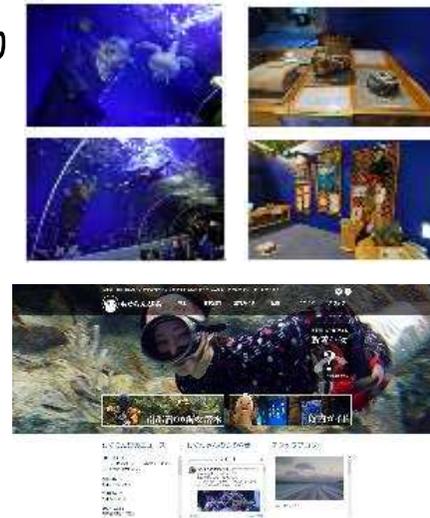
- メディア戦略とパブリシティの仕組みを構築し、水族館から直接メディアに発信する方法を確立

■ ホームページリニューアル

- 「久慈地下水族科学館」から水族館の情報のみを独立させてアピール可能な仕組みを導入

■ 久慈市への観光政策提言書

- 久慈水族館を核とした久慈市の観光政策に係る助言を実施



支援先:久慈琥珀(株)

支援テーマ:新商品開発・ブランディング

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県久慈市に所在し、琥珀アクセサリー製造販売並びに博物館・レストランを運営

■ 支援専門家

- プレイントラストカンパニー(株) 代表取締役 大志田典明

■ 支援概要/テーマ

- 新商品開発力の強化(新素材・新形状)、最終的な加工物性・歩留まりを検証、シングル・ダブルマリアージュの一体物円柱インゴットを複数本を開発
- メモリアルサンプルの制作(新素材の印章)
- ブランドネーミング・ロゴデザイン製作 など

支援成果

■ 円柱マリアージュインゴットの開発

- 全5種の円柱インゴット開発完了・商談提示開始

■ 資源管理手法の定着

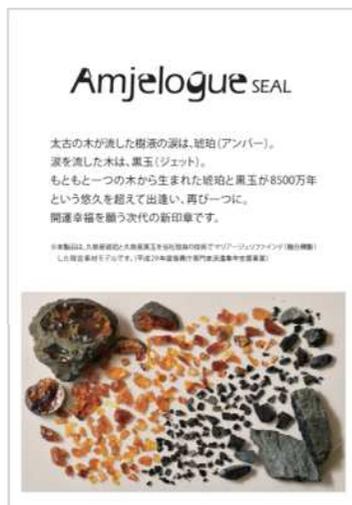
- JET資源管理体制(鉱脈保全および使用配分)ならびに品質管理手法(清浄化)の確立

■ ビジュアルツール制作

- 新シリーズネーミング&ロゴ決定
- ビジュアルPOP制作完了・商談訴求および3/11ミニディスプレイ等の制作

■ デビュープロモーション

- 2018Gift Show出展完了・商談開始
商談49社(過去最多)内、6社引き合い済
- 本店・銀座店ミニディスプレイ準備完了



支援先:嵯峨豆腐店

支援テーマ:クラウドファンディングの活用

支援概要

■ 支援対象

- 昭和32年創業の岩手県久慈市にある手作り豆腐の製造・販売店
- 岩手県産の大豆を原料に消泡剤を使わず、最小限のにがりで大豆本来の風味を味わえるのが特徴

■ 支援専門家

- NPO法人wiz プロデューサー 伊藤大介

■ 支援概要/テーマ

- プロモーション、運営管理全般の助言・指導
- プロジェクト掲載コンテンツの企画・作成
- 自社HP構築(コンセプト・コンテンツ制作等)、SNS活用の定着化

支援成果

■ クラウドファンディングプロジェクトの形成

- プロジェクト開始に係る目標金額、期間、返礼品、プロジェクトコンセプト等の企画・策定に関する助言・指導を実施し、問題なくプロジェクトオープン

■ HPのリニューアル

- 説得力があり、シンプルな仕上がりになるようHP企画・設計に関する指導を行い、クラウドファンディングオープンに合わせてリリース(通販サイトのリンク)

■ SNSを活用した情報発信の強化

- Facebookの有料広告を活用し、クラウドファンディングに関する情報発信や嵯峨豆腐店の周知活動を行い、事業者の認知向上に大きく貢献



支援先: NPO法人みやっこベース 支援テーマ: クラウドファンディングの活用

支援概要

■ 支援対象

- 将来の地域社会創出を担う主体として、成長を促すことを目的に2013年に前身となる任意団体「ユースみやっこベース」を設立

■ 支援専門家

- NPO法人wiz プロデューサー 伊藤大介

■ 支援概要/テーマ

- プロモーション、運営管理全般の助言・指導
- プロジェクト掲載コンテンツの企画・作成
- 自社HP構築(コンセプト・コンテンツ制作等)、SNS活用の定着化
- プロジェクト運営手法の確立、定着化

支援成果

■ クラウドファンディングプロジェクトの形成

- プロジェクト開始に係る目標金額、期間、返礼品、プロジェクトコンセプト等の企画・策定に関する助言・指導を実施し、問題なくプロジェクトオープン
- 募集開始から33日目の3月5日に目標金額の調達に成功

■ HPのリニューアル

- 今回のプロジェクトは独立した事業になる可能性が高いため、専用HPとしてのコンセプト企画・設計、掲載情報の選定等を指導し、クラウドファンディングオープンに合わせてリリース(インバウンド対応も考えた二ヶ国語(英語)対応)

■ SNSを活用した情報発信の強化

- Facebookの有料広告を活用し、みやっこベースの存在や「宮古にゲストハウスができる」ことの周知活動を行い、事業者の認知向上や宮古市への観光誘致に大きく貢献



支援先: フードパック(株)

支援テーマ: ブランド強化・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県宮古市にある、三陸産水産物を原料とした加工食品の製造販売(代表的商品は「茎わかめ」)

■ 支援専門家

- (株)日本能率協会コンサルティング 青木和博

■ 支援概要/テーマ

- 商品コンセプトの構築と商品のポジショニングや市場ターゲットの設定、情報発信力強化による自社HPの企画・製作
- 消費者ニーズ調査・分析
- ブランド構築に係るネーミング・パッケージラベルブラッシュアップ、ラインナップの充実化

支援成果

■ HP企画・制作

- 自社PRや商品訴求力を高めるHPのコンテンツ企画・制作



■ 商品体系の再構築

- 商品体系の整備を行い、商品シリーズ化の開発可能な体制を仕組みを構築

■ 初期提案書の作成

- 初期提案書の作成手法の定着化、商談会や得意先への提案活動が可能な仕組・体制を構築



■ 販売ルート棚卸しと今後の対応方針検討

- 既存販売先の棚卸し、優良顧客を選別、優良顧客へのフォロー活動・新規取引獲得に向けた実施体制を整備



支援先:(株)たろう観光ホテル

支援テーマ:会社方針策定、人材育成

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県宮古市にある観光ホテル、建物内どこからでも景色が眺められ(全室オーシャンビュー)、最新の設備などが特徴

■ 支援専門家

- (株)雅総合研究所 常務取締役 鶴田信幸

■ 支援概要/テーマ

- サービスマニュアルの作成・編集、アンケートシステムの構築
- 会社方針を明確化し、社長・社員間の意思統一
- おもてなし教育を中心とした人材育成支援、定期的な勉強会を設定し、指示命令系統の確立やコミュニケーション改善を図る

支援成果

■ 品質向上のための課題抽出とマニュアル作成

- サービス内容にバラつき・自己流が多数散見され、品質の標準化を図るべく、現場従業員へヒアリングし、マニュアルを作成

■ 会社方針を明確化

- 経営者、従業員へヒアリングを実施し、「企業理念」と「7つの行動指針」を策定

■ 人材教育の実施

- 従業員を対象に「従業員意識調査アンケート」と「個別面談」実施し、分析結果に基づいたおもてなし教育を実施



支援先:(株)山英

支援テーマ:企業理念構築・ブランディング

支援概要

■ 支援対象

- 三陸沿岸の水産物を原料として、新巻鮭や干し魚などの水産物加工を行うほか、鮮魚類を含めた水産物卸や「シートピア」などへの販売を行っている岩手県宮古市所在の水産加工業者

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資

■ 支援概要/テーマ

- 企業理念に基づいたコーポレートカラー、ロゴの改良、ブランドコンセプトの開発、中期経営計画の策定
- リファインした企業ロゴと企業理念をもとに、商品パッケージデザイン開発、商品フライヤ制作

支援成果

■ 中期経営計画の策定

- 企業理念に基づき、今後5か年の事業方針や数値計画を策定
- 強みを活かせる小売分野開拓への注力と売上と利益率を重視した方針を策定

■ 商品ブランドの開発

- 小売向けに観光客をターゲットに自社製品の拡販に向けた商品ブランド「山英特選」を開発
- 商品ラベルと売り場のPOPを統一
- 業務用向けに「生鮮魚介類の買付から1次・2次加工までワンストップ対応!お客さまの効率化をお手伝いします」をキャッチフレーズに販促ツールを開発



支援先:釜揚げ屋

支援テーマ:新商品開発・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県釜石市で郷土菓子「山田せんべい」の製造販売、「うどん店」などの食品製造・販売業を営んでいる

■ 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

■ 支援概要/テーマ

- 既存商品「山田せんべい」のブラッシュアップ、新商品企画・開発
- プロモーションツールの強化、自社HPのリニューアル/ブラッシュアップ、PRツールの製作(メディア向け)
- SNS、メディアの活用手法の定着化

支援成果

■ 新商品「山田ひゅうず」(仮称)の開発

- 商品開発のコンセプトメイキングから素材選定、仕様設計等に係る助言・指導(本格的な生産に向けた準備が完了)

■ 情報発信力強化、PRツールの制作

- 地産地消や手づくり、無添加等の強みを整理し、PRツールを制作
- 山田生せんべいのリノベーション商品であるロールケーキとかぼちゃロールのリブランディングを実施(高付加価値化)
- ストーリーマーケティングの要素を加味したパンフレットやHPリニューアルを行い、「山田せんべい」の認知度を高め、ブランド力向上に大きく貢献



商品パッケージ



支援先:(有)まるき水産

支援テーマ:ブランド再構築・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県山田町にて水産加工品の製造・販売を営んでおり、「帆立貝ヒモ」を主原料とする「漁師の生ふりかけ」が代表的商品

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資

■ 支援概要/テーマ

- 商品ブランドコンセプトを再構築、商品パッケージデザインの企画・開発(デザインの統一化)
- 自社HPをリニューアルし、直接販売を強化、集客・販売目標の設定、年間販売計画の策定

支援成果

■ 商品リブランディング

- ブランド価値を再整理・再設計し、商品テイストを統一
- 新商品「まるきの燻製・牡蠣のオーリーブオイル漬け」の開発、百貨店の贈答品をターゲットにギフトセット商品を開発



■ Webサイトリニューアル

- 既存サイトはデザインも古く販売機能もないため、決済機能とスマホに対応し直接販売ができるように強化



支援先: (株)海楽荘

支援テーマ: 新商品開発・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県大船渡市にある温泉旅館、三陸の新鮮な旬の海の幸を豊富に使用した料理の評価は高い

■ 支援専門家

- (株)雅総合研究所 鶴田信幸、二宮外成

■ 支援概要/テーマ

- 品質を維持する為の人材育成教育(おもてなし教育)、サービスマニュアルの整備、顧客アンケートシステムの構築
- 管理体制強化として、会社方針の明確化、社員意思統一の実施、組織運営の構築、経営者の心構え勉強会の実施 など

支援成果

■ 品質向上のための課題抽出とマニュアル作成

- サービス品質の標準化に向けて、現場従業員へヒアリングし、運営マニュアルを作成



■ 会社方針を明確化

- 経営者、支配人、従業員へのヒアリング結果に基づき、「ビジョン、企業理念、基本思想」を整理し、見える化を実現

■ 人材教育の実施

- 従業員を対象に「従業員意識調査アンケート」と「個別面談」を実施し、結果に基づいたおもてなし教育を実施
- アンケートのフォーム作成と集計手法の定着化



支援先: 酔仙酒造(株)

支援テーマ: 企業理念開発・市場調査

支援概要

■ 支援対象

- 震災前は本社・工場が岩手県陸前高田市にあったが、震災後は大船渡市に移転、代表的商品は「雪っこ」

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資

■ 支援概要/テーマ

- 新ブランドのコンセプト設計、企業理念(使命・信条・行動規範)の再構築
- 上記コンセプトに基づき新商品の企画・開発、関東圏の日本酒ユーザー及び取扱店などでフィールドワークなど(部門別タスクフォース(専門部署)を組成し実践)

支援成果

■ 企業理念開発

- 部門横断的に3グループに分け企業理念開発ワークショップを実施し、「美酒伝承」をスローガンに企業理念を構築
- 企業理念の浸透と行動規範の啓発するためのツールを制作



■ 日本酒の消費実態調査

- 首都圏の一般消費者を対象に日本酒の消費状況や飲食店の選定傾向の調査を行い、商品開発やマーケティング分野へ活用



支援先:三陸聖地化委員会

支援テーマ:クラウドファンディングの活用

支援概要

■ 支援対象

- 三陸コンテンツツーリズムの聖地化を目指すことを目的に2017年4月1日設立

■ 支援専門家

- CAMPFIRE株式会社 ソーシャルグッド事業部 酒向萌実

■ 支援概要/テーマ

- プロモーション、運営管理全般の助言・指導
- プロジェクト掲載コンテンツの企画・作成
- 自社HP構築(コンセプト・コンテンツ制作等)
- 情報発信体制の構築

支援成果

■ プロモーション

- クラウドファンディング向けの訴求力(説得力)のあるコンテンツ・デザイン企画・制作
- 自社HPリニューアル(コンセプト企画・制作ノウハウの定着)



■ 情報発信力強化

- TwitterやオフィシャルHPの拡散方法や文章作成のポイントをハンズオンで指導し、社内体制の整備及びノウハウの定着

■ 運営・管理体制の効率化

- 専門家ネットワークを活用し最適なデザイン制作等の提携業者をマッチング、コスト削減、納期短縮、デザイン品質向上を実現



支援先:(株)宏八屋

支援テーマ:ブランディング、営業力強化

支援概要

■ 支援対象

- 岩手県洋野町にある昭和25年3月創業の水産加工会社

■ 支援専門家

- 株式会社エイチエムシ 代表 星野剛

■ 支援概要/テーマ

- ブランディング構築に係るコンセプトワーク、クリエイティブディレクションを実践、コンセプトに基づき会社パンフレット等の販促ツールをブラッシュアップ
- 外商力強化のため、ターゲット顧客の整理、営業プロセス管理手法の定着化を図

支援成果

■ 全体・コンセプト確立

- コンセプト整理・構築により社内意識改革、後継者の積極的な経営参画、商品統一感を形成(経営のターニングポイントを確立)

■ 販促ツールの制作

- 確立されたコンセプトのもと、当社「老舗感」を訴求した店内パネル・POP・レイアウト変更による本店直営店の売り場改善
- お土産箱詰めやクール便などのシールをリニューアルによる高級感・老舗感の醸成



■ 商品力・営業力強化

- 当社の強みを訴求できるパンフレットを策定し、外商力を強化



支援先: キャピタルホテル1000(株)

支援テーマ: 組織活性化・収益構造改革

支援概要

■ 支援対象

- 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

- 公益財団法人 日本生産性本部 経営コンサルタント 出縄恵介

■ 支援概要/テーマ

- 定期経営会の設置、経営方針の理解促進と行動の開始
- 経営幹部に対する人材教育
- 販売チャネル強化(ネットエージェント、自社HP)
- 料理別原価管理の改善 など

支援成果

■ 業績推進体制の強化

- 経営会議、営業推進会議等などの定期開催の推進
- 社員・役員等の責任分野、行動管理、成果指標の設定
- 将来の売上予測と対応方策の策定指導

■ 集客力強化、商品企画活動の強化

- 営業部員に担当顧客(企業団体約200社)を割り当て、年間営業計画策定の指導・助言
- ホテル企画商品の情報発信手法の確立(新聞折込、年3回予定)
- 三陸美味満載コースなどの新規宿泊プランの企画・開発

■ 食材原価率の改善

- 朝食料理、宴会・法事料理、仕入先等の見直しにより原価率改善に貢献



支援先: (株)あんしん生活

支援テーマ: 事業計画・販売戦略立案

支援概要

■ 支援対象

- 国産・三陸産の原料にこだわり、ひとつひとつの手作りすることにこだわりを持つ、岩手県陸前高田市にある食品加工会社

■ 支援専門家

- 山田会計事務所 所長 山田英裕

■ 支援概要/テーマ

- 経営PDCAサイクルの確立: 月次進捗会議(予実対比の進捗報告、対応方策の検討等)の設定・実施に係る助言・指導
- 販売戦略の立案: 具体的な事業計画及び成長戦略の方針決定・行動計画策定のサポート
- 営業力強化: 営業ツール改良、提案力の向上など

支援成果

■ 経営体制の改善

- 月次経営会議と目標達成状況の評価会議の定着化
- 年度計画、営業先別売上計画などの各種報告書整備

■ 売上改善

- PPM分析～3C分析等による販売方針・計画の策定
- 新商品のパッケージ案策定、会社紹介パンフレットデザイン改修
- 原価計算制度の再構築により、運用方法の改善

■ 人材育成

- 従業員の意識調査・アンケート調査や個別面談結果に基づき、社内改善ポイントの整理、会社が目指す方向性の実現
- 就業規則を見直し、人事諸規程(就業規則、賃金規程等)を整備



支援先:(株)バンザイファクトリー

支援テーマ:情報発信・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 我杯、福おちょこ、iPhoneケースなどを有する「木工品製造部門」と三陸甘茶煮、椿茶などを有する「食品製造部門」の2つの製造部門から構成される陸前高田の事業者

■ 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

■ 支援概要/テーマ

- 商品コンセプトを整理し、情報発信可能なレベルで文章化
- ターゲット顧客層を明確化し、訴求力のあるプロモーションコンテンツの制作と自社Webを中心とした直販体制を構築し、SNS等を活用して情報発信力強化を図る

支援成果

■ 全社コンセプトの再構築と顧客イメージの強化

- やや社会性に寄ったセールスコピーは商品の深みづけに活用しつつ、顧客便益や利用シーンを前面に押し出すように、訴求の建付けを変更



■ 販売拡大に向けた小売サポートの充実化と直販体制の強化

- WEBを中心とした直販プラットフォームの構築を基本に、SNSなどの広告運用方法を導入
- テスト運用の結果、広告費投下に対して十分な売上・利益が期待できるコンバージョンの達成を確認できたことから、今後はこれら販促活動を計画的に実施していく



■ ホテル・旅禍院への販促のための企画提案化と商談開始

- 「旅館・ホテル向け提案書」の北日本銀行様、JTB様、HIS様からの取引先への紹介を執りつけとラグビーワールドカップ公式グッズへの「我杯」の採用についてHISグループ企業と商談を開始し概ね決定

支援先:合同会社ベース

支援テーマ:商業施設開発

支援概要

■ 支援対象

- 被災5事業者が出資者となり合同会社ベースを設立
- グループ補助金を活用し、テナント型共同店舗を整備

■ 支援専門家

- (株)ジオアカマツ 取締役開発本部長 加茂忠秀

■ 支援概要/テーマ

- 共同店舗施設設計に関わる提案・指導・助言
- 共用部の管理・清掃等の協議、管理運営計画策定の助言
- 不動産賃貸事業者としての役割、管理内容、契約等の助言・指導
- 開業時・開業後の共同販促等に係る助言・指導

支援成果

■ 共同店舗施設計画の策定

- 施設計画、サイン計画等、出店者と施工者の調整
- ピクトサインのデザイン提案書、外壁・外構等資料の策定

■ 管理運営計画及び体制の構築

- 当施設の事業規模に見合った計画・体制の構築
- 効率的な運営管理に関する指導・助言

■ 共同販促体制の整備・情報発信力の強化

- 開業告知に係る効率的な情報発信手法や販促方法の定着化



支援先:(株)共和アルミニウム工業

支援テーマ:生産工程改善

支援概要

- 支援対象
 - 金属加工及び金属製品の表面処理(アルマイト加工処理)
- 支援専門家
 - 積水化学エンジニアリング(株) 名倉太一郎
- 支援概要/テーマ
 - 生産性改善に向けた「可視管理(VDCA) + 日常管理(SDCA) + 方針管理(PDCA)」の管理手法の定着化
 - 受注ロス低減、不良発生率低減、備稼働率向上させ、採算性の改善を目指す
 - 原価管理体制の構築

支援成果

- 原価の見える化
 - 見積原価計算基準に基づく計算手法の確立
 - テンプレートを整備(標準化)、だれもが試算可能な体制を整備
- 生産工程の改善
 - 設備・人の稼働時間の可視化、日次生産計画・実績分析の仕組化、定期会合による意志疎通化を実現(生産性110%程度向上)
 - 設備診断結果(年間操業時間の3割が故障・停止)に基づき、保全体制の見直し、品質の安定化を実現
- 会社経営体制の見直しと運営管理体制の構築
 - 組織体制の見直し・組織表の策定による会社運営の指示・命令の明確化



支援先:(株)八葉水産

支援テーマ:損益管理体制の構築

支援概要

- 支援対象
 - 昭和47年に創業の宮城県気仙沼市にある水産加工会社
- 支援専門家
 - (株)J-TAPアドバイザー 代表取締役 片寄学
- 支援概要/テーマ
 - 営業活動の進捗に関わる管理指標の調査・分析
 - 生産活動の進捗、製品別原価に関わる管理体制の調査・分析
 - 上記分析に基づき、営業活動・生産活動に係る損益管理フォーマットの作成、運用・管理方法の助言・指導

支援成果

- 営業管理指標の設定・体制構築
 - 各得意先別品種別の売上高/売上単価/運賃等の管理体制構築
 - 得意先別限界利益の管理体制の構築
- 製品別原価に関わる管理体制の構築
 - 仕入品種別の仕入高、仕入数量、仕入単価管理の仕組化
 - 製造品種別の材料の使用量、廃棄量等を把握し、品種別の材料費管理を実現
- 営業・生産活動損益管理フォーマット作成
 - 拠点/製品群別限界利益と拠点別直接労務費管理フォーマットを作成、運用体制を整備



支援先: サンフレッシュ小泉農園

支援テーマ: 認証取得に向けた環境整備

支援概要

■ 支援対象

- 最新式オランダ栽培技術方式を取り入れ、2haの大規模トマト栽培・販売を営む

■ 支援専門家

- (株)ファーム・アライアンス・マネジメント 専務取締役 数納明

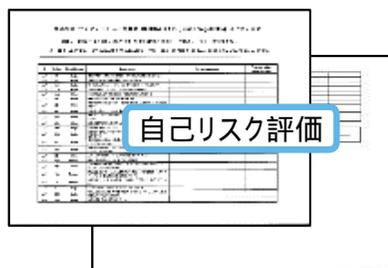
■ 支援概要/テーマ

- GLOBALG.A.P.取得に向けての環境整備、取得後の経営改善策の検討
- 生産工程の改善、管理体制の構築
- 作業リスク評価・軽減策の検討、ICTを活用した記帳・管理業務プロセスの策定

支援成果

■ 農園運営管理におけるリスク評価

- 生産工程別に課題抽出・対応策の策定
- 労働安全・衛生面におけるリスク評価表の作成



■ GLOBALG.A.P.の規格を用いた自己評価

- グローバルGAP手順書に基づいたリスク管理・モニタリング体制の構築



■ 生産工程の改善、管理体制の構築

- 整理整の徹底、注意喚起等の掲示物の設置など運営管理ルールの設定、モニタリング体制の整備



支援先: (株)石渡商店

支援テーマ: 販路開拓

支援概要

■ 支援対象

- フカヒレの製造販売及び地場産品を活用した加工品の製造販売

■ 支援専門家

- エージェント・ハムヤック株式会社 代表取締役 矢部幹治

■ 支援概要/テーマ

- 海外販売に向けた、輸出手続き・流通ノウハウの定着化、海外販売体制の構築
- 海外プロモーション・PR手法を確立すべく、現地にて市場・顧客ニーズを実施、展示会・イベントなどへ出展し、テストマーケティングを実施
- 上記ハンズオン支援による人材育成

支援成果

■ 海外輸出関連に関する支援取組

- 申請・登録書類の作成 (ML番号申請書等)
- 商品の輸出販売に係る手続き、輸送方法等手法の定着化、社内チーム編成

■ 商品の訴求力向上、プロモーション手法の確立

- 現地法規制に基づくプロモーションツールの制作
- オーストラリア向け新商品の最終化 (デザイン、試作品製作等)
- インドネシアの現地販売に向けて、テストマーケティングイベントを開催、インドネシアの法令に準じた表記・デザイン仕様の作成



支援先:(株)鮮冷

支援テーマ:販促ツールの開発

支援概要

■ 支援対象

- 女川町の鮮魚冷凍冷蔵会社(株)石森商店と鮮魚販売・加工会社(株)岡清の合併会社。震災後の売り上げは震災前の7割程度

■ 支援専門家

- 凸版印刷株式会社 東日本事業部 若梅富士夫

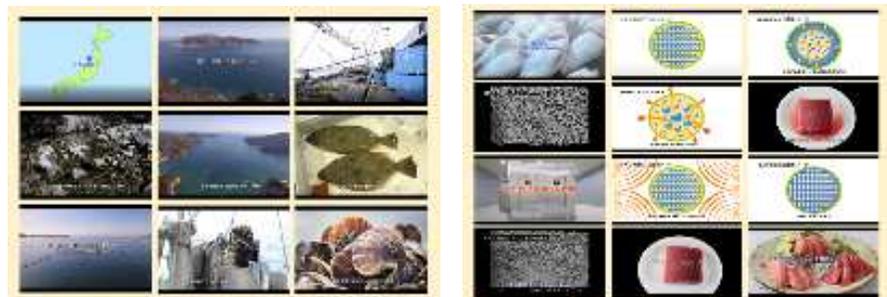
■ 支援概要/テーマ

- 水産資源、設備(CAS冷凍技術)をアピールポイントとしたプロモーションコンテンツ制作
- 現状・課題の整理、基本構想案の作成
- 映像コンテンツ企画・制作、映像演出・編集、撮影・編集関連、ナレーション制作

支援成果

■ プロモーションコンテンツの制作と手法の効率化支援

- コンテンツ
 - 北海道との差別化、河川からのミネラルが流れ込むイメージ、穏やかな入り江での養殖
- プロモーション手法の効率化
 - 映像化により国内外の展示会、商談会での活用



支援先:ダイショウ水産(株)

支援テーマ:商品開発・自社EC構築

支援概要

■ 支援対象

- 宮路県石巻市にある水産加工会社で、「伊達なきんき極造り」と「筋子の地酒粕漬」が代表的な商品

■ 支援専門家

- プレイントラストカンパニー(株) 代表取締役 大志田典明

■ 支援概要/テーマ

- 既存商品オールラインアップからセレクトしたマーケットイン型の新商品開発(セット商品)
- 自社通販サイトの新設、オペレーションツールの制作
- 通販事業のオペレーション設計、運営の定着化

支援成果

■ セット商品の企画・開発

- 自社通販のセット全7種の開発、発売開始

■ ショッピングサイトの制作

- ショッピングサイト職人手造りダシヨウ魚店(うおてん)の構築、運用開始

■ 通販オペレーションツールの制作

- ブランドストーリーリーフレット、通販商品リーフレット、サンキューメッセージ等制作



支援先:(株)エムコーポレーション

支援テーマ:CRM・業務効率化

支援概要

■ 支援対象

- 宮城県石巻市所在の鯖寿司の製造・販売(仙台市に直営店舗)

■ 支援専門家

- (有)バルビット研究所 代表取締役 嶋村譲

■ 支援概要/テーマ

- 顧客管理システムの構築(現状プロセス調査・改善案の作成、管理コード体系の見直し、再設計、顧客データ分析に基づく、優良顧客の洗出し)
- 顧客・販売システムの連携強化による業務効率化
- 飲食店オペレーションの改善、人員の再配置

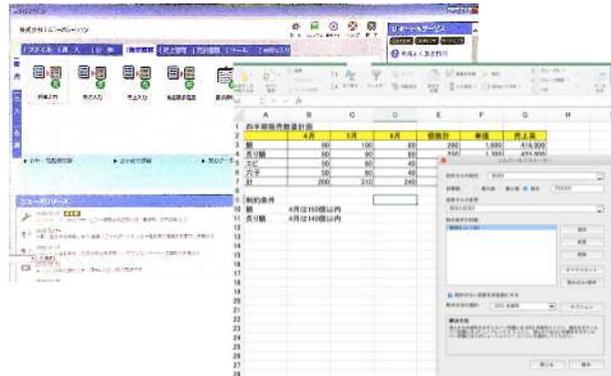
支援成果

■ 顧客管理システムの構築・オペレーションの効率化

- 顧客管理システムへ顧客マスター(約900件)の整備
- 受注・販売管理システムとのシステム連携・環境整備

■ 優良顧客の選定、DMによるテストマーケティング

- 優良顧客の選定、効果的なDM発送・顧客管理の仕組み構築
- 業務プロセスの可視化・改善により、手作業工程が削減され、営業利益が改善



支援先:(株)ヤマニシ

支援テーマ:作業能率改善

支援概要

■ 支援対象

- 大正9年創業、東北最大級の建造能力と修繕ドックを持つ造船業者。RORO貨物船、一般貨物船、フェリー、LPG船、漁業実習船他各種官公庁船を建造

■ 支援専門家

- (一財)日本船舶技術研究協会 谷川文章

■ 支援概要/テーマ

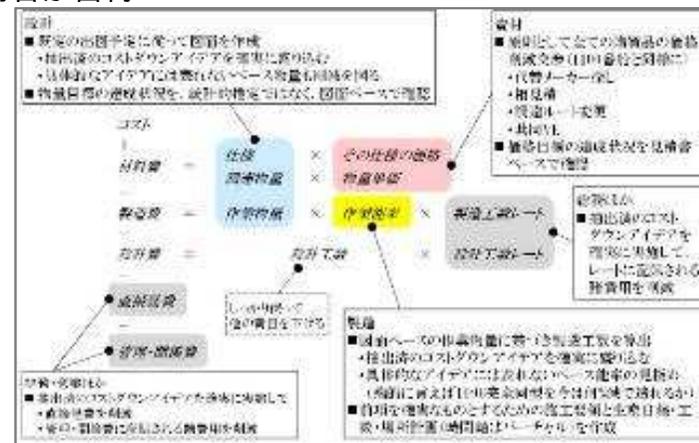
- 生産日程計画における負荷工数平準化
- 予算工数に主眼を置いた日々の実行管理
- 作業そのものの方法改善 既受注船あるいは今後受注する個別設計船の原価計算にも反映

支援成果

■ 製造能率の改善

- 製造能率改善によって、標準船の見積原価における製造工数をほぼ目標近くの約13%程度を削減

- 併せて今次活動を通して、コスト構造を因数分解し、その一つである製造作業能率を科学的に分析・評価する視点と手法を、製造部門の技術者が習得



支援先:(株)海遊

支援テーマ:販路拡大

支援概要

■ 支援対象

- 牡蠣・ホヤの養殖及び貝類加工品等の販売

■ 支援専門家

- (株)コミュニ マーケティング・ディレクター 笠間建

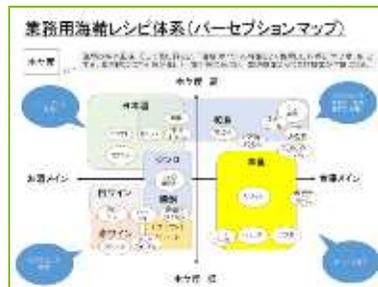
■ 支援概要/テーマ

- 飲食店をターゲットに徐々にホヤを消費者の間に浸透させる「BtoB型の間接アプローチ」の実践
- インタネットを活用したマーケティングリサーチ
- 業務用レシピへのアドバイス及び栄養計算、レシピ集のデザイン企画・編集、既存取引を対象とした品評会開催

支援成果

■ マーケティングリサーチ

- 首都圏における海鞘取り扱いの可能性がある飲食店のペルソナの把握、海鞘の営業ターゲットのプロファイリング



■ 業務用レシピ集、タペストリーの開発

- 飲食店向けに販路拡大を行う営業ツールとして、「海鞘ガイド」と「レシピ集」を制作



ホヤガイド



タペストリー

■ 試食品評会の実施

- 19店・社へプレゼンと商談実施により、直接的な営業コミュニケーション機会を創出(今後フォロー営業を実施)



支援先:(株)高德海産

支援テーマ:販路開拓

支援概要

■ 支援対象

- 1947年に海産物商として創業、魚を選び抜く「目」と加工する「技」に強みを有する水産加工会社

■ 支援専門家

- (株)日本能率協会コンサルティング所属 玉井正則

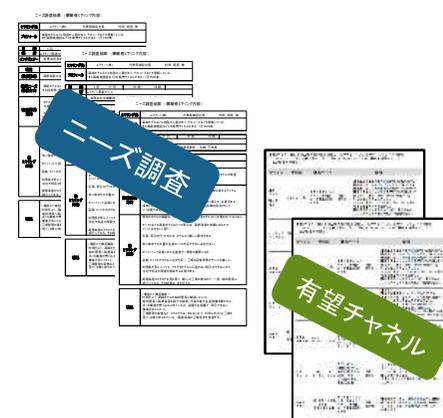
■ 支援概要/テーマ

- 業務用ルートを中心にホテル等へヒヤリング、新規チャネル選定
- 有望チャネルの選定、ヒヤリング訪問し、商品開発ニーズの把握
- 上記に基づき、新商品企画・開発の推進

支援成果

■ 販路開拓先のターゲットと開拓戦略

- 外食ルートの有望チャネルを選定、市場のニーズを把握し、今後の販売方策と商品アイテム抽出等の取組手法を定着化



■ こだわりを持つ外食ルートの確立

- 業務用(外食)ルートをターゲットにニーズ調査、分析結果の整理
- 営業アプローチ方法を見直し、新規販売計画の策定、販売体制の確立



支援先: (株)門間筆笥店

支援テーマ: ブランディング・販路開拓

支援概要

■ 支援対象

- 創業145年の仙台筆笥の製造販売業者

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資

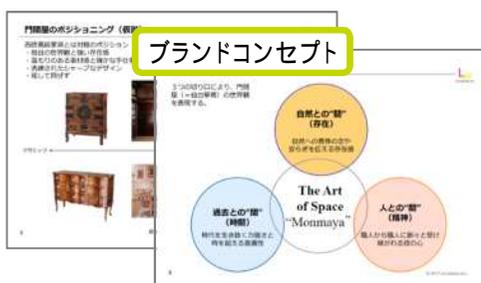
■ 支援概要/テーマ

- 富裕層をターゲットとしたアプローチ方法の指導
- 海外展開、伝統工芸品の事業展開などで先行展開している事業者へのインタビュー調査
- ブランドイメージ強化に向けたコンセプトブック制作(海外ターゲットを想定し英語、中国語、日本語の3ヶ国語版を制)

支援成果

■ コンセプトブック制作

- ブランドイメージを強化するコンセプトブックを作成
- ブランド価値を整理しテーマを「The Art of Space "Minmaya"」と設定



■ 先行事例調査

- 漆器の製造販売で積極的な事業展開をしている山田平安堂の社長へインタビュー実施
- 今後の事業展開計画の参考とするとともに、商品開発や事業展開における協働体制を確立



支援先: ゼライス(株)

支援テーマ: 通販事業の売上拡大

支援概要

■ 支援対象

- 国内有数のゼラチン製造メーカー

■ 支援専門家

- 千趣会マーケティングサポート(株) 代表 中山悦二郎

■ 支援概要/テーマ

- 通信販売事業における販売促進・顧客管理手法の改善(顧客アンケート調査・顧客ステータス定義販促物の改良、新規顧客用トライアルセット開発)
- 競合他社商品の分析、競合優位に向けた訴求点の確認・価格ライン・パッケージ等の商品改良
- 今後3年間の事業計画の策定に関する助言・指導

支援成果

■ 顧客管理手法の確立

- RFM分析(顧客の優良度を時系列でチェックするための手法)を設定



■ 商品開発・販売促進

- 主力商品のパッケージ変更とタブレットタイプの品揃え充実化
- ECサイトリニューアル、休眠顧客の掘起しテスト販促を実施し、販促実効性を確認



■ コールセンター品質の強化

- コールセンター研修を実施、顧客対応スキルを向上

■ 中期経営計画の策定

- 事業拡大に必要なタスク・アクションプランを盛り込んだ計画策定



支援先: (株)かわまちてらす 関上

支援テーマ: まちなか再生計画策定

支援概要

■ 支援対象

- 地元事業者が中心となり関上地区の名取川堤防沿いに商業施設開業を目指し、平成29年9月に設立されたまちづくり会社

■ 支援専門家

- (株)平野デザイン設計 平野哲行

■ 支援概要/テーマ

- まちなか再生計画に係る基本計画図、商業施設のテナント配置計画(案)の作成
- 自動車・歩行者導線計画、駐車場整備計画への助言・指導
- 賃料収入想定に基づく収支計画・資金計画の作成(収益性が確保される建築費の検討など)

支援成果

■ 名取市まちなか再生計画策定

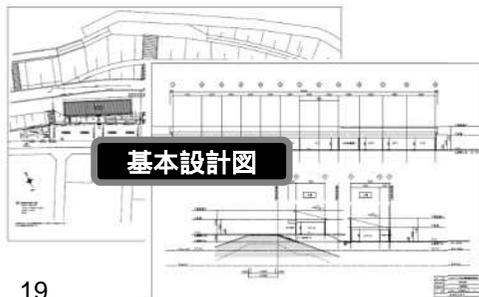
- まちなか再生計画策定に係る助言・指導
- 商業施設等整備計画、施設等配置整備の方針・計画、来街者動線計画等の策定



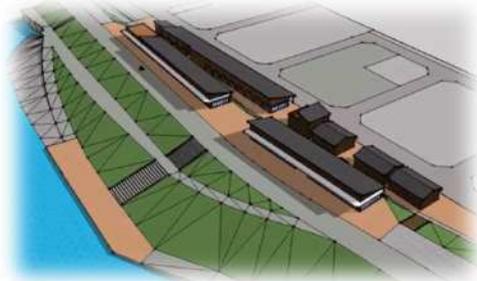
まちなか再生計画

■ まちづくり会社の体制整備

- 収支計画・資金計画の策定アドバイス
 - 賃料収入アップに係る提言
 - 建物形状の整理や外壁及びサッシに対する提案



基本設計図



支援先: (株)佐々直

支援テーマ: 新商品開発・メニュー開発

支援概要

■ 支援対象

- 創業以来、関上の地にてかまぼこを製造、昭和45年に有限会社佐々直を設立

■ 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

■ 支援概要/テーマ

- 新商品企画・開発(ターゲット選定、商品コンセプト設計、メニュー・レシピ開発、試食会実施(FB評価))
- 既存惣菜商品のブラッシュアップ(新規総菜メニュー仕様書(5アイテム)、パッケージデザインのリニューアル など)

支援成果

■ 新商品開発の方向性提案

- 競合調査結果に基づき、コンセプト立案及び新商品開発
- 試作商品の評価会を実施



■ 既存総菜商品ブラッシュアップ

- 既存商品5品のブラッシュアップ
 - 肉白身小籠包
 - 海鮮白身小籠包
 - 野菜餡かけ揚蒲鉾
 - カリッとかまぼこ(春巻)
 - スティック状かまぼこ

➢ 新商品3品の開発

- 北限しらす蒲鉾の魚介アレルギー
- 新東北六目蒲鉾(仮名)
- きちじソース



支援先:(有)マルタ水産

支援テーマ:商品開発・販路開拓

支援概要

■ 支援対象

- 昭和39年創業のコウナゴ加工販売、赤貝・鮮魚の卸売業を営む水産加工会社

■ 支援専門家

- (株)ジャイロ総合コンサルティング 代表取締役社長 西村伸郎

■ 支援概要/テーマ

- 新商品企画、試作品製作、試食会・評価の一連新商品開発支援
- 新販路先候補リスト策定、トライアル営業の実践
- パッケージデザイン、パンフレット、リーフレットなどの製作

支援成果

■ 新商品開発

- 『シラスのアヒージョ』と『赤貝のコンフィ』のレシピを考案・試作品の開発

■ 販路開拓・販促ツール制作

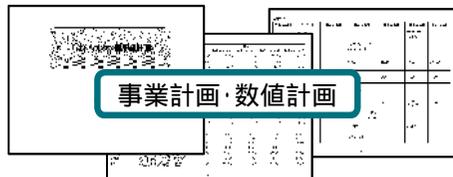
- 新規販路候補「高級スーパー・デパート、食料品専門店、飲食店」などの顧客リストの作成、販促アプローチの指導
- チラシ・パンフレットの制作

■ 販促ツールの制作

- チラシ・パンフレットの制作

■ 事業計画の立案

- 経営理念再整理、数値計画策定
- 就業規則、賃金規定の策定



支援先:(株)気仙沼くわ茶エイトク

支援テーマ:・事業方針整理・販促強化

支援概要

■ 支援対象

- 宮城県気仙沼市に所在し、気仙沼で取れるくわ葉のみを用いて、くわ葉の生産からくわ茶製造、加工、販売を行っている

■ 支援専門家

- (株)桜波 代表取締役 阿部錬平

■ 支援概要/テーマ

- 会社の方向性の検討、事業理念の検討、ターゲットの特定
- 事業戦略の検討、アクションプラン策定
- 販売促進ツールの整備

支援成果

■ 会社の方向性・経営理念策定

- 会社の方向性、社長の使命等を再整理し、経営理念「一杯のくわ茶で、いっば元氣と健康を国内外へ届ける」を仮提示



■ 行動指針・アクションプラン

- オーガニック認証取得に関する指導
- 生産・販売体制の構築に関する指導
- 効果的なプロモーション手法の助言 など



支援先:(株)松柏館

支援テーマ:労務管理体制構築と販促

支援概要

■ 支援対象

- 江戸時代中期創業で延享年間に本陣を務めていた、いわき湯本温泉を代表する温泉旅館

■ 支援専門家

- クロスワンコンサルティング(株) 小尾直樹
- ハンズバリュー(株) 代表取締役 島田慶資

■ 支援概要/テーマ

- 労務管理体制の構築と改善
- 自社ホームページアクセスの向上とコンテンツの充実化、商品力強化

支援成果

■ 労務管理体制の構築・改善

- 客室稼働室数毎(0室~27室)の接客業務の稼働室毎の人員配置(シフト)管理表(接客係の稼働室毎の業務の可視化)を作成
- 宿泊稼働予測を基にスタッフィングを可能な仕組みを構築
- 売上が向上しても稼働に応じて接客係の人件費が適切にコントロールされるマネジメントを可能とした

■ 新たな顧客層開拓と新商品の開発

- ペットと泊まれる宿泊プランの開発
- いわき観光を満喫できる新商品の開発
 - ・観光施設のチケット付きプラン
 - ・とまと狩りプラン
 - ・夏井川渓谷電車旅プラン
 - ・赤ちゃん無料プラン
 - ・サプライ付きカップル温泉旅行応援プラン
- 自社ホームページのスマートフォン対応



支援先:(株)清水

支援テーマ:販売拡大

支援概要

■ 支援対象

- 福島県いわき市に所在し、植物用保水材の販売、ふりそでスタジオ運営、プリント事業を行っている

■ 支援専門家

- (株)日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門 佐藤善太

■ 支援概要/テーマ

- 製品特性に関するデータ(含水率及び団粒形成機能、重金属固着性・効果持続性等)の取得・整理
- 取得データの整理・訴求ポイントの明確化し、製品販売方針・販売ターゲットを具体化
- また、上記検討結果に基づき、営業ツール制作

支援成果

■ 製品特性に関するデータ取得・整理

- 外部機関による調査結果に基づき、訴求ポイントの整理、商品説明資料等営業ツールへ活用



■ 製品販売方針具体化

- BtoB及びBtoBtoCにおける販売方針・計画の提言
- 特に、BtoBtoCでは園芸専門ECサイト販売を強化

■ 営業ツール作成

- 商品説明資料、商品説明動画の制作



支援先:(株)西自動車商会

支援テーマ:販売促進策支援

支援概要

■ 支援対象

- いわき市のスズキ自動車系のディーラー。震災により、自動車展示場・修理工場の建て直しを余儀なくされ、顧客は震災前の7割程度にとどまっている状況

■ 支援専門家

- ジャイロ総合コンサルティング コンサルタント 島田学

■ 支援概要/テーマ

- 販売戦略の策定と販売促進策の拡充
- セールスマックスの見直し及び中古車販売台数の増大(粗利益率の増加)
- ホームページの制作

支援成果

■ 販売戦略の策定と販売促進策の拡充

- 事業方針を整理し、「12か月法定点検の顧客に対するエンジンオイル無料交換」を実施、積極的な広報を行うことで、来店頻度の向上を実現



■ セールスマックスの見直し及び中古車販売台数の増加

- 粗利益率の高い中古車販売の増加を図るためにホームページ制作を実施



■ ホームページの制作

- 来店頻度向上及び中古車販売増大を目的としたホームページの制作と更新運用のためのレクチャーを実施
- 効果的なホームページ更新を可能とする体制の構築

支援先:(株)阿部ニット

支援テーマ:自社ブランドの創生

支援概要

■ 支援対象

- 福島県伊達市のニット製品製造・販売

■ 支援専門家

- (株)アイベックス 代表取締役 永森達昌

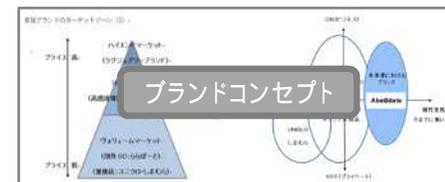
■ 支援概要/テーマ

- 高度なニット編立て技術を活用した高付加価値ファッション商品開発と販路開拓を支援
- 新規商品に使用するマザーブランドを産地名「伊達ニット」とし、当該商標について、地域団体商標の商標登録を受けることを予定

支援成果

■ ブランドコンセプト作成

- 自社ブランドのコンセプト整理、顧客提供価値の定義づけを行い、ターゲット顧客を明確化



■ 自社ブランド構築PJ推進体制の確立

- 伊達市に於いて「伊達」の商標登録を進め、地域ブランド「伊達ニット」の創生事業を推進していく体制を確立



■ 販路開拓

- トренд、需要調査結果に基づき、サンプル品を作製
- 大手百貨店向けにサンプル品の納品、テスト販売を実現

製品のデザイン (イデア)	A 一般の定番商品	B 自社ブランド商品
糸の種類	高級100%綿まで多種	高級なキルティング素材を用い、シルクのような肌触れとカシミアのような暖かい肌触れ
生産	生産性 高い(前立時間の短/希) 大量生産型 機械化と専任生産向き	生産性 低い(前立時間の長/希) 少量生産型 手洗対応したメーカーでのみ生産可能
製品の特色	産地は遠く(経年劣化が目立ちやすい) 綿100% 縫製は機械化	産地が近かった美しい産地 綿100% 縫製は手洗対応したメーカーでのみ生産可能
事業に与える期待	高産	ニット製品の普及をベースにラインの拡大とコーディネートを実現する。

支援先:(株)木幡メリヤス

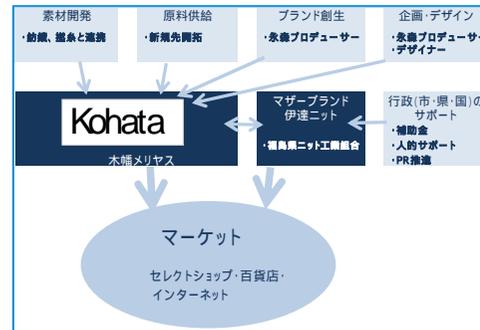
支援テーマ:自社ブランドの創生

支援概要

- 支援対象
 - 昭和40年に創業し、毛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
- 支援概要/テーマ
 - 高度なニット編立て技術を活用した高付加価値ファッション商品開発と販路開拓を支援
 - 新商品に使用するマザーブランドを、産地名「伊達ニット」とし、当該商標について、地域団体商標の商標登録を受けることを予定

支援成果

- ブランドコンセプト作成
 - 自社ブランドのコンセプト・顧客提供価値の定義づけを完了し、ターゲット顧客を明確化
- ブランド構築の推進体制確立
 - 伊達市において「伊達」の商標登録を進め、地域ブランド「伊達ニット」の創生事業を推進していく体制を確立



- 販路開拓
 - テレンド、需要調査結果に基づき、サンプル品を作製、独自の配色デザインを創出し、プロトタイプを作製



支援先:(有)山形屋

支援テーマ:商品開発・マーケティング

支援概要

- 支援対象
 - 昭和37年に設立の福島県喜多方市にある温泉旅館
- 支援専門家
 - ハンズバリュー(株) 代表取締役 島田慶資
- 支援概要/テーマ
 - 販路拡大に向けて設備投資ゼロ、新たな客層の開拓、新規客の固定化(Web戦略を中心に支援)
 - 新商品の企画立案、テストマーケティング
 - 観光資源と地元食材の活用、オペレーションの定着化
 - 繁忙期・閑散期の料金体系の見直し など

支援成果

- 新商品・サービスの開発
 - 会津喜多方の自然や文化を盛り込んだ体験型商品を開発
 - アスパラガス収穫体験プラン
 - オール100円の新鮮野菜の朝市送迎付きプラン など
- 集客の強化
 - ネットエージェント(じゃらんnet等)の活用強化
 - スマートフォン対応の予約システム導入支援
 - インバウンド向けのテストマーケティング、商品開発



支援先:(株)フクシマフロンティア・ヒグチ

支援テーマ:受注拡大・サンプル品質向上

支援概要

■ 支援対象

- 福島県川俣町にある莫大小生地及びメリヤス小製品の製造販売

■ 支援専門家

- (株)アイベックス 代表取締役 永森達昌

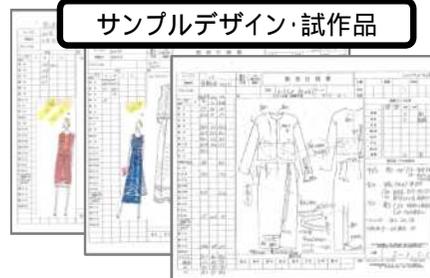
■ 支援概要/テーマ

- マーケットトレンド調査に基づいた、新商品開発の方針検討・決定、デザイン仕様書の作成など
- 作製管理体制の構築(資材選定、パターン作製 - 縫製・刺繍 - 品質チェック等の管理)
- 展示会場設営の企画立案に係る助言・指導、国内主要な小売店やアパレルへ新規販路開拓支援

支援成果

■ 展示会サンプル仕様書の制作

- マーケットトレンド・需要調査結果に基づき、デザイン仕様書の制作(20点制作)
- 作製管理体制(資材選定、パターン作製 - 縫製・刺繍 - 品質チェック等の管理)の構築



■ 販路開拓

- 展示会企画・運営ノウハウの定着、体制整備
- 展示会出展企業17社と商談実施



311 bk	311 ap	310 tp	310 sk
flux blade	flux blade	flux blade	flux blade
16600	22200	13500	16200
P-2	P-3	P-4	P-1
tri-acetate wool	tri-acetate wool	tri-acetate wool	tri-acetate wool
25000	16500	18200	12000
P-6	P-5	P-5-1	
tri-acetate wool	silk polyester	silk tape	

支援先:(有)旅館ひのえまた

支援テーマ:商品開発・マーケティング

支援概要

■ 支援対象

- 昭和33年創業の南会津郡檜枝岐村にある温泉旅館

■ 支援専門家

- ハンズバリュー(株) 代表取締役 島田慶資

■ 支援概要/テーマ

- 販路拡大に向けて設備投資ゼロ、新たな客層の開拓、新規客の固定化(Web戦略を中心に支援)
- 新商品の企画立案、テストマーケティング
- 観光資源と地元食材の活用、オペレーションの定着化
- 繁忙期・閑散期の料金体系の見直し など

支援成果

■ 閑散期対策商品の開発

- 「雪遊びプラン」「地酒満喫プラン」「温泉三昧プラン」開発
- 四季の奥会津尾瀬を体験できる宿としてコンセプトを確立



■ 販路開拓

- 新規規チャンネルとして「じゃらん」「楽天トラベル」等のネットエージェントを開拓

■ 業務効率化

- 在庫管理システムを導入し、各ネットエージェントサイトの在庫管理を簡素化



支援先:富岡ホテル(株)

支援テーマ:ホテル開業支援

支援概要

■ 支援対象

- 富岡町の住民により設立が進められたビジネスホテル。平成29年10月17日にグランドオープン

■ 支援専門家

- (株)ベネフィットソリューションパートナーズ 佐藤崇道 上野恭介

■ 支援概要/テーマ

- ホテル運営のための接客研修、ロールプレイ研修
- 食事メニュー開発、調理レシピの作成
- ホテルパンフレットの作成
- スタッフ管理、業務マニュアルの作成助言

支援成果

■ 接客研修、ロールプレイ研修の実施

- 基本接客研修の実施、ロールプレイ研修実施により実際のホテル運営における動き方やオペレーション方法、メンバー間の連携方法を確立し、メンバー間の相互理解やコミュニケーション促進

■ 食事メニュー開発、調理レシピの作成

- 1か月分の朝食・夕食メニューの開発及び調理レシピの作成

■ ホテルパンフレットの作成

- 営業ツールとして活用可能な画像素材の提供。ホテルパンフレットの完成



■ スタッフ管理、業務マニュアルの作成助言

- 開業に向けたタスクの進捗・全体管理のサポート実施
- 開業後のオペレーション方法についてマニュアルの作成



支援先:までい工房美彩恋人

支援テーマ:販路拡大・高付加価値化

支援概要

■ 支援対象

- 福島県福島市にある野菜の栽培・加工・販売
- 代表的商品に「いいたて雪っ娘(かぼちゃ)」がある

■ 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

■ 支援概要/テーマ

- BtoB向け販路拡大に向けて、プロモーション強化(アピールポイントの整理、PRツール制作など)
- 既存商品のセールスポイントを洗い出し、コンセプトを再設定(商品価値の再定義、高付加価値化)

支援成果

■ BtoB向け販路の拡大

- 京都、北海道、青森の飲食店(素材にこだわりを持つ名店)へ試食会を実施、取引に向けて商談実施

■ 商品開発

- ギフトセット商品の企画・開発、ギフトシール等の制作

■ プロモーションツールの制作

- 商品ストーリーを意識したパッケージ、商品ロゴマークの制作
- ブランドロゴマークの作成及びパンフレット制作
- 既存商品パッケージのリニューアル



支援先: 工房おりをり

支援テーマ: 商品開発・販路拡大

支援概要

■ 支援対象

- 福島県福島市にある真綿を原料とした製造・販売
- 代表的な商品に「真綿洗顔パフ」がある

■ 支援専門家

- 一般社団法人つむぎや 代表理事 友廣祐一

■ 支援概要/テーマ

- 商品の高付加価値化に向けた、新商品企画・開発ディレクション
- POP、真綿の説明ツール等のプロモーションツールの企画・制作
- 自社直営ECショップ開設に係るコンセプト設計、コンテンツ・デザイン企画

支援成果

■ 新商品開発

- 新商品「mawata美人」の開発
- 商品デザインのリニューアル、パッケージ・POP等のプロモーションツール制作



■ 販路拡大

- 自社ECサイトの企画・構築
- ECサイト販売拡大に係るビジネスモデル構築の助言



支援先: (株)森山

支援テーマ: カフェ店舗及びメニュー開発

支援概要

■ 支援対象

- 館内の源泉を活用した「温泉玉子」で一定の知名度を得ている土湯温泉の温泉旅館

■ 支援専門家

- 一般社団法人IkiZen 代表理事 齋藤由布子

■ 支援概要/テーマ

- 旅館併設カフェ開発に伴う、ロビー・フロント&ショップ・カフェ連動リノベーション基本プランの策定
- カフェ開設のための基本設計と参考積算の実施支援
- カフェレシピの開発支援

支援成果

■ カフェの内部及び外部改装プランの策定

- ロビー・フロント&ショップ・カフェを一体的に誘導設計した内装リノベーションプラン設計及び参考積算
- 本館宿泊棟・売店棟・駐車棟を一体的に構成した外観リノベーションプラン設計及び参考積算



■ カフェメニューのレシピ開発

- カフェランチメニュー 3レシピの開発
- カフェスイーツメニュー 3レシピの開発

支援先: トラスト企画(株)

支援テーマ: 新規事業計画策定

支援概要

■ 支援対象

- 産業廃棄物処理の再生技術を活かし、バイオマス資源化等の多岐にわたる事業を展開

■ 支援専門家

- (株)ジャイロ総合コンサルティング 代表取締役社長 西村伸郎

■ 支援概要/テーマ

- 新規事業計画策定に係る助言・指導
- 売上・利益、資金などの各種計画策定
- 素材別に有望性(市場規模・成長性、競合状況、親和性など)をデータ化、営業対象先を整理

支援成果

■ 新規事業計画の策定

- 多機能クッション素材・資材ブランド(タングルド)に係る新規事業計画の策定(光ファイバーを用いたインテリア・家具の製造)
- 海外展開を見据え、貿易商社・貿易コンサルティング会社リストの作成・マッチング

■ 新規事業立ち上げ

- 営業マニュアルの作成
- 営業的アプローチ手法の確立、会社案内のリニューアル版作成

