

## 展示会の出店及びパッケージデザインの開発支援

住所	岩手県下閉伊郡山田町中央町7-6	資本金	1,000万円
代表者	木村 トシ	従業員数	16名
創業年	明治41年	売上高	-
業種	水産加工業		
TEL	0193-83-5510	URL	http://tokkuri.co.jp/

## 事業概要(被災前)

- ・木村商店の創業は明治41年(1908年)、約100年の歴史。当地に代々伝わる、あったかくて、懐かしいおふくろの味の伝承者として地域に親しまれてきた。
- ・代表的商品である「いか徳利」や「いかの塩辛」を中心に、その他寿司、炊き込みご飯の素等の製造を行っている。

## 被災概要

- ・工場及び地元直売所は全損。自宅は被害なし。
- ・従業員のうち1名が行方不明。従業員の多くが自宅を喪失。
- ・震災年の6月から自宅庭先に作業小屋(仮工場)を建て、真空パック機等を揃えて、限られた商品(いかの塩辛等)を製造。

被災した山田町の様子



復興第2期工場



庭先の作業小屋(復興第1期仮工場)



復興第3期工場

## 復興に向けた状況や課題

## 【展示会出展についての課題】

・(株)北日本銀行の紹介により、2015年7月2日開催の「『食の魅力』発見商談会2015」に初めて出展する。この出展に際し、留意すべきポイントについての助言を要請。なお当プロジェクト以外での商談経験は豊富。

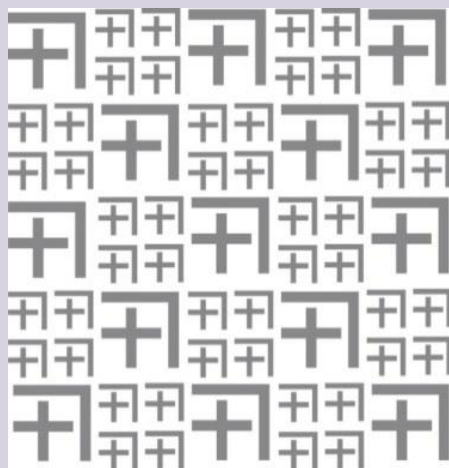
## 【パッケージリニューアルへ向けての課題】

- ・自然素材の出汁に加え、防腐剤なども使用しない「無添加」へのこだわりが表現しきれていない。
- ・製造元である「木村商店」の表現にバラツキがある。
- ・筆文字で商品名を描いてきたが書き手がバラバラで一貫性が無い。



## 支援テーマと内容

- ・「『食の魅力』発見商談会2015」に出店を行う際のバイヤーに目を向けていただくためのPRポイント等のアドバイス。
- ・パッケージデザインのリニューアルにあたってのデザイン構築に対する助言及び、助言をもとに作成された成果物に対する助言。



「カネジュウ」ブランドパターン(地紋)



イメージ統一したラベル

## 支援の成果

### 【商談会の出店支援】

・FCPシートは限られた時間内にバイヤーと効率的・効果的に商談を進めるためのシートであり、バイヤーが求めるニーズに関する情報を可能な限り具体的に丁寧に記載する必要性を助言。

### 【パッケージデザイン等開発支援】

#### 1. ブランド表記の統一

・創業時から使われている「カネジュウ」マークを大きく使用する事を助言し、それを活用した地紋を開発し、結果統一イメージとして活用を決定。

#### 2. 商品の特徴を端的にアピールする言葉の利用

・「無添加・天然出汁使用」  
・「三陸産をお袋の味で食卓に」等を提案。

#### 3. 商品名の筆文字の表現を統一

・統一感を出せる既存フォントを紹介し採用。

### 【販売成果】

・東京、仙台等の大都市の事業者から多数引き合いあり。  
・H28年5月に秋保温泉にて開催された「G7仙台財務大臣・中央銀行総裁会議」にて参加国の財務大臣、中央銀行総裁等に同社の「甘酢焼きイカ」、「帆立燻製」等がふるまわれた。

## 事業者からのコメント

いままで様々な商談会に出店してまいりましたが、今までは自社のPRポイントについて意識して参加した事はありませんでした。今回出店する際に震災復興支援アドバイザーのアドバイスを受ける事で自社のPRポイントが明確となって、実りある商談会になりました。

また、パッケージリニューアルの助言についても、普段接する事のないアドバイザーの専門的な意見を頂戴し、満足できるパッケージを作ることができました。



有限会社木村商店  
代表取締役 木村トシ氏

## 今後の事業展開

- ・「麦いかの塩辛」は本物志向の顧客を集客可能ために百貨店等への販売展開を行い、外食産業従事者への販売先として築地市場内の「珍味問屋」等へ販売展開を行っていく。
- ・駅の売店などで販売出来る「乾き物のコンパクトサイズく食べきりサイズ」シリーズを新たに開発。
- ・自社店舗(盛岡駅「てとて」)やJR秋葉原駅「のもの」に加え卸問屋へも積極的に提案する。
- ・帆立燻製、甘酢焼きイカ(ゲソ)、のしイカを新たに開発すると共に、「炙りさば」「味付きあたりめ」のパッケージデザインも刷新し、今後百貨店等の大型店での採用を模索していく。
- ・岩手県知事賞を受賞した同社の人気商品である「三陸浜寿司」に「炙りさば」をコラボレーションすることで、新たな商品価値を吹き込む。デパート等からの引き合いが増えており、この商品を武器に販路拡大を行っていく。
- ・開発したパッケージデザインについて、今回の震災だけでなく、チリ津波や山田の大火災でも廃業が続き、海産物加工業で昔からのマークを持続出来ている会社が少ない中、「カネジュウ」マークを誇りとしてアピールしていきたい。

## 震災復興支援アドバイザーからのコメント

同社は戦前から続く、地域の老舗企業です。特に今回は伝統を大事に維持していくという観点から、パッケージデザインの開発についてアドバイスさせていただきました。

特に「カネジュウ」マークを全面に出したパターン(地紋)についてのご提案は、満足していただける事と思われま

す。新商品開発について精力的に行われており、次々に新商品についての企画が行われる中で、今回助言した内容は、次の商品のパッケージデザインを開発する上でも参考になると思います。

引き続き支援に伺う事になると思われますが、頑張っていたいただければと思います。



震災復興支援アドバイザー  
デザイナー 岩野了