

魚津地域における地域産品を活用した 商品のブラッシュアップ等に対する 中間支援活動について

平成28年2月22日(月)
うおづ地域づくり協議会

1. 事業実施地域の課題

平成27年3月に**北陸新幹線が開業**し、富山県全体では人や物の交流が活発となった。一方、魚津市においてはJRが撤退し、今まで交通の拠点であった魚津駅が第三セクター「**あいの風とやま鉄道**」の運営となった。その結果、観光客、ビジネス客の**流れが劇的に変化**し、市内飲食店、おみやげ業者、製造業者にとっては**大きな打撃**となっている。

アピール力のある商品や資金力のある事業者は自ら**販路を変更、開拓**し生き残りを目指しているが、アピール力の弱い商品や零細企業にとっては大きな課題となっている。

しかしそのような商品も含めて、**地域の産品はその歴史や伝統にスポットをあて、その背景をストーリー化**することによって、低価格競争ではない分野での生き残りが可能であることは全国の先進事例を見れば明らかである。そのような商品化、ストーリー化を実施することは企業にとって重要であるが、零細企業にとっては重荷となっている。零細企業の衰退は**雇用の喪失、伝統文化の消滅**を意味しており、地域全体の持続・継続を目標とする時、地域全体として取り組むべき喫緊の課題である。

2. 事業概要

(1) 事業の実施体制

① 体制メンバーと役割分担

構成主体	役割(中間支援の内容)
富山銀行魚津支店	地域産品情報、事業者情報、専門家情報等の提供 ビジネスマッチングフェアなどへの仲介 ※各金融機関の特徴を活かした支援 (商品パッケージデザイナーの紹介、商品の背景・コンセプトを整理するためのアドバイザー紹介…)
富山第一銀行魚津支店	
にいかわ信用金庫本店 営業部	
北陸銀行魚津支店	
北國銀行魚津支店	
魚津市	構成主体間、構成主体と担い手の連絡調整、協議会の事務局

② 担い手の概要及び取組内容

担い手	これまでの活動内容	本事業で新たに取り組む内容
魚津三太郎倶楽部 (魚津三太郎塾修了生を 中心とした有志5名)	地域産品の掘り起し	地域産品のブラッシュアップ、事業者間調整によるコラボ商品の開発、カタログ制作

2. 事業概要

(2) 事業のスキーム

魚津商工会議所
(事業者情報提供など)

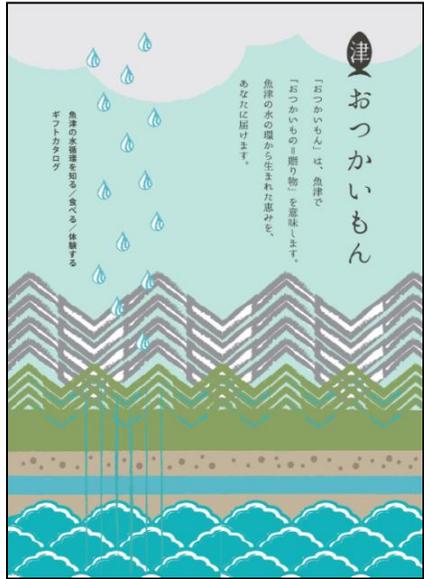
富山大学理学部ほか
(地形の特徴、地域の歴史
→カタログコンセプト助言)

うおづ地域づくり協議会
魚津市:事業者情報集約、カタログ制作支援
金融機関:専門家情報提供、専門家紹介

必要に応じて
プロの専門家
(デザイナー
ライター
カメラマン
...)

魚津三太郎倶楽部
商品ブラッシュアップ
(カタログ掲載レベルまでの商品デザイン向上など)
カタログ制作

事業者(メーカー、販売業者など)



“魚津”を伝える
カタログギフト

3. 各取組の概要

①取組1：地域産品の洗い出し、意欲のある事業者の選別 (取組内容)

◎取組の概要

カタログに掲載する商品のピックアップのため、魚津市が金融機関や魚津商工会議所等から情報提供を受け、集約し、魚津三太郎倶楽部に対して情報提供した。その後、魚津三太郎倶楽部が行う個別事業者ヒアリングに同席し、その選別を支援した。



◎構成主体・役割(中間支援の内容)

構成主体	役割(中間支援の内容)
魚津市	地域産品情報、事業者情報等の集約。魚津三太郎倶楽部への提供。事業者選別の支援。

3. 各取組の概要

①取組1：地域産品の洗い出し、意欲のある事業者の選別 (成果と課題)

◎取組の成果・課題

産学官金が持つ地域産品・地域企業の情報を集約することができた。今後もその情報を更新していくことが必要。

◎活動の社会的意義・社会的成果

地域産品情報の共有化が図られ、今後のマッチング等による商品価値向上など可能性が期待される。

◎成果目標



成果目標	現状	目標	達成状況
カタログ掲載参加事業者数	0社	15社	23社
カタログ掲載商品数	0商品	20商品	23商品
新商品開発のための事業者間マッチング	0件	10件	12件
マッチングによる新商品開発	0商品	4商品	12商品

ブラッシュアップ・マッチング一覧(事業者名)

1社	魚津漁業協同組合
1社 + 1社連携	ハマオカ海の幸 + 新川森林組合
1社 + 1社連携	石崎蒲鉾 + 宮本みそ店
1社	宮本みそ店
1社 + 2社連携	ミールサービス + ひえばた園 + 魚津市水道局
1社 + 1社連携	フラワーセンター館 + 新川森林組合
1社	オーアイ工業
1社	元祖仁右衛門家
1社	ホテルグランミラージュ
1社 + 1社連携	海風亭 + 加積リンゴ組合
1社	新川森林組合
6社連携	How to 25km + ひえばた園 + 島澤 + 宮本みそ店 + 石崎蒲鉾 + ハマオカ海の幸 + 魚津市水道局

23社(商品)ブラッシュアップ 12件連携(マッチング)

商品リスト

- | | |
|-------------|--|
| 魚津漁業協同組合 | 「セリ人が目利きした鮮魚セット」 |
| ハマオカ海の幸 | 「熟成寒の汐ぶりセット」 |
| 石崎蒲鉾 | 「魚津流串かまセット」 |
| 宮本みそ店 | 「Kodawari Set -bestselling assorted miso-」 |
| ミールサービス | 「富山ブラックカレーセット」 |
| フラワーセンター館 | 「魚津の妖精(雪割草と間伐材のフラワーポットのセット)」 |
| オーアイ工業 | 「ストッキングセット」 |
| 元祖仁右衛門家 | 「釜めし膳と日帰り入浴」 |
| ホテルグランミラージュ | 「魚津の朝食ペアセット」 |
| 海風亭 | 「水の膳」 |
| 新川森林組合 | 「きのこ・山菜狩りセットとコースターづくり」 |
| How to 25km | 「うおづ水の恵みセット」 |



魚津漁業協同組合
「セリ人が目利きした鮮魚セット」



ハマオカ海の幸
「熟成寒の汐ぶりセット」



宮本みそ店
「Kodawari Set -bestselling assorted miso-」



石崎蒲鉾
「魚津流串かまセット」



ミールサービス
「富山ブラックカレーセット」

マッチングによる
新商品



フラワーセンター館
「魚津の妖精」

マッチングによる
新商品



オーアイ工業
「ストックングセット」



元祖仁右衛門家
「釜めし膳と日帰り入浴」



ホテルグランミラージュ
「魚津の朝食ペアセット」



海風亭
「水の膳」

マッチングによる
新商品

マッチングによる
新商品

How to 25km
「うおづ水の恵みセット」



新川森林組合
「きのこ・山菜狩りセットとコースターづくり」



3. 各取組の概要

①取組2:商品のブラッシュアップ、必要性に応じた専門家派遣 (取組内容)

◎取組の概要

魚津三太郎倶楽部は自身が専門家となって、商品ブラッシュアップ(商品パッケージデザイン、商品背景ストーリーアドバイスなど)を行うが、対象商品によってそれが不十分な場合は、金融機関が持つ専門家情報から、魚津市と連携して的確な専門家を派遣する。

また、魚津三太郎倶楽部は、事業者のマッチングによるコラボ商品の開発にも取り組む。



◎構成主体・役割(中間支援の内容)

構成主体	役割(中間支援の内容)
市内金融機関	専門家情報の提供
魚津市	上記情報の集約と的確な専門家派遣

3. 各取組の概要

①取組2：商品のブラッシュアップ、必要性に応じた専門家派遣 (成果と課題)

◎取組の成果・課題

商品の特徴を整理し、消費者に伝えることを目標に魚津三太郎倶楽部が行うブラッシュアップを支援した。必要性に応じて外部デザイナーなどの専門家を派遣した。

◎活動の社会的意義・社会的成果

自力で商品価値を上げることに限界がある地域の小企業にとって専門家派遣などの支援は重要であることが認識された。

◎成果目標



成果目標	現状	目標	達成状況
カタログ掲載参加事業者数	0社	15社	23社
カタログ掲載商品数	0商品	20商品	23商品
新商品開発のための事業者間マッチング	0件	10件	12件
マッチングによる新商品開発	0商品	4商品	12商品

3. 各取組の概要

①取組3:カタログの制作支援 (取組内容)

◎取組の概要

魚津三太郎倶楽部が制作するカタログギフトについて、協議会がコンセプトデザイナーと契約し、派遣。商品ストーリーのライター、商品撮影カメラマンなどとも連携して作業を進めた。印刷業務についても協議会で契約。印刷を行った。

◎構成主体・役割(中間支援の内容)

構成主体	役割(中間支援の内容)
魚津市	カタログ制作業者の選定・契約・派遣



3. 各取組の概要

①取組3:カタログの制作支援 (成果と課題)

◎取組の成果・課題

ブラッシュアップされた地域産品を一冊のカタログギフトとして作成した。今後はその販売促進が課題である。

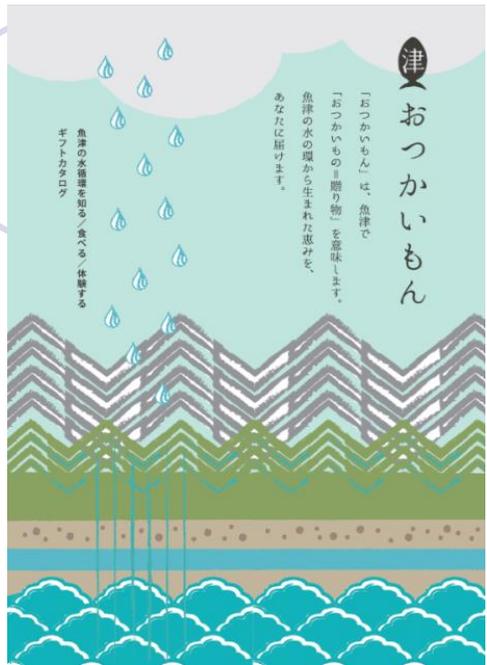
◎活動の社会的意義・社会的成果

地域産品の魅力を“点”から“面”で伝えることにより、それぞれの商品価値を向上させることに成功した。

◎地域ビジネスの達成状況・今後の見通し

魚津三太郎倶楽部では、3,000部を2年間で販売することを目標としている。

◎成果目標



成果目標	現状	目標	達成状況
カタログの制作	なし	第1号完成	第1号完成

カタログ掲載までの流れ(新川森林組合の例)

◎森林組合における現状・課題の把握

魚津三太郎倶楽部が森林組合にヒアリングを実施。(魚津市も同席)
林業の現状から課題・特徴までを把握。

(後継者難、間伐の不実施による災害の危険性、外国産材の浸透、森林・山地のプロ…)

◎得意分野を活かしたビジネスの可能性を検討

新川森林組合、魚津三太郎倶楽部、うおづ地域づくり協議会の3社でビジネスの可能性を相談。

◎きのこ狩りと間伐コースターの商品化

土地の知識(きのこ・山菜)を活用した観光体験
+ 建築資材にできない間伐材を利用したコースター開発

造形デザイナーが必要

◎“伝える”ライター、カメラマンの派遣

ここまでに至る考え方・想いを消費者に伝えるため、言葉を考えるライター、
魅力を伝える写真を撮るカメラマンを派遣

ライターが必要

カメラマンが必要

→カタログコンセプトデザイナーとも連携

3. 各取組の概要

②広報に関する取組

(担い手の活動に関する広報)

魚津三太郎倶楽部の活動はHPを作成し行う。(作成中:国費対象外)
今後は、カタログギフトの販売PRと並行して、商品ブラッシュアップやマッチングについてもSNSなどを効果的に活用し行っていく。
東京魚津会、関西魚津会など魚津市出身者の団体や個人に対して、PR活動を行い販売促進を図る。
(直近では3月5日の東京魚津会でPRを実施)

(中間支援体制に関する広報)

魚津三太郎倶楽部への支援活動を「地域づくり支援ネット」
FBなどを活用し行っている。
今後は、カタログギフト販売を入口として、魚津三太郎倶楽部の成長をPRし、その背景にある中間支援体制を伝えていく。

4. 中間支援における課題と対応

◎中間支援の特徴、苦勞している点、工夫している点など

魚津三太郎倶楽部の主体性を尊重しながら、倶楽部が地域づくり(新事業展開支援、起業支援など)の担い手と成長できるよう支援すること

◎体制として連携する上での苦勞、留意している点など

構成主体間(金融機関間)の公平性の確保が重要であるが、それぞれの金融機関には得意分野・手法があり、それを効果的に発揮できるよう環境の整備が重要であると考えます。

◎体制として行っている広報の状況

成果(魚津三太郎倶楽部の成長)を例にPRを実施している。

◎体制の成長につながった点

事業者情報・商品情報の集約が図られるようになったため、事業者間の連携(マッチング)の可能性が明らかとなり、体制の可能性が高まった。

◎体制として連携することにより達成できたこと、メリット、効果

事業者等の情報が集約されたこと。今後は、金融機関の競争により、積極的な関与・カタログ販売が期待される。

◎金融機関が加わったことによるメリット

情報が多く集められた。今後は金融機関を通しての販売PRが期待される。

5. 事業修了後の予定

◎活動費の確保

当面は魚津三太郎倶楽部の成長を支援し、半年後をめどにその有効性を確認。有効性が支援体制間で共通認識でき次第、今回の支援体制に参加している各団体からの賛助金や広くクラウドファンディングなどを活用し活動費を確保する。

◎体制の活動の継続に向けた事業展開

今回の支援事例を検証し、更に支援体制構成主体それぞれにメリットが見出すことができるよう改善し、次の支援対象を募集する。

◎体制の継続・拡充

今回の支援事例をPRLし、支援体制の必要性・有効性を訴え、更なる参加団体の拡充を目指す。

(例…商議所、会計事務所、マスコミ…)

5. 事業修了後の予定

◎新たな担い手に対する支援の事業計画(H28, 29) 28年度

28.4	28.7	28.10	29.1
		担い手募集 内容聞き取り 支援担い手決定 支援開始	支援の実施

29年度

29.4	29.7	29.10	30.1
前年度担い手の支援	担い手の自立	担い手募集 内容聞き取り 支援担い手決定 支援開始	支援の実施