

本プロジェクトへのお問い合わせは

経済産業省委託事業
「ふくしまみらいチャレンジプロジェクト」事務局

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

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

E-mail:contact@fukushima-mirai.jp

〒160-0004 東京都新宿区四谷1-2 三浜ビル5F

※事務局営業時間 平日10:00～17:00

ふくしま
みらい 
チャレンジ

届け! ふくしま相双の夢

「3つのチェンジ」で
みらいへチャレンジ



ふくしまみらいチャレンジプロジェクト事務局

「みらいへのチャレンジ」を**全力サポート**

福島将来を見据えた、相双12市町村の事業者の皆さまの「みらいへのチャレンジ」を全力でサポートします。

プロジェクト概要

経済産業省委託事業「ふくしまみらいチャレンジプロジェクト」は、相双エリアの12市町村の事業者さまを対象に、販路拡大を中心として事業・なりわいの再興、経済的な自立・自走への取り組みを支援していくプロジェクトです。

12市町村の事業者さまや地域の皆さまと共に、地域の将来につながる新しい価値の創出を目指す取り組みを行うとともに、地域の将来を思い、果敢に挑戦する事業者の皆さまの姿を取材し、広く地域や社会にPRしていきます。



プロジェクト対象者

東日本大震災時に12市町村(田村市、南相馬市、川俣町、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、および飯舘村)で事業を行っていた事業者、および現在12市町村において事業を実施している事業者の皆さま。

プロジェクト推進体制

福島相双 復興推進機構

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



ふくしまみらい チャレンジプロジェクト 事務局

事務局スタッフ
(プロジェクト推進)

専門コンサルタント
(取り組み支援)

販促サポートチーム
(販売支援に特化した専門チーム)

取り組み内容に応じて専門家と連携し、プロジェクトを進めます。



商品プランナー



観光アドバイザー



流通アドバイザー



シェフ・料理研究家



デザイナー



販促アドバイザー



経営コンサルタント



バイヤー

など

相双12市町村の事業者の皆さま

キーワードは3つのChange

Change1

売り物を「変える」



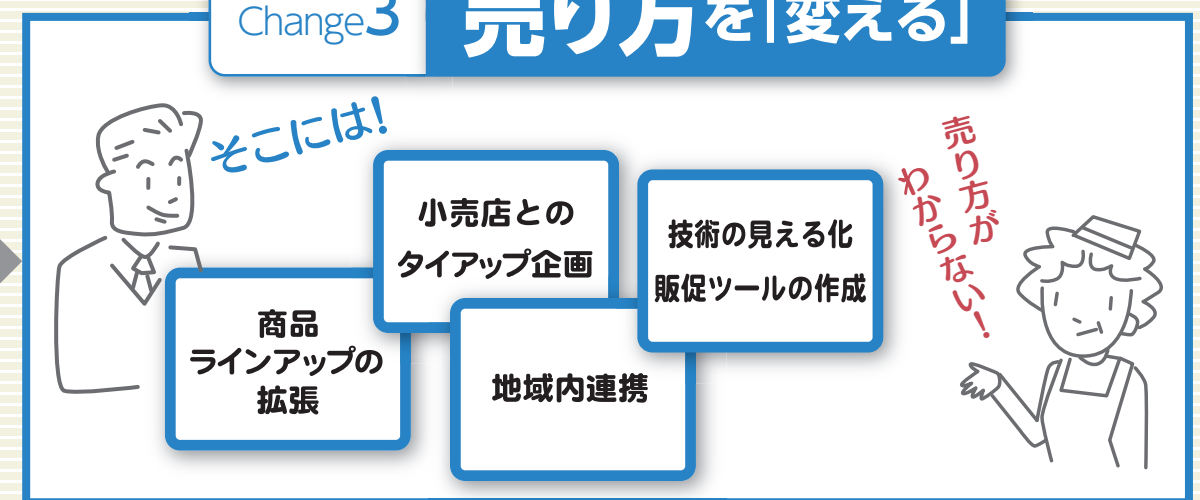
Change2

売り先を「変える」



Change3

売り方を「変える」



このステップでサポートします!

事業
ヒアリング

事前調査

支援プラン
策定

支援方針・支援プランの策定

支援チーム
結成

専門家・マッチングチーム・
事業者訪問員などで構成

支援
スタート

支援継続

継続的に事業者を訪問。
進捗状況に応じて逐次課題を
分析・解決していく

目標達成

設定目標をクリアし、
さらなるステップアップを図る

リデザイン パッケージの統一化

特定非営利活動法人あさがお(南相馬市)
青ばた豆商品

2019年9月から新パッケージによる販売を開始。これにより、消費者の皆さまに対して「あさがおブランド」の認知度アップを目指す機運も高まりました。



Before



After

1 支援前の状況

商品としての評価は高く、指名買いも含めてファンがつき始めていたが、売り上げ増につなげていなかった。

2 課題

営業活動を行うための人員や販売管理に不安がある。また、授産施設であるため、新たな人材を雇用しての営業活動は現実的ではない。さらに、授産施設の特性上、新商品開発もなかなか難しい。

3 支援の方向性

主な既存販路であるセデッテかしま・道の駅南相馬・イオン南相馬内「大地」・鹿島四季彩での既存商品売り上げ向上を図ることにした。

4 具体的な支援策

●パッケージデザインの統一

豆腐や豆乳など、メインである青ばた豆の商品パッケージに統一感がなく、既存販路でもバラバラに配置されていたために商品群として認知されず、指名買いやまとめ買いの機会が失われていた。そこで、あさがお商品としての統一感が伝わるよう、オリジナルキャラクターを使ってブランドを創造。販売先へは商品群による陳列提案を行い、「ついで買い」や「指名買い」を促した。

●メンバーのモチベーションアップ
施設利用者でかつ商品の製造者でもあるメンバーが、自分たちで創り上げたキャラクターを使用することで商品への愛着も高くなり、モチベーションアップにつながった。



リパッケージ ワンハンド商品への改良

株式会社菅野漬物食品(南相馬市)
クリームチーズのみそ漬

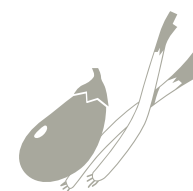
お土産として人気の商品を、出張先や旅先でも食べられるよう手軽な商品へ改良。新たな販路拡大にもつながりました。



Base



and more



1 支援前の状況

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

2 課題

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

3 支援の方向性

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

4 具体的な支援策

●ワンハンド商品へ

既存商品「蔵醍醐 クリームチーズのみそ漬」をリパッケージし、手軽に食べられるワンハンド商品「スティックタイプ クリームチーズのみそ漬」として商品開発することを専門コンサルタントが提案。この提案に沿って事業者が商品開発を行い、発売にこぎつけた。



リブランディング アワード受賞で販路拡大

株式会社鳥藤本店(富岡町)
浜鶏(はまど〜り)ラーメン

文字どおり、浜通りの
代表的な商品と
しての一步を踏み出
すきっかけとなりま
した。



4 具体的な支援策

●おみやげグランプリへの
エントリー

JR東日本が行っているアワード
「おみやげグランプリ」にエント
リー。見事、食品部門で銀賞を受
賞することができた。

●JR東日本グループへの
販路開拓

エントリーに先立ち、JR東日本グ
ループへの販路開拓を実施。同時
に、受賞実績をパッケージやPOP
に記載し、売り上げ向上に結び付
けた。

3 支援の方向性

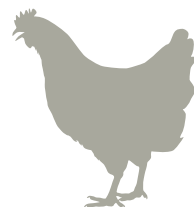
JR東日本グループの強
みを生かし、浜鶏ラーメ
ンをよりメジャーな商品
に近づけるための支援
を行うことにした。

2 課題

事業者の「浜通りの代表
的な商品にしたい」とい
う思いを達成すること。

1 支援前の状況

販路開拓では既にさまざ
まな角度から支援を実
施し、うすい百貨店ギフト
販売やJR東日本グルー
プ関連の販路開拓など、
成果を上げていた。



B to BとB to Cの両面作戦 小売商品を業務用販路へ

小高工房(南相馬市)
辛油

業務用販売のノウハウを蓄積
するとともに、今後の販路開拓
へのテストケースとなりました。

Before



1 支援前の状況

既存の「辛油」や「小高一味」、
吾妻食品とのコラボレーショ
ンによる「じみーに辛い。うま
くて生姜ねえ!!」など、自社の
生産品である唐辛子をB to C
向けの加工商品として販売
してきた。

2 課題

自社での商品ラインアッ
プを増やすのは販売管理
や在庫リスクがあり難しい
ため、既存商品(小売用)
での売り上げ拡大が必要
だった。



After



4 具体的な支援策

●専門店との
コラボレーション

JR東日本・上野駅構内「い
ろり庵」とのコラボレーショ
ンによって、新メニュー「胡
麻辛油つけそば」を開発。
B to C商品であった「辛油」
を、B to Bにトライすること
で業務用販路の可能性が
開けた。

3 支援の方向性

B to Bという新しい販路
開拓をするため、既存商
品で安定的に供給でき
る「辛油」をJR東日本グ
ループの店舗で提供。



異業種への展開 アスリート向け商品として販売

株式会社川俣町農業振興公社(川俣町)
戦う男のシャモジャーキー

全くの異業種であるスポーツ業界への販路を、先方のニーズを取り入れながら新商品を開発することで開拓。異業種連携の可能性を高めました。

After

Before

4 具体的な支援策

●異業種への商品提案

県内外のスポーツ用品市場に対し、サラダチキンを発端としてアスリートの間でブームになっている動物性たんぱく質補給食品として、地元ブランド「川俣シャモ」を使ったジャーキーを提案。

3 支援の方向性

地道にブランドを育てると同時に、目線を変えて新たなジャンルの販路先ニーズを吸い上げて、実現可能な新商品開発を行うことにした。

2 課題

既存市場だけでなく、新たな分野へのアプローチが必要。

1 支援前の状況

高価格帯で、競合ブランドがひしめく市場。商談に苦戦することが多かった。

商品ラインアップの拡大 料理人とタイアップした商品開発

有限会社福相食品工業(南相馬市)
ジビエソーセージ

自社の技術力を生かし、オリジナリティーのある商品を開発することで、従来は考えられなかった新規販路の開拓が可能となりました。

After



4 具体的な支援策

●著名料理人によるアドバイス

著名な料理人を専門家として迎え、事業者の食肉加工技術と専門家が持つイタリア料理のノウハウを結合。ジビエソーセージを新規開発し、これまで販路になかったイタリア料理店へ商品を提供するようになった。

3 支援の方向性

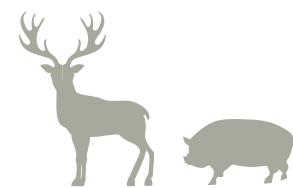
事業者が持つ技術力と専門家のノウハウを活用して新商品を開発することにした。

2 課題

新しい市場へ取り組みたいという意欲はあるが、どのように実施すべきか悩んでいた。

1 支援前の状況

自社商品やOEM生産を通し、確かな技術力は確立していた。



小売店とのタイアップ 裏磐梯レイクリゾートとの連携

石井農園(福島市)
素材を食べるジャムシリーズ

現在も販路先との対話は頻繁に行われ、事業者自らが対面販売を申し出るなど、自立した動きが取れるようになりました。



Before



After

1 支援前の状況

生産量は少ないものの、商品に対して一定の評価はあった。

2 課題

生産量や販売管理を考えると、その都度販路を開拓するのではなく、安定した実績を持つ販路先との深いコミュニケーションによる関係継続が必要。

3 支援の方向性

販路先とコラボレーション商品を開発し、販路先との関係を強化することで、県内販路の獲得を目指すこととした。

4 具体的な支援策

●販路先のアドバイスを活用

支援により完成した商品を、県内有数の販売実績を誇る「裏磐梯レイクリゾート」物販コーナーの責任者に見せてアドバイスをもらい、さらに改良。地域商社「あきんど」によるサポートの下、各種ジャムの小瓶化を行い、ディスプレイやPOPなども制作し、裏磐梯レイクリゾートの物販コーナーに棚を獲得した。

●コミュニケーションの強化

販路先との関係強化の一環として対面販売の機会を設定。売り場担当者とのコミュニケーションを深めるとともに、顧客の声を直接聞くこともできた。



地域内連携 地元産品のギフト商品化

服部米穀店(南相馬市)
米やレトルトカレーをセットにしたギフト商品

地域内連携によるギフト商品を販売。さらに、DMやチラシで宣伝し、新顧客の獲得も目指すようになりました。



Before



After

1 支援前の状況

業務用のニーズが頭打ちのため、新たな収入源の確保を模索していた。

2 課題

事業者のリソースや予算も考慮して売り上げ向上につながる方法の導入。

3 支援の方向性

地域内事業者との連携により新しい商品価値を創り上げ、店頭販売以外での方法で売り上げ増を目指した。

4 具体的な支援策

●ギフト商品の開発

既存商品である米と相性の良い地域のカレーや、地域の特性を持った商品をそれぞれのメーカーと交渉し、地域内連携を図ったギフトの商品化を行った。既存顧客への来店販売以外の販売施策による収入増と、チラシなどによる新規顧客の獲得を行い新たな収入源を確保。



技術の棚卸し 技術の見える化、営業ツールの作成

株式会社サンブライト(大熊町)

さまざまな分野に自社技術の可能性を見いだすことができました。今後、成長が見込まれるロボット分野などへの進出も射程圏内に。



2 課題

新たな販路を開拓したいが、どのような方法で新たな顧客を獲得すれば良いかわからない。

1 支援前の状況

既存市場の縮小から、新たな市場へのチャレンジを模索していた。

3 支援の方向性

マッチングを通してOJTを行いながら、セールスに必要な資料作りを支援した。

4 具体的な支援策

自社の「強み」と「弱み」を分析し文書化することで改善点やセールスストークのポイントなどを見つけだし、自信を持って営業ができる環境を整えた。また、各種検査機関のエビデンスを基に、技術的な優位性を資料化し、他社との差別化を図る。これを顧客の信頼を勝ち取る武器として使用した。



メジャー商品に脱皮するため 果敢に挑戦

株式会社鳥藤本店
藤田 大さん(富岡町)



浜鶏ラーメンを通して富岡の元気を発信したいという思いを胸に、販路開拓支援をお願いしました。エキナカポータル「NewDays」をはじめ、これまで取引のなかった販売先につないでいただきました。また、JR東日本「おみやげグランプリ」銀賞受賞の効果もあってか、本当にたくさんのお客さまにお買い求めいただき、感謝しています。

専門コンサルタントからひと言 田子 哲也

商品を通して地域を元気にしたいという藤田社長のお気持ちにとっても共感しています。今後も販路開拓の面でしっかりとバックアップしていききたいと思います。

ビッグイベントへの 独自出展を実現

あさか野窯
志賀 喜宏さん
(郡山市)



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

専門コンサルタントからひと言 今田 功

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

I n t e r v i e w

支援から自立へ。 新たな1歩を踏み出した皆さん

川俣シャモ普及に向けた 商品開発と販路開拓

株式会社川俣町農業振興公社
渡辺 良一さん(川俣町)



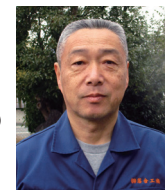
川俣シャモが誕生して34年!! 食に携わる方々の間では評価も知名度も上がりましたが、一般消費者や県外のお客さまへの認知度がまだまだでした。そのような中、このプロジェクトに参加。取引先の開拓や今まで価格面で難しかった小売店向け商品開発など、あらゆる面でご支援いただき、大変感謝しています。今後、さらに多くの方へ川俣シャモを届けられるよう頑張っていきます。

専門コンサルタントからひと言 國分 徹

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

支援を受ける前と後。 実感した自社の変化

株式会社落合工機
齊藤 秀美さん(南相馬市)



専門コンサルタントの方に、自社の強み・弱みの分析から、3カ年計画、目標設定まで、ご支援いただきました。与えられた課題に自問自答しながら、目標となる自社の将来像を構想。コンサルタントの方との対話のおかげで自社の特徴がはっきりし、営業先で相手の質問に対して明確な表現で回答している自分に気づくことができました。私の頭の中の5Sができたと感じています。

専門コンサルタントからひと言 中山 一

現状に満足せず、課題に対して積極的に、しかも早いアクションで取り組まれています。また、私たち専門コンサルタントを信頼し、提案を快く受け入れてくださいました。成功の陰には地域貢献や人財育成に対する熱い思いもあったと思います。