



令和元年度「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」及び 「専門家派遣集中支援事業」の成果について

復興庁が令和元年度に実施した以下事業の成果について、
とりまとめましたので、お知らせします。

- ・「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」

(添付資料)

- 別紙1 令和元年度「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」の成果
別紙2 令和元年度「専門家派遣集中支援事業」の成果
参考資料1 令和元年度「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」の成果
(詳細)
参考資料2 令和元年度「専門家派遣集中支援事業」の成果(詳細)

※なお、両事業について、令和2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 池田、高野、白川、井上、柴田
TEL : 03-6328-0267

令和元年度「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」の成果




復興庁では、民間企業出身の職員（政策調査官）の知見・経験を活かし、地域の経済団体等と連携して、販路拡大やおもてなし人材育成等にチャレンジする被災地域企業に寄り添い、経営課題を解決していく「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」を実施しています。

この度、令和元年度に実施した6グループの成果がまとまりましたので、以下のとおり紹介します。

【販路拡大支援の成果】

地元の様々な業種（水産加工業、食品製造業、飲食業等）において、市場・顧客ニーズを把握し、自社商品の「売り」を分析することにより、営業戦略を再構築しました。

また、その戦略に基づき、営業ツール（チラシ、パッケージ等）を作成し、それを活用することにより、新たな商談機会を創出し、事業者間で連携した新たな商品開発を提案するなど営業力の強化を図ることができました。さらに、最終段階では、事業者毎に今後の事業展開の方針を明確化し、次のアクションに繋げました。

	事業グループ・支援対象事業者	支援概要	支援の様子
1	大槌商工会（岩手県大槌町） 【6事業者】 内金崎自転車商会、小川旅館、 ごとう商店、大光そば、TRS 食品㈱、 デジタルブックプリント㈱	○地元の様々な業種（水産加工業、食品製造業、飲食業等）において、販路拡大・営業力の強化を図るため、セミナー、ワークショップ、個社毎支援等を通じて、市場・顧客ニーズの把握、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実施しました。 ○事業者毎の課題や実施体制に応じて、模擬即売会・商談会による対応トレーニングやバイヤーを招へいた相談会、SNSの情報発信支援等を実施しました。 ○今回の取り組みを事業者毎に商工会議所等とともに振り返り、今後の事業展開の方針を明確化することを支援しました。	 セミナー
2	石巻商工会議所（宮城県石巻市） 【8事業者】 ㈱青山商店、㈱いしかわ、千葉製菓、 ミツワフーズ㈱、水月堂物産㈱、瀧口商店、 ヤマト水産冷凍㈱、大興水産㈱		 ワークショップ
3	名取市商工会（宮城県名取市） 【5事業者】 ㈱まるしげ、㈱甘仙堂、㈱ささ圭、 ㈱丸七佐藤水産、㈱エヌ・ケー・エフ		 模擬即売会
4	郡山商工会議所（福島県郡山市） 【5事業者】 ㈱郡山島田海苔店、㈱富久栄商会、笹の川 酒造㈱、丸栄ふとん店、㈱さくらやフーズ		
5	相馬商工会議所（福島県相馬市） 【6事業者】 ㈱サンエイ海苔、(合)旭屋、割烹やました、 ㈱丸永佐藤海産物店、㈱飯塚商店、 ㈱菅野漬物食品		




今回作成・活用した営業ツール（チラシ、パッケージ等）



【おもてなし人材育成支援の成果】

訪日外国人観光客の誘致を図るため、多言語に対応した案内看板やメニューチラシ等を作成することにより、インバウンドの受け入れ態勢を構築しました。

また、街歩きの不安を解消し、域内の散策を促進するため、街中に色と番号で現在地をわかりやすく伝える「カラーストリート構想」の実現に向けて、市や商店街等関係者で合意形成を推進するタスクチームを設置し、道路標示とマップの整備を行いました。

	事業グループ・支援対象事業者	支援概要	支援の様子
6	<p align="center">(一社)宮古観光文化交流協会 (岩手県宮古市) 【5事業者】 すみよし、蛇の目、このみ商店、 浄土ヶ浜レストハウス、 岩手県北自動車㈱</p>	<p>○外国人観光専門家によるミステリーショッパー調査※を実施し、訪日外国人観光客に対する案内看板やメニューチラシ等について、改善提案・作成を行いました。</p> <p>※一般消費者を装って店舗を利用し、接客態度や店内環境を評価する調査方法</p> <p>○街歩きの不安を解消し、域内の散策を促進するインフラとして、街中に色と番号で現在地をわかりやすく伝える標識を設置するカラーストリート構想の実現を推進しました。整備にあたり、市や商店街等でタスクチームを組成・運営し、域内の景観との調和や識別性、耐久性等について議論を深めることを支援しました。</p>	<p>ミステリーショッパー調査</p>  <p>作成した看板</p>  <p>標識設置イメージ及びデザイン</p>  <p>カラーストリートマップ</p>

令和元年度「専門家派遣集中支援事業」の成果


復興庁では、被災地で新たな事業を立ち上げる事業者に対して、専門家が指導・助言のほか、試作品の制作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。



この度、令和元年度に集中支援を実施した42事業の支援結果がまとまりましたので、お知らせします。このうち、代表的な事業(計9件)について、以下のとおり紹介します。

【岩手県】




	支援内容・事業者	支援・成果概要
1	新商品開発・プロモーションツール制作 石山水産(株) (下閉伊郡山田町) [参考資料2 P.4]	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 三陸食材を活用した新商品「漬け井の具」を開発 ✓ 統一感のある販促ツールの制作 
2	通信販売事業の基盤整備 浜幸水産(株) (釜石市) [参考資料2 P.5]	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客商品購買分析より販促の視点を明確化 ✓ 通年カタログ等プロモーションツールを制作 
3	HACCP システムの導入 (株)松栄 (大船渡市) [参考資料2 P.6]	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 塩蔵・乾燥わかめ等の HACCP 認定取得 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 衛生管理体制の構築 ➢ HACCP の認定審査のサポート 

【宮城県】



	支援内容・事業者	支援・成果概要
1	新商品開発・ブランディング (株)阿部亀商店 (塩釜市) [参考資料2 P.12]	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 三陸沖ピンナガマグロのレトルト商品開発 ✓ ブランドコンセプトの設計、包装デザインやパンフレット制作 

2	<p>プロモーション強化・メニュー開発</p> <p>株式会社SUGAWARA (気仙沼市) [参考資料2 P.9]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 食文化交流ワークショップによるインドネシア料理の認知向上 ✓ 気仙沼市内中学生考案メニュー試作/試食会の開催 	
3	<p>生産管理体制の強化</p> <p>小野精工株式会社 (岩沼市) [参考資料2 P.15]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生産進捗の見える化による受注や納期の管理体制の構築 ✓ 機械故障や不良品の管理、環境(2S)改善や多能工化の指導 	

【福島県】

支援内容・事業者		支援・成果概要	
1	<p>新商品開発・プロモーションツール制作</p> <p>なみえファーム (浪江町) [参考資料2 P.16]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ エゴマと唐辛子を使用したふりかけ等4商品を開発 ✓ ロゴマーク、商品ラベル等プロモーションツールの制作 	
2	<p>販売力強化・新商品開発</p> <p>株式会社ワンダーファーム (いわき市) [参考資料2 P.19]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ トマト果汁飲料 OEM 製造の企画 ✓ 高級レストランによるトマトレシピの開発 ✓ 米国式バーベキューの導入 	
3	<p>テナント販売力の強化</p> <p>株式会社いわき市観光物産センター(いわき・ら・ら・ミュウ) (いわき市) [参考資料2 P.17]</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客アンケート分析による問題点の抽出 ✓ 入店率を高めるディスプレイの改善 ✓ 店舗のオペレーションの改善 	

テーマ	被災地産品等の販路拡大支援
事業グループ	大槌商工会
事業概要	
大槌商工会会員事業者への販路拡大・営業力強化に向けた支援を実施。セミナー・ワークショップに加え、個社指導を通じて各事業者の課題解決に向けた具体的施策を検討し、必要なツール・PR素材を作成。さらに、取り組み内容を事業者自身で振り返るとともに各事業者の支援成果の共有により、自らの取り組みを促し、かつ事業者間の連携を創出する基盤をつくる「大槌“One Team”事業協創ミーティング」（連携創出ワークショップ）を実施。	
支援対象事業者	
内金崎自転車商会：自転車等整備業・飲食業（カフェ）、 小川旅館：旅館業 ごとう商店：プロパンガス整備業・麴商品製造業、大光そば：飲食業（立ち食いそば店）、 TRS 食品(有)：水産加工業（サンマ、サケ、イクラ等）、 デジタルブックプリント(株)：水産加工業（ホヤ、タコ等）	

支援内容	
以下の3ステップで支援対象企業の販路拡大・営業力強化を支援した。 セミナーの様子	
STEP1「販路拡大に向けたノウハウ獲得」	
<p>①セミナー「販路拡大勉強会」（8社・9名参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「誰に・何を・どのように」売るか明確にする必要性を伝授。 ・「売り」を明確にした、営業の「武器」を豊富な実例を交え伝授。 	
<p>②ワークショップ「合同営業作戦会議」（5社・7名参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「売り込む商材」「ターゲット」を決め、販路拡大の進め方を専門家 ・他の事業者と考え、営業戦略を明確化。 	ワークショップの様子 
STEP2「個社別の課題解決支援」	
<p>③課題の明確化と解決策の提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・個社ヒアリング、専門家・復興庁・事務局によるディスカッションにて課題を明確化し、解決策を提案（各社3回の個別ミーティングで、アドバイス・営業ツール開発等を実施）。 	

個社の課題と解決策（例）		
<p>町内の潜在顧客に対し、いかに自店舗・サービスをPRするか？</p> <p>↓</p> <p>店舗・サービスの強みを議論の中で明確化し、作成した販促ツールを町内全戸に配布しPR！</p>  <p>強みを明確化して訴求するPRツール</p>	<p>大槌の魅力、自館の魅力をいかに情報発信するか？</p> <p>↓</p> <p>料理を発信すべき売りとして整理するとともに、ホームページを改装し、情報発信力を強化！</p>  <p>料理をPRでPR ホームページを情報発信負担の小さい設計に改装</p>	<p>震災前に取り組んでいた事業の再開をどのように進めるか？</p> <p>↓</p> <p>商品を整理し、事業再開のプランをともに検討するとともに、PR戦略、販促ツールも作成！</p>  <p>商品を整理し、ラベルを作成 事業再開をPRするツールを作成</p>

個社支援 対象事業者	支援対象商品	アドバイス		営業ツール開 発(チラシ)		補足 (その他の支援内容)
		発 新 商 品 開	ノ ウ ハ ウ 営 業	消 費 者 向 け	事 業 者 向 け	
内金崎自転車商会	自転車修理サービス カフェランチメニュー		○	○		包装・注文票・調査票作成 PR用パネル、商材提供
小川旅館	料理「オール三陸絆 御膳」		○			「オール三陸絆御膳」ロ ゴ・調査票作成、HP改修 PR用写真商材提供
ごとう商店	米麴、塩麴、甘麴	○	○	○		商品ラベル、PR用名刺作 成
大光そば	そばメニュー各種			○		PR用写真商材提供
TRS 食品(有)	「骨までたべる」三陸 魚のギフトボックス					ギフトボックス、ポスター作 成、PR用写真商材提供
デジタルブックプリント(株)	ホヤ、タコ加工品等		○	○		

④連携創出ワークショップの実施(6社・7名参加)

・事業者にハンズオン支援を振り返るとともに、事業者間連携の基盤創出を目的としたワークショップを実施。事業者間で連携して取り組めることについて議論した。

⑤SNSを用いた情報発信力強化セミナーの実施(12社・13名参加)

・SNSを通じて自社の魅力を発信し、顧客獲得に繋げるための支援として、SNS投稿のコツ、SNS映えする写真撮影や加工のポイント等についてのセミナーを実施。

⑥PR促進のための素材提供

・営業活動、自社・商品のブランディング・PRに活用可能なポスター・写真素材を提供。



SNSセミナーの様子



連携創出ワークショップの様子



提供素材例

STEP3「振り返りと今後のアクション整理」

・支援全体を振り返り、今後求められるアクションを整理し、事業者・商工会と共有。

得られた成果

- ・事業者自身による強み・売りの認識及びPR活動の重要性の理解が進展。
- ・販促・情報発信ツールの作成により、知名度向上に向けた実践、継続したPRが実現。
- ・新事業開始のための商品ラベルや販促ツールを整備し、新商品の販売や販路開拓が実現。
- ・連携創出ワークショップをきっかけとした、事業者間の連携した商品開発が進展。

次年度以降に向けた取り組み

1. 自走に向けた取り組みとフォローアップ

・整理した今後のアクションを着実に実践できるよう、商工会中心に継続的にフォロー。

2. 事業者間連携のビジネス化支援

・事業者連携による商品開発について、ビジネス化に向け、商工会を中心とした支援を継続。

テーマ	被災地産品等の販路拡大支援
事業グループ	石巻商工会議所

事業概要

石巻商工会議所会員事業者への販路拡大・営業力強化に向けた支援を実施。合同セミナー・ワークショップ、水産バイヤーによる講演等の学びの機会の提供に加え、個社指導を通じて各社の課題解決に向けた具体的施策を検討し、必要なツール・PR素材を作成。さらに、商談会・即売会での取引獲得に向けた実演指導、商談機会提供、海外展開に向けた支援等を実施。

支援対象事業者

(有)青山商店：水産加工業（昆布・わかめ等）、(株)いしかわ：食品加工・飲食業（コーヒー等）、千葉製菓：食品加工業（菓子パン）、ミツワフーズ(株)：水産加工業（たら子・明太子）、瀧口商店：水産加工業（アカモク・海苔・牡蠣等）、水月堂物産(株)：水産加工業（ホヤ等）、大興水産(株)：水産加工業（サバ等）、ヤマト水産冷凍(株)：水産加工業（イカ等）

支援内容

以下の4ステップで支援対象企業の販路拡大・営業力強化を支援した。

STEP1「販路拡大に向けたノウハウ獲得」

① セミナー「販路拡大勉強会」（11社・14名参加）

- ・「誰に・何を・どのように」売るか明確にする必要性を伝授。
- ・「売り」を明確にした営業の「武器」を豊富な実例を交え伝授。

セミナーの様子



② ワークショップ「合同営業作戦会議」（6社・7名参加）

- ・「売り込む商材」「ターゲット」を決め、販路拡大の進め方を専門家・他の事業者とともに考え営業戦略を明確化。

ワークショップの様子



③ 水産バイヤー講演&相談会（5社・7名参加）

- ・水産ベンチャー・商社バイヤーを招き、水産加工品の飲食店向け販路拡大のポイント等を講演、参加者の悩みへ相談対応を実施。

STEP2「個社別の課題解決支援」

④ 課題の明確化と解決策の提案

- ・個社ヒアリング、専門家・復興庁・事務局とのディスカッションにて課題を明確化し、解決策を提案（各社3回の個別ミーティングで、アドバイス・営業ツール開発等を実施）。

個社の課題と解決策（例）

利益率を高めるためにどのように商品づくりを進めるか？

専門家・事務局・復興庁がともに検討し、ターゲットや単価・サイズを見直した新商品を開発！



現行商品
（量販店向け）

新商品
（土産店向け）

自社と商品の強みをどのようにわかりやすく伝えていくか？

これまで整理されていなかった強みをともに議論する中で明確にし販促ツールでPR！



強みを明確化して訴求するツール

顧客をどのように店舗やECに引き込んでいけばよいか？

顧客にアプローチして接点を作り、誘客とリピート化を図るプロセスを明確化！



直売からECへの誘導、口コミを促進

DMで自社ECへ誘導

社支援 対象事業者	支援対象商品	アドバイス		営業ツール開発		補足 (その他の支援内容)
		新商品開発	営業ノウハウ	消費者向けチラシ	事業者向けチラシ	
(有)青山商店	塩蔵昆布・塩蔵わかめ等	○	○			包装・注文票・調査票作成
(株)いしかわ	OEM用コーヒーパック		○		○	
千葉製菓	菓子パン	○	○			商品包装デザイン作成
ミツワフーズ(株)	BtoC 向けたら子・明太子		○	○	○	
瀧口商店	業務用アカモク		○		○	タペストリ作成
水月堂物産(株)	業務用ホヤ		○		○	
大興水産(株)	金華サバフィレ		○		○	
ヤマト水産冷凍(株)	スルメイカツぼ抜き		○		○	

⑤ブランド化促進のための素材提供

- ・営業活動、自社・商品のブランディング・PRに幅広く活用可能なポスター・撮影写真素材を提供。



提供素材例

STEP 3 「販路拡大に向けた取り組みの実践」

⑥商談会・即売会模擬演習

- ・商談会・即売会での商材配置、来場者への対応を学ぶロールプレイング研修を実施。

⑦営業活動の実践

- ・商談会での営業活動、大手外食・小売・商社等との商談、海外展開に向けた調査等を実施。



商談会・即売会
ロールプレイング

商談会等での
営業活動実践

ホヤの海外(マレーシア)展開
に向けた現地ニーズ調査

STEP 4 「振り返りと今後のアクション整理」

- ・支援全体の振り返り、今後求められるアクションを整理し、事業者・商工会議所と共有。

得られた成果

- ・支援を通じて新たな販路・顧客層を獲得するための新商品を開発。
- ・商工会議所主催商談会、個別商談等により多くのバイヤーへの商品PRを実現。
- ・国内ホテル、飲食店、社員食堂のほか、シンガポールの物産店等との取引開拓を実現。
- ・ホヤのマレーシア展開に向けて、現地市場への進出可能性を確認。

次年度以降に向けた取り組み



●自走に向けた取り組みとフォローアップ

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

テーマ	被災地産品等の販路拡大支援
事業グループ	名取市商工会
事業概要	
名取市商工会会員事業者への販路拡大・営業力強化に向けた支援を実施。セミナー・ワークショップによりマーケティングの考え方に関する学びの機会を提供するとともに、個社指導を通じて各事業者の課題解決を支援。売上拡大に向けた顧客ニーズ調査、新商品開発、SNSマーケティング等を支援した。さらに、飲食・流通事業者への商談機会の提供等も実施。	

支援対象事業者
(有)まるしげ：飲食・小売業、(株)甘仙堂：菓子製造販売業（和菓子等）、 (株)ささ圭：水産加工業（笹かまぼこ等）、(有)丸七佐藤水産：水産加工業（レンジ調理惣菜等）、 (株)エヌ・ケー・エフ：野菜仕入れ・販売業（関連会社生産野菜の一括買取・販売）

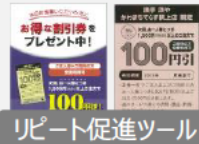
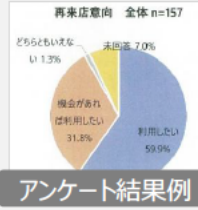
支援内容

以下の3ステップで支援対象企業の販路拡大・営業力強化を支援した。	セミナーの様子
STEP1「販路拡大に向けたノウハウ獲得」	
① 販路拡大セミナー（7社・7名参加）	ワークショップの様子
・マーケティングの基本的考え方を伝授。ターゲットを定めて売れる商品・売り場づくりや情報発信を効果的に進める手法・実例を解説。	
② マーケティング思考強化ワークショップ（6社・7名参加）	
・市場を読み解く調査・分析の考え方、付加価値を持つ商品づくりのための発想法等について体験的に学ぶワークショップを実施。	
・参加事業者それぞれの課題と解決の方向性に関する個別相談を実施。	
STEP2「個社別の課題解決支援」	
③ 販路拡大に向けた課題解決	
・事業者・専門家・復興庁・事務局が連携し、各事業者の販路拡大に関する課題解決に向けた取り組みを推進。（各事業者3～6回個別ミーティングを行い、課題解決をサポート）	

支援対象事業者	支援対象商品等	抱えていた課題	個社別課題解決支援の概要
(有)まるしげ	名取市閑上地区店舗の売上拡大	開店以降売上は好調だが、 <u>顧客満足度・今後に向けた改善点</u> が把握できていない	● <u>来客調査</u> で高い満足度を確認、リピート誘客の課題を把握。 ● <u>リピート促進のツール開発</u> 。
(株)甘仙堂	ずんだ餅・ゆべし	自社ECの売上拡大に向け、 <u>適切な販促施策</u> を立案・実行できていない	● <u>Facebook ページ開設と SNS 広告</u> による若年女性層への訴求。 ● <u>SNS 運用ノウハウ</u> の共有。
(株)ささ圭	笹かまぼこ	<u>新商品開発</u> の方向性検討に悩みを抱えているほか、自社で有する <u>顧客情報の有効活用</u> ができていない	●消費者 <u>WEB 調査</u> から新商品の対象先・具体的アイデアを導出。 ● <u>データから顧客属性別の情報発信施策を整理</u> 。
(有)丸七佐藤水産	レンジ調理惣菜	レンジ調理惣菜が売上を伸ばすも、「 <u>包み焼き</u> 」シリーズは売上停滞する状況	●消費者目線での商品 <u>ネーミングのリニューアル</u> （蒸し焼き）、 <u>新パッケージ開発</u> を実施。
(株)エヌ・ケー・エフ	葉物野菜（雪菜） 金時芋	生鮮野菜販売に加え <u>加工品開発</u> を目指すも、具体的取り組みが進んでいない	● <u>野菜スイーツレシピ計8種</u> とその <u>ビジュアルプラン</u> を開発。商品化の考え方・手順を共有。

個社別課題解決支援を通じたアウトプット例

来客ニーズ把握と リピート化に向けて 〔有)まるしげ〕



自社EC売上拡大を見据えた プロモーション充実に向けて 〔株)甘仙堂〕



新商品開発の参考とする エビデンス取得に向けて 〔株)ささ圭〕



消費者目線での 商品リニューアルで 売り上げ拡大を 目指す 〔有)丸七佐藤水産〕



野菜を活かした 加工品開発による 売上拡大に向けて 〔株)エヌ・ケー・エフ〕



④ ブランド化促進のための素材提供

- ・ 営業、自社・商品のブランディング・PRに幅広く活用可能なポスター・写真素材提供。



STEP 3 「販路拡大に向けた取り組みの実践」

⑤ 商談機会創出に向けた支援

- ・ 新たな販路獲得に向けて、大手外食・小売・商社等とのマッチング機会を提供。

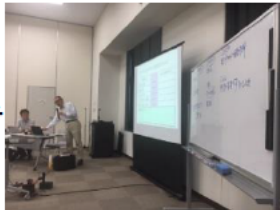

得られた成果

- ・ 調査や社内のデータから顧客行動・ニーズを把握し、現状課題と解決の方向性を明確化。
- ・ 各事業者の課題解決に向けたツール（リピート誘客のツール、SNS ページ等）を提供。
- ・ 売上拡大に向けた商品リニューアル・新商品開発を実現。
- ・ 継続的に売上拡大に取り組む、マーケティングの考え方、ツール運用ノウハウ等を共有。

次年度以降に向けた取り組み

● 自走に向けた取り組みとフォローアップ

引き続き販路拡大の取り組みを各事業者が進め、商工会中心に継続的にフォローアップ。

テーマ	被災地産品等の販路拡大支援		
事業グループ	郡山商工会議所		
事業概要			
郡山商工会議所の会員事業者に対し、販路拡大・売上アップに向けた支援を実施。セミナー・ワークショップを通じ、マーケティング発想につき学ぶ機会を提供するとともに、各事業者が抱える課題の整理・優先順位付けを実施。その後、個社支援へと進み、各事業者の課題解決を専門家がサポートした。具体的には、小売事業の立ち上げ、顧客実態の把握、ブランド戦略検討、新商品の売込み等について、支援を行った。			
支援対象事業者			
(有)郡山島田海苔店：卸・小売業（海苔製品）、(株)富久栄商会：飲食・小売業（カフェ運営、コーヒー豆・スイーツ販売）、笹の川酒造(株)：酒類製造業（清酒、ウイスキー等）、丸栄ふとん店：小売業（布団、オリジナルタオル等）、(株)さくらやフーズ：卸・小売業（食肉）			
支援内容			
以下の3ステップで支援対象企業の販路拡大・売上アップを支援した。			
STEP 1 「販路拡大に向けたマーケティング発想の修得」			
① 販路拡大セミナー(23社・25名参加)	<p>・マーケティングの基本的な考え方や、商品開発・営業戦略の実践方法等について、過去に講師が手掛けた東北の中小企業への支援の具体的例等も交えつつ講演。特に、「R-STP-4P」の発想で、リサーチに基づいて自社のマーケティングを検討・実践し、実践を通じて得た情報を活用して、より良いマーケティングを科学的に目指していく重要性が述べられた。</p>		
	<p style="text-align: right;">セミナーの様子</p> 		
STEP 2 「自社の課題整理と優先順位付けの実施」	<p style="text-align: right;">ワークショップの様子</p> 		
② 販路拡大ワークショップ(5社・7名参加)	<p>・販路拡大セミナー参加者のうち販路拡大・売上アップに明確な問題意識を持つ事業者を対象に、ワークショップを開催。参加者は、顧客や競合他社を分析する際の「軸」を上手く設定し自社の差別化を検討することについて、ワークを通じ学んだ。</p> <p>・その上で、販路拡大における自社の課題や、自社が差別化を図っていく上で必要な事項等を整理し、優先順位付けすることで、各社は今後取り組んでいくべきことを明確化した。</p>		
STEP 3 「個社別の課題解決支援」			
③ 販路拡大に向けた課題解決	<p>・事業者・専門家・復興庁・事務局が連携し、各事業者の販路拡大に関する課題解決に向けた取り組みを実施。(各社3～5回の個別ミーティングを行い、課題解決をサポート)</p>		
支援対象事業者	支援対象事項	抱えていた課題	個社別課題解決支援の概要
(有)郡山島田海苔店	事務所のリノベーションによる小売スペースの整備	自社の売上アップのために、従来の卸売に加え、小売を行う必要が生じていた。	<ul style="list-style-type: none"> ●リノベーションのイメージ・内容を固め、工務店への作業依頼に活用可能なリノベーション図面を制作。 ●小売開始後の、接客方法、陳列方法等についてアドバイス。

支援対象事業者	支援対象事項	抱えていた課題	個別課題解決支援の概要
(株)富久栄商会	顧客実態の把握	自社のカフェに来店する顧客がどのような人達が把握できていない。	<ul style="list-style-type: none"> ●来店者へのアンケート調査を実施し来店者の性別・年代・来店頻度・来店理由等の情報を収集。 ●自分達のコーヒーに対するこだわり等を発信することで、リピーター増や、新規顧客の獲得につなげられる余地があることを把握。
笹の川酒造(株)	新商品の辛口日本酒の名称・ラベル制作	開発・製造済みの辛口酒の名称・ラベルを制作し、本格的に販売、日本酒全体の売上を向上したい。	<ul style="list-style-type: none"> ●新商品のコンセプトを再整理しながら、名称・ラベル案を複数制作。 ●事業者を交えて討議・修正を重ね、新商品に採用する名称・ラベルを決定。
丸栄ふとん店	新ブランド立ち上げ	売上アップに向け、従来の取扱い製品とは異なる商品群を開発し軌道に乗せたい。	<ul style="list-style-type: none"> ●専門家による丁寧な聞き取り・討議を通じ、事業者が目指す新しい商品コンセプトやターゲットが明確化された。 ●ブランド名 (hi. to. i. ki) や、今後の商品ラインナップ案が固まった。
(株)さくらやフーズ	工場併設の直売所立ち上げ	自社の売上アップのために、従来の卸売に加え、小売を行う必要が生じていた。	<ul style="list-style-type: none"> ●小売事業のブランド名 (肉司桜八) の検討・決定や、顧客に商品を提供する際のバッグのデザイン制作を実施。 ●顧客をリピーター化するためのスタンブカードの仕様・デザインを決定。

笹の川酒造



ネーミングは、「福島一辛口いち」に決定。デザインでは、日本酒の発酵過程を月の満ち欠けで表現。

さくらやフーズ



客単価 1,000~2,000 円の想定顧客に 3~4 回の来店を促しリピーター化を狙う。そのために、500 円でスタンプ 1 個、8 個貯まると、特典と交換可能という仕様を決定。

④ブランド化促進のための写真素材提供

- ・営業活動、自社・商品のブランディング PR に幅広く活用可能なポスター・プロ撮影写真素材を提供。



提供素材例 (富久栄商会)



④ 商談機会創出に向けた支援

- ・新たな販路獲得に向けて、大手外食・小売・商社等とのマッチングを実施。


得られた成果

- ・各事業者の課題解決に役立つ資料・制作物 (改装図面、アンケート結果等) を提供した。
- ・販路拡大・売上アップに向けた取り組み案を各事業者が考え、実践し、実態を踏まえて修正取り組み案を考え、継続していくことが重要であると、セミナーやワークショップ、個別支援を通じ各事業者に伝えた。各事業者はマーケティング発想を経験・学習することができた。
- ・今後のマーケティング発想を継続実践することに役立つ写真素材や、商談機会を提供した。

次年度以降に向けた取り組み

●自走に向けた取り組みとフォローアップ

- ・事業者によるマーケティング発想の実践継続を、商工会議所中心にフォローアップ。

テーマ	被災地産品等の販路拡大支援		
事業グループ	相馬商工会議所		
事業概要	相馬商工会議所の会員事業者に対し、販路拡大に向けた支援を実施。セミナー・ワークショップを通じ、自社の「売り」を明確化し、営業に役立つ武器を作ることで、販路拡大を実践する方法を学ぶ機会を提供した。個社支援指導を通じ、各事業者の課題を整理し売りの明確化と武器作り（営業ツール作成）等について、支援を行った。		
支援対象事業者	(株)サンエイ海苔：食品製造業（海苔製品）、(合)旭屋：食品製造業（製麺）、割烹やました：飲食業（割烹、カフェ）、(有)丸永佐藤海産物店：水産加工・卸売業（海苔製品）、(有)飯塚商店：水産加工・卸売業（鮮魚全般）、(有)菅野漬物食品：食品製造業（漬物）		
支援内容	<p>以下の3ステップで支援対象企業の販路拡大を支援した。</p> <p>STEP 1 「販路拡大方法の修得」</p> <p>① セミナー「販路拡大勉強会」（12社・12名参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> 過去に講師が手掛けた東北の中小企業への支援の具体的例等を交え、自社の売りを見つけ出し、それを営業でアピールするために、ツール（チラシ、ダイレクトメール、注文票等）として取りまとめ、営業の武器にする方法が説明された。 <p>② ワークショップ「合同営業作戦会議」（5社・7名参加）</p> <ul style="list-style-type: none"> 売り込みたい「商材」・「ターゲット」を再整理し、各事業者は自身の「売り」を検討。自社の現状の営業では十分に実践できていない事項・改善の方向性を明確化した。 <p>STEP 2 「売りの明確化と営業に役立つ武器作り」</p> <p>③ 販路拡大に向けた個別の課題解決支援</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業者・専門家・復興庁・事務局が連携し、各事業者に対し営業で活用可能なツールの制作等、販路拡大につながる支援を実施。（各社4～6回の個別ミーティングを行い、課題解決をサポート） 		
			<p>ワークショップの様子</p> 
支援対象事業者	支援対象事項	抱えていた課題	個社別課題解決支援の概要
(株)サンエイ海苔	開発済みの新商品の販路拡大	脱・薄利多売ビジネスを目指し、 <u>新商品を開発した。適切な販路を開拓し、売り込んでいきたい。</u>	<ul style="list-style-type: none"> ●本格的な<u>営業開始前に、実績を作っておくことをアドバイス</u>。顧客の反応を早期に把握しやすい飲食店等への営業を実践することを推奨した。 ●飲食店営業の際に、<u>新商品の売りをアピールするチラシの制作</u>を実施。
(合)旭屋	なみえ焼そばの販路拡大	なみえ焼そばを扱う唯一の製麺所であるが、震災により、 <u>なみえ焼そばを扱う飲食店等が減少</u> している。	<ul style="list-style-type: none"> ●なみえ焼そば単品だけでなく、「浪江フェア」などの形で売込みをかける、ご当地グルメ全体の底上げ企画を助言。 ●商談会・展示会、パイヤー試食会等で販路開拓を狙うことをアドバイスし、<u>各種イベントで役立つツール（チラシ、ポスター、法被等）</u>を制作。

支援対象事業者	支援対象事項	抱えていた課題	個社別課題解決支援の概要
割烹やました	店舗への集客アップ	近頃ランチに注力し、新規顧客の集客に努めているが、十分な成果が出ていない。	<ul style="list-style-type: none"> ●「割烹」業態の敷居の高い印象払しょくのため、<u>店の様子・雰囲気</u>を潜在顧客に伝え、安心してもらう。 ●店舗・従業員の様子、ランチ例と手頃な価格設定を伝えるチラシを制作。
(有)丸永佐藤海産物店	拡販に向けたパッケージリニューアル	震災後出荷難だった地元 <u>松川浦産の海苔</u> が一定量収穫再開できるようになり、 <u>拡販したい</u> 。	<ul style="list-style-type: none"> ●<u>松川浦産の海苔が持つ魅力</u>（香りの良さ、等）を再整理し、それをわかりやすく伝えるパッケージを制作。 ●商談会等で利用可能なツール（商品の魅力を端的に伝えるチラシ）を制作。
(有)飯塚商店	卸売市場向け出荷時に利用可能な自社PRツール制作	卸売市場向け出荷品について、 <u>自社ブランドを高め、リピート受注獲得につなげたい</u> 。	<ul style="list-style-type: none"> ●自社をPRする「シート」を被せて出荷することで、バイヤーの印象に残り、記憶に残る営業方針を検討・決定。 ●<u>バイヤーにアピール事項を整理・表現したシートデザイン案を複数制作</u>。
(株)菅野漬物食品	贈答用箱のデザイン制作	百貨店取引のため、 <u>贈答用の「箱」を用意する必要がある</u> 。	<ul style="list-style-type: none"> ●百貨店側の要求を満たす箱の仕様を検討し、その仕様の下で、「<u>和テイスト</u>」で「高級感」を持つ、贈答用の箱のデザイン案を複数制作。

④ブランド化促進のための写真素材提供

- ・営業活動、自社・商品のブランディング・PRに幅広く活用可能なポスター・プロ撮影写真素材を提供。



提供素材例（サンエイ海苔）

⑤商談機会創出に向けた支援

- ・新たな販路獲得に向けて、大手外食・小売・商社等とのマッチングを実施。

⑥展示会・商談会参加を想定したロールプレイングの実施

- ・展示会・商談会への参加経験が乏しい事業者にも、ロールプレイングの機会を提供。

⑦SNS等を活用した情報発信に関する支援

- ・SNS等による継続的な情報発信により自社のファンを増やしていくノウハウを提供。

⑧営業活性化に向けたチームビルディング

- ・社内で営業課題・方針を共有する場を設定し、より組織的な営業活動の実現を支援。

STEP 3 「振り返りと今後のアクションの整理」

- ・支援全体の振り返り、今後求められるアクションを整理し、「振り返りシート」を共有。

得られた成果

- ・各事業者が、自身の「売り」を再考・明確化し、それを見える化（チラシなどのツールとして取りまとめ）することができた。プロセスの経験により、今後各事業者が自ら「売り」を考え、営業に役立つ武器として取りまとめるノウハウを習得してもらうことができた。
- ・今後、より販路拡大を強化することに役立つ各種支援（写真素材や、商談機会の提供。展示会・商談会での対応や、SNS活用等に関するノウハウ提供）を実施した。

次年度以降に向けた取り組み

●自走に向けた取り組みとフォローアップ

- ・整理した今後のアクションを着実に履行、商工会議所中心に継続的にフォローアップ。

テーマ	訪日外国人観光客おもてなし人材育成
事業グループ	一般社団法人宮古観光文化交流協会

事業概要

宮古市の入込客数は震災以降順調に回復している一方、新たな機会であるインバウンドの取り込みについては遅れていた。原因として、そもそも外国人観光客が訪れていなかったことから、市民・地元事業者が当事者意識を持って取り組む必要性を見出せていないことが挙げられた。しかし、大型客船の寄港や三陸鉄道の全線開通、三陸道の整備、ラグビーW杯の開催といった国内外の観光客の来訪機会の増加を見据え、宮古観光文化交流協会としてはインバウンド対応を進める必要性を認識していた。このため、外国人観光客目線での地域の魅力と、その受け入れのために優先的に取り組む必要がある課題を明らかにし、宮古市内の事業者を巻き込みながら、外国人観光客受け入れ態勢整備を実施した。

支援対象事業者

すみよし（外食）、蛇の目（外食）、このみ商店（土産物販売）、浄土ヶ浜レストハウス（外食、土産物販売）、岩手県北自動車（交通）

支援内容

支援テーマ1：インバウンド実態把握に関する検討

協会に対して、観光客の実態把握において先進的な取り組みを進めている気仙沼 DMO の視察・意見交換を実施。また、人流計測技術の適用可能性についての検討を実施し、基礎的なインバウンド対応から進める必要性を確認した。

支援テーマ2：カラーストリート構想（道路標示・マップ）

宮古市では大型客船が令和元年に寄港し、令和2年も寄港機会が拡大する予定であったことから、来訪する外国人観光客が域内の観光資源や飲食、お土産購入等の経済効果につなげるための施策が必要だった。具体的には、街歩きの不安を解消し、域内の散策を促進するためのインフラとして、街中に色と番号で現在地をわかりやすく伝える標識を設置する「カラーストリート構想」が協会から提案され、道路標示とマップの整備を推進した。整備の推進に当たっては、タスクチームを組成・運営し、域内の景観との調和や高い識別性、耐久性等について関係者との合意形成を図った。

タスクチームの構成

(一社) 宮古観光文化交流協会	宮古観光創生研究会
宮古市産業振興部観光課	宮古市中央通商店街振興組合
宮古商工会議所	宮古市末広町商店街振興組合

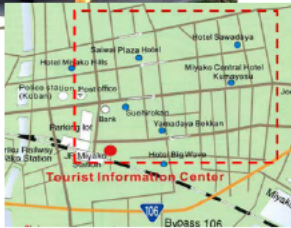
制作された道路標示・マップ



支援テーマ3：事業者のインバウンド受け入れ態勢

地域の魅力と課題について外国人目線で客観的な意見を得るため、地元事業者には視察の実施を予告せず、ミステリーショッパー形式で調査を実施した。調査は、令和元年12月16～17日に外国人観光専門家2名を宮古市へ招請し、観光名所、街歩き、食事、土産物の購入等で想定されるエリアを対象として実施した。

外国人調査員の調査風景・対象エリア・スケジュール



1日目(12月16日)		2日目(12月17日)	
12:00～	宮古駅前にて昼食	～8:15	ホテルで朝食
13:15～	宮古駅前からバス移動	8:15～	三陸鉄道で移動
13:30～	浄土ヶ浜を観光	8:50～	魚菜市场、シートピアなどフェリーターミナルを視察
15:15～	商店街を散策	10:30～	商店街を散策
17:00～	ホテル宿泊	12:00～	昼食
18:00～	商店街で夕食	13:00～	市役所にて振り返り

調査で指摘された外国人目線での改善ポイントを踏まえ、域内の事業者に対して個別に支援を実施した。支援の実行に当たっては、ツールを制作するデザイナー・ライターを伴い、現地で具体的なツールについて提案・調整しつつ制作を進めた。

ツール制作の提案



得られた成果

- ・地域の外国人観光客誘致の可能性について、外国人目線での客観的な評価を確認。
- ・外国人観光客誘致に関する域内合意形成のためのタスクチームを組成。
- ・優先的にインバウンド対応すべき地域事業者に対して、多言語化したツール類を提供。

次年度以降に向けた取り組み

- ・大型客船等のインバウンドが多数来訪するイベントに合わせ支援成果を実行、効果を確認。
- ・他の市内事業者のインバウンドに対する認識を改善、インバウンド対応の取り組みを波及。
- ・成果の継続的な改善や新たな企画の推進について市内外の関係者を巻き込んで推進。

目次

支援先事業者名	頁
(有)竹屋製菓 (岩手・久慈市)	2
海進丸水産 (岩手・普代村)	2
(株)たろう観光ホテル 「渚亭たろう庵」 (岩手・宮古市)	3
(有)ホテル近江屋 (岩手・宮古市)	3
石山水産(株) (岩手・山田町)	4
岩手アカモク生産協同組合 (岩手・山田町)	4
浜幸水産(株) (岩手・釜石市)	5
(株)ムライマシンウェルディング (岩手・釜石市)	5
(有)ヤマキイチ商店 (岩手・釜石市)	6
(株)松栄 (岩手・大船渡市)	6
(株)スリーピークス (岩手・大船渡市)	7
高田まちなか会 (岩手・陸前高田市)	7

支援先事業者名	頁
(株)八木澤商店 (岩手・陸前高田市)	8
(株)八幡平DMO (岩手・八幡平市)	8
(株)SUGAWARA (宮城・気仙沼市)	9
(有)たかはし (宮城・気仙沼市)	9
(有)丸繁商店 (宮城・気仙沼市)	10
ヨシエイ加工(株) (宮城・気仙沼市)	10
(一社)鮎川まちづくり協会 (宮城・石巻市)	11
(株)海遊 (宮城・石巻市)	11
(株)タケダ (宮城・石巻市)	12
(株)阿部亀商店 (宮城・塩釜市)	12
(株)すずこう (宮城・多賀城市)	13
菅野食品(株) (宮城・仙台市)	13

支援先事業者名1	頁
(株)こだま (宮城・仙台市)	14
(株)ゼンシン (宮城・名取市)	14
小野精工(株) (宮城・岩沼市)	15
マルヤ水産(株) (宮城・亶理町)	15
相馬市松川浦観光振興グループ (福島・相馬市)	16
なみえファーム (福島・浪江町)	16
(株)いわき市観光物産センター (福島・いわき市)	17
(株)磐城高箸 (福島・いわき市)	17
(有)正月荘 (福島・いわき市)	18
タムラ電子(株) (福島・いわき市)	18
山田屋醸造 (福島・いわき市)	19
(株)ワンダーファーム (福島・いわき市)	19

支援先事業者名	頁
工房おりをり (福島・福島市)	20
(有)福島路ビール (福島・福島市)	20
(有)松島屋旅館 (福島・福島市)	21
(株)森山 (福島・福島市)	21
(株)秋田組 (福島・小野町)	22
協同組合ながめまショッピングパーク (福島・須賀川市)	22

支援先:(有)竹屋製菓

支援テーマ:ブランド力・販促力強化

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県久慈市に所在する菓子製造販売業者
- 昭和31年設立、地元の原材料を主原料とした菓子の製造販売

■ 支援専門家

- 元気化研究所 代表 佐藤和也氏

■ 支援概要/テーマ

- ブランド戦略の策定、ブランドコンテンツのリニューアル、商品パンフレットの作成
- 新商品開発(パッケージ開発含む)、展示ブース用訴求ツールの作成、販売先の店頭用販促物(POPやミニポスター等)の作成

支援成果

■ 独自価値の明確化と言語化によるブランドコンセプト整理

- 独自製法の言語化として「伝統やわらか炊き」、独自価値の言語化として「つやつや黒豆」を作成

■ ブランドイメージと商品誘引力の強化

- 商品名も「伝統やわらか炊き」+「つやつや黒豆」+商品内容の組み合わせで統一表現

■ 販売促進ツールの整備

- 独自価値と美味しさを表現したPOP、ミニポスター、展示会用のぼりなどの販促ツールを整備

■ 新商品開発

- ワイン市場をターゲットに黒豆を使った「ワインに合う つやつや黒豆 クリームチーズディップ」の商品化を提案



支援先:海進丸水産

支援テーマ:ブランド開発、販促ツール整備

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県普代村に所在する水産加工品の製造及び販売業者
- 昭和30年代に漁業を開始。平成29年に同社を設立し、育て・採る漁業を目指している。

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役 久保晴資氏

■ 支援概要/テーマ

- 企業ブランド開発(ブランドエッセンスの検討、コーポレートブランド開発)
- 商品開発(周辺地域競合商品実態調査、商品リスト整理、商品企画・パッケージ開発・製作、販促ツール開発)

支援成果

■ 自社ブランドの強化

- 「海進丸水産」のロゴマーク・カラーを強調した統一感のあるラベルデザイン



■ 商品開発、販促施策

- 用途と地域を意識したネーミング変更
- 話題性・希少性の高い独自商品を目立たせる店内販促を強化するPOPの設置
- 来訪者のリピート買いを促すショップカードの配布



支援先:(株)たろう観光ホテル「渚亭たろう庵」

支援テーマ:販促計画策定、集客強化

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県田老町の太平洋を一望できる丘の上に建つ旅館
- 2015年春に「たろう観光ホテル」より「渚亭たろう庵」として再建

■ 支援専門家

- (株)咲楽 代表取締役 高橋祐一氏

■ 支援概要/テーマ

- 販売計画立案・販促施策の実行計画策定(含む販促ツール)
- リピーター集客強化に向けた仕組みづくり
- 自社サイト及びOnline Travel Agency(OTA)の改善

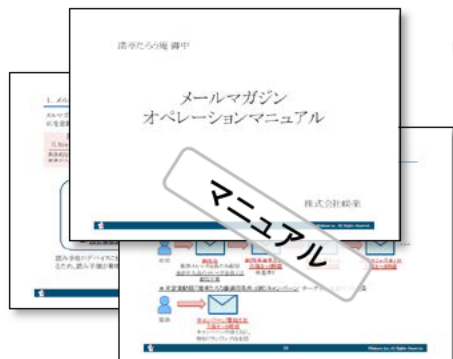
支援成果

■ 販促計画立案・販促施策の実行計画策定

- 年間の販促カレンダー作成、当社の情報や地域の魅力、復興情報を月1回配信する「たろう庵通信」、「サンクスメール」などの仕組みを導入

■ リピーター集客強化に向けた仕組み作り

- 各種メルマガの役割を整理し、運用マニュアル作成、ステップメール運用の定着化、ステップ配信時のテンプレート作成などを実施



支援先:(有)ホテル近江屋

支援テーマ:販売強化(自社HP・OTA)

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県宮古市に所在するホテル
- 昭和50年に設立、宿泊と日帰りの宴会が主

■ 支援専門家

- (株)咲楽 代表取締役 高橋祐一氏

■ 支援概要/テーマ

- 過去の顧客データの整理・分析に基づく宿泊プランの整理・再設定(曜日別・シーズン別の価格設定の見直しを含む)
- 各種チャネル別(自社HP,OTA,直予約)の掲載内容の見直し
- 各種チャネル別の露出機会向上策の検討

支援成果

■ インターネット予約と直予約(合宿利用)の強化

- サイトマップを改修し、当施設の「10の魅力」、「周辺観光に過ごし方」、「合宿・スポーツ施設」などのコンテンツ追加、料理ページ訴求内容見直し、レイアウト変更等実施
- 自社サイト改修後の2019年11月売上高が前年比253%、12月売上高が前年比172%



■ Online Travel Agency(OTA)の強化

- 各OTAの各種設定や新プラン作成、特集への新規参画やプランの紐づけなど有効な機能を活用し、集客へ繋げる施策を実施
- 主要OTA(楽天など)では、2019年11月売上高が前年比263%、12月売上高が261%



OTA改修後



支援先:石山水産(株)

支援テーマ:新商品開発、販路開拓

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県山田町に所在する魚種の一次加工と加工品の製造業者
- 明治元年、魚屋として創業

■ 支援専門家

- (株)パイロットフィッシュ 代表取締役 五日市知香氏

■ 支援概要/テーマ

- 漬け丼セットの開発(三陸鉄道とのコラボ商品)
- 漬け丼セットオリジナルギフト用商品の開発(自社オリジナル商品)
- 上記開発した商品のプロモーションのための販促物の作成・販路開拓ノウハウ取得のサポート

支援成果

■ 消費者ニーズのある自社オリジナル商品開発

- 三陸食材を活用した新商品「漬け丼の具」を開発
 - ✓ レシピ、漬け丼の素 醤油味3種類・ごまだれ2種類の試作品を作成

■ 統一感のある販促ツールの制作

- オリジナル商品のラベルデザインをベースに販促ツール(パンフレット、ポスター等)を制作
- また、当社のこだわりや想い、取り組みを伝えるリーフレット制作
- 新規販路獲得に向けて、三陸鉄道に加え、県内の大手小売店百貨店など商談を実施し、3月より複数社と取引を開始



支援先:岩手アカモク生産協同組合

支援テーマ:販促ツール制作、販売戦略

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県山田町に所在するアカモク製品の総合メーカー
- 平成10年に牡蠣漁師が組合員となり設立

■ 支援専門家

- アルパーコンサルティング(株) 代表取締役 古川忠彦氏

■ 支援概要/テーマ

- 競合分析・差別化要素の整理とポジショニングの検討
- ターゲットとすべきバイヤー層の明確化(スーパーマーケット・トレードショー2020)
- 販促物の作成(トレードショー向け、WEBランディングページ)

支援成果

■ 競合との価格勝負に陥らないポジショニングの明確化

- 「25~35歳の働く独身女性に、美容と健康への効果、手軽さを訴求する」というドメインと戦略を決定

■ 「スーパーマーケット・トレードショー2020」より1件以上商談化

- 5社の具体的な商品化と7社のフォロー案件を開拓

■ トレードショー終了後も有効なツール開発

- 提供したパネル、リーフレット、ランディングページは、トレードショー終了後も十分に活用可能なものとして開発



支援先: 浜幸水産(株)

支援テーマ: 顧客管理・販促強化

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県釜石市に所在する遠洋漁業並びに近海漁業の事業者
- 昭和35年12月に設立、本業はマグロの卸売事業

■ 支援専門家

- 千趣会マーケティングサポート(株) 代表取締役 中山悦二郎氏

■ 支援概要/テーマ

- 顧客商品購買分析、RF分析の運用、競合分析の実施
- 同梱販促物の改良、通年カタログの作成、販促管理表の作成・運用方法の検討
- 中期事業計画策定に関する助言・指導

支援成果

■ 顧客管理手法の確立

- 顧客商品購買分析にて顧客・商品の実績分布や同時購買の関係性を把握、RF分析にて顧客優良度分布をチェックし、顧客維持の販促ポイントを明確化



■ 販売促進ツールの制作

- 同梱販促物(挨拶状)の改良
- 通年カタログ制作し、イベント以外での受注増加を図る
- 販促施策の管理方法を強化し、費用対効果と費用配分の最適化を図る



支援先: (株)ムライマシンウェルディング

支援テーマ: 技術者の育成、受注フロー改善

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県釜石市に所在する機械金属加工業者
- 工作機械部品・半導体製造装置部品・ポンプ部品・バルブ部品・製鉄設備部品等の製造を行っている。

■ 支援専門家

- officeCADMS テクニカルマネージャー 小田中稔氏

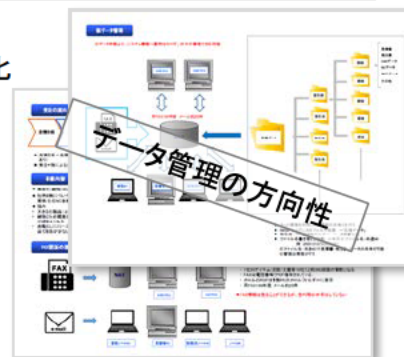
■ 支援概要/テーマ

- 5軸加工の3次元CADデータを作成出来る技術者の育成
- PCを活用した紙ベースのデータ管理と社内統一化、データ受注にむけたデータ整理と外部資料の作成指導

支援成果

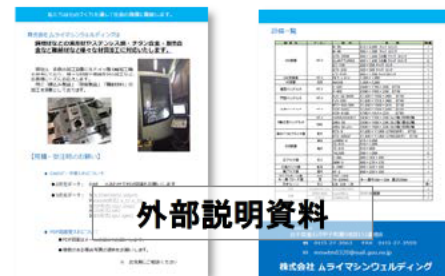
■ CADデータ技術者の育成

- 現行の90%以上の紙図面をデータ化
- 加工頻度の高い形状に係る実践指導とマニュアル整備
- 3Dデータ製作による加工機の稼働率向上



■ 受注方法の一元化(データ受注)

- 現行の受注データの流れを分析し、データ授受から加工までのフロー改善、データ活用方法の指導を行い、業務の効率化とともに、新規受注の可能性を高めた
- 現取引先への「データ受注」に関する周知のための外部向け説明資料の作成(パンフレットなど)



支援先:(有)ヤマキイチ商店

支援テーマ:ブランドコンセプト整理

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県釜石市に所在する海産物の通信販売業者
- 平成3年設立 ホタテを中心とした海産物の通信販売を展開

■ 支援専門家

- (株)ルグラン 代表取締役 泉氏

■ 支援概要/テーマ

- 競合分析・差別化要素の整理とポジショニングの検討
- ブランドコンセプトの整理のためのビジョン策定
- ビジョンを反映したコミュニケーション/マーケティング戦略の立案
- ビジョンを視覚的に表現するためのロゴデザインの作成

支援成果

■ 理念・ビジョンを視覚的に伝えるためのロゴデザイン開発

- 明文化された企業理念・ビジョンにもとづきそれらを視覚的に体現するためのロゴデザインの開発

■ 理念・ビジョンを効果的に伝え、ビジネスにつなげる施策提案

- 消費者行動をAISASフレームワークにもとづいて整理をした上で、それぞれのフェイズで実施すべき施策案を作成
- ウェブサイトのデザインについて、「素材」「価値」「シーン」といった訴求ポイントごとに新サイトの改修デザイン案を作成



支援先:(株)松栄

支援テーマ:HACCPシステム導入

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県大船渡市に工場を持つ海産物の加工販売業者
- 昭和62年設立、わかめ・昆布等の加工販売を展開

■ 支援専門家

- 青葉化成(株) マネージャー 吉田晶輝氏

■ 支援概要/テーマ

- HACCP※1システム導入のための衛生管理体制の構築(現状の手順と記録の確認、基準書及び手順書などの整備)
- 大日本水産会審査のサポートと従業員の教育訓練の実施

支援成果

■ HACCPシステムの導入 - 衛生管理体制の構築

- HACCPの要求事項への対応、SSOP※2要求事項8項目及びHACCP7原則12手順を指導

■ HACCPシステムの導入 - 従業員の教育訓練

- 危害要因分析で設定した重要管理点のモニタリング方法をはじめSSOP(8項目)とHACCP(7原則12手順)を講習会やOJT※3により教育

■ HACCP認定審査サポート

- 大日本水産会の審査時の指摘事項への対応策の立案
- 審査判定結果レベル1※4で認定を取得



※1 HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

HACCPとは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因(ハザード)を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法

※2 SSOP(Sanitation Standard Operating Procedures): 衛生管理に関する手順

※3 OJT(On-the-Job Training): 日常の業務に就きながら行われる教育訓練

※4 レベル1: 大日本水産会が英文証明書を発行し対米輸出が可能なレベル

支援先:(株)スリーピークス

支援テーマ:営業力強化

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県大船渡市に所在する酒類等の製造・販売業者
- 平成28年設立、ワイン、シードル、りんごジュースの製造・販売、

■ 支援専門家

- アジュアスカイコンサルティング(株) 代表取締役 宮口直也氏

■ 支援概要/テーマ

- 商品力の磨き込みと商品特徴を生かした勝てる市場設定(消費シーンの設定、販売価格の再設定)
- 独り営業で成果を上げる販売体制の構築(情報発信内容の整理、直販体制の再整備、営業ツールの整備推進)

支援成果

■ 営業強化に向けた媒体(パンフレット、POP等)の整備

- ワイナリーのコンセプトとしてはワイナリーのカテゴリーをサブカテゴリーライズして「海風ワイナリー」と設定し、パンフレットのドラフト版を制作



■ ネット直販を中心とした販売体系の構築と運用

- WEBサイトの建付けを全面的に見直し、お客様との接点となる店舗と考える店舗型サイトへリニューアル

支援先:高田まちなか会

支援テーマ:商店街への集客戦略の立案

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県陸前高田市高田地区の商店街組織
- 平成30年、まちなかエリアの賑わいと個展の魅力向上を図るため設立

■ 支援専門家

- (株)ジオ・アカマツ 取締役開発本部長 加茂忠秀氏

■ 支援概要/テーマ

- 商店街組織の規模拡大に合わせた持続的かつ効率的な運営支援
- 市内の回遊性向上を目的とした効果的な販促活動や情報発信における助言・指導
- 集客戦略支援のための助言・指導(短期～中・長期観光集客計画)

支援成果

■ 集客戦略立案に関する助言・指導

- 勉強会を実施し、周辺施設との連携を深めることが観光客に市内の回遊性を与え、結果的にまちなか地区への観光客の誘引に繋がることが「高田まちなか会」の共通認識となった
- 「道の駅高田松原」に多くの観光客が来訪しており、また今後開業予定の商業施設「発酵の里」も観光要素があることから、まちなか会としてこの2施設との連携を図ることとした
- 商業施設間で連携し市内の回遊性を高めるため、高田まちなか会、道の駅、発酵の里の三者で情報交換会を開催



支援先:(株)八木澤商店

支援テーマ:商業施設整備計画の策定

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県陸前高田市に所在する醸造業者
- 文化4年(1807年)、八木澤酒造として創業

■ 支援専門家

- (株)ジオ・アカマツ 取締役開発本部長 加茂忠秀氏

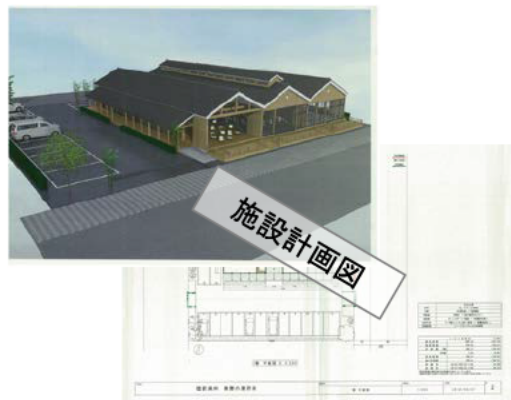
■ 支援概要/テーマ

- 被災事業者の八木澤商店の土地を活用し、陸前高田市まちなか再生計画に沿った共同店舗型商業施設の整備を計画
- まちづくり会社の設立と体制構築を支援
- 共同販促や情報発信など集客戦略を支援

支援成果

■ 施設整備計画及び開業に向けた体制の構築

- まちなか再生計画に沿った商業施設の整備となるよう助言・指導
- 津波立地補助金申請に係る助言・指導として施設計画、工事区分表を作成
- テナントリーシングや観光集客における開業後の運営も見据えた施設計画とするための適切なアドバイスを実施。また高田まちなか会や道の駅との連携を促進



区分	名称	内容	備考
1	敷地内道路	敷地内道路の舗装工事	
2	駐車場	駐車場の舗装工事	
3	店舗	店舗の建築工事	
4	倉庫	倉庫の建築工事	
5	トイレ	トイレの建築工事	
6	エレベーター	エレベーターの設置工事	
7	空調	空調設備の設置工事	
8	電気	電気設備の設置工事	
9	水道	水道設備の設置工事	
10	消防	消防設備の設置工事	
11	その他	その他工事	

支援先:(株)八幡平DMO

支援テーマ:教育旅行プログラム開発

支援概要

■ 事業者概要

- 岩手県八幡平市に所在する地域DMO
- 平成30年設立、八幡平市の観光に係る調査分析、地域の合意形成による施策立案・実施、海外向けマーケティングを担当

■ 支援専門家

- 株式会社JTB 盛岡支店 グループリーダー 畠山美帆氏

■ 支援概要/テーマ

- 台湾からの教育旅行をターゲットに、八幡平エリアの地域の魅力が伝わりやすく実感しやすい教育旅行向けプログラム開発
- 将来のリピーターに繋がる外国人観光客の誘客拡大により、八幡平の活性化・ブランディングを図る

支援成果

■ 八幡平訪日教育旅行誘致に向けた旅のコンセプト

- 旅のコンセプト、『人と大地のチカラがめぐるまち 澄んだ空気と水が彩る八幡平』～雄大な自然との共生と、そこで育まれるしなやかな人間力を未来へつなぐ～を開発

■ 訪日教育旅行誘致のためのセールス用パンフレット作成

- セールス用パンフレットを制作したことにより、地域の魅力を伝えるための言葉や資源を見える化

■ 八幡平プログラム開発プロジェクト実施計画書作成



支援先:(株)SUGAWARA

支援テーマ:プロモーション、メニュー開発

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県気仙沼市に所在するインドネシア料理店
- 令和元年設立、市民と技能実習生の交流の場を提供

■ 支援専門家

- キタジマデザインアーキテクト 代表 前田圭悟氏

■ 支援概要/テーマ

- 小規模ワークショップ実施による潜在ニーズの掘り起こし
 - インドネシア人技能実習生とのワークショップ
 - 中学生課外授業×試食会
 - ワークショップ参加企業との共有会議

支援成果

■ 食文化交流ワークショップ企画/運営

- 施策立案プロセスの明確化、フィールドワーク・ヒアリングシートの策定
- メインターゲットのインドネシア人技能実習生はじめ気仙沼市民への認知度向上を図った

■ 気仙沼市内中学生考案メニュー試作/試食会の開催

- 気仙沼市内の中学生が考えたインドネシア料理をメニュー化に向けた試食会イベントを企画・開催
- 県内外の多数メディアより本イベントを取り上げられ、県外の潜在的顧客層への周知を実現



支援先:(有)たかはし

支援テーマ:Webプロモーション強化

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県気仙沼市に所在する和装肌着・和装小物製造卸売り業者
- 平成2年設立、上記ほか、京染取り次ぎ、呉服、和装小物全般の販売を行う。

■ 支援専門家

- (株)ルグラン 代表取締役 泉浩人氏

■ 支援概要/テーマ

- ECサイトの広告配信手法の改善
- 顧客の現状分析によるWebサイト改修ポイント整理
- 集客強化に向けたモバイルサイト、マーケティング手法の提案

支援成果

■ Web広告の運用方法の改善

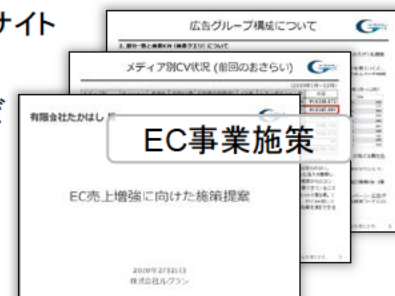
- リスティング広告の運用成果を分析し、費用対効果の改善に資する施策を策定

■ 自社Webサイトの改善提案

- トラフィックやユーザーの獲得やコンバージョン率の改善～売上増加に向けた課題を整理し、改善すべきポイントを洗い出し・整理

■ 年間EC売上アップの施策

- 集客・売上の中心であるモバイルサイトの改修方針、ディスプレイ広告やアフィリエイト広告配信の強化・コンテンツマーケティング導入などに関する施策立案



支援先:(有)丸繁商店

支援テーマ:新商品開発、販促強化

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県気仙沼市に所在する海藻の加工・販売、卸売業者
- 昭和56年創業、メカブ、アカモク、ワカメ等の製品を展開

■ 支援専門家

- 元気化研究所 代表 佐藤和也氏

■ 支援概要/テーマ

- ブランド力強化のための企業コンセプト・事業目的及独自価値の明確化と言語化、既存商品パッケージのリニューアル、新商品開発、新開発商品のプレスリリース作成、新リーフレット作成
- 販売力強化のための営業用・販売店支援ツールの作成

支援成果

■ ブランドコンセプト策定

- 「本当においしいめかぶを食卓へ」のコンセプトに基づき「高級めかぶ専門店」としての自社の立ち位置と方向性を明確化

■ 展示会・商談会ツールの整備

- 展示ブースに掲示し興味を持たせるための各種ツールと営業ツールを制作

■ 販売店支援ツールの整備

- 当社の提供価値を訴求したPOPやミニポスターを制作

■ 新商品開発

- 時短価値を狙った「10秒deおいしいめかぶ」の開発



支援先:ヨシエイ加工(株)

支援テーマ:一般衛生管理体制の構築

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県気仙沼市に所在する水産加工業者
- 平成2年設立、業務用ふかひれ製品の製造・販売を行う

■ 支援専門家

- (有)フジタ企画 代表取締役 藤田八束氏

■ 支援概要/テーマ

- 品質・衛生管理体制の確立
- 施設・機械設備の管理、食品取扱者の衛生管理
- 基準、手順書及び記録
- 教育・訓練の実施

支援成果

■ 一般衛生管理システム(SSOP8要件)構築と導入

- 食品安全委員会を立ち上げ、食品安全チームを組成
- 「SSOP8要件の手順書」及び各種マニュアルを作成し、現場への定着化に向け指導
- クレーム等事故発生時の初動・対応に係る管理マニュアルを整備、運用方法を指導



■ 作業従事者及び社員教育・訓練

- 研修生教育訓練研修計画を策定し教育・訓練実施方法を確立



支援先:(一社)鮎川まちづくり協会

支援テーマ:商業施設管理体制の強化

支援概要

■ 事業者概要

- 牡鹿半島(宮城県石巻市)に所在する観光事業を展開する組織
- 平成30年設立、鮎川浜の観光拠点、ホエールランドを管理運営

■ 支援専門家

- 筒井企画事務所 代表 筒井光康氏

■ 支援概要/テーマ

- 管理運営組織体制の整備、テナント管理システムの構築
- テナント会の設置と運営、テナント研修の実施
- 令和2年度グランドオープン及びその後の運営体制の構築

支援成果

■ 効果的かつ効率的な管理運営体制の整備

- 施設運営に不可欠なテナントとの情報交流の場としての「テナント会」設置に向け、研修会の実施、運営手法等に関する助言
- 一体的な施設運営に必要な営業ルールやテナント営業管理など諸規則策定に資する助言・指導

■ 営業改善と今後取り組むべき事業計画やその運用

- プレ・オープンで明らかになった課題への対応方策
 - ✓ 周遊観光マップ案、広報力強化のためのプレス・リリースなど具体策を指導
- 営業日誌、テナント営業動向、苦情処理シート、月次レポート、年度計画など役立つフォーマットを提供しその運用を指導



支援先:(株)海遊

支援テーマ:販路拡大、販促ツール制作

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県石巻市に所在する水産物加工販売業者
- 平成23年設立、牡蠣やホヤの生産、魚介類の加工販売のほか、仙台市内に飲食店を経営

■ 支援専門家

- コミュニ・トランスレーション・デザイン マーケティングディレクター 笠間建氏

■ 支援概要/テーマ

- 養殖カキの売上改善のための既存販路(約500社)に対するCS調査、アタックリスト作成、セールスツールの制作と展示会商談支援、ノロウィルスに関する啓発セミナーの開発

支援成果

■ 「お得意様分析」や「CS調査」による牡蠣販促戦略の策定

- 強みを整理し、実際に「通年出荷」や「検査体制」、養殖方法の提示、サイズごとに殻付き牡蠣のラインナップ提示など、海遊の競争優位を「見える化」

■ バイヤーズリーフレット等の営業ツールの整備

- 初めてのバイヤー向け(BtoB)リーフレットを作成
- 商談会「居酒屋Japan」で初めて運用し、商談相手へ当社の持つ「最高水準の検査体制と通年出荷」の強みを伝えることができた

■ 商談会並びにノロウィルスに関する啓発セミナー実施

- 西日本地区では周辺で夏場には牡蠣が調達できない為福岡県の飲食店と、その場で通年での商談成立(商談成立1社、商談(確度高)4社、継続商談(10社))



支援先:(株)タケダ

支援テーマ:新商品開発・ブランディング

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県石巻市に所在する健康食品、化粧品の卸売業、小売業者
- 昭和62年設立、ニチニチ製薬株式会社商品の卸販売

■ 支援専門家

- (株)FMS総合研究所 三輪宏子氏

■ 支援概要/テーマ

- 健康食品を利用し養殖した銀鮭の普及を図るため、新しい銀鮭の商品コンセプト策定、レシピ開発、ブランディング
- 販路開拓及び販促ツールの製作

支援成果

■ 商品開発コンセプトの策定

- 加工品のネーミング、ロゴマーク
パッケージデザインの策定

■ レシピ開発

- 加工商品3種を開発

■ 試食品評価調査

- 消費者モニター調査分析
結果に基づき、
試作品を改良

■ 新規販路先の検討

- 販促ツールとして、ポスター、チラシなどを制作
- 地域食材展示商談会、新しい東北 交流会など
展示会へ出展し、需要動向の把握、
課題の把握・対応方針の検討を実施



項目	実施内容	達成結果
10月7日	新規商品開発 - 商品コンセプト策定 - 商品ネーミング - パッケージデザイン - ロゴマーク	商品コンセプト策定、商品ネーミング、パッケージデザイン、ロゴマークの作成が完了し、試作品の制作が完了した。
7月5日	試作品開発 - 試作品の制作	試作品の制作が完了した。
7月14日	試作品評価調査 - 消費者モニター調査分析	消費者モニター調査分析の結果に基づき、試作品を改良した。
2月13日	新規販路先の検討 - 地域食材展示商談会、交流会など - 展示会へ出展し、需要動向の把握、課題の把握・対応方針の検討	地域食材展示商談会、交流会など展示会へ出展し、需要動向の把握、課題の把握・対応方針の検討を実施した。



支援先:(株)阿部亀商店

支援テーマ:商品開発、ブランディング

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県塩釜市に所在する水産業者
- 昭和28年設立、カツオ製品の販売を行う

■ 支援専門家

- ライズエイジコンサルティング 代表 宮崎秀和氏

■ 支援概要/テーマ

- 新商品「ツナレトルト加工品」の開発
- ターゲット設定、ブランドコンセプト設定、新商品企画設定
- パッケージデザインや販促ツールの制作

支援成果

■ ブランドコンセプトの設定

- 競合及び市場調査をもとに商品特徴
の洗い出しを行い、特徴及び優位性の整理

■ 新商品開発・商品デザイン制作

- ピンナガマグロを活用したツナレトルト加工商品の試作品にアドバイスを実施し、商品ネーミングについても検討を行い、最終的に商品化を実現
- 制作したオリジナルブランド商品企画書を基に、デザイナーによるパッケージデザインを作成。シェフ監修の調理例を販促ツールとして作成



支援先: (株)すずこう

支援テーマ: ブランド力強化

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県多賀城市にある創業66年の贈答品小売、酒等の販売業者
- 1954年に前身の鈴木薪炭店を創業、1971年(株)鈴幸商店を設立し、1983年からギフト専門店を展開
- 2012年ギフト部門が独立し、(株)すずこうを設立

■ 支援専門家

- (株)ユーメディア 伊東幹也氏

■ 支援概要/テーマ

- おもわく姫の認知度向上のためのコンセプト整理、販促ツール制作、イベント等によるプロモーション、販路開拓に向けた商品価値整理、実需者との接点づくりの検討、PRノウハウの共有など

支援成果

■ 「おもわく姫」の広報ツールの作成

- 「おもわく姫」のPRコンセプトをヒアリング・整理し、リーフレット、イメージポスター、実需者向けポスターの3種を制作

■ 「おもわく姫」の認知度向上と販路開拓を目的とした試飲イベントの計画と開催

- 仙台市勾当台公園にある「Route227s' Cafe」にて試飲イベントを実施し、「おもわく姫」の認知度向上とともにイベント企画・開催ノウハウの定着化を実現(自主開催が可能)
- 本支援で、取引先候補7社、関連店舗25店舗との接点ができる



ポスター

支援先: 菅野食品(株)

支援テーマ: ブランド力強化

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県仙台市に所在する豆腐の製造・販売業者
- 明治2年創業、豆腐のほか大豆関連商品を取り扱う

■ 支援専門家

- (株)FMS総合研究所 代表取締役 三輪宏子氏

■ 支援概要/テーマ

- 企業・商品コンセプトの統一
- パッケージ・販促ツールデザインの提案と作成
- 販路拡大にむけたモニター調査実施
- 新商品プロモーションイベントの実施と営業力強化支援

支援成果

■ 企業コンセプト、商品コンセプトの確立

- 商品の原材料・製法について/新商品が目指す販路/デザイン制作に向けたイメージターゲット/企業ビジョン/デザインを策定
- 商品名「まめまめやか」と決定

■ パッケージデザインの製作

- デザインコンペ&審査会及びモニター調査結果(試食評価調査)踏まえ、パッケージデザインを決定



■ プロモーションイベントの実施

- 「まめまめやか」が今後目指す販路として、検討し得るターゲットの異なる仙台市内3カ所に提案を行い、「まめまめやか 新発売」のプロモーションイベントを実施



支援先:(株)こだま

支援テーマ:販売力強化

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県仙台市にある創業70年のどら焼きの製造販売会社

■ 支援専門家

- アジュアスカイコンサルティング(株) 代表取締役 宮口直也氏

■ 支援概要/テーマ

- 商品価値や利用シーンを踏まえ、消費税対応も含めて価格の更新
- 店頭販売力強化に向けた販売員育成の仕組みづくり
 - 顧客対応姿勢、商品知識、トークスクリプト等の研修テキスト作成
 - 販売員研修など育成計画の策定
- 基本商品の価格改定実施による利益率向上
- 販売を促進するツールの整備

支援成果

■ 商品力と価格の更新

- こだまの商品がもたらす価値を整理し、基本商品の価格を改定

■ 店頭販売力強化に向けた販売員育成の仕組み構築

- 販売力強化の中核となる全販売員(含む店長)に向けた研修を実施し、価値観の共有を図った
- 販売スキルというよりはむしろ「こだま」の理念に対する意識醸成に焦点を当て、オリジナルな研修テキストを作成

■ 販売を促進する媒体の整備と活用

- 価値観に基づき、営業活動ツール(パンフレット等)を整備



支援先:(株)ゼンシン

支援テーマ:情報発信力の強化

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県名取市にてサッカースクール事業・放課後等デイサービス事業・就労継続支援B型事業を行っている事業者
- 放課後等デイサービスにて、独自のサッカー療育を取り入れていることが特徴

■ 支援専門家

- Starline(株) 代表取締役 今野清氏

■ 支援概要/テーマ

- WEBサイトのブラッシュアップの完了
- 情報発信手法の確立、運用ルール of 策定、SNS等による情報発信体制の確立、運用方法の定着化

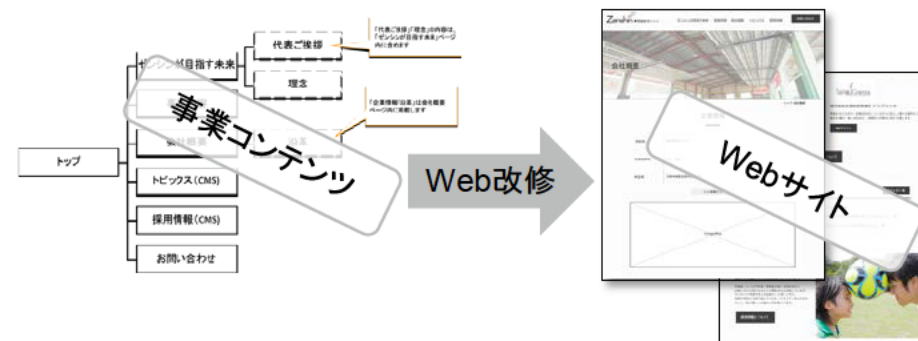
支援成果

■ 事業コンセプト・ブランドの整理

- 会社ビジョン、ミッション、提供価値(存在価値)を整理し、明確化
- 情報発信力の強化に向け、企業イメージを伝わりやす訴求力のある事業コンセプトを策定

■ 情報発信体制の構築

- 各事業から発信する情報(Webサイト)を統一化
- 役割分担、発信頻度など運用ルールを整備し、管理体制を確立



支援先:小野精工(株)

支援テーマ:生産性向上

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県岩沼市に所在する金属加工業者
- 昭和36年設立、精密治工具・金属プレス用金型設計制作・金属プレス加工・精密機械部品加工を行う

■ 支援専門家

- (株)日本能率協会コンサルティング チーフコンサルタント 芝田邦夫氏

■ 支援概要/テーマ

- 生産進捗の見える化による受注や納期の管理体制の構築
- 機械故障や不良品の管理、2S(整理・整頓)改善や多能工化の指導により生産性を向上

支援成果

■ 生産進捗や故障・不良品の見える化

- 作業指示書の改善や進捗掲示板の設置により生産進捗の見える化するとともに受注一覧による納期を掲示することで進捗状況確認時間の短縮と納期遵守率100%を達成
- 故障・不良データ収集体制を構築することにより、故障・不良率の低減を図ることが可能となった



■ 2Sモデル職場の構築

- 2Sモデルエリアを構築することで、作業スペースの増加、運搬距離の短縮、治工具・材料の検索時間短縮を実現



■ 見積原価の標準化

- 製品見積り算出の多能工化を図るため、基本的な原価算出手順書を作成

支援先:マルヤ水産(株)

支援テーマ:HACCPシステム導入

支援概要

■ 事業者概要

- 宮城県亶理郡に所在する冷凍カニ、カニ・牡蠣・銀鮭等の缶詰製造メーカー
- 名取市閑上で1950年創業、1967年設立、亶理工場は1993年竣工

■ 支援専門家

- 青葉化成(株) マネージャー 吉田晶輝氏

■ 支援概要/テーマ

- HACCP※1システム導入のための衛生管理体制の構築(現状の手順と記録の確認、基準書及び手順書などの整備)
- 大日本水産会審査のサポートと従業員の教育訓練の実施

支援成果

■ HACCPシステムに係る衛生管理体制の構築

- HACCPの要求事項への対応、SSOP※2要求事項8項目及びHACCP7原則12手順を指導

■ HACCPシステムに係る従業員の教育訓練

- 危害要因分析で設定したアレルゲンの管理方法をはじめ、SSOP(8項目)とHACCP(7原則12手順)をHACCP講習会やOJT※3により教育

■ HACCP認証審査サポート

- 大日本水産会の審査における重欠点箇所に対する今後の対応策を指導
- 審査判定結果レベル1※4で認定を取得

※1~4は6ページ 支援先 (株)松栄を参照



支援先:相馬市松川浦観光振興グループ

支援テーマ:販売促進

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県相馬市に所在する観光振興組織
- 平成23年設立、松川浦の観光業の復旧・復興を目指す

■ 支援専門家

- 株式会社JTB福島支店福島オフィス 観光開発プロデューサー 佐々木大輔氏

■ 支援概要/テーマ

- データ分析およびグループ内顧客共有に向けた方向性協議
- 観光客現業対策・新規顧客獲得対策
- 販促活動支援

支援成果

■ 事業者体質弱体化思考の方向転換とメニュー開発の考え方

- 過去からの状況や課題をヒアリングやマクロデータや取得できる限りのエリアに関する情報を元にディスカッションし、年間で販売できる地産地消の食材をメインのメニュー開発



新規メニュー

■ 通年販売可能なプランの開発、プロモーション手法の定着化

- 諸条件(料理内容、料金、振興グループでの取組意欲)を検討し、セールスシート兼販促チラシ概要とデザイン方向性を決定



支援先:なみえファーム

支援テーマ:新商品開発、販売促進

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県浪江町に所在する農園
- 令和元年設立、浪江町内の未活用農地を活用し、エゴマを栽培

■ 支援専門家

- Local-Fooddesign 代表 坂本貴秀氏

■ 支援概要/テーマ

- 新商品の開発(最大5アイテム程度)
- なみえファームのPRツール作成(ロゴマーク・シール、商品パッケージデザイン作成)
- メディア向け商品披露会の開催

支援成果

■ 新商品開発

- なみえファームで栽培されたえごまと唐辛子を使用したふりかけとミックス粉、そして乾燥唐辛子のパック詰め商品を開発
 - ✓ えごまミックス粉
 - ✓ 白えごまと海の幸のSIOふりかけ
 - ✓ 黒えごまと唐辛子のMISOふりかけ
 - ✓ よりぬき絶叫唐辛子



■ プロモーションツールの開発・制作

- ブランディングを目的としてロゴマークと各種商品ラベルを制作



■ メディア向け商品披露会の開催

- 復興イベント<ふくしま有機ネット交流サロンin東京>で、2種類のふりかけの試食PRを実施

支援先:(株)いわき市観光物産センター

支援テーマ:テナント販促強化

支援概要

■ 事業者概要

- 「いわき・ら・ら・ミュウ」は、「交流人口の増加」「地域活性化の推進」「観光資源の普及振興」を目的に、ウォーターフロント開発の先導的施設として1997年(平成9年7月)に開業

■ 支援専門家

- 株式会社JTB福島支店福島オフィス 観光開発プロデューサー 佐々木大輔氏

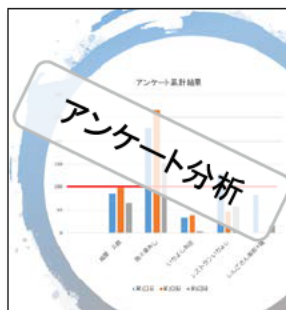
■ 支援概要/テーマ

- 各テナントの顧客満足度(アンケート)調査の設計～分析
- イベント販促を活用した各テナントの収益向上策(販促・店舗運営)の検討、施設全体のイベント販促情報の発信力強化・改善

支援成果

■ テナントの意識改革による創造に取り組める機運醸成

- 各テナントからのヒアリング調査や各テナントの顧客満足度(アンケート)調査により、イベント販促の活用手法に関する助言、現場改善など実施
- 集客と売上げが連動しない課題に対し、店舗ディスプレイやメニュー紹介、店舗内でストレスなくお客様が快適に過ごせるオペレーションを改善
- 各テナントが主体的に入店率を高めるディスプレイの設置・改善や情報発信を行い集客強化を実施(テナントの意識改革)



支援先:(株)磐城高箸

支援テーマ:新商品開発

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県いわき市に所在し、全量間伐材を使用した高級杉割箸、ひのき鉛筆、杉枕、おがぬいぐるみなどの製造・販売を営んでいる

■ 支援専門家

- (株)ビーノ 代表取締役 西岡健太郎氏

■ 支援概要/テーマ

- 新商品「旧校鉛筆」の安定生産に向けた技術指導
- 新商品「色鉛筆」の試作開発支援、
- レンタルスペース等、新社屋を活用した新事業の構築支援
- 自社HPのコンテンツ追加、英語版HPの構築支援

支援成果

■ 新商品「旧校鉛筆」の安定生産に向けた技術指導

- 問題点を解決するための解決策を提示し、技術指導を実施し、重点課題が明らかになるとともに、課題解決の方向性を明確化

■ 新商品「色鉛筆」の試作開発

- 新商品である色鉛筆の試作開発が完了し、商品化に向けたベースが構築

■ レンタルスペース等、新社屋を活用した新事業の構築

- レンタルスペースの利用規約を作成し、レンタルスペースの価格を決定し、レンタルスペース事業を実施していく上での基礎を構築

■ 自社ホームページリニューアル

- 新商品、レンタルスペース事業に係るコンテンツを追加するとともに、海外展開に向けた英語版ホームページを構築・リリース



支援先:(有)正月荘

支援テーマ:顧客管理、営業ツール制作

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県いわき市に所在する飲食店
- 江戸末期創業の老舗の割烹料亭

■ 支援専門家

- コミュニ・トランスレーション・デザイン マーケティングディレクター 笠間建氏

■ 支援概要/テーマ

- 売上アップのための既存顧客へのCSアンケートの実施・分析、アタックリストの作成(RFM分析含む)
- 営業力強化のための営業ツールの開発、DMテストと反応分析

支援成果

■ 既存取引先の実態把握とプライベート利用促進の方針決定

- 既存顧客(BtoB)ニーズとプライベート利用ニーズの明確化
- 「法人需要を中心にしつつも、プライベートでの利用可能性に気づいてもらう」方針を決定

■ 総合リーフレットとメニューを体系化した「お品書き帖」の制作

- 「お品書き帖」という打ち出し方で「見える化」を図り、既存顧客への新しい提案の他、新規顧客開拓でも営業説明が容易となる仕組みを構築

■ 歳時記を用いた営業戦略策定

- 「長寿祝い」と「新年会」などのキャンペーンを選定し、企画内容の検討とDMデザインを制作



支援先:タムラ電子(株)

支援テーマ:商品パッケージリニューアル

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県いわき市に所在する食品の製造販売業者
- 昭和57年設立、燻製技術を利用した商品を展開

■ 支援専門家

- (有)山田英司事務所 代表 山田英司氏

■ 支援概要/テーマ

- 新ブランドとしての製品開発
- 販路拡大
- 既存製品の高付加価値化

支援成果

■ 事業コンセプト整理、ブランドデザインの製作

- 請負型ビジネスからの脱却に向け、事業コンセプト及び商品ストーリーを整理
- 当社の強み『燻製技術』を最大限PRできるようブランドデザインを製作

■ 商品ラインナップの強化、商品パッケージのリニューアルにより商談等におけるバイヤーへの提案力をアップ



支援先:山田屋醸造

支援テーマ:販路拡大、販売ツール整備

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県いわき市に所在する発酵食品の製造・販売業者
- 明治26年設立、味噌、醤油などのほか、漬物、甘酒、こうじの製造を展開

■ 支援専門家

- (有)山田英司事務所 代表 山田英司氏

■ 支援概要/テーマ

- 小型パッケージ化による新規市場開拓
- DM戦略、既存仕入れ先への提案営業などの販路拡大

支援成果

■ 商品力強化、新規市場の開拓

- 新規顧客ニーズを踏まえ、既存商品を少量化・小型化し、購買リスクを引き下げ、販売促進を図った
- お持ち帰り用ギフトパッケージを企画・制作し、商品ラインナップ拡充ともに付加価値向上を実現
- 販促品(景品など)としての新たな需要の掘り起こしを実施
- 商品の外装にコンセプト(大豆のヘルシーさをアピールするデザインコンセプト)と統一感を持たせ、商品価値の訴求力を向上
- 販路拡大に向け、DMアプローチ手法の助言・指導



支援先:(株)ワンダーファーム

支援テーマ:販路拡大、販売戦略

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県いわき市に所在し、地方の特産品である「サンシャイトマト」の青果及び加工品の製造販売やレストランを経営
- 地元の「農業生産法人(有)とまとランドいわき」を母体として2013年4月に「(株)ワンダーファーム」を設立

■ 支援専門家

- 内閣府特定有人国境離島地域プロジェクト推進アドバイザー越護啓子氏

■ 支援概要/テーマ

- 加工工場の稼働率の向上
- HACCPに準拠したトマト加工工場としての優位性を発揮するための商品企画・開発

支援成果

■ トマト果汁飲料 OEM製造の企画

- 大手飲料メーカーをマッチングし、製造委託先としての工場監査やメーカーの消費者向けの産地ツアー先としての検討が実施

■ 米国式バーベキューの導入並びに近隣事業者との連携

- 日本バーベキュー協会の指導の下、正統な米国式のスマートバーベキューを導入。バーベキューでは自社のトマトをはじめ、近隣事業者の野菜や魚、肉を使用。またトマトを使用したスペイン料理や料理にあうワイン(ノンアルコールも含む)を企画開発

■ 高級レストランによるトマトレシピの開発

- レストラン(CROSS TOKYO)のシェフによる自社のトマトを使用したレシピを開発
- 特に開発したレシピの特製ウスターソースを自社で加工し、レストランで販売することを企画



支援先:工房おりをり

支援テーマ:ブランディング、新商品開発

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県福島市の織物の製造販売業者
- 平成13年設立、絹織物の製造販売のほか、織物教室や担い手も育成

■ 支援専門家

- アロマト(株) 代表取締役社長 斎藤環氏

■ 支援概要/テーマ

- ブランディング力強化(PR,広報戦略のシナリオ作成等)
- 新商品開発(ロゴ作成・パッケージデザイン改善、商品開発支援等)
- 販路拡大(戦略立案・展示会出展支援)

支援成果

■ 「mawata bijin」のブランディング、新商品開発(4アイテム)

- ブランディングの基本方針を設定し、洗顔パフ、洗顔ミトン、体洗いミトン、洗顔パフ(こけし付き)の新商品を開発

■ 展示会出展による新規顧客開拓

- ギフトショー出展し、およそ110枚顧客シートを作成(有望先約20社、小売・卸約70社等)
- 有望先へ商品提案のメール、小売・卸先には商品案内のメールを送付し、新規取引先獲得に向けたアプローチを実施



■ 販売業務の仕組みづくり

- ショールーム(営業活動)および事務処理業務(受注・発送・請求・回収等)で活用するよう仕組み作りと店員教育の実施



支援先:(有)福島路ビール

支援テーマ:新商品開発、販促ツール制作

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県福島市のビール製造販売業者
- 平成15年設立、ビールのほか、果実酒、発泡酒の製造販売を展開

■ 支援専門家

- プレイントラストアンドカンパニー(株) 代表取締役社長 大志田典明氏

■ 支援概要/テーマ

- 福島産希少果実による「プレミアムフルーツラガー」の新製品開発
- 総合提案力強化に向けたシリーズアイテムのリニューアル開発
- ブランディングツール制作

支援成果

■ 「プレミアムフルーツラガー」の新アイテム開発

- 福島フルーツ30%のプレミアム高配合レシピによる新果実酒『シードリッシュラガー』全5アイテムのシリーズ完成
- 幕張メッセ「こだわり食品フェア2020」出展し、多数の引き合い・商談を達成



■ 提案力強化に向けたシリーズアイテムのリニューアル開発

- シードリッシュラガー』ブランドでスペック・ネーミングとも統一し、新たなフルラインアップとしてシリーズ出品を決定



■ ブランディングツール制作

- 商談ツール、A製品リーフレット、Bバックパネルタペストリー、CディスプレイPOP、Dブランドフラッグ、E法定表示ラベルの5種配備



支援先:(有)松島屋旅館

支援テーマ:製品開発、経営改善

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県福島市に所在する温泉旅館
- 昭和38年設立、ペット連れの宿泊も可能な温泉旅館

■ 支援専門家

- (株)LMC 代表取締役社長 湯浅淳氏

■ 支援概要/テーマ

- 新プラン企画、OTA(Online Travel Agency)活用、ネット口コミ対策、提供サービス内容の見直し
- コスト削減のための適正原価率の把握、新料理開発、水光熱費削減のための助言・指導

支援成果

■ 集客強化の為のターゲット客層変更

- 周辺施設のターゲット分析結果に基づき、自施設の強みを活かした集客ターゲットの決定

【ペットと一緒に】ペット無料 小さなペットなら何でもOK！一緒に旅行しよう

【赤ちゃん】温泉デビュー応援！ママ嬉しい特典付【お部屋食】

■ 集客強化の為のOTA機能活用

- 楽天トラベル・じゃらん機能確認と指導、楽天トラベル 施設一覧ページ写真・文章変更
- 顧客満足度アップの為のサービス変更

OTAページ

メルマガテンプレート

支援先:(株)森山

支援テーマ:プラン開発、PRツール制作

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県福島市に所在する温泉旅館
- 昭和54年設立、旅館経営、温泉卵や観光物産卸・小売を展開

■ 支援専門家

- プレイントラストアンドカンパニー(株) 代表取締役社長 大志田典明氏

■ 支援概要/テーマ

- 土湯温泉「愛犬同伴滞在1泊2日」の複合コンテンツ開発
- 販路拡大のためのビジュアルツール作成とSNSプロモーション展開、タイアップパブリシティ発信

支援成果

■ 「愛犬同伴滞在1泊2日」の複合コンテンツ開発

- 新設した源泉掛け流しユニットバスルーム(愛犬入浴は不可)付き客室「樺」での1泊2日を究極の滞在プランを開発

■ ビジュアルツール制作とSNSプロモーション展開

- “滞在”の究極感をターゲットにリアル想起させるべく、周辺案内、館内紹介をセットにしたビジュアルツールを製作

■ タイアップパブリシティ発信

- ターゲット世代のシニア視聴率が高いCATVの信越エリアのJCV(上越ケーブルビジョン株)にてプロモーション

ご予約受付中

愛犬とお泊り ニュー島屋-土湯めぐり オススメコース

愛犬ファミリー 楽しい滞在1泊2日

リーフレット

Webサイト

支援先:(株)秋田組

支援テーマ:ブランディング、広報戦略

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県小野町に所在する建設業者
- 平成29年設立、特定建設業の県知事許可を持つ

■ 支援専門家

- (株)ローカルワイズ 代表取締役クリエイティブディレクター 久保晴資氏

■ 支援概要/テーマ

- 新しい企業ブランド開発のための事業ビジョンの作成、企業ロゴマーク及び付随物の作成
- 新ブランドロゴ・事業ビジョンを反映させたWebサイト開発と保守運営のレクチャー(人材育成)の実施

支援成果

■ 事業ビジョンの策定

- 社長の熱い思いを形に、事業ビジョン策定、企業ブランド再構築



■ 新コーポレートマーク・カラー・メッセージ開発

- 「新生秋田組」を内外に印象付けるために、新しいコーポレートマーク・カラー・メッセージを開発し企業イメージを刷新



■ Webサイトの公開

- 新コーポレートマークとカラーを全面に打ち出したデザインで展開
- ブランドコンテンツとして「秋田組の思い」を設定



自社Web

支援先:協同組合ながめまショッピングパーク

支援テーマ:商業施設における営業力強化

支援概要

■ 事業者概要

- 福島県須賀川市にある共同店舗(ショッピングパーク アスク)の運営組織
- 平成6年設立、宣伝、販促などの共同事業を実施

■ 支援専門家

- 筒井企画事務所 代表 筒井光康氏

■ 支援概要/テーマ

- 個店営業力強化(個店別ヒアリング調査・個店診断、運営改善計画(案)の作成と検討)
- 地域における役割検討のためのニーズ調査・意見交換会の実施、地域連携方策の検討

支援成果

■ 「個店ヒアリング」による店舗運営改善

- 実売強化策として、売れ筋商品の拡充、見切り品処分50%セール、固定客への優待セールなどの各種取り組みを推進

■ 顧客ニーズ把握や地域連携強化

- 企画実施した「アスクお客さま懇談会」での地域ニーズを踏まえた催事の取組として住民参加の「フリーマーケット」を実施。各店舗の実売も強化
- 「買物支援無料送迎バス」の継続に向け、福祉施設や公民館等との地域連携を図る検討会を実施

■ 駐車場の有効活用やテナント再編・誘致策の検討

- 利用状況調査による駐車場の活用方法や空き店舗に対する出店意向事業者の顕在化による誘致策を検討

