

## 課題名：地域資源を活用した消費者ニーズに合致した商品の開発等に関する事業化可能性調査～「おいしい健康 全国応援」

実施機関 一般社団法人地域資源活用の会

連携機関 (有)タカハシ食品、(株)スターリングフーズ、東栄産業(株)、(株)幸田商店、(株)叶屋食品、(株)西村製麺、直七の里(株)、(企組)遊子川ザ・リコピンズ、(株)マルタカ、(農法)アースかいた

### ➤ はじめに

本事業では、各地の6次産業化に取り組む農林水産業者を支援し、全国の「おいしい健康」訴求の素材と商品候補を選定し商品開発から販路開拓まで消費者にその良さを適切に伝達する新たなサービスの創出を目指して事業化可能性調査を推進した。候補素材と商品は各地の特産品から代表的な10メーカー約10アイテムを選び、「地域の笑顔」をキャッチフレーズに取組んでいる過疎地域の特産品も含め、その他の商品への展開可能性も調査した。これらの活動を通して「おいしい健康 全国応援」の取組として推進した。

### ➤ 事業化可能性調査の実施体制

当法人の下で連携機関 10 社 10 アイテムの商品を中心に下図の体制で調査・事業化促進専門家が商品特徴、販路開拓、市場性調査などを実施した。



Fig.1 「おいしい健康 全国応援」の取組み

### ➤ 事業化可能性調査の取組

#### 1 地域特産品の商品開発、販路拡大等の支援

10社約10アイテムの地域特産品について、1) 地域資源を活用した商品の開発支援・特徴評価、2) 市場ニーズ・販売可能性調査、3) 販路開拓・市場性調査を実施した。

##### 1) 地域資源を活用した商品の開発支援、特徴評価

商品の特徴、生産状況、加工方法、成分組成、健康機能性、容器、包装、デザインなどについて専門家による検討会を経てマルシェ等で紹介し、来場した消費者にアンケートを実施して結果をフィードバ

ックすることにより、商品改良や新商品の開発を支援した。

#### 2) 市場ニーズ・販売可能性調査

展示会・商談会などの他、直接販売店等を訪問し業態別流通別(百貨店、スーパー、専門店、薬局店、東京マルシェ、通販など)に商材・商品紹介を行うとともに、バイヤー等の意見をヒアリングして市場ニーズ・販売可能性を調査した。特にスーパーマーケットトレードショーでの評価については、新スーパーマーケット協会と共に月刊誌に掲載することによって、新スーパーマーケット協会会員6千店舗に対しアピールした (Fig.5)。



#### 3) 販路開拓・市場性調査

三越伊勢丹、新宿マルシェ、スーパーマーケットトレードショー等で催事販売、展示商談会等を実施し販路開拓、市場性調査を実施した。価格、容量、デザイン、味、その他、採用されない理由を改善しその後も導入に向けて販路開拓チームが継続して導入を図ることとした。



Fig.3 新宿マルシェでの消費者調査

## 2 「美味しい健康」(仮称) コンセプト訴求システム検討

平成27年度に検討した「いきいきヘルスサポート食品」(仮称) システムを深掘しコンセプトを訴求する新サービスシステムを検討し、28年度は「おいしい健康 全国応援」としてまとめシールを作成、市場関係者の意見をヒアリングし、その結果を反映させて商品開発を進め、試作品のバイヤーへの紹介と試食評価、一部消費者への試食評価も実施した。調査結果を集約し、市場ニーズと販売可能性を評価した。今後は、シールの商標登録及びコンセプト訴求システムの具体的な運用方法の検討を行う予定である。



Fig. 4 日本橋マルシェでの市場性調査

### ➤ 事業化可能性調査の成果と課題

- 1) 数多くの販路開拓調査実施により、バイヤーやマルシェの消費者の意見をメーカーにフィードバックすることで、商品の改良、新商品開発や新事業の可能性に結び付けることができた。
- 2) 地方の小さな生産者、メーカーの商品を選別し「おいしい健康」コンセプトを作成し首都圏の百貨店、高級スーパーが求めるレベルに導くことができた。
- 3) 商品開発、ブラッシュアップ例として、昆布巻きを一口サイズにすることで国内はもとより海外展示会での評価が高まり、幾つかの注文に結び付いた。
- 4) 当協会の支援により、りんごジュースでパッケージを一新したこと等により、海外を含めた販路拡大を実現した事例が複数出た。
- 5) 日本一のビジネスマッチングの場である「スーパーマーケットトレードショー」に出展して上記10社の商品の展示・試食を行い「新スーパーマーケット協会」(全国6千店舗) 会員の小売業者や外食業者約300名と名刺交換を行った。そのデータを元に、上記10社各社が商品の見積もりデータを付記したメールを送信した結果、多数のサンプル送付依頼等の引き合いがあり、今後実際の取引に発展することが期待される。



Fig. 5 新日本スーパーマーケット協会機関紙(左:ザ・リコピンズ、右上:アースかいた、下:直七の里)



Fig. 6 第51回スーパーマーケットトレードショー

### ➤ 今後の取組の方向性

本事業を通じて過疎地域や被災地の小規模生産品でも生産者の想いや産地の特徴を伝えることによって商流専門家(バイヤー)や消費者に商品の魅力を伝えることができ販路開拓の可能性が広がることが実証された。そのコンセプトは「おいしい健康 全国応援」に表象されており、今後はこの標語の下に全国の特産品、生産者の想いを消費者に届ける活動を継続し実需を掘り起こし地域の新産業創出促進に寄与することを目指していく。

### 【お問い合わせ】

実施機関名称：一般社団法人地域資源活用の会  
担当者： 代表理事・高橋 正之  
TEL： 042-814-7924  
e-mail： team.chikatsu@gmail.com