

平成 27 年度被災地域企業新事業ハンズオン支援事業成果について

復興庁では民間企業出身の職員の知見を活用し、「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」（以下「ハンズオン支援」として、新商品開発、販路拡大、新事業の立ち上げ等にチャレンジする被災地域企業に対して、寄り添いながら経営課題を解決していく支援を行っています。

同事業では新商品の開発や販路拡大に向けて、大学や産業支援機関など専門家の協力も得て、事業化検討を行い、被災地域における新産業の創出に繋がる事業（新商品の開発、販路拡大等）に対して、平成 27 年度に支援した 15 事業の支援結果がまとまりましたので、お知らせします。

支援結果のうち代表的な 3 件の成果の概要は、以下の通りです。

【代表的な支援案件の成果(概要)】

	事業名・事業主体	支援概要	
1	三陸産原材料を活かした 新商品開発・販路開拓事業 【森下水産(株)】	新規に一般消費者向け事業（B to C 事業）の立ち上げを計画していた事業者に対し、B to C マーケティング手法を導入した商品開発、販路開拓からプロモーションまでの営業支援を行うとともに、消費者調査に基づき新商品の課題を抽出し、次年度以降に向けた改良提案を実施した。	
2	半油調商品の販路開拓及び 新商品開発事業 【マルブン食品(株)】	水産加工品である「揚げかまぼこ」製造を生業とする事業者に対し、“揚げたて”の美味しさが味わえる半油調商品の販路拡大を目指し、国内外への販路拡大に向けた販促ツールの製作やバイヤーに対する営業支援を行うとともに、将来的な海外展開に必要な基礎調査を実施した。	
3	いわき産杉の間伐材を利用した 新商品開発事業 【(株)磐城高箸】	間伐材を利用した純いわき産杉割り箸の製造・販売を行っていた事業者に対し、新規事業として、割り箸の製造過程で発生する木片チップを活用した「枕」の製品化と販路確立に向けた支援を実施した。	

全15事業の成果概要は、次の通りです。

平成27年度 ハンズオン支援の成果(概要)

	事業名・事業主体	支援概要
1	健康機能性アカモク産業化事業 【岩手アカモク生産協同組合】	海藻アカモクの新規工場の設立を検討している事業者に対し、事業の採算性の評価や事業計画・財務計画の策定、必要資金の調達先の確保を支援するとともに、2016年度以降の新規工場の着工、操業開始に向けた課題整理を支援した。
2	伝統的工芸品「岩谷堂筆筒」の製造技術を活用した「岩谷堂くらしな」製品の生産・販売体制検討事業 【岩谷堂筆筒生産協同組合】	伝統的工芸品の製造技術・技法を生活日用品に活かした新ブランドを柱にすべく模索していた事業者に対し、新ブランド事業の位置づけの明確化やマーケティング手法の見直し、生産体制の見直しを支援し、2016年度以降の新ブランド事業の課題を整理した。
3	三陸産原材料を活かした新商品開発・販路開拓事業 【森下水産(株)】	新規に一般消費者向け事業(BtoC事業)を計画していた事業者に対し、BtoCマーケティング手法を導入した商品開発、販路開拓からプロモーションまでの営業支援を行うとともに、消費者調査により新商品の課題を抽出し、次年度以降に向け改良提案した。
4	販路回復・拡大のための衛生管理マネジメント構築事業 【サンコー食品(株)】	食の安心・安全・高品質への顧客ニーズの高まりを受け、業務用の水産原材料加工を担う自社独自の衛生・品質管理への取り組みを見直し、専門家の知見を活用した衛生・品質管理改善マネジメントシステムの構築を実施した。
5	東北大学大学院歯学研究科発シースを活用した歯周病治療器の製造・販売事業 【(仮称) (株)Feat.】	東北大学大学院が開発した治療法を活用した歯周病治療機器を製造・販売する新会社の設立を検討している事業者に対し、消費者ニーズの有無や市場規模の調査等を支援し、資金調達に向けた事業計画の精査や新会社設立に向けた課題整理等を実施した。
6	半油調商品の販路開拓及び新商品開発事業 【マルブン食品(株)】	水産加工品である「揚げかまぼこ」を製造する事業者に対し、“揚げたて”の美味しさが味わえる半油調商品の販路拡大を目指し、国内外への販路拡大に向けた販促ツールの製作やバイヤーに対する営業支援を行うとともに、海外展開に必要な基礎調査を実施した。
7	地域雇用・高齢者の生きがいの創出を目的とした一時預かり施設整備事業 【アールズ(株)】	地域雇用・高齢者の生きがい創出を目的とした一時預かり施設の整備を計画していた事業者に対し、市場の将来性や参入の容易性整理や事業計画の作成、競合差別化を目的とした付加価値サービスの収集・整理等を行い、来年度以降の事業展開を準備した。
8	石巻ササニシキのブランディング及びオーガニックカフェ等展開事業 【(株)田伝むし】	生産量が激減しているササニシキのブランディング(認知度回復)・生産拡大を目指している事業者に対し、新商品開発を提案した上で、商品コンセプトの構築、レシピの決定、販促プロモーション等を行い、石巻の水産品とコラボした新商品開発を支援した。
9	雪用塗料生産工場の新設に伴う生産・販売体制構築事業 【KFアテイン(株)】	ワックス製造・販売を行っていた事業者に対し、売上拡大に向けた効率的な営業活動を行うためのマーケティング戦略の明確化や戦略を立案するための合理的な実証試験、実証試験結果を踏まえた営業ツールの作成支援を実施した。
10	フレキシブルシルク及び関連商品の製造・販売事業 【エーアイ・シルク(株)】	「フレキシブルシルク電極」の製造・販売等を行う事業者に対し、パートナー企業を探ることを目的として認知度の向上を図るとともに、事業資金の調達支援を行い、ビジネスモデルの策定を支援した。
11	有田焼400年の伝統技術を応用した高輝度蓄光建材「ルナウェア」販路開拓事業 【コドモエナジー(株)】	高輝度蓄光建材を使用した蓄光セラミック避難誘導標識の製造・販売を行う事業者に対し、販路拡大を目的として被災3県(特に福島県)の自治体・行政機関への提案に向け、課題やニーズの明確化、製品改善・ラインナップ拡充、営業活動の支援を実施した。
12	いわき産杉の間伐材を利用した新商品開発事業 【(株)磐城高箸】	間伐材を利用した純いわき産杉割り箸の製造・販売を行っていた事業者に対し、新規事業として、割り箸の製造過程で発生する木片チップを活用した「枕」の製品化と販路確立に向けた支援を実施した。
13	次世代農業技術を活用した“いわき”複合型農業福祉構想の立ち上げ事業 【(株)イノベーション農業福祉研究所】	先進的な工場におけるトマトの生産・販売をメインに、エネルギーセンター、老人福祉が複合的に連携する事業構想の立ち上げを図る事業者に対し、構想から具体的な課題への落とし込みを行った上で、事業の収益性の検証を実施した。
14	相双地域における石油代替エネルギー供給ビジネスの立ち上げ事業 【相馬ガス(株)】	再生可能エネルギーの利用促進を図る南相馬市において、太陽光発電を利用した電力供給事業への参入や水素社会の構築実現を検討している事業者に対し、事業内容の具体化、課題の洗い出し、関係者との構築について支援を実施した。
15	福島県の未利用モモを利用したアルコール発酵(モモのエタノール)による新商品開発事業 【(株)ファームステーション】	発酵、蒸留技術を活用し米からエタノールを抽出する事業を行っていた事業者に対し、福島県桑折町の未利用桃(廃棄せざる得ない桃や間引き対象の桃)からエタノールを抽出した新商品開発に向け、成分分析や競合商品調査・助言、販路開拓支援等を実施した。

平成 27 年度被災地域企業新事業ハンズオン支援事業の成果（詳細）

事業名：健康機能性アカモク産業化事業（岩手県山田町）

事業主体：岩手アカモク生産協同組合

【支援概要】

海藻アカモクの急速な需要増加を受けて、新規工場の設立を検討している事業者に対し、事業の採算性を評価することで新規設備に対する投資是非を明確化した。また、事業計画・財務計画の策定や金融機関との交渉を通じて、必要資金の調達先の確保を支援するとともに、2016年度以降の新規工場の着工、操業開始に向けて課題を整理した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

岩手アカモク協同組合は、岩手県山田町で海藻のアカモクの加工・販売を営む協同組合。震災により山田湾の天然アカモク資源が壊滅的被害を受け一時休業したものの、その後生産量が回復傾向にあり、加えて健康機能性に対する消費者の認知度が向上したことにより、売上げが増加している。



2) 直面していた課題

- ①設備投資の是非を判断する手法に精通しておらず、合理的な意志決定が困難であった。
- ②累積赤字による債務超過があり金融機関からの資金調達が困難であったため、資金調達スキームの検討及び交渉面で支援が必要であった。

2. 支援内容

新規工場の設立に対する投資是非を検証するために、原材料の調達、加工、販売に関する現状分析を行った。次に投資対効果を定量的に評価し、事業の採算性を明確化した上で、新規設備投資に必要な資金の調達に向けて、事業・財務計画の策定や金融機関との交渉等、各種支援を行った。

1) 現状分析

- ①原材料調達の持続可能性の検証及び既存販売先の購入意向調査

②バリューチェーン(種苗生産・養殖)の調査・分析

③競合事業者・商品との比較

2) 新規設備投資に対する投資是非の評価・検証

3) 資金調達に向けた各種支援

①必要資金の明確化と資金調達スキームの策定

②予測財務諸表等の事業計画策定

③資金調達に向けた交渉(山田町、金融機関)等の実行支援

3. 得られた成果

1) 新規設備投資に対する採算性及び投資是非の明確化

2) 新規工場設立に必要な資金(補助金、出資金、借入金)の調達先を確保

4. 次年度以降に向けた課題

1) アカモクの知名度向上に向けた取り組み

2) 需要拡大を視野に入れた養殖技術の確立(資源の質的・量的確保)

3) 競合他社との差別化を実現する高付加価値商品の開発

以上

事業名：伝統的工芸品「岩谷堂筆筒」の製造技術を活用した「岩谷堂くらしな」製品の生産・販売体制検討事業（岩手県奥州市）

事業主体：岩谷堂筆筒生産協同組合

【支援概要】

起源は康和年間（1100年代）にも遡るとも伝えられる伝統的工芸品「岩谷堂筆筒」の売上減少を見据え、その製造技術・技法を鍋敷や時計などの生活日用品に活かした新ブランド「岩谷堂くらしな」を筆筒と並ぶ事業の柱にすべく模索していた事業者に対し、「岩谷堂くらしな」事業の位置づけの明確化・マーケティング手法の見直し・生産体制の見直しを支援することにより、2016年度以降の「岩谷堂くらしな」事業の独立生産・販売体制構築に向けて課題を整理した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

岩谷堂筆筒生産協同組合は、伝統的工芸品指定の「岩谷堂筆筒」生産企業5社からなる筆筒の生産・販売を営む協同組合。

市場ニーズや住宅事情の変化、もとより高額な価格により売上は減少している。その筆筒事業のPRも兼ねて、筆筒製造の伝統的技法を花瓶や時計等の生活日用品に用いた新ブランド「岩谷堂くらしな」を立ち上げ、筆筒と並ぶ事業の柱にすべく生産・販売をおこなっている。



2) 直面していた課題

- ①「岩谷堂くらしな」事業の位置づけが曖昧であり、職人達も筆筒生産こそが本業、という強いプライドと意識があり、筆筒生産の合間の余剰時間に片手間で生産・販売を行っていた。当然生産数量は限られ、纏まった注文が入っても筆筒優先、その結果、貴重な販売機会を逃す事も多々あった。
- ②事業立ち上げ時は筆筒のPR商品という側面が強く、市場ニーズ調査やマーケティングに基づいた商品開発・価格設定を行っていない中で約80品目を取扱っていた。販路拡大についても積極的な活動は行っておらず、またその手段も用えていなかった為、既存顧客からの受注生産を主としていた。

2. 支援内容

事業の位置づけを明確化し、「岩谷堂くらしな」で利益を出して事業の柱にしていくという、組合内の共通認識を持つ事を第一の目的に、既存商品の現状分析や、特に次代を担う若い職人に対するマーケティングに基づいた商品開発の重要性の意識づけ、そして将来の事業体制の構築のための基礎づくりを目的として以下のとおり各種支援・課題整理を行った。

1) 現状分析

- ① 既存商品の棚卸(商品別売上状況、原価精査・分析)
- ② 生産現場、既存販路先へのヒアリング(商品開発の現状把握、販路先から見た顧客層・売上傾向の把握、組合への要望)
- ③ 他県伝統工芸品との価格比較検討

2) 市場ニーズの再確認とマーケティング手法の見直し

- ① 現状分析から導いた仮説検証のためのテスト販売(岩手県アンテナショップ)
- ② インバウンド向け販路の可能性の検証(秋葉原免税店でのテスト販売)
- ③ 将来における価格設定の見直し検討
- ④ 若手職人へのマーケティングの重要性の意識づけのためのグループインタビュー開催

3) 今後の事業体制の構築に関する提案

- ① 市場ニーズを把握し、効率的に生産できる「市場ニーズ対応型」体制の基礎構築
- ② 市場ニーズに加え、作り手の思いが伝わる価値を創造・発信していく「市場ニーズ創出型」生産体制のスキーム構築・提案

3. 得られた成果

- 1) 「岩谷堂くらしな」事業の位置づけの明確化(温度差のあった組合内での共通認識形成)
- 2) マーケティングの重要性の意識づけ(特に次代を担う若手職人の意識変化のきっかけ)
- 3) 既存商品価格の原価割れの表面化
- 4) 将来的に「市場ニーズ創出型」での生産体制を構築することについて合意

4. 次年度以降に向けた課題

- 1) 次年度「市場ニーズ対応型」での生産体制構築、価格の見直し
- 2) 商工会等補助金を活用しての外部専門家による「市場ニーズ創出型」生産体制構築(新会社設立も視野)に向けた支援
- 3) 専門家プール事業等を活用しての外部専門家による商品開発等の改善テーマの支援

以上

事業名：三陸産原材料を活かした新商品開発・販路開拓事業（岩手県大船渡市）

事業主体：森下水産株式会社

【支援概要】

新規に一般商品者向け事業（BtoC事業）の立ち上げを計画していた事業者に対し、BtoCマーケティング手法を導入して商品開発、販路開拓からプロモーションまでの営業支援を行った。さらに、消費者調査に基づき新商品の課題を抽出し、次年度以降に向けた改良提案を実施した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

森下水産株式会社は、岩手県大船渡市の業務用水産加工業者（BtoB専門業者）。震災により本社工場、第二工場、営業冷蔵庫が全壊。平成23年10月に完全復旧し、平成27年2月には新たに第三食品工場が竣工したものの、売上が伸び悩んでおり、売上拡大に向けてBtoC事業の立ち上げを検討していた。



2) 直面していた課題

- ①「大船渡産の原材料を活かした商品開発をしたい」というアイデアはあったが、BtoC事業に関するマーケティング知識が不足しており、自社単独での立ち上げが困難であった。
- ②自社内での商品開発の実績がなく、商品開発の手法に関する知見が不足していた。

2. 支援内容

商品開発にあたり、市場分析からプロモーション、消費者調査に基づく改良提案までのBtoC事業に関する一連のサポートを行った。特に、支援終了後も事業者が継続的にBtoC事業に取り組めるよう、事業者ノウハウやネットワークが残ることを意識して支援を行った。

1) 市場分析に基づく「商品コンセプトの確定」

- ①市場分析（魚介類の消費動向、競合調査等）
- ②森下水産の経営資源、BtoC事業への想いの整理

魚介類の消費動向、大手企業との差別化、森下水産の経営資源等に基づき、子供向けに「安全な食材を使った、手軽に食べられる加工商品（忙しい女性の味方になる商品）」というコンセプトに確定。

2) 専門家を活用した「商品開発・販路開拓」

①外部専門家の協力を得て、新商品のレシピを開発

大船渡産の鮭をベースにした、鮭とクリームチーズのスプレッド(パン等に塗る商品)を開発。
食の安全を考慮し、原材料は世界各地の無添加の食材を厳選。

②ターゲットを意識した商品名(モリーくんのふわっとろサーモン)、パッケージデザインの制作。

③販路開拓支援

食材にこだわった商品であるため、食へのこだわりが高い顧客が集まる盛岡市老舗百貨店「川徳」での商談、1/28より販売開始。

3) 次年度に繋がる「プロモーション」

①新商品発表会の企画・開催

②プレスリリース、メディア向け資料作成支援

1/26、森下水産にて新商品発表会を開催。TV、ラジオ、新聞、WEBへの掲載に繋がった。

4) 消費者調査等に基づく「商品の改良提案」

売上動向、消費者調査、事業者の意向に基づき課題を抽出し、次年度以降の改良点を提案。

3. 得られた成果

1) BtoCマーケティング手法導入による新商品開発、販売

2) 次年度以降に繋がるBtoC事業におけるノウハウの蓄積、商品改良提案

3) 「復興シーフードショーIWATE」(2/16開催)において県知事賞受賞

4. 次年度以降に向けた課題

1) 消費者調査、マーケットニーズに基づく現行商品の改良

2) 売上拡大に向けて、首都圏を中心に販路の開拓

3) BtoC事業拡大に向けて、姉妹品の開発を含めた商品ラインナップの拡充

以上

事業名：販路回復・拡大のための衛生管理マネジメント構築事業（岩手県大船渡市）

事業主体：サンコー食品株式会社

【支援概要】

近年、主要取引先から衛生・品質管理への関心の高まりを受け、従来からの自社独自の衛生・品質管理への取り組みを見直し、専門家の知見を活用した衛生・品質管理改善マネジメントシステムの構築を実施。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

サンコー食品は、業務用の水産加工を手掛け、主にイカの原材料加工を担う。加工品はその後、食品加工会社へ納入され、最終的にはコンビニエンスストア等で販売される中華丼やパスタの材料として利用される。震災により、工場が流出する甚大な被害にあったが、震災後、既存顧客からの売上は回復傾向にある。



2) 直面していた課題

- ①工場が海に面した立地環境上、既存設備での改善対策が手詰まりとなっていた。
- ②衛生・品質管理の高度化に向け、取り組みテーマの整理や実施方針の策定が必要となっていた。（いわゆる5S（「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「しつけ」）の浸透と徹底）

2. 支援内容

サンコー食品が抱える衛生・品質管理上の課題を外部専門家の知見やノウハウを取り入れながら整理し、施策検討を実施。その上で、課題解決の優先順位付け実施し、継続的な衛生・品質管理の高度化に向けたアクションプランを策定し、改善および運用支援に着手。

1) 衛生管理に関する動向調査

食品業界を取り巻く外部環境の把握と理解

2) 改善テーマおよび改善活動案の整理

- ①衛生・品質管理に精通する外部専門家を登用し、改善テーマ（課題）の整理
- ②各改善テーマの改善活動案を策定

3) 改善活動案の優先順位付け

改善活動案の優先順位(改善効果、実施容易性など)の検討と実施合意形成

4)改善活動のアクションプラン作成

- ①改善実施計画の策定および効果(評価)検証の設定
- ②品質管理室を中心とした改善サイクルモデル(PDS:「プラン」「実施」「確認)」の検討

3. 得られた成果

- 1)全社員の衛生管理に関する意識の高揚から、自主的改善活動の習慣化への芽生え
- 2)41件の改善テーマから73件の改善活動アクションプランを作成。うち32件に着手
- 3)取引先による工場監査をうけ、高評価を得る
- 4)一般生菌数(昨年同月比)の低下を踏まえ、微細加工要求への対応検討(新アイテム製造)

4. 次年度以降に向けた課題

- 1)衛生・品質管理高度化のための改善サイクルモデル(PDS)の確立と実践継続、定着化
- 2)取扱商品の高付加価値化等へのトライアル

以 上

事業名：東北大学大学院歯学研究科発シースを活用した歯周病治療機器の製造・販売事業の設立支援(宮城県仙台市)

事業主体：(仮称)株式会社 Feat.

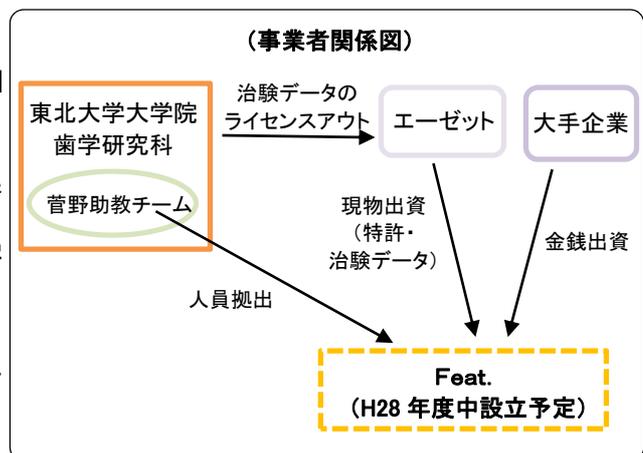
【支援概要】

東北大学大学院歯学研究科で研究・開発された治療法を活用した新たな歯周病治療機器を製造・販売する新会社の設立を検討している事業者に対し、消費者ニーズの有無や、市場規模の調査などを支援することにより、資金調達に向けた事業計画の精査や、新会社設立に向けた課題の整理等を実施した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

(仮称)株式会社Feat. は、宮城県仙台市の医療機器製造販売会社「株式会社エーゼット」が、歯周病の新たな治療機器を製造・販売することを目的に、設立を検討している新会社である。歯周病治療の新技术は、東北大学大学院歯学研究科(菅野助教チーム)から提供を受ける予定となっている。また、新会社は大手企業からの出資を受け、平成28年度中に設立することを計画している。



2) 直面していた課題

- ①大手企業から出資を受けるために、より具体的な事業計画の立案が必要になっていた。
- ②新技术を活用した治療機器のため、具体的な事業計画を立案するには、市場調査の実施が不可欠であった。
 - ・当面、保険外診療となるため、患者に受け入れられるかどうか。
 - ・歯科医院が、本治療に興味を持ち、設備投資を行うつもりがあるか。 など
- ③出資金額の検討にあたり、知的財産権の適正な評価が必要であった。
- ④新製品の販売にあたり、新しいビジネスモデルを検討しているが、実現の可能性を調査する必要があった。

2. 支援内容

新会社の設立に向けて、必要な市場調査を実施し、事業計画の一層の具体化を図るとともに、新規ビジネスモデルの実現可能性についても、調査を行うなどの各種支援を行った。また、知的財産権に関する専門家の紹介なども行った。

1) 市場調査

- ① 歯周病患者に関する分析や歯科医院の経営状況等について、調査・分析を実施
- ② 歯周病患者に対して、保険外診療の活用見込や適正と考える治療料金などについて、ネットアンケートにより調査を実施
- ③ 歯科医院に対して、本治療法に関する関心の有無や、設備投資計画の有無等について、ネットアンケートにより調査を実施
- ④ 歯科医師に対して個別ヒアリングを実施

2) 知的財産権に関する専門家の紹介

3) アンケート等調査結果を踏まえ、事業計画を精査

(新しい治療機器の概要と既存の機器との比較)



新しい治療器	低い	少ない	規定を 時間として している	少ない	10 万円 (自費診療)
特徴	抜歯や手術になる確率	治療の痛み	治療時間	治療回数	お口全体の費用
従来の治療器	高い	多い	治療時間が足りない ドクターによって さまざまで	多い	4 万円 (保険適用 1万2000円)

3. 得られた成果

- 1) 本治療方法に対し、歯周病患者は高い関心度あることが判明
- 2) ターゲットとなる歯科医院が明確化

4. 次年度以降に向けた課題

- 1) 既存の治療方法との差別化を図るためのPRの実施
- 2) 医療機器製造販売業の立ち上げに伴う各種申請の円滑な実施
- 3) 新しいビジネスモデルの実現可能性の更なる検証と販路開拓

以上

事業名：半油調商品の販路開拓及び新商品開発事業（宮城県塩釜市）

事業主体：マルブン食品株式会社

【支援概要】

水産加工品である「揚げかまぼこ」製造を生業とする同社は、スーパー等で販売される揚げかまぼこの他に、居酒屋、ホテル等の飲食店やサービスエリア店頭等において、最終調理することで“揚げたて”の美味しさが味わえる半油調商品の販路拡大を模索していた。

今回、新商品である半油調商品の国内外への販路拡大に向けて販促ツールを製作するとともに、バイヤーに対する営業支援を行った。また、揚げかまぼこの海外展開に必要な基礎調査を実施し、次年度以降のアクションに向けた課題整理を行った。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

マルブン食品(株)は、昭和44年創業の揚げかまぼこ製造専門メーカーであり、日本有数の漁港である塩釜に所在する。食の洋風化でかまぼこなど練り製品の生産量は右肩下がりの環境のなか、震災で工場が被災し一時的に販路を失ったが、現在は首都圏をはじめとして、流通を続けている。一方、同社では飲食店等の店舗で提供する際に、温めとは異なる工場での“揚げたて”と同じ味わいを持つ業界初の新商品（以下、「プリフライ商品」）の販路を模索していた。

2) 直面していた課題

- ①既存商品を販売するスーパーなど日販部門以外のチャンネルをほとんど有しておらず、販路を新たに開拓する必要があったものの、プリフライ商品の魅力を伝えられるツールを有しておらず、社長自らのトップセールスに頼っていた。
- ②将来的に、原料(すり身)調達面で有利となる独自入手ルートの確保と、冷凍流通が可能なプリフライ商品の海外展開に必要な情報収集について模索していた。

2. 支援内容

- ①プリフライ商品は冷凍流通が可能で、国内外に展開できる同社の＜戦略的商品＞であるものの、日販商品の製造販売に比べて営業体制が脆弱であった。そこで、メインターゲットを飲食店・食品卸売業者とし、業務用商品としての魅力を明確化し、販路拡大を目指すこととした。
- ②揚げかまぼこに使用する原料の多くは輸入冷凍すり身であり、長期的には、食品商社を通さず海外拠点で原材料を直接調達していきたいこと。また、東南アジアを中心とした海

外現地でプリフライ商品を含む揚げかまぼこ販売を目指しているものの、現地状況の把握ができておらず、本格的な現地調査を行うためのロードマップもなかった。このため、次年度以降に活用できる基礎調査として、現地の商習慣や有望な販路などを考慮した商談リスト整理という現実的な支援を行うこととした。

1) プリフライ商品の販路開拓

- ① 業務用商品であるプリフライ商品の訴求ポイントの明確化
 - ・社の思いの見える化
 - ・取扱い店やブランディング専門家への聞き取り
- ② 上記を踏まえた業務用パンフレットの製作
- ③ 適切な販売チャネルを有する食品卸売業者との商品勉強会の開催による個別商談、営業ルートの開拓



2) 海外展開基礎調査

- ① ベトナム進出に向けたアクションの明確化
- ② JETROを活用した現地情報収集
 - ・日本料理店など有望な商談先のリストアップ
 - ・現地の流通事業者のリストアップ
- ③ 現地での商談に必須となる業務用パンフの制作

3. 得られた成果

- 1) 販促ツールを活用した営業体制の強化による商談機会の増加
- 2) 次年度以降の商談および現地調査に活用できるリストの作成

4. 次年度以降に向けた課題

- 1) 需要拡大に向けたプリフライ商品の営業体制強化
- 2) ベトナムでの現地調査の実施

以上

事業名:地域雇用・高齢者の生きがいの創出を目的とした一時預かり施設整備事業(宮城県石巻市)

事業主体:アールズ株式会社

【支援概要】

新規に地域雇用・高齢者の生きがいの創出を目的とした一時預かり施設の整備を計画していた事業者に対し、市場の将来性や参入の容易性の整理や事業計画の作成、競合との差別化を目的とした付加価値サービスの収集・整理等を支援することにより、来年度以降の事業展開準備を実施した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

アールズ株式会社は、宮城県仙台市でクリーニング事業や食品事業など多角的な事業展開を実施。既存事業の食品事業で築いたスーパーマーケットやディベロツパー等とのネットワークを活かし、空きテナント等を活用して地域課題である人材不足(主にパート従業員)や高齢者のコミュニティの希薄化を解決する新たな事業を計画していた。



2) 直面していた課題

- ①新規参入事業である「子ども預かり事業」及び「高齢者運動事業」の事業内容が不明確であるとともに、それらの事業計画が作成されていなかった。
- ②競合(民間施設及び公設施設)との差別化の方法などの事業ノウハウが不足していた。

2. 支援内容

市場の将来性や事業参入の容易性の把握を目的として、需要調査、各種規制、補助金等の情報を取得・整理した後、事業計画を作成した。また、差別化を目的として、類似事業者や専門家へのヒアリングや設計会社と打合せを通じて付加価値事例の収集や事業展開レイアウトを作成した。

また、事業実施場所の検討に際し、事業者とともに石巻市内の複数の小売事業者と協議を行った。

1) 市場の将来性や参入の容易性の整理

- ①市場の将来性の把握
- ②各種規制・補助金等の調査
- ③事業実施場所における需要や競合他社等の調査

2) 事業計画の作成

- ①「学童保育事業」の事業計画作成
- ②「介護予防事業を含むフィットネス事業」の事業計画作成

3) 付加価値事例の収集や差別化方策の検討

- ①類似事業者・専門家へのヒアリング
- ②保育に精通した設計会社と打合せ(事業展開レイアウトの作成)

4) 小売事業者との協議

学童保育事業実施場所の検討に際し、十分な需要が見込まれる石巻市内の小売り事業者店舗責任者と協議した。結果として、現在空き店舗がない事や家賃減額等が難しいことから、今年度の店舗開設支援は断念せざるを得なかった。

3. 得られた成果

- 1) 調査結果を踏まえて参入の容易性を整理した結果、「学童保育事業」及び「介護予防事業を含むフィットネス事業」への参入が適切であると判断し、それらの事業実施における事業計画を作成した。
- 2) 類似事業者・専門家へのヒアリングや設計会社との打合せを通じ、付加価値事例の収集や事業展開レイアウトデザインを作成し、事業展開準備を支援した。

4. 次年度以降に向けた課題

子どもと高齢者という多世代が集う場所の整備を実現するため、「学童保育事業」と「介護予防事業を含むフィットネス事業」を同一敷地で実施できる場所の発掘が必要であり、事業パートナーとなる小売事業者(スーパーマーケット、ショッピングモール)との交渉を行って、理解を得る必要がある。

以上

事業名:石巻ササニシキのブランディング及びオーガニックカフェ展開事業(宮城県石巻市)

事業主体:株式会社田伝むし

【支援概要】

かつては宮城県の代表銘柄だったが現在は生産量が激減しているササニシキのブランディング(認知度回復)・生産拡大を目指している事業者に対し、石巻の水産品とコラボした新商品の開発を支援した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

事業者は、約30年前からササニシキの無農薬有機栽培を続けている農業生産法人。以前は「東のササニシキ、西のコシヒカリ」と並び称されていたが、育て方が難しいため今では「幻の米」と呼ばれるほどに生産量が減少している現状を憂慮していた。

2) 直面していた課題

- ①ササニシキの特性が整理できておらず、訴求ポイントが明確になっていなかった。
- ②新商品についてのアイデアはあったものの、商品コンセプトが明確ではなく次の打ち手に悩んでいた。



2. 支援内容

新商品開発にあたり、商品コンセプトの決定から、具体的な商品内容及びレシピ決定、開発態勢の構築、販促プロモーションまで一連の流れにつき支援を行った。特に、実際の開発過程でブレが生じないように、商品コンセプト決定については時間をかけ関係者の合意形成を行った。

1) 新商品のコンセプト策定

- ①石巻ササニシキの訴求ポイントの整理・分析
- ②商品コンセプトのアイデア出し及び決定支援

ササニシキの「さっぱりとした上品な味わいで、おかずの味を引き立たせる」という特徴を活かし、世界三大漁場である石巻の水産品とコラボした新商品とするとともに、石巻の時代を担う子供たちへの「食育」重視という観点から素材に配慮し地域に根差した商品とすることとした。

2) 新商品開発過程の実行支援

① 商品開発の態勢構築支援

② 新商品のレシピ開発支援

事業者が加盟する任意団体「石巻うまいもの発信協議会」の会員企業とのコラボを目指し候補先との調整を行うとともに、県内中心に活動している食の専門家(齋藤由布子氏)にレシピ開発を依頼した。

3) 新商品のプロモーション支援

① 販促ツールの作成支援

② 販促イベントの企画・開催支援

石巻で活躍するデザイナー(渡邊樹恵子氏)に新商品のロゴ・チラシ等の作成を依頼するとともに、地元で定期的に食のイベントを開催している団体(一般社団法人 ISHINOMAKI 2.0)に販促イベント開催を依頼した。さらに、市役所・地元紙 2 社への広報要請を行った。

3. 得られた成果

1) 新商品「巻っこずし」の開発

2) 新商品お披露目会の開催

3) 新商品の店舗提供開始

「ササニシキ」と「水産品」という石巻が誇る 2 品をコラボさせることで石巻の良さを効果的にアピールできる新商品「巻っこずし」を開発した。第一弾は「石巻うまいもの発信協議会」のメンバーである株式会社ヤマトミが扱うアナゴとコラボした「アナゴずし」。

新商品は2月27日に石巻市内のイベントスペースでお披露目会を開催したほか、駅前ビルのカフェ(いしのまきカフェ「^{かぎかつこ}」)での提供が決定した。

4. 次年度以降に向けた課題

1) 新商品の販路開拓

2) 新商品第二弾の開発

3) 新商品の消費地への展開

以上

事業名：雪用塗料生産工場の新設に伴う生産・販売 体制構築事業（仙台市）

事業主体：KF アテイン株式会社

【支援概要】

本支援では、さらなる売上拡大に向けて効率的な営業活動を行うためのマーケティング戦略の明確化、それを立案するための合理的な実証試験、その結果をふまえた営業ツールの整備を行った。本戦略にもとづく営業活動を実践し、早期の売上拡大を目指す。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

KF アテイン（株）は、設立当初スキー・スノーボードワックス製造・販売取り組んでいたが、この知見をもとに、さらなる成長に向けて、

- ・海王 … 船の燃費向上が可能な船底塗料添加剤
- ・雪王 … 除雪機の除雪効率を向上させる塗料
- ・陸王 … 屋根の雪下ろし作業を不要にすることによる安全性の向上、手間の軽減を実現する塗料添加剤



の開発・製造・販売に取り組んでいる。

東日本大震災前は、「海王」が販売の中心であったが、津波による船の流失により既存顧客が激減。現在は、震災後に開発した「雪王」を中心に売上伸ばし、震災前の売上水準まで回復したが、最近2年間は横ばい。成長の踊り場にある。

2) 直面していた課題

① 売上の早期拡大

思ったように製品が市場に普及・浸透せず、売り上げが伸び悩んでいる。事業拡大に向けたキャッシュフロー確保が必要。

② 営業活動の見直し

これまで、実質的に社長1名で新たな顧客・チャネルの拡大を推進してきた。現在はチャネル維持にも労力を要しており、新たなチャネル開拓に苦慮。

2. 支援内容

「売上の早期拡大」と「営業活動の見直し」という二つの課題を受け、省営業活動で高い売上成果を実現するためのマーケティング戦略を立案した。

1) 製品別の市場性評価

以下3点の評価項目に基づき、優先的に拡販すべき製品を設定した。

- ・「市場規模と KF アテインのシェアの多寡」により拡販余地を評価
- ・「本製品のユーザーの特性評価」に基づき、参入余地の有無を評価
- ・「競合製品対比の優位性評価」により製品の競争力を評価

これらの評価の結果、最も成長余地が大きいのは「陸王」、次いで「雪王」と評価。

2) 「陸王」の重点営業エリア・顧客の特定

- ・ 競合製品対比の優位性評価の結果、「陸王」は「現時点でコスト優位性は訴求できない」「塗装後の屋根面が滑り易くなる」など判明する一方で、競合製品が機能しない地域でも「陸王」は雪滑り機能が発揮されるという特徴が明確になった。
- ・ 山形県新庄市、新潟県長岡市での競合製品との比較試験でも「陸王」の雪滑りの優位性を確認。これらをふまえ、重点的に営業活動を行うべきエリアを決定。

3) チャンネルの選択とチャンネルとの取引・連携方法の明確化

同社製品が持つメリット・デメリットを正確、且つ分かり易く消費者へ伝えるには、十分に安全性を確保できる施工能力を持ち、営業力が高い「地場有力ビルダー」「ハウスメーカー」が望ましいという結論に至り、取引先候補をリストアップした。

3. 得られた成果

1) 3製品の優先順位の明確化

2) 拡販に向けたチャンネルの明確化と重点営業エリア・顧客の選定

3) ユーザー(施主)にとってのメリットが分かり易い営業ツールの整備

4. 次年度以降に向けた課題

1) 本支援成果(マーケティング戦略)にもとづく営業活動を実践した結果の効果検証

2) 重点営業エリア拡大に向けた取組

「陸王」の雪滑りの優位性が発揮できるエリアのしきい値を明確化することで、重点営業エリアを拡大できる可能性がある。

3) 正確なコスト比較

「陸王」塗布によって屋根の摩擦係数が低くなり、雪滑りによる屋根負担が軽減され、屋根塗装の耐用年数(≒塗り替え期間)が長期化する可能性あり。結果、コスト優位性が立証される可能性がある。

4) 他フィールドへの展開

豪雪地帯における雪害は様々な領域で問題視されている。自動車底部への着雪や鉄塔・構造物からの落雪・落水等、様々な領域で同社製品を展開できる可能性がある。

事業名:フレキシブルシルク電極及び関連商品の製造・販売事業(宮城県仙台市)

事業主体:エーアイシルク株式会社

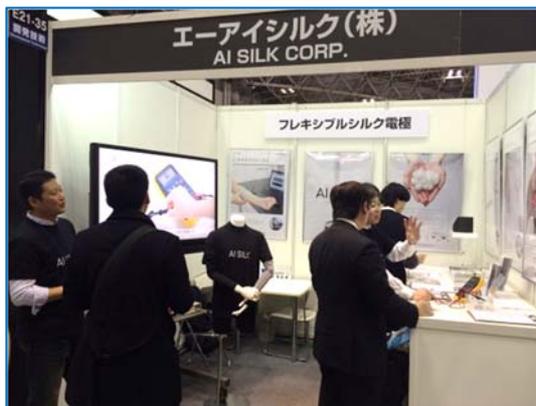
【支援概要】

会社設立間もない事業者に対し、パートナー企業を探るべく知名度の向上、事業資金の調達支援を行うとともに、ビジネスモデルの策定を支援した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

エーアイシルク株式会社は、東北大学大学院工学研究科の鳥光慶一教授が開発した「フレキシブルシルク電極」の製造・販売等の事業を行う為、平成27年6月に設立された。「フレキシブルシルク電極」は、シルク生地・糸等に含まれる物質「セリシン」と、導電性溶液を化学重合させることにより製造する。本電極は、シルクの質感を保っている為、着用時の不快感がなく、肌触りがよいことが利点である。



2) 直面していた課題

①市場における認知度の向上

設立間もない小規模なベンチャー企業で、製造する電極については、市場からの認知度について、競合他社と比較し劣後していた。

②応用製品の開発・販売

本電極を使用した応用製品販売の為には、他社と連携し、共同開発を進める必要があった。なお、応用製品開発へ向け、ボタン型の共通モジュール、取得した生体情報を解析するシステム、及び電極の量産体制を確保するための装置の研究開発が進められていた。

③資金調達

共通モジュール・システム、及び本電極を印刷する製造装置の開発、デモ展示品の開発を行うに際し、当面、1億円弱程度の資金調達を行う必要があった。

④原材料の改良

本電極の製品化に際して、原料の低コストや安定的な品質を確保するために材料と製造方法の改良が必要であった。また、今後長時間の摩擦や屈曲などの過酷な環境下で使用する場合の生体情報取得用の電極材料として、遺伝子組換え蚕の繊維を使用した応用技術が期待でき、その検討を行っていた。

2. 支援内容

①電極紹介用ビデオ作成

市場にとって全く新しい素材である「フレキシブルシルク電極」を分かり易く解説し、営業体制を補完するための電極紹介用動画の作成を支援した。ウェアラブル EXPO 及びウェブページ上で上映することで集客効果を高めた。

②ウェアラブル EXPO 出展

電極を利用した応用製品の開発を行うパートナー企業を発掘するべく、ウェアラブル EXPO(1/13~1/15)への出展を支援した。

③ビジネスモデルの策定

ヘルスケア分野におけるビジネスモデル策定に係るサポートを実施した。

④国立研究開発法人農業生物資源研究所と連携したビジネスネットワークの形成

国立研究開発法人農業生物資源研究所とセリシンへのコーティング材料の低コスト化検討の支援を行い、さらに、同研究所による「フィブロイン・セリシン研究会」にて電極を含めたシルクの新たな応用先について紹介し、養蚕業者のシルク生産へのモチベーションを高め、遺伝子組換え蚕等量産へ向けた連携を促した。

⑤ベンチャーキャピタル(VC)・助成金等資金調達サポート

ベンチャーキャピタルとのコーディネーション、及び申請書の作成支援を行った。

3. 得られた成果

1)国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)からの助成金上限 70 百万円、及び VC である Draper Nexus Ventures Partners II, LLC の出資 10 百万円が決定。なお、さらなる出資獲得へ向け、他団体と交渉中(平成 28 年 3 月現在)。

2)「ウェアラブル EXPO」出展を機に、4 社のマスコミに取り上げられ、問い合わせが従来比 3 倍となるなど、認知度が向上した。また、今後の協業可能性について複数の企業と個別の商談を設けることとなった。

3)ビジネスモデルの策定(3 月中に作成)により、次年度以降の製品開発や、パートナー企業との連携方針について明確化され、早期に商品化する見込みである。

4. 次年度以降に向けた課題

1)製品発売へ向けてさらなる資金調達及び量産体制を確立すること。

2)ヘルスケア分野への参入へ向けたビジネスモデル(3 月中に作成)を具体化し、パートナー企業との連携を図り、製品の発売へ向けた動きを具体化すること。

以 上

**事業名：有田焼400年の伝統技術を応用した高輝度蓄光建材「ルナウェア」
販路開拓事業(福島県川内村)**

事業主体：コドモエナジー株式会社

【支援概要】

高輝度蓄光建材「ルナウェア」を使用した蓄光セラミック避難誘導標識の販路拡大のため、被災3県(特に福島県)の自治体・行政機関への提案に向け、課題やニーズの明確化、製品改善・ラインナップ拡充に向けた支援、営業活動支援を実施した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

コドモエナジー株式会社は、東日本大震災の教訓をもとに、夜間でも認識可能な、避難通路等を示す標識等の普及を目指し、無電力でエコな蓄光素材「ルナウェア」を使用した避難誘導標識の製造・販売を行っている。

震災後、被災地の方々の復興への取り組みを目の当たりにし、未来に向け共に力を合わせて進んでいきたいという考えの下、2014年6月に国内初の大規模な蓄光素材専用工場を福島県川内村へ建設。量産体制を構築したが、安定した販路の確保はこれからである。



2) 直面していた課題

- ①製品としての完成度は高いものの、販路開拓・営業に係る人材不足や、ルナウェアの認知度の低さから、販路拡大に手間取っていた。
- ②自治体・行政機関における調達プロセスの中で、適切なアプローチ対象、タイミングを把握できておらず、調査・検討を行う必要があった。
- ③蓄光製品業界におけるルナウェアの置かれた現状を正確に把握できていなかった。

2. 支援内容

自治体・行政機関へのルナウェア販路拡大を目的として、市場でのポジション・差別化ポイントの明確化や導入に当たった課題を抽出し、課題解決に向けた方策の検討・整理を行った上で、調達プロセス等の確認や商談の場での提案支援、PRの場の提供など各種支援を行った。

1) マーケット調査

市場調査、競合製品との比較分析の実施によるルナウェアの競争優位・劣位の把握。

2) 自治体への販路開拓に当たってのインタビュー調査

ルナウェアに対する自治体側のニーズ把握と調達プロセスの明確化。

3) 専門家へのインタビュー調査

ルナウェアを自治体に導入するための課題の整理と打開策の検討。

4) 製品改善・ラインナップ拡充に向けた支援

製品改善とラインナップの拡充に向けた方向性の取り纏め、パッケージ品の開発。

5) 提案活動支援

製品アピールの場の設定・コーディネート等の提案活動支援。

3. 得られた成果

1) マーケット調査により、ルナウェアを取り巻く状況を正確に把握し、課題を可視化した。

2) 専門家の助言により、自治体向け製品の改良の必要性和販売戦略の方向性を明確にした。

3) ルナウェアの大型化やパッケージ商品開発等に着手し、一定の目途をつけた。

4) 「新しい東北交流会」「結の場」「経団連復興イベント」への参画を通じ、ルナウェアの認知度向上とともに、大手企業とのネットワークを築いた。

5) 地域防災交流センター久之浜・大久ふれあい館(いわき市)への納入が決定した。



経団連主催東日本復興応援イベントの様子



ふれあい館に納入した案内看板
(左:昼間/右:夜間)

4. 次年度以降に向けた課題

1) 施工しやすい素材での製品開発、大きな蓄光盤の開発等、製品ラインナップの充実

2) 製品コストの削減

3) 産学連携体制の強化

4) 小規模でも自治体への導入による実績の積み上げ(提案活動の強化)

以上

事業名:いわき産杉の間伐材を利用した新商品開発事業(福島県いわき市)

事業主体:株式会社磐城高箸

【支援概要】

株式会社磐城高箸(以下、磐城高箸)では、間伐材を利用した純いわき産杉割り箸の製造・販売を行っており、新規事業として、割り箸の製造過程で発生する木片チップを活用した「枕」の製品化と販路確立に向けた支援を実施。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

磐城高箸は、「衰退する林業に一石を投じたい」との思いから設立され、割り箸製造のみに留まらず、間伐材・主伐材を使用した付加価値の高い最終製品の製造・販売を検討していた。

2) 直面していた課題

①磐城高箸にとって寝具開発は初めての試みであるため、市場が求める枕の機能、消費者の購買意欲等の専門的知見を必要としていた。

②磐城杉の木片チップが、他の杉やヒノキと比較し枕の素材として何が優れているかの科学的根拠を示し、他の枕との差別化ポイントを明確にすること。



2. 支援内容

1) 科学的根拠の蓄積

まず、今回素材として使用する純いわき産の杉(通称「磐城杉」)の特徴を明らかにするため、公的研究機関に、「県産檜」「龍神杉」「越後杉」との比較実験を依頼。結果、磐城杉は檜や他の杉と比べ「吸水性」に優れている、つまり寝汗をしっかりと吸収する素材であることが明らかになった。また、他の木材に比べて柔らかいものの割れにくい、つまり「品質劣化しにくい」ことも判明。以上のような科学的根拠を蓄積することで、商品としての差別化ポイントを明確にし、訴求力が向上した。

2) 専門家からの知見の獲得

睡眠の専門家、枕製造の専門家、販売の専門家等から寝具開発におけるポイントについて、ヒアリング調査を支援。枕の製造販売における消費者の購買心理、枕の機能などについて情報収集を行い、製品の開発に取り入れた。

3) 新製品パンフレットの作成

商品開発の方向性が見えてきたため、今後展示会への出展やバイヤーとの商談の際に利用できる販促ツールを準備する必要があった。支援を通じて明確にしてきた商品コンセプト、

強みを盛り込んだ新商品のパンフレット作成を支援。デザイナーとの綿密な打ち合わせを通じて磐城高箸のブランドイメージとのマッチングを図りながら、パンフレットを完成させた。

4) 展示会への出展

新商品のプレ発表として、2月3日～5日に東京ビックサイトで開催された「第81回東京インターナショナル・ギフト・ショー春 2016」への出展を支援。バイヤーとの商談に同席するほか、来場者アンケートなどを実施し、製品の最終ブラッシュアップに必要な情報を取得した。

5) クラウドファンディングによる販路拡大

製品の完成形がほぼ見えたところで、テストマーケティングと B to C のプロモーションを兼ねて、株式会社サーチフィールドといわき信用組合が提供するサービス「FAAVO 磐城国」でクラウドファンディングの実施を支援した。

●クラウドファンディング (FAAVO 磐城国)

<https://faavo.jp/iwakinokuni>

3. 得られた成果

- 1) 新製品の開発および発売と B to C への販路拡大
- 2) 科学的根拠を明示した提案ツールと新製品パンフレット (商談の武器)

4. 次年度以降に向けた課題

- 1) 枕事業単体での事業計画書の策定
- 2) 製品ラインナップの拡充
- 3) B to B 販路の拡大

以上

事業名：次世代農業技術を活用した“いわき”複合型農業福祉構想の立ち上げ (福島県いわき市)

事業主体：イノベーション農業福祉研究所

【支援概要】

先進的な工場におけるトマトの生産・販売をメインに、エネルギーセンター、老人福祉が複合的に連携する事業構想の立ち上げを図る事業者に対し、構想から具体的な課題への落とし込みを行った上で、事業の収益性の検証を実施した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

イノベーション農業福祉研究所 (IAW) は、農業施設の統合的環境制御技術の確立や効率化を目指すスマートアグリ研究会を母体に、複合型農業福祉構想の実現のため設立された企業。



2) 直面していた課題

当初 IAW は事業計画の策定やハウス経営に対するコンサルティング支援を担う想定であり、実際の事業を「誰が」「どこで」「いつ、どうやって」行うのかという基本的事項が十分に整理・検討されていなかった。

そのため、本事業の参加者、外部協力者、支援者(銀行、自治体)などのステークホルダーから、事業に対する理解・支援が十分に得られていない状況であった。

2. 支援内容

関係者へのヒアリング等を通じて事業の課題を洗い出し整理した上で、事業計画の具体化・詳細化に関して支援を行った。具体的には、1) 事業構想の整理・具体化、2) 事業計画の策定・事業採算性指標の導出の2点である。

1) 事業構想の整理・具体化

① 本事業の特徴・強みの整理

- ・既存トマト工場と比較した本事業の特徴の整理、明確化
- ・事業の特徴と強み(コスト削減効果)の紐付け

②事業の特徴・強みの定量分析

- ・コスト削減効果の定量的試算

2)事業計画の策定・事業採算性指標の導出

①事業計画の策定

- ・初期費用の明確化
- ・トマト工場単体の収支モデル及び事業計画

②事業採算性指標の導出

- ・既存事業者の実績をベンチマークにした事業全体の評価

3. 得られた成果

1) 構想からの本事業の特徴・強みの明確化

2) 一定の前提を置いた上でのコスト削減効果、事業採算性の数値化

上記成果により、ステークホルダーの理解促進、事業の具体的な進展が期待される

4. 次年度以降に向けた課題

1) 支援結果(数値化したコスト削減効果、事業採算)の精度向上

- ・技術検証や詳細調査による前提条件の裏付け

2) 今回整理した課題のうち、今年度における残項目の解消

以 上

**事業名：相双地域における石油代替エネルギー供給ビジネスの立ち上げ事業
(福島県南相馬市)**

事業主体：相馬ガス株式会社

【支援概要】

『脱原発都市宣言』を表明し、再生可能エネルギーの利用促進を図る南相馬市において、太陽光発電を利用した電力供給事業への参入や、水素社会の構築実現を検討している事業者に対し、事業内容の具体化、課題の洗い出し、関係者との関係構築について支援を実施。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

相馬ガスは、福島県浜通り北部の相双地域唯一の都市ガス会社として、主に南相馬市内の官公庁、学校、市営住宅や一般住宅への都市ガス・LPガスを供給している。

昨今の電力自由化の流れをチャンスと捉え、ガスのみでなく、電力など複数のエネルギーを手がけ、また、関連する幅広いサービスを提供する「総合エネルギーサービス事業」を展開する構想を持っていた。



2) 直面していた課題

①電力供給事業への参入＝『地域新電力(PPS、特定規模電気事業者)運営事業』

電力小売事業の立上げにより、南相馬市内で産み出した再生可能エネルギーを地産地消できる仕組みを構築する構想を保有していたが、事業の実現可能性に係る見通しが立っていない状況であった。

②水素社会の構築実現＝『水素関連事業』

「南相馬市で水素社会を構築したい」という想いの中、相馬ガスが主導となり福島県庁と共に「水素社会構築勉強会」を開催していたものの、構想の青写真が描けていなかった。そのため、実証実験の実施を検討していたが、実験の実施に向けた行政関係者・他事業者との連携体制が構築できておらず、実験内容についても具体化が必要であった。

2. 支援内容

1) 地域新電力運営事業

①南相馬市役所にヒアリングを行い、事業実施へ向けた検討状況等の整理を実施。

②公表資料等を元に、地域新電力設立へ向けた条件、課題の整理・体系化をすることにより、本格的なフィージビリティスタディを行うためのポイントを明確化。

③全国初となる自治体主導の新電力である『一般財団法人 中之条電力』を訪問し、地域新電力設立時の課題、電力の全面小売自由化へ向けての方針等を調査。

2)水素関連事業

①相馬ガス主催の「水素社会構築勉強会」に同席し、相馬ガスの構想を見える化。

②事業構想の具現化に必要な実証実験を行うため、行政機関向け提案書を作成。

3. 得られた成果

1)地域新電力運営事業

以下の事項を整理し、次年度以降の本格検討へ向けた方向性(目的設定、採算性、マーケティング戦略、自治体の関与)を示した。

①新電力を取り巻く制度とその動向

②小売全面自由化に係る消費者の動向

③新電力のビジネスモデル

④新電力立上げへ向けた検討のポイント

2)水素関連事業

①パートナー企業との連携体制構築により、太陽光から水素を製造し、貯蔵する水素ステーションの設置を行う方向で検討が開始され、相馬ガスの構想実現へ向けた第一歩の動きが具体化した。

②次年度以降、資金調達へ向け、助成金への応募、国や県への具体的な提案を実施することを可能とした。

4. 次年度以降に向けた課題

1)地域新電力運営事業

今年度整理した課題を踏まえ、自治体と連携の上、事業体制、フィージビリティスタディ実施について、具体的な検討を行う。

2)水素関連事業

今年度具体化した相馬ガスの構想、パートナー企業との関係を基に、自治体との協力体制を築き、事業実施へ向けた補助金獲得等を実現する。

以上

**事業名：福島県の未利用モモを利用したアルコール発酵による新商品開発事業
(福島県桑折町)**

事業主体：株式会社ファームステーション

【支援概要】

株式会社ファームステーションが自社で持つ発酵、蒸留技術を活用し、福島県桑折町の未利用桃(廃棄せざる得ない桃や間引き対象の桃)からエタノールを抽出した新商品開発に向け、支援を実施した。

1. 事業者等の概要と課題

1) 概要

株式会社ファームステーションは 2009 年に設立されたベンチャー企業であり、発酵、蒸留技術を活用し、岩手県奥州市にて耕作放棄地や休耕田で栽培した米からエタノールを抽出して化粧品原料として提供する等の事業を実施している。



2) 直面していた課題

- ①(既存商品の米エタノールも含め、)天然由来のエタノール及びエキスの「成分」や「効能」を分析できておらず、科学的な根拠を持って説明できないため、高価格で販売する説得力が無く、商品の購入に繋がらなかった。
- ②(自社の設備にも限りがあるため、)主力商品である米エタノールの製造を中断して新商品開発を行う必要があるため、現業に支障をきたさない範囲でやっていくことが求められた。

2. 支援内容

1) 成分の付加価値の明確化

主力商品である米エタノールを軸に、米エタノールに桃を配合した桃・米エタノール、及び米エタノールに桃の種を漬け込んだ桃・米エキスの成分の付加価値を明確化すべく、成分分析を実施。

2) 新商品開発

新商品になり得る桃エタノール関連商品の選択肢を整理するとともに、競合商品に関する調査・助言を実施。

3) 販路開拓

展示会へ出展しバイヤーから意見を聴取。同時期に立ち上げるクラウドファンディング(KIBI DANGO)との相乗効果を図る。

4) 今後の課題の整理

各種調査機関の「専門家」、並びに、展示会で得られた「バイヤー」からの意見等を整理するとともに、今後の課題の整理をはじめとした次年度の本格的な商品開発の参考となるとりまとめ資料を作成。

3. 得られた成果

1) 科学的根拠を伴った商品の高付加価値化

主力商品である米エタノール、市販エタノール、新たな試みとなる桃・米エタノール、桃・米エキスを比較成分分析したことで、改めて「(オーガニックの)不飽和脂肪酸エステル※酸化防止に効果」や「(オーガニックの)香り成分※バラの香り」等、強み(訴求ポイント)を明確化できたことにより、科学的根拠を持って付加価値を訴えることが可能となった。

2) 新商品(ボディーミルク)の試作品開発

効率的に生産もでき、かつ、効果も期待できる、米エタノールに桃の種を漬け込んだ桃・米エキスを配合した「ボディーミルク(ピーチ カーネル)」を開発することで決定。ファームステーションの商品の位置づけを明確化し、新商品開発を加速させた。

3) バイヤーからの意見を整理・分析し次年度の本格的な商品開発の基盤を整備

将来的な販路に繋がる可能性の高い適切な展示会への出展を支援し、多くのバイヤーから意見を聴取。これらバイヤーからの意見を整理・分析するとともに、今後の課題を整理することにより、次年度の本格的な商品開発の基盤を築くことができた。

4. 次年度以降に向けた課題

- 1) 桃エタノール関連(桃・米エキス※原料配給含む)商品の更なる販路開拓。
- 2) 桃エタノール関連(桃・米エキス※原料配給含む)商品の生産体制の強化。
- 3) 果物大国である福島(東北)の資源を活用した、新たな原料(エキス)の開発・開拓。

以 上