

# 飴本舗の復旧とパッケージデザイン開発の支援

住所	宮城県柴田郡大河原町大谷字西原前92-1	資本金	300万円
代表者	佐藤 敏徳	従業員数	7名
創業年	昭和35年	売上高	-
業種	食品製造業		
TEL	0224-53-1136	URL	http://www.zao-ame.com/

## 事業概要(被災前)

### 旧工場

- ・昭和35年に現会長が創業。
- ・伝統の技と手作りにこだわり、素材としての地場産品にこだわる製造。
- ・伝統的な飴づくりのほか、地元産品を素材にした新飴の開発も活発。
- ・スーパーなど量販店での販売が6~7割。残りは高速SA、道の駅、温泉旅館など。



煮詰め工程：香ばしさを引き出す地釜を使用

## 被災概要

- ・震災の影響で地盤の傾斜や液状化により、施設の床や内外壁に亀裂などの損害が発生。(全壊判定)
- ・一部の生産設備も損害を受け、営業活動を余儀なく停止。(応急修理を行うなどで早期に営業を再開)
- ・被害額は数千万円。



伝統の飴を砂糖を使わず米飴だけで製造



復旧した本設工場



冷却・成型工程

## 復興に向けた状況や課題

- ・震災後、復興支援により全国からの注文等多く、売上が震災前の水準を超える時期もあり。時間の経過とともに復興支援が減少し売上高は低下。

課題は次のとおり

- ・施設・設備の復旧。
- ・復旧後は新工場の生産性向上と高付加価値製品の開発が課題。

素材としての地元産品にこだわる



大河原産青うめを使用



塩釜沖の藻塩を使用

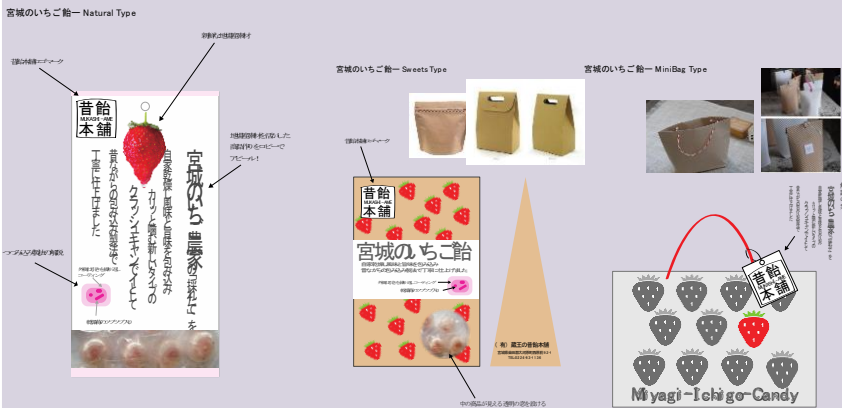
## 支援テーマと内容

1. 施設・設備の復旧のため、宮城県の中小企業施設設備復旧型支援費補助金(補助率1/2)の申請への支援及び事業計画書の策定支援。
2. 高付加価値商品の開発と販売に向けた支援。
  - ・宮城県の「ブランド再生支援事業」申請への支援。(宮城県外への幅広い周知広報、試作品開発、テストモニター販売による評価データの集約を目的としている)
  - ・宮城県の「ブランド再生支援事業」申請対象商品のパッケージデザインの開発支援。(伝統の製法・味、地場産品、良質素材へのこだわりをパッケージデザインをもって伝えることで、新たな販路、顧客開拓及び価格価値の起爆剤とする)

※「ブランド再生支援事業」：宮城県内産のカキ、ギンザケ、ホタテ、ノリ、ワカメ、イチゴ、ホヤの重点品目を活用した商品づくりを行う事業者に、マーケティング活動、販路開拓活動などの費用の一部を補助。

パッケージの素案

完成したパッケージ



パッケージデザインの開発支援

地元菓子店等での販売

支援の成果

今後の事業展開

- ・宮城県の中企業施設設備復旧補助金採択。新工場が完成し稼働開始。
- ・地元の亘理・山元産の苺を素材とした新餠が、宮城県のブランド再生支援事業に採択。
- ・亘理・山元産いちごを素材とした新餠(宮城のいちご餠)のパッケージデザインを支援し、パッケージを完成させた。(STORY開発の提案)
  - ①素材にこだわる女性においしい安心を届ける。
  - ②ナチュラル指向の女性においしい安心を届ける。
  - ③スイーツ好きの素敵な女性に届ける。
  - ④美味しいを楽しむ女子会へ話題を届ける。
- ・復興庁主催の販路開拓イベント(新しい東北)にてデビューを果たした。
- ・地元情報誌「河北ウィークリー」に「宮城のいちご餠」が掲載され、問合せが殺到した。
- ・観光客をターゲットにお土産品として温泉旅館、大手デパート、仙台空港、仙台駅、菓子販売店等にて販売を開始しており、既に累計約21,000ピースを販売している。また、ハノイ、ロシアでの販売に向け商談中である。

- 先代の経営時はスーパー、量販店に安く・大量に売る時代だったが、量販店向き商品だけでは経営が立ちいかなかった。
- これからは価格勝負する時代ではないため、少量でも高く売れる新商品が必要不可欠である。そのためには量販店向け商品と切り分けてブランド作りをしていく必要がある。
- 季節を感じられる地の野菜、果物を使用した「みちのくシリーズ」をテーマに、シリーズ第1弾として宮城県産フリーズドライ苺をふんだんに使用し、プレミアム感を演出した商品開発から取り組むこととした。
- ・今後も観光客、特に苺好きの女性をターゲットに首都圏のデパート等への販売拡大を目指す。
- ・東京オリンピック開催によるインバウンドを商機として、宮城県産苺を皮切りに山形県産さくらんぼ、青森県産りんご、福島県産もも等、商品バリエーションを広げ、みちのくシリーズとして商品力を高めていきたい。

事業者からのコメント

震災復興支援アドバイザーからのコメント

先代のモットーは「味が良ければ商品は売れる！」でした。しかし、岩野アドバイザーの支援の中で既存の商品都を見つめ直したときに、デザインに統一感が無いことに気づきました。今回の支援を通してパッケージデザインの開発には商品自体のストーリーやコンセプトの設定が非常に重要であることが分かりました。新たに開発した新商品「宮城のいちご餠」を皮切りに商品全体の付加価値を底上げし、売上アップ、販路拡大を目指して行きたいと思っております。



取締役社長 佐藤敏徳氏

・スーパーへの既存ルートでない販路開拓にはやはり商品そのものに「仕入れたくなる訳」「買いたくなる訳」が必要であることをアドバイスしました。

・その為のストーリー作りとして地元産の苺をたっぷり含んだ「果物を食べる新しいクラッシュタイプのキャンディ」にフォーカスすることにしました。

・このコンセプトは今後、みちのくシリーズとして展開する各県名産の果物・野菜を使用しての展開にも有効であると思います。

・パッケージデザインも将来の展開を想定して変えない部分と変える部分を明確しておくことでシリーズ感の演出に加え、セットにする事で店頭への導入促進やギフト展開の可能性も視野に入れた指導を実施しました。



震災復興支援アドバイザーデザイナー 岩野了