

地方銀行との連携で、美容系機能性成分配合「飲むヨーグルト」をPR

有限会社斗南丘牧場ミルク工房ボン・サーブ（青森県）

～「飲むヨーグルト」が主力、下北半島の近隣牧場直送の新鮮な牛乳を使用～

1. 相談のきっかけ

- ・当社は、青森県や弘前大学が地域内外での事業化を進める、美容系機能性素材「プロテオグリカン(PG)」を配合した「飲むヨーグルト」の新商品を開発した。
- ・アンケートデータの採取やPR活動、販路拡大をどのように行えばよいかとの相談。

2. 課題整理・分析

- ・新商品の効果効能に関するデータ採取や、PR活動にかけられる費用が少額しかねない状況。
- ・青森県内でも下北半島地域においては特にPGの知名度が低い。

3. 解決策の提案

- ・地域の金融機関(青森銀行)との連携で、アンケートデータ採取、PR活動を行うことを提案。
- ①青森銀行の下北半島地域の支店の女性行員50名に試飲モニタリングを依頼。
- ②青森銀行の地域貢献活動テーマとして、この取り組み内容をプレスリリース。
- ③効果を実感した行員を起点とした地域の口コミ拡大にも期待。



4. 成果

- ・試飲モニタリング開始のセレモニーの様子は、青森銀行の地域貢献活動のひとつとして、地域の新聞、TVに取り上げられ、当社には商品に関する問合せ、注文も寄せられた。
- ・50名のアンケート結果が得られた。新商品の今後の事業拡大の判断のために十分と思われる一定の割合でPGの効果・効能が認められ、当社社長の自信となったと思われる。
- ・女性行員を起点とした口コミの拡大に期待するとともに、今後は全県範囲でも青森銀行と連携した本商品やPGのPR活動を行いたい。

