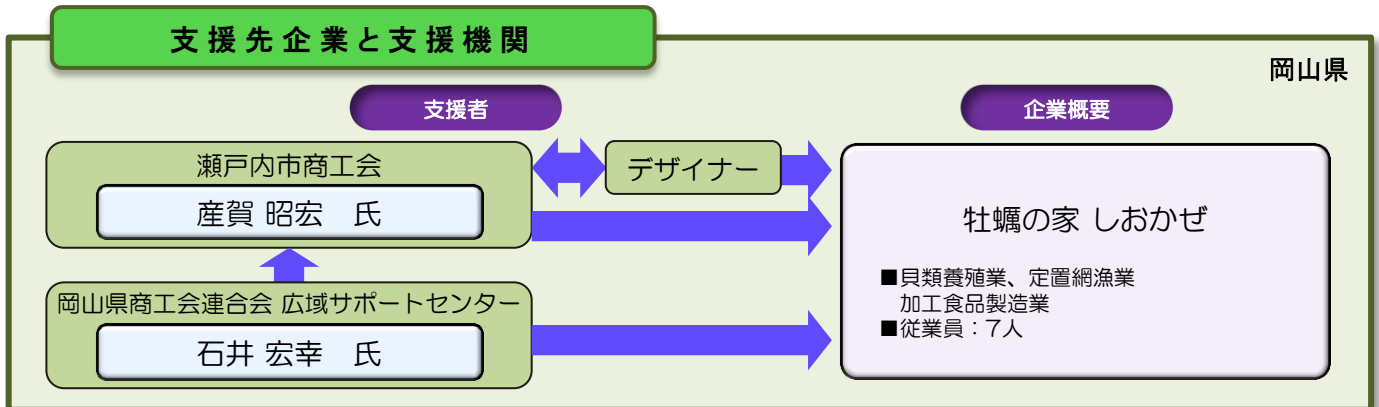


デザイン活用による高付加価値化支援 ②

牡蠣養殖業者の加工食品事業への取組みを、ブランド構築と商品開発の2軸で商工会と県連がペア支援。高付加価値化を実現。



支援概要

◆企業概要と支援の経緯

支援企業は、瀬戸内市で牡蠣養殖業と定置網漁業を家族で営んでいるが、漁協による牡蠣の取扱量と金額が低下傾向にあり、新たな収益源を模索していた。平成22年に「しおかぜ加工所」を新設し、獲れた魚等を加工したお惣菜を産直市等で販売していたが、お惣菜は賞味期限が短く廃棄ロスを抱えやすい上、収益は少なかった。そこで、賞味期限が長く年間販売できる水産加工食品の開発支援を求め、瀬戸内市商工会に相談した。対応した産賀（うぶか）指導員は、「岡山・食と農ビジネス塾」の受講を勧め、食品開発の基礎を学んでもらった。並行してシェフの専門家派遣を行い、『牡蠣の燻製オリーブオイル漬け』のレシピができたが、商品化が進んでいない状態であった。

◆経営課題へのアプローチ・支援手法

産賀指導員は、支援の第2フェーズとして商品化を押し進めることにした。支援は、デザインを活用したブランド構築と事業化の2軸で行うことにし、ブランド構築はネットワーク強化事業を活用したデザイナー派遣を進め、商品開発と事業化は6次産業化事業を活用することにした。

利益が確保できる価格設定が可能になるには、商品自体の質はもちろんだが、ユーザーにアピールするブランドが重要である。ブランドとは作り手のこだわりやストーリーを表現する総合的なイメージである。デザイナーと支援企業、産賀指導員は協力してブランドを構築した。その結果、「7代続く漁師の家が育み、水揚げした海鮮物と地元食材を使った本物の美味しさをお届けする」というブランドコンセプトが固まり、デザイナーがロゴを制作し、産賀指導員は商標登録を支援した。

6次産業化計画策定は岡山県連の広域サポートセンターに支援を依頼し、石井センター長とペアで支援を行った。平成24年5月に6次産業化計画が認定され、その枠を活用してフードコーディネーターが派遣され、『牡蠣の燻製オリーブオイル漬け』が完成し、24年夏から販売を開始した。

◆支援成果

成果は3つの側面に表れている。

まずは、加工食品事業による売上増と収入の安定化である。『牡蠣の燻製オリーブオイル漬け』に続き、同一のコンセプトで開発され、同じデザイナーの手によりディレクションされた海の幸燻製『海燻』シリーズなど、商品群も充実し、平成25年度は加工食品だけで500万円の売上見込みで、牡蠣養殖や漁の閑散期の売上確保に貢献している。同時に雇用も創出し、従業員1名が増え、現在も1名を募集中である。

2つ目は、高級販路の確保である。ブランド価値を認めた天満屋や高島屋岡山店などデパートから好評を博し、売場を確保・維持できている。

3つ目は、従来事業の牡蠣販売への好影響である。加工食品の評判が上がるにつれ売上も増加し、早くも平成24年度は加工食品以外の売上高が10%近く増加するなどシナジー効果を生んでいる。

支援プロセス

支援は、塾での学習から始まり、レシピ作成支援→ブランド開発支援と商品開発支援→販路開拓支援と、段階を追って行われている。『牡蠣の燻製オリーブオイル漬け』が完成した24年夏からは、「備前おかやま売れるモノづくり応援事業」へのエントリー支援や商談会への出展支援など販路開拓支援を行い、前述したデパートとの取引が開始され、現在の成果に繋がっている。

6次産業化計画策定の際には、製造原価や経費計算により売価を決める考えを学んでもらうなど、常に支援企業の成長に繋がる支援を行っている。



『牡蠣の燻製オリーブオイル漬け』など『海燻』シリーズや牡蠣の味噌煮などの多彩な商品群。デパートのバイヤーから、新商品開発の要望が次々寄せられるほどのブランドに育った。

フォローアップ・OJT

◆フォローアップ

現在は、「通年取扱いのためには品数が必要」というバイヤーの意見を取り入れ、商品ラインアップ増加のための商品開発支援を行っており、既に、牡蠣と野菜のピクルス、牡蠣アヒーショ、牡蠣味噌などが開発済みである。年末商戦に向け、これら新商品と既存商品をミックスしたギフトボックスの開発を進めている。新商品のパッケージ等のデザインは、イメージの統一を図りブランド世界を維持するため、同じデザイナーに継続して支援を依頼している。

販路開拓支援としては、大阪商工会議所主催「第17回買まっせ！売れ筋商品発掘市」出展に際してPRパンフ作成等の支援を行った。その結果、京阪神や中部の業者からの引合いが来ている。

PR支援は、大都市圏への販路開拓の足掛かりとなるべく、全国区での知名度向上を目標としており、「第1回地場もん国民大賞」や、観光庁主催「世界にも通用する究極のお土産」など全国的なコンクールへのエントリー支援を行った。「地場もん国民大賞」では、『牡蠣の燻製オリーブオイル漬け』が審査員特別賞を受賞し、逸品紹介サイト「47club」でのネット販売を開始した。「世界にも通用する究極のお土産」コンクールでは1次審査を通過するなど、成果も出ている。

◆OJT

石井センター長は、産賀指導員に、当社への6次産業化支援を通して新商品開発のプロセスを体験してもらうことで、他の事業者の支援に横展開してもらいたいと考えていた。

その思い通り、産賀指導員は専門家による食品開発指導の同行等を通して食品開発の知識を学んだと感じている。また、新商品開発の度にデザイナーと支援企業のブランド会議に同席し、作り手とデザイナーの橋渡し役を務めた。作り手の思いがデザイナーに伝わるよう調整することは、支援者の重要な役割であると実感したという。



(左から)7代目・野崎寿氏、岡山県連・石井センター長、6代目・野崎末廣氏、6代目の奥様・野崎厚子さん、産賀指導員。厚子さんが、『海薫』シリーズなど加工事業の中心である。

注目ポイント

- ① デザインを活用した高付加価値ブランドの確立。コンセプトが一貫した商品開発が進み、食品加工事業が軌道に乗った。コンセプトに合わせた商品開発やデザイン開発を継続することで、流通チャンネル戦略、価格戦略など4P戦略がうまく噛み合った好例と言える。
- ② 「デザイン費」の計上と、それによるデザイナーとの信頼関係の構築。6次産業化事業計画書の製品原価計算に、ラベル印刷費など他の経費同様に「デザイン費」を計上するよう指導した。適切な販売価格や卸価格が設定できた上、明確なデザイン料の提示が可能になり、企業とデザイナーとの信頼関係が築けた。
- ③ 企業の成長を促す指導員と支援企業の信頼関係。両者が厚い信頼で結ばれており、支援企業は指導員のアドバイスに積極的に取り組むことで、生産者から事業者へと成長している。

支援機関としての取組み（体制等）

岡山県では、商工会連合会は広域サポートセンターとして域内の商工会をサポートしている。また、岡山県連は、岡山県6次産業化サポートセンターでもあり、県内の6次産業化に関する支援は全てセンターに集約する仕組みとなっている。

岡山県連の広域サポートセンターは専門的な経営支援を担うが、現場支援は商工会指導員が担当するという役割分担によるペア支援をしながら、商工会指導員の育成を図るスキームとなっている。

今回の支援では、6次化に関する支援は石井センター長主導で行われたが、調査や商品・ブランド開発、商談会の準備や賞へのエントリーなどは、産賀指導員が実際に動き、支援方法を体得した。

