

コラボ商品を開発！絶妙なタイミングでマスコミ活用にも成功

有限会社マインドバンク（長崎県）

平成14年創業の加工米製造販売会社。お米に食物繊維やコラーゲン成分、各種野菜等をコーティングする特許技術を保有している。

1. 相談のきっかけ

- ・食用炭を米の表面にコーティングした「石炭米」という特許取得済みの商品を保有しているが、売上が伸び悩んでいる。
- ・石炭米は、アイデア商品として市場性もあると期待しているところで、新しい販路を見つけたいと、当拠点の出張相談会に参加した。

2. 課題整理・分析

- ・常用色である「米」に様々な粉末をコーティングした事業者の商品は、「イベント利用」は多いものの、日常的な利用頻度は少なく、商品単体で小売店等に販促を行うことは効率的ではない、という弱点がある。
- ・そこで、特別感が演出できる「コーティング米」を単体で販売するよりも、継続的な情報発信ができる商品とコラボレーションして認知度を上げて販売に結び付けることが有効と判断した。

3. 解決策の提案

- ・長崎県大村市で商店街活性化を目的として活動する「大村カレーマップの会」(15社のグループ)とビジネスマッチングを行い、炭坑をイメージする真っ黒いお米で「軍艦島石炭米カレー」を開発して売り出すことを提案。
- ・明治日本の産業革命遺産として世界遺産登録され消費者の注目が集まるタイミングを待ちながら、プレスリリース資料の作成等をサポートし、また、SCOのネットワークを通じ、記者クラブやテレビ局にもアプローチすることを提案した。

4. 成果

・事業者のアイデア商品である「石炭米」を、商店街の活性化を目的に活動する事業者のグループに紹介、『軍艦島石炭米カレー』としてコラボ商品化を開発することができた。

・世界遺産登録のタイミングに合わせたプレスリリースを行ったことで、地元テレビ局4社、新聞社2社の取材を受けることとなり、一過性ではない継続的な情報発信もできた。

・新たな企画商品の導入と話題性のある情報発信により、やや停滞気味となっていた商店街グループの前向きな挑戦を強く後押しする結果となった。



<開発した『軍艦島石炭米カレー』>



<メディア対応の様子>