

## 商品ブランドロゴのコンセプト整理、デザイン助言

住所	福島県田村市船引町船引字畑添96-1	資本金	-
代表者	鈴木 好亀	従業員数	2名
創業年	大正12年	売上高	-
業種	菓子製造・小売業		
TEL	0247-82-0223	URL	-

## 事業概要(被災前)

・田村市は平成17年3月1日に滝根町、大越町、都路村、常葉町、船引町の旧5町村が合併して誕生。県内1,2番目に人口が多い中通りの郡山市と、浜通りのいわき市の間に位置する。

・大正12年に創業、現在は3代目。平成13年に発案し、地元農産物の「えごま」を入れた新商品「かりんとう饅頭」が人気商品となり、新聞や雑誌等でも多く取り上げられた。今では全国各地で様々な同種類の商品が生まれているが、かりんとう饅頭の元祖は当社である。



名物 かりんとう饅頭

## 被災概要

- ・東日本大震災および東京電力福島第一原子力発電所の事故により、田村市は一部の地域が避難指示解除準備区域に指定(同地区は平成26年4月1日に指定解除)。
- ・東京電力福島第一原子力発電所の爆発事故による影響が大きく、福島県内では風評被害が続いている。放射能検査を実施したうえで販売しても、購入しないお客様もいまだ多い。

## 復興に向けた状況や課題

- ・平成26年4月1日、田村市の一部の避難指示解除準備区域が解除。地域を離れた地元住民が帰還できる様にはなったが、県内全体の風評被害がおさまった訳ではなく、これまでとは違う販売方法を考えなくてはならない。
- ・当店の主力商品である「かりんとう饅頭」の売上割合は高く、新しい商品で新たな話題を作るなどの工夫を行わなければ、風評被害で下がった売上を震災前の水準に戻すことは難しい。
- ・田村市役所が平成27年春に店舗正面に移転し完成するのを機会として、田村市の名産品としてのポジションをつかめる様に商品パッケージや店頭陳列、店舗外観も含め魅力の見直しを図り、更に地元の特性を活かした日持ちのする新商品を作り出す。

## 支援テーマと内容

1. 「Brand Framework」の構築、店名ロゴの見直し
  - ・全体の「店舗」「商品」イメージを見つめ直すうえで、今後進めて行く方向性を定めるべく「Brand Framework」を共に作成する。その中で、地元の歴史や風土をイメージしたお菓子作りのコンセプト整理を行う。
  - ・主力商品「かりんとう饅頭」が、田村市の名産品として高いポジションを掴むための魅力づくりを行う。
2. 新商品名とパッケージラベル・個装シール案の検討、既存商品パッケージの見直し検討
  - ・近々販売を開始する新商品名やパッケージ全般に関するデザイン案の検討。
  - ・地元産野菜を活かした商品イメージに合うネーミングとパッケージの検討。
  - ・既存商品に田村市公認マークを活用した新パッケージ検討。
  - ・「地元・田村市銘菓」のPRに力を入れて、贈答品用に購入する企業や盆正月の地元帰省者への認知度を高める。



## 支援の成果



安久津屋菓子店  
前景



田村市の豊かな自然環境をイメージして、ロゴマークを検討した。



今回採用された新商品「fu-wa」のラベルデザイン



今回採用された店名の新ロゴ

## 支援の成果

### 1. 「Brand Framework」の構築

「独自価値」:

・和と洋の技術を融合させたユニークな商品、安心安全な素材へのこだわり、地元産品を活用、地元の方に愛用される等

「体験価値」:

・天の恵み、土地の恵み、人の恵みを活用した、独自の風味を提供

「ブランド価値」:

・和魂地才(和の伝統と洋のモダンを合わせ持つ)

### 2. 店名の新ロゴ決定

・「Brand Framework」に基づき、店名ロゴを3案提案。

・田村市(旧5町村)の風土を反映した案である、

「CONFECTIONARY OF TAMURA」に決定。

### 3. 新商品「fu-wa」個装シール&ラベルへのアドバイス

### 4. 既存商品パッケージデザインへの見直しアドバイス

## 今後の事業展開

### 1. 店名ロゴの展開

店名ロゴ入りのギフトセットや手提げ袋、店頭ファサードなどへの展開については、効果的なタイミングを見計らって実施。包装紙への展開についても、既存在庫が消化次第に検討。

### 2. 既存商品のパッケージ見直しの実行

今回支援で構築したデザインモチーフを基にした既存商品への展開は、小規模事業者持続化補助金の活用を検討し、民民契約にて実施できるように、地元商工会と相談しながら実行する。

＜既存製品のリニューアル案＞

菓子名1:「ふねひきの風」

・オレンジ、ピンク、ブラックを味に  
合わせて使用

菓子名2:「えごま大好き」

・4つの味ごとにブラウン、イエロー、  
グリーン、ピンクを使用



主力商品の一つ  
「ふねひきの風」

## 事業者からのコメント

当店は、これまで比較的順調な経営を続けてきましたが、震災および原発事故の影響を受け、お客様のご購入が少なくなりました。新たな打開策を模索している時に震災復興支援アドバイザー制度の紹介を受け、デザイン面でのアドバイスを受けることに決めました。

今回支援を受けて、「Brand Framework」に基づくデザイン開発等を教わることで自店のブランドイメージを明確にすることができ、そのイメージに沿ったパッケージデザインの見直しを行うことが出来ました。今後は新商品開発にもこのノウハウを活かし、「かりんとう饅頭」をはじめ、地元産品としての位置づけを確実なものにしたいと思っております。



安久津屋菓子店 鈴木 郁子氏

## 震災復興支援アドバイザーからのコメント

「Brand Framework」の手法に基づき、今回は具体的な商品ロゴ、既存商品等の開発に助言をさせていただいたが、大切なことは「独自価値」「体験価値」を掘り起し、そこから自社の強みである「ブランド価値」を一貫性を持ち伝えることである。

同社は大正12年から続く老舗ということもあり、伝統や独自技術という面では、独自の価値を申し分なく保有しており、それらの価値をいかにデザイン面で表現するかという観点で助言させていただいた。

今後の新商品開発についても今回の助言を是非とも活かし、より良いお菓子作りにつなげられることを願います。



震災復興支援アドバイザー  
デザイナー 岩野 了