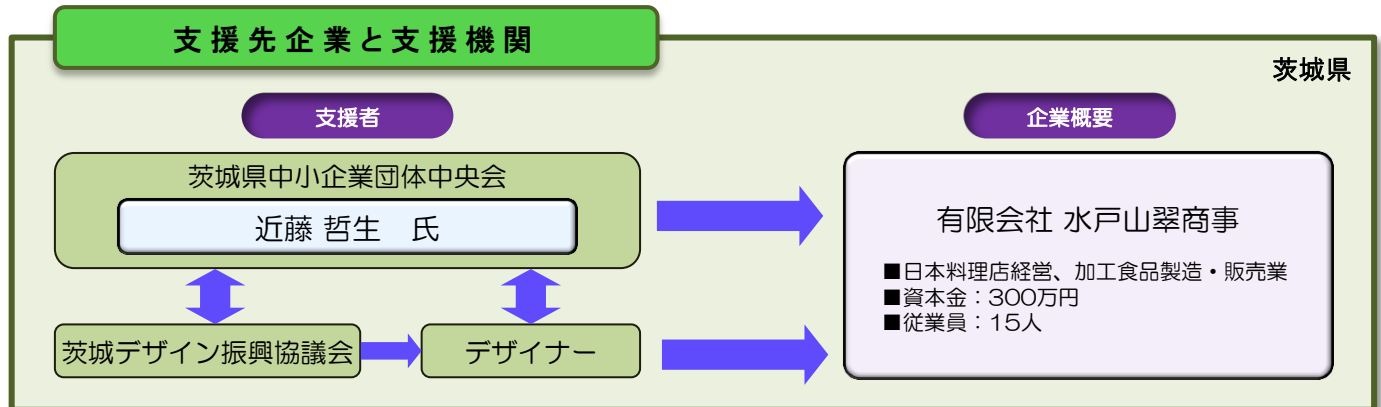


# デザイン活用による高付加価値化支援 ①

老舗料理店の加工食品製造・販売業への進出を  
デザイン協議会と連携したお土産プロデュース事業をバネに推進。



## 支援概要

### ◆企業概要と支援の経緯

支援企業は、昭和20年代から水戸の繁華街で老舗料理店「山翠」を経営している。同店は、あんこや奥久慈軍鶏（しゃも）、納豆など地元食材にこだわった郷土料理店として、地元客や観光客の支持を受け、特にあんこ鍋は有名である。

ところが、東日本大震災の影響で茨城県の観光業は大打撃を受け、海産物の風評被害も相まって同店の売上は半減、苦しい経営を強いられており、料理店以外の収益開拓の必要に迫られていた。

茨城県中央会の連携推進課課長・近藤指導員は、全国中央会の「中小企業の協働による国内外販路開拓等支援事業」を活用した「いばらき観光産業復興連携プロジェクト」内のお土産プロデュース事業での商品開発を提案した。高野社長の同意を得て、「山翠」ブランドによる加工食品の開発からブランディング、デザイン、販路開拓までの一貫した支援が開始された。

### ◆経営課題へのアプローチ・支援手法

茨城県中央会は、県の観光産業復興を図りたいと考えており、全国中央会事業を活用して観光産業の復興プロジェクトを企画していた。本企画は、複数社による地域資源を活用した茨城のお土産開発と茨城の優れた食材を使ったおもてなし料理の2つの開発事業と、PRや販路拡大のためのフェア開催事業の3つのプロジェクトにより構成されていた。同企画への参加を契機に新規事業に取組む目論見は見事に当たり、平成24年春に事業が採択されるや、「山翠」ブランドの『奥久慈軍鶏の釜飯の素』開発は順調に進んだ。

お土産開発は、ホテル業界や観光協会関係者等が参加する委員会形式で進められ、茨城デザイン振興協議会からは数名のデザイナーが参加した。お土産の企画・開発にあたっては、コンセプト、ブランドストーリー、パッケージデザインまで、経験豊富なデザイナー達が積極的な意見を出し合い、老舗料理店「山翠」の食材に対するこだわりに対応しいブランドストーリーができあがった。

こうしたブランドストーリーとそれを表現する高品質なデザインにより高付加価値のブランドを構築、1,500円の高級路線での販売が可能となった。

### ◆支援成果

平成24年8月から始まったレトルト食品開発は、4回のプロジェクト会議とモニター調査を経て、11月には『奥久慈軍鶏の釜飯の素』が完成した。後続で開発された『水戸の鮫鯨の釜飯の素』と併せた第1次生産の6,000個は、平成24年12月の発売開始から25年9月までには完売し、同社に900万円の新たな売上をもたらした。現在は、継続的な生産を行うべく、生産体制を構築中である。

しかし、最大の成果は、同社に食品開発のノウハウが蓄積され、料理店経営と加工食品製造販売の2本建て事業を展開する経営ビジョンが構築されたことである。高野社長は、以前は何から着手して良いかも分からなかったが、一連の支援を経て、売れる商品開発の取り組み方やブランド構築におけるデザイナーの重要性を学んだという。今では、更なるレトルト食品開発や地元野菜を使用したピクルスの製造・販売を矢継ぎ早に進めている。

## 支援プロセス

本事例はく茨城県中央会による企画立案→全国中央会への申請→採択後の委員会形式による事業化プロジェクト→高付加価値ブランドの商品開発→銀座での観光フェアによるPR→フォローアップ>というプロセスを踏んでいる。

“協働”をテーマとするプロジェクト事業であるため、茨城デザイン振興協議会を始め県の商工労働部や農林水産部、県内のホテル旅館組合や観光物産協会、JAなど、複数の支援者・協力者が関係している。近藤指導員は、中央会の連携力を活かし、これら関係者の協力を取り付けた。また、お土産開発でも、生産者の紹介など事業者同士のコーディネートを行い、6社を同時支援した。このように連携を作り、活かす>という支援スタイルは、中央会の特徴を活かした支援と言える。

フォローアップ・OJT

◆フォローアップ

今年度は、県の「いばらき地域資源活用プログラム」による新商品開発支援を行っている。デザイナーの活用やホテルシェフによる調理技術指導を受ける計画であるが、開発は委員会形式とし、近藤指導員もメンバーとなっている。

その他、ニーズ調査支援や更なる販路開拓支援も継続して行っており、県内の道の駅や高速のSA、県アンテナショップや観光物産協会等に商品を紹介して取り扱いを要請している。PR支援では「いばらきデザインセレクション2013」にエントリー支援し賞を受賞、販売促進の好材料となっている。また、同社の取組みの新規性や事業性を鑑み、経営革新計画策定も勧めるつもりである。

◆OJT

ペア支援をしている大島指導員は、組合等の団体支援に関してはベテランであるが、企業支援の経験は浅く、今回プロジェクトに参加して新たな経験を積んだ。特に、商品開発の進め方やデザインによるブランディングの重要性を学んだと言い、デザイナーの考え方を理解できたのは大きな収穫だと感じている。

近藤指導員は、大島指導員に「いばらき地域資源活用プログラム」の申請支援を任せた。大島指導員は一人で申請を支援、この10月には採択され、前述した新商品開発への道筋が整った。一連の支援経験により、大島指導員は、企業が新しいものに取組むチャンスを創る重要性を実感している。



「山翠」ブランドによる加工食品開発に意欲を見せる高野社長



「いばらき至福のお持ちかえり手みやげ」プロジェクトで生まれた『奥久慈軍鶏の釜飯の素』(左)と、後続して開発された『水戸の鮫鱈の釜飯の素』



近藤指導員(左)と大島指導員

注目ポイント

- ① デザイン振興協議会のデザイナー達が協力して商品開発にゼロから携わった点。意見の交換によりストーリー性のある上質なブランドが構築され、高付加価値商品が開発できた。
- ② 支援機関が中心となったプロデュース事業を興すことにより、複数企業に対する同時支援を可能にした支援スキーム。本事例では、中央会の持つ県内ネットワークを活かした“連携を組む力”が、プロデュース事業を実現したポイントとなっている。
- ③ プロジェクト参画により商品開発を経験させる枠組み。計画や期限、体制が定められているため、支援企業も集中して商品開発に取り組むことができ、経験やノウハウを蓄積できる。

支援機関としての取組み(体制等)

茨城県中央会のプロデュースにより、ホテル旅館組合と観光物産協会が共同申請者となってプロジェクト委員会を組成。委員会には、県の関連部署やJA関係者等の協力者が参加した。プロジェクトは、手みやげ開発とおもてなし料理開発の下部委員会に分かれ、12月12日に銀座で開催するいばらき観光フェアでのお披露目を目標に開発を進めた。手みやげ開発委員会には、茨城デザイン振興協議会が参画し、会員デザイナーが商品開発～デザインまで支援した。

