

食べ興し ニッポン

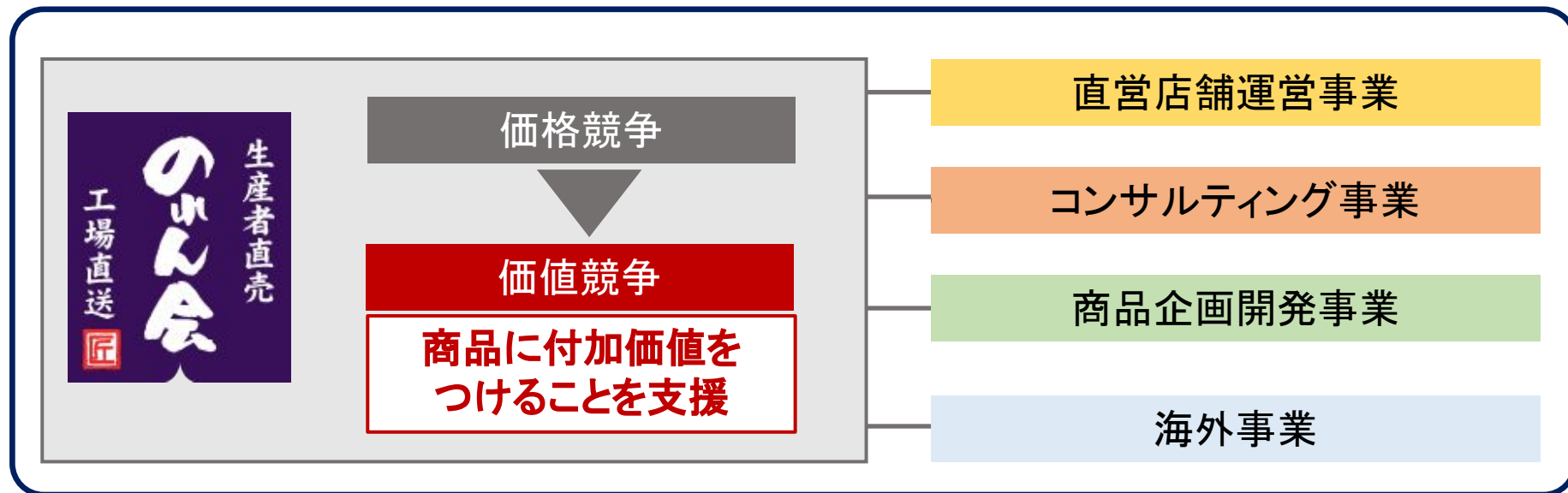
「食を通じた町おこし」
地域特産品を使った商品企画開発

株式会社生産者直売のれん会

(株)生産者直売のれん会事業概要

株式会社生産者直売のれん会 事業概要

価格競争に陥っていた中小食品製造業支援のために2007年に創業。商品に新たな付加価値づけを行い、価格競争から価値競争への変換を支援方針としています。



【メディア実績】



2015年11月10日放送 ガイアの夜明け
「ご当地ブランド売り出します」



2021年3月4日放送 カンブリア宮殿
「1坪ショップの仕掛け人が挑むコロナ禍で
儲かる店」



2021年 5月16日放送
坂上 & 指原のつぶれない店
「エキナカでよく見かける超人気店を徹底調査」

ミニヨン:ミニクロワッサンの製造直売

MIGNON MINI CROISSANT

[ABOUT](#)

[NEWS](#)

[SHOP LIST](#)

[RECRUIT](#)

[CONTACT](#)



【JR池袋駅】



【JR大宮駅】



【JR新宿駅】



【大阪梅田駅】

直営店舗運営事業(催事販売:駅ナカ・百貨店など)

駅ナカや百貨店で様々な催事販売を行っております。

2021年実績は開催日数1048日、売上3.5億円。

多くの新規のお客様や移動中のバイヤー様にも知っていただく機会になり得る
首都圏のターミナル駅の駅ナカが1社でも多くの生産者の発展の舞台になるよう
テーマ別のセレクト型集合催事を展開しています。



菓匠百選

全国各地の「菓匠」と呼ばれる菓子の匠のセレクトブランド。春夏秋冬、季節ごとに「1坪ショップ」の集合催事を展開しています。

・JR品川駅・汐留シオサイト・JR秋葉原駅・JR横浜駅



JR新宿駅(菓匠百選)



JR品川駅(菓匠百選)



東京メトロ汐留駅(バレンタイン)



JR川崎駅(ガンダム)



東京メトロ汐留駅(北海道物産展)

2. コンサルティング事業

「食」による「地方創生」を推進するために様々な自治体様において「経営戦略立案」から「商品開発」「販路開拓」までの実践的支援を行ってきました。

食べ興し
ニッポン

全国各地の自治体様、地域金融機関様などと連携し、「食を通じた地域興し」に取り組んでいます。

地域特産品ブランド化支援事業

地域特産品の商品化～販路展開～メディアプロモーションまで
一気通貫でブランド化支援に取り組んでいます。



商品企画・開発支援

生産者直売のれん会の全国約100社のネットワークで地域産品の【ブランド】加工品に仕上げます。

調査分析

商品戦略

販売戦略



地域での【お土産】ブランド化支援

地域の観光客向けの「お土産」ブランドとしての展開を支援し、地域全体のブランド向上を目指しています。

商品開発

1坪SHOP制作

テスト販売



販路開拓

弊社の大都市圏の「駅ナカ」などの販路で販売し、新たな収益獲得と地域ブランディングを目指しています。

メディアプロモーション

セレモニー企画・運営

販路開拓（地域内・首都圏）

アライアンスコーディネート

駅ナカ 地域物産事業展開

デスティネーションキャンペーンや新幹線開通など地域に開光が当たる機会に併せ、地域金融機関様とも連携して地域物産催事を展開しています。

実施物産展

- ・新潟物産・山形物産・北陸新幹線開通
- ・福島物産・九州物産
- ・北海道新幹線開通・京都・愛媛

開催駅

- ・東京駅・品川駅
- ・池袋駅・横浜駅
- ・大宮駅・秋葉原駅・汐留駅



事例⑤

鹿児島県指宿市

マンゴー

マンゴーの経済栽培発祥の地であることを生かし、「指宿市内でしか買えないオリジナル土産ブランド」を立ち上げ、市内のお土産産業の活性化を担いました。事業者の力を結集するために(社)指宿マンゴー協会も設立し活動しております。



事例①

千葉県山武市

いちご

東日本大震災の影響により、前年対比で半減した「苺狩り」観光客。冷凍保存された苺を活用して「山武いちごプリン」を企画し、山武しの看板土産商品を作り上げました。市内の各施設が一丸となって販売に取り組み、観光客数の震災前超えに寄与しました。



事例②

北海道三笠市

メロン

「三笠メロン」のブランド化を図り、町全体の活性化を目指すプロジェクトです。成功している「夕張メロン」と比較するのではなく、三笠メロンの特徴を最大限に生かし観光土産を担いました。地元だけでなく首都圏でも販売を行い、認知度向上を狙いました。



事例③

福島県

6次化商品

福島県の生産者が誇りをかけて育てた食材を用いて作られた6次化商品群を緩やかなグループとしてくり「ふくしま満天堂」というブランドを打ち立てました。テスト販売や研修などを通して、人気商品の開発や販路拡大を図りました。



連携先一覧

- 自治体等委託事業
- 地域金融機関連携「駅ナカ地域物産展」
- 地域特産品ブランド化支援
- 業務提携地域金融機関

- 岩手県庁
- 長崎県庁
- JA鹿兒島茶業
- 北中城村
- 石狩市役所
- 赤平市役所
- 津別町役場
- 北海道中央農業試験場
- 六ヶ所村
- 久慈地域雇用創造協議会
- 宮城県庁
- 福島県庁
- 東京商工会連合会
- 和歌山県庁
- 群馬市
- 指宿市
- 三笠市
- 石巻市
- 市原市
- 山武市
- 秋田県(中小企業団体中央会)
- 山形県
- 新潟県
- 福岡/熊本/長崎/大分県
- 富山・石川県
- 福島県
- 東北銀行
- 十六銀行
- みちのく銀行
- 京都銀行
- 中国銀行
- 福岡銀行
- 熊本銀行
- 親和銀行
- 大分銀行
- 伊予銀行
- 四国銀行

事例④

栃木県

特産品

「なつおとめ」という新たな品種のイチゴを栽培、周年出荷・周年雇用をしたいという道の駅どまんなかため様よりご相談を受け、八天堂とコラボしたスイーツバーガーを提供する新ブランド「パーラーハチ」としてOPEN致しました。季節によって栃木の特産品とコラボした商品を提供しています。



【事例】ふくしま満天堂(福島県庁)

震災による風評被害が大きかった福島県の中小製造業のために「ふくしま満天堂」というブランドを作り、プロモーション活動や販路拡大を支援しております(2018～継続中)



【事例】ふくしま満天堂(福島県庁)

道の駅



百貨店



百貨店ギフト



ショッピングモール



スーパー



観光施設



展示会出展



年間売上3570万円(弊社管理のみ)

3. 商品企画開発事業

生産者様の強みを活かした企画商品の開発、【生産者】×【生産者】のコラボレーションなどにより付加価値化を図り、新たな販路や顧客層の開拓を支援しています。

オリジナルブランド商品企画事業

食品生産者様の強みを活かした新たな企画商品を開発し、新たな販路・顧客層の開拓を目指しています。

また1社では実現できないような企画商品を

複数の食品生産者様の強みを組み合わせて実現を目指すコラボ企画も積極的に推進しています。

edocco
in tokyo



edocco

江戸時代から日本人に愛され続けてきたような和菓子を現代人が好むような食感にリメイクした生人形焼です。八天堂による生地監修で、浅草雷門横の常盤堂雷おこし本舗が製造を担うコラボ商品です。

・ ecute 京葉ストリート店（JR東京駅構内）



東京おまめ

豆菓子を“イロドリ可愛い、イマドキおまめ”として東京をモチーフとしたカラフルなパッケージに仕上げ、東京駅お土産売場などへ展開しています。



珈琲 365 (コーヒーミロコ)

新鮮で焼き立ての薫り高い味わいドリップパックコーヒー。1年間365日、その日の気分に合わせて1杯から楽しむことができ数字や色で選べるデザインで現在12商品あります。



東京おしょうゆみやげ

秋田県庁様の委託事業として県内の老舗和菓子メーカー6社と東京で唯一醤油を醸造する近藤醸造様とのコラボ商品を企画し展開しています。



【商品開発事例】ムーミンバレーパーク



【商品開発事例】ブランド×コラボレーション

【三笠メロンクリームパン】

三笠メロン

×

八天堂



【山武いちごプリン】

山武市いちご

×

Tierra Desert



【電気ブランレーズンサンド】

神谷バー

×

製菓川喜多



【edocco in Tokyo】

人形焼き

×

八天堂

edocco
in tokyo



【商品開発事例】 デザイン



福井県美浜市おみやげパンフレット



八天堂季節限定商品



FUJISAN VIEW
EXPRESS BEER



浅草サンド



宮城県山元町
いちごクランチ



木の屋石巻水産
くじらのアヒージョ



道の駅平田
ハバネロ味噌



神津島クラフトビール Angie

【商品開発事例】 デザイン(ロゴ・ブランディング)



復興支援居酒屋
ヒガシノマグロ



NASU RINDO-KO LAKE VIEW
since 1965

那須りんどう湖
レイクビュー



ふくしまプライド。

福島県 ふくしま満天堂



菱神運輸株式会社

4. 海外事業 中小食品製造業の海外展開支援

JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)

JETROからの受託事業「海外商談会運営支援」

香港最大級の国際総合食品見本市「香港 Food Expo 2019」において

輸出事業に初めて取り組む生産者を中心とした 25社の

「①展示コーナーの企画・運営」、「②カタログ作成」、「③成約支援」**「④輸出業務支援」**業務を受託しました。



食べ興し ニッポン

(株)生産者直売のれん会が提供する
「食を通じた町おこし」ソリューション

食を通じた地域おこし『食べ興しニッポン』とは

「【地方創生】の“種”は地域に眠っていると思うのだがなかなか上手に活かせていない」
そんなご相談を自治体様からいただくことが増えています

人口減少、少子高齢化、農家の後継者不足、等々、【地方創生】として取り組むべき課題は多種多様で複雑ですが、我々は「食による地域特産品のブランド化」が、様々な課題を好転させる【センターピン】になり得ると考えています。

「“食”と“観光”は足し算ではなくて掛け算の相乗効果がある」と言われるように
「地域特産品のブランド化」と「観光振興策」で1つの大きな戦略で推進できれば、より高い効果が期待できます。

生産者直売のれん会では【地方創生】の“種”を活かす
「商品戦略立案」から「商品開発」「地域への浸透」「プロモーション」まで実践的な支援を行っています。



地域特産品のブランド化には地元への浸透が最重要！

宮崎特産品マンゴー「太陽のタマゴ」成功の理由



1. 優れた商品力
2. 優れたネーミング
3. 東国原英夫県知事による県外プロモーション

4. 地域住民への認知度徹底



地域向けプロモーション
による関心喚起



地域住民がわが町の特産品
として認知する



贈答用として県外に送付



大ヒット商品に！

- 1. 地域特産品が使われていること**
- 2. 美味しいもの**
- 3. 地域住民の関心喚起を高める仕掛け**

商品開発事例①「地域住民参加型商品開発」

地域特産品を使った料理コンテスト(長崎県壱岐市)

地域における特産品開発活動の認知と参画意識を高めるため『料理コンテスト』を開催
長崎県壱岐市では「その場で食べられるワンハンド料理」というテーマで募集したところ、
52のアイデアが集まり、優秀なアイデアの商品化が決定
本企画は地元メディアにも取り上げられた。



優勝した一支国カキバーガー
地元での販売の他、壱岐市のフェリー乗り場や福岡の百貨店等で催事販売



一支国カキバーガー

「原の辻ガイダンス」で販売開始

コンテストは、県庁主催、県民参加の「原の辻ガイダンス」で販売開始。優勝作品は、カキバーガー。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。

一番人気賞

片手で食べる料理コンテスト

長崎県庁主催、県民参加の「原の辻ガイダンス」で販売開始。優勝作品は、カキバーガー。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。

1 番人気はカキバーガー

コンテスト

片手で食べられる「地元食材を工夫」

「カキバーガー」が優勝。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。カキバーガーは、カキの殻を揚げ、カキの肉を詰め、野菜をのせて、パンで挟んだ一品。

コンテストで一番人気になった「一支国カキバーガー」。

商品開発事例②「商品力を高める有名シェフ等とのコラボレーション」

人気youtuberによるメニュー開発事例(北海道)

ファビオシェフ

登録数50万人超のイタリアン専門の大人気Youtuber。北海道の生産者の商品を素材にワインに合うメニューを開発。メニューはイベントで実際に販売され横浜で開催されたイベントでは120万円の売上



(株)生産者直売のれん会が運営するクッキングスクール「ハッピークッキング」

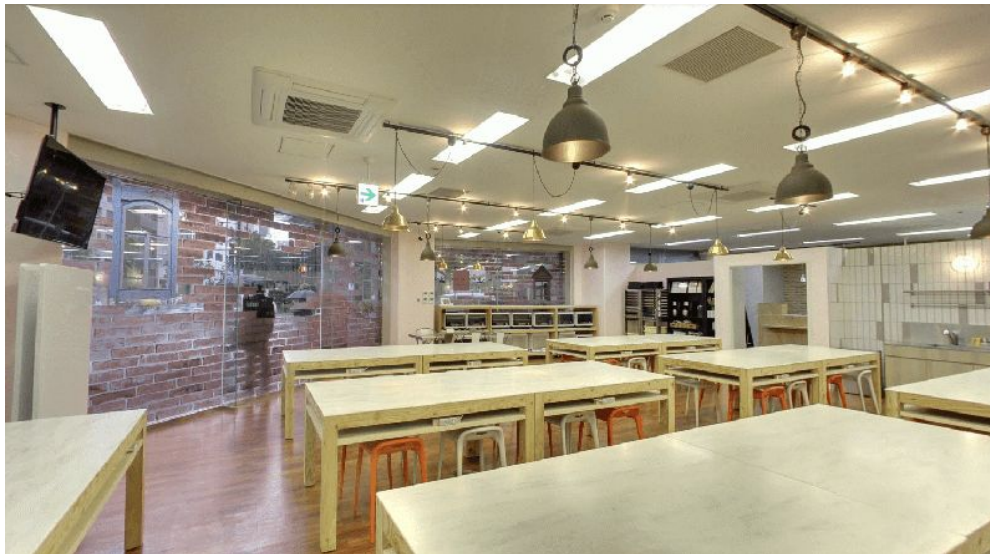


食を学び・楽しむクッキングスクール
HAPPY COOKING
We have lots of fun classes!

料理テーマに合わせて、有名店シェフ、人気パン店のオーナー、料理系Youtuberなど、その道の著名な専門家が講師となる企画型クッキングスクール

様々な分野の講師と契約しており、人気の講義は20分で完売する。

<https://www.happycooking.jp/>



餃子の王様、パラダイス山元さんに学ぶ
皮からつくる本気の餃子づくりを直接習おう!



NEW 1DAY 初心者大歓迎

受講料: 1回受講 25,000円

2024年1月期

アメリカンベーキング教室 just baked! 主宰 中村菜乃さんに学ぶ
本場のアメリカンベーキング 〜人気のパイ、リクエストレッスン〜



NEW 1DAY 初心者大歓迎 PickUP

受講料: 1回受講 9,800円

ミシュランビブグルマン常連店「目白・旬香亭」古賀達也シェフに学ぶ
褒められ洋食「ロールキャベツ・海老ピラフ」



NEW 1DAY

受講料: 1回受講 9,500円

(株)生産者直売のれん会が運営するクッキングスクール「ハッピークッキング」



食を学び・楽しむクッキングスクール
HAPPY COOKING
We have lots of fun classes!

(株)ZOPF代表取締役 シェフ

伊原 靖友

イハラ ヤストモ

URL : <http://zopf.jp/>



プロフィール

1965年東京都生まれ。18歳にしてパン職人になることを決意し、平塚のパン屋に修行に赴く。
1986年帰郷、父が開いた千葉真松戸のパン店を継ぐ。2000年 パン店Backstube ZOPFとして
リニューアルオープン 2003年 2Fにカフェ Ruheplatz ZOPFをオープン 2009年 パン教室工房
Lehrstube ZOPFをオープン

講師による講



【動画】レスペクチスパン製法
のパン3種類

12月31日(金)00:00-23:59

和洋中・パティシエ等様々な
分野のスペシャリスト

246名

登録



商品開発事例③ 「商品力を高める有名メーカーとのコラボレーション」

スイーツパンで有名な八天堂とのコラボレーション(北海道三笠市)

北海道メロン発祥の地と言われている三笠市、隣の市である夕張メロンのブランド化成功の陰で価格は下がり、年々栽培面積縮小の状況に。「三笠メロン」ブランドの価値向上を図るために八天堂とのコラボレーションによる「三笠メロンクリームパン」を開発

首都圏向け戦略商品として開発



首都圏ターミナル駅で販売
(品川、秋葉原、東京、池袋等)



本取組みが「地域特産品ブランド化支援」
として『ガイアの夜明け』で紹介

プロモーション事例① プロモーション動画の制作

商品開発の背景や商品の特色などを説明するプロモーション動画を企画・構成から制作します



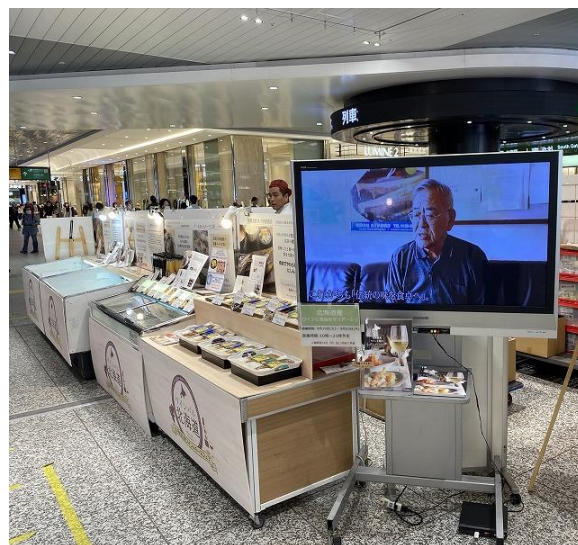
プロモーション事例② 駅ナカ地域プロモーションイベント開催

(株)生産者直売のれん会の最も強みである駅ナカにて地域プロモーションや催事販売会を実施できます。JRをはじめ首都圏ほぼ全ての私鉄にて開催可能です。

北海道生産者支援
首都圏消費者への認知度拡大のための
プロモーション兼販売活動



JR大宮駅エキナカ催事
北海道ワインバル
～北海道産ワインとチーズフェア～
【令和5年9月開催】



プロモーション事例② 駅ナカ地域プロモーションイベント開催

駅ナカプロモーションの有効性

圧倒的通行量！・圧倒的広告効果！



池袋駅
268万人



東京駅
115万人



秋葉原駅
77万人



新橋・汐留駅
104万人

※乗降客数2021調べ(JR・私鉄合わせ)

改札前・乗り換え口など通行量の多い場所で開催するため広告効果も絶大！

圧倒的利便性！

駅ナカは「わざわざ行く売場」ではなく「通り道・ついでに行く場所」
ターゲット層は通勤で使用しているので気軽に立ち寄りやすく大きな集客が見込める

テストトライアルの場としても最適！

駅ナカ催事は商品者に関心喚起しやすく売上も高い。首都圏の消費者に開発した商品を試してもらうためには絶好の会場

【JR秋葉原駅】2021年11月



日商102万円

【JR大宮駅】2021年11月



日商200万円

【武蔵溝ノ口駅】2021年11月



日商160万円

【JR新宿駅】2022年1月



日商60万円

※(株)生産者直売のれん会実績

プロモーション事例③ プロモーションイベント開催

地域への浸透・首都圏消費者への認知度向上を図るために調理した商品を手で味わえるイベント開催も行っています。

北海道生産者の
首都圏消費者への認知度拡大のための
プロモーション兼販売活動



横浜みなとみらい東急スクエア
北海道フードフェス2023
～ワインとチーズと肉祭り～
【令和5年10月開催】



開催した2回の催事イベントの売上約400万円、来場者数19,000人超