

平成30年4月〇〇日

1 事業テーマ

県内産「三陸わかめ」の美味しさを手軽に味わえるスナック菓子等の開発
(※事業内容を表現する適切な内容を記載すること)

2 申請者及び連絡先

事業者名称 食産業振興課株式会社			
代表者氏名 代表取締役 泉 花子		担当者氏名 (所属部署名) 営業部 部長 太白 太郎	
所在地 〒980-8570 仙台市青葉区本町三丁目8番1号 TEL : 022-211-2812 FAX : 022-211-2819			
ホームページアドレス	http://www.pref.miyagi.jp/so-shiki/syokushin/	E-mail	s-business@pref.miyagi.lg.jp

3 事業計画の内容

(1) 背景・必要性

三陸沿岸で獲れるワカメは、「三陸わかめ」として宮城のブランドとして、広く知られ、味・質共に最高のわかめである。

しかしながら、現在の食生活の中で、ワカメの利用は酢の物や味噌汁等の汁物としてのイメージが強く、加工品の種類が少ない他、市場に出されずに廃棄されている部分も少なくない。またワカメは、低カロリー食品でありながら、その栄養分も充実しており、アルギン酸等の食物繊維、ビタミンやミネラル(カルシウム、マグネシウム、リン、鉄)がバランスよく含まれている。余分なコレステロールを体外に出したり、血圧上昇を抑えたりするなどの効果があるという報告もされており、健康ブームの昨今、非常に可能性を秘めた食材である。

(2) 対象となる商品の概要(開発状況についても記載)

健康食であるワカメをもっと身近に感じ、特に子供たちに美味しいワカメをおやつ感覚で手軽に食べてもらえるように、ワカメのお菓子を開発する。

内容は、自然な潮の味を効かせた「ワカメチップス」や細かく刻んだワカメを混ぜ込んだ「ワカメせんべい」であり、三陸の肉厚で風味豊かな特徴を感じられる商品とする。

(3) 商品の新規性(従来の自社商品と異なる新しい要素又は新たに活用する地域食材について)

原材料は、これまで廃棄されていたワカメの端部分や規格外品を仕入れる。

当社は、これまでワカメの佃煮やサラダなど、数多くのワカメの加工食品を製造してきたが、お菓子の乾燥技術をもっていない。本事業では、連続式乾燥機等の技術が必要となるが、事業期間内は、外注加工及びリース機械にて対応する予定である。

また、原材料となるワカメは、地元の三陸わかめ規格外品を仕入れる他、せんべいの原料である米粉は、南三陸米を使用する予定である。

(4) 商品の差別化（他社の類似商品・競合商品との比較）

ワカメの加工品は、一般的に「湯通し塩蔵わかめ」など、汁物に入れる原材料としての物が多く、特にお菓子としてのワカメは少ないことから、他とは異なる特徴を有し、また「三陸わかめ」の肉厚で歯触りが良い、優れた点は他と比較しても勝る点と言える。

(5) 具体的な取り組み内容（事業の具体的内容、課題がある場合にはその対応など）

当社では、チップスとしての乾燥技術を持ち合わせていないことから、県内の菓子製造業者である株式会社〇〇〇〇に加工を外注する。商品として採用できる食感等が得られたところで、機械をリースし、自社で乾燥加工を実施することとする。

味付けに関しては、自然な潮の味を表現したいが、地域のイベント等で、アンケートの実施などのマーケティング調査を行いながら、検討していく。

また、パッケージ開発については、子供向けを想定し、デザインについては、株式会社△△△△にコンサルティングの依頼をする。

(6) 事業の優位性（事業実施上の強み）

当社は、ワカメの加工品をメインで製造し、地元のワカメ生産者からは常に一定量のワカメを仕入れていることから、つながりが強く、規格外品など本事業の原材料は、安価に手に入れることができる。

また、スーパー等との取引も多いことから、当社の通常の販売ルートにワカメお菓子の販売を加えることが出来る。

(7) 特記事項等

本商品の開発及び販路開拓を成功させ、みやぎの食ブランドである三陸のワカメを盛り上げていきたい。

4 マーケティング戦略

(1) 市場ニーズ及び想定ターゲット

市場ニーズ：近年、健康食を求める声が多く、ワカメの持つ特徴である低カロリー、高栄養価及びコレステロールの排出効果など、可能性の高い食材である。

想定ターゲット：子供が食べるお菓子として考えている。

(2) 想定される販売価格及び利益率

子供が買うことのできる価格とするため、1袋〇〇g入り■■■円(税込)での販売を想定している。
なお、利益率は▲▲%で設定。

(3) プロモーション

まずは、地元の祭り等のイベントで、マーケティング調査及びPR活動を行っていく。商品開発後は、〇〇新聞社に掲載をお願いするなどPR活動を実施する。

他、ホームページやtwitter及びFacebookなどのSNSを活用し、認知度を高めていく。

(4) 流通(想定される販売先・販売方法)

現在、当社が一番多く取引しているスーパー等に売り込む予定だが、商談会等を活用し、首都圏等の百貨店や高速道路SAのお土産店との商談を行っていききたい。

5 外部連携体制等(具体的な提携先及び外部委託(委嘱)先など)

成分分析:健康食として売り出すために、〇〇技術センターに成分分析を依頼する。

外注加工:株式会社〇〇〇〇に委託しながら、食感等を研究していく。

パッケージ・ネーミング開発:パッケージ及びネーミングの開発については、株式会社△△△△にコンサルティングの依頼をし、進めていく。

6 事業目標

平成31年2月頃までに商品の食感や味等の方向性を固め、同月開催のスーパーマーケット・トレードショーで、バイヤーからの意見を伺いたい。平成31年3月頃までに、パッケージやネーミングのイメージを固めていきたい。平成30年度内には、商品化させ、商談会等で売り込みたい。

7 経費の内容

(単位:円)

補助対象事業	事業費	補助金申請額	自己負担額
マーケティング活動	1,450,000		
商品づくり	1,550,000		
合計(円)	3,000,000	1,500,000	1,500,000

8 事業者の概要

設立年月日 平成 10 年 4 月 1 日	資本金 50,000 (千円)	従業員数 常時： 30 人 臨時： 15 人	
みなし大企業	<input type="checkbox"/> 該当する <input checked="" type="checkbox"/> 該当しない		
主な事業の概要 [現在営んでいる主な事業及び主な販売商品の内容について記載]			
直近 3 年間の決算状況 (直近から順に記入)			
(単位：千円)			
	売上高	営業利益	当期利益
29年 3月期 (第19期)	00,000,000	0,000,000	0,000,000
28年 3月期 (第18期)	00,000,000	0,000,000	0,000,000
27年 3月期 (第17期)	00,000,000	0,000,000	0,000,000